



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Modelo de aplicación móvil de negocios electrónicos seguros para las
MiPyMes**

**VARGAS SAQUICELA RONY FABIAN
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ARMIJOS RODRIGUEZ XAVIER ALEJANDRO
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Modelo de aplicación móvil de negocios electrónicos seguros para
las MiPyMes**

**VARGAS SAQUICELA RONY FABIAN
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ARMIJOS RODRIGUEZ XAVIER ALEJANDRO
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

**Modelo de aplicación móvil de negocios electrónicos seguros para
las MiPyMes**

**VARGAS SAQUICELA RONY FABIAN
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ARMIJOS RODRIGUEZ XAVIER ALEJANDRO
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO

**MACHALA
2022**

Modelo de Aplicación Móvil

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.revistaespacios.com

Fuente de Internet

1%

2

Submitted to Universidad Técnica de Machala

Trabajo del estudiante

<1%

3

repositorio.autonoma.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

4

repositorio.ulasamericas.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

5

archive.org

Fuente de Internet

<1%

6

www.profesiones.cl

Fuente de Internet

<1%

7

prezi.com

Fuente de Internet

<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

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

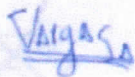
Los que suscriben, VARGAS SAQUICELA RONY FABIAN y ARMIJOS RODRIGUEZ XAVIER ALEJANDRO, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado Modelo de aplicación móvil de negocios electrónicos seguros para las MiPyMes, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran 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.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen 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.



VARGAS SAQUICELA RONY FABIAN

2101127260



ARMIJOS RODRIGUEZ XAVIER ALEJANDRO

0706667078

TEMA DE INVESTIGACIÓN

MODELO DE APLICACIÓN MÓVIL DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS SEGUROS PARA LAS MIPYMES

INTEGRANTES

ARMIJOS RODRIGUEZ XAVIER ALEJANDRO

VARGAS SAQUICELA RONY FABIAN

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 EL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

El objeto de investigación es la reestructuración de una situación con énfasis en un problema que permita al interesado tener un punto de inicio claro. Esto permite tener grandes posibilidades de opciones para definir el problema a resolver en la investigación (Andrade, 2007). Es necesario reconocer todas las causas que encaminó al investigador a llevar a cabo una investigación científica y después concretar cuáles fueron las razones reales, ya que comprender los motivos reales ayuda a encontrar un problema en concreto que se desea resolver (Rodríguez, 2010).

Las MiPymes en la actualidad se han visto forzadas a innovar en el aspecto tecnológico debido a la pandemia de Covid-19, para muchas de ellas no ha sido una tarea fácil de realizar, debido al desconocimiento de las TIC. La mayoría de estas empresas han cesado sus actividades y otras apenas han podido mantenerse. Aquellas que han implementado los negocios electrónicos, no han abarcado todas las posibilidades que permiten estas aplicaciones, solo se enfocaron en algunas de las necesidades comunes del cliente, y en su caso, la gran parte de veces solo realizaban la recepción de pedidos, por lo que se puede observar una gran oportunidad de negocios para las empresas que desean mejorar su manejo de estas tecnologías e incrementar sus ventas. Por lo tanto, el objeto de la presente investigación es una propuesta de modelo de aplicación móvil de negocios electrónicos.

1.2 EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El problema de investigación limita el objeto de la investigación, define su objetivo al que se enfoca y da a conocer las diferentes actividades que se van a realizar durante el estudio del caso (Freire, 2018). También se lo define como un desconocimiento sobre algún tema, y por consiguiente es necesario realizar un estudio estructurado para obtener

el resultado; por otro lado, afirma que el punto esencial consiste en plantear y formular correctamente el problema de investigación (Pinto, 2018). Además, el problema de investigación debe consistir en un relato de una situación examinada, con una explicación detallada de los diversos puntos que están participando en dicha situación, y finalizando en una o varias dudas a las que se intentara dar una solución cuando se termine la investigación, y que se obtenga los resultados que serán dados por los componentes que forman parte de la muestra (Bauce, 2007).

Una de las primordiales razones para el estudio del comercio electrónico se basa en la necesidad que tienen las organizaciones de tener al menos una o varias ventajas competitivas, además de ser eficiente y eficaz en todo lo que respecta a servicio al cliente. Debido a que la correlación que tienen las empresas y los consumidores es un pilar principal para el bienestar y desarrollo de una sociedad, se debe recalcar que, con la ayuda de la tecnología, las actividades de comercio son cada día más exigentes, cambiantes y diferentes. (Silva, 2009)

Según Alcocer y Olmedo (2016) el pago electrónico o también conocido como dinero electrónico es una forma de desembolso que permite a las personas llevar a cabo transacciones comerciales desde cualquier lugar y dispositivo; además se lo puede realizar sin tener internet, saldo o mensajes o lo que se utiliza con frecuencia, una entidad financiera. Los pagos electrónicos minimizan los errores, aumentan la velocidad en que las organizaciones calculan los costos las facturas y reduce los costes de las transacciones, todo esto debido a que las aplicaciones electrónicas conectan a las empresas con sus proveedores y distribuidores permitiendo que los pagos se envíen y reciban electrónicamente (Redondo, 2010).

Según Punin, Martínez y Rencoret (2014) un claro ejemplo del error más común que realizan los medios digitales ecuatorianos es el manejo de las redes sociales y otras aplicaciones. Las empresas simplemente están ahí, es decir no actualizan o no tienen una participación interactiva y constante con sus clientes, no hay un feed-back que ayude a la marca a conocer que tendencia quieren sus clientes y poder adelantarse a su competencia, por lo tanto, muchas veces los clientes están insatisfechos con el servicio otorgado por estas entidades digitales.

Las aplicaciones móviles con negocios electrónicos seguros son escasos hoy en día, la gran parte de éstas solo ofrecen un servicio de los muchos que pueden incorporar a su

listado, además la falta de monitoreo a quienes ofertan sus productos o servicios dentro de estas aplicaciones, lo que provoca frecuentemente que los clientes que compran por este medio salgan estafados, todo esto debido a la falta de regulaciones. Machala, es una de las ciudades que aporta con un porcentaje considerable a la economía del país, gracias a las distintas actividades de comercio, producción nacional, y la venta de productos al extranjero (León, 2019) por lo que surge la interrogante ¿Qué tan seguro es el comercio electrónico mediante aplicaciones móviles?

1.3 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a Sabaj y Landea (2012) la justificación es un trabajo basado en la razón y no en la emoción, por la cual a través de esta se fundamenta el accionar, en lo que cree el individuo y la información procesada que se hace conocimiento. Además, Montes y Montes (2014) señalan que la justificación de una investigación es el resultado de una pregunta sobre la razón de hacer ese proyecto que se ha escogido, por qué investigar sobre aquel tema, habiendo tantos otros contenidos en los que se puede dar valor a la sociedad, qué hace de este tema más importante que otros.

Justificar es manifestar los motivos tanto científicos, financieros, o comunitarios por los que se empieza a investigar. Toda búsqueda científica debe hacerse con un fin claro. La persona que está haciendo el trabajo debe definir, qué hace conveniente indagar en información sobre este proyecto, además de tener presente los posibles efectos que resultaran de la epistemología adquirida. (Díaz, 2005). La presente investigación es para el planteamiento de un modelo de aplicación móvil que permita realizar negocios electrónicos seguros en las MiPymes y que además permita a las marcas poder verificar a las empresas que realmente venden sus productos en el mercado.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General:

Según Otero, Barrios y Prieto (2006) los objetivos son hacia dónde quiere llegar algo, el interés y la conclusión a lo que se pretende encaminar la conducta de la investigación y también forma parte todas las categorías que proponen lo que se desea o se aspira lograr. Además, López, Fraga, Rosas, Castro y Thompson (2013) mencionan que el objetivo general es la presentación del propósito total que se estima conseguir a lo largo del lapso de tiempo definido para la realización de un proyecto, el cual tiene que separarse en varios objetivos específicos.

La finalidad de la investigación o propósitos de estos, es lo que constituye un objetivo, expresada en un rumbo cierto que toma el trabajo planteado. (Diaz, 2005). Además Otero et al. (2006) mencionan que regularmente los objetivos responden de una u otra forma a una carencia detectada con anterioridad por el investigador, con base en aquello, se piensa o crea el plan a llevar acabo para alcanzarlos, lo que toma forma con la planificación de lo que va hacer necesario para suplir la necesidad encontrada. El objetivo es la antesala pensada oportunamente sobre los trabajos que hay que realizar para cumplir con la exigencia actual en la sociedad. El objetivo de la presente investigación es plantear un modelo de aplicación móvil que permita el comercio electrónico seguro a las Mipymes.

1.4.2 Objetivos Específicos:

Los objetivos específicos proponen lo que se tiene pensado alcanzar de las variables a estudiar y la conexión que existe entre ellas, también exponen de forma más específica los logros que se buscan, por lo que quien está al frente del proyecto debe cuestionarse de qué manera llegar al objetivo principal (Vargas, 2005). También Arias, Covinos y Cáceres (2020) mencionan que estos objetivos secundarios se crean de varias formas, todo es dependiendo del enfoque y límite de la investigación, el esquema y el contexto de la problemática del tema propuesto, la mejor manera de escribir los objetivos es manteniendo una organización lógica, que forme una sinergia con el progreso del trabajo investigativo.

El haber definido primero el enfoque final de la investigación, brinda la orientación necesaria que permita escoger de forma correcta los recursos a utilizar, estrategias a seguir, o herramientas por aplicar. Los objetivos específicos del presente proyecto son analizar las aplicaciones móviles de comercio electrónico comunes, determinar ventajas y desventajas de las aplicaciones y detallar las funciones y seguridades de la aplicación móvil; Estos objetivos secundarios son la pieza clave o fundamental que necesita el investigador para ir hacia una meta fija, evitando desviarse y encontrar soluciones por otros sitios.

CAPITULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO

2.1 REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA

De acuerdo con Cruz, Herrera, Tapia y Arango(2018) al término del siglo XIX y comienzos del XX los avances en tecnología obtenidos por el hombre han fomentado al progreso con grandes saltos en distintos ámbitos como, por ejemplo, computadoras más tecnológicas, y los celulares inteligentes han abierto una puerta para que los usuarios se conecten de forma online en cualquier parte del mundo, solamente con la ayuda del internet, lo cual ha sido crucial para la correcta toma de decisiones.

Alonso-Arévalo y Mirón-Canelo (2017) plantean que la comunicación, el trabajo y la forma de vivir ha cambiado notablemente desde que la combinación de la tecnología con los celulares se ha adentrado a todas las áreas de la vida. El uso de los dispositivos móviles es masivo tanto así que en el 2014 fue superior las veces en que se accedió a la web desde smartphones con un tiempo prolongado, que el uso de computadoras tradicionales con internet, lo más probable es que en unos años más, las tecnologías que más se utilicen en todo el mundo sean las asociadas a los móviles.

De acuerdo con Montenegro, Medina, Calvache, Ballesteros y Moreno (2019) Las ventas que se realizan en Ecuador de manera online es del 35,9%, de esto, el 33% solo es en ropa y el 20% de las organizaciones usan el comercio electrónico B2B para llevar a cabo sus acciones comerciales. Por este motivo, resulta fundamental crear herramientas virtuales que favorezcan la interacción entre los grupos de interés, especialmente con el cliente quien es el participante más activo en cuanto a redes y aplicaciones digitales.

Conforme a Bohórquez, y Orlando (2017) es una realidad, que las aplicaciones de teléfonos inteligentes son utilizadas en cada tarea diaria de forma espontánea y activa, así mismo está teniendo una gran participación en las áreas de enseñanza, y estudio, con un énfasis en la formación individual, universitaria, profesional, o de diversión. La sociedad hoy en día busca respuestas inmediatas a sus requerimientos o quieren una solución rápida a sus problemas, todo esto gracias, a que para acceder a la información no hay necesidad de estar en un lugar en específico, o tener solo una computadora, la tecnología e internet mismo han hecho que este acceso sea libre y en tan corto tiempo que hay un gran interés por quien satisface de mejor manera a los usuarios.

La ciberseguridad es una gran prioridad desde la primera década del siglo 21. La subordinación social en los sistemas informáticos y digitales se han venido consolidando

en las últimas décadas. Por esto, el mantener una subordinación provoca vulnerabilidades en los sistemas. Es así que se comprende que este tema tan importante permite resguardar los datos del usuario y garantizar la actividad futura de las herramientas en la web, con el propósito de asegurar la privacidad de los datos, el movimiento seguro de las transacciones y hacer uso de plataformas con la tecnología más avanzada sin miedo a que se vulnere los sistemas. (Patiño, 2021)

MiPymes

Según Valdés y Sánchez (2012) las MiPymes requieren de una planificación bien detallada para dar un paso en los mercados ya sean nacionales o internacionales, tener habilidad empresarial para llevar de mejor forma el negocio y recursos productivos; estas organizaciones crean muchos puestos de trabajo, descentralizan la economía que están en las grandes empresas y hacen que los propietarios siempre estén innovando su negocio para mantenerse de forma competitiva en el mercado.

Al revisar el reglamento ecuatoriano se logra definir a las MiPymes con base en dos requisitos o indicadores, el número de colaboradores y las ventas anuales de la siguiente manera: microempresas: Ingresos menores a \$100.000,00 y entre 1 a 9 trabajadores; pequeña empresa: Ingresos entre \$100.001,00 y \$1'000.000,00 y entre 10 a 49 trabajadores; mediana empresa: Ingresos entre \$1'000.001,00 y \$5'000.000,00 y entre 50 a 199 trabajadores. (Chávez , Campuzano , & Betancourt , 2018)

Las MiPymes conforman la mayoría de las organizaciones que existen en el mercado, actualmente no se le da la visibilidad que necesitan para poder rivalizar con las grandes organizaciones, debido a la falta de capital para llevarlos a cabo, sin embargo, muchas de las veces este tipo de organizaciones tienen productos o servicios que pueden competir directamente con las otras empresas en un mercado donde el equilibrio entre precio y calidad es fundamental para el cliente.

Seguridad informática

Según Vera y Vera (2017) la seguridad informática de la misma forma de cómo se realiza en la seguridad empleada en otros entornos, se intenta disminuir los riesgos relacionados al acceso y uso de varios sistemas de manera no autorizada y con mala intención. El punto principal de la seguridad informática es preservar los recursos tecnológicos más importantes que tienen las organizaciones, como pueden ser la información de sus

clientes, o el hardware o software. Con la adopción de medidas adecuadas la seguridad informática ayuda a conseguir los objetivos de la empresa, conservar los recursos financieros, la imagen de la marca y la situación legal de la misma.

La implementación de un buen sistema de seguridad informática es propicia para las empresas que utilizan aplicaciones móviles como un medio de comercialización de sus productos, porque esto hace que el cliente este tranquilo de que su información personal y su dinero están bien seguros en la aplicación, además de que el acceso a esta contenga varias formas de desbloqueo, como por ejemplo la implementación de contraseñas o reconocimiento de huella dactilar.

Negocios Electrónicos

Según García, Nájera, García y de Pablos Heredero (2016) a los negocios electrónicos se los entiende como el uso de las redes digitales para lograr llevar a cabo los seis objetivos puntuales de una organización que son el incremento de los clientes, el mejoramiento del comercio, el aumento de la agilidad del negocio, el desarrollo de las empresas en el mundo digital donde actualmente están entrando todas las organizaciones que se dedican a la comercialización, la elaboración de nuevos productos y servicios y la evolución de nuevos mercados.

A través de los negocios electrónicos las organizaciones, han podido incrementar su volumen de demanda, además de ser reconocidas como marca, debido a la gran exposición que tienen con las redes digitales, de esta forma han ido evolucionado en conjunto con los negocios electrónicos, siempre con el objetivo de mejorar el servicio al cliente en esta modalidad que para muchas organizaciones ha sido un reto llevarlo a cabo, ya que hace unos años no conocían o no tenían como prioridad este medio.

Aplicación móvil

De acuerdo con Gasca, Camargo y Medina (2014) el tener a disposición tecnologías tan avanzadas, tanto en redes de operadoras como en Smartphone, están haciendo que las personas demanden notablemente nuevos servicios móviles. Los servicios en aplicaciones móviles simbolizan el potencial comunicativo que los creadores ofrecen para los clientes. Estas competencias están totalmente determinadas a través de formalidades y funciones normalizadas, principalmente en la manera de usar la app. El ambiente tecnológico de hoy en día, ubica a los programadores de servicios electrónicos, como la principal forma

de negocios que tomara más fuerza en las generaciones futuras de redes, es ahí el objetivo más importante el de combinar la metodologías y ambientes que contribuyan a la creación de servicios con aplicaciones móviles de alta calidad, enfocándose siempre hacia el éxito de forma atrayente y eficiente.

Ventajas

Según Barquero (2016) hoy en día hay un número bastante grande de aplicaciones móviles disponibles en el mercado, que son creadas con una razón común, la función que cumplen. Fueron diseñadas en respuesta de un requerimiento específico de la población relacionada con comercio, ocio, información, trabajo, creatividad, formación académica, economía, arte, etc. Es muy difícil hacer una clasificación de las apps móviles que están disponibles actualmente. En el diario vivir se hace uso de los smartphones para realizar gran cantidad de actividades que sin duda alguna son ventajas para el ser humano, como hacer llamadas, enviar mensajes, escuchar música, ver televisión, leer un libro, buscar una mejor ruta, encontrar un sitio cercano, aprender con tutoriales, informarse sobre las noticias, para jugar, hacer vida social, encontrar recetas, hacer transacciones financieras, comercializar, etc.

Desventajas

De acuerdo con Isidro y Tamara (2018) el uso y la frecuencia de las aplicaciones móviles es bastante alto, lo que provoca desventajas o cosas negativas en el futuro, debido a que estas herramientas tecnológicas son una parte valiosa dentro de la cotidianidad en la población en general, haciendo que las personas tengan el móvil todo el tiempo cerca y conectado a las diferentes aplicaciones. Esto puede significar una limitante considerable en la vida, ocasionando adicción, impidiendo la realización de otras actividades, dañando relaciones sociales, descuidando la realización personal, académica y profesional del usuario. Incluso el uso excesivo de aplicaciones de redes sociales puede llevar a crear ambientes de control hacia la otra persona. Otra cuestión desfavorable es que algunas características que incluyen las apps reclutan datos personales y otras muestran información sobre ubicación, estado de conexión, número de contacto, dirección, entre otras.

Funcionalidades

Según Villalonga y Marta (2015) las aplicaciones móviles proporcionan una flexibilidad y variedad de las funciones que existen en los dispositivos móviles. Para que una aplicación tenga éxito debe ser sencilla, su utilización y acceso debe ser entendible para el usuario, añadiendo un diseño llamativo, además de la adaptabilidad que tenga la aplicación a las necesidades del cliente, todo esto acoplándolo con las funcionalidades que da la aplicación, hacen que sea implementada en todas las organizaciones.

Las aplicaciones móviles para ser competitivas en la actualidad deben incorporar dentro de su interfaz la mayor cantidad de funciones que permitan al cliente realizar cualquier tipo de actividad de consumo desde su celular, sin embargo también se tiene que priorizar que este tipo de aplicaciones sea sencilla e intuitiva de utilizar, para que mayor cantidad de usuarios la implementen en su día a día, de esta forma las empresas puedan contar con los servicios de esta aplicación por la gran cantidad de clientes que podrían conseguir.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO

3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Tipos de Investigación

En el proyecto integrador el tipo de investigación fue descriptiva según lo expresa Gabriel-Ortega (2017) es aquella que usa la técnica de análisis, se consigue determinar un asunto de investigación o un contexto con circunstancias específicas, marcar sus peculiaridades. De acuerdo con Guevara, Verdesoto, y Castro(2020) se lleva a efecto en el momento en que se quiere detallar, en todos sus elementos más importantes, algo que es un hecho. Además de que el enfoque del proyecto está orientado a plantear un modelo de aplicación móvil y describir los resultados de la investigación.

3.1.2 Nivel de Investigación

El nivel de investigación del presente proyecto fue explicativo porque el objetivo general busca proponer un modelo de aplicación móvil que unifique diferentes funciones de forma segura en beneficio de las organizaciones y los consumidores, y también se detalla las características positivas y negativas de las aplicaciones móviles. Así mismo es descriptivo debido a que se examina un grupo de aplicaciones móviles que ya están en el

mercado, además se desea especificar las funcionalidades y las seguridades que se tienen programadas incorporar en el modelo de la aplicación móvil

3.1.3 Diseño de Investigación

De acuerdo al autor Fernández (2017) el diseño no experimental se lleva a cabo sin modificar intencionalmente las variables, es decir, en la investigación no se hicieron cambios de forma constante en las variables independientes. Aquí se mira el objeto de estudio como se lo encuentre, es decir en su forma natural, para poder analizar de la mejor forma posible. En este diseño no se elaboró una situación, lo que se realiza es la observación de eventos que ya se están realizando en el momento. En el proyecto de investigación se observa y analiza información ya desarrollada, con la intención de crear un modelo unificando funciones, que permitan crear un valor agregado a una aplicación móvil en beneficio de las mipymes.

3.1.4 Metodología de la investigación

La metodología que se utilizó en el presente proyecto es la analítica-sintética según Ramos-Mancheno (2020) ya que es usada en investigación científica para analizar cada uno de los componentes por partes y alcanzar un resultado racional que conduzca a la persona hacia lo que es verdadero o a confirmar lo que se ha conocido. Además, Rodríguez y Pérez (2017) mencionan que fue diseñada para desmontar el todo en fragmentos, comprender los orígenes y, con base en este estudio, ejecutar la asimilación para reedificar y exponer, esto da como resultado nuevos conocimientos. Es por esto que el enfoque del trabajo se basa en analizar las aplicaciones móviles existentes, determinar aquellas cualidades positivas y negativas, para en posterior proponer un modelo de la misma, pero con más funciones y seguridades.

Es decir, se analizó parte por parte todo lo que conforma una aplicación móvil, enfocándose especialmente en sus funcionalidades, para de esta forma identificar cuáles son prioritarias para el usuario, además de indagar sobre las diferentes opciones que brinden seguridad al usuario al momento de otorgar sus datos a la marca o aplicación móvil, con toda esto se sintetizó la información recolectada para elaborar un modelo de aplicación móvil que contenga todas las herramientas necesarias para ingresar al mercado como una buena opción para realizar negocios electrónicos.

La muestra por conveniencia según Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Casana, & Guerrero (2019) se base en la funcionalidad, es decir, se trata de seleccionar consciente e intencionalmente a las personas que serán participes en la investigación, también se emplea cuando la aproximación a los encuestados es factible y por lo práctico que se vuelve al tener individuos con deliberada participación. Hernández-Ávila (2019) menciona que la principal peculiaridad es buscar con mucho afán muestras específicas de forma cualitativa, esto es, que obedecen con singularidades de interés del indagador. En el presente trabajo se encuestó a un total de 30 participantes entre micro, pequeñas y medianas empresas lo que facilitó la recopilación de datos veraces.

3.2 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Según Sánchez & Murillo (2021) la recolección de datos se realiza a través de la utilización de instrumentos diseñados en la metodología, usando varios métodos como lo son: la entrevista, la observación, la encuesta, los test, los cuestionarios, la recopilación de documentos, entre otros, además los autores manifiestan que para el investigador, estos instrumentos para la elaboración de las investigaciones sirven para examinar y verificar los hechos históricos, ya que son las fuentes primarias o en todo caso secundarias.

En este caso, de la amplia variedad de instrumentos de recolección de datos, se seleccionó la encuesta, donde también Sánchez & Murillo (2021) mencionan que el método de encuesta es conveniente para analizar cualquier hecho o característica que la gente esté dispuesta a comunicar. Su uso se puede realizar en varios enfoques, como lo son la investigación descriptiva, comparativa y evaluativa. Por lo tanto, la encuesta brinda los recursos necesarios para poder responder a los objetivos planteados con antelación en la investigación, para de esta forma ir dando respuesta y elaborando el modelo de aplicación móvil que se planteó al comienzo de la investigación.

Para este cuestionario se emplea preguntas donde solo se puede escoger una opción de respuesta, entre la estructura incluyen interrogantes dicotómicas, Salinas, Kleeberg, Cieza, Castillo, y Rojas (2019) comenta que es aquella que ofrece al encuestado solamente dos alternativas para seleccionar, que con frecuencia es si o no; también de opción múltiple donde, Müller (2020) menciona que son aquellas que tienen diversas elecciones o ítems de contestación única, es decir tienen más de dos disyuntivas; y de escala tipo likert, el cual es un instrumento de medición de hechos psíquicos donde el receptor o participante debe señalar su desacuerdo o acuerdo sobre una hipótesis, lo que

se lleva en efecto por medio de una escala de calificaciones sumadas que pueden ir de 1 a 5 (Matas, 2018)

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 1

Nivel de experiencia con aplicaciones móviles

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Poco satisfactorio | 2 | 7,7 | 7,7 | 7,7 |
| | Indiferente | 3 | 11,5 | 11,5 | 19,2 |
| | Satisfactorio | 16 | 61,5 | 61,5 | 80,8 |
| | Muy satisfactorio | 5 | 19,2 | 19,2 | 100,0 |
| | Total | 26 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 1

Aceptación de aplicación móvil con convenios con las principales entidades financieras

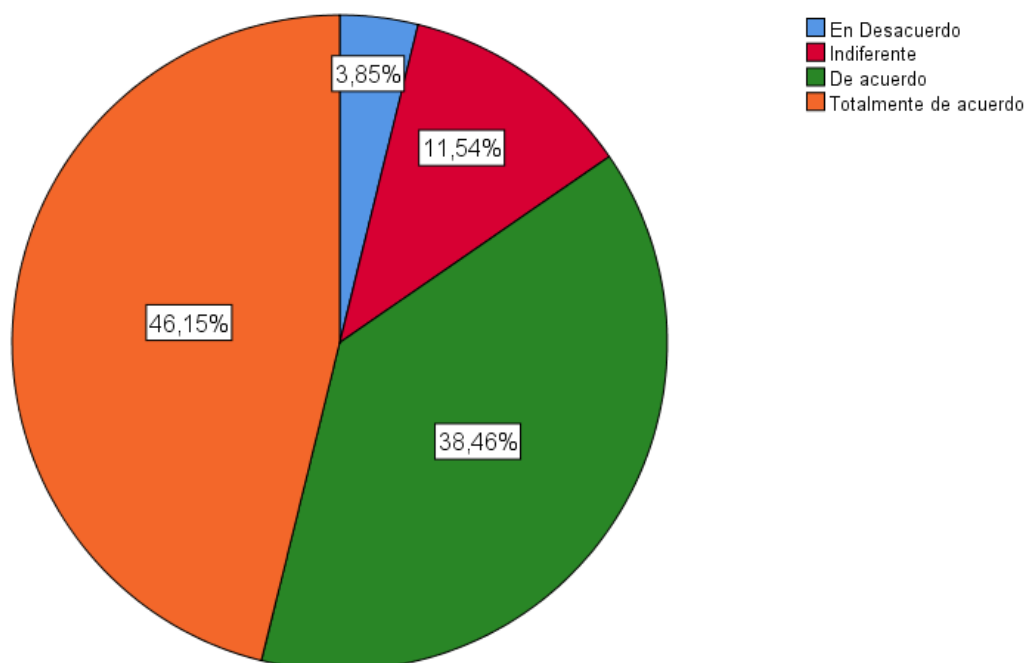


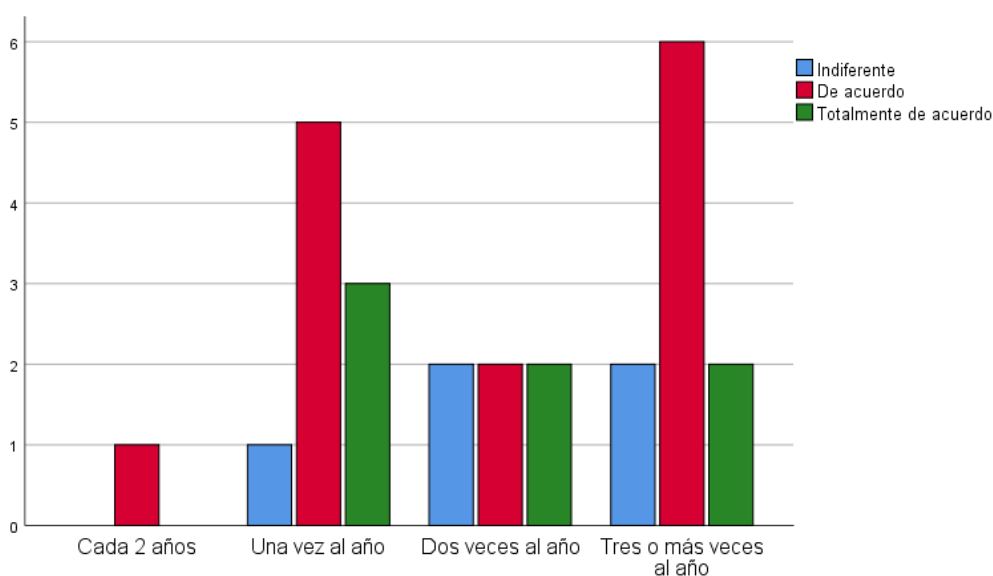
Tabla 2

Aplicaciones móviles usadas con mayor frecuencia

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Banca Móvil | 14 | 53,8 | 53,8 | 53,8 |
| | Delivery | 2 | 7,7 | 7,7 | 61,5 |
| | Buscadores | 2 | 7,7 | 7,7 | 69,2 |
| | Redes sociales | 7 | 26,9 | 26,9 | 96,2 |
| | Comercio | 1 | 3,8 | 3,8 | 100,0 |
| | Total | 26 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 2

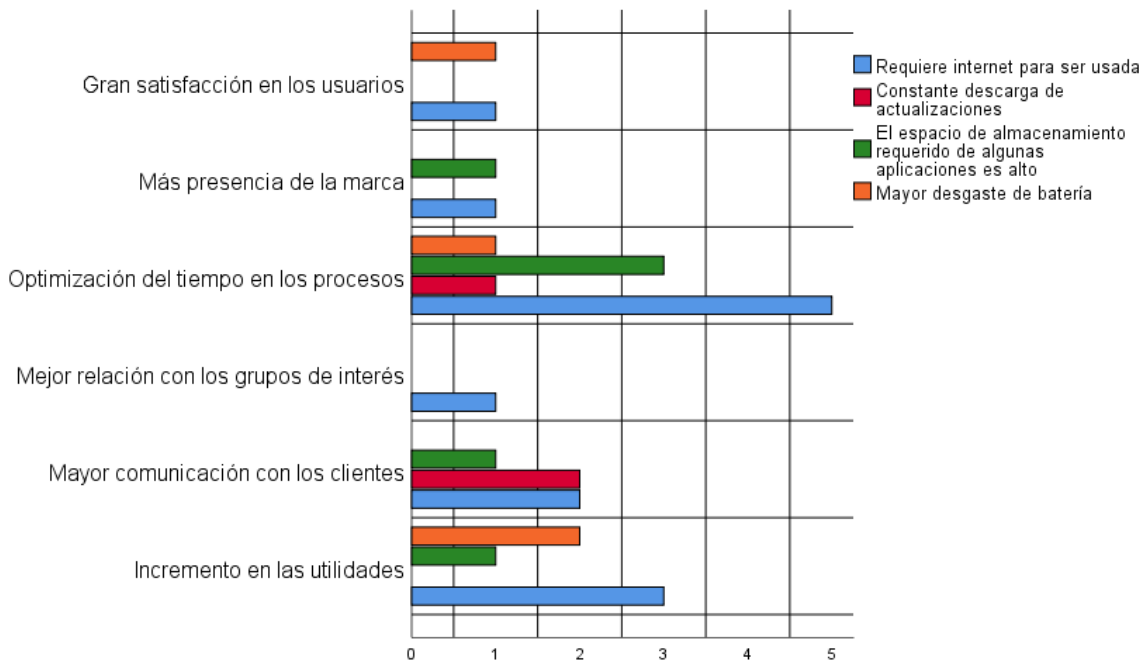
Tiempo de actualización de una aplicación, fácil uso de aplicaciones móviles



En la figura 2, la descarga de actualizaciones es en ocasiones molesto para algunas personas, por razones de almacenamiento interno, tiempo en ejecución, resultados inciertos etc., sin embargo, cuando se trata de la interfaz o de que la experiencia en el uso de las aplicaciones sea cada vez mayor, entonces no hay excusas para aceptar cuantas veces sea preciso renovaciones o modificaciones en estas. Según el grafico se constata que cuanto más actualizadas están las aplicaciones, más intuitivas pueden llegar a ser, por otro lado, los encuestados han opinado que es mejor tener varias actualizaciones anuales, para que se resuelva todos los errores o defectos que puedan tener o surgir en el manejo de las apps, de esta forma el uso de estas será con mayor frecuencia y sobre todo los usuarios estarán encantados con el servicio y los beneficios.

Figura 3

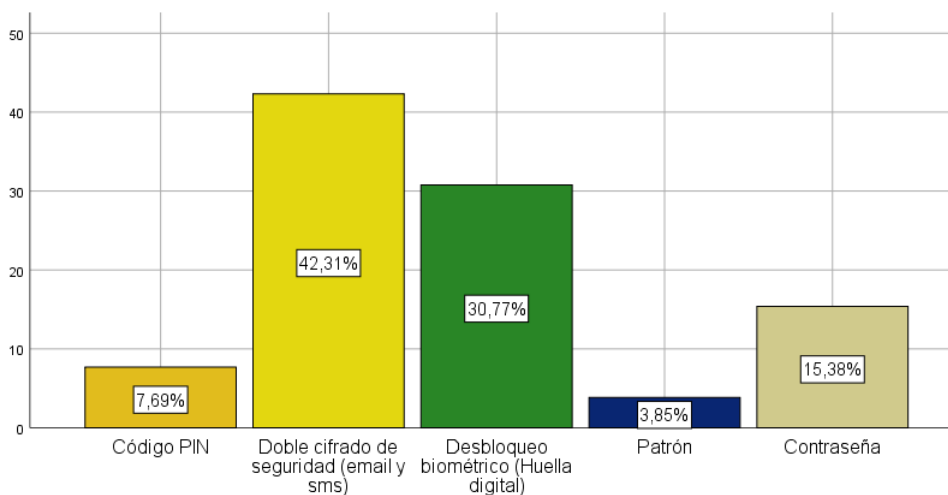
Ventajas y desventajas de aplicaciones móviles relacionadas a negocios electrónicos en las mipymes



Cuando se trata de relacionar el costo\beneficio es fundamental analizar las variables que participan, se observa en la figura 3 que en este caso para los empresarios es algo negativo que las aplicaciones necesiten de internet para funcionar, pero al mismo tiempo están de acuerdo de que una de las grandes ventajas de estas, es que al momento de hacer cualquier tipo de actividad usando la tecnología móvil o servicios digitales, el tiempo a usar se reducirá drásticamente, lo que implica mayores resultados en menos tiempo. Por lo tanto, es conveniente invertir en redes inalámbricas, hacer uso de ellas o incluso contratar paquetes de datos, con la finalidad de usar las diferentes apps que requiere para que los procesos en cualquier ámbito de la vida sean más eficientes y eficaces empezando por el factor tiempo.

Figura 4

Alternativas de seguridad más importantes en las aplicaciones móviles



4.2 CONTRASTACIÓN TEÓRICA DE RESULTADOS

Las aplicaciones móviles son usadas como fuentes para comunicarse directamente con el consumidor, con esa persona que realmente se identifica con la marca y por lo tanto descarga sus aplicaciones para usarlas en su día a día, tal como lo mencionan (Vallejo & Rizzo, 2021) que las aplicaciones son herramientas útiles para tener en contacto a los usuarios con las organizaciones, esto debido a la gran cantidad de personas que tienen dispositivos móviles, por esto las empresas que crean aplicaciones deben configurarlas de tal forma que optimicen el tiempo en las actividades del día a día de las personas.

También Vallejo & Rizzo (2021) afirman que se debe evitar el uso de interfaces saturadas, con excesivo texto, acciones repetidas, y vulnerabilidades de seguridad; esto tiene mucha concordancia con los resultados que se obtuvo en la presente investigación donde se menciona que las aplicaciones son de fácil uso, ya que los interfaz son intuitivos y cada vez, las empresas buscan eso, para captar más usuarios y la satisfacción de los mismos sea mayor progresivamente.

Las diferentes funcionalidades que tienen mayor aceptación, son aquellas que aportan y simplifican la vida a los usuarios, como lo son: la banca móvil y las redes sociales; si bien estas dos son las más utilizadas, se puede ver un crecimiento global en el uso de aplicaciones para la compra de productos; esto tiene relación con lo que mencionan Barzallo, et.al. (2021) donde afirman que el comercio electrónico tiene una gran variedad de formas para implementarse como lo son; sitios web, redes sociales, páginas de tiendas digitales y otros sitios basados en e-commerce, esto podría significar que las empresas

enfocan sus recursos hacia donde está el tráfico de consumidores digitales; por lo que, una aplicación móvil debe contar con todas las características que necesita el consumidor, ya que en un solo lugar va a encontrar todo lo que necesita en compra y venta de productos y servicios.

La aplicación móvil tiene como función principal el comercio, que permitirá a las MiPymes poder ingresar a un mercado competitivo con otras empresas y tener la capacidad de llegar a más usuarios que si se lo realiza por otros medios, esto lo dice Medina & Gomez (2010) afirmando que ofrece a los usuarios de celular una alternativa novedosa para hacer compras en cual momento sin importar la ubicación y la movilidad del consumidor, mejorando de esta forma la calidad de vida.

4.3 VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD: DIMENSIONES TÉCNICA-ECONÓMICA-SOCIAL-AMBIENTAL

4.3.1 Dimensión Técnica

Para Romero, Hidalgo & Correa (2018) la dimensión técnica lo determina como la manera de establecer la forma de fabricar y despachar algún producto o servicio, usando máquinas, equipos, talento humano, tecnología, materia prima y servicios requeridos. La investigación no requiere el desarrollo de la aplicación, ya que la investigación va enfocada en la realización de un modelo de aplicación móvil, ya que se puntualizó en las funcionalidades y seguridad que debe tener una aplicación que satisfaga las necesidades del consumidor en una época donde los negocios electrónicos han ganado el terreno en el comercio.

4.3.2 Dimensión Económica

De acuerdo con Gómez (2018) esta dimensión muestra qué tan conveniente es el desarrollo de un proyecto, lo cual demanda criterios complejos de evaluación, con la finalidad de elegir las oportunidades de inversión que sean más rentables. La aplicación móvil como tal, es un proyecto que varía su precio de ejecución, dependiendo de cómo se lo implemente, el modelo de aplicación móvil está diseñado de forma que pueda ser un proyecto grande o también, pueda ser implementada individualmente por cada organización.

4.3.3 Dimensión Social

Gómez (2018) menciona que los impactos sociales son consecuencia de llevar a cabo un proyecto o no realizarlo, la cual es experimentada por un sujeto, grupo social o una unidad económica. También mencionan que los proyectos deben tener una amplia comprensión de la relación que debe existir entre la sociedad y la empresa, donde hay un constante intercambio de recursos, esta relación es dinámica. Con este proyecto, podrán visualizar desde la aplicación cualquier producto que desee adquirir sin la necesidad de salir de su hogar, de esta forma saber dónde está disponible el producto, lo cual ahorra el tiempo y dinero al consumidor, además de contar con la seguridad conveniente para evitar el robo de datos, que haga peligrar su dinero en la aplicación.

4.3.4 Dimensión Ambiental

Gómez (2018) comenta que la dimensión ambiental es un punto primordial en todo proyecto, por lo cual al momento de realizar uno toca identificar los impactos ambientales producidos por la acción del proyecto, además se debe proponer medidas que mitiguen y compensen los impactos negativos, Este protocolo se tiene que realizar con un análisis de la eficiencia económica-ambiental. La realización de la aplicación móvil no tendrá un impacto negativo en el medio ambiente, ya que el proceso de elaboración al momento de realizarlo es a través de programación, lo cual no implica implementar objetos físicos que malogren el medio ambiente.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Las aplicaciones móviles han sido una opción en la innovación tecnológica de las mipymes, su uso ha permitido a estas empresas llegar a un mercado más amplio y obtener mayores ganancias, la función principal que buscan tanto las empresas como los usuarios son apps que contengan banca móvil para realizar sus transacciones en cualquier momento, lo cual viene en relación con el comercio electrónico, que permitió crear un mercado digital donde se pudieron incorporar otras funciones como lo son: deliverys, mapas, gestores de búsqueda avanzada, lo que permite al usuario encontrar en una sola aplicación todas la funcionalidades que necesite para su uso personal y comercial.

Tener una buena seguridad en las aplicaciones móviles hace que el usuario prefiera interactuar con ellas, antes que con la competencia, que no invierte en métodos confiables que el mercado actual necesita dentro de las apps; entre las diferentes opciones seguridad que se escogieron y resaltaron por su eficacia al momento de prevenir robos de información personal o bancaria, es el doble cifrado (email y sms), que se utilizó al momento de realizar comercio electrónico, además de implementar otra opción como la huella digital para el inicio de sesión principalmente y contraseña para aquellos dispositivos sin este tipo de tecnologías.

En la actualidad existe una gran variedad de aplicaciones de e-commerce, sin embargo no todas tienen una interfaz de fácil uso, y otras tampoco resuelven los inconvenientes con rapidez, por este motivo una de las opciones que las personas requieren con mayor énfasis es que, sus actualizaciones sean constantes, mientras más veces en el año mucho mejor, para que de esta forma se evite la saturación de las actividades dentro de la plataforma, se eliminen los errores o fallos en algún punto de la programación, se minimice el riesgo de desconfiguración, se implementen más opciones y gadgets que ayuden en el manejo interno de la misma, y se añadan nuevos servicios.

Las mipymes procuran tener objetivos empresariales relacionados a la solución de los problemas de la sociedad, en el menor tiempo posible, y de forma eficaz, aunque esto implique inversión para implementar las estrategias, como la creación de apps que aunque para el uso de las mismas, estas requieran de internet, se determinó que esto puede ser compensado, con la satisfacción de los clientes al momento de optimizar los procesos y tiempos en sus actividades comunes, más aún si se relaciona con la compra y venta de productos, la rapidez con la que se efectúa es oportuna, por el hecho de estar en cualquier lugar u horario, no existe barrera que impida hacer comercio digital.

5.2 RECOMENDACIONES

Al momento de elaborar una aplicación móvil hay que priorizar que esta cuente como función principal la banca móvil, porque es un servicio que permite tanto al usuario como a la empresa facilitar el método de pago, además de que puede incorporar a esta función promociones o beneficios al cliente que hagan que se fidelice con su marca.

En el aspecto de seguridad, se ha identificado al cifrado doble como opción primordial dentro de una app para salvaguardar la información personal y bancaria de los usuarios al momento de realizar una compra, y también el uso de huella digital y

contraseña al momento de iniciar sesión, con esto el usuario se asegura de que el servicio que recibe es de calidad.

La respuesta y ayuda que ofrecen las apps en el apartado de soporte y servicio al cliente, es regularmente tardío, por esto es fundamental que dentro de las opciones con las que interactúa el usuario, exista un medio de comunicación rápido y configurado con el personal encargado de las actualizaciones, de tal forma que cuando se presente algún error, reclamo, pregunta, o sugerencia, esta sea atendida y resuelta en el menor tiempo posible.

Las empresas que todavía están ofreciendo sus productos y servicios usando el comercio tradicional, deberían innovarse y ponerse a la altura de los cambios tecnológicos y las exigencias del mercado, en esta era cada día más digital. Una de las opciones como ventajas competitivas es crear aplicaciones móviles que faciliten la vida de las personas que las utilizan, además de ayudar económicamente a quien le pertenece.

REFERENCIAS

- Alcocer, A., & Olmedo, G. (2016). Diseño e Implementación de una Plataforma Automatizada de Gestión de Transacciones P2P con dinero electrónico. *Enfoque UTE*, 7(1), 75-90. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/enfoqueute/v7n1/1390-6542-enfoqueute-7-01-00075.pdf>
- Alonso-Arévalo, J., & Mirón-Canelo, J. (2017). Aplicaciones móviles en salud: potencial, normativa de seguridad y regulación. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 18(3), 1-13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3776/377653383005.pdf>
- Andrade, L. (2007). Del tema al objeto de investigación en la propuesta epistemológica de Hugo Zemelman. *Cinta de Moebio*(30), 262-282. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/101/10103003.pdf>
- Arias Gonzáles, J., Covinos Gallardo, M., & Cáceres Chávez, M. (2020). Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacional en trabajos de investigación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 237-247. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.73
- Barquero, M. (2016). Las apps como nuevo soporte de interacción entre la entidad universitaria y sus stakeholders. *Opción*, 32(11), 15-33. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048902002>
- Barzallo, N., Bustamante, J., & Mora, N. (2021). La administración gerencial y su influencia al adoptar el comercio electrónico en las PYMES. *Digital Publisher*, 295-307. Obtenido de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/698/787
- Bauce, G. (2007). El problema de investigación. *Facultad de Medicina*, 30(2). Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-04692007000200003

- Bohórquez, , D., & Orlando , G. (2017). Implementación de aplicaciones móviles para la gestión de la investigación a partir de información bibliométrica. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 158 - 168.
doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6244957>
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Casana, K., & Guerrero, M. (2019). *Metodología para la investigación holística*. Guayaquil: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/3893>
- Chávez , G., Campuzano , J., & Betancourt , V. (2018). Las micro, pequeñas y medianas empresas. Clasificación para su estudio en la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Machala. *Conrado*, 14, 247-255. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000500247&lng=es&tlng=es.
- Cruz, F., Herrera, A., Tapia, P., & Arango, A. (2018). Diseño de una aplicación móvil para la interpretación de gases arterio-venosos. *Archivos de Medicina*, 18(1), 24-33.
doi:<https://doi.org/10.30554/archmed.18.1.2583.2018>
- Diaz, R. M. (2005). Metodologia para la confeccion de un proyecto de investigacion. *Hematol Inmunol Hemeter*, 21(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892005000200007
- Fernández , L. (2017). Diseño, construcción y validación de una escala para medir el cyberbullying en un ambiente laboral. *Forum Empresarial*, 22(2), 59-84. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/631/63154910004/html/>
- Freire, E. E. (2018). El Problema de Investigacion. *Conrado*, 22-32. Obtenido de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/808/816>
- Gabriel-Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3613/361353711008.pdf>
- Garcia, M., Najera, J., Garcia, S., & de Pablos Heredero, C. (2016). Evolucion del negocio electronico: un analisis bibliometrico de su adopcion. *Interciencia*, 41(3), 148-153. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/339/33944256002.pdf>
- Gasca , M., Camargo, L., & Medina , B. (2014). Metodología para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Tecnura*, 18(40), 20-35. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=257030546003>
- Gómez , C. (2018). Los proyectos y sus dimensiones: una aproximación conceptual. *Contexto*, 7, 57-64. Obtenido de <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/885>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>
- Hernández-Ávila, C. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica Del Instituto Nacional De Salud*, 2(1), 75–79. doi:<https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>

- Isidro, A., & Tamara, M. (2018). Redes sociales y aplicaciones de móvil uso, abuso y adicción. *INFAD. Revista de Psicología*, 4(1), 203-212. doi:<https://doi.org/10.17060/ijodaep.2018.n1.v4.1295>
- León, L. (2019). La intención emprendedora del comercio informal de la Economía Popular y Solidaria. *Fides Et Ratio*, 18(18), 215-238. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2019000200012&lng=pt&nrm=iso
- Lopez, D., Fraga, V., Rosas, M., Castro, G., & Thompson, M. (2013). Como redactar proyectos de investigacion. *Especialidades Medico-Quirurgicas*, 18(4), 331-338. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/473/47329250009.pdf>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *La Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38-47. doi:<https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Medina, B., & Gomez, J. (2010). Gestor de contenido para comercio movil. *Gerencia Tecnológica Informatica*, 9(25). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/283302671_GESTOR_DE_CONTENTIDOS_PARA_COMERCIO_MOVIL
- Montenegro, A., Medina, P., Calvache, C., Ballesteros, L., & Moreno, T. (2019). Modelo para el montaje de tienda virtual. *Espacios*, 40(7), 22. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p22.pdf>
- Montes del Castillo, Á., & Montes Martínez, A. (2014). Guía para proyectos de investigación. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 91-126. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4761/476147260005.pdf>
- Müller, D. (2020). Cómo generar y configurar cuestionarios en la plataforma Moodle. *Universidad Nacional del Litoral*, 1-26. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/340655371>
- Otero Iglesias, J., Barrios Osuna, I., & Prieto Márquez, G. (2006). El objetivo en el contexto de la dirección estratégica, el proceso docente y la investigación científica. *Revista Cubana de Salud Pública*, 32(3). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/214/21420864014.pdf>
- Patiño, G. (2021). Una comparativa de los esquemas de ciberseguridad en China y Estados Unidos. *Oasis*(34), 107 - 126. doi:<https://doi.org/10.18601/16577558.n34.07>
- Pinto, E. P. (2018). La construcción del problema de investigación y su discurso. *ORBIS*, 135-153. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70930908>
- Punin, I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Comunicar*, XXI(42), 199-207. doi:<http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-20>
- Ramos-Mancheno, A. (2020). Dermatofitosis en niños, sus complicaciones en la salud y tratamientos. *Polo del conocimiento*, 1. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2035/html>
- Redondo, R. d. (2010). *Negocio electrónico*. Madrid. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=394641>

- Rodríguez , A., & Pérez , A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Escuela De Administración De Negocios*(82), 175–195. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rodriguez, J. A. (2010). El objeto de estudio como sustento esencial de la investigacion en comunicacion. *Pangea*(6), 108-123. Obtenido de <https://revistapangea.org/index.php/revista/article/view/14/14>
- Romero , O., Hidalgo, A., & Correa, H. (2018). *Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*. Machala: UTMACH. Obtenido de <https://docplayer.es/124635844-Plan-de-negocios-un-enfoque-practico-en-el-sector-comercio.html>
- Sabaj Meruane, O., & Landea Balin,, D. (2012). Descripción de las formas de justificación de los objetivos en artículos de investigación en español de 6 areas científicas . *Onomázein*(25), 315-344. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1345/134524361015.pdf>
- Salinas, P., Kleeberg, F., Cieza, G., Castillo, C., & Rojas, E. (2019). *Manual de información y herramientas estadísticas aplicadas a la investigación de mercado* . Lima: Fondo Editorial . Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12724/9272>
- Sánchez, A., & Murillo, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la historia*, 9(2), 147-181. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6557/655768525006/655768525006.pdf>
- Silva, R. (2009). BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. *PERSPECTIVAS*(24), 151-164. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160008.pdf>
- Valdes, J., & Sanchez, G. (2012). Las MiPymes en el contexto mundial: sus particularidades en Mexico. *Iberoforum*, VII(14), 126-156. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>
- Vallejo, E., & Rizzo, R. (2021). Las aplicaciones como medio de contacto entre el usuario y las organizaciones. *E- IDEA*(3), 46-57. Obtenido de <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/esci/article/view/179/292>
- Vargas, A. I. (2005). Guía para elaborar una propuesta de investigacion. *Educacion*, 29(2), 67-97. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44029206.pdf>
- Vera, V., & Vera, J. (2017). Seguridad informatica organizacional: un modelo de simulacion basado en dinamica de sistemas. *Scientia Et Technica*, 22(2), 193-197. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103011.pdf>
- Villalonga, C., & Marta, C. (2015). Modelo de integracion educomunicativa de apps moviles para la enseñanza y aprendizaje. *Pixel-Bit*(46), 137-153. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/368/36832959014.pdf>

ANEXOS

Encuesta

Bienvenido(a) es un honor tenerlo(a) aquí, sea libre de responder con toda sinceridad y reiteramos nuestro agradecimiento.

1- ¿Ha utilizado aplicaciones móviles?

Si

No (termina)

2- ¿Le gustaría utilizar aplicaciones móviles para la compra de productos?

Si

No (termina)

3- ¿Qué tal ha sido su experiencia con aplicaciones móviles?

No satisfactorio

Poco Satisfactorio

Indiferente

satisfactorio

Muy satisfactorio

4- ¿Le gustaría que la aplicación móvil tenga convenios con las principales entidades financieras para hacer transacciones?

Totalmente en desacuerdo

En Desacuerdo

Indiferente

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

5- ¿Qué tipos de aplicaciones móviles utiliza con mayor frecuencia?

Banca Móvil

Delivery

Buscadores

Redes sociales

Comercio

Otra (Cual) _____

6- ¿De acuerdo a su criterio, cada qué tiempo debería actualizarse una aplicación?

Cada 2 años

1 vez al año

2 veces al año

3 o más veces al año

7- La mayoría de las aplicaciones móviles actuales son intuitivas

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Indiferente

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

8- Considera usted que Las mipymes que mantienen negocios electrónicos mediante aplicaciones móviles han logrado lo siguiente:

Incremento en las utilidades

Mayor comunicación con los clientes

Mejor relación con los grupos de interés

Optimización del tiempo en los procesos

Más presencia de la marca

Gran satisfacción en los usuarios

Otra(Cual)_____

9- Usted cree que las aplicaciones móviles presentan alguna de las siguientes desventajas:

Requiere internet para ser usada

Acceso limitado a herramientas por dimensiones de la pantalla

Constante descarga de actualizaciones

El espacio de almacenamiento requerido de algunas aplicaciones es alto

Mayor desgaste de batería

Otra (Cual)_____

10- Considera que en la mayoría de las aplicaciones móviles se le brinda la seguridad al usuario.?

Totalmente en desacuerdo

En Desacuerdo

Indiferente

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

11- Del siguiente listado cual considera usted que son las alternativas de seguridad más importantes que deben contener las aplicaciones móviles.?

Código PIN

Doble cifrado de seguridad (email y sms)

Desbloqueo biométrico (Huella digital)

Patrón

Contraseña

Otro (Cual)_____