



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4.2467>

Ciencias de la educación

Artículo de revisión

Implementación del servicio a domicilio mediante una APP en la librería y papelería “La Estación del Libro” ubicada en la ciudad de Cuenca

Implementation of the home delivery service through an APP in the bookstore and stationery "La Estación del Libro" located in the city of Cuenca

Implementação do serviço de entrega ao domicílio através de APP na livraria e papeleria "La Estación del Libro" situada na cidade de Cuenca

Silvia Valeria Abad-Barros ^I
silvia.abad.83@est.ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7958-4683>

Jorge Edwin Ormaza-Andrade ^{II}
jormaza@ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5449-1042>

Correspondencia: silvia.abad.83@est.ucacue.edu.ec

***Recibido:** 12 de octubre de 2021 ***Aceptado:** 20 de noviembre de 2021 *** Publicado:** 28 de diciembre de 2021

- I. Estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con Mención en Dirección y Gestión de Proyectos. Unidad Académica de Posgrado, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- II. Docente de la Maestría en Administración de Empresas con Mención en Dirección y Gestión de Proyectos, Unidad Académica de Posgrado, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

Resumen

Hoy en día el mercado de aplicaciones móviles se está expandiendo a ritmos cambiantes y vertiginosos a medida que la sociedad depende cada vez más de los smartphones y la tecnología digital. Para evidenciar los beneficios y la viabilidad que puede brindar la creación de una app para la librería la Estación del Libro, se realiza un estudio previo que consolide de manera clara y fundamentada la posibilidad de la inversión; como objetivo de la investigación se plantea diseñar una aplicación móvil que realice compras y pagos online; dado que las apps móviles se han posicionado como una de las herramientas más eficaces para las empresas especialmente en el campo de e-commerce. El documento investigativo fue de tipo descriptivo, con enfoque mixto. Los resultados dan cuenta que los consumidores consideran importante plasmar la idea que las librerías dispongan de una APP para generar procesos de compra y venta en línea.

Palabras clave: Proyecto; inversión; aplicación móvil; servicio; librería.

Abstract

Today the mobile application market is expanding at fast and changing rates as society increasingly relies on smartphones and digital technology. To demonstrate the benefits and viability that the creation of an app for the La Estación del Libro bookstore can provide, a preliminary study is carried out that clearly and substantiated the possibility of investment; The objective of the research is to design a mobile application that makes purchases and payments online; since mobile apps have positioned themselves as one of the most effective tools for companies, especially in the field of e-commerce. The investigative document was descriptive, with a mixed approach. The results show that consumers consider it important to capture the idea that bookstores have an app to generate online buying and selling processes.

Keywords: Project; investment; mobile application; service; bookshop.

Resumo

Hoje, o mercado de aplicativos móveis está se expandindo a taxas rápidas e variáveis, à medida que a sociedade depende cada vez mais dos smartphones e da tecnologia digital. Para demonstrar os benefícios e a viabilidade que pode proporcionar a criação de um aplicativo para a livraria La Estación del Libro, é realizado um estudo preliminar que fundamenta de forma clara e

fundamentada a possibilidade de investimento; O objetivo da pesquisa é projetar um aplicativo móvel que faça compras e pagamentos online; uma vez que os aplicativos móveis têm se posicionado como uma das ferramentas mais eficazes para as empresas, principalmente na área de e-commerce. O documento investigativo foi descritivo, com abordagem mista. Os resultados mostram que os consumidores consideram importante capturar a ideia de que as livrarias possuem um APP para gerar processos de compra e venda online.

Palavras-chave: Projeto; investimento; aplicativo móvel; serviço; livraria.

Introducción

A principios del 2020 nadie se esperaba el verdadero impacto que tendría el Covid-19 y cómo afectaría a diversos aspectos de la sociedad en su conjunto y en su entorno empresarial, en particular en un contexto incierto, complejo y ambiguo como en el que se vive en la actualidad; que obliga a reconsiderar continuamente rutinas para sobrevivir, llevando a una situación económica crítica en los países subdesarrollados, muchos negocios o empresas se vieron afectados en su operatividad, por lo que llegaron a reducir su personal y hasta a cerrar sus operaciones.

Asimismo, las propensiones de acceso a la información de Internet desde un móvil, han reformado el presente entorno en el uso de los dispositivos. El factor más importante de esta transformación son las aplicaciones móviles (App) que se convierten en innovadores aspectos tecnológicos donde se puede acceder a de contenidos desde teléfonos inteligentes y tabletas. Los usuarios de la información deben comprender la evolución de los conceptos smart, enlace de datos y conectividad de personas a través de terminales móviles para desarrollar los servicios de información. En este sentido, una App contribuye a la obtención de los fundamentales datos sobre este crecimiento y su preeminencia en el mercado y establece cómo se debe abordar una App mediante dispositivos móviles y pone en valor los criterios de éxito para el desarrollo de una App enfocada a la prestación de un servicio y venta.

En el ámbito empresarial se observó como las grandes empresas cambiaron sus estrategias, y trataron de buscar nuevas alternativas de ventas, para llegar al consumidor final, dando como resultado una solvencia económica durante este cese de actividades, esto se dio por su buen manejo de liquidez, efectivo y capacidad de endeudamiento, así también se pudo evidenciar que las

pequeñas empresas son más vulnerables, por varias razones tales como: la falta de acceso a préstamos, la inactividad, deficiencia en el sistema financiero en su efectivo o liquidez.

Por otro lado, la pandemia brindó oportunidades para que algunas empresas caminen hacia una responsabilidad social empresarial, en este marco las empresas deben aprovechar toda oportunidad de trabajo para salir adelante, siendo las empresas mejores clientes para sus proveedores y redefiniendo el propósito de cada uno de las mismas.

De igual manera, el impacto que tuvieron las empresas que comenzaron a vender vía online, por diferentes canales tales como Facebook, WhatsApp, Instagram, que indican que el *e-commerce* en el país creció el 300 % este año en comparación con el 2019 en el Ecuador. (Loza, 2020).

En efecto (Cebrián Herreros, 2009) menciona que la utilización de instrumentos móviles o aplicaciones informáticas que pueden trabajar desde teléfonos celulares (App), es una realidad presente en los actuales momentos y forma parte del dinamismo del entorno donde se desenvuelven las organizaciones; además de estar presente en los procesos de enseñanza aprendizaje e investigación y por supuesto de manera específica en la gestión de información. Lo mencionado causa especial beneficio con relación a la necesidad y oportunidad de gestionar la información dando respuesta al creciente interés por la rapidez en el acceso a los datos en tiempo real.

Por tal razón, la librería estación del libro objeto de estudio tiene como propósito crear una App que permita llegar a más consumidores de distintos lugares donde se pueda verificar todos los servicios que dispone la misma, de una manera más eficiente rápida y concisa, con una aplicación hecha con un sistema Android la cual sea dinámica de fácil manejo y accesos a los usuarios.

Por otra parte, es necesario destacar, que de acuerdo al último censo realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la población de la ciudad de Cuenca era de 603.269 habitantes, con un crecimiento del 15%, por lo cual se estima que a la fecha la población sería de 636.996 habitantes. De los cuales 446.077 es la población económicamente activa, así mismo el estudio manifiesta que el usuario promedio pasa alrededor de 5 horas diarias en su teléfono y más de la mitad de este tiempo lo dedica a las apps. (Flurry Analytics, 2020)

De manera paralela el crecimiento de las redes la evolución de la tecnología conlleva a posesionarse como una de las herramientas más eficaces en las empresas, especialmente en el campo de *e-commerce* dichas aplicaciones facilitan y promueven la interconectividad y mejora la experiencia en la adquisición de productos o servicios.

Según (Andrews, 2002) el comercio electrónico se refiere a las actividades de negocios que involucran clientes, productores, proveedores de servicios e intermediarios usando redes de computadoras tales como la Internet.

La implementación de la app en la librería la estación del libro será una estrategia para innovar y mejorar el servicio y con ello la fidelización de los clientes, llegando a posesionar nuestra marca en distintos lugares.

En este sentido, se formuló como objetivo de la investigación diseñar una aplicación móvil, que permita realizar compras y pagos en la librería la estación del libro, de igual manera integrar en una sola aplicación todos los beneficios que brinda la misma.

Referencial teórico

Una mirada de las principales teorías de un proyecto de inversión

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema la cual tiende a resolver una necesidad humana (Baca, 2010). En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones, tecnología y metodología, con enfoques diferentes pero todas ellas con un solo propósito de satisfacer las necesidades del consumidor.

Desde un punto de vista cotidiano, un proyecto está asociado a una idea, a una oportunidad, a una inversión que debe ser desarrollada en un contexto de emprendimiento y riesgo. Esto significa que la noción de proyectos es el desarrollo de una serie de actividades planificadas que propenden a la óptima utilización de los recursos en procura de lograr un objetivo. (Terrazas Pastor, 2009).

Según (Hernandez H. A., 2005) un proyecto de Inversión es el conjunto de planes detallados, que tienen por objetivo aumentar la productividad de la empresa, para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de los fondos en un plazo razonable.

Por lo manifestado, se entiende que los proyectos de inversión son una serie de planes que se ejecutan para obtener resultados eficaces de alguna actividad propuesta.

Con la elaboración del proyecto de inversión, el emprendedor va ordenando sus ideas para transformarlas en algo real. En lugar de suceder todo en la mente del empresario, los detalles, las ideas y los números empiezan a tomar forma tangible en un documento escrito. (Flórez, 2017).

Con la evaluación de proyectos de inversión se determina si es rentable o no un proyecto, esto sirve para la toma de decisión, pero hay que tener presente que no es la única opción, se debe verificar también las estrategias de mercado.

En este sentido, (Angulo, 2014) manifiesta que la gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con los requisitos del mismo.

Importancia en la gestión de proyectos

La gestión de proyectos apunta a la consideración de herramientas de tipo gerencial, las cuales deben ser enfocadas para que la empresa u organización sea capaz de desarrollar un conjunto de habilidades tanto a nivel individual como de trabajo en equipo. (Terraza Pastor, 2009).

La gestión de proyectos consiste en comprometer las actividades necesarias para llevar a cabo el proyecto en su finalización teniendo como objetivo los siguientes pasos: Alcanzar el objetivo del proyecto en el plazo fijado dentro de los límites del presupuesto y con las normas de calidad asociadas

La gestión de proyectos también es un factor que direcciona y compone procesos de planear, atraer, estimular, organizar el talento, gestionar los recursos con el objetivo de realizar todo el trabajo necesario para el desarrollo de un proyecto y cumplir con el alcance dentro del tiempo asignado. Todo esto requiere guiar talentos, evaluar y ajustar consecutivamente las acciones necesarias (Moncada, 2018).

Ahora bien, las ventajas de la gestión de proyectos combinadas con la transformación dentro de una empresa, los beneficios que pueden traer son innumerables. Sin embargo, los más relevantes son:

- optimiza los flujos de trabajo;
- mejora el trabajo en equipo;
- aumenta la comunicación constante con las diferentes áreas productivas;
- incrementa el flujo de datos relevantes entre departamentos;
- prevé cuellos de botellas y rutas críticas;
- abarata costos y crea presupuestos adicionales según los escenarios;
- posibilita el seguimiento y gestión con respecto a la proyección;

- reúne datos para proyectos futuros;
- administra los recursos;
- optimiza la resolución de inconvenientes;
- entrega datos en tiempo real.

La evolución de la tecnología permite a las empresas gestionar proyectos utilizando técnicas pre-diseñadas y metodologías útiles en cada caso.

El entorno externo

La tecnología digital ha sacudido las industrias de todo tipo, desde la de servicios financieros hasta la de música grabada, El concepto entorno externo se refiere al conjunto de factores y fuerzas que operan fuera de la organización y que afectan el desempeño de la misma. (Robbins, 2014)

La dirección o gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con los requisitos del mismo. Se logra mediante la aplicación e integración adecuadas de una serie de procesos agrupados, que conforman los cinco grupos de procesos los mismos que son: inicio, planificación, ejecución, seguimiento y cierre. (Amejide García, 2016).

Nuevas tecnologías y clientes empresariales

Las empresas más importantes se sienten cómodas usando la tecnología para mejorar sus transacciones comerciales con sus clientes en el entorno B2B. Es importante observar cómo rediseñan páginas Web, mejoran los resultados de búsqueda, se apoyan en el correo electrónico, participan en las redes sociales y lanzan webinars y podcasts para mejorar su desempeño empresarial. (Kotler K., 2014)

Teoría de innovación y creatividad

Desde el punto de vista de Chávez & Martínez (2021) la innovación implica designar recursos económicos para elaborar nuevos productos y/o servicios los mismo que repercutirán en la rentabilidad de los involucrados y a su vez contribuirá al bienestar del entorno. El mismo autor menciona que la creatividad es un proceso psicológico de una persona, el cual consiste en generar ideas a partir del contexto en el que se encuentra para después brindar soluciones.

Creatividad e innovación en la organización del siglo XXI

La creatividad y la innovación se han convertido en un imperativo de la organización del siglo XXI. De allí que los investigadores del área organizacional orienten sus esfuerzos en esta dirección desarrollando modelos que intentan explicar el proceso creativo en el seno de la organización; generando estrategias para promover el pensamiento creativo y nuevas formas de evaluar e incentivar la expresión creativa en el entorno organizacional. (Rojas de Escalona, 2007)

Es importante entender que una buena cultura de innovación y la creatividad son parte fundamental en los proyectos productivos.

(Velazquez, 2018) Sostiene que “La innovación es entendida como la concepción y establecimiento de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa, con el propósito de mejorar sus resultados.

Innovación tecnológica

En el contexto actual de globalización económica, resalta la importancia que tienen las actividades de investigación y desarrollo tecnológico (I+D) en el posicionamiento competitivo de las empresas. La tecnología es una de las fuentes principales de la competitividad e integra conocimiento, experiencia, equipo, instalaciones y software y permite la generación de nuevos productos, procesos, servicios y sistemas, así como mejoras a los que ya existen. (Gutierrez Olvera, 2011).

Innovación empresarial

Es una mejora en la actividad empresarial mediante cambios de modelos de negocio, de procesos, de organización, de productos o de comercialización para hacer el negocio más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado. (Garcia Manjón, 2014)

La competitividad empresarial

Una empresa debe tener estrategias de actuación, sobre todo en la toma de decisiones. Cada decisión tiene que estar profundamente meditada para alcanzar una serie de objetivos empresariales a diversos niveles, relacionados todos ellos con el éxito. Entre estas estrategias se encuentran las definidas como estrategias competitivas, que tienen como objetivo que la empresa pueda mejorar su posición competitiva respecto a las demás empresas del sector.

La ventaja competitiva

Es el conjunto de características internas que la empresa tiene que desarrollar para obtener y reforzar una posición superior frente a las empresas competidoras. (Fernandez, 2013)

La tecnología

Es el conjunto de saberes, conocimientos, experiencias, habilidades y técnicas mediante las cuales se cambia, se transforma y se utiliza el entorno con el objetivo de crear bienes y servicios que satisfagan nuestras necesidades y deseos. Consiste en una combinación de factores productivos para producir bienes y servicios. (Conicyt, 2008).

La primera década del siglo XXI desafió a las empresas a prosperar financieramente e incluso a sobrevivir al enfrentar un entorno económico implacable. El marketing está desempeñando un rol fundamental al enfrentar esos desafíos. Las finanzas, la gestión de operaciones, la contabilidad y otras funciones empresariales realmente no tendrán relevancia sin la suficiente demanda para los productos y servicios de la empresa, para que ésta pueda tener beneficios.

Las aplicaciones móviles: son programas diseñados para ser ejecutados en teléfonos, tablets y otros dispositivos móviles, que permiten al usuario realizar actividades profesionales, acceder a servicios, mantenerse informado, entre otro universo de posibilidades. (Servisoftcorp, 2010)

Ventajas de una APP

Hoy en día una forma habitual de acceder a productos y servicios, es a través de las apps. A nivel de transacciones, las aplicaciones facilitan y agilizan este tipo de operaciones de compraventa. En general radican en la simplicidad de su uso, así como la inmediatez y cercanía en el acceso a la información o a determinados servicios. También, muchos comercios consiguen potenciar sus líneas de productos y realizar promociones especiales gracias a las apps móviles. (Factoria, 2019)

En la última década, las apps móviles se han posicionado como unas de las herramientas más eficaces para las empresas, especialmente en el campo del e-commerce. Y no es para menos, pues las aplicaciones facilitan la vida de los usuarios, promueven la interconectividad y mejoran la experiencia en la adquisición de productos y servicios. (Hernandez, s.f.)

Ventajas de las aplicaciones móviles

Todas las empresas de éxito tienen algo en común están orientadas a la innovación tecnológica y van a la par de las tendencias del mercado; en efecto el autor (Gutiérrez Tiuso, 2021); muestra algunos elementos que deben ser considerados como parte fundamental de la innovación en tecnología los cuales se detallan en acápite siguientes

Publicidad y branding: Las aplicaciones web, desde una página informativa hasta un sistema de información, permiten establecer un canal de comunicación directa entre la organización y sus clientes potenciales y actuales, dado que les permite a estos últimos conocer de primera mano los

productos y servicios ofertados y estar al tanto de cualquier novedad de una manera rápida y sencilla.

Alcance y accesibilidad: Cualquier persona puede hoy en día acceder a las aplicaciones web por medio de un navegador moderno, presente prácticamente en cualquier computador.

Optimización de procesos: Una gran cantidad de procesos manuales son susceptibles de ser optimizados o incluso automatizados por completo utilizando la tecnología actualmente disponible.

Adquisición de una ventaja competitiva: El mundo de los negocios es cada vez más competitivo y los usuarios y clientes demandan cada vez más nuevos servicios que les faciliten la vida.

Recolección de datos: Las aplicaciones permiten recolectar cantidades masivas de datos acerca de la forma en que sus usuarios las utilizan.

Android es un sistema operativo inicialmente pensado para teléfonos móviles, al igual que iOS, Symbian y Blackberry OS. Lo que lo hace diferente es que está basado en Linux, un núcleo de sistema operativo libre, gratuito y multiplataforma. (Nieto Gonzalez, 2011).

Base de datos: Un Sistema Gestor de Base de Datos consiste en una colección de datos interrelacionados y un conjunto de programas para acceder a dichos datos. La colección de datos, normalmente denominada Base de Datos, contiene información relevante para una empresa. El objetivo es proporcionar una forma de almacenar, recuperar la información de un base de datos de manera que sea tanto practica como eficiente. (Silberschatz, 2006).

Metodología

Tipo de investigación

Para el presente estudio, se ha utilizado la investigación de tipo mixto (cualitativa y cuantitativa) ya que permitió analizar la cultura tecnológica en los consumidores y su impacto en las empresas que se encuentran en crecimiento. Al respecto (Hernández Sampieri, 2014) afirma que es el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo; ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos en la mayoría de sus etapas agrega complejidad al diseño de estudio, pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. El artículo es tipo descriptivo y correlacional ya que permitió ver el grado de relación que existe en entre dos variables, la de los consumidores y las empresas de la ciudad de Cuenca. Se utilizaron técnicas de investigación de campo y encuestas. El cuestionario fue validado por

expertos con un alfa de cronbach de 0,831 lo cual demostró la fiabilidad del mismo. En cuanto a la investigación cualitativa se aplicaron métodos de observación directa y entrevistas.

Para la investigación del presente documento el objeto de estudio fue la población económicamente activa de la ciudad de Cuenca, es decir 183.688 personas, por lo que se realizó encuestas a los posibles clientes potenciales, el número de encuestas se obtuvo aplicando la siguiente fórmula para poblaciones finitas, con elementos que se detallan a continuación.

$$n = \frac{Npq}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + pq}$$

En donde:

z = intervalo de confianza del 90%;

p = probabilidad de éxito;

q = (1-p) probabilidad de fracaso;

N = Tamaño de la población objetivo

e = error del muestreo aceptable del 10%

Los resultados obtenidos fueron analizados mediante un informe estadístico contemplado en google forms y tabulados en Microsoft Excel.

Resultados

Para una información más acertada de la investigación, se ha dividido las encuestas en tres grupos, los mismos que ayudarán a visualizar mejor la población: la primera permite conocer todos los datos generales de los encuestados, la segunda opción es la encargada de dar a conocer el manejo de las herramientas tecnológicas y la accesibilidad con la que cuentan los mismos, y la tercera ayuda a observar el comportamiento de los clientes ante la compra de libros por medio de la aplicación.

Datos generales del encuestado

El resultado de las personas encuestadas de la primera sección permite conocer el perfil del consumidor, la misma que está basado en la edad, que sin ser relevante en el uso de las aplicaciones las personas las utilizan frecuentemente, con el 12.4% se relaciona con un rango de edad de 16 a 26 años, el 38.1% se encuentran los 27 a 37 años, el 27.8% entre 38 a 48 años y el 21.6% están los

Implementación del servicio a domicilio mediante una APP en la librería y papelería “La Estación del Libro” ubicada en la ciudad de Cuenca

de 49 a 65 años, por consiguiente, se reconoce que el universo encuestado resalta la edad de 27 a 37 años siendo ellos jóvenes y adultos que están a la vanguardia de la tecnología.

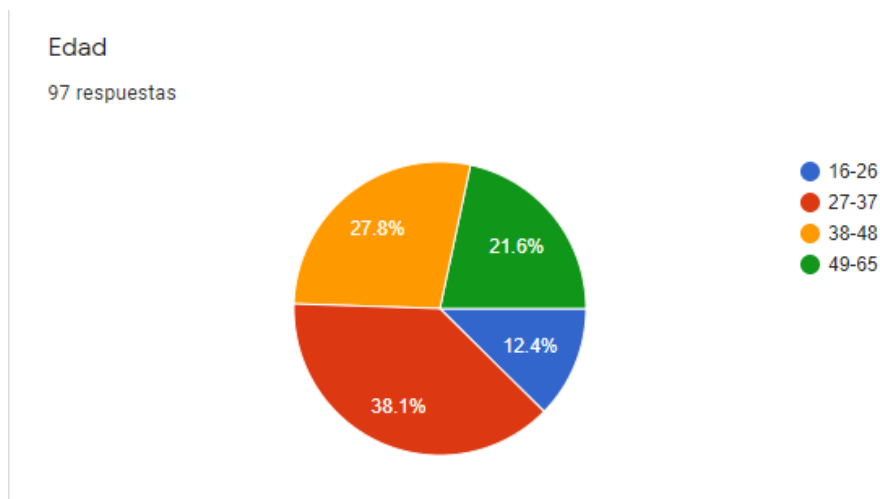


Figura 1: Edad
Fuente: Encuesta aplicada

Es muy importante destacar la compra por medio de la red, este facilita visualizar el alcance del público, el nivel de aceptación al momento de adquirir productos en cualquier momento del día, de igual manera ayuda a minimizar costos, este resultado analizado fue del 68.4% de aceptación versus el 31.6% de negación ya sea por desconfianza o por desconocimiento al manejo de la misma.

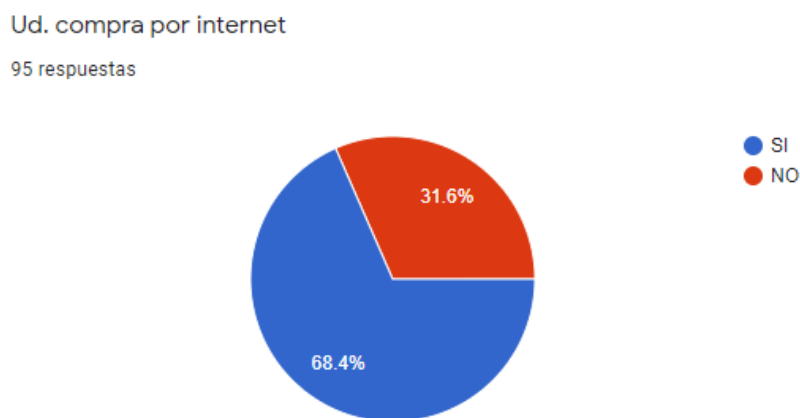


Figura 2: compra por internet
Fuente: Encuesta aplicada

Como parte fundamental de la viabilidad del proyecto es indispensable analizar la información sobre la compra de libros y su frecuencia, ya que ayudará a ver a los posibles clientes potenciales, para de esta manera realizar una alianza estratégica para la fidelización de los mismos. El resultado obtenido de la muestra analizada fue la siguiente con un porcentaje del 11.5% efectúan sus compras semanalmente, con el 20.8% las personas realizan mensualmente sus compras, el 28.10% trimestralmente y con el 38.5% concretan compras esporádicamente.

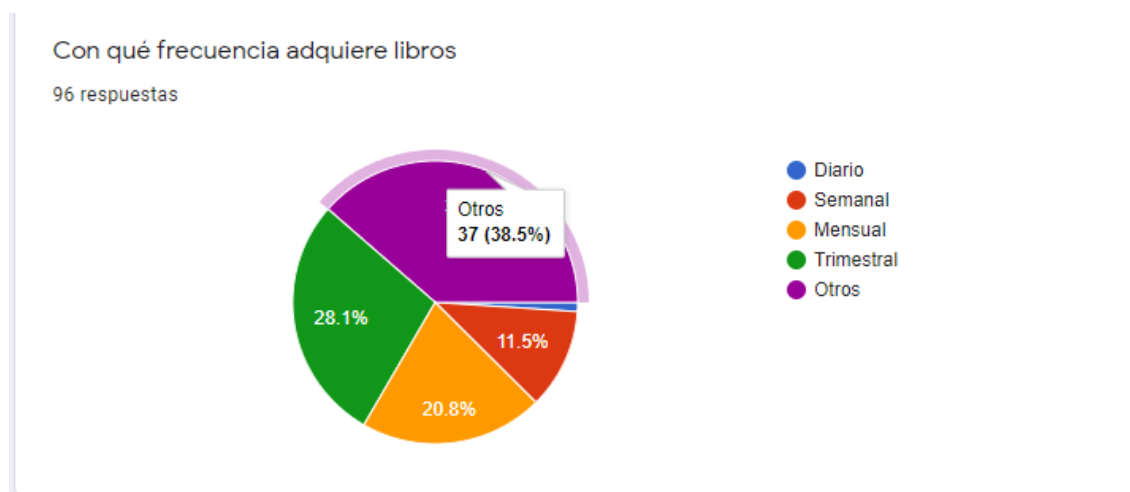


Figura 3: Frecuencia de compra
Fuente: Encuesta aplicada

Del total de la muestra encuestada el 68.80% lleva a cabo sus compras de libros por medio de las librerías locales, el 21.5% adquieren virtualmente y el 9.70% por medio de ferias, la información obtenida analiza el alcance que se tiene para sacar provecho al mercado virtual mediante la aplicación de la app para la venta de libros de una manera más sencilla y segura.

Implementación del servicio a domicilio mediante una APP en la librería y papelería “La Estación del Libro” ubicada en la ciudad de Cuenca

Que canales Ud. Utiliza para realizar las compras de libros

93 respuestas

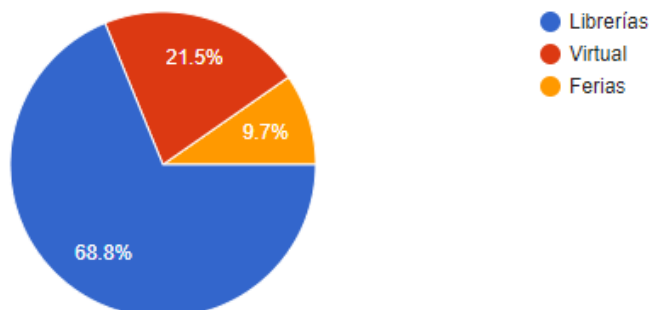


Figura 4: Canales
Fuente: Encuesta aplicada

Es fundamental plasmar la importancia de considerar que las librerías dispongan de una app para generar procesos de compra y venta de los diversos productos, esta permitirá ver si el proyecto es factible, de igual manera facilitará ver el comportamiento del consumidor ante la utilización de herramientas tecnológicas al momento de realizar sus compras, los resultados plasmados fueron el 39.6% les parece importante contar con la app, el 33.3% muy importante, el 11.5% extremadamente importante y el 7.3% nada importante.

¿En qué grado de importancia considera que las librerías dispongan de una App para generar procesos de compra y venta de los diversos productos?

96 respuestas

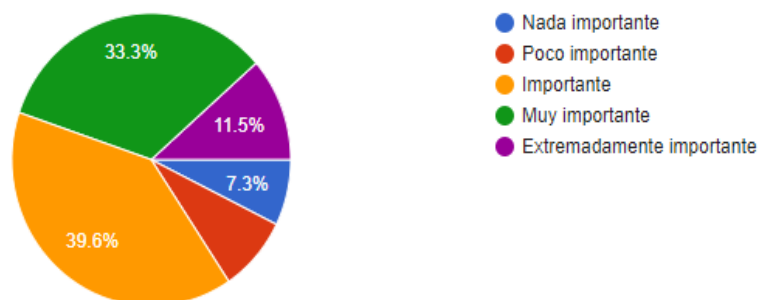


Figura 5: Grado de Importancia
Fuente: Encuesta aplicada

Implementación del servicio a domicilio mediante una APP en la librería y papelería “La Estación del Libro” ubicada en la ciudad de Cuenca

Del total de la población encuestada se observó que el 89.5% prefiere aplicaciones gratuitas, frente al 10.5% de personas que prefiere aplicaciones pagadas, esta modalidad direcciona la forma de manejo de la app ante los posibles consumidores ya que la misma ayudará a obtener clientes fieles a la aplicación.

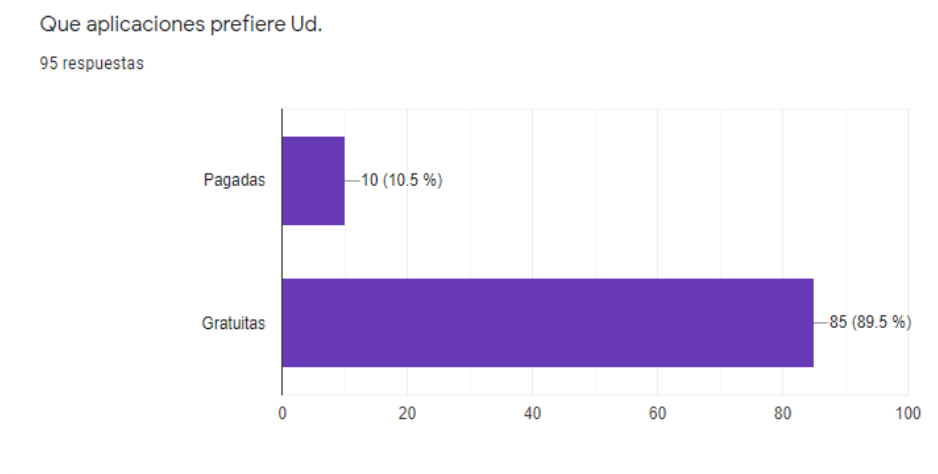


Figura 6: Aplicaciones
Fuente: Encuesta aplicada

En este análisis se puede verificar el comportamiento de las personas al momento de descargar las aplicaciones y se observa que el 53.70% lo realizan por trabajo, el 40% por entretenimiento y el 6.3% lo hacen por ocio, este facilita conocer el mercado meta al momento de la instalación de la app.

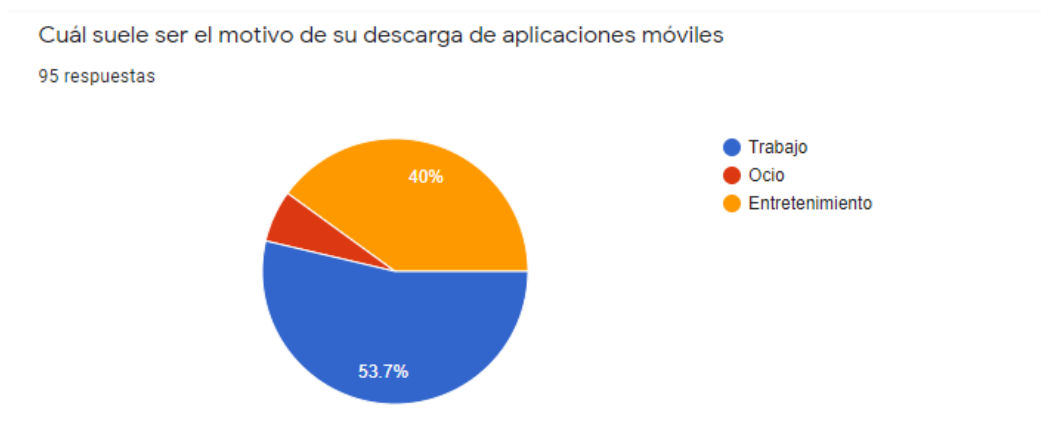


Figura 7: Descarga de aplicaciones
Fuente: Encuesta aplicada

Por último, punto se analiza el comportamiento del consumidor al momento de descargar aplicaciones nuevas o desconocidas, y se observa que el 67.70% tiene aceptación frente al 32.3% de negación, ya sea por diferentes motivos, este dato adicional permite argumentar que esta información influye en la competencia al momento de la selección de la aplicación.

Considera una buena opción descargar aplicaciones nuevas o desconocidas

96 respuestas

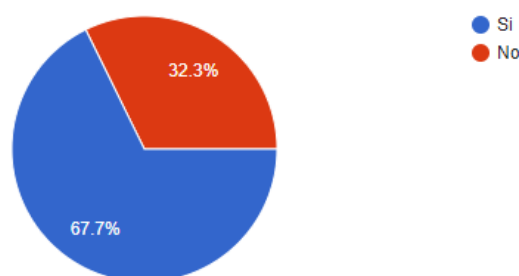


Figura 8: Aplicaciones nuevas o desconocidas
Fuente: Encuesta aplicada

Discusión

La implementación de la app en la librería la estación del libro, de la ciudad de Cuenca, será una estrategia para innovar y mejorar el servicio al cliente y con ello la fidelización de los mismos, llegando a posesionar la marca en distintos lugares, de igual manera se basa en la aplicación Android que muestra con gráficos los productos, una breve reseña de lo que trata el libro, al igual que su precio, para que el consumidor pueda acceder sin ningún problema, también presenta información de la librería. El cliente final podrá solicitar su pedido a través de la aplicación y los datos serán receptados por el sistema administrativo y la librería se encargará de realizar su envío a domicilio.

La implementación de la app, servirá para cubrir varias necesidades que existen en el mercado, la misma se ocupará de administrar mejor la parte de la comercialización, ya que el sistema de gestión, se encargará de captar los pedidos y servirá para el despacho de los mismo, de esta manera se tendrá

un mayor control de pedidos, facturación, control de ventas y una facilidad de comercialización de los productos.

La siguiente propuesta presenta el análisis, diseño y desarrollo de la aplicación para la librería la Estación del Libro.

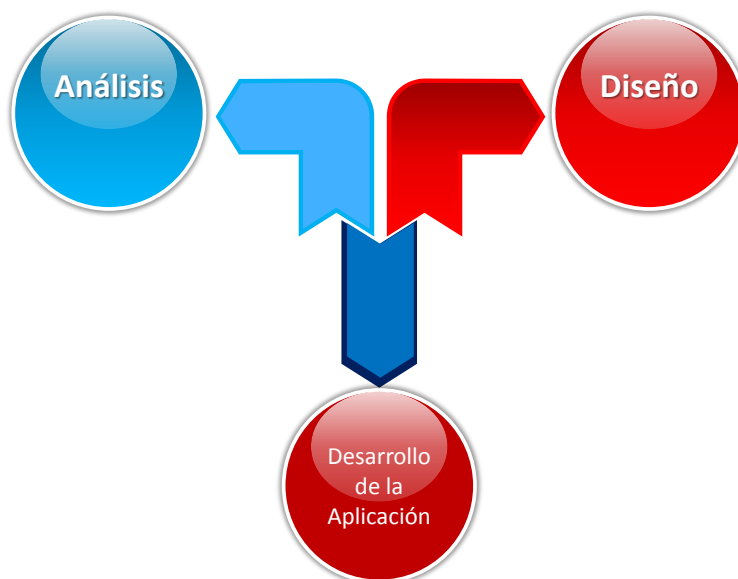


Figura 9 Modelo de gestión de procesos para una app
Elaborado por: Los autores

Análisis

Hoy en día es importante contar con una aplicación móvil para el crecimiento de la empresa, ya que mejora el canal de comunicación entre empleados y consumidores, ayuda en la optimización de recursos, reduce tiempo en las tareas manuales, dado que en la parte de los involucrados se cuenta con información real de los datos presentados, los propietarios cumplen una función primordial en el desarrollo de la aplicación móvil. Por lo que reduce riesgos asociados al proyecto, y se confirma el paso a las expectativas del diseño, con información real y verificada.

Diseño

En este punto se presentará el diseño de la aplicación móvil, siendo simple y de fácil manejo al usuario, de esta manera se consigue una herramienta clara y concisa al momento de la implementación. Para el desarrollo de la misma se analizó la parte interna y externa de los factores que permiten la elaboración de la app para la librería la Estación del Libro.

Implementación del servicio a domicilio mediante una APP en la librería y papelería “La Estación del Libro” ubicada en la ciudad de Cuenca

En el proceso del proyecto se analizó los siguientes bocetos, que pueden variar en cuanto a forma hasta la finalización del presente.

Requerimientos de Software y Hardware

El aplicativo móvil necesita los siguientes requisitos mínimos para su ejecución y correcto funcionamiento:

- Procesador: doble núcleo 1,7 GHz mínimo
- Memoria RAM: 16GB o superior
- Memoria interna: 16GB mínimo
- Almacenamiento: 8gb disponibles para la app
- Pantalla: 4’’ a 7’’ (por efecto de una mejor visualización)
- Sistema Operativo: Android 5.1 o superior

Para el sistema de gestión de pedidos los requisitos a considerar son los siguientes:

- Computador de escritorio o laptop
- Procesador: Intel core i7- 11ava generación
- Disco Duro: 256 GB o superior
- Memoria RAM: 16GB
- Pantalla: 15.6’’ LED
- Sistema Operativo: Windows 10 profesional

Tabla 1: Requerimientos funcionales de la app

Requisitos a ser llenados para el ingreso de la aplicación móvil	
Registro de datos	El cliente deberá registrar sus datos para el acceso.
Ingreso a la aplicación	El cliente puede iniciar su sesión con su usuario y contraseña.
Recuperación de clave	Podrá recuperar su clave de manera rápida y sencilla solo validando la información.
Mostrar lista de producto Productos seleccionados	Se despliega todos los productos ofertados. La lista de los productos seleccionados por el cliente.
Eliminar producto seleccionado	Existe una opción de eliminación de producto caso que ya no requiera.
Solicitar pedido	Se validará la información y se puede observar la orden del cliente

Implementación del servicio a domicilio mediante una APP en la librería y papelería “La Estación del Libro” ubicada en la ciudad de Cuenca

Valor a pagar

Se le indicará el valor a cancelar del pedido realizado.

Fuente: Los autores

Desarrollo de la aplicación

El presente documento tiene como finalidad describir la funcionalidad de la aplicación, en primera instancia el cliente al momento de ingresar a la página contará con unos iconos de selección, ahí se despliega todos los productos que se disponen en el inventario, de esta manera se brinda una experiencia satisfactoria al cliente.

La pantalla principal de la app contará con un sistema de menús amplios donde se despliega todas las opciones a elegir y el usuario tendrá la oportunidad de disfrutar de las compras en línea, a su vez podrá ordenar su pedido de una manera rápida y segura.

Imagen 1 Descripción de la App

Selección el libro			
	La Madre de Frankenstein (Episodios de una guerra interminables 5)		Los compas perdidos en el espacio
	La Joya Interior		Las Jirafas no puede bailar (pop.pup)
	El lector de Julio Verne (Episodios de una guerra interminables)		De mayor quiero ser feliz
	La nueva novela de Arturo Peres - Reverte		La cocina de tu vida 950: recetas fáciles, rápidas y saludables
	Edu y la fiesta a la luz de la Luna		Sueños #Mitos #Musica

Fuente: Los autores

Implementación del servicio a domicilio mediante una APP en la librería y papelería “La Estación del Libro” ubicada en la ciudad de Cuenca

En la siguiente imagen se podrá resaltar la opción de selección de producto, ahí el usuario tiene la oportunidad de escoger los artículos según su complacencia, la lista de productos se presentará de forma cuadriculada, con la descripción de cada artículo y su precio, el cliente tiene a su elección todo el inventario disponible y podrá elegir la cantidad y agregarlo al carrito de compras.

Imagen 2: Diseño de la aplicación
Nombre: detalle del contenido



Fuente: Los autores

Después de realizar el pedido automáticamente se generará un reporte, que consta la información del cliente y el valor del pedido a cancelar, se puede observar la imagen de la factura, a su vez el usuario podrá eliminar productos en caso de que no lo requieran, modificarlo en cuanto a la cantidad, o ingresar más artículos.

Implementación del servicio a domicilio mediante una APP en la librería y papelería “La Estación del Libro” ubicada en la ciudad de Cuenca

Imagen 3
Nombre Modelo de la nota de entrega

LA ESTACION DEL LIBRO		LA ESTACION DEL LIBRO	
Producto Seleccionado		Pedido: VAJ_00000007	
	La Madre de Frankenstein (Episodios de una guerra interminables 5)	Fecha: 2021-12-04 20:00:21	C.I./RUC: 0105056642
Cantidad: 2	Precio: \$ 21,95	Nombre: Pablo Gia Cornejo	
		Teléfono: 07 862511	
	La Joya del interior	Celular: 0999019370	Dirección: Las Orquideas
Cantidad: 1	Precio: \$ 23,70	Correp: giacorneio@hotmail.com	
Realizar pedido		VALOR PEDIDO	
		Subtotal: \$ 45,65	
		IVA: \$ 5,48	
		Total: \$ 51,13	
		Cerrar	

Fuente: Los autores

La implementación de la app para la librería la Estación del libro proporciona una comunicación directa con los usuarios, desarrolla la interacción con la población objetiva y generaliza confianza. Contar con una app será una estrategia para mostrar todo lo que la marca ofrece de forma visual. Las ventajas de contar con la aplicación, será importante en la fidelización de los clientes, ya que por medio de la misma se podrá enviar información acerca de promociones o cupones de descuentos, de igual manera a la creatividad de los recursos de diseño para mejorar la experiencia del cliente hacia la marca.

Conclusiones

El objetivo principal del presente documento es el desarrollo de la aplicación móvil para la librería la Estación del Libro, la misma que permita ordenar pedidos y sirva como herramientas tecnológicas para mejorar el proceso de la atención al cliente. De igual manera llegar a consumidores de distintos lugares del mundo con un solo click.

Los aplicativos móviles utilizados en los teléfonos inteligentes, tablets y otros dispositivos móviles, se han convertido en la opción más efectiva para el comercio electrónico por su accesibilidad, que permite el intercambio de información de su interés de una forma fácil y en tiempo real.

El diseño e implementación de la app contiene nuevas tecnologías como soporte a la formación, contribuye al mejoramiento continuo y permite el desarrollo de nuevos programas orientados a facilitar los procesos.

Una de las ventajas de la aplicación para la librería es el registro de la información de todo el inventario existente, y brinda la oportunidad de que el cliente realice su compra de manera más rápida y ágil desde cualquier lugar.

La aplicación móvil mejora la experiencia de los usuarios con contenidos personalizados y optimizando tiempo generando diferenciación entre la competencia.

Agradecimiento

A todas aquellas personas que me apoyaron e hicieron posible que este trabajo se realice con éxito, en especial a mi hija que es mi más grande inspiración para salir adelante, a mis docentes y de manera particular a mi tutor el Ing. Jorge Ormaza por su valiosa ayuda, paciencia y dedicación.

Referencias

1. Ameijide García, L. (2016). Gestión de proyectos según el PMI.
2. Andrews, W. (2002). E-Commerce, real strategies, real benefits. New York.
3. Angulo, A. L. (2014). Gestión de proyectos con Project, Excel y Visio. Lima: Macro.
4. Baca, U. G. (2010). Evaluación de Proyectos. Mexico: Mc Graw Hill.
5. Cebrián Herreros, M. (2009). Nuevas formas de comunicación. Comunicar , 10-13.
6. Conicyt. (2008). Conceptos básicos de Ciencia, Tecnología e Innovación. Santiago Chile .
7. Factoria, c. (28 de Febrero de 2019). www.factoriacreativabarcelona.es.
8. Fernandez, D. (2013). La innovación tecnológica.
9. Flórez, U. J. (2017). Proyectos de inversión para las PYME (4a ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.
10. Garcia Manjón, J. V. (2014). El ABC de la Innovación.

11. Gutierrez Olvera, S. (2011). Innovación Tecnológica como parte de la cultura.
12. Gutiérrez Tiuso, A. R. (2021). La Importancia de las Aplicaciones Web y Móviles en el Éxito Empresarial. *Empresarial & laboral*.
13. Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación 6ED. Mexico .
14. Hernandez, H. A. (2005). Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión. México: S.A Ediciones.
15. Hernandez, H. (s.f.). Economía Tic . Obtenido de <https://economytic.com/importancia-apps-moviles-empresas/>.
16. Kotler, K. (2014). Dirección de marketing 14 ed. Mexico: Pearson.
17. Loza, J. C. (18 de 11 de 2020). Ecuador cerraría el año con \$ 2.300 millones en ventas en línea, 15 % más de lo proyectado. *El Universo*.
18. Moncada, R. (2018). Gestión de proyectos para mejorar el palzo de entrega de proyectos en la empresa de telecomunicaciones "CLARO". (tesis de ingeniería industrial). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. Obtenido de <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11075/Moncada%20Portales%20Irrving%20Ricardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
19. Nieto Gonzalez, A. (8 de febrero de 2011). Qué es Android. México.
20. Robbins, C. (2014). Administración 12 ed. Mexico: Pearson.
21. Rojas de Escalona, B. (2007). La creatividad e innovación en las Organizaciones. *Sapiens*, 126.
22. Servisoftcorp. (2010). www.servisoftcorp.com.
23. Silberschatz, A. . (2006). Fundamentos de bases de datos. España: McGraw-Hill.
24. Terraza Pastor, R. A. (2009). Modelo conceptual para la Gestión de Proyectos. Bolivia.
25. Terrazas Pastor, R. A. (2009). Modelo conceptual para la Gestión de Proyectos. Bolivia.
26. Velazquez, J. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 9-20.