

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**MODELO DE NEGOCIO
“¡Dónde?!”:
GERENCIA DE ESTUDIO TÉCNICO**

Elaborado por:

ANDRES FERNANDO PROAÑO PEÑA

Tutoría por: Suleen Díaz

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Febrero, 2022

AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Andrés Fernando Proaño Peña** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación "**Modelo de negocio ¡Dónde?! Gerencia de estudio del proceso de Estudio Financiero**", el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio "**¡Dónde?!**",
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Alarcón Carvajal Viviana Lucía, Mariscal Fiallos Ricardo Daniel, Medina Mina Leoncio Javier, Patiño Rivadeneira María Auxiliadora, Salmon García Cristian Jesús y Vinueza Delgado Andrea Carolina.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



Andrés Fernando Proaño Peña

CI. 0917970840

RESUMEN EJECUTIVO

El comercio electrónico en Ecuador presentó un incremento considerable a partir de las limitantes al mercado tradicional debido a la pandemia provocada por el COVID-19, las personas con acceso a un smartphone prefieren hacer sus compras en línea. Como respuesta a la tendencia del e-commerce y al aumento de la tecnología móvil, se crea una propuesta de negocio nueva en Ecuador, esta es; desarrollar una red social llamada ¡Dónde!?, que a través de una App móvil conecta hombres y mujeres de Guayaquil, Samborondón, Durán y Daule, entre los 20 y 54 años de edad, del segmento socioeconómico A, B y C+, con preferencias y afinidades comunes, bajo el propósito de que puedan realizar actividades de ocio y esparcimiento que han sido previamente mostradas y planificadas por la plataforma. El mercado meta en este segmento corresponde a 571908 potenciales usuarios.

Las actividades que propone la aplicación se pueden realizar en los establecimientos adscritos al Ministerio de Turismo y que además estén asociados a la red ¡Dónde?!. Dichos establecimientos no solo obtienen un punto de venta, sino también la exposición publicitaria de una red social totalmente nueva. El mercado meta en este segmento corresponde a 2944 posibles establecimientos asociados.

La investigación permitió explorar el mercado objetivo, equivalente a una muestra de 385 usuarios y la respuesta fue positiva. En un 51% los potenciales usuarios encuestados coinciden que sus redes sociales necesitan proponer actividades de ocio y entretenimiento, el 61% está dispuesto a pagar por servicios desde Apps y el 67% le interesa reservar sus actividades con anticipación. Mientras que la entrevista realizada a 12 dueños de establecimientos dejó ver que la mayoría coincide que encuentra atractiva la propuesta de ¡Dónde?! ya que habitualmente deben captar clientela desde su página y en ocasiones no tienen gran alcance, indican que están dispuestos a pagar por una membresía que proporcione mayor visibilidad a sus negocios y no ven inconveniente a otorgar una comisión por los consumos realizados en sus locales desde la plataforma, explican que actualmente las plataformas a las que están suscritos también cuentan con un sistema de comisiones y suelen ser altas.

La forma de monetizar la idea de negocio expuesta, proviene de dos ítems que asumen los establecimientos, una es la suscripción anual de UDS\$330.00. La asociación a la red ¡Dónde?! para los

comercios incluye; la categorización de actividades, la exposición de los servicios que ofrecen de acuerdo a las preferencias del usuario, la planificación horaria y la publicidad en las redes sociales de ¡Dónde?!. El segundo ítem corresponde a la comisión de USD\$1.50 que se genera una vez que el usuario acepta cancelar la factura del establecimiento desde la App, la comisión es fija sin importar el monto de compra, cabe señalar que el usuario descarga la App, se registra y accede al contenido de manera gratuita.

La planificación de marketing expone una estrategia basada en el posicionamiento de la marca, y la diferenciación que radica en la innovación y la capacidad de satisfacer la necesidad de relacionarse y interactuar, presenta un presupuesto de ejecución anual por USD\$18.015 con el que pretende llegar a los establecimientos mediante la fuerza de ventas y captar a los usuarios a través de campañas publicitarias en Facebook, Instagram y TikTok. Para el correcto desarrollo de las actividades se propone la conformación de una estructura organizacional de ocho personas en áreas claves de gestión digital y gestión comercial con un presupuesto de USD\$98.747, mediante outsourcing se planea suplir los servicios contables y legales. Con la finalidad de proteger la propuesta pionera se plantea que ¡Dónde?! sea una marca registrada y para resguardar la legalidad de la compañía se diseñan contratos con las políticas, términos y condiciones de buen uso de la plataforma.

En respuesta a la responsabilidad social ¡Dónde?! propone el desarrollo de dos proyectos que toman en consideración las ODS en pro del conocimiento, el emprendimiento y la conservación del medio ambiente y el presupuesto es de \$4.323 anual por tres años. En el aspecto económico el plan de inversiones asciende a la suma de USD\$81.048, de los cuales el 49% es por financiamiento de la banca y el 51% restante es por aportes de capital. La TIR es del 45% y la VAN de USD\$86.094. El programa de ventas supone una captación total anual de establecimientos del 70% del mercado meta, 2.061 y en cuanto a usuarios se estima una captación del 15% total anual, 85.786. Toda esta información muestra la viabilidad financiera del proyecto y permite una recuperación de lo invertido en tres años.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Mariscal Fiallos Ricardo Daniel, Alarcón Carvajal Viviana Lucía, Medina Mina Leoncio Javier, Patiño Rivadeneira María Auxiliadora, Proaño

Peña Andrés Fernando, Salmon García Cristian Jesús y Vinueza Delgado Andrea Carolina, y expone el plan de negocios del proyecto “¡Dónde?!”; por tal razón los contenidos guardan relación entre si con los demás documentos que integran el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

PALABRAS CLAVE

Establecimientos, usuarios, experiencia, prestación de servicio, layout y diagrama.

CONSIDERACIONES ÉTICAS

El proyecto denominado ¡Dónde?!, expresa la integridad científica por medio de un trabajo de investigación y desarrollo, que estructura un modelo de negocios sin implicaciones negativas sobre ningún miembro de la sociedad.

En una comunidad autónoma y democrática ha sido indispensable contar con el consentimiento voluntario de los participantes de la investigación preliminar para la Gerencia Desing Thinking, así como de quienes aportaron con sus respuestas en las herramientas utilizadas para el desarrollo de la Gerencia de Estudio de Mercado. Los datos personales compartidos por parte de los encuestados, como medida de garantizar la veracidad de los datos recolectados, han sido protegidos con la privacidad necesaria para no exponer información que identifique a los participantes.

Durante el desarrollo del estudio técnico se contó con la aprobación del dueño de las instalaciones donde funcionarán las oficinas para poder exponer la ubicación del proyecto. La argumentación que hace referencia a datos del país tiene su respaldo científico en información pública expuesta en portales oficiales y en fuentes privadas reguladas por organismos estatales. No ha sido violentada la propiedad intelectual y cada integrante del proyecto ha aportado para la correcta conclusión académica.

INDICE DE CONTENIDO

AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	II
RESUMEN EJECUTIVO	III
PALABRAS CLAVE	VI
CONSIDERACIONES ÉTICAS	VI
INDICE DE CONTENIDO	VII
INDICE DE FIGURAS.....	VIII
INDICE DE TABLAS.....	IX
ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	13
OBJETIVOS DEL PROYECTO	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15
BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO.....	16
GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO	19
Descripción del servicio	20
Descripción del prototipo	21
Procesos.....	22
Determinación de la capacidad productiva	26
Ubicación del Proyecto	27
Diseño arquitectónico.....	28
Costos.....	29
Vida Útil.....	30
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34

INDICE DE FIGURAS

Figura 30 Triángulo de Servicios	19
Figura 31 Ambiente APP	21
Figura 32 Diagrama de Flujo Establecimientos	23
Figura 33 Diagrama de Flujo Prestación del Servicio.....	24
Figura 34 Diagrama de Flujo Calificación Usuaría.....	25
Figura 35 Ubicación del proyecto	27
Figura 36 Layout del Proyecto	29
Figura 37 Curva de Gauss	30

INDICE DE TABLAS

Tabla 11 Capacidad Productiva.....	27
Tabla 12 Plan de inversiones	30

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

El contexto de lo sucedido durante el año 2020 marcó un antes y un después en la forma de manejar el comercio y la economía en Ecuador y el mundo. Según una estimación publicada por el Banco Central del Ecuador, el COVID-19 causó un impacto negativo en pérdidas para instituciones tanto públicas como privadas, equivalente al 16.6% del PIB nacional (USD 16.381,7 millones) (BCE, 2021), la brecha en el aspecto social y económico, causada por el confinamiento y la pandemia, supone para el país un desafío en el planteamiento de soluciones que frenen la contracción económica nacional.

Ante dicha problemática ha sido evidente el acelerado crecimiento del comercio en los mercados digitales, como alternativa a la reactivación comercial. Según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico el crecimiento anual, en relación a las cifras del año 2019; para visitas a sitios web fue del 800% y del 44% en órdenes de compra (CECE, 2021), transformando así la dinámica del mercado tradicional en Ecuador y adaptando un cambio de comportamiento enfocado en el e commerce.

El acceso digital se aceleró aún más a raíz del confinamiento, según un informe del Estado Digital en Ecuador, publicado por MENTINO, con corte a octubre del 2021; el 79% de la población nacional equivalen a usuarios con acceso a internet, siendo Guayas el de mayor captación con el 35% de dichos usuarios, se conoce que el 92% posee al menos una red social y que en promedio dedican 18 minutos al día a las redes sociales y 17 minutos a búsquedas en navegadores. Facebook, por ejemplo, creció en un 12% y es una red conformada por hombres y mujeres, de los cuales los usuarios con edades entre 18 y 54 años corresponden al 82% de la plataforma. El gerente de MENTINO expuso que la inversión en publicidad digital se registró en USD 359 millones, con una proyección de incremento del 22% anual (Del Alcázar Ponce, 2021).

Estas cifras inicialmente tenían como prioridad para los establecimientos; el comercio de bienes y servicios sin necesidad de que el cliente salga de su casa, sin embargo el confinamiento está terminando poco a poco y existe una nueva normalidad (COE, 2020), ante ella; las personas se plantean ¿qué hacer? y ¿cómo retomar? actividades de ocio y esparcimiento de manera segura. Como

parte de la adaptación a la nueva normalidad el Ministerio de Turismo expuso su plan de Reactivación Turística que busca generar la reapertura ordenada de las actividades del sector, estableciendo medidas y protocolos de prevención que mitiguen los riesgos por contagios, dando eficacia y óptimo funcionamiento a la cadena de valor, en dicho plan se propone también frenar la informalidad como medida de apoyo a los establecimientos registrados en la base de datos del Ministerio (TurismoEcuador, 2021).

Obedeciendo a la tendencia del e commerce, pensando en el aprovechamiento de la aceptación importante para con las redes sociales y en pro del crecimiento económico sostenido, nace una idea de negocio pionera en Ecuador, que explora estos mercados digitales en su máxima expresión, dado que los usuarios esperan que sus smartphones tengan mayor funcionalidad, se plantea la creación de una red social que mediante una App móvil sea capaz de conectar personas a partir de sus gustos y afinidades en común para el desarrollo de actividades de ocio y esparcimiento, sugeridas y planificadas por la plataforma, a tiempo que cancela desde el botón de pagos de la aplicación dichas actividades reservadas, la App se constituye como un punto de venta más para los establecimientos de las distintas categorías de prestaciones, siempre que estén registrados en la base de datos del Ministerio de Turismo.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Diseñar una Red Social que promueva la creación de una comunidad en Guayaquil, Samborondón, Durán y Daule que se conecten entre sí mediante una App, a partir de sus preferencias comunes, para realizar actividades de ocio y entretenimiento sugeridas y planificadas a través de la plataforma digital; en establecimientos asociados a la Red ¡Dónde?!

Objetivos Específicos

1. Desde el desarrollo de la metodología del Design Thinking, determinar las necesidades de los usuarios de la comunidad de Guayaquil, Samborondón, Durán y Daule entre 20 y 54 años, frente a la propuesta de negocio;
2. Analizar, mediante un estudio de investigación, la aceptación del mercado meta para registrarse en una red social, así como medir la aceptación de asociación a la Red ¡Dónde?! como un punto de venta, por parte de los establecimientos;
3. Elaborar un plan de marketing, tanto a usuarios como establecimientos;
4. Estudiar la viabilidad técnica del proyecto digital; determinando los requerimientos tecnológicos y físicos, estableciendo los procesos a cumplir tanto para la prestación del servicio al usuario como la captación de establecimientos asociados;
5. Definir la planeación estrategia y organizacional de los procesos administrativos;
6. Estudiar los aspectos legales de la puesta en marcha del negocio y planificar las actividades de responsabilidad social con los que la organización aporta a la sociedad y
7. Analizar la viabilidad financiera del proyecto.

BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

La innovadora propuesta de negocio ¡Dónde!? nace como alternativa a la reactivación económica post COVID, a la tendencia del e commerce y a las nuevas tecnologías. Mediante la metodología del pensamiento de diseño fue posible establecer, desde la empatía, que el usuario no puede prescindir ni de las relaciones interpersonales, ni de la interacción social, con dicha información se diseñó un prototipo de lo que podría ser el producto que cubra ambos requerimientos y se elaboró un estudio de mercado a la muestra establecida de 385 personas, calculada a partir de los 571.908 habitantes de Guayaquil, Samborondón, Durán y Daule entre 20 y 54 años, del nivel socioeconómico A, B y C+.

La encuesta permitió conocer que 98% de los encuestados utilizan redes sociales y de ellos el 80% lo hace para enterarse de noticias, el 60% le gusta ver ofertas y promociones y un 37% usa las redes para enterarse de lo que hacen sus contactos. Cuando se les preguntó acerca de su nivel de interacción social al momento de salir, más del 90% prefiere salir acompañado, el 47% con la familia, el 12% con la pareja y el 31% en grupo con amigos. Entre las actividades que prefieren en un 77% son de aventura, un 75% temas culturales y el 59% disfruta de los espectáculos deportivos, el promedio de gastos es de USD\$11 a USD\$20, en el 36%, mientras que el 30% entre USD\$21 a USD\$30, 67% de los encuestados prefiere realizar una reserva previa al desarrollo de sus actividades fuera de casa. Fue importante conocer que el 46% de los encuestados tienen algo o mucho interés en relacionarse con nuevas personas desde la App y el 33% nada interesado en conocer gente fuera de su red de contactos.

El focus group realizado a 5 personas, reveló que en ocasiones no saben qué hacer con sus tiempos libres y que estaría muy bien poder contar con una app que muestre opciones de entretenimiento, también sugirieron la posible vinculación de contactos para crear grupos para asistencia a eventos y manifestaron la importancia de poder calificar a la App. Las entrevistas realizadas a 12 propietarios de establecimientos, en un 83% expresaron agrado ante la posibilidad de membresía por publicidad en una plataforma de alto tráfico, ya que habitualmente invierten un promedio de \$87 al mes en publicidad por redes sociales. Al exponer la idea preliminar del proyecto; el 67% de los dueños de establecimientos se muestran receptivos, el promedio de comisión que están

dispuestos a pagar por la propuesta de negocio es del 3% promedio por consumo. Se pudo conocer que el mercado meta para los establecimientos es de 2944 locales ubicados en las ciudades de Guayaquil, Samborondón, Durán y Daule de las categorías alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de servicios, centros de turismo y parques de atracción estables.

Una vez estructuradas las preferencias finales, se elabora un plan de marketing, partiendo desde la estrategia competitiva basada en la diferenciación y el posicionamiento. Se define para ello lo que será el nombre y la marca, que ya cuenta con una ventaja por tratarse de una frase coloquial y viral entre el vulgo costeño, ¡Dónde?!. Se definen la estructura de mercado en términos de precio, plaza y promoción; esto es un costo de USD\$27.50 al mes para establecimientos con una suscripción anual de UDS\$330.00, que incluye la categorización de actividades, la exposición de los servicios que ofrecen de acuerdo a las preferencias del usuario, la planificación horaria, la gestión de cobro de los servicios reservados y la publicidad en las redes sociales de ¡Dónde?!. Y una comisión de USD\$1.50 que el establecimiento asume por cada transacción realizada desde la App, en ambos casos la distribución es a través de la aplicación y la promoción para usuarios se realiza mediante las campañas publicitarias en Facebook, Instagram y TikTok, el contenido será desarrollado por el departamento creativo y el influencer seleccionado para difundir dicho contenido es Andrés Crespo, con un presupuesto anual de USD\$18.015. Asimismo, la promoción para establecimientos es a través de la fuerza de ventas, quienes llegarán con las propuestas a los establecimientos.

El estudio la viabilidad técnica permitió conocer la estrategia de servicio al usuario provista por el personal a través de la App, en la cual se establecieron los procesos desde que descarga la App, se registra creando su perfil, añadiendo datos personales y eligiendo dentro de un listado de gustos y preferencias, luego acepta los términos y condiciones y define su privacidad, estableciendo si su perfil se encuentra visible a otras personas fuera de su red de contactos, después revisa las propuestas de actividades de los establecimientos asociados, puede seleccionar una de ellas, elige con quien compartirá la planificación y se lo hará saber mediante una sala de chat dentro de la App para finalmente proceder a la gestión de pago. También se definió el proceso para los establecimientos

desde que suscriben el contrato con ¡Dónde?!, luego obtienen sus credenciales electrónicas y empiezan a recibir clientes. Para medir la satisfacción del usuario también se determinó el proceso de calificación de la experiencia, tanto dentro de la aplicación como en la tienda digital, considerando el acercamiento a los usuarios. Los requerimientos tecnológicos y físicos ascienden a USD\$81.048. El estudio administrativo permitió dar a conocer la misión de la empresa, caracterizada por el interés de conectar personas con preferencias comunes, mediante la sugerencia y posterior planificación de actividades de ocio y esparcimiento en establecimientos asociados a la red, siendo la visión; alcanzar la mayor comunidad de suscriptores, se define también la estructura organizacional con 8 colaboradores y una carga presupuestaria anual de USD\$98.747 para la nómina.

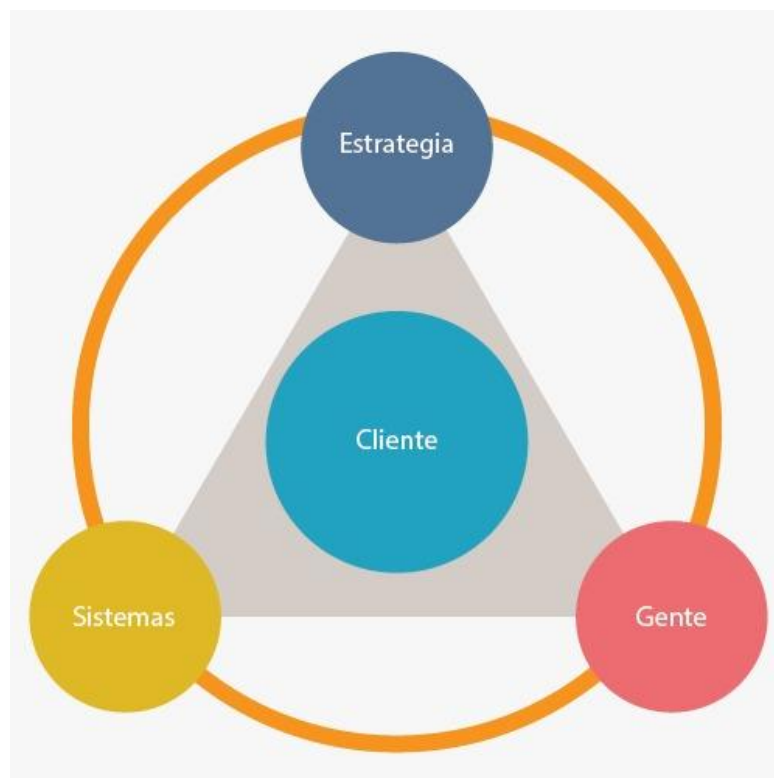
La gerencia que analiza los aspectos legales permitió conocer los procesos formales mediante la elaboración y suscripción de distintos contratos afines al giro del negocio, siendo el más importante de ellos el acuerdo de responsabilidad y uso de la plataforma, en el que consta el apego a la Ley de Comercio Electrónico. En respuesta a la responsabilidad social ¡Dónde?! propone el desarrollo de dos proyectos, uno encaminado a empoderar microempresarios a través del aprendizaje práctico e impulsar sus ventas facilitando espacios gratuitos de comercialización y otro que consiste en promover prácticas óptimas de gestión de la energía de manera que retrase el impacto negativo que el ecosistema atraviesa debido a la industrialización.

La inversión inicial suma USD\$81.048, siendo el 51% aportes de capital y el 49% financiamiento de la banca. Los índices financieros indican que el proyecto es viable ya que el flujo de caja expresa saldos positivos para todos los periodos dando como resultado una TIR del 45% y una VAN de USD\$86.094. El Estado de Resultados expresa utilidad promedio del 17% para la totalidad del periodo proyectado y se estima una captación por ventas del 70% total anual del mercado meta en establecimientos asociados, por USD\$56.672 y del 15% total anual para usuarios, equivalente a USD\$85.786, con un incremento anual del 5% anual, la recuperación de lo invertido se prevé en 3 años.

GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO

El modelo de negocios de la plataforma digital ¡Dónde?! está conformado por los elementos del Triángulo del Servicio; Estrategia de Servicio, Sistemas y la Gente, todos ellos priorizando al cliente como elemento central de la gestión, desde el conocimiento de sus motivaciones y necesidades (Albrecht, 1991 - 2011).

Figura 1 Triángulo de Servicios



Fuente: Los autores

Estrategia – Cliente. – La estrategia del servicio se relaciona con el cliente por ser éste el eje primordial de la estructura; la red social está dirigida a quienes expusieron en las encuestas que a sus App podrían ser mejor si ofrecen la posibilidad de obtener descuentos, ofertas, promociones y además recomendaciones acerca de qué actividades realizar en los momentos de ocio de manera segura.

Estrategia – Sistemas. - Para satisfacer aquella demanda se define como estrategia de servicio la posibilidad de conectar on line con personas confiables, de intereses comunes y realizar junto a ellos

una o varias de las alternativas que propone la App en alguno de los establecimientos asociados en un ambiente digital seguro.

Estrategia – Gente. - La relación entre la estrategia y la gente parte de la experiencia de servicio y radica en la posibilidad de interactuar con el Centro de Soluciones de la Red Social, donde obtendrá inicialmente una guía intuitiva y didáctica para la resolución tanto de inquietudes como de problemas frecuentes, en el caso que la solicitud no haya sido resuelta, inmediatamente se accede a un chat con un asesor que tiene como finalidad fidelizar al cliente mostrando un servicio memorable (Bernal, 2019).

Sistemas – Gente. - El personal que se encuentra detrás del ambiente digital, está conformado por personas con alto sentido de la empatía y ceñidos a una cultura organizacional sólida que prioriza las necesidades del usuario. Y el sistema consiste en capacitaciones frecuentes y mantener un ambiente laboral sano.

Sistemas – Cliente. - El sistema de servicio se relaciona con el cliente mediante la descarga gratuita de una aplicación móvil en las tiendas electrónicas tanto para IOS, así como para Android; donde los usuarios registran su información personal y sus preferencias (Cieza, 2018).

Gente – Cliente. - Una vez suscritos, los clientes se relacionan con la gente ya que pueden obtener el servicio postventa y atención personalizada.

Descripción del servicio

¡Dónde?! es la primera red social de diseño local, que promueve actividades de ocio y esparcimiento de manera segura a través de una plataforma digital; entre grupos de personas que se conectan a partir de intereses comunes. Funciona mediante el registro gratuito a una aplicación móvil que se descarga en las tiendas de IOS y Android, misma que tabula las preferencias de los usuarios y

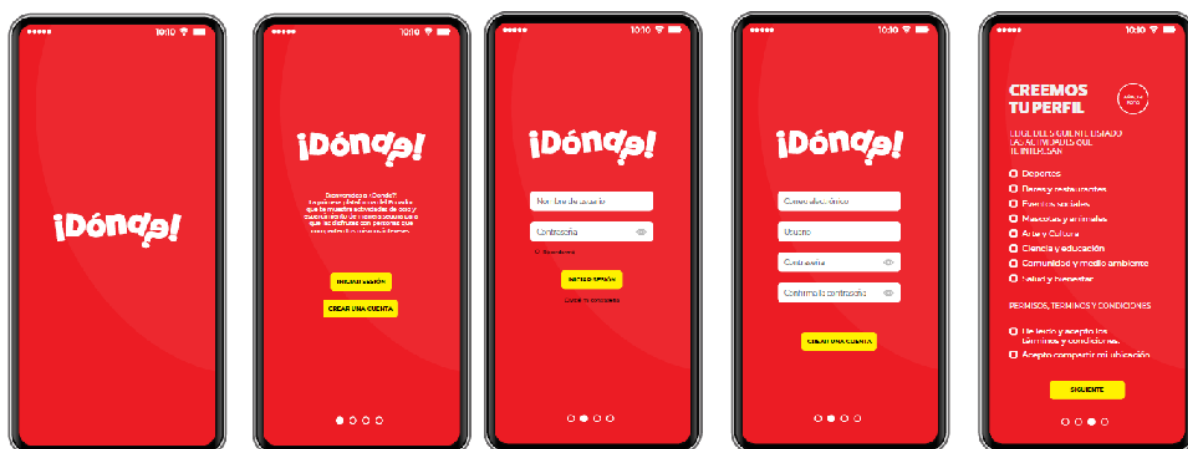
las redirecciona a sugerencias propuestas por la App en establecimientos asociados a la red.

La App tiene la ventaja de fortalecer la satisfacción del usuario, ya que le otorga la capacidad de calificar la experiencia y recomendar sitios de interés a otros miembros de la red. Entre sus bondades está la posibilidad de canalizar en un solo lugar los pagos por reservas y consumos, a tiempo que genera una comisión de parte del establecimiento seleccionado.

La descarga, registro y uso de la aplicación móvil es gratuita para los usuarios, se monetiza mediante el cobro de una comisión por pagos realizados dentro de la app por USD\$1.50, que serán debitados del medio de pago que el usuario registre en la plataforma y los asume el establecimiento. Los establecimientos asociados cancelan a la empresa USD\$27.50 mensual correspondientes a la asociación a la red ¡Dónde?! y los cancela mediante un solo pago anual de \$330.00, incluye la categorización de actividades y la exposición segmentada.

Descripción del prototipo

Figura 2 Ambiente APP



Fuente: Los autores

La fachada de ¡Dónde?! radica en el ambiente de la App una vez que se esté ejecutando en los smartphones de los usuarios y en los dispositivos de los establecimientos, a continuación se muestra el diseño, en la primera pantalla se muestra un fondo rojo vibrante, con el logo, luego se detalla una pequeña descripción de la App que introduce al usuario a la experiencia deseada. El siguiente paso es el ingreso para usuarios registrados o el botón de registro para usuarios nuevos y luego se puede

apreciar la pantalla donde los usuarios expondrán todas sus preferencias y afinidades que van a ser la base del proceso de prestación del servicio.

Proceso de producción

Existen tres procesos dentro del desarrollo y diseño de la plataforma digital ¡Dónde?!, el primero consiste en la captación de establecimientos asociados, otro corresponde a la prestación del servicio y un tercero equivale experiencia usuaria dentro de la App y la valoración de la misma, desde la suscripción hasta la calificación.

Combinar liderazgo, estrategia y ejecución favorece el cumplimiento de los objetivos organizacionales a largo plazo, es importante definir la cadena de actividades a realizar para mantener la mejora continua y la satisfacción del cliente por medio del aprovechamiento eficaz de las oportunidades y de las previsiones tomadas para minimizar el riesgo (Galaz, Yamazaki, & Urquiza, 2012).

Establecimientos Asociados

Se inicia obteniendo información de las patentes y establecimientos con permiso municipal de Guayaquil y Samborondón para trabajar en las actividades que corresponden al círculo de preferencia de los usuarios; una vez tabulada la información recogida se definen las categorías que el cliente podrá encontrar en la App y éstas son: Deportes, Bares y restaurantes, Eventos sociales, Mascotas y animales, Arte y cultura, Ciencia y educación, Comunidad y medio ambiente, Salud y bienestar.

Posterior a la clasificación se selecciona 100 establecimientos de cada segmento y se inicia el proceso de agendar las citas; una vez coordinada las citas se visita los comercios y se hace la propuesta de servicios; se resuelve inquietudes y con aquellos que aceptan la oportunidad de asociación se procede a firmar un contrato de servicios que figura dentro de la información de seguridad cibernética, políticas de cobros, términos y condiciones.

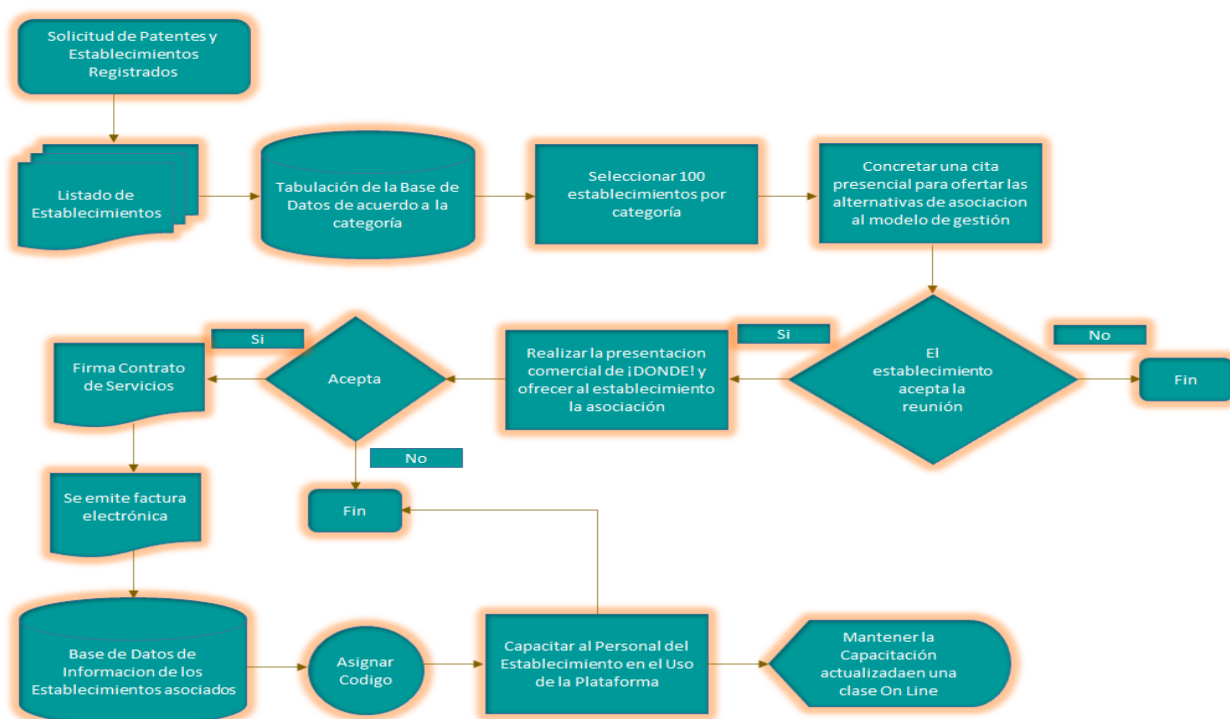
Se emite la factura por el valor de la asociación, a tiempo que se recaba mucha más información del establecimiento; como sus servicios, horarios, ofertas y condiciones de reserva; se crea una base de datos de la empresa, asignando una categoría y un código por actividad. Finalmente

se capacita a los encargados de los establecimientos el uso de la página de servicio de manera gratuita. La empresa contará con credenciales virtuales como usuario y contraseña para poder acceder a la plataforma en calidad de establecimientos.

La capacitación también cuenta con una versión On Line de una inducción en video, que se actualiza con los cambios que se susciten en la App y dicha inducción es enviada a los establecimientos asociados a través de sus medios de contacto.

Diagrama del Proceso

Figura 3 Diagrama de Flujo Establecimientos



Fuente: Los autores

Prestación del Servicio

Posterior a la observación de la publicidad en Facebook, Instagram y TikTok, se ingresa a la tienda digital de IOS o Android mediante los link de acceso, una vez que el ícono de ¡Dónde?! figure entre las aplicaciones móviles, el usuario descargar la App, ingresa dando clic al icono de ¡Dónde?! y registra la información personal (Nombres y apellidos; Fecha de nacimiento; Numero de celular y Correo electrónico); selecciona el medio de contacto y se procede a verificar la autenticidad del

usuario, valida la información y acepta los términos y condiciones. Cuando el sistema haya verificado le permitirá crear su perfil con Nickname, foto, clave personal y única, misma que se repite con la finalidad de finalizar el proceso.

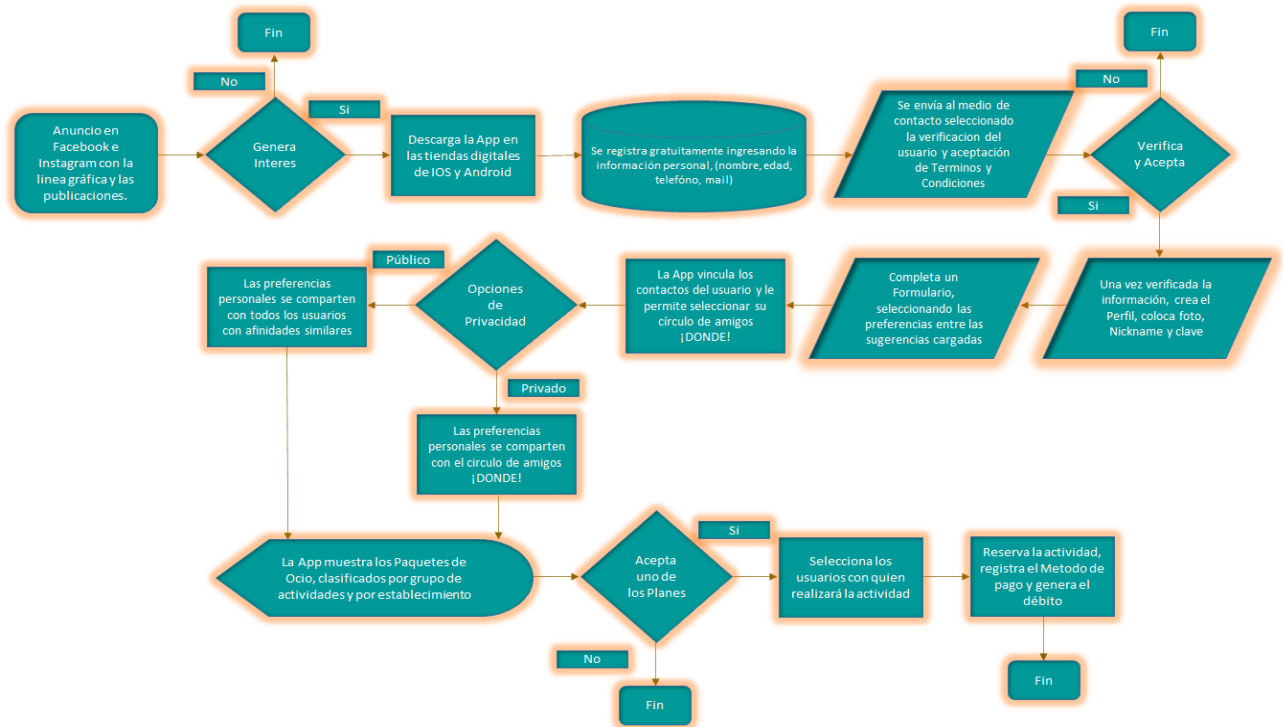
Una vez creado el perfil se direcciona a un formulario que el usuario debe llenar con sus preferencias y afinidades, entre las cuales están las siguientes categorías; Restaurantes, Eventos deportivos, Conciertos, Tour por la ciudad, Entretenimiento infantil, Promociones, Bares y Discotecas, Cine, Turismo ecológico, Moda, Intelectual y Otros no categorizados.

A continuación la app vincula los contactos y accede a la selección de su círculo de amigos ¡Dónde?!, luego se ofrece las opciones de privacidad (público y privado), el privado le da acceso a poder recibir opciones de planes de ocio solo de sus contactos agregados y vinculados como amistades, y el público permite recibir planificaciones de usuarios que actualmente no están agregados a su lista de amigos.

Toda la información ingresada forma la base de datos de la plataforma y el algoritmo sugiere opciones y planes de ocio basado en las preferencias de cada usuario, el usuario puede acceder a visualizar los Paquetes de Ocio disponibles dentro de las próximas horas y fechas, luego selecciona la actividad preferida y selecciona los contactos con quien desea realizar la planificación. Procede a realizar el pago de la reserva y/o compra de pases mediante debito a su tarjeta y la confirmación le llega al usuario a su e-mail, junto con un código QR que presentará en el establecimiento. Para sugerir la actividad planificada, el usuario puede acceder a una sala de chat con el contacto seleccionado, que puede pertenecer a su círculo de amigos o puede ser un usuario de la App con las mismas preferencias y afinidades.

Diagrama del Proceso

Figura 4 Diagrama de Flujo Prestación del Servicio



Fuente: Los autores

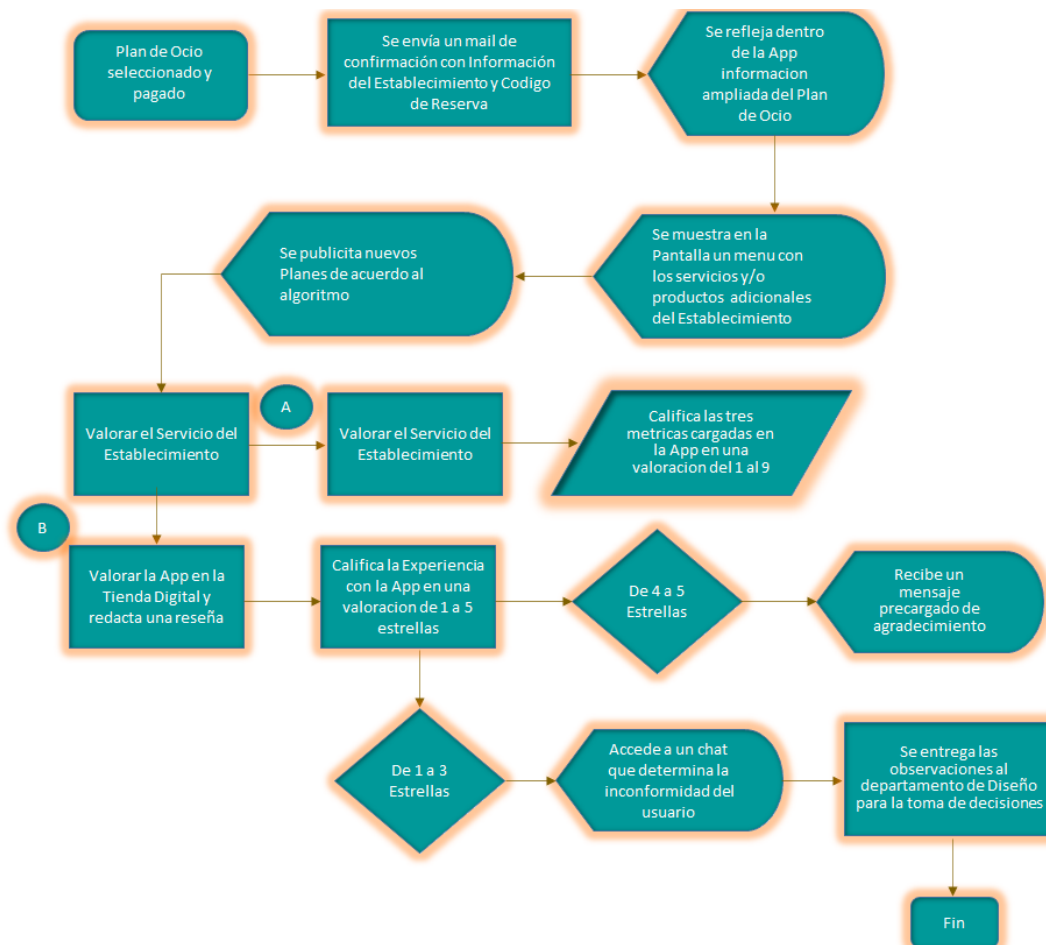
Experiencia Usaria y Valoración

Cuando el pago esté registrado el usuario y los adheridos a la actividad reciben un mail con la información formal del establecimiento (Razón Social, Persona de Contacto, Dirección, Teléfono, Mail), así como el código de la reserva; con el que se presentan y reciben el servicio contratado, en la App se despliega la ampliación de los datos del Plan de Ocio y Entretenimiento, entre otra información relevante a la actividad seleccionada. Se permite acceder a información adicional de los Establecimientos como opción para adquirir detalles adicionales a los contratados dentro de la App. Cuando el usuario salta de esta opción se visualiza futuros Planes de Ocio de acuerdo al algoritmo.

Finalmente el usuario tiene la opción de calificar su experiencia en dos oportunidades; una es dentro de la App, valorando al Establecimiento en métricas como; atención al cliente, relación costo beneficio y satisfacción del servicio.

Diagrama del Proceso

Figura 5 Diagrama de Flujo Calificación Usaria



Fuente: Los autores

Determinación de la capacidad productiva

Para determinar la capacidad productiva de la organización es importante conocer la cantidad máxima de servicios que la empresa puede ofrecer, frente a la cantidad de servicios proyectadas en la planificación de ventas (Coll, 2020), en términos técnicos ¡Dónde?! necesitaría contar con un servidor de alta potencia y almacenamiento para gestionar el total de descargas tanto de usuarios como de establecimientos.

Sin embargo y dado que la inversión sería muy alta, la alternativa en tendencia es la contratación de los servicios de un data center con almacenamiento en la nube, es así que se ha seleccionado a Neolo como proveedor. La propuesta de Neolo es el Plan premium, que consta con 512mb RAM PHP por proceso, posee Cloudlinux para aislar cuentas de hosting, lo que quiere decir que si una cuenta satura, no perjudica a las demás. Posee servidor apache + cache + anti DDOS y un ancho de banda

garantizado 200mbps. Es compatible con Microsoft 365 MyPyMEs y permite una capacidad de 150 descargas por hora.

Lo que provee el data center supera en mucho la demanda proyectada y no representa un desperdicio de la capacidad productiva dado que el plan permite una proyección de crecimiento sostenido sin afectar el presupuesto, el almacenamiento en la nube y la capacidad RAM permitirá que el servidor se mantenga en funcionamiento sin posibles caídas.

Si la capacidad de descarga de la app desde la nube es de 150 por hora, esta equivale a 108.000 descargas al mes, 1'296.000 al año y la proyección de descargas para ¡Dónde?! es de 87.828 incluyendo las actualizaciones en el primer año, de las cuales 2.061 corresponde a establecimientos y 85.768 a usuarios. Realizando el ejercicio; la capacidad utilizada, esta equivale apenas al 7% anual.

Tabla 1 Capacidad Productiva

Capacidad Productiva													
Año 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
Nº ESTABLECIMIENTOS CON DESCARGA DE LA VERSION COMERCIOS	29	59	88	118	147	177	206	235	236	236	265	265	2.061
Nº CLIENTES CON DESCARGA DE LA VERSION USUARIOS	5.719	5.948	6.186	6.433	6.691	6.958	7.236	7.525	7.826	8.140	8.384	8.720	85.768
DESCARGAS TOTALES	5.748	6.007	6.274	6.551	6.838	7.135	7.442	7.760	8.062	8.376	8.649	8.985	87.828
Cantidad de Descargas permitidas (150 x hora)	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	1.296.000
Calculo de la Capacidad Instalada	5%	6%	6%	6%	6%	7%	7%	7%	7%	8%	8%	8%	7%

Fuente: Los autores

Ubicación del Proyecto

Las oficinas de ¡Dónde?! estarán ubicadas en la planta baja de la Ciudadela Kennedy Norte, Calle José Santiago Rodríguez y Calle Dr. Luis Orrantia Cornejo, Mz. 5, Villa 601.

Figura 6 Ubicación del proyecto





Fuente: Google Maps/Link: <http://n9.cl/nblzg>

Diseño arquitectónico

Definir la funcionalidad de los ambientes en relación a los activos, el personal y el tamaño del espacio físico; tiene la particularidad de potenciar la productividad del negocio. Para el adecuado desempeño de las actividades, el presente modelo de negocios precisa un espacio físico que cuente con;

Una oficina gerencial para el representante legal, equipada con un escritorio, una silla ergonómica, un archivador y una computadora portátil;

Una sala comercial para el supervisor de ventas y los dos asesores comerciales, con una mesa redonda de trabajo, 4 sillas ergonómicas, 1 archivador y una computadora portátil;

Un área de recepción y servicios, con un escritorio en U, 1 silla ergonómica, 1 impresora Wifi y una computadora de escritorio, esta área está destinada para el asesor de servicios;

Un área de programación y diseño con una estación de trabajo de 3 puestos, 3 sillas ergonómicas y 3 computadoras de escritorio potenciadas, que serán ocupadas por el Community Manager, el diseñador y el programador web;

Un área de cafetería, que consta de un mesón con lavabo, anaquel bajo y 1 silla para visitantes y un espacio para las instalaciones sanitarias, compuesto por un mesón con anaquel bajo, lavabo de manos y un baño.

Figura 7 Layout del Proyecto



Fuente: Los autores

Costos

La inversión inicial está conformada por el monto para las adecuaciones físicas de la oficina, los muebles y enseres y el equipo de computación, que se detallaron en el requerimiento material del diseño arquitectónico así como los costos por intangibles.

En cuanto a los Intangibles; se detalla a continuación el detalle de inversiones en los que se puede observar el requerimiento inicial del aporte para la constitución, los costos asignados a la agencia de contratación de personal, la garantía solicitada por el arrendatario de las oficinas, así como los gastos legales y la porción preoperativa de los intereses bancarios. Tanto el diseño general de la plataforma, página y App Web, así como el almacenamiento y licencias, requieren la mayor carga de inversión ya que esta será la base del negocio.

Tabla 2 Plan de inversiones

PLAN DE INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
OBRAS CIVILES	2.000
MUEBLES Y ENSERES	2.103
Estación de trabajo rectangular de 3 puestos	350
Estación de trabajo en L1 puesto	250
Mesa de reuniones 4 puestos	250
Escritorio	250
Sillas de trabajo	603
Sillas de invitados	90
Mesa de área comun	40
Archiveros	270
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.780
Pc de escritorio	1.600
Laptop	2.850
Impresora	330
TOTAL ACTIVOS FIJOS	8.883
ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	800
I +D	650
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	22.000
HOSTING/DOMINIO	1.080
DEPÓSITO ALQUILER + ARRIENDO	800
LEGAL - (Marca \$224 Terminos APP y Contratos \$1751)	1.975
PATENTES Y LICENCIAS	1.125
GASTOS FINANCIEROS PREOPERATIVOS	949
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	29.379

Fuente: Los autores

Vida Útil del Proyecto

El tiempo de vida útil del proyecto es de 5 años, durante los cuales se prevé cumplir durante el primer y segundo año, el periodo de introducción y crecimiento. Para el tercer y cuarto año se estima un periodo de estabilidad en el mercado y dado que ¡Dónde?! es un proyecto tecnológico, y estos son de alta obsolescencia se considera para el quinto año el periodo de saturación, durante ese lapso se harán las proyecciones para crecimiento nacional y se refrescará los servicios.

Figura 8 Curva de Gauss

Fuente: Los autores

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La prefactibilidad como modelo de negocio de la propuesta ¡Dónde?! se comprobó mediante el análisis de la metodología Design Thinking y a través del estudio de mercado. La propuesta de la primera red social de diseño local, que promueve actividades de ocio y esparcimiento de manera segura a través de una aplicación móvil; entre grupos de personas que se conectan de forma segura a partir de intereses comunes, fue recibida de manera positiva por parte de los potenciales usuarios, debido a la innovación en satisfacción del cliente.

La aplicación según como fue concebida, permite canalizar en un solo lugar los pagos por reservas y consumos, a tiempo que genera una comisión de parte del establecimiento asociado a la red, tema que una vez más se conoció con agrado por parte de los dueños de negocios. Una vez definido el producto y su aceptación, se estableció la planificación de marketing con la finalidad de proponer la gestión comercial que impulsaría el programa de ventas en las tiendas digitales. En el estudio administrativo se pudo definir el personal con el que la empresa arrancarían sus labores, así que se compuso una estructura orgánica, los perfiles y el procedimiento para añadirlos al equipo de trabajo.

Con la información obtenida y los estudios realizados, inicia el proceso para determinar la viabilidad del proyecto en diferentes aspectos, como son; técnicos, legales y financieros. El estudio técnico determinó favorablemente la viabilidad del modelo de negocio, en función de los recursos físicos, tecnológicos y de inversión.

¡Dónde?! crea una filosofía de servicio que brinda el capital humano por medio de la aplicación móvil para priorizar las necesidades del cliente, se hace referencia al triángulo de servicios y al desglose de las interacciones entre los integrantes. A partir de dicha estrategia del servicio se desarrollaron los procesos en la prestación tanto para usuarios como para establecimientos, estos procesos se detallan mediante diagramas de flujo y se exponen en el ambiente de prueba de la App.

A continuación se determinó la capacidad productiva, que denotó gran alcance debido a que la empresa no planea adquirir servidores propios, si no que alquilará un servicio de Data Center con

almacenamiento en la nube que permite tener un tráfico sin saturaciones de descargas e interacciones en la plataforma, y es que después de obtener el plan de servicios con la empresa Neolo, se hace uso de apenas el 7% de la capacidad tecnológica, sin que ello represente una fuga de recursos para la organización.

Para el buen desempeño de las actividades empresariales se planifica el alquiler de un bien inmueble en el sector norte de la ciudad de Guayaquil y las oficinas serán adecuadas conforme a los espacios requeridos por la estructura orgánica, asignando a la gerencia una oficina independiente, a creativo una estación de puestos y a comercial un área común. Así mismo se presentó los requerimientos para activos fijos y tecnológicos con sus especificaciones de acuerdo al área de trabajo. Finalmente cada uno de los recursos que el proyecto requiere se detallaron en el plan de inversiones, asignando el costo para cada ítem y llegando a la suma de USD\$38.262.

Se tomó en consideración el estudio de los aspectos legales y su presupuesto anual, para minimizar el riesgo inherente al giro del negocio en temas jurídicos y acorde a los valores corporativos se plantearon actividades de responsabilidad social basadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenibles ODS, una de las actividades tiene como finalidad empoderar empresarios e impulsar sus pequeños negocios y la otra actividad involucra el compromiso ambiental, mediante la toma de decisiones que aporten a la reducción de la huella de carbono.

Con todos los presupuestos por gerencia y el plan de inversiones del estudio técnico se efectuó la determinación de la viabilidad financiera, obteniendo datos sumamente alentadores como una TIR de 45.18% y un retorno de la inversión de 3 años, concluyentemente el proyecto es viable. Pero cabe señalar que siempre existen acciones que se pueden implementar en favor del mejoramiento, es por ello que una de mis recomendaciones es que las actividades también se pueden realizar mediante home office, y las juntas de los asesores se pueden dar en espacios de coworking, optimizando así recursos económicos.

Otra observación que puedo acotar es que dada la capacidad productiva libre por encima del 60%, se podría considerar la posibilidad de ampliar el portafolio de productos a mediano plazo, en

espacios que permitan monetizar, como por ejemplo el subarrendar la plataforma para emprendedores propietarios de juegos interactivos con descarga gratuita, bajo el patrocinio de la App.

Durante el desarrollo del proyecto académico, debo resaltar el aprendizaje significativo que he obtenido, las metodologías innovadoras para determinar la sostenibilidad de un modelo de negocio me han permitido estar a la vanguardia y ser competitivo en los mercados. El aprendizaje del estudio técnico, por ejemplo; fue de gran relevancia ya que me enseñó que dentro de la evaluación de un proyecto es imprescindible los criterios de optimización que justifiquen la viabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, K. (1991 - 2011). *Gerencia del Servicio VI Edición*. Cali - Colombia: Legis Editores SA.
- BCE. (12 de 05 de 2021). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1427-la-pandemia-por-el-covid-19-genero-una-caida-en-el-pib-de-6-4-de-marzo-a-diciembre-de-2020>
- Bernal, D. (5 de 12 de 2019). *Hoy en Apple*. Obtenido de <https://hoyenapple.com/la-importancia-de-las-valoraciones-de-las-apps/#:~:text=Junto%20al%20n%C3%BAmero%20de%20descargas,destaquen%20dentro%20de%20la%20tienda>.
- CECE. (07 de 2021). *Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico*. Obtenido de <https://cece.ec/ecuador-vive-un-gran-crecimiento-en-ecommerce/>
- Cieza, E. (30 de 03 de 2018). *Info Marketing*. Obtenido de ¿Cómo mantener la importancia de una app en Play Store?: <https://www.infomarketing.pe/marketing/como-mantener-la-importancia-de-una-app-en-play-store/>
- COE. (5 de 08 de 2020). *Gestión de Riesgos del Gobierno del Ecuador*. Obtenido de <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/Informe-de-Situaci%C3%B3n-No054-Casos-Coronavirus-Ecuador-31072020-2.pdf>
- Del Alcázar Ponce, J. P. (2021). *Esdado Digital Ecuador*. Quito: MENTINO.
- EPTG. (2015). *Empresa Pública de Turismo de Guayaquil*. Obtenido de <https://guayaquilturismoep.gob.ec/>
- Galaz, Yamazaki, & Urquiza, R. (2012). *La química perfecta entre talento y estrategia - Capital humano: Factor crítico en la ejecución de la estrategia*. Deloitte Club CHRO.
- MINTEL. (2020). *MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN*. Obtenido de <https://aportecivico.gobiernoelectronico.gob.ec/system/documents/attachments/000/000/011/original/58b9ab393399dc479d2fb43c7a305ff0de62ec96.PDF>
- MSP. (2018). *Sistema de Salud Mental en el Ecuador* .
- OPS. (2014). *Análisis de Situación Sobre la Salud Mental*.
- TurismoEcuador. (05 de 2021). *Ministerio de Turismo del Ecuador* . Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf.