



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

**MODELO DE NEGOCIO “PAHO TU APP
DE AHORRO”:**

GERENCIA DE ESTUDIO TÉCNICO

Elaborado por:

LUIS ARTURO ESPÍN MUÑOZ

Tutoría por: MBA. Annabelle Figueroa

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración y Marketing Estratégico

Guayaquil, Ecuador

NOVIEMBRE, 2022

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Luis Arturo Espín Muñoz declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio PAHO, tu app de ahorros: Gerencia de Estudio Técnico**”, el cual forma parte del proyecto **Modelo de Negocio “PAHO”**.
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 María Paula Mori Cedeño, Alex Mauricio Oviedo Serrano, Grace Estefanía Pesantes Unda, Antonio Andrés Barriga Basantes y Bryan Giovanni Narea Tomapasca.

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.



Luis Arturo Espín Muñoz

0998595036

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Declaro que,

Yo, Luis Arturo Espín Muñoz en calidad de autor y titular del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio PAHO, tu app de ahorros: Gerencia de Estudio Técnico”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Luis Arturo Espín Muñoz

0998595036

3. RESUMEN EJECUTIVO

El modelo de negocio se denomina PAHO y se trata de una app con estilo de cuponera personal dirigida a hombres y mujeres guayaquileños/as *millennials* y *centennials* de nivel socioeconómico medio alto y medio. La categorización de sus proveedores se enfoca en el sector gastronómico y servicios de entretenimiento, con la finalidad de que el consumidor genere una experiencia en servicio y un ahorro al momento de hacer compras en establecimientos pertenecientes a los sectores mencionados anteriormente, gracias a ofertas de descuentos y promociones brindadas constantemente en la aplicación.

La propuesta de valor de PAHO es su enfoque ahorrativo y el brindar una experiencia en servicio hacia el usuario y los beneficios que los proveedores puedan obtener de las funciones de geolocalización y patrones de consumo de los usuarios. Estas características dan a un plus a la app y sirven de factores diferenciales frente al competidor directo Pirucho y de igual forma de sus competidores indirectos como Tiendeo, Rappi, Uber Eats, Pedidos Ya, KFC o Mc Donalds, siendo PAHO una mezcla de cuponera y app informativa antes que un servicio de entrega rápida de alimentos.

Para la logística y funcionamiento del plan de negocio, se tienen previstos dos tipos de clientes: los usuarios y los proveedores asociados. Al tratarse de un aplicativo que fomenta una cultura de ahorro, los usuarios no necesitarán nada más que sus datos personales (nombre, correo electrónico, número de teléfono y preferencias de consumo) para registrarse y comenzar a hacer uso de los cupones personalizados. En el caso de los proveedores asociados, al ser destinados para negocios PYMES, ellos serán quienes contraten su plaza dentro de la aplicación para que puedan ofertar constantemente sus cupones, descuentos y promociones.

El proyecto necesitará de una inversión inicial de \$76.234,13 lo cual será financiado totalmente por los accionistas. En cuanto a la TIR, esta arroja un valor de 17,61%, lo cual es superior a la TMR de 15%, y el VAN obtenido es de \$4.757,47.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de María Paula Mori, Grace Pesantes, Antonio Barriga, Alex Mauricio Oviedo Serrano, Luis Arturo Espín, Bryan Narea y explica el plan de negocios del proyecto denominado “PAHO, tu app de ahorros”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. PALABRAS CLAVE

Posicionamiento, Presupuesto, Estrategia, Proveedores, Prototipo.

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La descripción del modelo de negocio detallado en el presente documento ha sido elaborado tomando en cuenta desde su desarrollo las consideraciones éticas correspondientes, resaltando que, desde sus inicios, se ha realizado una minuciosa investigación para conocer si el proyecto es viable para que el consumidor final haga uso del mismo y para conocer si en el mercado no ha existido o existe un modelo de negocio igual o similar para respetar la propiedad intelectual del mismo y a su vez brindar una alternativa que permita competir en el mercado objetivo sin fomentar el plagio.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|-----|
| 1. PORTADA | i |
| 2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN | ii |
| 3. RESUMEN EJECUTIVO..... | iv |
| 4. PALABRAS CLAVE | vi |
| 5. CONSIDERACIONES ÉTICAS | vi |
| 6. ÍNDICE DE CONTENIDO | vii |
| 7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN | 1 |
| 8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO | 4 |
| 8.1. Objetivo general | 4 |
| 8.2. Objetivos específicos..... | 4 |
| 9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO | 5 |
| 10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO | 8 |
| 10.1. Gerencia: Estudio Técnico..... | 8 |
| 10.1.1. Descripción del producto/servicio | 8 |
| 10.1.2. Presentación / Descripción del prototipo | 8 |
| 10.1.3. Proceso de producción/ prestación del servicio | 9 |
| 10.1.4. Determinación de la capacidad productiva | 12 |
| 10.1.5. Ubicación del Proyecto | 13 |
| 10.1.6. Diseño arquitectónico | 14 |
| 10.1.7. Costos..... | 15 |

| | |
|--|----|
| 10.1.8. Vida Útil del Proyecto | 16 |
| 10.1.9. Estudio Legal | 17 |
| 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 21 |
| 12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 24 |
| 13. ANEXOS | 25 |

6.1. Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 Prototipo | 9 |
| Figura 2 Procedimiento usuario | 10 |
| Figura 3 Procedimiento Proveedores | 11 |
| Figura 4 Diseño app usuario | 14 |
| Figura 5 Diseño app proveedores | 15 |

6.2. Índice de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Capacidad productiva de PAHO..... | 13 |
|---|----|

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

PAHO, como idea de modelo de negocio, se dirige hacia el sector del comercio digital al considerar que, “desde el inicio de la pandemia, el comercio electrónico creció un 400% en Ecuador, generando alrededor de \$2.760 millones en 2020 y para el 2021 se alcanzarán los \$3.220 millones” (Crecimiento del comercio digital en Ecuador | Gestión, 2022). PAHO, surge como una aplicación en la que se permite realizar la comparación de precios entre supermercados para lograr generar un ahorro en la compra de víveres en los hogares de las familias ecuatorianas. Sin embargo, gracias al constante proceso de investigación realizado y a las retroalimentaciones recibidas de los mentores internacionales, se definió ajustar la idea a una app informativa y con estilo de cuponera personal de descuentos y promociones, dirigida hacia el sector gastronómico (restaurantes) y servicios de entretenimiento, no dejando de lado el ahorro al consumidor como se consideró en la primera instancia y adicionando la experiencia en servicio hacia el usuario.

En cuanto al ahorro, Ecuador no es categorizado o reconocido por ser un país que dispone de una población ahorrativa debido a las diversas crisis que padece el país, partiendo principalmente desde que en la actualidad el sueldo base vigente (\$425) no abastece el presupuesto necesario para la canasta básica que se encuentra ponderado aproximadamente en \$793,33 según datos del INEC, lo cual no permite ni ayuda a generar un ahorro.

Según un artículo publicado en la Revista Primicias (2019) que cita un reporte elaborado por la consultora Kantar WorldPanel, 1.700 hogares ecuatorianos siguen comprando, pero lo hacen por canales cercanos y buscan productos económicos o en rebaja. Referenciando este artículo se puede interpretar que el ecuatoriano promedio, consume en grandes cantidades, pero a su vez es capaz de buscar grandes ofertas o rebajas para conseguir lo que busca a menor precio.

Para triangular esta información se realizó una encuesta a 385 personas en la que el 85% de los encuestados mencionan que buscan regularmente descuentos y promociones, consumen semanalmente en restaurantes y gastan mensualmente en servicios de entretenimiento, permitiendo afirmar lo mencionado por la consultora Kantar.

En Ecuador, con enfoque a la población guayaquileña, uno de los problemas que no permite generar un ahorro radica en la existencia de la crisis económica dentro del país desde antes de la llegada del COVID-19, después de la emergencia sanitaria, por la crisis económica mundial y la diferencia económica entre el sueldo base actual con el ponderado en la canasta básica.

Relacionado a lo anterior, otro problema radica en el incremento de precios dado en los últimos meses en diversos productos del país. Según un artículo publicado en GK (2022), cita que una encuesta realizada en Ipsos mostró que el aumento de precios se nota en las fruterías y verdulerías, las panaderías, los restaurantes y las bodegas, adicional al incremento de precios en las farmacias, en las licorerías y en las compras a domicilio de todo tipo de productos, por lo cual, así mismo, no permite generar un ahorro.

Tras los cambios constantes realizados en la idea de negocio, se optó por tener una entrevista con una cadena de supermercados de renombre, como es Corporación el Rosado, en la cual se concluyó que no se tendrán resultados favorables hacia otras cadenas, al no disponer de un beneficio significativo para ellos. Por dicha razón se sugirió dar un nuevo enfoque al negocio sin perder el estilo y propuestas de valor ofertadas, llegando así a sectores de restaurantes y de entretenimiento de PYMES, en donde sí se han obtenido resultados favorables.

Asimismo, al tener la revisión general con el mentor internacional y explicando a detalle todo el proceso transcurrido en el proyecto, se logró confirmar gracias a su experiencia en software y demás desarrollos digitales o web, que el proyecto si es viable

como app y que la propuesta de ahorro, junto con la capacidad de geolocalización, lograría ser beneficioso para ambos, tanto para usuario como para proveedores, generando así resultados positivos en las entrevistas y encuestas con ambas partes.

Gracias a las pruebas y/o validaciones realizadas para el modelo de negocio, se propuso como producto mínimo viable difundir un video el cual disponía de información sobre la funcionalidad de la app y la idea de negocio, tanto para usuarios como proveedores. Con el mismo, se realizaron entrevistas preliminares a 30 personas para obtener respuestas y sugerencias para con esta data desarrollar una encuesta dirigida a 385 personas, para validación del modelo de negocio, en el cual se obtuvieron resultados positivos.

De igual forma, se concretaron cuatro reuniones o entrevistas a profundidad, uno con un representante de Corporación el Rosado y tres con dueños de negocios PYMES para recibir diversos comentarios sobre el modelo de negocio. Este proceso demostró una aceptación del proyecto con los tres representantes de las PYMES entrevistados, y con el representante de Corporación el Rosado se validó la idea como viable por la experiencia que maneja con cadenas de restaurantes.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

8.1. Objetivo general

Elaborar un modelo de negocio relacionado al comercio electrónico que permita brindar información sobre productos con cupones, descuentos y promociones para clientes ahorrativos, generando una experiencia de usuario.

8.2. Objetivos específicos

- Desarrollar un proceso que permita generar ideas creativas e innovadoras para ofrecer alternativas de solución reales al problema planteado.
- Realizar una investigación exhaustiva, tanto cualitativa como cuantitativa, con el objetivo de tener información vasta para encontrar la demanda potencial para el proyecto en base a respuestas en masa.
- Definir los objetivos a alcanzar y los valores a seguir dentro de un determinado tiempo en la empresa a desarrollar.
- Elaborar un análisis completo sobre las necesidades generales y la organización de la empresa a crear.
- Describir la funcionalidad del proceso a seguir del producto para determinar una producción óptima del mismo.
- Establecer y generar estrategias a implementar durante y después del desarrollo del negocio a través de herramientas digitales.
- Analizar y evaluar el aspecto financiero del proyecto para determinar la viabilidad y rentabilidad del mismo.

9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

El modelo de negocio “Paho, tu app de ahorros” consiste en proponer en el mercado una nueva aplicación que brinde una experiencia en servicio al usuario y sea una cuponera personal para el mismo en donde disponga constantemente de cupones, descuentos y promociones para generar un ahorro en sus consumos en servicios gastronómicos y de entretenimiento, dirigido a hombres y mujeres millenials y centennials de un nivel socioeconómico medio, medio alto.

Para la presente propuesta se elaboraron seis documentos correspondientes a las gerencias de Design Thinking, Investigación de Mercado, Estudio Administrativo y de RSE, Estudio Técnico, Plan de Marketing y Estudio Financiero, en los cuales se encuentra toda la información obtenida y los procesos realizados para llegar al resultado final del proyecto en base a cada una de las gerencias correspondientes. Todos estos documentos se verán relacionados al tratarse de la misma propuesta de negocio, Paho. Sin embargo, cada una explicará los procesos desarrollados en las mismas de forma individual, juntando en ciertas ocasiones información relacionada a otras gerencias.

En base a los resultados más relevantes obtenidos en la gerencia de Design Thinking, las primeras etapas de empatizar, definir; y la última de validación, fueron fundamentales para corroborar que existe una problemática en cuanto a la falta de información de herramientas digitales y que la solución planteada, tanto como en explicación verbal y prototipo final, era la correcta para la solución a dicho problema. Asimismo, estas etapas permitieron conocer las diversas opiniones del usuario para lograr obtener un resultado mucho más viable y que esté acorde a sus necesidades.

En el caso de la gerencia de Investigación de Mercado, toda la información obtenida dentro de esta etapa fue de mayor relevancia al contar con mucha más información sobre los pensamientos y emociones que tienen los consumidores ante la problemática planteada en el

Design Thinking y el conocer sus opiniones en base a las posibles soluciones propuestas. Además, los resultados de las diversas encuestas realizadas durante toda esta etapa permitieron conocer que lo indicado por los primeros entrevistados era lo que pensaban y sentían una gran cantidad extra de personas. De igual forma, los cambios generados en el proceso y las retroalimentaciones recibidas por los mentores y expertos, logró que se forme un producto viable para el mercado al que se busca llegar.

En el Estudio Administrativo y de RSE las partes más relevantes de esta gerencia corresponden a tres partes del documento. Una de ellas es la misión y visión, por lo que, una vez definida, permitió tener una base en cuanto a los objetivos que busca obtener la empresa y no alejarse de estos. La segunda, corresponde al análisis de los puestos a implementar en el negocio por lo que se podrá saber cuáles son las actividades que realizará cada colaborador respectivamente y permitir una correcta delegación de responsabilidades. Y, por último, como tercera parte, fue relevante la estructura jurídica realizada ya que es fundamental conocer cómo funcionará el negocio.

Dentro del Estudio Técnico la parte más relevante del mismo fue elaborar y estructurar como sería el proceso de producción o prestación de servicio de la app hacia el consumidor final. Con este desarrollo se pudo conocer la funcionalidad del algoritmo de la aplicación para el usuario y los proveedores y con ello, verificar si disponía de alguna falla en su desarrollo o algún tipo de proceso faltante en el mismo al consultar finalmente con un especialista en el área. De igual forma, para complementar la funcionalidad del algoritmo fue importante establecer la capacidad productiva que la aplicación podría abarcar ya que, sin esta información el funcionamiento de la app podría verse afectado y tener una caída en sus servicios generando disgustos en el usuario y/o proveedores.

En el caso de la gerencia de Plan de Marketing, lo más relevante de este documento fue el desarrollo de las cuatro p's del marketing; precio, producto, plaza y promoción, ya que

con esto se pudo desarrollar las estrategias correspondientes para temas de lanzamiento del negocio y analizar cómo se las podría realizar. Igualmente, el desarrollo del plan de medios y definir el presupuesto para las campañas de lanzamiento masivas a realizarse permitió crear un cronograma de desarrollo concreto en base al presupuesto establecido y crear objetivos a lograr para los primeros meses de campaña, y así definir planes de contingencia en caso de no obtener los resultados esperados.

Por último, con el Estudio Financiero se pudo analizar que lo más relevante del proyecto es la viabilidad y rentabilidad de este. Para el análisis del modelo de negocio Paho, se realizó una proyección de 4 años de vida útil. Según las investigaciones hechas en las gerencias anteriores, el proyecto necesitará de una inversión inicial de \$76.234,13 lo cual será financiado totalmente por los accionistas. En cuanto a la TIR, esta arroja un valor de 17,61%, lo cual es superior a la TMAR de 15%, y el VAN obtenido es de \$4.757,47.

10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

10.1. Gerencia: Estudio Técnico

10.1.1. Descripción del producto/servicio

PAHO, como modelo de negocio, se trata de una cuponera personal para sus clientes en donde los mismos tendrán acceso a diversas ofertas como cupones, descuentos y promociones de los proveedores asociados alojados dentro de la aplicación y quienes han contratado los servicios de PAHO. El objetivo de la app es ayudar a optimizar el presupuesto de las personas al hacer sus compras en restaurantes y servicios de entretenimiento sin dejar de consumir, pero generando un ahorro. Asimismo, la idea es contar con el mayor número de establecimientos, información, descuentos, ofertas e incentivos posibles, en un sólo lugar y en donde no se dependa de los establecimientos para que se creen ofertas, sino que más bien, sea un requisito hacia los proveedores para formar parte de PAHO el generar las mismas.

Como propuestas de valor, PAHO tiene como objetivo brindar a sus usuarios el beneficio de una app que les permita generar un ahorro en su presupuesto gracias a las ofertas indicadas en la app y disponer de su propio patrón de consumo para tal fin. De esta misma forma, la propuesta de valor para proveedores es la de brindar una app que los ayude a crecer a corto, mediano o largo plazo al colaborar con sus nuevas estrategias de venta y marketing por la información otorgada y obtenida de los patrones de consumo de los usuarios, gracias a la geolocalización de la aplicación.

10.1.2. Presentación / Descripción del prototipo

La aplicación contará con un diseño simple, que cumpla con las principales características establecidas para que el uso de la misma no sea complicada o tediosa. Para el desarrollo de su prototipo se elaboró un borrador interactivo de la misma dentro de la aplicación Figma, la cual es una excelente herramienta para lo que se conoce como diseño

UI/UX utilizada por programadores y/o diseñadores para presentar las ideas que tienen de las aplicaciones que desean elaborar de forma dinámica e interactiva (*Free Prototyping Tool: Build Interactive Prototype Designs*, n.d.).

Con Figma, se busca demostrar con más claridad cómo será el funcionamiento de la aplicación al momento de ingresar en ella. Buscará demostrar cómo será el apartado de home, las demás áreas correspondientes al menú y así mismo, cómo será su esquema visualmente para con esto conocer si es atractivo para el usuario y por sobre todo saber si les es sencillo el manejo de la misma sin necesidad de alguna explicación.



Figura 1 Prototipo

Fuente: Elaboración propia

10.1.3. Proceso de producción/ prestación del servicio

Para un correcto funcionamiento de la app se necesita que se conozca correctamente el manejo de la misma para saber cómo se puede administrar correctamente el algoritmo; por ello, el flujo de proceso correspondiente para los usuarios de la aplicación será la siguiente:

- Una vez el usuario haya descargado la app y registrado en la misma, la aplicación lo va a dirigir al menú de home. En el mismo podrá visualizar las ofertas destacadas que se encuentren vigentes en ese momento.

- Automáticamente la aplicación comenzará a difundir popups o diversas notificaciones dentro de la misma aplicación al usuario sobre las ofertas vigentes de acuerdo con los gustos que tenga y que fueron seleccionados en su proceso de registro.
- Al ser el caso de que una de las ofertas presentadas mediante estas notificaciones sea de interés por el cliente y quiere hacer uso de ella, podrá guardar la oferta o dar clic en el link que lo llevará a adquirir el cupón, para luego acudir al local correspondiente y hacer uso del mismo. Como alcance a lo anterior, en caso de que el usuario indique que desea acudir al local en ese mismo instante para hacer uso del cupón, se enviará una notificación al proveedor dueño del mismo para preparar la llegada del cliente al establecimiento.

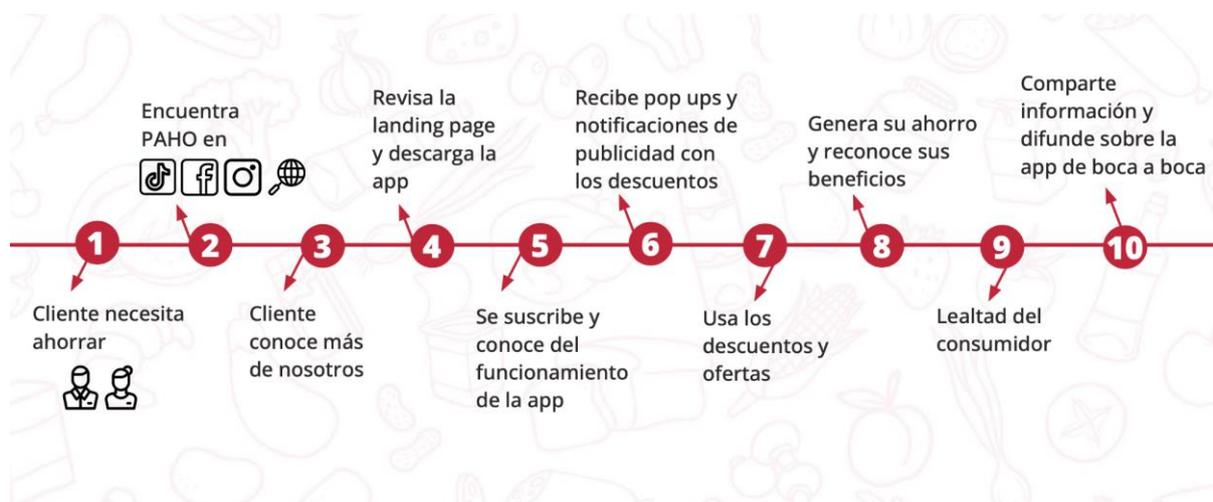


Figura 2 Procedimiento usuario

Fuente: Elaboración propia

Este procedimiento será de uso por parte del usuario constantemente y luego de cierto tiempo de uso, podrá ir visualizando dentro del apartado de patrón de consumo como se va generando su ahorro y la app le indicará recomendaciones sobre qué prácticas realizar para seguir manteniendo dicho ahorro.

Asimismo, para un correcto funcionamiento de la app, se necesita que se conozca el flujo de proceso correspondiente para los proveedores de la aplicación, la cual será la siguiente:

- Una vez el proveedor haya descargado la app y registrado su negocio en la misma, la aplicación lo va a dirigir al menú de home, en el cual automáticamente podrá comenzar a subir para luego difundir sus artes en base a las ofertas que dispone.
- Automáticamente la aplicación comenzará a difundir en forma de popups o diversas notificaciones sus artes acordes a los gustos de cada usuario registrado en PAHO.
- Con ello, el proveedor deberá esperar a que el usuario acuda a su local para comenzar a hacer uso exclusivo del servicio de ofertas brindadas hasta el tiempo de vigencia correspondiente.
- Luego de que el usuario haya utilizado constantemente las ofertas dadas por el proveedor, éste podrá visualizar en el apartado de patrón de consumo cómo se ha estado comportando el consumidor con respecto a su local y le irá indicando a forma de consejo algunos tips que puede realizar para ir mejorando las ventas de su negocio.

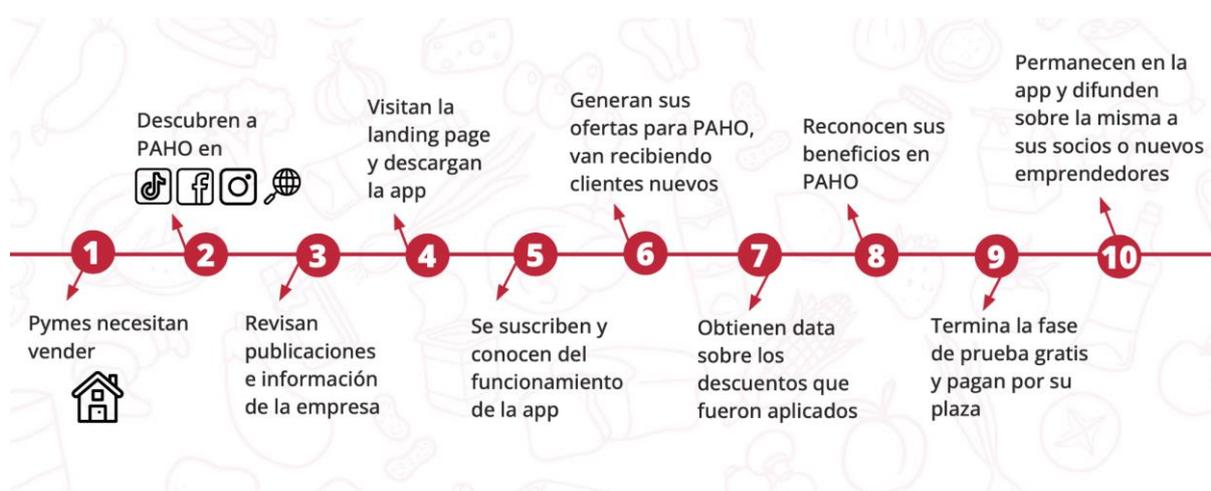


Figura 3 Procedimiento Proveedores

Fuente: Elaboración propia

Este procedimiento será de uso por parte del proveedor constantemente y según el plan que haya adquirido, luego del periodo de prueba gratuito establecido en la app, podrá ir haciendo una comparación en el antes y después de su negocio al estar en PAHO e ir creciendo con el tiempo.

10.1.4. Determinación de la capacidad productiva

La capacidad productiva instalada dependerá del flujo de clientes que se capten, lo cual irá creciendo el espacio en la nube global por el total de clientes que se tengan y la cantidad de almacenamiento que manejen. Se contará con los servidores (base de datos+*hosting*) de google *cloud* que con la inversión inicial permitirá que 200 usuarios puedan usar la aplicación simultáneamente (*Pricing Overview*, n.d.). La capacidad máxima de los servicios de compras que ofrece la app será determinada por el horario de atención de los establecimientos socios, en promedio los horarios de atención son de 12 horas al día de lunes a domingo; esto quiere decir que la aplicación podrá ofrecer este servicio máximo 12 horas diarias todos los días de la semana. En cuanto a los servicios de información, seguimiento de los consumos personales, validación de cupones y promociones disponibles podrán ser visualizados las 24 horas del día, los siete días de la semana.

El mercado potencial de PAHO, en cuanto a usuarios es de 415.551, de los cuales, para el mercado meta, con un porcentaje de 10% de los usuarios que la aplicación podría atender durante sus primeros años de proyecto representa 41.555 usuarios. Finalmente, de este valor, captando un porcentaje realista de captación del 8% se obtienen 3.324 usuarios.

Debido a que el emprendimiento es pionero en el área y no hay datos anteriores sobre la aceptación o uso de aplicaciones estilo cuponeras, se ha puesto como meta una absorción del 60% de usuarios para el primer año, lo que da un valor de 1.995 usuarios (*Resultados De La V Medición Del Estudio De Comercio Electrónico, 2022*).

En cuanto a los proveedores, se espera realizar una captación dentro del primer año de 1.000 proveedores, de los cuales con un porcentaje realista inicial de 10% da 100 proveedores para los primeros meses.

En el caso de usuarios y proveedores, se puede llegar a una estimación del 8% de usuarios y 5% de proveedores simultáneos dentro de la app, para chequeos y posibles nuevas ofertas de promociones. Esto arroja un promedio de 160 usuarios y 5 proveedores simultáneos dentro de la aplicación, un total de 156 personas, lo que representa un 82,5% de capacidad usada y un 17,5% de capacidad disponible sin uso dentro del primer año.

Tabla 1 *Capacidad productiva de PAHO*

| | |
|---------------------------------------|---------|
| Mercado potencial usuarios | 415.551 |
| Absorción primer año (60%) | 1.995 |
| Conexiones simultáneas (8%) | 160 |
| Captación esperada proveedores | 1.000 |
| Captación realista primer año (10%) | 100 |
| Conexiones simultáneas (5%) | 5 |
| Capacidad simultánea de PAHO | 200 |
| Capacidad Utilizada | 82,5% |
| Capacidad sin usar | 17,5% |

Fuente: Elaboración propia.

10.1.5. Ubicación del Proyecto

PAHO trabajará bajo una modalidad híbrida con la finalidad de no tener que invertir costos elevados por disponer de una infraestructura y ahorrar en costes de inversión inicial. El personal interno total es de cuatro personas lo que facilita la organización de reuniones y espacios de trabajo. Por ello, la alternativa que se tiene para poder ejercer el negocio con el personal actual de forma física, para brindar mayor confianza a sus clientes, es la de alquiler de espacio en oficina o en puestos especializados en coworking. Se quiere aprovechar esta modalidad en cuanto a mayor productividad, mejoras de tiempo por no tener que movilizarse constantemente, menor estrés para el personal y una reducción de gastos (*Sobre OBS*, n.d.).

10.1.6. Diseño arquitectónico

Al ser una propuesta de negocio en la que su finalidad es ofrecer una app como producto final, en la que básicamente la interacción con los usuarios será en su mayoría tecnológicamente para todo que necesiten, lo que dispondría de un diseño como tal sería netamente la misma aplicación ya que se la tiene que elaborar de forma que sea llamativa y amigable para el usuario.



Figura 4 Diseño app usuario

Fuente: Elaboración propia



Figura 5 Diseño app proveedores

Fuente: Elaboración propia

10.1.7. Costos

Los costos se dividen entre inversiones y gastos variables, entre los costos de inversión se considera el desarrollo de la app, licencias y dominios. En costos fijos se consideran los sueldos de los colaboradores, equipos computacionales como laptops o computadoras de escritorio, impresoras, archivadores y en costos variables el mantenimiento de la app y costos varios.

10.1.7.1. Terreno y Obras Civiles.

Como proyecto que se enfoca a la creación de una cuponera personal como app, no es necesario el disponer de un terreno ni de generar alguna obra civil.

10.1.7.2. Equipos y Maquinarias.

Los equipos en sí que se necesitan para esta idea de negocio son de equipos computacionales como laptops, archivadores, entre otros para el manejo de información del

negocio como tal y para poder realizar las actividades correspondientes al área de marketing y diseño.

10.1.7.3. Muebles y Enseres.

En este apartado lo que se necesitaría es para alojarse en una oficina física que será utilizada por los colaboradores que están contemplados para PAHO actualmente, los cuales son cuatro personas. Para las actividades de las mismas se necesitan disponer de cuatro computadoras, adicionalmente a los archivadores, cuaderno de anotaciones y esferos.

10.1.7.4. Materias primas/ Materiales e insumos.

Gracias a que el funcionamiento del negocio depende de cierta forma de la disposición de proveedores, la materia prima directa a necesitar es nula ya que no se depende de recursos naturales para poner en práctica las actividades, más que nada se necesitaría de recursos eléctricos para poder gestionar el dominio, el servidor de la app, el servicio de plan de datos y el servicio telefónico.

10.1.8. Vida Útil del Proyecto

El tiempo de vida útil del proyecto depende de dos factores importantes a considerar, en donde uno de ellos se encuentra fuera de alcance al tratarse de un tema que abarca al país como tal. Dentro de esos apartados se encuentran los siguientes:

- La incertidumbre que existe sobre los atentados y la delincuencia en el país, principalmente en Guayaquil, permite mencionar que esto generaría un futuro incierto para la aplicación en primeras instancias, ya que, si la delincuencia sigue en aumento, el usuario no querrá hacer uso de su cuponera personal al no querer acudir al local y por ello se tendría que adaptar para aplicar los cupones de manera virtual o por medio de *delivery* implicando gastos adicionales y riesgo en el control de calidad al tener que contratar personal en servicios de *delivery*.

- Del mismo modo, se debe de estar pendiente de que los usuarios estén haciendo uso de los cupones constantemente en la mayoría de los locales de los proveedores asociados, ya que, si no generan mayor rentabilidad por medio de la aplicación, no querrán seguir haciendo uso de la misma. Por ello, por cada local inscrito, se debe hacer un análisis en frecuencia de compra de los usuarios para armar diversas estrategias.

Fuera de estos dos puntos, la aplicación podrá tener un tiempo de vida útil extenso, de aproximadamente 3 a 4 años o más, al tratarse de una aplicación que tranquilamente puede abarcar diversas categorías adicionales a la de restaurantes y servicios de entretenimiento y, también, por lo que tiene la facilidad de poder extenderse a nivel nacional sin problemas al tratarse de una cuponera personal.

10.1.9. Estudio Legal

- 1. Mapeo de elementos que componen los aspectos claves del negocio:** marcas, modelo de gestión, confidencialidad, etc. que son importantes proteger en el modelo de negocio planteado.

Esta idea de negocio nace con el propósito de cubrir una necesidad no satisfecha hasta ahora, la cual es otorgar una herramienta digital que permita a las personas obtener descuentos, promociones y ofertas para uso en restaurantes, bares y servicios de entretenimiento, y a su vez que genera un ahorro al usar estos cupones.

Lo que se considera vital para que el negocio sea sostenible son los siguientes puntos:

- Para el derecho de la propiedad intelectual la aplicación será registrada bajo la marca “PAHO”, la cual pertenece a la empresa “ProAhorro” S.A.S
- Mantener la confidencialidad por parte de la app “PAHO” hacia los usuarios en cuanto a los datos que estos otorguen al registrarse.

- Almacenar los datos correspondientes a los descuentos, promociones y ofertas que otorguen los restaurantes, bares y centros de entretenimiento que se encuentren dentro de la app de forma veraz para generar esa credibilidad que se busca hacia el usuario.
- Procurar que exista un inventario actualizado por parte de los proveedores de forma constante para que el uso de los cupones sea más creíble y genere confianza.
- Para las alianzas estratégicas se utilizarán marcas de terceros bajo consentimiento respetando las disposiciones del registro de marca.
- Establecer los términos y condiciones hacia los usuarios y con los proveedores.

2. Propiedad intelectual: marcas, logos, protección de las creaciones que sean susceptibles de protección en este sentido.

Se realizará la respectiva protección de marca con el SENADI, se hará la patente del logo más diseño mediante el registro de marca, la protección del régimen de derechos de autor será de forma jurídica al ser un grupo de seis (6) personas para ser titulares de los derechos patrimoniales del modelo de negocio y a su vez poder hacer el registro del nombre comercial del negocio más el registro del lema comercial (*SICE-Ley De La Propiedad Intelectual-Ecuador/a*, n.d.).

Por lo tanto, los elementos considerados dentro de la propiedad intelectual son la marca mixta “PAHO”, el slogan “Tu app de ahorros”, el logo y el registro de Software debido a la diferenciación (análisis de presupuesto, patrón de consumo) que se tendrá a diferencia de las demás aplicaciones dentro de la industria del comercio digital, además de la patente de invención que permitirá proteger la originalidad de la idea de negocio.

Elementos dentro de los costos de propiedad intelectual según El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales en Ecuador son los siguientes:

- Búsqueda fonética, permite investigar si hay marcas iguales o idénticas registradas o en proceso de registro en el país: \$16
- Registro de marca, la duración del registro de marca es de 10 años y puede ser renovada indefinidamente: \$208
- Registro del lema comercial (eslogan)
- Registro de software, otorga titularidad de derechos patrimoniales y morales de autor sobre un Programa de Ordenador: \$20

3. Aspectos legales relacionados a comercio electrónico en el modelo de negocio:

promoción, venta o distribución que corra por medios electrónicos, necesidades y acciones legales importantes en este sentido.

Al ser una aplicación que hace uso del comercio electrónico debido al pago en línea dentro de la app, la dependencia o uso de terceros (proveedores) para su funcionamiento respectivo, se debe tomar en cuenta los siguientes artículos pertenecientes a la ley del comercio electrónico:

- Art. 4.- Propiedad intelectual.
- Art. 5.- Confidencialidad y reserva.
- Art. 9.- Protección de datos.
- Art. 11.- Envío y recepción de los mensajes de datos.
- Art. 33.- Prestación de servicios de certificación por parte de terceros.
- Art. 44.- Cumplimiento de formalidades.
- Art. 46.- Perfeccionamiento y aceptación de los contratos electrónicos.
- Art. 48.- Consentimiento para aceptar mensajes de datos.
- Art. 49.- Consentimiento para el uso de medios electrónicos por parte del usuario.
- Art. 50.- Información al consumidor.

4. Permisos, certificaciones, licencias u otros que requiera el negocio para inicio y mantenimiento.

En este caso, como modelo de negocio, no aplica la solicitud de permisos, certificaciones, licencias u otras solicitudes al Estado ya que no se tendrá un establecimiento físico propio en primeras instancias.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

a. Conclusiones

La gerencia técnica permitió desarrollar el modelo de negocio de forma integral, reconociendo todos los componentes detrás del proyecto y como con su correcto desarrollo se construyó el concepto final de la idea de negocio de Paho. La gerencia técnica ayudó a construir el proyecto desde la perspectiva de todos los actores que rodean a la idea de negocio, teniendo en cuenta esto se comenzó a definir el producto/servicio, procesos de producción, capacidad productiva y la presentación del prototipo para ir materializando la idea.

Esta gerencia logró generar un acercamiento a los primeros stakeholders en este caso a los usuarios y socios de la app a través del prototipado donde se pudo obtener *feedback* en cuanto a cómo debería funcionar, servicios que aumentar y características del diseño. En cada una de estas etapas se fueron evidenciando y corrigiendo vacíos conceptuales y técnicos de la idea que posteriormente fueron claves para el engranaje y funcionamiento de la app.

De igual forma dentro de esta gerencia se empezó a mostrar el panorama de los recursos económicos necesarios para llevar a cabo el desarrollo del proyecto. Teniendo un poco más clara la etapa de descripción del producto se continuó con el plan de inversión y los costos de producción, esta etapa fue muy importante porque se propició el contacto con profesionales del sector que acercaron al equipo a conocimientos más técnicos de cómo funciona y qué recursos se necesitan para el desarrollo de la app, con esta información el plan de inversión y los costos de producción se desarrollaron procurando evitar al máximo rubros que inflen la economía del proyecto.

Finalmente, se logró construir una idea clara del funcionamiento del modelo de negocio en el cual Paho se establece como una cuponera personal para sus clientes en donde los mismos tendrán acceso a diversas ofertas como cupones, descuentos y promociones de los

proveedores asociados (restaurantes) alojados dentro de la aplicación y quienes han contratado los servicios de Paho. El objetivo de la app es ayudar a optimizar el presupuesto de las personas al hacer sus compras en restaurantes y servicios de entretenimiento sin dejar de consumir, pero generando un ahorro.

Se considera que esta etapa fue un pilar importante para comenzar a marcar el camino del desarrollo del proyecto, porque ayudó a encontrar una forma a la idea de negocio teniendo en cuenta múltiples aspectos que no se habían considerado en primera instancia. Así la visión del proyecto tomó fuerza y se desarrolló en conjunto con las otras gerencias.

b. Recomendaciones

Para que este proyecto funcione de manera correcta, sea sustentable en el tiempo y pueda ser de utilidad para los usuarios que se suscriban con el objetivo de generar un ahorro en sus economías personales, es importante que se tomen en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Contar con una correcta descripción del producto/servicio que incluya objetivos, propuesta de valor, necesidades a satisfacer y stakeholders.
- Prototipar y testear cada vez que se crea conveniente un cambio en la funcionalidad de la app o en el giro del negocio.
- Contar con la asistencia de profesionales del sector de desarrollo de apps
- Revisar constantemente los flujos de procesos para facilitar la mejora continua de la app
- Contar con un departamento de innovación y desarrollo para posicionar a la app a la vanguardia del mercado
- Identificar correctamente los costos que permitan el correcto funcionamiento de la app y su rentabilidad.

En el desarrollo de este modelo de negocio se ha aprendido cuán importante es comprender las diferentes perspectivas de los actores que van a ser parte del negocio, es gratificante ver cómo cada una de las necesidades de los usuarios, proveedores y accionistas van conectándose para crear un beneficio en conjunto y que tenga un impacto social. De igual forma se ha apreciado como una idea tiene que pasar por varias etapas para ir despojándose de variables que pueden afectar la viabilidad del negocio y cómo se incorporan otras que hacen posible su creación. Para la consecución de los objetivos del proyecto es importante contar con un equipo en donde los integrantes compartan la misma visión, responsabilidad y compromiso por ofrecer una nueva alternativa en el mercado.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Figma. (14 de agosto de 2022). *Free Prototyping Tool: Build Interactive Prototype Designs*.

Obtenido de <https://www.figma.com/prototyping/>

Google Cloud. (2 de julio de 2022). *Pricing Overview*. Obtenido de

<https://cloud.google.com/pricing>

LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL. (2022). *DERECHOS DE PROPIEDAD*

INTELECTUAL. Obtenido de

http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/1320a.asp

OBS Business School. (2022). *Sobre OBS*. Obtenido de

<https://www.obsbusiness.school/conocenos/quienes-somos>

Revista Gestión Digital. (26 de abril de 2022). Crecimiento del comercio digital en Ecuador.

Revista Gestión Digital, [https://www.revistagestion.ec/cifras/crecimiento-del-](https://www.revistagestion.ec/cifras/crecimiento-del-comercio-digital-en-ecuador)

[comercio-digital-en-ecuador](https://www.revistagestion.ec/cifras/crecimiento-del-comercio-digital-en-ecuador). Obtenido de

<https://www.revistagestion.ec/cifras/crecimiento-del-comercio-digital-en-ecuador>

Revista Primicias. (2019). Los ecuatorianos prefieren hacer sus compras en las tiendas de

barrio. *Revista Primicias*, [https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuatorianos-](https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuatorianos-prefieren-tiendas-barrios-compras/)

[prefieren-tiendas-barrios-compras/](https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuatorianos-prefieren-tiendas-barrios-compras/). .

Roa Chejín, S. (23 de agosto de 2022). *¿sí ha cambiado el consumo de productos en Ecuador*

por el incremento de precios. Obtenido de [https://gk.city/2022/08/23/asi-ha-](https://gk.city/2022/08/23/asi-ha-cambiado-consumo-productos-ecuador-incremento-precios/)

[cambiado-consumo-productos-ecuador-incremento-precios/](https://gk.city/2022/08/23/asi-ha-cambiado-consumo-productos-ecuador-incremento-precios/)

Universidad Espíritu Santo - Posgrados. (27 de septiembre de 2022). *Resultados de la V*

medición del estudio de comercio electrónico en Ecuador. Obtenido de

[https://online.uees.edu.ec/investigacion/presentacion-de-resultados-del-estudio-de-](https://online.uees.edu.ec/investigacion/presentacion-de-resultados-del-estudio-de-transacciones-no-presenciales-en-ecuador)

[transacciones-no-presenciales-en-ecuador](https://online.uees.edu.ec/investigacion/presentacion-de-resultados-del-estudio-de-transacciones-no-presenciales-en-ecuador)

13. ANEXOS

Cotización de desarrollo de app

Sistema para promociones por Cupón

Qbit Agencia Digital, empresa dedicada a la administración y generación de recursos basados en estrategias de contenido y publicidad online, tiene el placer de presentar a usted, su propuesta de servicios de implementación de aplicación de cupones mediante geolocalización.

Antecedentes

Objetivo General

- Implementar un sistema de apps de cupones que cubran las necesidades y requerimientos tanto del cliente, marcas, administración y que cumpla con sus expectativas de calidad y desempeño. Estas apps están dirigidas a brindar servicios de descuentos mediante cupones que se activan por geolocalización enviando una notificación push.

Objetivos específicos

- Implementar un listado de proveedores con cupones que se activen mediante geolocalización.
- Implementar un panel de administración de la app (Android & IOs). [Descripción de la propuesta](#)

de la propuesta

- Las aplicaciones contendrán las funcionalidades requeridas para una app de cupones, sesiones de usuario, perfil y gustos por usuario, código de descuento por tienda, vigencia de cupón, limite diario, retroalimentación e histórico.

Tanto para usuarios como para el panel de administrador cada uno con sus particularidades.

- La aplicación contendrá las siguientes funcionalidades:
 - Cliente
 - Cupones activados por Geolocalización
 - Registro de usuario(Correo, Google, Apple)
 - Recuperación de contraseña
 - Notificaciones push
 - Calculadora de ahorro con el porcentaje
 - Perfil de usuario y selección de sus intereses
 - Dashboard de Administración
 - Ver información de los proveedores
 - Patrón y estadísticas de consumo
 - Análisis de datos
 - Proveedor
 - Registro de usuario proveedor
 - Recuperación de contraseña
 - Manejar códigos de descuento con límite
 - Prueba gratis de 30 días
 - Paquetes a elegir (\$7, \$10, \$15)
 - Patrón de consumo
 - Análisis de datos de los cupones en vigencia

** Las interacciones descritas son de carácter preestablecido y no incluyen de ninguna manera integraciones de funcionalidades adicionales. Se implementarán todas las integraciones descritas en un contrato final adaptado exclusivamente a los colores y logo de la marca.

Propuesta tecnológica

- Implementación de Apps y web administrativa teniendo en cuenta los siguientes aspectos:
 - Aplicación Android (cliente y proveedor): Android nativo (IDE de Android Studio)
 - Aplicaciones de iOS (cliente y proveedor): Swift Language.
 - Web de sistema de panel de administración (Administración):
PHP (trabajo de Laravel Frame) y base de datos Mysql
 - Servidor (servidor Linux): Firebase, NoSQL, Php, MySQL, API Rest

Tiempo de desarrollo

- El tiempo de desarrollo fue estimado bajo los requerimientos adaptados para el Sistema de Cupones y la integración de la pasarela de pagos para proveedores. El proyecto se entregará en un tiempo total de 125 días laborales conforme se entregue la información necesaria.

El tiempo de desarrollo se ha dividido en la siguientes fases:

FASE I - Creación y Aprobación del diseño y arquitectura Tiempo: 4 semanas

- Documentación respectiva del manual de uso de marca y formato editable de marca con su logo.
- Información de tarifas
- Análisis de restricciones y funcionalidades.
- Elaboración de propuesta de diseño de la app.
- Aprobación de diseños.

FASE II - Desarrollo de la aplicación Tiempo: 16 semanas

- Implementación de apps
- Implementación de Dashboard
- Integraciones de funcionalidades
- Validaciones y ajustes

- Integración de pagos

FASE III - Verificación y Validación de funcionalidades Tiempo: 4 semanas

- Testing de integraciones
- Testing de rendimiento
- Certificación de usuarios

FASE IV - Entrega del proyecto Tiempo: 1 semana

- Entrega de credenciales
- Entrega de código fuente

Tiempo total: 25 semanas

Requisitos para inicio de proyecto

- Finalización de documentación requerida
- Documentación lista para integración de pasarela de pagos
- Coordinar cualquier tipo de acceso a recursos internos que puedan ser de interés para el desarrollo de este proyecto

Propuestas económicas

1. Entrega de Apps

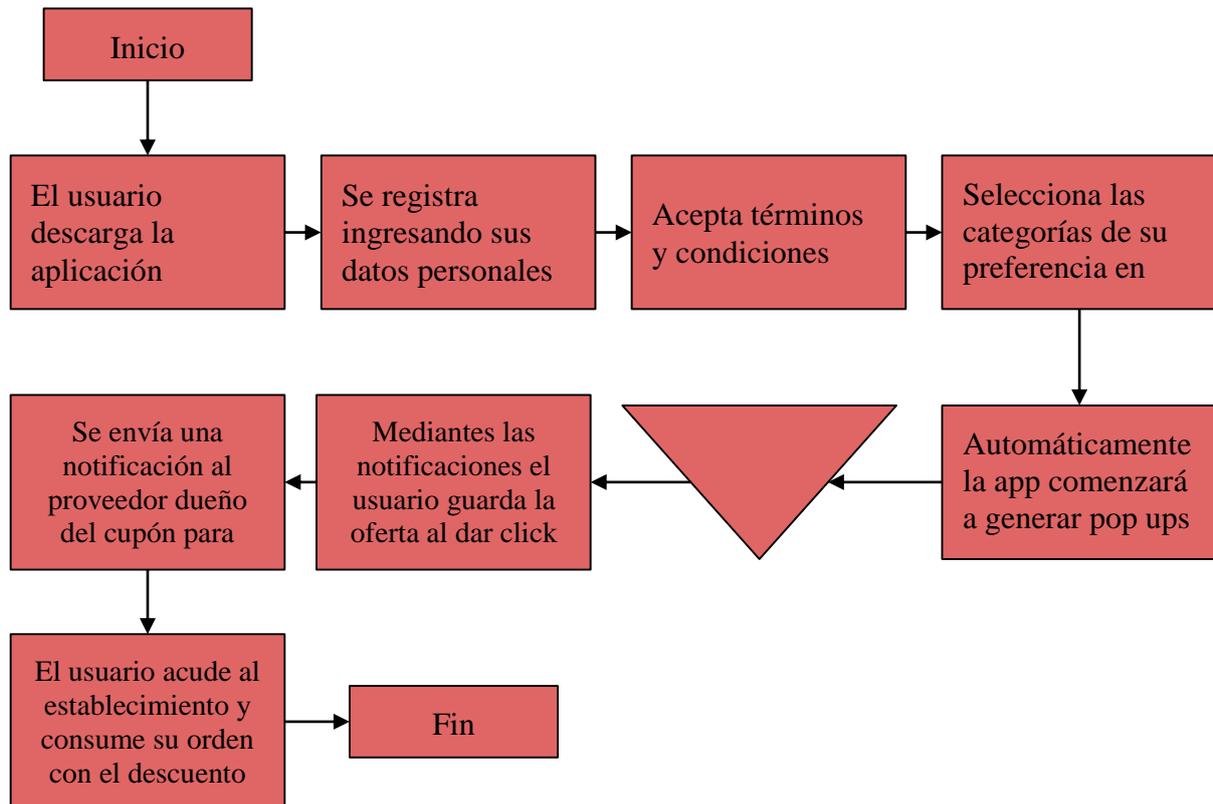
| Descripción | Valor |
|---|--|
| Android apps (1 app cliente y 1 app proveedor) iOS apps (1 app cliente y 1 app proveedor) : Swift Language Dashboard de Administración Implementación de pasarela de pagos Despliegue de aplicaciones en tiendas y configuración en servidores del cliente. Entrega de código fuente completo. | \$ 14000,00 |
| | Subtotal: \$ 14000,00 IVA 12%: \$ 1680,00 TOTAL: \$15680,00 |
| TIEMPO ESTIMADO DEL PROYECTO | 125 días laborales |
| FORMA DE PAGO | |

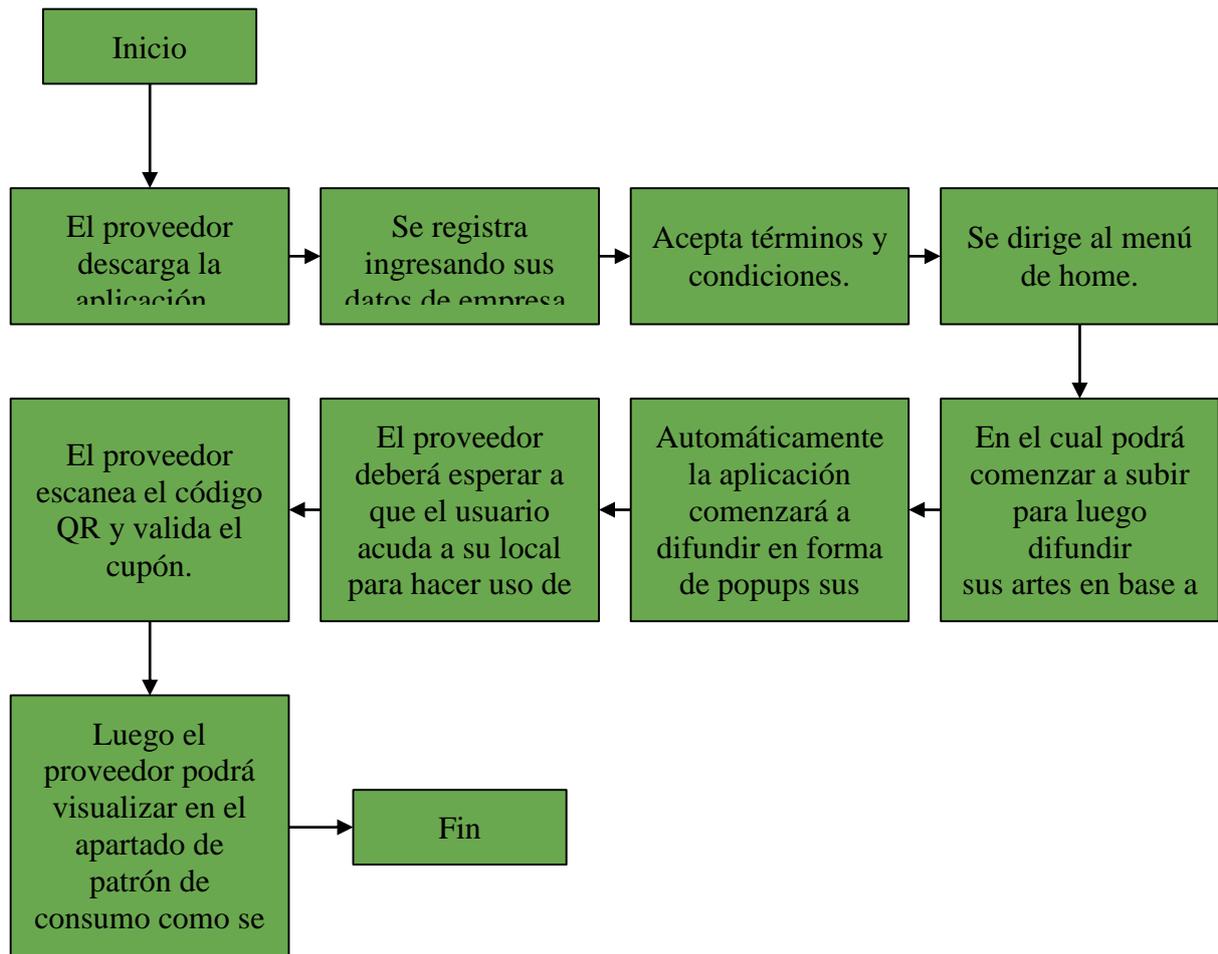
| Descripción | Valor |
|---|--|
| Android app (1 app para cliente y proveedor) iOS app (1 app para cliente y proveedor) : Swift Language Dashboard de Administración Implementación de pasarela de pagos Despliegue de aplicaciones en tiendas y configuración en servidores del cliente. Entrega de código fuente completo. | \$ 12500,00 |
| | Subtotal: \$ 12500,00 IVA 12%: \$ 1500,00 TOTAL: \$14000,00 |
| TIEMPO ESTIMADO DEL PROYECTO | 125 días laborales |
| FORMA DE PAGO | |

*Precios no incluyen IVA / *Esta cotización tiene vigencia de precio 7 días laborales

Gracias por darnos la oportunidad de ofrecerles este presupuesto. Llevamos en este negocio desde 2012 y tenemos muy buena reputación por la calidad de nuestro servicio y resultados que generamos a todos nuestros socios comerciales.

Atentamente, Alissa Alegria

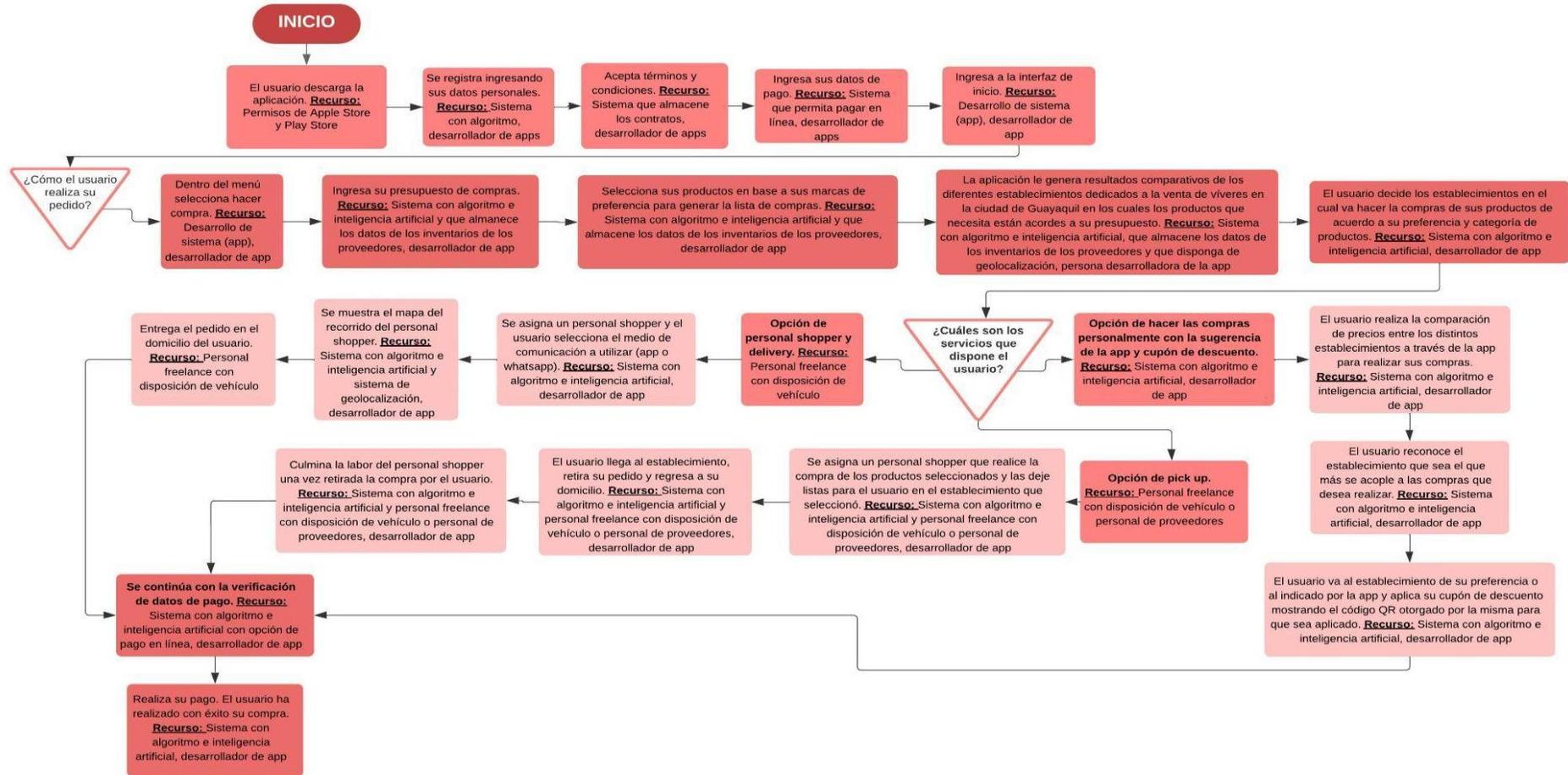
Flujo de procesos usuarios modelo de negocio final

Flujo de procesos proveedores modelo de negocio final

Flujo de procesos usuarios primera instancia del modelo de negocio

FLUJO DE PROCESO DE USUARIOS

Maria Paula Mori Cedeño | July 7, 2022



Flujo de proceso proveedores primera instancia del modelo de negocio

