



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CUENCA

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA: MODELO DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
APLICACIÓN MÓVIL DE ENTRETENIMIENTO, TRANSPORTE Y  
DELIVERY PARA LA CIUDAD DE CUENCA

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTOR: ÁNGEL SEBASTIÁN BRAVO ÁVILA**

**DIRECTOR: ING. COM. PABLO JAVIER PÉREZ JARA MSC.**

**CUENCA - ECUADOR**

**2022**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: MODELO DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
APLICACIÓN MÓVIL DE ENTRETENIMIENTO, TRANSPORTE Y  
DELIVERY PARA LA CIUDAD DE CUENCA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR: ÁNGEL SEBASTIÁN BRAVO ÁVILA**

**DIRECTOR: ING. COM. PABLO JAVIER PÉREZ JARA MSC.**

**CUENCA - ECUADOR**

**2022**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**

**MODELO DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA APLICACIÓN  
MÓVIL DE ENTRETENIMIENTO, TRANSPORTE Y DELIVERY PARA LA  
CIUDAD DE CUENCA.**

Ángel Sebastián Bravo Ávila

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

Ing. Com. Pablo Javier Pérez Jara Msc.

Febrero 2022

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ángel Sebastián Bravo Ávila, declaro bajo juramento que el trabajo denominado “Modelo de negocios para la implementación de una aplicación móvil de entretenimiento, transporte y delivery para la ciudad de Cuenca”, es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En consecuencia, este trabajo es de mi autoría

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Cuenca, 02 febrero de 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ángel Sebastián Bravo Ávila', written over a horizontal line.

---

**Ángel Sebastián Bravo Ávila**

## CERTIFICACIÓN

Yo, Ing. Com. Pablo Javier Pérez Jara Msc. certifico que el trabajo titulado “**Modelo de negocios para la implementación de una aplicación móvil de entretenimiento, transporte y delivery para la ciudad de Cuenca**”, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad Católica de Cuenca por el motivo que es una investigación particular con el propósito de cumplir un requisito previo a la obtención del Título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Cuenca, agosto del 2021



---

Ing. Com. Pablo Javier Pérez Jara MSc.  
**Tutor**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

## **DEDICATORIA**

El siguiente trabajo va dedicado a Dios, por bendecir mi camino y darme la fuerza para cumplir mis metas, a mis padres por el apoyo total y la confianza puesta en mí, a mi familia, por ser parte del camino, a mis compañeros y docentes por ser parte de mi progreso académico a lo largo de la carrera.

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento sincero a mis padres Ángel Bravo y Cecilia Ávila, por darme la fortaleza necesaria para seguir adelante en mis estudios, a mis hermanos quienes me inspiran a crecer tanto personal como profesionalmente, a Diego Ávila, quien fomentó en mí el gusto por la administración, a mi familia por apoyarme en este duro camino gracias por darme ánimos para cumplir con el objetivo de terminar la carrera, a mis compañeros de clase, quienes me brindaron su amistad y con quienes formé un verdadero equipo.

## Resumen

El presente proyecto está orientado al desarrollo de una propuesta de modelo de negocio en la ciudad de Cuenca-Ecuador. El problema de la investigación nace ante la necesidad de los emprendedores de tener un espacio virtual para ofertar y vender sus productos, como también de los usuarios de adquirirlos para que sean entregados en sus domicilios. Siendo el objetivo principal diseñar una propuesta de negocios para la implementación de una aplicación móvil mediante el modelo CANVAS. La investigación realizada fue de tipo descriptivo enfocado al plano cuantitativo, empleando análisis de tendencias, así como una encuesta para la recolección de información primaria, donde se consideró un muestreo de 384 personas entre emprendedores y usuarios de las diversas plataformas delivery de la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, con un rango de edad entre los 15 y 64 años. Lo cual ha indicado que existe una alta demanda potencial, así como un adecuado nivel de utilidad, con el que se concluye que la idea de negocios resulta rentable tanto a corto como a largo plazo.

***Palabras clave:*** Aplicación móvil, comercio electrónico, modelo de negocio, canvas

### **Abstract**

This project is oriented to the development of a business model proposal in the city of Cuenca-Ecuador. The research problem arises from the need for entrepreneurs to have a virtual space to offer and sell their products, as well as the need for users to purchase them to be delivered to their homes. The main objective was to design a business proposal for the implementation of a mobile application using the CANVAS model. The research was descriptive and focused on the quantitative level, using trend analysis, as well as a survey for the collection of primary information, where a sample of 384 people between entrepreneurs and users of various delivery platforms in the city of Cuenca, Azuay province, with an age range between 15 and 64 years. This has indicated that there is a high potential demand, as well as an adequate level of profitability, which concludes that the business idea is profitable both in the short and long term.

***Keywords:*** mobile application, e-commerce, business model, canvas

## Índice General

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	iii
CERTIFICACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
Resumen .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Abstract.....	viii
Índice General .....	ix
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Figuras .....	xiii
Introducción.....	13
Capítulo I.....	15
Antecedentes de la Investigación .....	15
Planteamiento del Problema .....	15
Formulación del Problema .....	16
Objetivo General .....	16
Objetivos Específicos .....	16
Delimitación .....	17
Metodología.....	17
Capítulo II.....	18
Marco Teórico .....	18
Conceptualización de Modelo de Negocios .....	18
Metodología CANVAS .....	20
Tecnologías de la Información y Comunicación.....	20
El Comercio Electrónico .....	20
Comercio Móvil (m-comercio).....	22
Consumidor 2.0 .....	22
Aplicaciones Móviles .....	22
Aplicaciones nativas.....	23
Aplicaciones Web.....	23
Aplicaciones Híbridas .....	23
Marco legal.....	24
Capítulo III .....	28
Estudio de Mercado .....	28
Tipo de Investigación .....	28
Metodología de Recolección de Datos .....	28
Objetivo del Análisis de Mercado .....	29
Análisis de Mercado .....	29

Tendencia de Mercado para Consumidores.....	29
Tendencia de Mercado para Empresas .....	33
Análisis de Oferta .....	35
Situación Actual del Sector .....	35
Delimitación Geográfica.....	36
Análisis de Demanda .....	37
Situación Socio-Demográfica.....	37
Segmentación del Mercado .....	38
Determinación de la Población y Muestra.....	39
Resultados de la Encuesta .....	39
Demanda Real y Potencial.....	53
Resultados del Estudio de Mercado.....	55
Capítulo IV .....	56
Modelo de Negocio .....	56
Descripción de la Idea de Negocio .....	56
Misión.....	58
Visión .....	58
Valores.....	58
Equipo de Trabajo .....	58
Diseño Bee App.....	60
<b>Análisis FODA</b> .....	62
Modelo CANVAS Bee App.....	63
Componentes del Modelo CANVAS .....	74
Estructura de costos.....	80
Capítulo V .....	82
Análisis Financiero .....	82
Inversión Inicial.....	82
Costos y Gastos Estimados.....	86
Ventas Proyectadas.....	92
Estado de Resultados .....	94
Punto de equilibrio .....	95
Valor Actual Neto.....	96
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	98
Período de recuperación de la inversión.....	99
Relación Costo/Beneficio .....	100
Capítulo VI .....	101
Conclusiones y Recomendaciones .....	101
Conclusiones.....	101
Recomendaciones .....	102
Referencias .....	104

Anexos .....	109
Anexo 1. Encuesta en Línea .....	109
Anexo 2. Resultados de la Encuesta.....	113
Anexo 3. Autorización de Publicación en el Repositorio Institucional.....	126

## Índice de Tablas

Tabla 1: Definición del modelo de negocio por autor .....	<b>18</b>
Tabla 2: Indicadores de TIC 2020 a Nivel Nacional .....	<b>30</b>
Tabla 3: Pregunta 11. Si usted es emprendedor o tiene un negocio responda las siguientes preguntas ¿Cuál es la actividad económica que realiza su empresa.....	<b>49</b>
Tabla 4: Demanda Real y Potencial .....	<b>54</b>
Tabla 5: Perfil del Personal .....	<b>59</b>
Tabla 6: Matriz FODA - Estrategias.....	<b>62</b>
Tabla 7: Inversión de Lanzamiento .....	<b>83</b>
Tabla 8: Activos Tangibles.....	<b>84</b>
Tabla 9: Activos Intangibles.....	<b>84</b>
Tabla 10: Capital de Trabajo .....	<b>85</b>
Tabla 11: Inversión Inicial.....	<b>85</b>
Tabla 12: Gastos Administrativos .....	<b>87</b>
Tabla 13: Detalle de Sueldos .....	<b>89</b>
Tabla 14: Costos Anuales Bee App.....	<b>90</b>
Tabla 15: Gastos Financieros .....	<b>92</b>
Tabla 16: Fuentes de Ingreso Mensual Bee App.....	<b>93</b>
Tabla 17: Ventas anuales proyectas Bee App .....	<b>93</b>
Tabla 18: Estado de Resultados proyectado Bee App Cía. Ltda. ....	<b>94</b>
Tabla 19: Punto de Equilibrio anual Bee App Cía. Ltda. ....	<b>95</b>
Tabla 20: Flujo de Caja Proyectado .....	<b>97</b>
Tabla 21: VAN Bee App Cía. Ltda. ....	<b>98</b>
Tabla 22: Período de Recuperación del Capital .....	<b>99</b>
Tabla 23: Relación Costo-Beneficio Bee App .....	<b>100</b>

## Índice de Figuras

Figura 1: Comparación de los tipos de aplicaciones .....	24
Figura 2: Transacciones E-commerce en millones de dólares .....	31
Figura 3: Categorías de compras por Internet .....	32
Figura 4: Frecuencia de compras online Pre y Post Covid-19 .....	33
Figura 5: Cambios planteados por las empresas Post Covid-19.....	34
Figura 6: Valoración de aplicaciones móviles más usadas en el país. ....	35
Figura 7: Geolocalización Oficinas Bee App .....	37
Figura 8: Pregunta 1. ¿Cuál es su edad?.....	39
Figura 9: Pregunta 2. ¿En qué sector vive? .....	40
Figura 10: Pregunta 3. ¿Realiza compras por internet?.....	41
Figura 11: Pregunta 4. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones es la que más utiliza?.....	42
Figura 12: Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia utiliza esas aplicaciones? .....	43
Figura 13: Pregunta 6. ¿Conoce alguna aplicación que le permita realizar reservas en locales como restaurantes, bares o discotecas?.....	44
Figura 14: Pregunta 7. ¿Ha realizado una compra de entradas o boletos para algún evento social, cultural, académico, deportivo o artístico mediante una aplicación?.....	45
Figura 15: Pregunta 8. Si respondió que sí anteriormente, ¿Para qué tipo de evento realizó la compra? .....	46
Figura 16: Pregunta 9. De las siguientes aplicaciones ¿Cuál utiliza para pedir servicio de taxi o encomiendas? .....	47
Figura 17: Pregunta 10. ¿Le gustaría hacer uso de una aplicación completa móvil que brinde servicio de delivery, servicio de taxi y compra de tickets para eventos y otros? .....	48
Figura 18: Pregunta 11. Si usted es emprendedor o tiene un negocio responda las siguientes preguntas ¿Cuál es la actividad económica que realiza su empresa? .....	49
Figura 19: Pregunta 12. ¿Le interesaría afiliarse a una aplicación confiable, segura y fácil de usar?.....	50
Figura 20: Pregunta 13. ¿Qué porcentaje del valor del producto estaría dispuesto a pagar por la venta de su producto en una aplicación? .....	51

Figura 21: Pregunta 14. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la suscripción de transporte mediante la aplicación? .....	52
Figura 22: Portada Bee App .....	57
Figura 23: Página principal Bee App .....	57
Figura 24: Organigrama de Bee App.....	59
Figura 25: Pantalla de Inicio Bee App.....	60
Figura 26: Diagrama de procesos para el usuario.....	61
Figura 27: Modelo Canvas Bee App .....	73
Figura 28: Tabla de amortización Cooperativa PROVIDA.....	91

## **Introducción**

Actualmente, la tecnología se ha convertido en una necesidad en el campo empresarial, los emprendedores optan por utilizar esta herramienta como motor de “crecimiento”, debido a múltiples beneficios tanto para las empresas como usuarios. Las microempresas pueden aprovechar las múltiples oportunidades que ofrece la innovación tecnológica, es por ello que, el uso de plataformas digitales, programas o aplicaciones tienen un alto impacto para mejorar los niveles de competitividad y posicionarse en el mercado. El presente trabajo tiene como objetivo evaluar la factibilidad de diseñar y ofrecer una aplicación móvil para el servicio de compras y entrega de productos a domicilio, solicitar el servicio de taxi, efectuar una reserva en un restaurante y compras de entradas para diferentes eventos académicos, culturales o de entretenimiento.

En el Capítulo I se presentan los antecedentes de la investigación tales como, el planteamiento del problema, su formulación, el objetivo general, así como los específicos y la delimitación del estudio. En el capítulo II se desarrolla el marco teórico del proyecto, entre los que se definen sus bases teóricas, métodos e instrumentos de investigación, implicaciones legales y análisis estratégico que se adhiere al desarrollo del mismo. El capítulo III abarca el estudio de mercado, en el cual se especifica la metodología, el objetivo del análisis, la demanda, segmentación del mercado, determinación de la población y muestra, así como también los resultados del estudio. Por su parte, el estudio técnico está constituido por la creación de la empresa, socios, diseño y funcionamiento de la aplicación, que se incluye en el capítulo IV, además de exponer el modelo de negocio CANVAS. Dentro del capítulo V se realiza el análisis financiero, con el cual se logra determinar la rentabilidad del proyecto dentro de los primeros cinco años de funcionamiento, en base a diferentes indicadores y proyecciones.

Finalmente, con todos los resultados, se describen las conclusiones, las cuales responden a los objetivos planteados, así como las recomendaciones que deben tener en cuenta el modelo de negocios, así como de futuras investigaciones referentes a esta temática.

## Capítulo I

### Antecedentes de la Investigación

#### Planteamiento del Problema

En la actualidad gran cantidad de negocios deben buscar diversas estrategias para adaptarse a un entorno cambiante e incrementar su nivel ventas. Es así, como la tecnología ha llegado a convertirse en una herramienta imprescindible que ofrece multitud de beneficios en el sector comercial (Quijano G, 2016). Adicionalmente, es importante destacar el hecho de un comportamiento generalizado de la innovación hacia la creación de diversas aplicaciones que faciliten el desarrollo de actividades cotidianas para satisfacer las necesidades en una variedad de aspectos como salud, alimentación, educación, entre otras.

En marzo del 2020 el gobierno nacional decretó un confinamiento en todo el país para evitar la propagación de la pandemia Covid-19. Con lo cual se restringió el acceso a lugares públicos como restaurantes, centros comerciales, medios de transporte, entre otros, todo esto con el fin de precautelar la salud de los ciudadanos. Debido a esta situación se intensificó el uso de plataformas virtuales como medio de comercialización y trabajo, razón por la cual se ha optado también por el uso de aplicaciones móviles.

Sin embargo, es importante considerar que no todas las PYMES y microempresas han realizado esta adaptación hacia el comercio electrónico, razón por la cual autores como Quevedo-Barros et al, (2020) consideran que ha sido una de las causas fundamentales para el cierre de los mismos. Con lo cual, el problema de la presente investigación surge ante la necesidad imperante de que los negocios puedan contar con una aplicación móvil que permita vender sus productos, de una manera sencilla, dinámica y a bajo precio. Adicionalmente, es menester que este tipo de herramientas tecnológicas abarquen diferentes usos dada su

programación, razón por la cual es necesario que la misma cuente con un servicio de taxis, o ventas de entradas a eventos.

Es así, como en la ciudad de Cuenca existen gran cantidad de PYMES y microempresas que no entregan sus productos por medio de una plataforma, razón por la cual se ha considerado adecuado desarrollar una App móvil que satisfaga esta necesidad. Además, la misma propone realizar pedidos por medio de delivery, solicitar un servicio de taxi y comprar entradas a diferentes tipos de eventos, con lo cual, la misma puede llegar a cubrir gran parte del mercado local, con su amplia oferta, además de optimizar el tiempo al no ser necesario una aplicación para cada tipo de actividad como se utiliza en la actualidad.

### **Formulación del Problema**

¿Es factible la implementación de una aplicación móvil multiuso, para compras de productos, entradas a eventos masivos y solicitud de servicio de delivery o taxi en la Ciudad de Cuenca?

### **Objetivo General**

Evaluar la factibilidad del modelo de negocios para la implementación de una aplicación móvil multiuso en la ciudad de Cuenca

### ***Objetivos Específicos***

- Determinar la demanda real y potencial para una aplicación móvil para compras de productos, entradas a eventos masivos y solicitud de servicio de delivery o taxi en la ciudad de Cuenca
- Presentar el diseño de una aplicación móvil para compras de productos, entradas a eventos masivos y solicitud de servicio de delivery o taxi

- Diseñar un modelo CANVAS para la creación de una aplicación móvil multiusuario en la ciudad de Cuenca
- Evaluar la rentabilidad de la implementación de una aplicación móvil multiusuario mediante un estudio financiero

### **Delimitación**

Para cumplir con los objetivos planteados se pretende aplicar un estudio de mercado sobre las tendencias del sector del paisajismo, análisis de competencia y determinación de la demanda potencial mediante una encuesta aleatoria a una muestra de los habitantes de la ciudad de Cuenca entre los 15 y 64 años de edad, así como también a emprendedores, siendo estos los dos tipos de usuarios a los que está dirigida la App. Por otra parte, por medio del modelo CANVAS, se presenta las características fundamentales de la propuesta de valor de la aplicación móvil. Finalmente, mediante un análisis financiero se determinará si la misma es rentable a corto y largo plazo.

### **Metodología**

El presente trabajo es de tipo descriptivo-cuantitativo, mediante el cual se recopila información de la situación actual de las plataformas virtuales para compras en la ciudad de Cuenca, así como también de aquellas que ofrecen diferentes servicios de movilidad. Adicionalmente, se ha planteado identificar el mercado objetivo y los recursos necesarios para la creación de la misma. Finalmente, el estudio financiero se basará en el análisis de las ventas, balances y ratios financieros proyectados para los próximos cinco años.

## Capítulo II

### Marco Teórico

Para analizar la factibilidad y diseñar el modelo CANVAS para la implementación de una aplicación móvil multiusos en la ciudad de Cuenca, es necesario conocer algunas conceptualizaciones que serán aplicadas en los diferentes estudios propuestos en la presente investigación.

#### Conceptualización de Modelo de Negocios

Preciado & Oliva (2011), consideran que el concepto de modelo de negocio es subjetivo, es decir, depende del campo que se aplique para dar una definición. Una perspectiva general es la relación entre el valor agregado que se ofrece a los clientes, la manera de generar ingresos, la logística de la empresa y sus oportunidades. Es así, como expresan:

“En términos generales, un buen modelo de negocio es el que permite a la empresa alcanzar sus objetivos de manera sostenible. Los objetivos posibles incluyen (pero no están limitados) a la maximización del beneficio y un mejor ambiente, o un lugar agradable para trabajar” (p. 24).

Sin embargo, ante la subjetividad de la conceptualización, es necesario considerar las ideas de diferentes autores, mismos que se presentan en la Tabla 1.

**Tabla 1:**

#### *Definición del Modelo de Negocio por Autor*

Autor	Definición
Brandenburger & Stuart (2005)	“Un modelo de negocio está orientado a la creación de valor total para todas las partes implicadas. Sienta las bases para capturar valor por la empresa focal, al codecidir (junto con los productos y servicios de la empresa) el tamaño total de “la torta”, o el valor total creado en las transacciones, que se puede considerar como el límite superior para la captura de valor de la empresa.” (p.12)

Timmers (1998)	“Un modelo de negocio es una arquitectura de productos, servicios y flujos de información, incluyendo una descripción de varios actores del negocio y sus roles, una descripción de los beneficios potenciales de diferentes actores del negocio y la descripción de las fuentes de ingreso.” (p.5)
Ricart (2009)	“La lógica central de la organización para crear valor. El modelo de negocios para una empresa orientada a los beneficios explica, cómo esta hace dinero.” (p. 4)
Branscomb & Auerswald (2003)	“Un modelo de negocio consiste en articular la proposición de valor; identificar un segmento de mercado; definir la estructura de la cadena de valor; estimar la estructura de costes y el potencial de beneficios; describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva.” (p-35)
Petrovic et al. (2001)	“Un modelo de negocio describe la lógica de un ‘sistema de negocios’ para crear valor que esté por debajo del proceso actual.” (p. 6)
Magretta (2002)	“Un modelo de negocio cuenta una historia lógica que explica quiénes son sus clientes, qué valoran, y cómo va a hacer dinero al darles ese valor.” (p. 30)
Palacios & Duque (2011)	“La manera de crear valor para los clientes y la manera en que el negocio convierte las oportunidades de mercado en beneficio a través de grupos de actores, actividades y colaboraciones.” (p. 28)
Svartvatten et al., (2015)	“Los modelos de negocios se crean con el fin de dejar claro quiénes son los actores empresariales que se encuentran en un caso de negocio y cómo son sus relaciones explícitas. Las relaciones en un modelo de negocio se formulan en términos de valores intercambiados entre los actores.” (p. 125)
Baden-Fuller & Mangematin, (2012)	“El modelo de negocio es la lógica de la empresa, la manera en que crea y captura valor para su grupo de interés.” (p. 2)
Al-Debi et al. (2008)	“El modelo de negocio es una representación abstracta de una organización, de todos los acuerdos básicos interrelacionados, diseñados y desarrollados por una organización en la actualidad y en el futuro, así como todos los productos básicos y/o servicios que ofrece la organización, o va a ofrecer, sobre la base de estos acuerdos que se necesitan para alcanzar sus metas y objetivos estratégicos.” (p. 5)

**Fuente:** Elaboración Propia

Con todo lo descrito se puede llegar a concluir que un modelo de negocios es una herramienta fundamental para identificar qué es lo que se va a ofertar en el mercado, así como también el valor agregado que posee el producto o servicios. Todo de una forma clara con el objetivo de trazar la ruta que se debe seguir para una toma de decisiones educadas dentro de la empresa.

## **Metodología CANVAS**

Las empresas ecuatorianas que buscan incursionar en el comercio electrónico o contar con una aplicación virtual de ventas o entregas a domicilio primero deben definir un modelo a utilizar previo a implementar un negocio. Es por ello que, en la presente investigación, se plantea la metodología CANVAS, misma que autores como Chaguay (2019), considera que la metodología Canvas de Osterwalder y Pigneur, le permite al emprendedor conocer los factores internos y externos de su idea de negocios, mediante un sencillo lienzo de nueve bloques que evalúa su factibilidad con una alta probabilidad de éxito. Por su parte, Reaño (2018), manifiesta “es una nueva herramienta para la identificación y análisis de ideas emprendedoras” (p.19). Por lo tanto, la aplicación de esta metodología permite plasmar con claridad las realidades del mercado y el negocio que todo empresario debe evaluar, previa la implementación del mismo.

## **Tecnologías de la Información y Comunicación**

Díaz (2017), considera que las nuevas tecnologías enfocadas al mejoramiento de la comunicación, así como la generación de información de carácter tanto cuantitativo como cualitativo, han modificado tanto las formas aprendizaje como de las relaciones humanas. Es así, como las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) se pueden definir como herramientas que permiten desarrollar productos y/o sistemas para la resolución de problemas cotidianos. Para ello, se busca sintetizar tanto procesos como procesamiento de información.

## **El Comercio Electrónico**

Macías-Blanc & Carreño-Arteaga, (2020) definen al comercio electrónico como “cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de tener un contacto físico directo” (p. 18). Con lo cual se denota, la necesidad del uso de plataformas virtuales seguras para hacer efectivas las transacciones. Por su parte, Alvarado-

Gastiaburo & Vergara-Díaz (2018), expresan que "El comercio electrónico es cualquier actividad de intercambio comercial en la que las órdenes de compra - venta y pagos se realizan a través de un medio telemático, los cuales incluyen servicios financieros y bancarios suministrados por Internet" (p. 25).

En Ecuador el comercio electrónico se ha intensificado debido a la pandemia COVID-19, dadas las restricciones y cierres parciales o totales de acceso a lugares públicos. Sin embargo, pese a que esta situación ha impactado en la economía nacional y los niveles de ventas de PYMES y microempresa, muchas han logrado generar un incremento en su actividad comercial en línea. Ante esto, Macías-Blanc & Carreño-Arteaga (2020), expresan:

Ecuador tiene un gran potencial para este mercado, existe una creciente demanda y acceso a la tecnología, el mayor problema que tiene Ecuador al momento no es la demanda, ya que los usuarios tienen un gran consumo de las redes sociales y acceso a la tecnología, sino por la falta de oferta de productos y servicios online en el mercado nacional. (p. 375)

Por su parte, Esparza Cruz (2017) expresa:

Las empresas han implementado cambios de forma y de fondo con el objetivo de alcanzar las metas organizacionales, y el uso de los datos se han convertido en un activo intangible de alta importancia que marca el futuro de la empresa. (p. 30)

Con lo descrito podemos entender no solo la definición, sino además los alcances que puede llegar a tener el comercio electrónico. El mismo que si bien en Ecuador tuvo un crecimiento lento, la pandemia generó una gran aceleración y permitió que los consumidores puedan adaptarse a este, y se ha puesto de manifiesto sus múltiples beneficios.

### ***Comercio Móvil (M-Comercio)***

Rana et al. (2019), define al denominado m-commerce como el comercio electrónico usando el teléfono móvil, mediante una aplicación o navegador como medio para la compra o venta, actualmente muchas empresas han optado por diseñar su propia aplicación móvil.

### ***Consumidor 2.0***

El uso de plataformas digitales y redes sociales ha modificado las preferencias de los consumidores en cuanto a la forma de comprar o pagar por los bienes y servicios adquiridos. Es así, como el avance tecnológico ha permitido la interacción directa entre el usuario y las empresas, misma que puede ser una ventaja para un nuevo nicho de mercado dada la nueva realidad y las generaciones venideras.

En este contexto, Ferrer (2018), define los rasgos del consumidor 2.0 como el cúmulo de características propias que el consumidor adapta en función de los cambios tecnológicos y era globalizada actual. Por su parte, Samaniego (2018), explica que el consumidor 2.0 aprovecha las opciones que tiene la red para mejorar su compra, además los considera como el nuevo público meta, y que cuando se logra captar su interés existen altas probabilidades de tener éxito en el mercado. Sin embargo, es una labor ardua, ya que el comportamiento de las personas es distinto en la red, siendo indispensable conocer a los consumidores 2.0 para poder realizar campañas de marketing adecuadas y efectivas.

### ***Aplicaciones Móviles***

Cisneros et al. (2018), consideran que las aplicaciones móviles (App) son un programa que le permiten al usuario ejecutar una serie de actividades de forma práctica, siempre y cuando tenga acceso a una conexión de internet para que se pueda descargar y utilizar desde cualquier

dispositivo. Sin embargo, es importante diferenciar entre los diferentes tipos de Apps, ya que existen tres clasificaciones fundamentales

### ***Aplicaciones nativas***

Gasca et al. (2014), consideran que las aplicaciones nativas son aquellas que se desarrollan de manera específica para un sistema operativo determinado al que se conoce como software development kit o SDK, los más conocidos son iOS y Android. Con lo cual, manifiestan que este tipo de aplicaciones están capacitadas para adaptarse al 100% a las funcionalidades del móvil y acceder a la mayoría de características hardware.

### ***Aplicaciones Web***

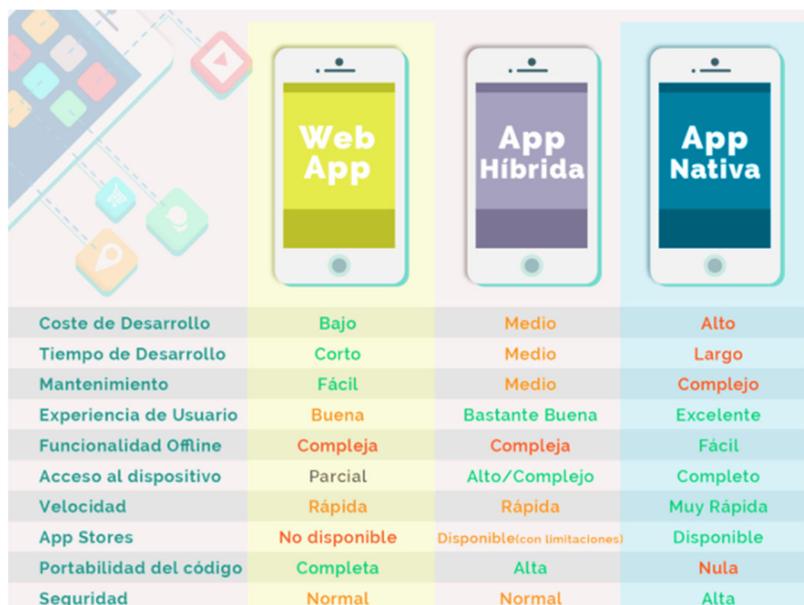
La implementación de la aplicación Web puede ejecutarse en cualquier dispositivo o navegador, siendo que la misma estará programada con independencia del sistema operativo, permitiendo además que con solo esta se llegue a diferentes dispositivos (Gasca et al., 2014)

### ***Aplicaciones Híbridas***

Esta App hace referencia a la combinación de las dos aplicaciones anteriores, están desarrolladas en el lenguaje de una aplicación Web, pero tienen la misma adaptabilidad de una aplicación nativa, su utilización brinda una experiencia superior (Gasca et al., 2014).

Es así como en la figura 1, se puede apreciar una comparativa entre los diferentes tipos de aplicaciones descritos en el presente apartado

**Figura 1:**  
Comparación de los tipos de Aplicaciones



	Web App	App Híbrida	App Nativa
Coste de Desarrollo	Bajo	Medio	Alto
Tiempo de Desarrollo	Corto	Medio	Largo
Mantenimiento	Fácil	Medio	Complejo
Experiencia de Usuario	Buena	Bastante Buena	Excelente
Funcionalidad Offline	Compleja	Compleja	Fácil
Acceso al dispositivo	Parcial	Alto/Complejo	Completo
Velocidad	Rápida	Rápida	Muy Rápida
App Stores	No disponible	Disponible (con limitaciones)	Disponible
Portabilidad del código	Completa	Alta	Nula
Seguridad	Normal	Normal	Alta

**Nota.** Adaptado de tipos de aplicaciones móviles (2021) <https://www.grupodw.es/blog-diseno-web/comparativa-de-los-diferentes-tipos-de-aplicaciones-moviles>

## Marco Legal

Para el análisis de la factibilidad de la implementación de una aplicación móvil de compras, transporte y delivery para la ciudad de Cuenca, es necesario conocer los lineamientos legales a los que la misma debe regirse, tanto para su funcionamiento como para la protección de información de sus usuarios.

La *Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos* emitida desde el año 2002 establece que:

**Objetivo:** Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la

protección a los usuarios de estos sistemas (*Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos*, 2002, Artículo 2).

Con lo cual se denota que esta normativa se encarga de la regulación de todo lo concerniente al funcionamiento y lineamientos a los que debe regirse la aplicación móvil planteada en el presente trabajo

**Confidencialidad y reserva.** - Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta ley y demás normas que rigen la materia (*Ley de Comercio Electrónico Firmas y Mensajes de Datos*, 2002, Artículo 5).

**Protección de datos.** - Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de estos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros. La recopilación y uso de datos personales responderá a los derechos de privacidad, intimidad y confidencialidad garantizados por la Constitución Política de la República y esta ley, los cuales podrán ser utilizados o transferidos únicamente con autorización del titular u orden de autoridad competente (*Ley de Comercio Electrónico Firmas y Mensajes de Datos*, 2002, Artículo 9).

Es así, como es necesario que para la creación de cuenta de usuario de la aplicación se autorice el consentimiento sobre el uso sus datos personales. Sin embargo, los mismos deben ser de absoluta confidencialidad y no se podrá compartir dicha información con fines ajenos al buen funcionamiento de las herramientas de la plataforma.

**Cumplimiento de formalidades.** - Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha ley (*Ley de Comercio Electrónico Firmas y Mensajes de Datos*, 2002, Artículo 44).

**Validez de los contratos electrónicos.** - Los contratos podrán ser instrumentados mediante mensajes de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más mensajes de datos (*Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos*, 2002, Artículo 45).

Mediante estos artículos se garantiza la seguridad tanto para usuarios como empresas afiliadas, en lo referente a que sea una compra-venta efectiva, y evitar estafas o solicitudes falsas. Con lo cual, una aplicación virtual cumple con las mismas garantías de una compra realizada de manera presencial. Sin embargo, es necesario que se otorgue toda la información tanto a usuarios como empresas afiliadas y su uso responsable otorgado al administrador de la aplicación.

Por otro lado, también se analiza la Ley Orgánica de Comunicación, que regiría para la aplicación móvil, en la cual se evalúan los derechos y obligaciones de los socios y usuarios afiliados a la plataforma. Las funciones de dicha ley es asegurar que las metas sean desarrollar, proteger y regular, administrativamente, el progreso y avance de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente mediante el Art. 22.

El Artículo 23, por su parte, regula las obligaciones de los abonados, clientes y usuarios. Entre lo que destaca el cumplimiento del consentimiento informado en cuanto al registro y uso

de su información personal, así como de sus tarjetas de crédito y débito, con lo cual se efectuarán los pagos a las diferentes empresas filiales a la aplicación.

## Capítulo III

### Estudio de Mercado

#### Tipo de Investigación

El presente trabajo comprende una investigación de tipo cuantitativo-descriptivo, mediante la recopilación de información sobre el uso de las plataformas virtuales en la actualidad, tanto a nivel nacional como en la ciudad de Cuenca. Además, se ha aplicado la técnica de la encuesta como instrumento de recolección de los datos necesarios para estimar la demanda real y potencial, así como también de un diagnóstico sobre el mercado objetivo al que el presente proyecto está dirigido. Con lo cual, sienta las bases para diseñar el modelo de negocio CANVAS que permita exponer el valor agregado de la propuesta.

En cuanto al tipo de investigación, los autores Cabezas Mejia et al., (2018), sostienen: “La finalidad de los estudios descriptivos es buscar, especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de las personas, grupos, poblaciones, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 68). Por su parte, Miler (2011), considera que esta metodología “permite evaluar los datos de manera científica o de forma numérica con ayuda de la estadística (p.622). Con lo cual, se *denota* la importancia de realizar una adecuada descripción de la información referente al mercado de las aplicaciones móviles, así como también de las nuevas tendencias de los consumidores, con el fin de determinar si existe un mercado potencial para una nueva aplicación.

#### *Metodología de Recolección de Datos*

Alvira (2011), asevera: “La encuesta es un instrumento de captura de la información estructurada, lo que puede influir en la información recogida y no debe utilizarse más que en determinadas situaciones en las que la información que se quiere capturar está estructurada en

la población objeto de estudio” (p.14). Razón por la cual para la obtención de los datos a analizarse dentro del presente estudio se diseñó una encuesta aplicada a una muestra de la población joven y adulta de la ciudad de Cuenca.

### **Objetivo del Análisis de Mercado**

Conocer la demanda actual real y potencial del uso de aplicaciones de compras y servicios de deliverys, taxis y reservas en restaurantes que existe en la ciudad de Cuenca. Adicionalmente, mediante una encuesta se ha propuesto encontrar el target de clientes, así como también la competencia y demás factores asociados a la demanda de aplicaciones móviles multiservicio.

### **Análisis de Mercado**

El comercio electrónico creció favorablemente en el Ecuador a raíz de la emergencia sanitaria. En la ciudad de Cuenca, así como en el resto del país, las restricciones de movilidad, la dificultad de no poder realizar las compras normalmente, el temor a ser contagiado y la escasez de determinados productos, provocó que la mayoría de negocios busquen diseñar nuevas estrategias para llegar a sus clientes, las más utilizadas en la actualidad son: la venta en páginas web, el uso de redes sociales para promocionar los productos y las aplicaciones móviles de servicios de entregas a domicilio.

### ***Tendencia de Mercado para Consumidores***

En primer lugar, es importante conocer la realidad nacional sobre el empleo de la tecnología. Es así, como el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2020), ha registrado los indicadores del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) entre los años 2018 y 2020, presentados en la Tabla 2, con lo cual se puede apreciar la situación

actual del país referente a esta temática, y como las PYMES y microempresas pueden aprovechar esta realidad para mejorar sus niveles de competitividad.

**Tabla 2:**

*Indicadores de TIC 2020 a Nivel Nacional*

<b>Indicadores de TIC</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Porcentaje de hogares con Acceso a internet	37,2%	45,5%	53.2%
Porcentaje de personas que utilizan internet	55,9%	59,2%	70.70%
Proporción de personas que tienen celular activado	59,0%	59,9%	62.9%
Proporción de personas que utiliza teléfonos Smartphone	70,2%	76,8%	81.8%
Analfabetismo digital	10,7%	11,4%	10.2%

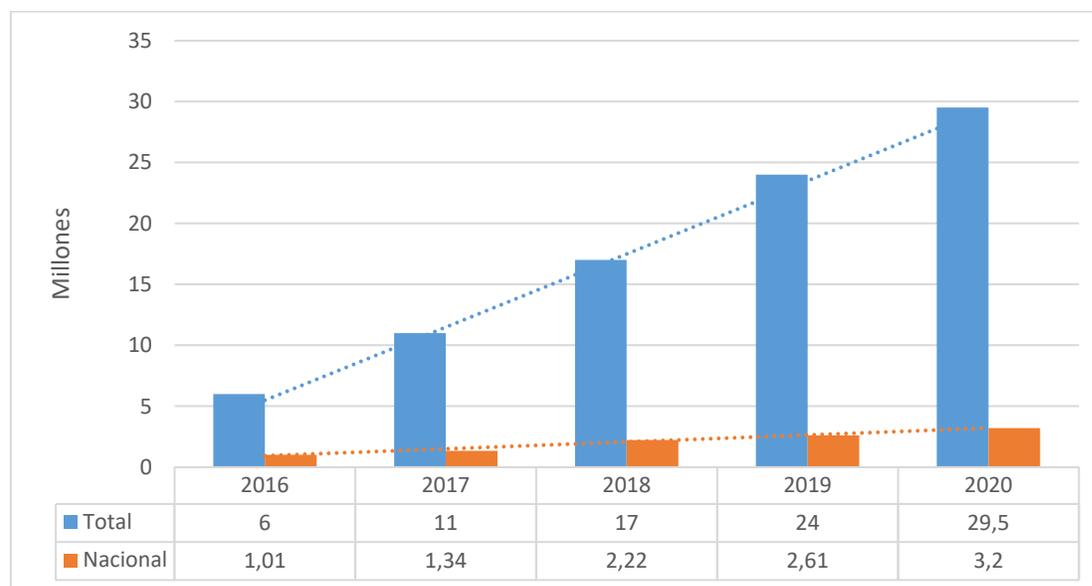
**Nota.** Adaptado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, por INEC, 2019, *Tecnologías de la información y comunicación*.

Como se puede apreciar en la Tabla 2, existe una tendencia creciente sobre los indicadores de TIC desde el año 2018 hasta el 2020. Es importante destacar el hecho de que el 81.1% de la población cuenta con smartphone y el 70.7% usan internet, lo cual se presenta como una oportunidad para la implementación de nuevas aplicaciones móviles multiservicio, que permitan a sus usuarios adquirir bienes y servicios necesarios en la cotidianidad.

Adicionalmente, es importante considerar que para el año 2020, según el estudio realizado por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE, 2020), se reportó que el país existe 121 mil conexiones de teléfono celular y 769 mil usuarios activos en redes sociales, siendo Facebook la de mayor acogida con cerca del 82% de estos.

**Figura 2:**

*Transacciones E-commerce en Millones de Dólares*



**Nota.** Adaptado de *Transacciones E-commerce* del informe elaborado por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), 2020) <https://cece.ec>.

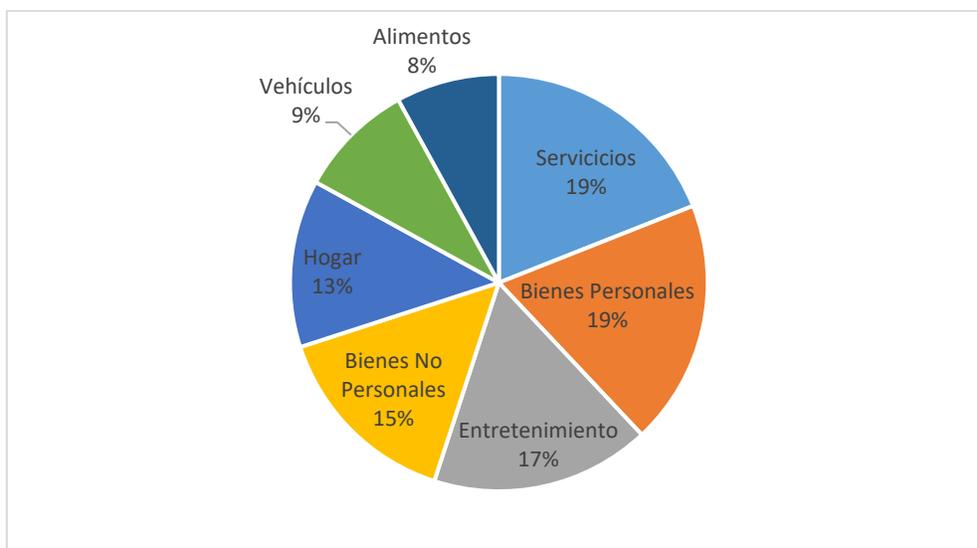
Como se puede apreciar en la figura 2 las transacciones para e-commerce han aumentado cerca de cinco veces del año 2016 al 2020. Sin embargo, las efectuadas en plataformas digitales nacionales ha aumentado poco más del doble para el mismo período, lo cual ha representado, en promedio, el 10% del total en cada año. Por tal motivo, es necesario que se impulse el comercio electrónico en portales locales, para con ello incentivar un consumo interno, así como de reducir una alta salida de divisas hacia el extranjero.

Adicionalmente, es importante mencionar que, según los datos del Banco Central del Ecuador, el comercio electrónico representó el 1.53% del PIB para el año 2020. Mismo que para el año 2016 fue del 0.66% es decir que se ha evidenciado un crecimiento de cerca 231% en cuatro años. Es así, como este mercado virtual tiene un gran potencial dentro de una era

tecnológica y al que es necesario involucrar a emprendedores de diferentes sectores económicos.

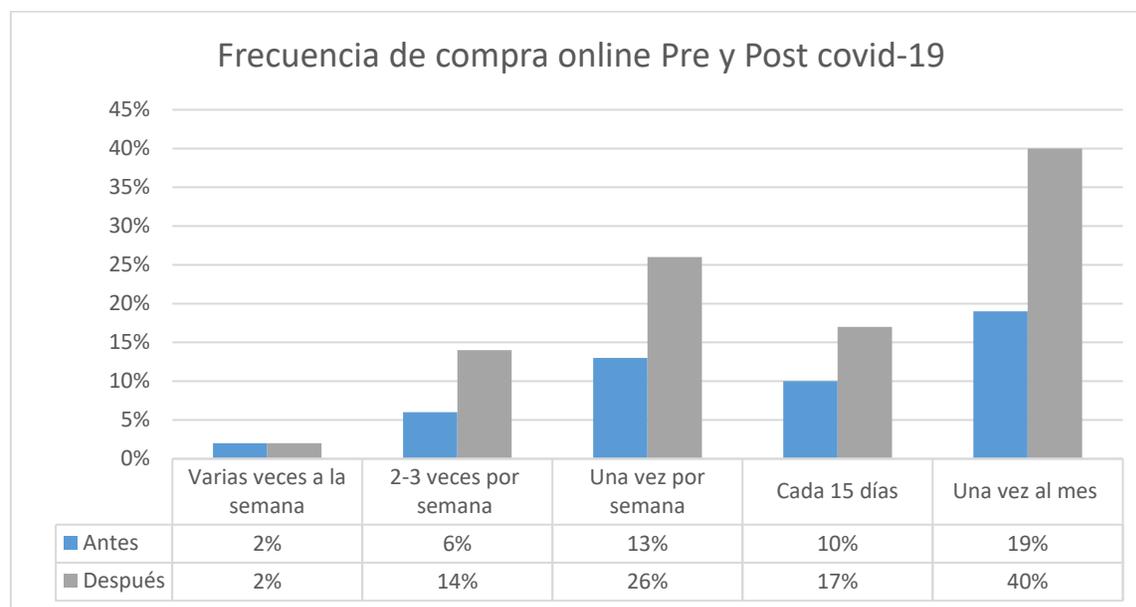
**Figura 3:**

*Categorías de Compras por Internet*



**Nota.** Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), 2020) <https://cece.ec>.

Como se puede apreciar en la figura 3, los servicios, bienes personales; y, el entretenimiento han sido las categorías que mayoritariamente los consumidores optan por adquirir mediante plataformas virtuales. Con lo cual, la propuesta del presente trabajo, engloba las seis de las siete categorías de compra, teniendo una alta expectativa para la utilización tanto de emprendedores como del público en general.

**Figura 4:***Frecuencia de Compras Online Pre y Post Covid-19*

**Nota.** Informe de Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE, 2020) <https://cece.ec>.

Finalmente, es necesario considerar el cambio que ha generado la aparición del Covid-19, sobre las preferencias de compra en los consumidores. Es así, como en la figura 4 se puede apreciar cómo ha aumentado el porcentaje de personas que compran por internet, pasando a cerca del doble de lo que fue en los años previos a la pandemia. Con lo cual indica que el mercado del diseño de herramientas que facilitan las compras en línea está en expansión, ya que según el estudio realizado por la CECE (2020), el 55% de las personas mantendrán el sistema de compras en línea dadas las ventajas en cuanto a diversidad, precios, comodidad y ahorro de tiempo.

***Tendencia de Mercado para Empresas***

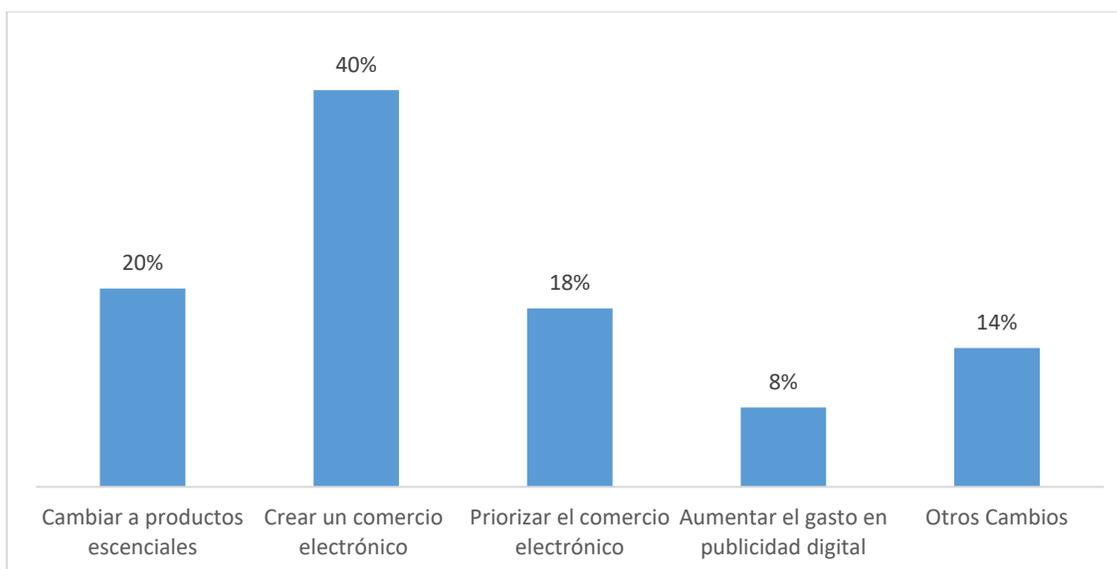
La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE, 2020c) reportó que el 54% de las empresas han reportado una disminución en sus ventas durante el confinamiento, mientras que

el 12%, por el contrario, han registrado crecimiento. Adicionalmente, el 31% considera que esta caída de sus ingresos se debe al aumento del desempleo, así como de iliquidez en la población.

Por otra parte, la misma CECE (2020a) ha registrado que el 34% de las empresas han reportado aumento en el tráfico de sus páginas web, así como de sus redes sociales. Por tal motivo, los mismos han considerado el diseño de nuevas estrategias como se puede apreciar en la figura 5

### Figura 5:

#### *Cambios Planteados por las Empresas Post Covid-19*



**Nota.** Informe de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), 2020) <https://cece.ec>.

Como se puede observar en la figura 5, de una muestra de 126 empresas, el 56% de estas consideran realizar cambios en el ámbito del comercio electrónico y medios digitales. Con lo cual, el diseño de una herramienta como la propuesta en el presente trabajo tiene un importante mercado potencial que debe ser tomado en consideración

## Análisis de Oferta

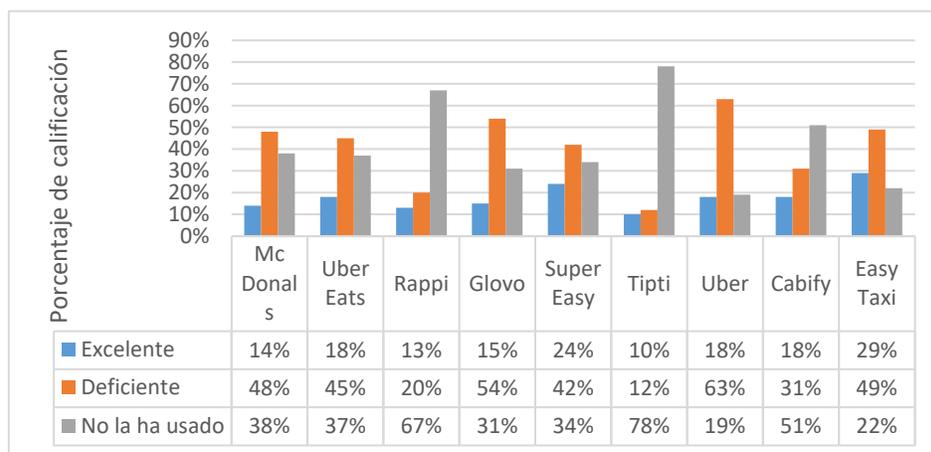
### *Situación Actual del Sector*

Las empresas o emprendimientos dedicados a las entregas a domicilio o al transporte tanto en la ciudad de Cuenca, como en el resto del país se han convertido en un aliado para las familias que, debido a las restricciones causadas por la pandemia debieron mantenerse en cuarentena, o para quienes prefieren no exponerse al ir de compras. Existen empresas reconocidas como: *Pedidos Ya (Glovo)*, *Uber Eats*, *Móvil Foods*; de la misma manera otros emprendimientos en los cuales se organizan un grupo de motorizados y mediante las redes sociales ofrecen el servicio de entregas a domicilio.

Por otra parte, en el ámbito del transporte existen tres aplicaciones utilizadas en Cuenca: *Easy Taxi*, *Azutaxi* y *Cuenca Taxi*, para solicitar alguna unidad; en el tema de eventos, solo una aplicación cubre este mercado, llamada *Meet 2 go*, misma en la que se venden entradas virtuales para eventos públicos, de tal manera que se puede controlar un aforo reducido de personas.

### Figura 6:

*Valoración de Aplicaciones Móviles más Usadas en el País.*



**Nota:** Informe de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), 2020) <https://cece.ec>.

Como se puede apreciar en la figura 6, aplicaciones de servicio de entregas a domicilio como Mc Donalds, Ubear Eats, Rappi o Glovo enfocadas a los restaurantes, así como Super Easy o Tipti enfocadas a supermercados son calificadas mayoritariamente como deficientes o desconocidos por los consumidores, según el estudio realizado por el CECE (2020). Una tendencia similar se puede apreciar para el caso del servicio de transporte como Uber, Cabfy o Easy Taxi. Ante estos resultados es necesario que se plantee un diseño eficiente de la plataforma y de fácil acceso para los consumidores, así como también de mecanismos de promoción masiva, con lo cual se puede superar los resultados obtenidos por la competencia directa de la aplicación propuesta en el presente trabajo.

### ***Delimitación Geográfica***

El campo geográfico que se propone abarcar la aplicación Bee App objetivo de la presente investigación es la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay. La misma cuenta con 157.3 kilómetros cuadrados de superficie, para ello es necesario implementar un sistema de geolocalización. Adicionalmente, las instalaciones tanto de servicio técnico como de atención al cliente se ubicarán en la avenida 24 de mayo, cercano a la universidad de Azuay, tal como se lo puede apreciar en la figura 7. Se ha seleccionado la siguiente localización por la excelente ubicación, ya que se encuentra cerca de centros comerciales (Mall del rio, Milenium plaza), y de la Universidad del Azuay quienes son usuarios que pueden descargarse y utilizar la aplicación, y, por otro lado, locales que son clientes potenciales para Bee.

## Figura 7:

### *Geolocalización Oficinas Bee App*



## **Análisis de Demanda**

### *Situación Socio-Demográfica*

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2020b), el porcentaje de población con celular y redes sociales es del 92% comprendida en edades de cinco años en adelante, lo cual implica 16'101.863 habitantes. Por su parte, la ciudad de Cuenca cuenta con 636.936 habitantes, lo cual implica 585.982 dentro de este grupo. Adicionalmente, para el año 2020 se ha registrado una tasa de crecimiento de la población del 1.5% anual, indicador que servirá como referencia para el crecimiento de la demanda de usuarios en años futuros.

En cuanto a las principales actividades económicas de la población cuencana, el INEC ha identificado que existen 15.102 establecimientos destinados al comercio, así como también relacionados al mantenimiento y reparación de automotores, 5.469 manufactureras y 4.994 empresas de transporte y almacenamiento. Adicionalmente, el 69.4% de la población usa internet del cual, el 98% de estas, poseen al menos una cuenta en Facebook. Es así como

podemos identificar de manera a priori que existe un amplio mercado al que la presente propuesta puede llegar, siendo sus afiliados empresas y emprendimientos que deseen ofertar sus bienes y servicios dentro de la plataforma, así como también consumidores que pueden hacer uso de la misma y con ello facilitar y dinamizar sus compras.

### ***Segmentación del Mercado***

Bee App al plantearse como una plataforma virtual de compras y solicitud de servicios, requiere información personal de los usuarios. Por tal razón se ha segmentado a la población de entre 15 a 64 años de edad, lo que representa un total de 439.926 personas en la ciudad de Cuenca, del cual el 46.34% corresponde a hombres y el 53.66% a mujeres. Esta primera delimitación en cuanto a la edad responde al hecho que son aquellos individuos que poseen cuentas en instituciones financieras y medios de pago digitales, así como también el uso responsable de dispositivos móviles para efectuar compras o solicitar transporte. Adicionalmente, es importante incluir tanto a residentes como turistas, ya que, los mismos requieren de una plataforma que les permita contactar y ubicar tanto a taxis como locales comerciales durante su estadía de una manera segura y confortable.

Es así como, la segmentación que se ha aplicado a los clientes potenciales es:

- Turistas;
- Taxistas;
- Población entre 15 a 64 años;
- Locales comerciales (restaurantes, farmacias, carnicerías, licoreras, entre otros.)

Una vez realizada la segmentación del mercado, se ha procedido a realizar la encuesta, misma que ha permitido identificar las preferencias de los consumidores en la ciudad de Cuenca en cuanto al uso de plataformas virtuales para compras o solicitud del servicio de transporte.

### ***Determinación de la Población y Muestra***

Para determinar la muestra de la población cuencana a la que se ha aplicado la encuesta, se consideró aquellos ciudadanos entre 15 y 64 años de edad (N), un nivel de confianza (Z) del 95% y el error (e) del 5%. Con ello, se puede calcular mediante la expresión:

$$n = \frac{Z^2(p * q)}{e^2 + \frac{Z^2(p * q)}{N}}$$

Donde  $p$  es la probabilidad de éxito de que se use la aplicación y,  $q$  es la probabilidad de fracaso del mismo evento. Con lo cual, al reemplazar en la fórmula obtenemos:

$$n = 384$$

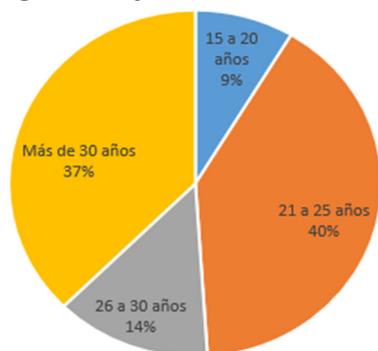
Con lo cual, se aplicará a esta parte de la población 384 encuestas de manera aleatoria, por medio del uso de la Plataforma Google Forms (Anexo 1)

### ***Resultados de la Encuesta***

Con la segmentación del mercado se ha aplicado la encuesta, cuyos resultados se pueden apreciar en el Anexo 2. Es así, como en el presente apartado se ha analizado los resultados de las preguntas de manera individual.

#### **Figura 8:**

*Pregunta 1. ¿Cuál es su edad?*



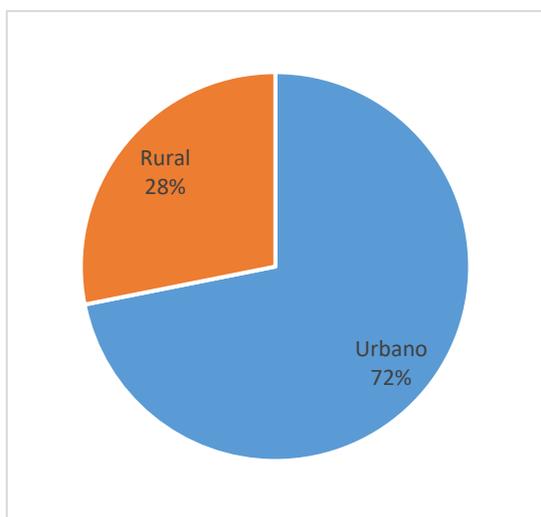
**Nota.** Resultados de la encuesta

**Análisis:** Como se puede apreciar en la figura 8, el 40% de los encuestados son personas de 21 a 25 años, 37% tienen más de 30 años, 14% tienen entre 26 a 30 años, y solo el 9% son personas de 15 a 20 años.

**Interpretación:** Las personas encuestadas en su mayor parte fueron jóvenes mayores de edad, quienes tienen la facilidad de realizar compras por internet. Además, esta parte de la población tienen una mayor predisposición para conocer y utilizar una aplicación móvil. Por otro lado, están los mayores a 30 años, quienes pueden ser dueños de negocios, con lo cual pueden convertirse en empresas filiales y puedan verla como herramienta de crecimiento para su negocio.

**Figura 9:**

*Pregunta 2. ¿En qué sector vive?*



**Nota.** Resultados pregunta 2

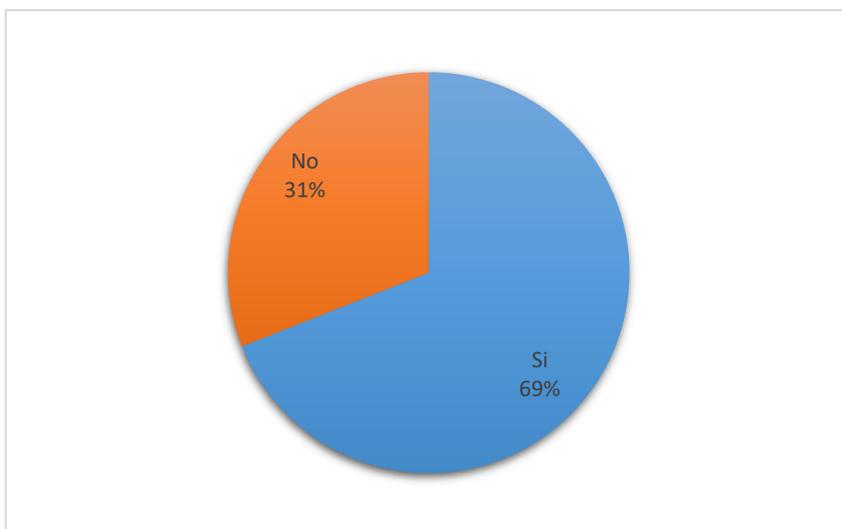
**Análisis:** Del grupo de encuestados, el 72% vive en el sector urbano, y el 28% en el sector rural, tal como se puede apreciar en la figura 9.

**Interpretación:** Las personas que viven en el sector urbano son las que frecuentemente utilizan aplicaciones para realizar diferentes compras. Adicionalmente, es importante que se

tome en cuenta a las zonas rurales quienes se pueden beneficiar de la plataforma. Sin embargo, dentro de los precios puede existir variaciones debido a las distancias que debe recorrer el motorizado, pero para el servicio de pedido de taxis permite a las partes lejanas de la ciudad contar con el mismo de una manera más sencilla

**Figura 10:**

*Pregunta 3. ¿Realiza compras por internet?*



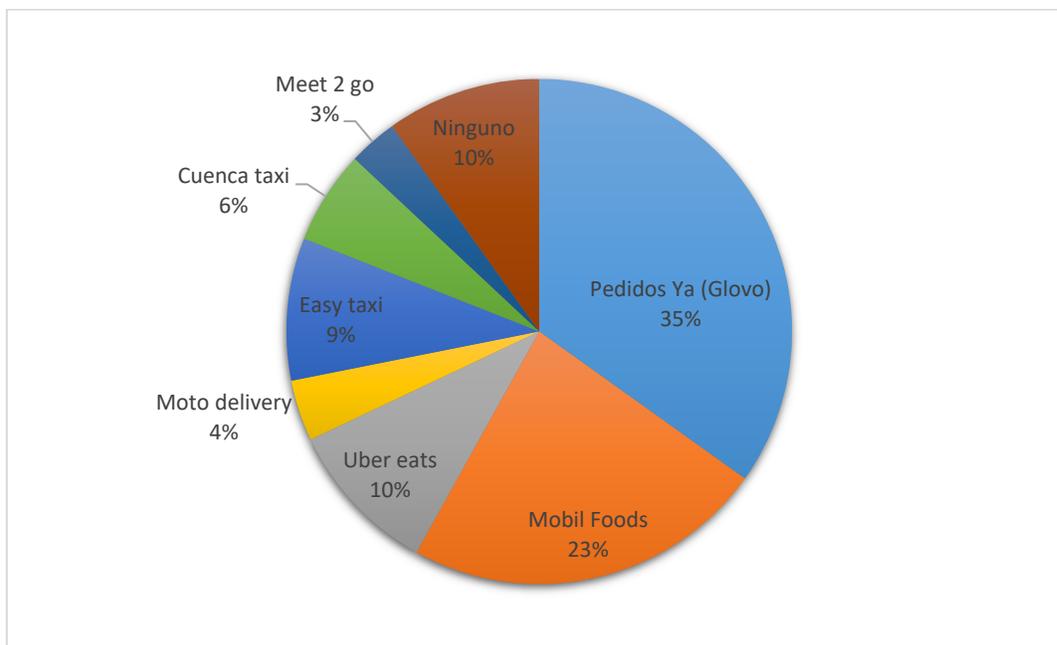
**Nota.** Resultados pregunta 3

**Análisis:** Como se puede apreciar en la figura 10, el 69% de los encuestados realiza compras por internet, mientras que el 31% no lo hace.

**Interpretación:** Existe un alto porcentaje de personas que utilizan el internet o plataformas como medios para realizar compras, con lo cual podemos evidenciar que existe un alto mercado potencial de cerca de 285.952 consumidores. Dato que es de gran importancia para poder determinar la demanda potencial

**Figura 11:**

*Pregunta 4. ¿Cuál de las Sigüientes Aplicaciones es la que más Utiliza?*



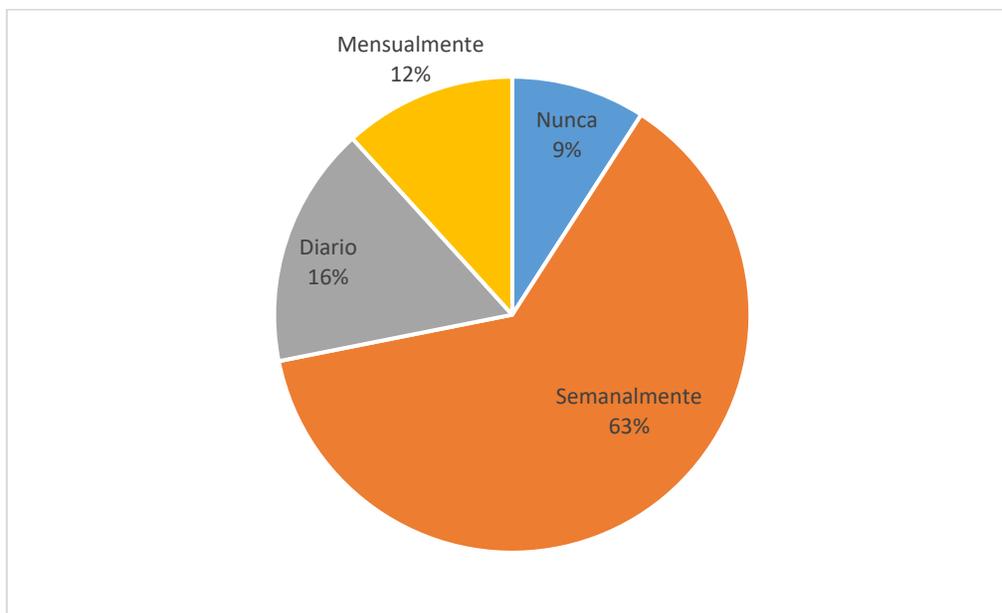
**Nota.** Resultados pregunta 4

**Análisis:** El estudio muestra que el 35% de los encuestados utiliza Pedidos Ya (antes denominado Glovo), el 23% Mobil Foods, el resto de aplicaciones han registrado un porcentaje menor al 10%, mientras que el 10% no ha probado ninguna.

**Interpretación:** Las aplicaciones más utilizadas son de delivery, es decir, los motorizados encargados del transporte de distintos tipos de artículo. Por su parte, en taxis la más usada fue Easy taxi. Finalmente, Meet 2 Go que es una plataforma para reservas a eventos, ha registrado una baja demanda, situación que puede resultar una oportunidad a largo plazo para Bee App.

**Figura 12:**

*Pregunta 5. ¿Con qué Frecuencia Utiliza esas Aplicaciones?*



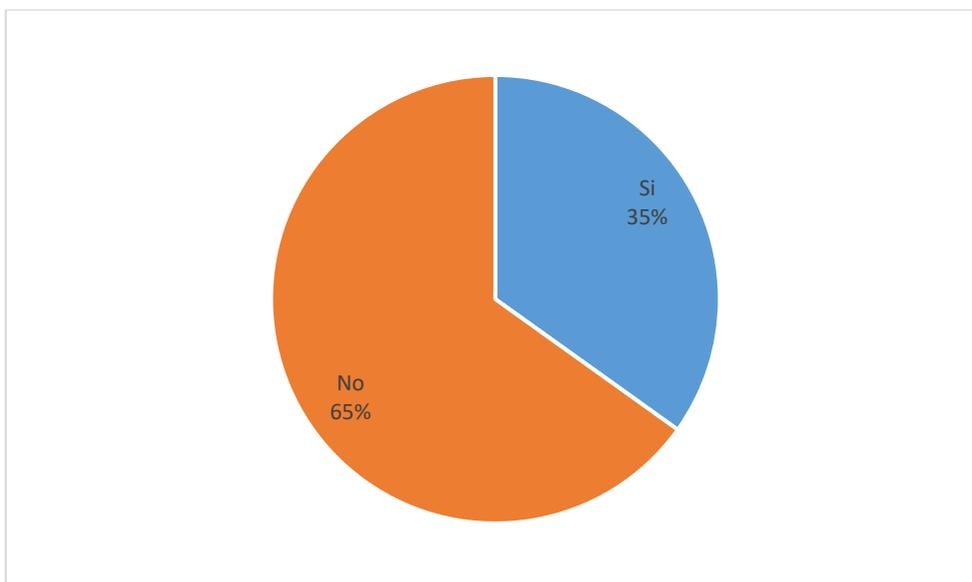
**Nota.** Resultados pregunta 5

**Análisis:** De los encuestados, el 63% utiliza alguna de las aplicaciones semanalmente, 16% lo hacen diariamente, 12% mensualmente y el 9% no las utiliza. Resultado que se corresponde a quienes respondieron ninguno en la pregunta 4, lo cual se refiere al tipo de aplicación que utilizan.

**Interpretación:** Se podría considerar como un comportamiento general el uso de aplicaciones para realizar diferentes actividades cotidianas, debido a una mejor eficiencia y ahorro de tiempo.

**Figura 13:**

*Pregunta 6. ¿Conoce Alguna Aplicación que le Permita Realizar Reservas en Locales como Restaurantes, Bares o Discotecas?*



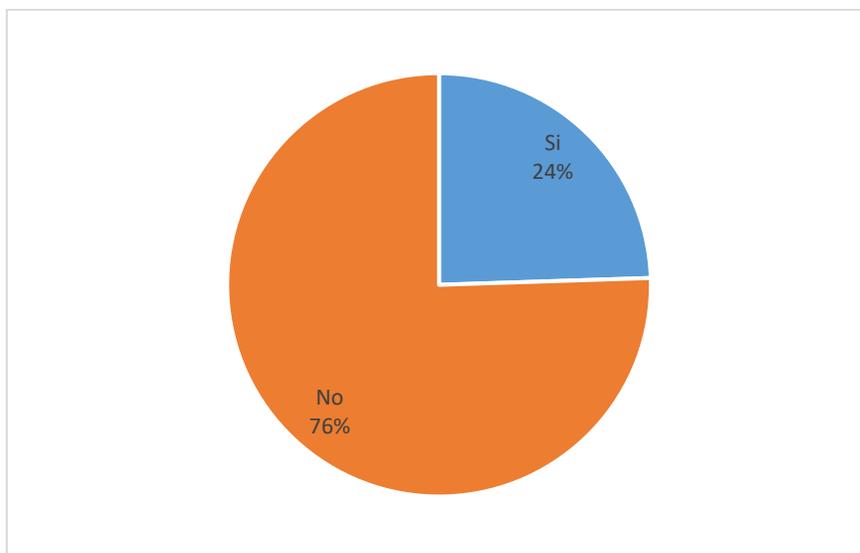
**Nota.** Resultados pregunta 6

**Análisis:** El 65% afirma no conocer una aplicación que realice reservas en diferentes locales, el 35% sí la conoce.

**Interpretación:** Las reservas para diferentes negocios como restaurantes, bares, tickets para eventos y otros, es un servicio nuevo que se puede brindar mediante la aplicación, lo que generaría un valor agregado a los suscriptores de Bee App. Adicionalmente, este resultado indica que la población desconoce de aplicaciones para reservas.

**Figura 14:**

*Pregunta 7. ¿Ha Realizado una Compra de Entradas o Boletos para Algún Evento Social, Cultural, Académico, Deportivo o Artístico Mediante una Aplicación?*



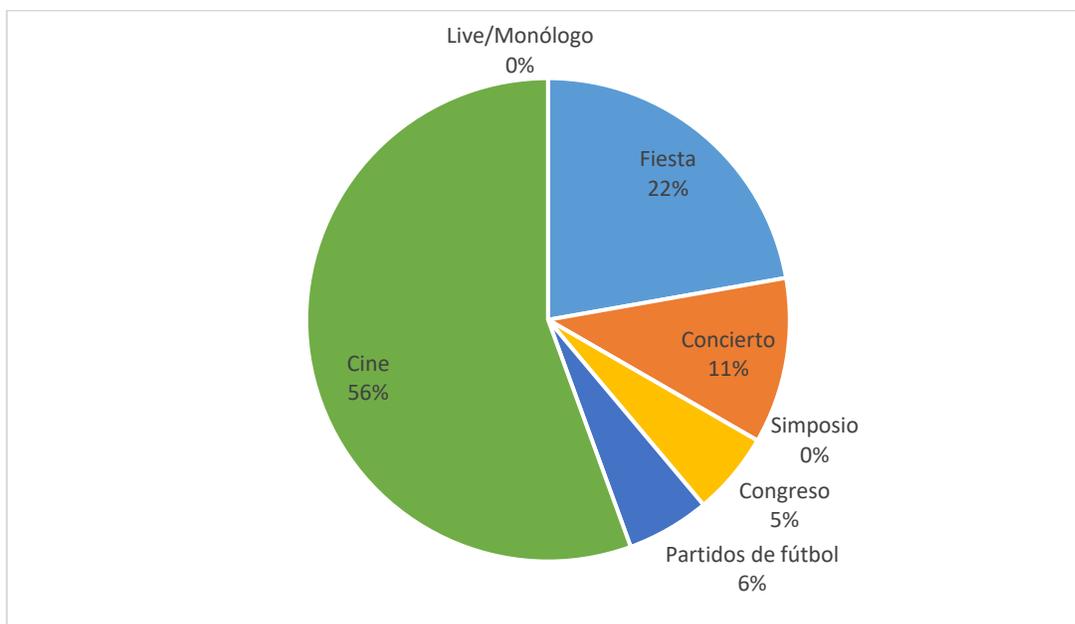
**Nota.** Resultados pregunta 7

**Análisis:** El 24% de las personas encuestadas han realizado compra de entradas o boletos para diferentes eventos por medio de una aplicación móvil, mientras que el 76% no lo ha hecho. Lo cual implica que no todos los que conocen de dichas aplicaciones, las usan.

**Interpretación:** Existe un porcentaje bajo de personas que han realizado compras de entradas para algún tipo de evento, pese a la existencia de las mismas. Sin embargo, este resultado refleja el hecho de que existe un mercado sin explotar, el cual se puede presentar como una oportunidad para Bee App.

**Figura 15:**

*Pregunta 8. Si Respondió que sí Anteriormente, ¿Para qué tipo de Evento Realizó la Compra?*



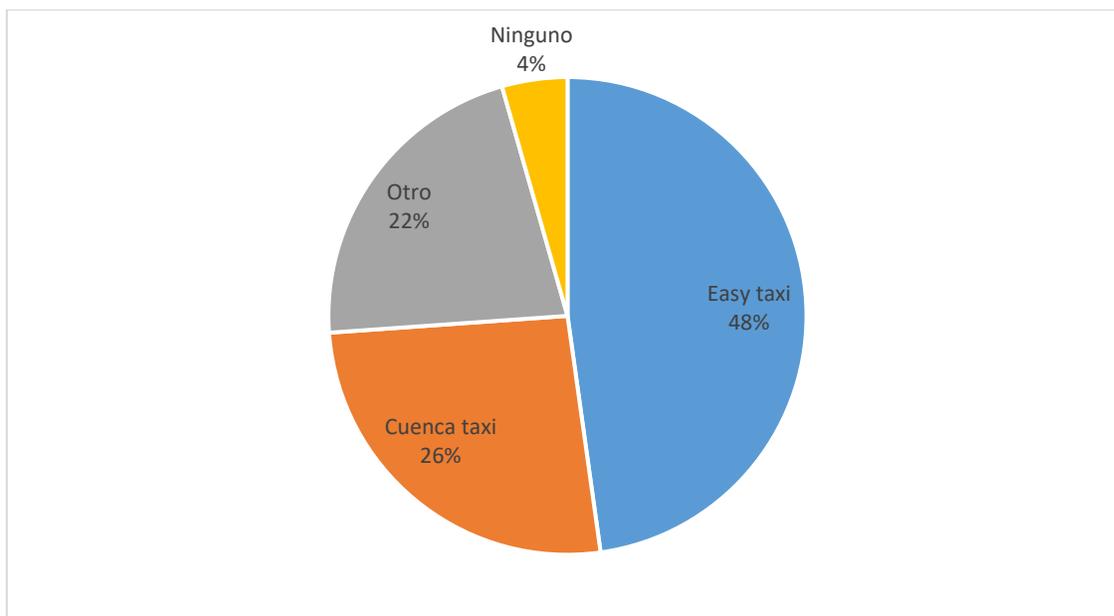
**Nota.** Resultados pregunta 8

**Análisis:** De las personas que han utilizado una aplicación virtual para la compra de entradas a eventos; se pudo evidenciar que el 56% lo ha hecho para el cine, 22% fiestas, 11% conciertos, 6% partidos de futbol y el 5% congresos. Sin que se haya registrado compras para simposios o live. Lo cual, se puede considerar como un mercado aún sin explotar para las aplicaciones móviles como la propuesta de Bee App

**Interpretación:** De las personas que han realizado este tipo de compras (entradas), la mayor parte ha sido para cine y otros eventos con masiva presencia de personas.

**Figura 16:**

*Pregunta 9. De las siguientes Aplicaciones ¿Cuál Utiliza para pedir Servicio de Taxi o Encomiendas?*



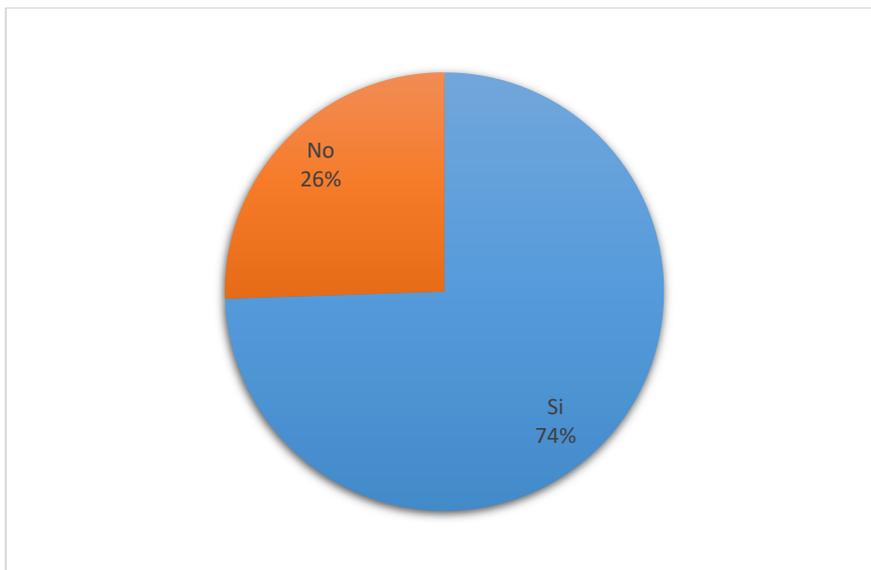
**Nota.** Resultados pregunta 9

**Análisis:** Mediante la encuesta se pudo observar que el 48% de los encuestados utiliza Easy taxi, el 26% Cuenca taxi, 22% utilizan otros métodos como radio taxis para solicitar el servicio, y el 4% no utiliza ninguna de estas opciones.

**Interpretación:** Easy taxi es la aplicación más utilizada en Cuenca para solicitar o brindar el servicio de taxi, al igual que Cuenca taxi son la competencia directa que se debe tener en cuenta al querer brindar el servicio de taxis en Bee App.

**Figura 17:**

*Pregunta 10. ¿Le Gustaría hacer uso de una Aplicación Completa Móvil que Brinde Servicio de Delivery, Servicio de taxi y Compra de Tickets para Eventos y Otros?*



**Nota.** Resultados pregunta 2

**Análisis:** Con esta pregunta se evalúa la demanda potencial de usuarios de aplicaciones móviles con el servicio que brindará Bee App. En la encuesta se pudo observar que el 74% de los encuestados utilizaría la aplicación que ofrece servicios tres en uno, mientras que, el 26% no usarían la aplicación.

**Interpretación:** En el Gráfico 15 se evidencia un alto porcentaje de usuarios que estarían dispuestos a descargar Bee App y disfrutar de los servicios que ofrece. Dato que permite identificar la demanda potencial de la aplicación

En caso de ser emprendedor o empresario, el encuestado llenó preguntas adicionales para evaluar la factibilidad de la implementación de la aplicación para negocios o empresas en la ciudad de Cuenca.

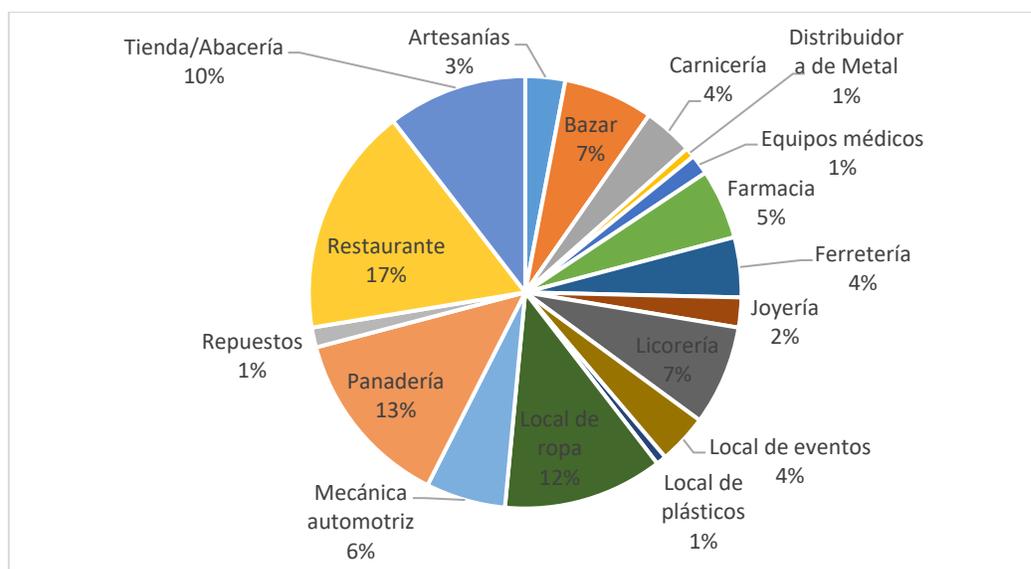
**Tabla 3:**

*Pregunta 11. Si Usted es Emprendedor o tiene un Negocio Responda las Siguietes Preguntas  
¿Cuál es la Actividad Económica que Realiza su Empresa?*

Opción	Respuesta
Artesanías	4
Bazar	9
Carnicería	5
Distribuidora de Metal	1
Equipos médicos	2
Farmacia	7
Ferretería	6
Joyería	3
Licorería	10
Local de eventos	5
Local de plásticos	1
Local de ropa	16
Mecánica automotriz	8
Panadería	18
Repuestos	2
Restaurante	23
Tienda/Abacería	14
Total	134

**Figura 18:**

*Pregunta 11. Si usted es emprendedor o tiene un negocio responda las siguientes preguntas  
¿Cuál es la actividad económica que realiza su empresa?*



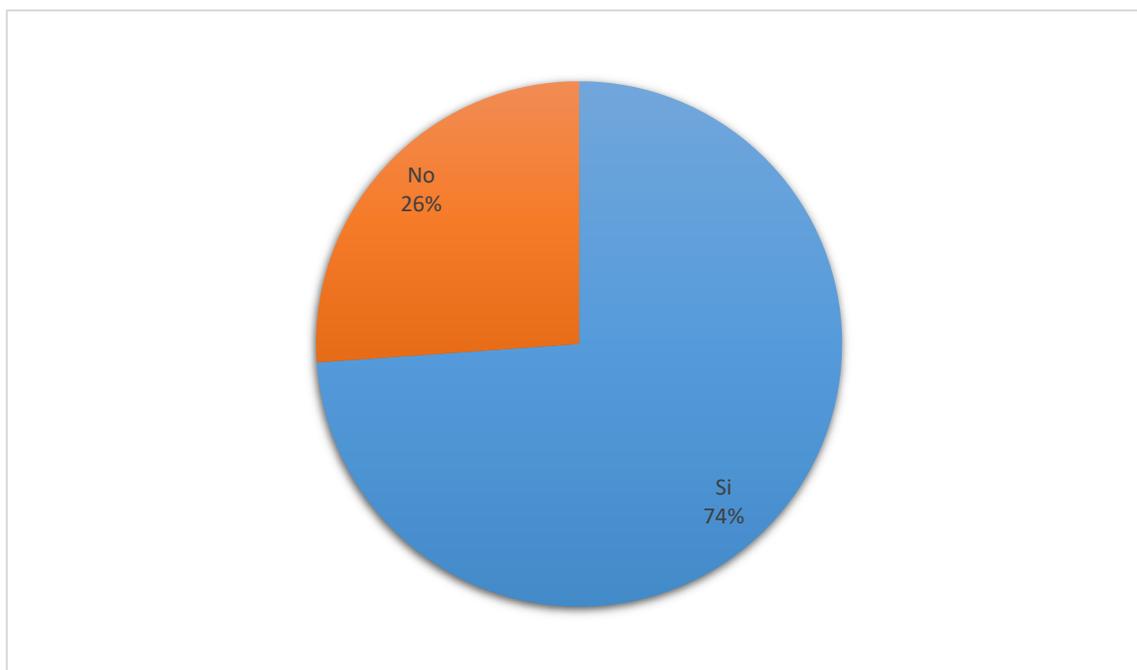
**Nota.** Resultados pregunta 11

**Análisis:** Según la encuesta realizada, el 39% de encuestados tienen Restaurantes, el 12% Tienda/Abacería, 8% Local de ropa, mientras que 8% tiene una Farmacia, el resto de porcentaje se divide en varias actividades empresariales.

**Interpretación:** En el segmento de locales, existen más restaurantes, tiendas o minimercados, los cuales son el target de la aplicación, además los encuestados han introducido otros locales comerciales como ferretería, bazar – papelería, mecánica automotriz, distribuidora de plásticos, entre otros; los cuales pueden tener un sitio en la plataforma de la empresa; o pueden ser afiliados de la empresa, como mecánicas, o las distribuidoras de repuestos.

**Figura 19:**

*Pregunta 12. ¿Le interesaría afiliarse a una aplicación confiable, segura y fácil de usar?*



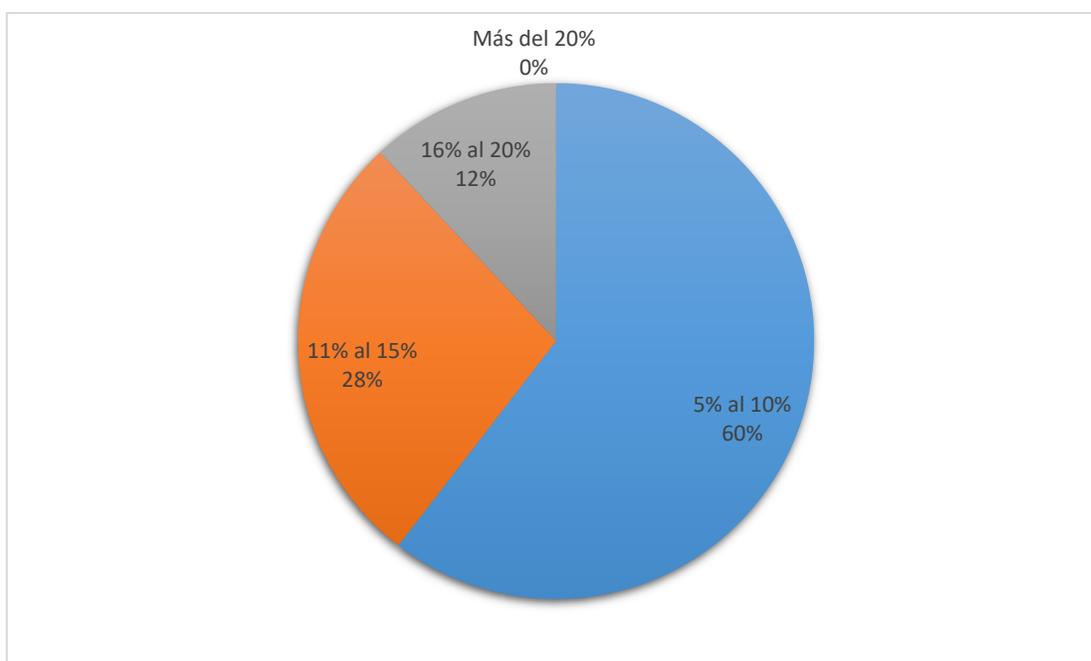
**Nota.** Resultados pregunta 12

**Análisis:** De acuerdo con la figura 19, un 74% de los emprendedores encuestados están dispuestos a vender sus productos mediante una aplicación móvil, mientras que un 26% no lo considera una alternativa.

**Interpretación:** Los porcentajes presentados indican que es factible implementar una aplicación móvil en la ciudad de Cuenca, además se identificó el porcentaje de los clientes potenciales en el sector de las PYMES y microempresas.

**Figura 20:**

*Pregunta 13. ¿Qué Porcentaje del Valor del Producto Estaría Dispuesto a Pagar por la Venta de su Producto en una Aplicación?*



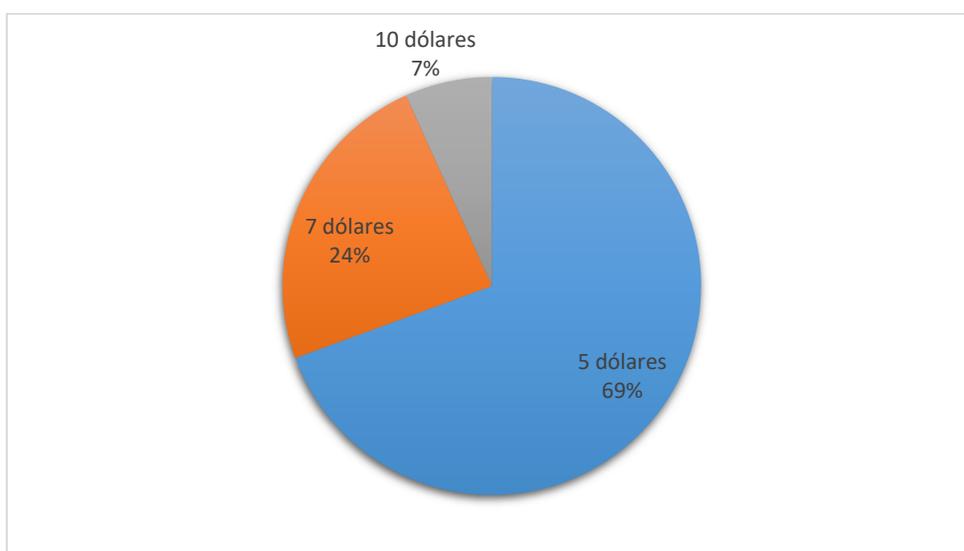
**Nota.** Resultados pregunta 13

**Análisis:** De los interesados por realizar las ventas en internet o mediante la aplicación, el 60% acepta pagar entre un 5% al 10% del valor del producto a la empresa, los otros, incluso, podrían pagar más porcentaje por ser parte de la aplicación.

**Interpretación:** Las empresas encuestadas consideran una oportunidad al trabajar con porcentajes de comisión para poder vender en internet, con lo cual es necesario establecer un valor competitivo. Situación que se debe contrastar, ya que competidores como Pedidos Ya (Glovo) cobra hasta el 30% de las ventas de los locales afiliados.

**Figura 21:**

*Pregunta 14. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la suscripción de transporte mediante la aplicación?*



**Nota.** Resultados pregunta 14

**Análisis:** En la sección de taxis, el 69% los encuestados estarían dispuestos a pagar 5 dólares por la suscripción mediante la aplicación, el 24% incluso, está dispuesto a pagar 7 dólares y el 7% hasta 10 dólares.

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar cinco dólares por la suscripción de transporte en la plataforma de Bee App. Con lo cual, la misma se propone tener una tarifa fija para el servicio de taxis y una variable para la venta de productos, alimentos o reservas a eventos públicos.

## **Demanda Real y Potencial**

Una vez analizada tanto las tendencias del mercado, así como los factores de los consumidores, se puede obtener en primera instancia la demanda real. Para ello se considerará la segmentación de mercado en cuanto a edad, y personas que compran por internet, mediante la expresión:

$$Demanda\ real = N * \% \text{ de edad entre 15 a 64 años} * \% \text{ compras por internet}$$

$$Demanda\ real\ usuarios = 439926 * 92\% * 69\% = 279265$$

Es así, como se obtiene la demanda real de usuarios entre los 15 y 64 años de edad que realizan compras por internet y requieren de herramientas para hacerlo. Por otra parte, la demanda potencial se obtiene al considerar de la encuesta a aquellos usuarios que desean una aplicación multiusos, mediante la expresión

$$Demanda\ potencial = Demanda\ real * \% \text{ aceptación}$$

$$Demanda\ potencial = 279265 * 74\% = 206656$$

Con lo cual, se obtiene la demanda de la aplicación por parte de los usuarios. Para este caso no se puede considerar los precios debido a que la misma será de libre acceso para los consumidores. Razón por la cual se debe obtener la demanda por parte de empresas filiales, siendo la demanda real el número de empresas registradas en el directorio del INEC (2020), delimitado según la zona y tipo de empresa, mediante la expresión

$$Cantidad\ real = N.Empresa * \%Pyme + Micro * \%servicio + comercio * \%Cuenca$$

$$Demanda\ real = 368651 * 98.02\% * 77.21\% * 2.55\% = 7114$$

Por su parte, la demanda potencial se considera el porcentaje de empresas que en la encuesta respondieron afirmativamente a la idea de afiliarse a una aplicación multiusos. Con lo cual se obtiene

$$Demanda\ potencial = Demanda\ real * \% \text{ aceptación}$$

$$Demanda\ potencial = 7114 * 74\% = 5264$$

Para la obtención del precio, se ha aplicado un promedio ponderado de los resultados de la pregunta 13 y 14. Con lo cual se obtiene:

$$Precio = Precio\ Fijo + Precio\ Variable$$

$$Precio = (5 * 0.69 + 7 * 0.24 + 10 * 0.07)t + (0.075 * 0.6 + 0.13 * 0.28 + 0.18 * 0.12)q$$

$$Precio = 6t + 0.1q$$

La expresión obtenida indica que el precio de venta se compone de dos partes, la primera indica que para el servicio de taxis y motorizados, se cobra un monto fijo de \$6.00 por cada unidad registrada, mientras que para los comercios, restaurantes y eventos públicos se pretende cobrar el 10% de la venta generada. Siendo este resultado el que refleja la disponibilidad a pagar de las empresas afiliadas para ofertar sus bienes y servicios.

Finalmente, con los resultados obtenidos se ha proyectado la demanda real y potencial para los primeros cinco años de la puesta en funcionamiento de la aplicación. Para el caso de los consumidores se ha considerado la tasa de crecimiento poblacional de 1.5% anual, mientras que el de las empresas el 9% registrado por el INEC para el año 2019-2020. Con lo cual se presentan los resultados en la Tabla 4

**Tabla 4:**

*Demanda Real y Potencial*

Año	Usuarios		Empresas Filiales	
	Demanda Real	Demanda Potencial	Demanda Real	Demanda Potencial
0	279265	206656	7114	5264
1	283454	209756	7754	5738
2	287706	212902	8452	6254
3	292021	216096	9213	6817
4	296402	219337	10042	7431
5	300848	222627	10946	8099

## **Resultados del Estudio de Mercado**

El estudio evidencia que, en la ciudad de Cuenca, como en todo el país, existe una tendencia hacia la digitalización de actividades cotidianas, con lo cual es necesario contar con herramientas que permitan facilitar el desempeño de las mismas. De la misma manera, las empresas tras la crisis por el Covid-19 se encuentran en una intensificación del comercio electrónico como reactivador de su economía y generador de crecimiento. Es así, como el estudio de mercado realizado, ha permitido identificar que a pesar de que existen aplicaciones de compras, servicios de entregas a domicilio y taxis, las mismas presentan inconformidades con sus usuarios, razón por la cual la plataforma planteada en este mercado se considera con un alto potencial. Finalmente, los resultados de la encuesta indican que existen más 200 mil usuarios potenciales y cinco mil empresas filiales, sin que ello implique una rivalidad con la competencia. Situación que responde al hecho de que el uso de plataformas virtuales no es mutuamente excluyente y con lo que tanto usuarios como empresas pueden usar más de una a la vez para generar compra-venta de productos y servicios con un precio de taxis de \$6.00 por unidad y del 10% de comisión sobre las ventas generadas para los locales comerciales, de servicio y ventas de entradas a eventos públicos.

## Capítulo IV

### Modelo de Negocio

#### Descripción de la Idea de Negocio

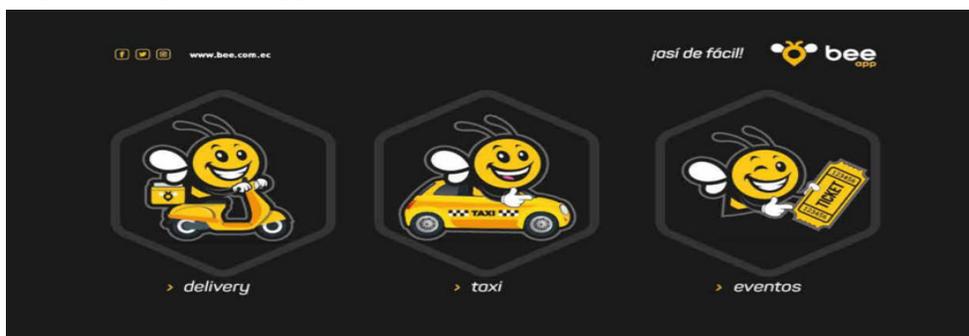
La idea de negocios del presente trabajo de investigación se basa en la creación de una Aplicación Móvil Multiusos llamada Bee App. La misma que contaría con tres opciones de servicios, los cuales son compras con delivery, taxi y reservas para eventos públicos. Todo esto mediante una interfaz sencilla y compatible con cualquier dispositivo móvil Android o IOS. Finalmente, es importante destacar que los recursos para la sostenibilidad del modelo de negocios se basan en el cobro a las empresas afiliadas, mientras que para los usuarios será de libre acceso, con lo cual se convierte en una intermediaria entre oferentes y demandantes. Es así, como previo al modelo CANVAS es necesario considerar una descripción de la empresa, así como de sus principales estrategias de posicionamiento en el mercado.

Como premisa, es importante destacar que la empresa se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada, bajo el nombre de Bee App Cia. Ltda. además, se consideró a la abeja como el símbolo para la empresa, al ser considerada como fundamental dentro del ciclo de vida de las flores y la naturaleza, así como de una proyección de diligencia, orden y prosperidad. Con lo cual el diseñador Carlos Ávila, considerando todos estos aspectos, creó la imagen de la aplicación (Ilustración 3). Por otra parte, el eslogan se plantea con la frase “así de fácil”, resaltando una interfaz sencilla con la que se pretende crear Bee App.

**Figura 22:***Portada Bee App*

**Nota:** Portada realizada por el diseñador Carlos Ávila

Con la portada presentada en la figura 22, el usuario deberá ingresar sus datos personales y aceptar los términos y condiciones de uso de su información. Este proceso se lo hará una única vez, con lo cual el ingreso a la aplicación será, de manera automática, presentado su carta de servicios (figura 23)

**Figura 23:***Página Principal Bee App*

**Nota:** Elaboración Propia, a cargo del diseñador Carlos Ávila

***Misión***

Ser una empresa dedicada a facilitar la vida de sus usuarios y afiliados, creando nexos directos a través de herramientas tecnológicas y asesoría administrativa, con un equipo de trabajo comprometido, promoviendo siempre la responsabilidad social y ambiental.

***Visión***

Ser una empresa líder y reconocida a nivel nacional que fomente el desarrollo económico, tecnológico y social de los afiliados, destacando así en aspectos de cobertura, efectividad y calidad.

***Valores***

**Honestidad:** La transparencia, honradez e integridad estarán presentes en todas las actividades que realizará Bee App, evitando los negocios ilícitos y fomentando el trabajo honesto.

**Compromiso:** Brindar un soporte tecnológico y de conocimientos para ver crecer a los clientes es el compromiso de la empresa, trabajando siempre en un ambiente cómodo y respetuoso.

**Responsabilidad social y ambiental:** Fomentar el cuidado del medio ambiente, promover la reforestación, así como el reciclaje.

**Pasión:** Consolidar un equipo de trabajo comprometido con los clientes, crecer con los socios, generar nuevas oportunidades y ser cada vez mejores líderes.

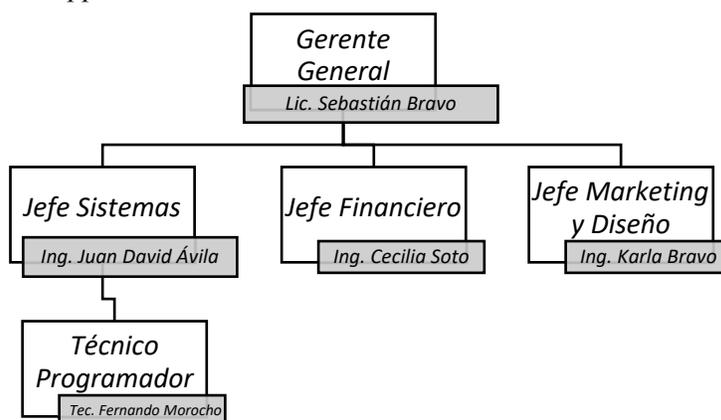
***Equipo de Trabajo***

El equipo de trabajo se plantea considerar a cinco personas según las necesidades del mismo. En primer lugar, un ingeniero en sistemas y un técnico, quienes se encargarán de la

programación de la plataforma. Además, es necesario tres personas para las áreas financieras, de diseño y marketing, quienes planifican, estudian el mercado y crean estrategias de ventas, para la sostenibilidad a largo plazo de la empresa (figura 24).

**Figura 24:**

*Organigrama de Bee App*



Nota. Organigrama

Es así, como en una primera etapa Bee App plantea su organigrama organizacional, con lo cual cada miembro del equipo le corresponde actividades específicas a su área, pero con el objetivo común de posicionar a la aplicación dentro del mercado cuencano.

**Tabla 5:**

*Perfil del Personal*

Cargo	Perfil Profesional	Experiencia	Actividades
<b>Gerente General</b>	Ingeniero Comercial o ramas afines	Administrador de empresas de servicios	Planificación, control y ejecución de la compañía, enfocándose además en el logro de objetivos y el cumplimiento de metas presupuestadas
<b>Jefe de sistemas</b>	Ingeniero en Sistemas	Manejo y diseño de plataformas virtuales	Velar por el correcto funcionamiento de la aplicación, así como de dar seguimiento constante al trabajo de los servidores, plataformas de pagos y demás herramientas tecnológicas
<b>Técnico programador</b>	Técnico en programación	Programador de plataformas digitales	Programar los algoritmos necesarios dentro de las páginas de cada afiliado a la empresa

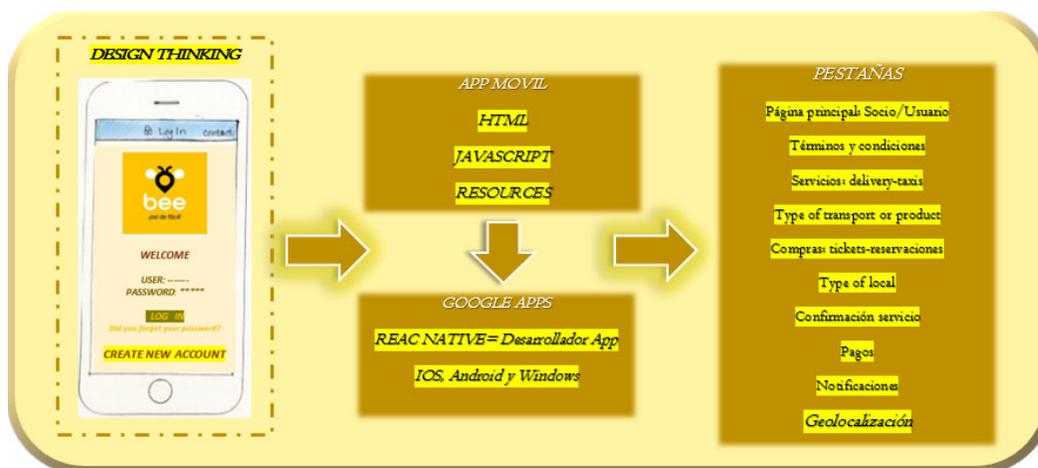
<b>Jefe Financiero</b>	Contador o ramas afines a las finanzas	Contabilidad y análisis financiero	Toma de decisiones en cuanto a la asignación de recursos, coordinar y controlar los presupuestos financieros, aprobar pagos y transferencias de dinero.
<b>Jefe de Marketing y Diseño</b>	Ingeniero en marketing	Manejo de redes sociales y análisis de tendencia de mercado	coordinar y ejecutar campañas publicitarias, diseñar las imágenes, objetos, personajes y demás elementos de Bee App

## Diseño Bee App

Previo el lanzamiento al mercado de la aplicación Bee App es necesario desarrollo del desing thinking (figura 25), posteriormente se requiere de servidores en línea hosting para asegurar la información de los usuarios, con lo que finalmente se adquiriría una cuenta en Google Apps, lo que permitirá la libre descarga para los usuarios.

### Figura 25:

#### *Pantalla de Inicio Bee App*



**Nota.** Pantalla de inicio realizada por el diseñador Carlos Ávila.

La funcionalidad de la Bee App se basa en algoritmos de programación, empleando un Framework de desarrollo de aplicación adecuado como Reac Native, ya que es compatible para usarse con Google Apps. Además, este tipo de sistemas permite un acceso óptimo para plataformas como IOS, Android y Windows. Se estima que el periodo de prueba de la aplicación sea de 75 días, mismo que permitirá evaluar el comportamiento del usuario, frecuencia de

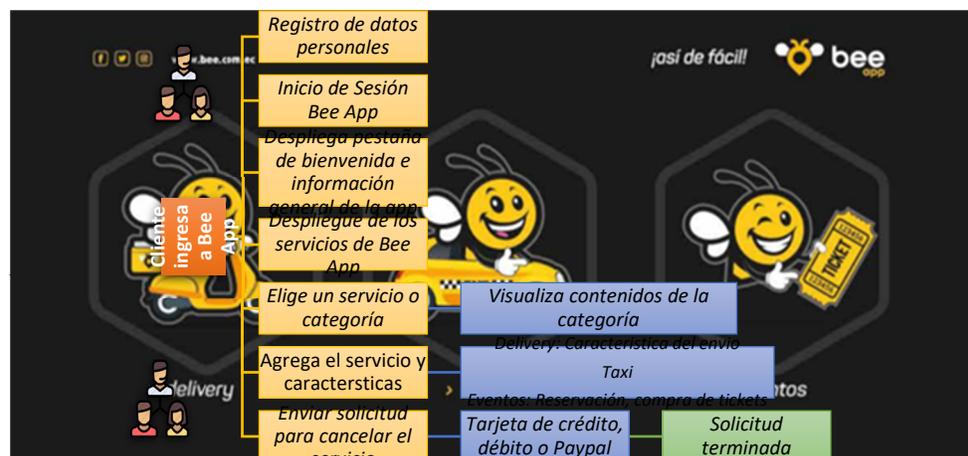
horarios, mayor recurrencia para compra de tickets o reservaciones, medios de pago más utilizados, calificación de Bee App en Google, etc.

Para la interfaz de Bee App se debe segmentar según el tipo de usuario, por una parte, se tiene a las PYMES y microempresas afiliadas; mientras que, por otra, están los usuarios que solicitan servicios de movilidad y compra digital. De esta manera se tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades de los dos tipos usuarios con un servicio seguro, rápido y eficiente, siendo la primera plataforma multiservicios (delivery, taxi, compra de tickets para eventos públicos) con precios altamente competitivos.

Cuando se requiera realizar una compra, la aplicación contará con un botón de pagos. El cual desplegará una lista de opciones como tarjeta de crédito, débito o Paypal. Una vez que se seleccione la opción será necesario registrar los datos para aceptar el débito, posteriormente se deberá realizar una confirmación mediante una clave de seguridad. Adicionalmente, los usuarios podrán visualizar la ubicación y distancia en la cual se encuentra su pedido gracias a la opción de georreferenciación, habilitada únicamente para delivery y taxi. Finalmente, para la adquisición de tickets para un evento, se le desplegarán dos opciones; la primera el costo del ticket o reservación, más el costo de la compra digital. Es así, como la figura 26 sistematiza los procesos necesarios de Bee App.

**Figura 26:**

*Diagrama de Procesos para el Usuario*



## Análisis FODA

El análisis de los factores internos y externos que pueden beneficiar o perjudicar a la empresa son de gran importancia para comprender los riesgos de la idea de negocios. Es así, como en el presente apartado se ha diseñado la matriz FODA incluida sus diferentes estrategias

**Tabla 6:**

*Matriz FODA - Estrategias*

<p style="text-align: center;">Factores Internos</p> <p style="text-align: center;">Factores Externos</p>	<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas (F)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación Multiusos</li> <li>• Adaptabilidad</li> <li>• Personal capacitado</li> <li>• Precios bajos</li> <li>• Interfaz sencilla</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades (D)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escaso capital</li> <li>• Escasa base de datos</li> <li>• Poca promoción</li> <li>• Limitada capacidad</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta demanda potencial</li> <li>• Competencia no excluyente</li> <li>• Crecimiento del comercio electrónico</li> <li>• Constante innovación tecnológica</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategia FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofertar diferentes servicios para una mayor captación de mercado</li> <li>• Mediante la adaptabilidad a cualquier dispositivo móvil, los usuarios pueden tener diferentes aplicaciones similares</li> <li>• Optimizar procesos mediante el uso de las constantes innovaciones por parte del personal capacitado</li> <li>• Diseñar una interfaz sencilla para captar la mayor parte del crecimiento del comercio electrónico</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategia DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer inversionistas dada la alta demanda potencial y el crecimiento del comercio electrónico</li> <li>• Generar alianzas estratégicas con los afiliados para el intercambio de información</li> <li>• Promocionar la aplicación mediante los afiliados y redes sociales</li> <li>• Mejorar constantemente la capacidad mediante la innovación tecnológica</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Amenazas (A)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto nivel de competencia</li> <li>• Inestabilidad económica</li> <li>• Falta de incentivo de emprendedores al uso de aplicaciones</li> <li>• Delincuencia cibernética</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategia FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar una propuesta de valor enfocada a la diversidad de servicios ofertados</li> <li>• Precios competitivos que permitan acceder a microempresarios a la nueva oferta y capacitación constante a los afiliados</li> <li>• Encriptación de la base de datos para la protección de los usuarios</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategia DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer inversionistas que permitan mejorar la capacidad, almacenamiento y sistemas de seguridad de la base de datos</li> <li>• Promocionar la aplicación y a los afiliados para generar un crecimiento conjunto</li> </ul>

### **Modelo CANVAS Bee App**

El Modelo CANVAS de negocio se utiliza para plasmar la idea en un proyecto, se evalúan las ideas para dar a conocer el valor agregado que tiene el producto. Con lo cual Ferreira-Herrera (2016) manifiesta que “El modelo CANVAS es una herramienta pertinente en un contexto de emprendimiento e innovación, (...) debe ser flexible, pendiente a responder a las oportunidades y necesidades” (p. 34). Es decir, lo podemos considerar como un lienzo en el cual se exponen las principales partes que se debe considerar para que un proyecto tenga éxito, y así determinar la propuesta de valor del producto.

Figura 27:

## Modelo CANVAS Bee App

<p><b>Socios Clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hostinger</li> <li>- Facebook ADS</li> <li>- Municipio de Cuenca</li> <li>- Cámara de la pequeña industria de Cuenca</li> <li>- Cooperativas de Taxis de Cuenca</li> <li>- Asociaciones de motorizados de Cuenca</li> <li>- Microempresas del sector secundario y terciario de la ciudad de Cuenca</li> <li>- Pago Medios</li> </ul>	<p><b>Actividades Clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantenimiento de la plataforma</li> <li>- Publicidad</li> <li>- Diseño de catálogos</li> <li>- Recolección de datos</li> <li>- Capacitación</li> <li>- Convenios</li> </ul>	<p><b>Propuesta de Valor</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataforma multiservicios</li> <li>- Asesoría a microempresas afiliadas</li> <li>- Geolocalización a tiempo real</li> <li>- Servicio técnico permanente</li> </ul>	<p><b>Relación con Clientes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chatbot permanente</li> <li>- Asesoría directa para cada tipo de empresa afiliada</li> </ul>	<p><b>Segmentos De Clientes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cooperativa de taxis</li> <li>- Asociación de motorizados</li> <li>- Locales de venta de comida</li> <li>- Minimercados</li> <li>- Locales comerciales</li> <li>- Centros de entretenimiento</li> <li>- Organizadores de eventos</li> </ul>
<p><b>Estructura De Costos</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servidores</li> <li>- Programadores</li> <li>- Hosting</li> <li>- Publicidad</li> <li>- Comisiones</li> </ul>		<p><b>Fuente De Ingresos</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Afiliación de empresas</li> <li>- Publicidad dentro de la App</li> </ul>		
<p><b>Recursos Clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servidores</li> <li>- Talento Humano</li> <li>- Movilidad</li> <li>- Oficinas</li> </ul>		<p><b>Canales</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redes Sociales</li> <li>- Contacto Personalizado</li> <li>- Eventos públicos</li> <li>- Talleres de capacitación</li> </ul>		

Como se puede apreciar en la figura 27, se presenta un resumen de los aspectos más importantes de la idea de negocio, siendo el modelo CANVAS una herramienta de gran utilidad al momento de priorizar las necesidades y analizar la ventaja competitiva. Sin embargo, es necesario analizar de una manera más profunda cada uno de los componentes descritos, lo cual permitirá comprender los diferentes aspectos de la propuesta de negocio

### ***Componentes del Modelo CANVAS***

El modelo CANVAS está compuesto por 9 unidades, cuyo objetivo es exponer de una forma clara y detallada la idea de negocio. Para el caso Bee App se busca definir su propuesta de valor, lo cual permitirá determinar su factibilidad, así como sus ventajas sobre la competencia.

Es importante considerar algunas variaciones al modelo, ya que Carvajal (2018), manifiesta que “Se debe tomar en consideración que el modelo de negocios CANVAS al igual que una gran cantidad de metodologías, este ha sido creado en base a situaciones empresariales completamente diferentes a las ecuatorianas” (p. 38). Con lo cual denota la necesidad de que el modelo se ajuste a la realidad de la empresa y el mercado local.

### **Socios clave**

El objetivo de contar con socios clave es el brindar un mejor servicio, así como de aumentar ingresos y reducir costos, siendo estos principalmente los microempresarios afiliados, mismos que buscan innovar la forma de ofertar sus productos y/o servicios, lo cual se convierten en la principal fuente de ingresos de la empresa. Es así, como se plantea contar entre dichos socios con:

- **Hostinger:** encargado del alojamiento de la aplicación en la Web, así como dentro de las tiendas virtuales de IOS y Android

- **Facebook ADDS:** Encargada de la segmentación para la publicidad, siendo esta la población Cuencana
- **Municipio de Cuenca:** Mismo que permitirá el acceso para la geolocalización, así como la participación a eventos públicos de apoyo a microempresarios y artesanos. Con lo cual se pretende tener alianzas estratégicas para el apoyo a la reactivación económica y el turismo
- **Cámara de la Pequeña Industria de Cuenca:** Institución que engloba diversas PYMES, las cuales se pueden formar un conglomerado de empresas afiliadas a la aplicación y serán sujetos de descuentos y promociones para talleres de capacitación.
- **Cooperativas de Taxis en Cuenca:** Para quienes se realizará la solicitud de taxis, con lo cual se trabaja con gran cantidad de unidades y no de manera independiente, mejorando así los esquemas de seguridad para los pasajeros
- **Asociaciones de motorizados en Cuenca:** Con quienes se ofertará el servicio de delivery, en convenio con empresas afiliadas y para efectuar compras en aquellas no lo estén.
- **Microempresas del Sector Secundario y Terciario:** Siendo los clientes directos, quienes contarán con su catálogo, solicitud de envío a domicilio y sistema de pagos virtuales.
- **Pago Medios:** Empresa dedicada a la configuración de pagos por medio de la misma aplicación de manera segura por medio de tarjetas o cuentas virtuales.

## Segmento de Clientes

En este punto se detecta las necesidades del mercado y del cliente, se debe orientar el producto para satisfacer dichas necesidades. En el desarrollo, la segmentación analizará para quien está dirigida la aplicación y quienes son los clientes más destacados.

Al realizar el estudio de mercado se detectó una demanda potencial alta, la misma que Bee App podría llegar a cubrir. El target de la plataforma es:

- **Cooperativas de Taxis:** Encargadas del servicio de taxi puerta a puerta, así como de geolocalización para cálculo de tiempo y ruta de viaje. Para lo cual su pago es una cuota fija de \$6.00 mensual por unidad de taxi registrada
- **Asociaciones de motorizados:** encargados del servicio de delivery en conjunto con empresas afiliadas como a aquellas que no. El cobro por la afiliación a la plataforma se plantea de \$6.00 mensual por motorizado
- **Locales de venta de comida:** quienes contarán con un menú virtual dentro de la plataforma y acceso a publicidad en caso de promociones. Para este caso, se cobra una comisión del 10% de la venta generada
- **Minimercados y locales comerciales:** quienes contarán con un catálogo de productos para comprar y pagar por medio de la aplicación. Se plantea una comisión del 10% de cada venta
- **Centros de entretenimiento y organizadores de eventos:** quienes podrán ofertar las entradas dentro de la plataforma, para la cual tendrán la opción de elección de asientos, horarios o cualquier variante a los precios de las mismas. La comisión por la utilización de la plataforma para este fin será del 10% de la venta.

## Propuesta de valor

El objetivo de realizar el modelo de negocio es resaltar el valor agregado, con el objetivo de que gran parte de consumidores prefieran usar la aplicación Bee App para el servicio de delivery, taxis o compras de comida, productos varios o entradas a eventos públicos.

Con esto, la propuesta de valor de Bee App, se enfoca en cuatro puntos fundamentales

- **Plataforma multiservicios:** Con lo cual el usuario podrá solicitar un taxi, delivery, comprar comida, productos o entradas a eventos en la misma aplicación, así como de efectuar los pagos de manera directa y con total seguridad
- **Asesoría a microempresas afiliadas:** Generar talleres y charlas para las microempresas afiliadas, de tal manera que puedan diseñar estrategias para aumentar sus ventas dentro de la plataforma, así como de llevar una correcta administración de su espacio dentro de la misma
- **Geolocalización en tiempo real:** en el caso del servicio de taxi y delivery, los usuarios podrán seguir en tiempo real a la unidad que se le asignó, mejorando con ello la eficiencia del servicio, así como la seguridad de sus usuarios.
- **Servicio técnico permanente:** En caso de que la plataforma presente fallas las empresas afiliadas podrán contar con un servicio permanente las 24 horas para solventar los problemas que se presenten.

## **Canales**

El canal es el medio por el cual el producto se dará a conocer, en este punto se debe tener en consideración la mejor opción, tanto en costos como en efectividad para llegar a los clientes. Con lo cual Bee App se propone utilizar:

- Redes Sociales como Facebook, Instagram, Twitter, así como plataformas como TikTok
- Contacto Personalizado
- Eventos Públicos: Tales como ferias, simposios, conferencias y festividades en la ciudad de Cuenca
- Talleres de capacitación que permitirán transmitir las ventajas de afiliarse a las empresas, así como de hacer uso adecuado de la misma.

## **Relación con Clientes**

Este punto tiene como objetivo el identificar el tipo de relación con los clientes, con el objetivo de atraer tanto empresas como usuarios, así como de generar fidelización. Bee App plantea tener una relación por medio de un Chatbot para preguntas frecuentes, o procesos generales para los afiliados. Adicionalmente, se cuenta con una asesoría permanente en caso de presentarse problemas dentro de la plataforma.

## **Fuentes de Ingreso**

Las fuentes de ingreso son los medios por los cuales el proyecto recibiría recursos económicos. Con lo cual, se tiene una base de las fuentes de ingreso:

- **Suscripción de Taxistas y motorizados**, quienes deben cancelar una cuota mensual de \$6.00 por ser parte de la plataforma, poder brindar sus servicios mediante la aplicación y recibir beneficios de la misma.

- **Comisión:** Siendo el porcentaje del 10% a las ventas de locales comerciales, restaurantes y eventos, si y solo si se han efectuado por medio de la plataforma.
- **Publicidad.** Locales que deseen tener una mayor participación en la plataforma, pagarían un monto específico para aparecer como destacados en la aplicación durante un tiempo determinado.

### **Recursos clave**

Los recursos claves son todos los elementos necesarios para que la aplicación pueda funcionar de manera óptima y en tiempo real, para que cumpla con la propuesta de valor planteada. Bee App al ser una herramienta tecnológica requiere:

- **Servidores:** Los servidores cuya función es la del proceso de recolección y transmisión de información entre los usuarios y las empresas afiliadas, así como el correcto registro de pagos.
- **Talento Humano:** Consta de Ingenieros y técnicos calificados en programación y Data (SQL, Python, C#, PHP, etc.) que mantengan la plataforma en un alto nivel, así como también administradores encargados de cumplir la misión y visión de Bee App.
- **Movilidad:** Un vehículo en caso de que empresas requieran de una asesoría o mantenimiento de su plataforma
- **Oficinas:** Lugar donde estarán los servidores, así como los espacios de trabajo y reunión con los clientes

### **Actividades clave**

El objetivo de este bloque es determinar las actividades clave alcanzar la propuesta de valor de Bee App, con lo cual se plantea:

- Mantener a la plataforma en óptimas condiciones y actualizada de manera constante. Para con ello, se pueda procesar y transmitir la información entre usuarios y afiliados
- Generar publicidad de las empresas afiliadas dentro de la aplicación como en las redes sociales.
- Diseño de catálogos para cada tipo de negocio.
- Recolección de información, con lo cual cada empresa afiliada pueda contar con su cartera de clientes.
- Capacitación sobre el uso óptimo, así como de estrategias para aumentar su nivel de ventas dentro de la plataforma
- Convenios interinstitucionales con organismos públicos y privados para generar mayor número de afiliaciones, así como de promoción a las microempresas y artesanos de la ciudad de Cuenca

### ***Estructura de costos***

Analizar los costos que se generan antes de implementar la aplicación permite tener una visión clara de la necesidad de inversión, el capital de trabajo y la utilidad que se puede llegar a generar. Información que permitirá determinar si el modelo de negocio es factible desde el punto de vista financiero

En el análisis financiero se ha realizado en el Capítulo V, sin embargo, es importante destacar que para el funcionamiento de Bee App, es necesario cubrir costos de:

- Servidores, así como de las instalaciones necesarias
- Programadores, los cuales forman parte de la Mano de Obra Directa
- Hosting como costo fijo dentro del mantenimiento de la plataforma

- Publicidad dentro de las redes sociales
- Comisiones que se debe cancelar al realizar un pago por medio de la plataforma virtual

## Capítulo V

### Análisis Financiero

Con el estudio de mercado se pudo determinar que existe una alta demanda potencial para Bee App, en cuanto a la oferta, es importante destacar que, al tratarse de una aplicación móvil, la misma puede extenderse a cubrir la demanda en función de la capacidad de sus instalaciones. Situación que responde al hecho de que los servidores considerados para la creación de la aplicación tienen una capacidad determinada para procesar toda la información de usuarios y empresas afiliadas. Con lo cual, el objetivo para la rentabilidad financiera radica en la cantidad de interacciones generadas dentro de la plataforma

#### **Inversión Inicial**

Para poder presentar la aplicación a los potenciales clientes es necesario que se realice una inversión preoperativa, lo cual consiste en los costos de diseño y lanzamiento de Bee App, adicionalmente es necesario estimar la inversión en activos tanto tangibles como intangibles. Es importante destacar que los valores registrados se basaron en las cotizaciones realizadas a diferentes proveedores.

En una primera etapa se ha considerado la afiliación del 10% del total de taxis legalmente constituidos que circulan dentro de la ciudad de Cuenca, lo cual representa 362 unidades, en base a estudio realizado por Quezada (2019). El mismo porcentaje se ha aplicado para el caso de las motocicletas delivery, lo cual corresponde a 282 unidades (Torres, 2020).

En cuanto a los establecimientos comerciales de productos, servicio y eventos, se ha considerado un total de 150 afiliados, lo cual representa cerca del 3% de la demanda potencial. Cifra que se ha determinado en función de la capacidad de los servidores utilizados, y dada las recomendaciones técnicas de mantener una utilización del 75% de capacidad total de los

mismos, considerando que este tipo de negocios requiere de plantillas individuales y de gran almacenamiento de datos. Por otra parte, este porcentaje es muy inferior a la competencia, como es el caso de Uber Eats, la misma que cuenta con más de 1500 negocios registrados (Quito, 2020). Con lo cual podemos considerar a esta meta alcanzable a corto plazo y que a su vez generará sostenibilidad a la empresa.

Con lo descrito se ha procedido a estimar la inversión inicial, partiendo del plan de lanzamiento de Bee App

**Tabla 7:**

*Inversión de Lanzamiento*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Logo y Brief	1	\$200.00	\$200.00
Pantallas y catálogos	156	\$36.5385	\$5,700.00
Publicación en Facebook y filiales	4 post	\$100.00	\$400.00
Publicidad en Radio	2 horas	\$125.00	\$250.00
Publicidad en Prensa	4 días	\$75.00	\$300.00
<b>Total</b>			<b>\$6,850.00</b>

Como se puede apreciar en la tabla 7, la inversión de lanzamiento requiere de un monto de \$6,850.00, misma que tendrá un plazo de un mes y pretende abarcar las 150 empresas afiliadas, dos plataformas para servicio de taxi, así como delivery; y, dejando 1 pantalla interactiva para 4 anuncios publicitarios. Adicionalmente, se considera la publicación y difusión de publicidad semanal por Facebook y sus filiales, 240 anuncios de 30 segundos en radio durante el mes y propaganda en prensa los fines de semana.

**Tabla 8:***Activos Tangibles*

<b>Mobiliario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Computadores	5	\$920.00	\$4,600.00
Impresoras	1	\$500.00	\$500.00
Escritorio	5	\$80.00	\$400.00
Sillas de oficina	5	\$50.00	\$250.00
Pizarra acrílica	1	\$80.00	\$80.00
Teléfonos	5	\$200.00	\$1,000.00
Juego de Comedor	1	\$300.00	\$300.00
Juego para zona de cafetería	1	\$500.00	\$500.00
Adecuaciones	1	\$500.00	\$500.00
<b>Total</b>			<b>\$8,130.00</b>

Como se puede apreciar en la tabla 8, la inversión en activos tangibles asciende a \$8,130.00 para equipamiento del recurso humano y oficinas. Es importante destacar que en la primera etapa la empresa no contará con movilidad, ni edificio propio, con lo cual permite reducir significativamente el capital inicial requerido.

**Tabla 9:***Activos Intangibles*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Implementación de pagos electrónicos	Mensual	\$200.00	\$200.00
Seguro de equipos	Anual	\$350.00	\$350.00
Garantías de alquiler	1	\$500.00	\$500.00
Permisos de funcionamiento	Anual	\$250.00	\$350.00
Registro de patente	1	\$180.00	\$180.00
Constitución de sociedad	1	\$400.00	\$400.00
Sistema contable	Mensual	\$500.00	\$500.00
Mantenimiento de aplicación	Mensual	\$1,800.00	\$1,800.00
<b>Total</b>			<b>\$4,280.00</b>

Como se puede apreciar en la tabla 9, la inversión para activos intangibles asciende a \$4,280.00. Con lo cual, es necesario estimar el capital de trabajo para obtener la inversión inicial total para la puesta en funcionamiento de Bee App.

**Tabla 10:**

*Capital de Trabajo*

Concepto	Valor
Activo Corriente	\$8,000.00
Caja / Bancos	\$3,000.00
Cuentas por cobrar	\$5,000.00
(-) Pasivo Corriente	\$3,700.00
<b>Total, Capital de Trabajo</b>	<b>\$4,300.00</b>

Como se puede apreciar en la tabla 10, el capital de trabajo necesario mensual es de \$ 4,300.00, En el cual se ha proyectado una liquidez disponible de \$3,000.00 para cubrir los diferentes rubros de gastos de la empresa, además de considerar una cartera de clientes por cobrar no mayor a \$5000.00. En cuanto al pasivo corriente, corresponde a las obligaciones con proveedores a corto plazo, entre los que se ha incluido el arriendo, mantenimiento de la plataforma, entre otros.

**Tabla 11:**

*Inversión Inicial*

Concepto	Valor
Lanzamiento Bee App	\$6,850.00
Activos Tangibles	\$8,130.00
Activos Intangibles	\$4,280.00
Capital de Trabajo	\$4,300.00
<b>Total, Inversión</b>	<b>\$23,460.00</b>

Como se puede apreciar en la tabla 11, el total de inversión inicial necesaria para la empresa Bee App Cía. Ltda. Fue de a \$23,460.00. Siendo los rubros más representativos el

lanzamiento y los activos tangibles. Es importante destacar que los mismos serán obtenidos mediante un crédito de \$15,000.00 a un plazo de 3 años, mientras que la diferencia será mediante fondos propios.

### **Costos y Gastos Estimados**

Con el cálculo de la inversión inicial, es necesario estimar los costos y gastos mensuales y anuales en los que ha de incurrir la empresa para proveer el servicio de la plataforma virtual. Es así, como para determinar la factibilidad del proyecto, se ha considerado una proyección para los primeros cinco años.

Al ser Bee App una plataforma digital que recibe órdenes de clientes y la transmite a las empresas afiliadas, no requiere de un presupuesto de compras, o costos de producción. Sin embargo, es necesario considerar tanto la inversión inicial, como los gastos administrativos y financieros.

**Tabla 12:***Gastos Administrativos*

	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Anual</b>
Costos Fijos	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$9,700.16	\$116,401.92
Arriendo	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$6,000.00
Sueldos	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$72,000.00
Servicio de Pago en línea	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
Telefonía	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
Mantenimiento de Plataforma	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$21,600.00
Dominio/Hosting	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$136.83	\$1,641.96
Membrecía en Tiendas de aplicaciones	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
Homologación ANT	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$83.33	\$999.96
Sistema Contable	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$960.00
Material P.O.P.	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
Publicidad	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$6,000.00
<b>Costos Variables</b>	<b>\$3,029.00</b>	<b>\$2,756.61</b>	<b>\$3,004.70</b>	<b>\$3,775.13</b>	<b>\$3,569.89</b>	<b>\$3,891.18</b>	<b>\$4,741.39</b>	<b>\$4,623.11</b>	<b>\$5,039.19</b>	<b>\$5,992.72</b>	<b>\$5,987.06</b>	<b>\$6,525.90</b>	<b>\$52,935.88</b>
Comisiones Bancarias	\$2,529.00	\$2,756.61	\$3,004.70	\$3,275.13	\$3,569.89	\$3,891.18	\$4,241.39	\$4,623.11	\$5,039.19	\$5,492.72	\$5,987.06	\$6,525.90	\$50,935.88
Insumos de Oficina	\$500.00	\$0.00	\$0.00	\$500.00	\$0.00	\$0.00	\$500.00	\$0.00	\$0.00	\$500.00	\$0.00	\$0.00	\$2,000.00
<b>Costo total</b>	<b>\$12,729.16</b>	<b>\$12,456.77</b>	<b>\$12,704.86</b>	<b>\$13,475.29</b>	<b>\$13,270.05</b>	<b>\$13,591.34</b>	<b>\$14,441.55</b>	<b>\$14,323.27</b>	<b>\$14,739.35</b>	<b>\$15,692.88</b>	<b>\$15,687.22</b>	<b>\$16,226.06</b>	<b>\$169,337.80</b>

Como se puede ver en la tabla 12, se ha estimado los costos mensuales para el primer año de funcionamiento, tomando como referencia el mes de enero y dadas las cotizaciones realizadas para determinar los costos fijos. Es importante destacar que, para el caso de los costos variables, la comisión bancaria se lo hace como un porcentaje del 4.5% a la venta. Con lo cual, se ha considerado una venta mensual promedio de \$1000.00 para los diferentes locales comerciales, meta que es alcanzable en el corto plazo y tras los resultados presentados por otros estudios relacionados con esta temática. En cuanto a los suministros de oficina, se estima un consumo trimestral de \$500 trimestral. Finalmente, en cuanto a la tasa de crecimiento de los costos variables, se ha considerado el 9% tomando como referencia el nivel de crecimiento de las microempresas en Ecuador, cifra reportada por el INEC.

**Tabla 13:***Detalle de Sueldos*

Concepto	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Subcuenta	Total								
Sueldos		\$56,397.92		\$57,525.87		\$58,676.39		\$59,849.92		\$61,046.92
Gerente General	\$14,400.00		\$14,688.00		\$14,981.76		\$15,281.40		\$15,587.02	
Jefe de Sistemas	\$11,040.00		\$11,260.80		\$11,486.02		\$11,715.74		\$11,950.05	
Jefe Financiero	\$11,040.00		\$11,260.80		\$11,486.02		\$11,715.74		\$11,950.05	
Jefe de Marketing y Diseño	\$10,917.92		\$11,136.27		\$11,359.00		\$11,586.18		\$11,817.90	
Técnico Programador	\$9,000.00		\$9,180.00		\$9,363.60		\$9,550.87		\$9,741.89	
Aporte Patronal		\$6,852.35		\$6,989.39		\$7,129.18		\$7,271.77		\$7,417.20
Vacaciones		\$2,349.91		\$2,396.91		\$2,444.85		\$2,493.75		\$2,543.62
Décimo Tercero		\$4,699.83		\$4,793.82		\$4,889.70		\$4,987.49		\$5,087.24
Décimo Cuarto		\$1,700.00		\$1,734.00		\$1,768.68		\$1,804.05		\$1,840.13
Total		\$72,000.00		\$73,440.00		\$74,908.80		\$76,406.98		\$77,935.12

Como se puede ver en la tabla 13, se presentan los sueldos de los cinco integrantes del equipo de Bee App Cía. Ltda., con sus respectivos beneficios de ley, a excepción de los fondos de reserva, los mismos que están incluidos dentro de su remuneración y se harán los ajustes cada año. Es así, como el monto anual por este concepto asciende a \$72,000.00 y su crecimiento responde al nivel de inflación del 2%, lo cual se aplicará para los demás gastos necesarios para la empresa

**Tabla 14:**  
*Costos Anuales Bee App*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costos Fijos</b>	<b>\$116,401.92</b>	<b>\$118,177.92</b>	<b>\$120,004.56</b>	<b>\$121,884.21</b>	<b>\$123,819.42</b>
Arriendo	\$6,000.00	\$6,120.00	\$6,242.40	\$6,367.25	\$6,494.59
Sueldos	\$72,000.00	\$73,440.00	\$74,908.80	\$76,406.98	\$77,935.12
Servicio de Pago en línea	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00
Telefonía	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00
Mantenimiento de Plataforma	\$21,600.00	\$21,600.00	\$21,600.00	\$21,600.00	\$21,600.00
Dominio/Hosting	\$1,641.96	\$1,641.96	\$1,641.96	\$1,641.96	\$1,641.96
Membrecía en Tiendas de aplicaciones	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00
Homologación ANT	\$999.96	\$999.96	\$999.96	\$999.96	\$999.96
Sistema Contable	\$960.00	\$960.00	\$960.00	\$960.00	\$960.00
Material P.O.P.	\$2,400.00	\$2,616.00	\$2,851.44	\$3,108.07	\$3,387.80
Publicidad	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00
<b>Costos Variables</b>	<b>\$52,945.88</b>	<b>\$58,589.03</b>	<b>\$64,849.30</b>	<b>\$71,794.52</b>	<b>\$79,499.94</b>
Comisiones Bancarias	\$50,935.88	\$56,538.83	\$62,758.10	\$69,661.49	\$77,324.25
Insumos de oficina	\$2,010.00	\$2,050.20	\$2,091.20	\$2,133.03	\$2,175.69
<b>Costo total</b>	<b>\$169,347.80</b>	<b>\$176,766.95</b>	<b>\$184,853.86</b>	<b>\$193,678.73</b>	<b>\$203,319.37</b>

Como se puede apreciar en la tabla 14, las cuentas de servicios de pago en línea, planes de telefonía, mantenimiento de la plataforma, dominio, membresía en tiendas de aplicaciones, homologación a la ANT, sistema contable y publicidad se proyecta mantener constantes durante los cinco primeros años de la empresa, debido a la naturaleza de dichas cuentas. Por otra parte, el arriendo, los sueldos e insumos de oficina se proyecta en base a la inflación interanual del Ecuador del 2%. Finalmente, las comisiones bancarias tienen una tasa de crecimiento del 11% debido al aumento del número de emprendimientos y el alza de los precios de los productos ofertados dentro de la plataforma.

**Figura 28:**

*Tabla de amortización Cooperativa PROVIDA*

TABLA DE AMORTIZACION						
<b>Monto:</b>	<b>15.000,00</b>	dolares		<b>Interés anual:</b>	14,00%	
<b>Cuotas:</b>	36	mensuales		<b>Interés Men:</b>	1,10%	
Cuotas	Capital	Interés	Importe de Cuota	Saldo	-	Importe total a pagar
Saldo Inicial				15.000,00		
1	341,99	164,68	506,67	14.658,01	-	506,67
2	345,74	160,93	506,67	14.312,27	-	506,67
3	349,54	157,13	506,67	13.962,73	-	506,67
4	353,38	153,29	506,67	13.609,35	-	506,67
5	357,26	149,42	506,67	13.252,09	-	506,67
6	361,18	145,49	506,67	12.890,91	-	506,67
7	365,14	141,53	506,67	12.525,77	-	506,67
8	369,15	137,52	506,67	12.156,62	-	506,67
9	373,21	133,47	506,67	11.783,41	-	506,67
10	377,30	129,37	506,67	11.406,11	-	506,67
11	381,45	125,23	506,67	11.024,66	-	506,67
12	385,63	121,04	506,67	10.639,03	-	506,67
13	389,87	116,80	506,67	10.249,16	-	506,67
14	394,15	112,52	506,67	9.855,01	-	506,67
15	398,48	108,20	506,67	9.456,54	-	506,67
16	402,85	103,82	506,67	9.053,69	-	506,67
17	407,27	99,40	506,67	8.646,41	-	506,67
18	411,74	94,93	506,67	8.234,67	-	506,67
19	416,26	90,41	506,67	7.818,41	-	506,67
20	420,83	85,84	506,67	7.397,57	-	506,67
21	425,45	81,22	506,67	6.972,12	-	506,67
22	430,13	76,55	506,67	6.541,99	-	506,67
23	434,85	71,82	506,67	6.107,14	-	506,67
24	439,62	67,05	506,67	5.667,52	-	506,67
25	444,45	62,22	506,67	5.223,07	-	506,67
26	449,33	57,34	506,67	4.773,74	-	506,67
27	454,26	52,41	506,67	4.319,48	-	506,67
28	459,25	47,42	506,67	3.860,23	-	506,67
29	464,29	42,38	506,67	3.395,94	-	506,67
30	469,39	37,28	506,67	2.926,55	-	506,67
31	474,54	32,13	506,67	2.452,01	-	506,67
32	479,75	26,92	506,67	1.972,26	-	506,67
33	485,02	21,65	506,67	1.487,24	-	506,67
34	490,34	16,33	506,67	996,90	-	506,67
35	495,73	10,94	506,67	501,17	-	506,67
36	501,17	5,50	506,67	0,00	-	506,67

Como se lo expuso anteriormente, para la inversión inicial se ha considerado un crédito por un monto de \$15,000.00, pagaderos en tres años mediante el mecanismo de cuota fija. Por lo cual en la figura 28 se puede observar la tabla de amortización otorgada por la Cooperativa PROVIDA. Con esta información se puede considerar los gastos financieros anuales, descritos en la tabla 15

**Tabla 15:**

*Gastos Financieros*

<b>Año</b>	<b>Gastos Financieros</b>
Año 1	\$1,852.62
Año 2	\$1,063.63
Año 3	\$412.52
Año 4	\$0.00
Año 5	\$0.00

**Ventas Proyectadas**

De acuerdo al estudio de mercado, se ha podido determinar el precio de cada servicio de la aplicación, así como un estimado de la demanda potencial tanto de usuarios como de empresas afiliadas. Si bien la aplicación, al ser de libre descarga, no percibirá un ingreso por parte de los usuarios, si lo hará de las empresas afiliadas tanto por montos fijos en el caso de taxis y delivery, así como de comisiones para los locales comerciales y la venta de entradas a eventos públicos. Adicionalmente, se tiene que considerar que la plataforma tiene una ventana para anuncios publicitarios, con lo cual se convierte es otra fuente de ingresos.

**Tabla 16:***Fuentes de Ingreso Mensual Bee App*

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total, Ingresos</b>
Afiliación de Taxi	\$6.00	Mensual	362	\$2,172.00
Afiliación de motorizado	\$6.00	Mensual	282	\$1,692.00
Afiliación de locales comerciales, servicio y eventos públicos	\$100.00	Mensual	150	\$15,000.00
Publicidad	\$250.00	Mensual	4	\$1,000.00
<b>Total</b>				<b>\$19,864.00</b>

Como se puede apreciar en la tabla 16, de llegar a cumplirse con la meta de empresas afiliadas, así como el número de taxis y motos afiliadas Bee App reportaría ventas mensuales por \$19,864.00, lo cual representa una venta anual de \$238,368.00. Para el caso de las proyecciones, se utilizará la tasa de crecimiento del 9% de los emprendimientos en Ecuador, así como la el 2% de inflación.

**Tabla 17:***Ventas anuales proyectas Bee App*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Afiliación de Taxi	\$26,064.00	\$28,409.76	\$30,966.64	\$33,753.64	\$36,791.46
Afiliación de motorizado	\$20,304.00	\$22,131.36	\$24,123.18	\$26,294.27	\$28,660.75
Afiliación de locales comerciales, servicio y eventos públicos	\$180,000.00	\$199,800.00	\$221,778.00	\$246,173.58	\$273,252.67
Publicidad	\$12,000.00	\$12,240.00	\$12,484.80	\$12,734.50	\$12,989.19
<b>Total</b>	<b>\$238,368.00</b>	<b>\$262,581.12</b>	<b>\$289,352.62</b>	<b>\$318,955.98</b>	<b>\$351,694.08</b>

Como se puede observar en la tabla 17, los ingresos por afiliación de taxis y motorizados registra un crecimiento del 9% que corresponde a la expansión de los mismos dentro de la plataforma, con lo cual se denota una política interna de precio fijo, para con ello generar fidelización de los clientes. Para el caso de los locales comerciales, servicios y eventos se considera este indicador, además de la inflación, de tal manera que se ha registrado

un crecimiento del 11%. Finalmente, la publicidad solo tiene un ajuste en cuanto a la evolución de los precios, descartando con ello una expansión de Bee App para generar mayor nivel de publicidad, ya que la misma puede llegar a ser rechazada por los usuarios, lo cual puede generar una caída en ventas de las empresas afiliadas.

### Estado de Resultados

Una vez estimada la inversión inicial, los costos y los ingresos de Bee App, es necesario determinar los niveles de rentabilidad anuales para el período determinado. Con lo cual, su resultado servirá de referente para analizar la factibilidad del proyecto.

**Tabla 18:**

*Estado de Resultados Proyectado Bee App Cía. Ltda.*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Afiliaciones	\$46,368.00	\$50,541.12	\$55,089.82	\$60,047.90	\$65,452.22
Comisiones Cobradas	\$180,000.00	\$199,800.00	\$221,778.00	\$246,173.58	\$273,252.67
Publicidad	\$12,000.00	\$12,240.00	\$12,484.80	\$12,734.50	\$12,989.19
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>\$238,368.00</b>	<b>\$262,581.12</b>	<b>\$289,352.62</b>	<b>\$318,955.98</b>	<b>\$351,694.08</b>
<b>(-) Costo en ventas</b>	<b>\$116,250.80</b>	<b>\$122,573.75</b>	<b>\$129,527.42</b>	<b>\$137,179.90</b>	<b>\$145,606.73</b>
Comisiones	\$50,935.88	\$56,538.83	\$62,758.10	\$69,661.49	\$77,324.25
Servicios	\$27,841.92	\$27,841.92	\$27,841.92	\$27,841.92	\$27,841.92
Mano de Obra	\$36,000.00	\$36,720.00	\$37,454.40	\$38,203.49	\$38,967.56
Depreciación	\$1,473.00	\$1,473.00	\$1,473.00	1473	1473
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$122,117.20</b>	<b>\$140,007.37</b>	<b>\$159,825.20</b>	<b>\$181,776.08</b>	<b>\$206,087.35</b>
(-) Gastos Administrativos	\$82,170.00	\$83,770.20	\$85,402.40	\$87,067.25	\$88,765.40
(-) Gastos en ventas	\$8,400.00	\$8,616.00	\$8,851.44	\$9,108.07	\$9,387.80
<b>(=) Utilidad Operativa</b>	<b>\$31,547.20</b>	<b>\$47,621.17</b>	<b>\$65,571.36</b>	<b>\$85,600.76</b>	<b>\$107,934.15</b>
(-) Gastos Financieros	\$1,852.62	\$1,063.63	\$412.52	0	0
<b>(=) Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$29,694.58</b>	<b>\$46,557.54</b>	<b>\$65,158.84</b>	<b>\$85,600.76</b>	<b>\$107,934.15</b>
(-) Impuesto a la renta	\$7,423.64	\$11,639.39	\$16,289.71	\$21,400.19	\$26,983.54
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$22,270.93</b>	<b>\$34,918.16</b>	<b>\$48,869.13</b>	<b>\$64,200.57</b>	<b>\$80,950.61</b>
Porcentaje de utilidad	9.34%	13.30%	16.89%	20.13%	23.02%

Como se puede apreciar en la tabla 18, Bee App Cía. Ltda., se proyecta utilidades positivas y crecientes en los cinco primeros años de funcionamiento. Este resultado se da tanto en monto como en porcentaje, con lo cual pasa de un nivel de utilidad del 9.34% de los ingresos operacionales en el primer año al 23.02% para el quinto año, lo que representa \$80,950.61, crecimiento que responde a los indicadores analizados anteriormente, con lo cual, desde el punto de vista contable, el modelo de negocio resulta rentable. Sin embargo, es necesario analizar el rendimiento de la empresa considerando también la inversión inicial, lo cual permitirá identificar si la misma se recupera dentro del periodo considerado en el presente trabajo.

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es el número mínimo de unidades o monto de venta que se debe alcanzar para que el beneficio sea nulo, es decir, no existe ni pérdida ni ganancia. El mismo se obtiene mediante la fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - (\text{Costo Variable Total} \div \text{Venta Total})}$$

**Tabla 19:**  
*Punto de Equilibrio Anual Bee App Cía. Ltda.*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costo Fijo Total	\$116,401.92	\$118,177.92	\$120,004.56	\$121,884.21	\$123,819.42
Costo Variable Total	\$52,945.88	\$58,589.03	\$64,849.30	\$71,794.52	\$79,499.94
Venta Total	\$238,368.00	\$262,581.12	\$289,352.62	\$318,955.98	\$351,694.08
Equilibrio	\$149,639.61	\$152,120.07	\$154,668.69	\$157,288.67	\$159,983.45
Porcentaje	62.78%	57.93%	53.45%	49.31%	45.49%

Como se puede observar en la tabla 19, el punto de equilibrio para Bee App se puede estimar mediante monto, debido a los diferentes servicios y tipos de tarifa que la misma presenta. Sin embargo, es importante destacar que, para los tres primeros años, dado los gastos financieros, el mismo es mayor que el 50% de las ventas proyectas, si bien cada año representa

un porcentaje menor, el mismo se puede considerar como alto para una empresa de servicios digitales. Esta situación responde al hecho de para la proyección de ingresos se abarcó tan solo el 3% de la demanda potencial de empresas y el 10% de delivery y taxis. Este resultado corresponde a una estrategia de bajo riesgo, que permita ser alcanzable al corto plazo y cuyo objetivo es que puedan ser superadas. Con lo cual, dichas metas se convierten en referentes base, con capacidad para una mayor expansión.

### **Valor Actual Neto**

Sapag & Sapag (2008) define al Valor Actual Neto como el flujo de fondos que se realiza dentro de una empresa, es decir, las entradas y salidas de dinero efectuadas en el negocio. Lo cual permite analizar si los beneficios obtenidos admiten recuperar el capital invertido

**Tabla 20:***Flujo de Caja Proyectado*

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Total, Ingresos		\$238,368.00	\$262,581.12	\$289,352.62	\$318,955.98	\$351,694.08
Afiliaciones		\$46,368.00	\$50,541.12	\$55,089.82	\$60,047.90	\$65,452.22
Comisiones Cobradas		\$180,000.00	\$199,800.00	\$221,778.00	\$246,173.58	\$273,252.67
Publicidad		\$12,000.00	\$12,240.00	\$12,484.80	\$12,734.50	\$12,989.19
Inversión Inicial	\$23,460.00					
Total, Egresos		\$216,097.07	\$227,662.96	\$240,483.49	\$254,755.41	\$270,743.46
(-) Costo en ventas		\$116,250.80	\$122,573.75	\$129,527.42	\$137,179.90	\$145,606.73
(-) Gastos Administrativos		\$82,170.00	\$83,770.20	\$85,402.40	\$87,067.25	\$88,765.40
(-) Gastos en ventas		\$8,400.00	\$8,616.00	\$8,851.44	\$9,108.07	\$9,387.80
(-) Gastos Financieros		\$1,852.62	\$1,063.63	\$412.52	\$0.00	\$0.00
(-) Impuesto a la renta		\$7,423.64	\$11,639.39	\$16,289.71	\$21,400.19	\$26,983.54
Saldo		\$22,270.93	\$34,918.16	\$48,869.13	\$64,200.57	\$80,950.61

Como se puede apreciar en la tabla 20, se considera todos los ingresos y egresos de Bee App Cía. Ltda., de cada año incluida su inversión inicial, con lo cual es necesario calcular el valor actual de cada uno, descontada una tasa de interés del 14% que corresponde al que cobra las instituciones financieras por el crédito solicitado.

**Tabla 21:**

*VAN Bee App Cía. Ltda.*

<b>Periodo</b>	<b>Inversión</b>
Inversión Inicial	(\$23,460.00)
Año 1	\$22,270.93
Año 2	\$34,918.16
Año 3	\$48,869.13
Año 4	\$64,200.57
Año 5	\$80,950.61
Suma de Flujos a Valor Actual	\$159,444.67
<b>VAN</b>	<b>\$135,984.67</b>

Como se puede apreciar en la tabla 21, el VAN de Bee App, para los cinco primeros años de funcionamiento, se estima en \$135,984.67, lo que representa 5.8 veces la inversión inicial, lo cual refleja que el modelo de negocios resulta rentable.

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se define como aquella tasa que conlleva al VAN a tener un valor de cero. Razón por la cual, si esta es mayor a la tasa de descuento, se puede considerar que resulta factible la inversión inicial para el proyecto, caso contrario la misma implica una pérdida para los inversionistas en el período analizado.

Para el caso de Bee App, se ha estimado un TIR de 132%, lo cual implica una rentabilidad, así como una rápida recuperación de la inversión. Resultado que permite reafirmar

la factibilidad financiera del diseño de la aplicación multiservicio propuesta en el presente trabajo

### Período de recuperación de la inversión

Un indicador que permite analizar la factibilidad de un proyecto es el período de recuperación de la inversión. Lo cual indica, el período necesario que se debe considerar dentro de la idea de negocios para que la misma registre rentabilidad económica. Para el cálculo de esta se considera a la expresión:

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\sum \text{Primeros flujos actualizados} - \text{Inversión}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

**Tabla 22:**

#### *Período de Recuperación del Capital*

Periodo	Flujo	Acumulado
<b>Año 0</b>	<b>\$23,460.00</b>	
<b>Año 1</b>	\$19,535.91	\$19,535.91
<b>Año 2</b>	\$30,629.96	\$50,165.87
<b>Año 3</b>	\$42,867.66	\$93,033.53
<b>Año 4</b>	\$56,316.29	\$149,349.82
<b>Año 5</b>	\$71,009.31	\$220,359.13
<b>n</b>		<b>2.871887131</b>

Como se puede observar en la tabla 22, la inversión inicial que corresponde al crédito y el aporte de fondos propios se logra recuperar en el tercer año, lo cual corresponde al período de cancelación del crédito inicial. Resultado que reafirma la rentabilidad y factibilidad de la idea de negocio.

### Relación Costo/Beneficio

Finalmente, para determinar el nivel de factibilidad es importante determinar la relación costo-beneficio, la misma que evalúa la relación entre los ingresos y egresos a valor actual del período determinado, mediante la expresión:

$$R(B/C) = \frac{\sum \text{Ingresos a valor actual}}{\sum \text{Egresos a valor actual}}$$

**Tabla 23:**

*Relación Costo-Beneficio Bee App*

Periodo	Ingresos	Egresos
Año 1	\$238,368.00	\$216,097.07
Año 2	\$262,581.12	\$227,662.96
Año 3	\$289,352.62	\$240,483.49
Año 4	\$318,955.98	\$254,755.41
Año 5	\$351,694.08	\$270,743.46
Suma a valor actual	\$977,953.59	\$818,508.92
Relación Costo Beneficio	1.194798941	

Como se puede apreciar en la tabla 23, el resultado del indicador Costo-Beneficio, reporta que por cada dólar que se invierta en Bee App, el mismo retornara \$1.19.

## Capítulo VI.

### Conclusiones y Recomendaciones

#### Conclusiones

El objetivo principal del presente trabajo fue el de determinar la factibilidad de la implementación de una aplicación móvil para el servicio de compras, delivery, taxis y entradas para eventos públicos en el mercado cuencano. Para ello, se realizó un estudio de mercado, el mismo que evidenció la existencia de una tendencia creciente por parte de consumidores y empresarios hacia un uso masivo de internet y comercio electrónico. Con lo cual se concluyó que el modelo de negocios cuenta con una demanda potencial muy alta, tanto de usuarios como de posibles empresas afiliadas.

Por otra parte, dentro del modelo CANVAS se pudo plasmar la propuesta de valor de Bee APP, la misma que se centró en ser una aplicación todo en uno, lo cual diferencia a que en la actualidad existe una aplicación para cada uno de los servicios ofertados en el modelo de negocio. Siendo está enfocada a los usuarios. Mientras que para las empresas afiliadas se plantea una asesoría permanente, así como de diseño de estrategias para mejorar sus niveles de ventas dentro de la aplicación y la disponibilidad de un catálogo propio y modificable a cada tipo de cliente.

Para el caso de la rentabilidad, el diseño y lanzamiento de Bee App requiere de un monto de \$23,460.00, con capacidad para 150 locales comerciales, 362 taxis, 282 motorizados y espacio publicitario para 4 anuncios. Sin embargo, al considerar los costos y gastos de la empresa contra su nivel de ventas proyectado, se concluyó que la misma es factible desde el punto de vista financiero y económico. Es así, como se pudo determinar niveles de utilidad positivos y crecientes, un VAN positivo y cinco veces mayor a la inversión inicial, un TIR de

132%, un período de recuperación del capital de 3 años y una relación costo beneficio con una ganancia de \$0.19 por cada dólar invertido.

Es así, como todos los análisis realizados en el presente trabajo han permitido concluir con la factibilidad del proyecto, contando con un gran mercado potencial, así como de expectativas positivas para un crecimiento. Finalmente, este tipo de negocios, se presenta como ideas innovadoras y necesarias dentro de una era tecnológica y ante la necesidad de la economía local para encontrar mecanismos que permitan su reactivación después de los efectos de la pandemia Covid-19

### **Recomendaciones**

Aplicaciones de compras de productos y servicios, puede significar un negocio rentable, como se lo pudo apreciar en el presente estudio. Sin embargo, es importante considerar algunas recomendaciones que pueden servir de guía y referente para ideas de negocios similares o investigaciones académicas referentes al tema.

- Se debe considerar el hecho de que, tras los efectos de la pandemia, muchos empresarios y emprendedores pueden tener un comportamiento adverso al riesgo ante la idea de una afiliación a una aplicación. Situación que puede deberse a la falta de conocimientos tecnológicos o el temor de generar ventas electrónicas. Con lo cual se recomienda trabajar intensamente por generar guías, talleres o charlas para estos clientes, lo cual puede tranquilizar, fidelizar y generar un efecto de publicidad de persona a persona
- Los negocios dedicados a eventos se pueden considerar los más afectados por la pandemia de Covid-19. Con lo cual es necesario, buscar incentivos de promoción y publicidad para generar mayores ventas en los mismos

- Se recomienda, que en futuras investigaciones se realice una segmentación para cada tipo de clientes para la realización de encuestas. Ya que una de las limitantes evidenciadas en el presente trabajo, fue que no se pudo conocer cuál es la porción de taxis y motorizados que aún no cuentan con una afiliación en una aplicación móvil. Lo cual puede generar una mejor proyección sobre la demanda potencial de este sector.

## Referencias

- Al-Debi, M. M., El-Haddadeh, R., & Avison, D. (2008). *Defining the Business Model in the New World of Digital Business*. 12.
- Alvarado-Gastiaburo, Á. C., & Vergara-Díaz, N. S. (2018). El desafío del comercio electrónico en la economía del Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 3(1 Mon), 67. <https://doi.org/10.23857/pc.v3i1>
- Alvira, F. (2011). *La encuesta: Una perspectiva general metodológica*. CIS.
- Baden-Fuller, C., & Mangematin, V. (2012). Business models: A challenging agenda. *Strategic Organization*, 1-13. <https://doi.org/10.1177/1476127013510112>
- Brandenburger, A. M., & Stuart, H. W. (2005). Value-based Business Strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 5(1), 5-24. <https://doi.org/10.1111/j.1430-9134.1996.00005.x>
- Branscomb, L. M., & Auerswald, P. E. (2003). *Taking Technical Risks: How Innovators, Managers, and Investors Manage Risk in High-Tech Innovations*. MIT Press.
- Cabezas Mejía, E. D., Andrade Naranjo, D., & Torres Santamaría, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/handle/21000/15424>
- Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE). (2020). Situación de las empresas durante el COVID- 19 Ecuador. *Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE)*, 15.
- Carvajal Cajas, C. J. (2018). *Cláusula de cesión de derecho de publicación de tesis*. Universidad Andina Simón Bolívar.

- CECE. (2020a). *Comportamiento de las Transacciones No Presenciales en Ecuador*.  
<https://cece.ec/wp-content/uploads/2021/04/PresentacionMedicionEcommerce2020-UEES-04MAYO2020.pdf>
- CECE. (2020b). *Situación de las empresas durante el COVID-19 Ecuador*. <https://cece.ec/wp-content/uploads/2020/06/Situacion-de-las-empresas-durante-el-Covid19-en-Ecuador.pdf>
- CECE. (2020c). *Transacciones electrónicas en Ecuador durante el Covid-19*.  
<https://cece.ec/wp-content/uploads/2020/06/Transacciones-electronicas-en-Ecuador-durante-el-Covid19.pdf>
- Chaguay, L. L. (2019). *El Modelo de Negocio: Metodología CANVAS como Innovación Estratégica para el Diseño de Proyectos Empresariales*. Universidad Técnica de Babahoyo.
- Cisneros, J. P. A., Pérez, V. C. C., & Acosta, M. M. (2018). *Influencia del marketing digital en el desarrollo de las MIPYME's en Ecuador*. 11.
- Díaz Rodríguez, H. E. (2017). Tecnologías de la información y comunicación y crecimiento económico. *Economía Informa*, 405, 30-45. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2017.07.002>
- Esparza Cruz, N. K. (2017). El Comercio Electrónico en el Ecuador. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 1(6), 29-32.  
<https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol2iss6.2017pp29-32>
- Ferreira-Herrera, D. C. (2016). El Modelo CANVAS en la Formulación de Proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107). <https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>
- Ferrer Gonzalez, L. J. (2018). Comportamiento del consumidor 2.0: Nuevas realidades en entornos digitales. *Marketing Visionario*, 7(1), 141-155.

- Gasca Mantilla, M. C., Camargo Ariza, L. L., & Medina Delgado, B. (2014). Metodología para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Tecnura*, 18(40), 20-35.
- INEC. (2020a). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2020*.  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2016/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2016.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf)
- INEC. (2020b). *Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC* |.  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Ley de Comercio Electronico Firmas y Mensajes de Datos*. (2002).  
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf>
- Macías-Blanc, L. E., & Carreño-Arteaga, N. P. (2020). El comercio en línea una alternativa para los negocios portovejenses, en tiempos de emergencia sanitaria. *Polo del Conocimiento*, 5(1), 376. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i1.1945>
- Magretta, J. (2002). La importancia de los modelos de negocio. *Harvard Deusto business review*, 110, 28-35.
- Miler Daen, S. T. (2011). *Revista de Actualización Clínica Volumen 12. 4*.
- Palacios Preciado, M., & Duque Oliva, E. J. (2011). Modelos de negocio: Propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. *Administración & Desarrollo*, 39(53), 23-34.  
<https://doi.org/10.22431/25005227.144>

- Petrovic, O., Kittl, C., & Teksten, R. D. (2001). *Developing Business Models for Ebusiness* (SSRN Scholarly Paper ID 1658505). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1658505>
- Preciado, M. P., & Oliva, E. J. D. (2011). Modelos de negocio: Propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. *Administración & Desarrollo*, 39(53), 23-34.
- Quevedo-Barros, M. R., Vásquez-Lafebre, L. M., Quevedo-Vázquez, J. O., & Pinzon-Prado, L. T. (2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1006-1015. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1330>
- Quezada Montalván, I. K. (2019). *Modelo de Negocios para La Creación de una Cooperativa de Taxis Eléctricos en la Ciudad de Cuenca*. 171.
- Quito Auquilla, L. F. (2020). *Estudio de Factibilidad para Brindar el Servicio de Compra en Línea y Entrega a Domicilio de Panadería y Pastelería, mediante una Aplicación Móvil en el Sector Urbano De Cuenca*. Universidad del Azuay.
- Rana, N. P., Barnard, D. J., Baabdullah, A. M. A., Rees, D., & Roderick, S. (2019). Exploring barriers of m-commerce adoption in SMEs in the UK: Developing a framework using ISM. *International Journal of Information Management*, 44, 141-153. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.009>
- Reaño, M. (2018). *Metodología CANVAS: Una Herramienta para Mejorar la Producción de Dulces Artesanales –Chiclayo 2018* [Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5312/Rea%C3%B1o%20S%C3%A1nchez%20Mari%20Carolina.pdf?sequence=1>
- Ricart, J. E. (2009). Business Model: The Missing Link in Strategic Management. *UNIVERSIA BUSINESS REVIEW*, 15.

- Samaniego, K. B. (2018). *CANVAS: Como Herramienta en el Desempeño Laboral en el Entorno Ecuatoriano: Estudio de Caso de los Egresados de la Universidad de Guayaquil*. 7.
- Sapag Chian, N., & Sapag Chian, R. (2008). *Preparacion y evaluacion de proyectos* (Sexta). McGraw-Hill.  
[https://www.academia.edu/36800147/Preparacion\\_y\\_evaluacion\\_de\\_proyectos\\_6ta\\_edicion\\_Sapag](https://www.academia.edu/36800147/Preparacion_y_evaluacion_de_proyectos_6ta_edicion_Sapag)
- Svartvatten, N., Segerlund, M., Denhag, I., Andersson, G., & Carlbring, P. (2015). A content analysis of client e-mails in guided internet-based cognitive behavior therapy for depression. *Internet Interventions*, 2(2), 121-127.  
<https://doi.org/10.1016/j.invent.2015.02.004>
- Timmers, P. (1998). Business Models for Electronic Markets. *Electronic Markets*, 8(2), 3-8.  
<https://doi.org/10.1080/10196789800000016>
- Tipos de aplicaciones móviles: Ventajas, desventajas y ejemplos. (2021, abril 27). *Profile Software Services*. <https://profile.es/blog/tipos-aplicaciones-moviles-ventajas-ejemplos/>
- Torres Cordero, M. D. (2020). *Plan Estratégico de Marketing Digital para los Restaurantes que Utilizan las Aplicaciones Móviles en la Ciudad de Cuenca*. Universidad del Azuay.

## Anexos

### Anexo 1. Encuesta en Línea

#### Factibilidad de una App Móvil en la Ciudad de Cuenca

**Objetivo:** Analizar la factibilidad para implementar una aplicación móvil en la ciudad de Cuenca que ayude a los micro empresarios y cubra las necesidades del usuario digital.

**Instrucciones:** Desarrollar la encuesta desde inicio a fin, con el objetivo de recopilar la mayor cantidad de información, misma que será 100% confidencial.

Pregunta 1. ¿Cuál es su edad?

- 15 a 20 años
- 21 a 25 años
- 26 a 30 años
- Más de 30 años

Pregunta 2. ¿En qué sector vive?

- Urbano
- Rural

Pregunta 3. ¿Realiza compras por internet?

- Si
- No

Pregunta 4. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones es la que más utiliza?

- Pedidos Ya (Glovo)
- Mobil Foods
- Uber Eats
- Moto Delivery
- Easy Taxi
- Cuenca Taxi
- Meet2Go
- Ninguno

Pregunta 5. ¿Con que frecuencia utiliza esas aplicaciones?

- Nunca
- Semanalmente
- Diario
- Mensual

Pregunta 6. ¿Conoce alguna aplicación que le permita realizar reservas en locales como restaurantes, bares o discotecas?

- Si
- No

Pregunta 7. ¿Ha realizado una compra de entradas o boletos para algún evento social, cultural, académico, deportivo o artístico mediante una aplicación?

- Sí
- No

Pregunta 8. Si respondió que sí anteriormente, ¿Para qué tipo de evento realizó la compra?

- Fiesta
- Concierto
- Simposio
- Congreso
- Partidos de fútbol
- Cine
- Live/Monólogo
- Ninguno

Pregunta 9. De las siguientes aplicaciones ¿Cuál utiliza para pedir servicio de taxi o encomiendas?

- Easy Taxi
- Cuenca taxi
- Otro
- Ninguno

Pregunta 10. ¿Le gustaría hacer uso de una aplicación completa móvil que brinde servicio de delivery, servicio de taxi y compra de tickets para eventos y otros?

- Sí
- No

Pregunta 11. ¿Cuál es la actividad económica que realiza su empresa?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Pregunta 12. ¿Le interesaría afiliarse a una aplicación confiable, segura y fácil de usar?

- Sí
- No

Pregunta 13. ¿Qué porcentaje del valor del producto estaría dispuesto a pagar por la venta de su producto en una aplicación?

- 5% al 10%
- 11% al 15%
- 16% al 20%
- Más del 20%

Pregunta 14. ¿Cuánto está dispuesto a pagar mensualmente por brindar el servicio de transporte mediante la aplicación?

- \$ 5.00
- \$ 7.00
- \$ 10.00

Enviar

Borrar formulario

## Anexo 2. Resultados de la Encuesta

Pregunta 1. ¿Cuál es su edad?	Pregunta 2. ¿En qué sector vive?	Pregunta 3. ¿Realiza compras por internet?	Pregunta 4. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones es la que más utiliza?	Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia utiliza esas aplicaciones?	Pregunta 6. ¿Conoce alguna aplicación que le permita realizar reservas en locales como restaurantes, bares o discotecas?		Pregunta 8. Si respondió que sí anteriormente, ¿Para qué tipo de evento realizó la compra?	Pregunta 9. De las siguientes aplicaciones ¿Cuál utiliza para pedir servicio de taxi o encomiendas?	Pregunta 10. ¿Le gustaría hacer uso de una aplicación completa móvil que brinde servicio de delivery, servicio de taxi y compra de tickets para eventos y otros?	Pregunta 11. Si usted es emprendedor o tiene un negocio responda las siguientes preguntas ¿Cuál es la actividad económica que realiza su empresa?	Pregunta 12. ¿Le interesaría afiliarse a una aplicación confiable, segura y fácil de usar?	Pregunta 13. ¿Qué porcentaje del valor del producto estaría dispuesto a pagar por la venta de su producto en una aplicación?	Pregunta 14. ¿Cuán dispuesto a pagar por la suscripción de transporte mediante la aplicación?
15 a 20 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Easy taxi	No	Artesanías	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Moto Delivery	Diario	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Artesanías	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Restaurante	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Uber Eats	Diario	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Concierto	Cuenca taxi	Si	Artesanías	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Concierto	Easy taxi	Si	Artesanías	Si	5% al 10%	10 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Moto Delivery	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				

21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No	Restaurante	Si	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	7 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Uber Eats	Diario	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	Si	Si	Cine	Otro	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si	Bazar	Si	11% al 15%	10 dólares
21 a 25 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Moto Delivery	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	11% al 15%	7 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	Si	Si	Concierto	Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Mobil Foods	Diario	Si	Si	Cine	Ninguno	Si	Bazar	Si	11% al 15%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Otro	Si	Bazar	Si	16% al 20%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	No	No		Cuenca taxi	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Easy taxi	Si	Bazar	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	5% al 10%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Diario	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No	Bazar	No	5% al 10%	10 dólares
Más de 30 años	Rural	No	Cuenca Taxi	Diario	No	No		Cuenca taxi	No				
26 a 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si	Bazar	Si	5% al 10%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	Si	Fiesta	Ninguno	Si	Local de ropa	No	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Moto Delivery	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Bazar	Si	16% al 20%	7 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si				
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Moto Delivery	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	Si	Si	Congreso	Otro	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Restaurante	Si	11% al 15%	5 dólares

Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	Si	Si	Partidos de fútbol	Easy taxi	Si	Bazar	Si	11% al 15%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Meet2Go	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Uber Eats	Diario	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Easy taxi	No	Bazar	Si	5% al 10%	5 dólares
15 a 20 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No				
Más de 30 años	Urbano	No	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No	Carnicería	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No				
26 a 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	16% al 20%	10 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Carnicería	Si	16% al 20%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Otro	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Moto Delivery	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Otro	Si				
15 a 20 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Carnicería	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	Si	Si	Concierto	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Mensualmente	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si	Carnicería	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	Si	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	No	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Uber Eats	Diario	Si	Si	Concierto	Otro	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	No		Cuenca taxi	No	Carnicería	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	No				
Más de 30 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Cuenca taxi	Si	Restaurante	No	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares

26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Cuenca Taxi	Diario	Si	Si	Congreso	Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Equipos médicos	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	No	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
26 a 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Cuenca taxi	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Moto Delivery	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	Si	Partidos de fútbol	Otro	No				
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	No	Easy Taxi	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Diario	Si	Si	Concierto	Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Restaurante	Si	5% al 10%	5 dólares
15 a 20 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Congreso	Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	Si	Si	Cine	Otro	Si				
21 a 25 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si	Distribuidora de Metal	Si	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Easy Taxi	Diario	Si	Si	Concierto	Ninguno	Si				
15 a 20 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Moto Delivery	Diario	No	No		Cuenca taxi	Si	Farmacia	Si	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Diario	No	No		Easy taxi	Si	Equipos médicos	Si	5% al 10%	5 dólares
15 a 20 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	16% al 20%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	16% al 20%	5 dólares

15 a 20 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Farmacia	No	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Meet2Go	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Diario	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Farmacia	No	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Fiesta	Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	No	5% al 10%	10 dólares
15 a 20 años	Urbano	No	Mobil Foods	Mensualmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
26 a 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Ninguno	Si	Farmacia	Si	5% al 10%	7 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Moto Delivery	Semanalmente	Si	Si	Partidos de fútbol	Ninguno	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	Si	Si	Cine	Otro	Si	Local de ropa	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	11% al 15%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Easy taxi	Si	Local de ropa	Si	11% al 15%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si	Farmacia	Si	16% al 20%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	No	No		Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Moto Delivery	Semanalmente	Si	Si	Cine	Ninguno	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No	Mecánica automotriz	Si	5% al 10%	5 dólares
15 a 20 años	Urbano	No	Uber Eats	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	No				
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	Si	Concierto	Easy taxi	No	Restaurante	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Ninguno	Si				
15 a 20 años	Rural	Si	Moto Delivery	Diario	Si	Si	Fiesta	Otro	No	Farmacia	Si	5% al 10%	5 dólares

15 a 20 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	No				
26 a 30 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si	Mecánica automotriz	Si	5% al 10%	10 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Mecánica automotriz	Si	11% al 15%	7 dólares
Más de 30 años	Rural	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Mensualmente	No	No		Easy taxi	Si				
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
26 a 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No	Mecánica automotriz	Si	11% al 15%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No	Farmacia	No	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Moto Delivery	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No				
26 a 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Mensualmente	No	No		Otro	Si	Mecánica automotriz	No	11% al 15%	5 dólares
26 a 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	Si	Ferretería	No	16% al 20%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	Si	Si	Cine	Otro	Si				
26 a 30 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si	Mecánica automotriz	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Cuenca taxi	Si	Ferretería	No	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No	Mecánica automotriz	No	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Meet2Go	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No				
15 a 20 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Otro	No	Tienda/Abacería	No	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No	Ferretería	Si	5% al 10%	10 dólares
21 a 25 años	Urbano	No	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si	Mecánica automotriz	Si	5% al 10%	5 dólares

Más de 30 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Moto Delivery	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Ferretería	Si	16% al 20%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
15 a 20 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Cuenca Taxi	Semanalmente	Si	Si	Partidos de fútbol	Easy taxi	Si	Panadería	Si	11% al 15%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	Si	Fiesta	Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Uber Eats	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	No				
26 a 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Mensualmente	Si	Si	Concierto	Otro	No	Tienda/Abacería	Si	11% al 15%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Rural	Si	Mobil Foods	Diario	Si	Si	Cine	Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
26 a 30 años	Rural	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Otro	Si	Ferretería	Si	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Panadería	Si	16% al 20%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Moto Delivery	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
26 a 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si	Tienda/Abacería	Si	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
26 a 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si	Panadería	Si	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Easy Taxi	Diario	No	No		Otro	Si	Ferretería	Si	11% al 15%	7 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	No	Panadería	No	5% al 10%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si	Tienda/Abacería	No	5% al 10%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Congreso	Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Concierto	Easy taxi	Si				

21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Diario	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si	Panadería	No	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si	Joyería	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	No	Moto Delivery	Semanalmente	Si	Si	Partidos de fútbol	Cuenca taxi	Si				
26 a 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Joyería	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Diario	No	No		Easy taxi	No	Tienda/Abacería	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No	Panadería	Si	16% al 20%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	No				
15 a 20 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si	Joyería	Si	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Otro	Si				
26 a 30 años	Urbano	Si	Meet2Go	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Panadería	Si	11% al 15%	10 dólares
26 a 30 años	Urbano	No	Mobil Foods	Diario	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Cuenca Taxi	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si	Tienda/Abacería	Si	11% al 15%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	No	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si	Licorería	Si	11% al 15%	10 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Congreso	Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Panadería	No	16% al 20%	7 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si	Licorería	No	11% al 15%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Mensualmente	No	No		Otro	Si				
26 a 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	Si	Panadería	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Meet2Go	Diario	No	No		Easy taxi	Si				
15 a 20 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
Más de 30 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si				

26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Otro	Si	Panadería	Si	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si	Licorería	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Cuenca Taxi	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	No	Tienda/Abacaría	No	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Meet2Go	Diario	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Panadería	No	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	No	Uber Eats	Mensualmente	No	No		Easy taxi	No	Tienda/Abacaría	No	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Otro	Si	Licorería	No	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Ninguno	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Ninguno	Si	Panadería	Si	11% al 15%	7 dólares
26 a 30 años	Rural	Si	Easy Taxi	Semanalmente	Si	Si	Cine	Ninguno	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Diario	Si	No		Ninguno	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Cuenca taxi	Si	Panadería	Si	11% al 15%	7 dólares
21 a 25 años	Rural	No	Uber Eats	Semanalmente	Si	No		Cuenca taxi	No	Licorería	Si	16% al 20%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No				
26 a 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	No	Tienda/Abacaría	Si	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Cuenca Taxi	Semanalmente	Si	No		Otro	No	Panadería	Si	11% al 15%	5 dólares
21 a 25 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Otro	No				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	No				
Más de 30 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	Si	No		Otro	No	Panadería	Si	11% al 15%	5 dólares
21 a 25 años	Rural	Si	Mobil Foods	Diario	Si	No		Easy taxi	Si	Licorería	No	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Uber Eats	Semanalmente	Si	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Otro	Si	Tienda/Abacaría	No	5% al 10%	5 dólares
26 a 30 años	Rural	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				

21 a 25 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Diario	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Mensualmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Cuenca taxi	No				
Más de 30 años	Rural	No	Meet2Go	Semanalmente	No	No		Otro	No	Tienda/Abacería	No	5% al 10%	7 dólares
21 a 25 años	Rural	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Otro	No				
Más de 30 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	No	Panadería	Si	5% al 10%	7 dólares
26 a 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	No				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Licorería	Si	5% al 10%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Mensualmente	Si	No		Cuenca taxi	Si	Panadería	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Cuenca Taxi	Semanalmente	Si	Si	Cine	Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	Si	Cine	Easy taxi	Si	Tienda/Abacería	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Rural	Si	Mobil Foods	Diario	Si	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	Si	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Easy Taxi	Diario	Si	No		Cuenca taxi	No	Panadería	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	No		Easy taxi	No	Licorería	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Meet2Go	Semanalmente	Si	No		Cuenca taxi	No				
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	No		Ninguno	No	Tienda/Abacería	No	16% al 20%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Otro	No				
21 a 25 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Ninguno	No				
21 a 25 años	Urbano	No	Cuenca Taxi	Diario	No	No		Otro	Si	Repuestos	No	16% al 20%	5 dólares
21 a 25 años	Rural	No	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Mobil Foods	Mensualmente	No	No		Ninguno	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	Si	No		Cuenca taxi	Si	Tienda/Abacería	No	11% al 15%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Meet2Go	Semanalmente	Si	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Uber Eats	Semanalmente	Si	No		Cuenca taxi	No	Licorería	No	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	No				
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	No				

21 a 25 años	Rural	No	Easy Taxi	Semanalmente	Si	No		Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	No	Cuenca Taxi	Mensualmente	No	No		Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Diario	No	No		Cuenca taxi	Si	Repuestos	Si	11% al 15%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Uber Eats	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Cuenca Taxi	Diario	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	No				
21 a 25 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Otro	No				
Más de 30 años	Rural	No	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Cuenca taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	Si	Licorería	Si	16% al 20%	7 dólares
Más de 30 años	Rural	No	Uber Eats	Diario	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	11% al 15%	7 dólares
21 a 25 años	Rural	Si	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Meet2Go	Semanalmente	No	No		Ninguno	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Otro	Si	Restaurante	Si	11% al 15%	7 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Easy Taxi	Diario	Si	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
Más de 30 años	Rural	Si	Uber Eats	Mensualmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	No				
21 a 25 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Rural	No	Cuenca Taxi	Diario	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Ninguno	Si				
21 a 25 años	Rural	No	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Otro	Si	Local de eventos	Si	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Cuenca Taxi	Mensualmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	No	Restaurante	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Cuenca taxi	No				

21 a 25 años	Urbano	Si	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	No	Easy Taxi	Mensualmente	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si	Local de eventos	No	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	No	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Otro	No	Restaurante	No	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
Más de 30 años	Rural	Si	Meet2Go	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Mensualmente	No	No		Otro	No	Restaurante	Si	5% al 10%	5 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	Si	Local de eventos	No	5% al 10%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Easy Taxi	Mensualmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	No	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Mobil Foods	Mensualmente	No	No		Otro	No				
21 a 25 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	No	Local de eventos	No	11% al 15%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Otro	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No	Restaurante	No	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Mensualmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	Si	No		Easy taxi	Si				
Más de 30 años	Rural	Si	Ninguno	Nunca	Si	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Mobil Foods	Mensualmente	Si	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	Si	No		Otro	Si				

Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	Si	No		Ninguno	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Cuenca Taxi	Mensualmente	No	No		Otro	No	Restaurante	Si	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Meet2Go	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	No	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Cuenca taxi	Si	Local de eventos	Si	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Rural	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Cuenca taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Cuenca taxi	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	No	Ninguno	Nunca	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	No	Easy Taxi	Semanalmente	Si	No		Otro	No	Restaurante	Si	11% al 15%	5 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Otro	No				
Más de 30 años	Rural	No	Cuenca Taxi	Semanalmente	No	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Urbano	No	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	No				
21 a 25 años	Urbano	No	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	Si	No		Otro	No				
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Mensualmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Rural	Si	Easy Taxi	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	Si	5% al 10%	7 dólares
21 a 25 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Ninguno	Nunca	No	No		Otro	Si	Local de plásticos	Si	5% al 10%	7 dólares
Más de 30 años	Urbano	Si	Easy Taxi	Semanalmente	Si	No		Otro	Si				
Más de 30 años	Urbano	Si	Pedidos Ya (Glovo)	Mensualmente	No	No		Otro	Si				
21 a 25 años	Urbano	Si	Mobil Foods	Semanalmente	No	No		Easy taxi	Si	Restaurante	No	11% al 15%	7 dólares

**Anexo 3. Autorización de Publicación en el Repositorio Institucional**

**Ángel Sebastián Bravo Ávila** portador de la cédula de ciudadanía N° **0105247837**. En calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“Modelo de negocios para la implementación de una aplicación móvil de entretenimiento, transporte y delivery para la ciudad de Cuenca”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 04 de febrero del 2022



F: .....

**Ángel Sebastián Bravo Ávila**

**C.I: 0105247837**