



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA**

TÍTULO:

“Propuesta de medio de información turística personalizada para
ubicación de cafeterías de la ciudad de Guayaquil a través de una
aplicación móvil”

AUTORA:

León Rugel Cinthia Verónica

Trabajo de Seminario de Graduación Previo a la Obtención del
Título de: **Ingeniera en Dirección y Producción en Artes
Multimedia**

TUTOR:

Dis. Murillo Villamar Ana Lucía, Msg.

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **León Rugel Cinthia Verónica**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Dirección y Producción en Artes Multimedia**.

TUTORA

Dis. Murillo Villamar Ana Lucía, Msg.

REVISORES

Fiallos Vargas, Ingrid, Msg.

Dis. Heredia Cáceres, Franklin, Msg.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Lsi. Moreno Víctor Hugo, Msg.

Guayaquil, Septiembre del 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **León Rugel Cinthia Verónica**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta de medio de información turística personalizada para ubicación de cafeterías de la ciudad de Guayaquil a través de una aplicación móvil** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Dirección y Producción en Artes Multimedia**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, Septiembre del 2014

LA AUTORA

León Rugel Cinthia Verónica



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA

AUTORIZACIÓN

Yo, **León Rugel Cinthia Verónica**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta de medio de información turística personalizada para ubicación de cafeterías de la ciudad de Guayaquil a través de una aplicación móvil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Septiembre del 2014

LA AUTORA:

León Rugel Cinthia Verónica

AGRADECIMIENTO

Agradezco con todo corazón a mis padres, por todos los buenos consejos, por todos sus sacrificios por mí y mi hermano para darnos lo mejor en todas las etapas de nuestras vidas, este trabajo y título va especialmente para ellos, y por siempre estarán en mi corazón. También agradezco a quienes me brindaron todo su apoyo durante toda la etapa que duró el desarrollo de este trabajo, a mis amigos y conocidos, que desinteresadamente formaron parte de este período.

Cinthia Verónica León Rugel

DEDICATORIA

Dedico el esfuerzo plasmado en el presente proyecto a Dios por brindarme la salud y las fuerzas para no decaer durante toda mi etapa universitaria, y a mis padres por ser mi guía y un buen ejemplo de sacrificio y perseverancia ante los obstáculos.

Cinthia Verónica León Rugel

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

PROFESOR / DELEGADO

PROFESOR / DELEGADO

DIRECTOR DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA**

CALIFICACIÓN

Dis. Murillo Villamar Ana Lucía, Msg.
PROFESOR GUÍA O TUTOR

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
1.1. Planteamiento del Problema	3
1.2. Justificación del Proyecto.....	3
1.3. Objetivos del Proyecto	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. Hipótesis Planteada	5
CAPITULO II	6
2.1. Marco Teórico	6
2.1.1. Cafeterías alrededor del mundo	6
2.1.2. Cafeterías en Guayaquil	11
2.1.3. Las cafeterías	16
2.1.4. Categorías de las Cafeterías	16
2.1.5. ¿Qué ofrece una cafetería?	17
2.1.6. Objetivo social de una cafetería	18
2.1.7. Origen de las Aplicaciones Móviles	19
2.1.8. Aplicaciones Móviles	22
2.1.9. Tipos de Aplicaciones Móviles.....	23
2.1.10. Preexistencia de Aplicaciones Móviles para Cafeterías	24
2.1.11. Influencia de las aplicaciones móviles de cafeterías en nuestra sociedad	28
2.1.12. Las aplicaciones móviles como medios de información	29
2.1.13. El Sistema de Posicionamiento Global (GPS) orientado a las aplicaciones móviles y cafeterías	30
2.1.14. Las aplicaciones móviles orientadas al turismo.....	32

CAPITULO III	34
3.1. Metodología	34
3.1.1. Tipo de Estudio.....	34
3.1.2. Población y Muestra	34
3.1.3. Perfil del Consumidor	36
3.1.4. Técnicas de Recolección de Datos	36
CAPITULO IV.....	37
4.1. Análisis de Resultados.....	37
CAPITULO V.....	43
5.1. Descripción del Proyecto	43
5.2. Alcance	44
5.3. Especificaciones Funcionales	46
5.4. Módulos de la Aplicación	48
5.5. Especificaciones Técnicas	49
5.5.1. Diseño de Base de Datos.....	50
5.5.3. Formatos para Almacenamiento de la Información	53
5.6. Funciones del Aplicativo	53
5.7. Descripción de Usuarios	61
5.8. Plan de Mercadeo	62
5.8.1. Estrategias de Servicios	62
5.8.2. Estrategias de Precios.....	63
5.8.3. Canales de Distribución.....	64
5.8.4. Promoción	65
5.9. Análisis Financiero	67
5.9.1. Financiamiento del Proyecto	67
5.9.4. Retorno de Inversión	69

CAPITULO VI.....	70
6.1. Conclusiones.....	70
6.2. Recomendaciones	71
BIBLIOGRAFÍA.....	72
GLOSARIO	75
ANEXOS.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro descriptivo de 'Usuarios'	50
Tabla 2: Cuadro descriptivo de 'Domicilio'	51
Tabla 3: Cuadro descriptivo de 'Mapas'	51
Tabla 4: Cuadro descriptivo de 'Productos'	52
Tabla 5: Cuadro descriptivo de 'Favoritos'	52
Tabla 6: Cuadro descriptivo de 'Agenda'	52
Tabla 7: Descripción de gastos de personal.....	67
Tabla 8: Descripción de gastos de oficina.	67
Tabla 9: Descripción de gastos generales.	67
Tabla 10: Préstamo Bancario.....	67
Tabla 11: Proyección de Ventas.....	68
Tabla 12: Proyección de Gastos.....	68
Tabla 13: Flujo de Caja.	69
Tabla 14: Retorno de Inversión.....	69

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Lloyd Coffee House inaugurada por Edward Lloyd en 1688.	7
Ilustración 2: La Casa de los Azulejos con meseras vestidas de trajes típicos.	9
Ilustración 3: Local de Juan Valdez.....	10
Ilustración 4: Local de Sweet & Coffee en Urdesa.	12
Ilustración 5: Local de Café Olala en Urdesa.	14
Ilustración 6: Local de Dolce Incontro en Riocentro Ceibos.....	16
Ilustración 7: Captura de Pantalla del App Store.	20
Ilustración 8: Captura de Pantalla de Aplicación Móvil de Starbucks.....	25
Ilustración 9: Captura de Pantalla de Aplicación Móvil Find Me Coffee.....	27
Ilustración 10: Captura de Pantalla de Aplicación Móvil de Turismo ‘MTrip’.....	33
Ilustración 11: Género de las personas que utilizan teléfonos inteligentes.	37
Ilustración 12: Edad de las personas que utilizan teléfonos inteligentes.	37
Ilustración 13: Ocupación de las personas que utilizan teléfonos inteligentes.	38
Ilustración 14: Frecuencia con la que acuden a una cafetería.	38
Ilustración 15: Dificultades para encontrar una cafetería cercana.	39
Ilustración 16: Cuales son las dificultades por las que no se encuentra una cafetería.	39
Ilustración 17: Utilidad de un aplicativo móvil para la localización de cafeterías.....	40
Ilustración 18: Tiempo para dedicarse a desayunar previo a varias jornadas de encuestados.....	40
Ilustración 19: Interés de servicio a domicilio de desayunos mediante aplicativo móvil.....	41

Ilustración 20: Sistema operativo de quienes poseen un teléfono inteligente.....	41
Ilustración 21: Tipo de aplicativos móviles de quienes poseen un teléfono inteligente.	42
Ilustración 22: Menú principal del aplicativo para cafeterías.....	44
Ilustración 23: Icono del menú del aplicativo ‘Encuentra tu cafetería’	46
Ilustración 24: Icono del menú del aplicativo ‘Productos’	46
Ilustración 25: Icono del menú del aplicativo ‘Regístrate’	46
Ilustración 26: Icono del menú del aplicativo ‘Servicio a Domicilio’	47
Ilustración 27: Icono del menú del aplicativo ‘Favoritos’	47
Ilustración 28: Icono del menú del aplicativo ‘Agenda’	47
Ilustración 29: Diseño de la base de datos del aplicativo móvil.....	50
Ilustración 30: Captura de pantalla del Menú del aplicativo móvil.....	53
Ilustración 31: Captura de pantalla del mapa de la ciudad de Guayaquil con geolocalización.	54
Ilustración 32: Captura de Pantalla de la sección Productos del aplicativo móvil.	55
Ilustración 33: Captura de pantalla de la sección de Regístrate del aplicativo.	56
Ilustración 34: Captura de pantalla de la confirmación de registro.	57
Ilustración 35: Captura de pantalla de la sección de ‘Servicio a Domicilio’	57
Ilustración 36: Captura de pantalla de los datos requeridos para iniciar sesión.....	58
Ilustración 37: Captura de pantalla de los datos requeridos para realizar el pedido a domicilio.....	58
Ilustración 38: Captura de pantalla de los datos requeridos para realizar el pedido a domicilio.....	59
Ilustración 39: Captura de pantalla de los datos requeridos para realizar el pedido a domicilio.....	60
Ilustración 40: Captura de pantalla de la sección ‘Favoritos’ del aplicativo móvil.	60
Ilustración 41: Captura de pantalla de la sección ‘Agenda’ del aplicativo móvil.	61
Ilustración 42: Ejemplo de Código QR.....	65

RESUMEN

Con el estudio inicial relacionado a las cafeterías de la ciudad de Guayaquil, se espera argumentar el presente proyecto, y su implementación en un futuro próximo, que brinde a los ciudadanos medio de información móvil turístico interactivo de cafeterías, que contribuya a disminuir la desinformación relacionada a este tema y ofrezca a sus frecuentes consumidores, una continua y actualizada información sobre sus ubicaciones y servicios.

Para la ejecución de la estructura de este trabajo, se realizó una exhaustiva investigación referente a las cafeterías alrededor del mundo y en la ciudad de Guayaquil, así como sus beneficios sociales hacia las comunidades que la consumen y por qué son importantes en nuestro medio. Por su parte, también exploramos las ventajas de las aplicaciones móviles y como estas aportan a sus usuarios, convirtiéndolas en herramientas indispensables para su diario vivir.

Mediante las encuestas realizadas a la población que posee teléfonos inteligentes de la ciudad de Guayaquil, y que se ajustan a nuestro perfil de consumidor ideal del aplicativo móvil, se pudo comprobar una notable aceptación del medio que se desea implementar, y con sus respuestas nos basamos para la realización de la estructura y navegación de este sistema, para que sea además de un sistema de información, una agradable experiencia para el usuario que lo utilice.

Para el desarrollo del aplicativo móvil, se utilizarán los medios ideales para su elaboración, tanto en software y hardware, además del personal especializado para la producción de este tipo de proyectos en el ambiente adecuado para brindar un producto de calidad y acorde a las necesidades del usuario.

Esta herramienta móvil contará con un sistema de ubicación de lugares de cafeterías mediante geolocalización por satélite, ofreciendo calles exactas y brindando información segura y de primera mano al usuario. Además, se agregará una galería de imágenes con los productos de las cafeterías, donde

se podrá chequear los precios de estos platos, además de votar por los mismos ofreciendo recomendaciones mensuales para el que sea más popular entre el público.

Como complemento a los servicios anteriormente expuestos, también se adicionará la opción de registro de usuario y entrega a domicilio de los productos o desayunos ejecutivos de estos establecimientos, mediante pago con tarjeta de crédito y requiriendo el ingreso de datos de quien solicite el pedido. Esto representará, un beneficio sustancioso para quienes carezcan de tiempo y mantengan diariamente una vida agitada en las mañanas, lo que les impida alimentarse correctamente.

Como última opción del aplicativo, en el sistema de navegación, se ubicará una agenda que detallará con fecha y hora los eventos a realizarte en la cafetería, así como las promociones y los cupones que estos brinden a sus clientes, de esta forma, el usuario estará constantemente informado.

Además, también se agregará una sección de conclusión, en donde se expondrán los términos a los que se ha llegado mediante todo el desarrollo y análisis de este proyecto, una de recomendaciones, en donde se plasmarán ideas que pueden mejorar tanto el desarrollo como la ejecución del proyecto, una de glosario en el que se especifican términos existentes dentro de la redacción de este documento, y finalmente una de anexos con el modelo de la encuesta que se utilizó para la población encuestada.

La implementación en el mercado local de este proyecto, dependerá de su correcta difusión derivada de su publicidad, en donde se presentará a los respectivos potenciales clientes, los beneficios económicos, sociales y de mercadeo, que brinda el incluir en su gama de servicios, una herramienta móvil para sus clientes de esta naturaleza.

Palabras Claves: cafetería, Guayaquil, aplicación, móvil, medio, información.

INTRODUCCIÓN

El tema de investigación de este proyecto está conformado como una propuesta de medios de información turística personalizada para ubicación de cafeterías de la ciudad de Guayaquil mediante un aplicativo móvil.

El objetivo primordial de esta investigación es presentar bases sólidas que sustenten la fiabilidad de este proyecto y también brindar a la sociedad y al turismo guayaquileño, una herramienta de fácil uso, que brinde rapidez, eficacia y seguridad al momento de desear información sobre la ubicación de cafeterías.

La característica principal que estimula el desarrollo de esta investigación es el desconocimiento de las diferentes rutas para acceder a estos locales, y que, ante el apogeo en nuestra sociedad por los mismos, hace que el habitante o turista que disfruta este tipo de servicios se vea limitado en su búsqueda en una ciudad agitada como Guayaquil, cuando puede conocer variadas opciones que satisfagan sus necesidades de distracción.

El auge de las cafeterías en la urbe guayaquileña, se da por ser establecimientos caracterizados por la rapidez de su servicio y el ambiente acogedor y privado que le brindan a sus consumidores, ubicándolo como uno de los sitios preferidos para una reunión de negocios, entre amigos, pasar el tiempo con la familia o simplemente para sentarse tranquilamente a leer un libro.

Como lugares de sano esparcimiento y negocios es necesario su enlace con la sociedad y su vinculación a un medio móvil que permita obtener información al instante, que reduzca el tiempo de búsqueda de cafeterías, proporcione seguridad, fomente el turismo y a su vez ayude a este tipo de servicios a desarrollarse con más fuerza en el mercado guayaquileño.

Se enfocará exclusivamente en comunicar las ubicaciones más cercanas de cafeterías con respecto a la posición del usuario, además de brindar otro tipo de beneficios, información y servicios tanto a los ciudadanos como a los turistas de la ciudad de Guayaquil.

El desarrollo de aplicaciones móviles en nuestro país aumenta a grandes pasos en vista de las necesidades que diariamente surgen en la sociedad ecuatoriana. El beneficio que brinda una herramienta móvil puede darse desde el ámbito personal hasta el profesional, optimizando tiempo, espacio y en algunos casos hasta dinero.

Es por eso que surge la necesidad de desarrollar e implementar una herramienta de este tipo en nuestra sociedad, altamente consumidora del campo móvil, aprovechando su florecimiento y utilizándola adecuadamente para crear un beneficio social y personal.

CAPITULO I

1.1. Planteamiento del Problema

El crecimiento de escenarios para diversión y entretenimiento, así como el aumento de población y turismo en la ciudad de Guayaquil requiere la existencia de una herramienta móvil que brinde información de esparcimiento, en tiempo real, sobre cafeterías locales a las cuales puedan acceder con facilidad y seguridad de forma instantánea ya que la ausencia de información de lugares para servirse un café o cualquier otro producto o servicio que ofrecen estos establecimientos, provoca confusión y limita al ciudadano o turista que ingresa a Guayaquil, y lo exponen a buscar un local, sin conocer la ciudad y las diferentes alternativas que esta les propone, ubicándolos en un estado de carencia al instante de necesitar un momento de confort.

1.2. Justificación del Proyecto

Esta nueva propuesta brindará la ubicación de cafeterías en la ciudad de Guayaquil y permitirá a sus consumidores localizar fácilmente los locales de su predilección, facilitando los servicios del mismo sin tener la necesidad de exponerse a comprometer su seguridad al momento de buscar una.

A los turistas que ingresen a la urbe, les ofrecerá opciones y recomendaciones de manera rápida y segura, fomentando así, un sano turismo en el sector alimenticio y que los invitará a explorar las diferentes opciones, que una ciudad en constante movimiento, les puede ofrecer.

Además de la ubicación de locales de cafeterías, la herramienta móvil que se desea diseñar e implementar, cuenta con servicio a domicilio de desayunos ejecutivos en horario matutino mediante solicitudes en línea conjuntamente con un menú de productos con sus respectivos precios, para personas y empresas cortos de tiempo para frecuentar este tipo de locales, y que les permitirá decidirse por el servicio de una manera mucho más rápida,

proporcionándoles un ahorro de tiempo considerable al momento de servirse de los variados productos de estos establecimientos.

También estará estructurada con un sistema de votación de productos preferidos de los consumidores, brindando a la empresa desarrolladora de la herramienta móvil, una base que formará parte de las sugerencias que se les presentará a los turistas y usuarios en general que utilicen la aplicación.

El registro de usuario para consumidores frecuentes de cafeterías mediante la aplicación, servirá como una plataforma de datos al momento de ofrecer el servicio a domicilio, ya que al tener sus fichas de datos, se hace más fácil ubicar cual es el cliente que está solicitando el pedido, además que esta opción brinda seguridad y confianza al usuario para poder ingresar sus datos para realizar su pedido a domicilio.

Y como últimas opciones adicionales, estará la sección informativa, la cual está planteada como una pequeña guía móvil que servirá a los usuarios del aplicativo al momento de consultar los eventos culturales o artísticos que estos locales brinden a su clientela, y que con el pasar de los años se está considerando como una tradición en este tipo de negocios, además de comunicar promociones, cupones o nuevas aperturas de locales, además de un buzón de sugerencias que servirá como retroalimentación a la cafetería para mantenerse en constante contacto con sus clientes.

1.3. Objetivos del Proyecto

1.3.1. Objetivo General

Construir un medio de información turístico interactivo de cafeterías, mediante el desarrollo de un sistema de datos móvil, que contribuya a la disminución de desinformación de habitantes y turistas de la ciudad de Guayaquil.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Conocer sobre los datos y puntos de ubicación y servicios de cafeterías.
- Diagramar un sistema seguro de compras en línea para productos de cafeterías.
- Diseñar una aplicación de información para cafeterías en Guayaquil.

1.4. Hipótesis Planteada

El desarrollo de una propuesta de medios de información turística personalizada para la ubicación de cafeterías de la ciudad de Guayaquil a través de una aplicación móvil, disminuiría la desinformación relacionada a este tema. Las variadas opciones con las que cuenta este sistema de datos móvil pueden ofrecer información garantizada a sus usuarios, ofreciéndoles una gran diversidad de rutas para llegar a su cafetería de destino. Una de las fortalezas de este proyecto es la posibilidad de proveer un ahorro considerable de tiempo y espacio para quienes se sirvan de los beneficios que propone el aplicativo.

CAPITULO II

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Cafeterías alrededor del mundo

El café y los establecimientos donde se vende este producto, han tenido una gran influencia en la historia de Europa. En la antigüedad, las cafeterías eran centros de interacción, bolsa de comercialización y de mercado, pero también lugares de reuniones de temas políticos desde donde se propagaban todo tipo de chismes sobre todo de personas comprometidas a esta cuestión. También estos establecimientos estaban destinados a ser puntos de encuentro para turcos quienes se reunían a discutir temas de hombres y de esta manera poder escapar de su rutina diaria.

En el siglo XVI, en el año 1554, se crea el primer local reservado a la comercialización de café, en Constantinopla (Turquía). Los niños y las mujeres de esa época, tuvieron prohibida la entrada en las cafeterías.

El 29 de diciembre de 1675, el rey Carlos II anunció una orden en el que se establecía el cierre de todas las cafeterías. Se los consideraba lugares de ociosidad donde reinaba el ruido y se propagaban historias escandalosas, destinadas a desacreditar a Su Majestad y a perturbar la paz.

A pesar de eso, ante los ojos de sus súbditos, el rey había ido demasiado lejos. El terror y la cólera en el ambiente, eran tales, que se temió el derrocamiento de la monarquía. El 8 de enero de 1676, dos días antes de la entrada en vigor del cierre de las cafeterías, el rey retiró la orden.

La primera 'tienda de café' en Venecia se inauguró en 1683 debajo de la Procuratie Vecchie de la Plaza de San Marcos. Tuvo un éxito rotundo y a mediados del siglo XVII, la ciudad ya contaba con más de doscientos lugares para beber café, de los cuales, veinticuatro estaban ubicados en el sector de la Plaza de San Marcos.

Las cafeterías de Londres se conocían con el nombre de “Penny Universities” (universidades de un penique) y se debía a que en aquella época, un penique era lo que valía un café, que incluía interesantes entretenimientos. El elemento innovador de los cafés londinenses fue que no existía la separación de clases sociales.

Los dueños de estos establecimientos, esperaban que los clientes se sentaran en las mismas mesas, sin importar la profesión o clase social a la que estos pertenezcan. La cafetería fundada en 1688 por Edward Lloyd, el “Lloyd Coffee House”, era el punto de reunión de todas las personas relacionadas con la marina. Fue en este café donde, a finales del siglo XVIII, nació la sociedad de seguros “Lloyd’s” aún activa mundialmente en nuestros días. (Rosenblatt, 2004, págs. 21 - 22)



Ilustración 1: Lloyd Coffee House inaugurada por Edward Lloyd en 1688.
Fuente: Internet (<http://www.rombouts.co.uk/blog/?p=658>)

En 1775, Giorgio Quadri y su joven esposa griega, inauguraron en Venecia, la cafetería Quadri. Desde sus instalaciones se puede observar la metrópoli y en el verano hay música al aire libre. Esta formada por pequeñas salas que están asomadas a la Plaza de San Marcos y que han acogido a lo largo de los años a reconocidos personajes de la literatura como Alexandre Dumas, John Ruskin, Richard Wagner, y Marcel Proust.

El Café de la Paix en París en Francia forma parte de las miles de cafeterías con las que cuenta esta tradicional ciudad, pero tiene una cualidad que no posee el resto de ellas: fue declarada lugar histórico por el gobierno francés en 1975, y ha sido frecuentado por talentosos e influyentes escritores de Francia en el siglo XIX. Creada en el año de 1865, este establecimiento cuenta con una ubicación privilegiada, al estar situada entre el Teatro de la Opera Garnier y el Boulevard des Capucines.

En 1877 en Montevideo, Uruguay, surge el Café Brasileiro siendo una de las primeras de la región sudamericana, y que es símbolo de la mezcla de modernidad y bohemia de esta ciudad. Este lugar ofrece un espacio distinto para tomar un café, con un estilo art nouveau muy acogedor, entre maderas, fotos y pinturas.

El Café Tortoni es la cafetería más famosa de Buenos Aires – Argentina y cuenta con más de 150 años de experiencia, convirtiéndose en un punto turístico para aquellos que caminan por la capital argentina. Varios nombres de personajes emblemáticos de este país han frecuentado este simbólico lugar, como Carlos Gardel o Eva Perón. El ambiente se remonta al siglo XX, y más que una cafetería, el lugar se convirtió en un centro cultural con una librería totalmente equipada, una sala de billar y un escenario para funciones artísticas donde se pueden observar bailarines de tango.

En Brasil, para el año de 1894, se instala la cafetería Confeitaria Colombo, que al principio comenzó como un negocio de dos socios pero en la actualidad se trata de una lujosa entidad con influencia parisina y londinense con espejos, mármoles y cristales de 6 metros de altura que contienen anaqueles llenos de pan, postres y dulces.

En México, La Casa de los Azulejos, se creó en 1919 y se encuentra ubicada en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Su exterior está cubierto por una fachada de azulejos blancos y azules que adornan la casona con un estilo barroco novohispano del siglo XVI. En su interior se

incluyen patio, escalera y un mural de José Clemente Orozco. Las meseras tienen la peculiaridad de vestir ropa tradicional mexicana mientras sirven y atienden a los clientes.



Ilustración 2: La Casa de los Azulejos con meseras vestidas de trajes típicos.
Fuente: Internet (http://luchiledesma.blogspot.com/2011/10/la-casa-de-los-azulejos_8122.html)

Juan Valdez es un reconocido personaje de Colombia que fue instaurado por la agencia Doyle Dane Bernbach en 1959, por encargo de la Federación Nacional de Cafeteros con el objetivo de representar a los más de 500.000 cafeteros colombianos. El logotipo fue recreado nuevamente por Doyle Dane Bernbach en 1981 y simboliza la honradez, la energía, la entrega y la riqueza del sabor del café colombiano.

El 12 de Diciembre de 2002, se inaugura la primera cafetería Juan Valdez en el Aeropuerto Internacional El Dorado de la ciudad de Bogotá. En 2004 la Federación Nacional de Cafeteros empezó el esparcimiento de la marca, con la apertura de varias tiendas en el resto de Colombia y en Estados Unidos en importantes ciudades como Washington, Nueva York y Miami. Cuentan con alianzas con la aerolínea LAN y la cadena de hoteles Marriot y su éxito ha sido tal, que en las cafeterías se vende también su propia línea de café empaquetado, ropa, cafeteras, tazas, sombrillas, bolsos y todo tipo de objetos de la marca.

El ambiente que ofrece Juan Valdez es muy particular y exclusivo, que van desde la barra de café, cómodos sillones, sillas y mesas, terrazas con parasoles y vista panorámica hasta servicio en vajilla según la elección del usuario y conexión gratuita a internet mediante Wi-fi. Además esta rodeado de un diseño arquitectónico que brinda espacios cálidos, cómodos y casuales, rodeados de paredes y techos decorados levemente con la historia del café de este país, que lo han convertido en una insignia de la identidad cafetera colombiana.



Ilustración 3: Local de Juan Valdez.
Fuente: Internet (<http://www.juanvaldezcafe.com>)

En el año de 1983, Howard Schultz tuvo la novedosa idea de llevar a Estados Unidos, una cafetería con reconocido estilo europeo. El resultado fue la marca Starbucks, una de las precursoras en ese país en la moda de empezar a disfrutar el café en un ambiente relajante.

Ahora Starbucks es una imperiosa marca premium, en una categoría en la que hace apenas una década sólo había productos generalizados mucho más baratos. Aproximadamente veinte millones de clientes visitan los más de 4,000 establecimientos de la empresa en todo el mundo y el 10% de ellos hace dos visitas durante el día. Esta marca estadounidense tiene un menú de productos muy variado que va desde el ya conocido café, bebidas calientes y frías hasta pasteles, bocadillos, postres, tazas y granos de café.

Starbucks ofrece a sus clientes un ambiente con un concepto llamado tercer lugar (los otros dos son el hogar y el trabajo) que se orienta a lograr que los locales posean un ambiente íntimo los cuales están decorados de manera acogedora y cálida, con sillas y sofás, música suave y conexión inalámbrica a Internet. (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 54)

La representación de las cafeterías como lugar de camaradería y de conversación se mantiene hasta la actualidad. Esta tradición nació en ciudades como París, Viena, Londres, donde con la excusa de consumir café, se pasa el tiempo con amigos o familia.

El ambiente acogedor, íntimo y familiar que estos sitios han ofrecido a sus consumidores a través de los años, hace notorio que hasta el día de hoy las personas, más que buscar un lugar donde consumir café, están interesados en un espacio relajante para sentarse tranquilamente y leer o un gran área para reunirse con amigos y platicar.

2.1.2. Cafeterías en Guayaquil

En 1997, la idea de fundar Sweet & Coffee, surgió cuando Richard Peet y Soledad Hanna aún eran novios, y ella le preparaba postres caseros, descubriendo ahí la idea de implementar un negocio especializado en café y postres.

Una vez casados, abrieron el primer local de esta marca, en el Mall del Sol. Tienen como prioridad la calidad de sus productos y un ambiente agradable y acogedor, tanto a sus consumidores como a los empleados, junto a una responsabilidad social y ecológica como empresa.

Cuentan con más de 50 locales en todo el país, incluidas las gasolineras Primax. Entre sus productos están el café caliente y frío, milkshakes, helados, chocolates, dulces y productos de sal.



Ilustración 4: Local de Sweet & Coffee en Urdesa.
Fuente: Internet (www.diverse.com.ec)

Sweet & Coffee llegó con la idea de cambiar la costumbre de que las cafeterías es solo un lugar para consumir café, también quieren implementar la idea de que se puede disfrutar de conversaciones entre amigos acompañados de un postre junto a alguna bebida caliente o fría. Ana Guevara, del area de marketing de esta empresa, expresa lo siguiente: "En Sweet & Coffee nuestros clientes disfrutan de igual manera los dulces y cafés. Para unos, el café es mejor si es acompañado de un dulce. Para otros, un dulce es una excusa perfecta para disfrutar el momento en compañía de amigos y familiares". Entre sus clientes más frecuentes destacan grupos de señoras, de trabajo y parejas de novios.

Juan Valdez Café es una franquicia colombiana que se asentó en Guayaquil desde el 2008, donde la empresa colombiana Procafecol S.A. y la ecuatoriana Latincafe S.A. certificaron una alianza para instalar 16 puntos de ventas de este negocio. El primer local se inauguró en el aeropuerto de Guayaquil; y después, en la ciudadela Urdesa, en la avenida Víctor E. Estrada y Dátiles.

Los gerentes de esta marca, reconocen que en la ciudad de Guayaquil, la apertura de los locales tuvo éxito firme, contando con un promedio de 1.200 transacciones a la semana.

El establecimiento sigue la línea arquitectónica de la franquicia, con colores vino y café oscuro, y tiene capacidad para unas 70 personas entre el área interior y las mesas al aire libre. Los lugares donde están ubicados, por ser centros comerciales o zonas de moda (Policentro, Mall del Sol o City Mall) reciben una gran cantidad de visitantes y quienes más acuden al sitio son grupos de familias y amigos, los días que más acogida tienen son los martes y jueves, cuando hay música en vivo (del recuerdo, jazz y trova) y los sábados, eventos artísticos característicos de este tipo de negocios.

Para Juan Valdez Café fue difícil entrar en el mercado de nuestro país, sobre todo al guayaquileño, porque no existía una cultura del café en la ciudad. El gerente de Juan Valdez en Guayaquil, Aquiles Flores, afirmó que: 'Aquí la gente es más pastelera, por eso nos tuvimos que adaptar a los clientes, ya que somos cien por ciento cafeteros'.

El ambiente que tratan de brindar en esta cafetería es cómodo y agradable, ofrecen conexión wi-fi gratis y facilidad para trabajar en cualquier momento del día, además de que permite pasar un momento relajado a sus clientes, hacen una selección de música ambiente y su personal es amable y competente.

Theodocios Kypreos, es un griego que trabajó más de 30 años en el ambiente de cafeterías en Canadá, y vino a Ecuador hace 6 años aproximadamente y abrió una cafetería llamada 'Café Olalá', ya que no existía en ese momento, negocios como esos en el país.

Kypreos escogió la ciudadela Urdesa como la ideal para abrir una cafetería con ambiente privado. La clientela de 'Café Olalá' es una mezcla de intelectuales, ejecutivos y turistas, por lo que cuenta con personal que

domina el inglés y español para poderse comunicar con los extranjeros que visitan el lugar.

Cuenta con un variado menú que va desde el café, hasta los sándwiches griegos, ensaladas y ocho tipos de cheesecakes. Todos los productos son naturales y el 75% son hechos en el local.



Ilustración 5: Local de Café Olala en Urdesa.
Fuente: La autora

En 'Café Olalá', hay un sistema de servicio rápido al consumidor. Los clientes compran en la caja y le sirven en la mesa, sin esperar mucho tiempo. Las mesas son de madera y el ambiente es relajante e íntimo. Por las noches, al local llegan músicos, estudiantes y artistas. La música ambiental es griega o temas que escoge personalmente el dueño del local, fanático del jazz, por lo que decidió que los miércoles y sábados haya conciertos de este género en vivo (desde las 20:30), lo que le da un toque bohemio al lugar. El Café Olalá se encuentra en la Avenida Víctor Emilio Estrada 409 y Dátiles. (El Universo, 2011)

Dolce Incontro nació en Julio del 2003 como una pequeña pastelería, luego de varios años de trabajar desde casa entregando solo bajo pedidos. La empresa fue creciendo y a causa de la solicitud de los clientes, añadieron nuevas creaciones a su menú, tanto de dulce, como platos de sal. Hoy en día es una cafetería que cuenta con un amplio menú de piqueos,

quesadillas, ensaladas, paninis, wraps, pizzas, pastas, hamburguesas, jugos y frozen de frutas además de sus famosos dolccinos. Además ofrecen una amplia variedad de cafés fríos y calientes, acompañados de una selección exclusiva de postres. Sus productos están basados bajo un juicioso control de calidad, desde la selección, recepción y almacenamiento de las materias primas; las instalaciones adecuadas; hasta la atención personalizada y agradable de su personal, además de un ambiente acogedor, los cuales sus dueños consideran es lo ideal para pasar un momento agradable. Actualmente cuentan con cuatro locales en la ciudad de Guayaquil: en Urdesa, Mall del Sol, Ceibos y Samborondón. (Dolce Incontro, 2009)

Dolce Vita Gourmet nace el 23 de mayo de 2011 al sur de la ciudad de Guayaquil, meses después, el norte de la misma ya contaba con un servicio gourmet. Su ambiente familiar lo hace ideal para acudir con niños, amigos, pareja, etc. Tienen 24 sabores de helados artesanales, dulces y tortas, además de combos del día a precios accesibles. Además del conocido café también cuenta con otras bebidas calientes y frías, vinos, infusiones y más. (El Universo, 2012)

Es así, como en Guayaquil, las cafeterías de este tipo de ambiente se han formado un lugar en el mercado y en la sociedad que poco a poco se acostumbra a frecuentarlos. Su objetivo, más allá de servir productos alimenticios a sus clientes, es lograr un entorno cálido y acogedor que haga que quienes acudan a estos establecimientos, se sientan satisfechos de lo que los rodea y se animen a regresar.



Ilustración 6: Local de Dolce Incontro en RioCentro Ceibos.
Fuente: Internet - Google Maps

2.1.3. Las cafeterías

Las cafeterías están definidas como establecimientos que su oferta se basa principalmente en el servicio de bebidas frías y calientes, platos fríos y calientes, simples o combinados, elaborados generalmente en la plancha. Este tipo de servicio es ofrecido al público en general, establecido mediante un precio, para ser consumido en una barra o una mesa, a cualquier hora del día que el local permanezca abierto. (Ortíz, 2008)

2.1.4. Categorías de las Cafeterías

Las categorías de las cafeterías están definidas de la siguiente manera:

- **Categoría Especial (Tres Tazas)**

Tiene un servicio de primera mano. Las cafeterías catalogadas como de categoría especial se caracterizan por tener cubertería y vajilla de primera calidad. El personal que atiende a los clientes debe de ir uniformado de acuerdo a la categoría que ostenta el local.

- **De Primera Categoría (Dos Tazas)**

Entre las características más importantes de una cafetería de primera categoría es tener una barra o mostrador, adecuados tanto a la condición como a la capacidad del establecimiento.

- **De Segunda Categoría (Una Taza)**

Una cafetería de segunda categoría debe de tener entre sus condiciones una cubertería inoxidable, vajilla y cristalería en buen estado de conservación. Además debe tener una barra o mostrador que debe ser atendida por el personal debidamente uniformado.

Las especificaciones de categorías tienen que presentarse a la entrada en un lugar visible, además de constar en cartas, propaganda impresa y facturas.

2.1.5. ¿Qué ofrece una cafetería?

Al tratarse de establecimientos más modernos, en una cafetería se busca una mayor alegría y luminosidad.

Entre los elementos más importantes que debe ofrecer una cafetería están:

- **Menú o carta de platos y bebidas**

El menú presenta un variado listado de platos y bebidas el cual debe estar de acuerdo con la categoría en la que están registrados.

- **Mostrador**

Por lo general cuenta con un amplio mostrador completo, cámara para géneros, cámaras para bebidas, fuentes soda, y entre su maquinaria, en el interior del mostrador, debe tener una o varias planchas,cafetera y molinillo de café, máquinas para zumos, máquinas de hielo, etc. (Setién, 1999)

- **Barra**

La barra se ubica junto a las mesas. Toda la barra apoya sobre una tarima de madera u hormigón.

- **Mesas**

Las mesas se ubican en el recibidor, al lado de la barra y en el salón o en terraza si el local dispone de estos espacios. Las mesas que rodean las paredes suelen estar integradas con sofás arrimados a las mismas.

- **Area reservada para fumadores**

A pesar que algunos locales esta totalmente prohibido, algunas cafeterías designan áreas diferenciadas para fumadores y no fumadores.

- **Baños**

Los baños siempre tienen que estar separados por sexo y estar adaptado para discapacitados.

- **Zona de WI-FI**

El local contará con una zona libre de wi-fi que brinda internet de forma gratuita a los clientes.

2.1.6. Objetivo social de una cafetería

El principal objetivo social de una cafetería, es sin duda, el buen servicio que le ofrecen a sus clientes. No solo se trata de brindar una atención rápida o productos de buena calidad. Es el ambiente que los rodea que los hace únicos entre la sociedad que consume sus servicios. Cada marca tiene características diferentes, pero su fin es el mismo: lograr que su clientela se sienta cómoda y se anime a regresar, que no solo hablen de sus buenos

precios, sino de los agradables momentos que pueden pasar junto a amigos, familiares, compañeros de trabajo o junto a buen libro escuchando una reconfortante musica de ambiente.

Lucas Rosenblatt en su libro 'El café: un nuevo ingrediente en tu cocina' nos comenta que el café y las cafeterías están constanmente en nuestros ratos de descanso o reuniones de trabajo, o en momentos que invitan a la reflexión o al contraste de opiniones en un ambiente un poco más distendido del habitual, siendo considerado una bebida y un espacio que, tomado a cualquier hora del día, aclara la mente. (Rosenblatt, 2004)

Así también es como, podemos encasillar el concepto de las cafeterías en una ingeniosa, valiosa y original frase del reconocido escritor español, Dr. Manuel Martinez Llopis, en su libro El Bar en casa: "La cafetería con su servicio rápido sincronizó a las mil maravillas con la inquietud de la vida moderna en la que, aún no teniendo nada que hacer, se tiene prisa".

2.1.7. Origen de las Aplicaciones Móviles

Las aplicaciones de transmisión de datos, en las que el usuario utiliza un dispositivo móvil o un portátil, se estan extendiendo rápidamente dentro del mercado. Los primeros dispositivos móviles inteligentes aparecieron en la década de los 90 con aplicaciones pre-cargadas como agenda telefónica, calculadora, bloc de notas, ringtones, juegos y correo electrónico.

En el año 1993, IBM comienza a vender Simon, lo que prepara el camino para los smartphone modernos mediante la inclusión de una pantalla táctil en lugar de botones.

Luego de 5 años, RIM lanza sus primeros dispositivos denominados BlackBerry con la funcionalidad de teléfono integrado, esta línea de productos con el tiempo, se convierte en el primer teléfono inteligente del mercado de masas mejorada para correo electrónico inalámbrico.

La tecnología EDGE revolucionó la industria tecnológica, pero el hecho de que los fabricantes crearan sus propios sistemas operativos, estancaba el trabajo de millones de desarrolladores externos que querían implementar sus trabajos en estos teléfonos inteligentes.

En el 2007, Apple agitó el mercado al lanzar el primer iPhone, el dispositivo contaba sólo con las aplicaciones predeterminadas precargadas en el teléfono, incluyendo mapas, fotos, bloc de notas y el clima. Al año siguiente, en Julio del 2008, Apple lanza el App Store.

App Store es un servicio exclusivamente para usuarios de iPhone, iPod Touch e iPad, en donde se pueden descargar (de forma gratuita o mediante pago) las aplicaciones informáticas desarrolladas para las plataformas de dichos dispositivos.

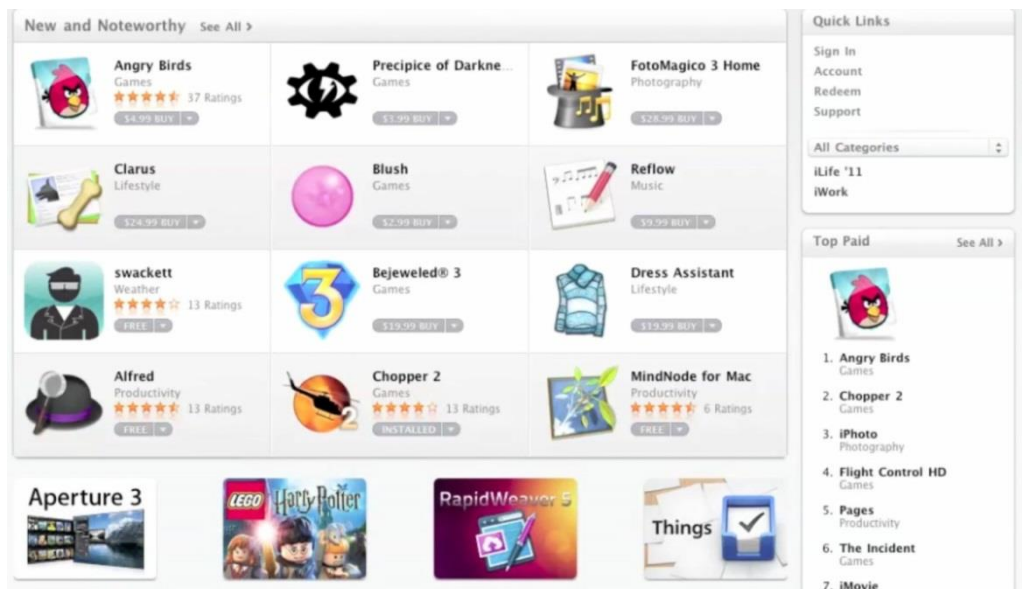


Ilustración 7: Captura de Pantalla del App Store.
Fuente: Internet (<http://store.apple.com/es>)

Apple cambió drásticamente el mercado de las aplicaciones para móviles, ofreciendo calidad, cantidad, facilidad de compra y una inmejorable experiencia al usuario que la han lanzado al éxito en un tiempo récord. Desde su inicio, se han descargado ya 50.000 millones de apps.

Cuatro días más tarde de su lanzamiento, el 14 de julio, la App Store había superado ya los primeros 10 millones de aplicativos descargados y para el 9 de septiembre de 2008, había superado ya la cifra de 100 millones de apps descargadas. Facebook se convirtió en la herramienta móvil más popular en el primer año de la App Store (2008) con 5 millones de descargas e inició una aceleración imparable que llevó a la tienda a despuntar los primeros mil millones de aplicaciones descargadas en el 2009. En la actualidad, el 90% de las aplicaciones disponibles en la App Store son gratis y tan solo un 6% cuestan solo \$0,99. Apple otorga el 70% de los ingresos de la tienda solamente al desarrollador de la aplicación y el 30% corresponde a Apple. (Descubre Apple, 2013)

El 23 de Septiembre del 2009, Google presentaban el primer teléfono con el sistema operativo que revolucionaría la industria de los teléfonos inteligentes, el T-Mobile G1, también conocido como HTC Dream. Android, como sistema operativo, fue presentado un año antes junto a la Open Handset Alliance. Google llevaba dos años desarrollando el sistema operativo tras adquirir la compañía en 2005, pero el primer dispositivo no fue lanzado hasta el año 2008. El 17 de marzo de 2009, alrededor de 2.300 aplicaciones estaban disponibles en Android Market, de acuerdo con el director técnico de T-Mobile, Cole Brodman. (PC World, 2009)

El servicio de Android Market viene instalado en todos los dispositivos móviles que utilicen el sistema operativo Android 2.2 o versiones superiores. El 6 de marzo de 2012, se lanzó una versión de este servicio con interfaz y nombre actualizado: **Google Play**. Google le retribuye el 70% de las ganancias a los desarrolladores de las aplicaciones.

Entre las funciones que Google Play ofrece, se encuentran 20.000 canciones, más de 450.000 aplicaciones y juegos, libros electrónicos y películas antiguas y actuales. A todo esto seguirán probablemente los 'libros en audio' y las revistas mediante suscripción. (RTVE, 2012)

Según la firma de investigación Portio Research, Android es el líder de las descargas de aplicaciones móviles, y acumula el 89 % del total de las descargas de manera global. App Store la sigue con 34 %, y luego se encuentran Windows Phone y Blackberry OS con un 4% y 3% respectivamente. (PC World En Español, 2013)

2.1.8. Aplicaciones Móviles

Las nuevas capacidades de memoria de los teléfonos móviles, permiten instalar y ejecutar aplicaciones o programas que ayudan a ampliar las funciones del dispositivo gracias a sistemas operativos de última generación. Por este motivo, se dan avanza a pasos rápidos y se abarcan distintas áreas como: la educación, mercadotecnia, financiera, cultural, deportiva, turística, entre otras más.

Los principales tipo de aplicaciones son:

Aplicaciones de Realidad Aumentada

Permiten combinar imágenes reales con virtuales. Estas aplicaciones se enfocan principalmente al sector turístico y sirven para obtener información al instante de lugares como museos, bibliotecas, teatros, restaurantes, entre otros lugares.

Aplicaciones de videollamadas

Estas aplicaciones ofrecen la posibilidad de comunicarse a través de videoconferencias de buena calidad en cuanto a audio y video, sin costo alguno siempre y cuando el usuario este conectado a internet desde una punto inalámbrico.

Aplicaciones organizacionales

Estas herramientas permiten al usuario organizar la información que almacena el teléfono como contactos, reuniones, correos, fotografías, mensajes, archivos de distinto contenido, etc.

Aplicaciones de entretenimiento

Se han desarrollado una incontable cantidad de aplicaciones para entretenimiento, entre las que se destacan las de videojuegos, reproductores de música y video, editores de imágenes, grabadoras de audio y video en conjunto con las aplicaciones para acceder a las redes sociales.

Aplicaciones empresariales

Se están empezando a generar aplicaciones para beneficiar a aquellos que trabajan fuera de su organización o aquellos en viajes de negocios. Hay aplicaciones que permiten hacer pedidos, generar facturas electrónicas, encuestar clientes, hacer compras en líneas, consultar estados de cuentas bancarias, estados de cuentas de clientes, realizar transacciones bancarias, descargar información estratégica de la compañía, etc. (Liberos, 2013)

2.1.9. Tipos de Aplicaciones Móviles

En la actualidad se puede considerar que existen cuatro tipos de aplicaciones móviles:

- Nativas
- Webs
- Multiplataforma
- Páginas Webs adaptadas a dispositivos móviles

Las **aplicaciones nativas** están planteadas para ejecutarse en cada sistema operativo específico de los dispositivos móviles. Las **aplicaciones web** son instrumentos de gran provecho para ofrecer todo tipo de contenidos en cualquier dispositivo móvil sin necesidad de ser instalada en el mismo. Es un medio de gran utilidad para su uso en campañas con códigos QR y versiones móviles de páginas web. Las **aplicaciones multiplataforma** permiten crear una único aplicativo factible con cualquier dispositivo móvil. De esta forma no hay necesidad de desarrollar una aplicación específica para cada sistema operativo. Una **página web** está diseñada para su visualización en una pantalla de una computadora. Si la página web no está adaptada a **móviles**, el tiempo de carga de la misma es demasiado lento y resulta incómoda la lectura del contenido para el usuario, es por eso que se creo esta opción para los dispositivos móviles. Existen diferentes técnicas de programación para la adaptación de sitios web a dispositivos móviles (versión móvil, diseño web adaptable, etc). (B&V Apps S.L.)

2.1.10. Preexistencia de Aplicaciones Móviles para Cafeterías

Hoy en día, complementar las cafeterías con el mundo de los aplicativos es una practica ya conocida en varios países del mundo. Con el creciente desarrollo de la tecnología móvil, obtener información e interacción con nuestras aficiones resulta más facil con el pasar de los días.

La propagación y mejora de herramientas implementadas en los smartphones, no ha dejado de lado las relativas al café y cafeterías, tanto en lo que se refiere a información, redes sociales o iniciativas propia de las marcas.

Estas empresas deben estar cada vez mas relacionadas a la tecnología para atraer a los consumidores, escuchar sus sugerencias o brindarles algún tipo de servicios con la misma. Aunque cada vez mas empresas y establecimientos participan en el mundo móvil, los aplicativos móviles

disponibles relacionadas al café, son en general norteamericanas, y en inglés.

La marca Starbucks es quien más se ha desarrollado en este campo, utiliza una aplicación móvil que solo opera en Estados Unidos, con localizador de cafeterías, preparación de café, pedidos y pagos a través del teléfono en la mayoría de las ciudades y adicionalmente cuenta con una tarjeta de regalo para pagar los pedidos. La aplicación también permite a los consumidores verificar su saldo de tarjeta Starbucks, así como recargar con cualquier tarjeta de crédito o PayPal. Los consumidores pueden, a través del móvil, controlar su gasto y ver sus cuentas, así como acceder al precio e información de alimentos y bebidas antes de hacer cualquier tipo de compra. Esta aplicación también cuenta con un Drink Builder, que permite a los usuarios experimentar y crear su propia bebida virtual. Por otra parte, los clientes de Starbucks también pueden utilizar el lector de códigos QR para ver las promociones. (Tendencias 21, 2011)

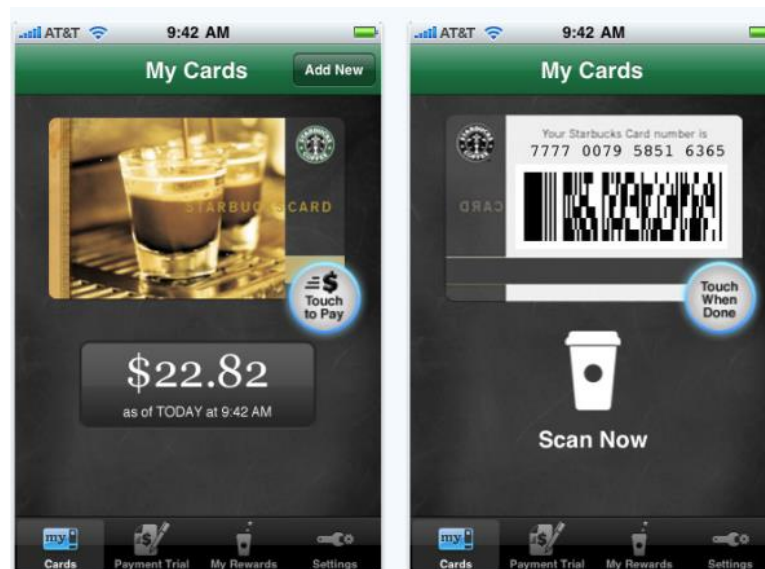


Ilustración 8: Captura de Pantalla de Aplicación Móvil de Starbucks.
Fuente: App Store

De momento hay más de 6.800 Starbucks que cuentan con tecnología de pago a través del móvil y más otros mil de asociados con su marca y esto se debe a su constante expansión mundial en cuanto a la apertura de locales e inmersión al mundo de la tecnología móvil. Estas aplicaciones están concernidas a diferentes países y en su mayoría se dedican a proporcionar información de ubicaciones más cercanas. (El Androide Libre, 2011)

Otras marcas utilizan sistemas parecidos aunque no dispongan de pago automático mediante el dispositivo móvil. No se considera necesario ser un gran establecimiento o una marca mundial para contar con este tipo de programas. También existen aplicaciones que permiten hacer pedidos o reservas optando entre varias cafeterías o restaurantes a través de una aplicación, estos programas son más generales y no están relacionadas con una marca específica.

En España, McDonalds ha lanzado su propia aplicación con una promoción para conseguir descargas, el usuario solo tiene que hacer check in en una de sus tiendas, compartirla en las redes sociales y automáticamente invitan un café al cliente.

Entre las aplicaciones no relacionadas con una marca o a la ubicación de cafeterías se encuentran **“Barista”** para Iphone, **“Coffee around the world”**, que ayudan al usuario a preparar su propio café mediante videos, muestra trucos, recetas y comentarios generales del café o **“Find Me Coffee”** de Android, que muestra todos los negocios de Café cerca de la localidad del usuario, o en cualquier otra localidad del mundo que desee buscar.

Permite también leer y enviar comentarios y calificaciones, obtener un mapa e instrucciones para buscar la cafetería de su preferencia, junto a su número de teléfono para poder llamar y realizar tu pedido. Tiene la opción de filtrar búsquedas para poder encontrar los negocios de café mediante las opciones de comida, estacionamiento o conexión a Wi-Fi.

Caffeine – zone es una aplicación con responsabilidad social, ya que proporciona un simulador de los efectos físicos en relación a la cantidad de café bebida y varias indicaciones sobre sus efectos psicológicos. Enseña como tomar el café de la mejor manera posible. No está ideado para ser utilizado como la receta de un medicamento, sino como una guía de la farmacológica sobre la misma.



Ilustración 9: Captura de Pantalla de Aplicación Móvil Find Me Coffee.

Fuente: Google Play

Aunque la corriente de aplicativos móviles relacionadas a esta tendencia se está generando con rapidez, es muy viable que en unos años, estas herramientas sean utilizadas por los usuarios con mucha más insistencia y confianza que hoy en día, de ahí la importancia para los empresas y marcas, mas allá de su tamaño y predominio en el mercado, de participar también de este estilo, y que a su vez el consumidor sea el beneficiado principal de todo este desarrollo móvil.

2.1.11. Influencia de las aplicaciones móviles de cafeterías en nuestra sociedad

El incremento de los teléfonos inteligentes ha influido en el desarrollo de aplicaciones móviles, sobre todo en aquellas herramientas que nos permiten obtener información en tiempo real o algún servicio en específico.

En cuanto a las cafeterías, la forma en que se conecta algo tan tradicional como la venta de café y el ambiente que brindan estos establecimientos junto a la creciente tecnología de los aplicativos móviles, muestra como todo se va modernizando a través de los años.

La facilidad y rapidez de información que este tipo de aplicaciones brinda a los usuarios, la convierte en un instrumento muy útil en el diario vivir de las personas que se sienten identificadas con los servicios que presta una cafetería.

Las compras mediante dispositivos móviles (Starbucks es la primera y única cafetería que ha implementado este servicio alrededor del mundo), le da la habilidad al consumidor de pedir sus productos preferidos desde la comodidad de su asiento, ahorrado tiempo, evitando aglomeraciones en lugares muy llenos y además de la seguridad de no moverse desde donde se encuentra para tener que buscar el lugar más cercano donde comprar.

Hoy en día las aplicaciones más exitosas no son aquellas que introducen nuevas ideas, sino aquellas que ofrecen innovadoras maneras de hacer mejor y más fácil las cosas. Y es por eso que el éxito de este tipo de herramientas, se da cuando se entiende bien las verdaderas necesidades de los clientes en conjunto con la idea de lo importante que es evolucionar para obtener una mejor experiencia tanto para el desarrollador como para el consumidor.

2.1.12. Las aplicaciones móviles como medios de información

Los medios de información masivos actuales están viviendo un proceso de adaptación de sus conceptos y fines a un carácter más moderno y utilitario, sobre todo para quienes lo utilizan como un instrumento necesario para su diario vivir o como en el ambito profesional.

La comunicación es un medio de vital importancia para el crecimiento personal y de la sociedad en general. Obtener y ofrecer información permite acortar distancias, facilitando un sinfín de actividades, a las que la humanidad estaba acostumbrada a solucionar de forma más convencional.

Según estudios, 3 de cada 4 usuarios de dispositivos móviles, lo utiliza como un medio de información. Ante esta estadística, las empresas han enfocado su mercado a desarrollar aplicaciones que brinden diferentes tipos de servicios informativos, en donde se puede obtener beneficios desde la parte social hasta la de mercadeo que posiciona a la empresa en un nuevo campo entre sus consumidores. (Batura Mobile Solution, 2012)

En los últimos años, el sector de la comunicación haya sido el más enérgico en adaptar sus contenidos a los dispositivos móviles, ya sea en formato web o en formato app. Además de beneficiarse económicamente, las empresas fomentan a sus marcas a: informar, comunicar, interactuar y servir a sus clientes. La utilidad de una aplicación móvil es mucho mayor que la de una web convencional. La información y todo el contenido de una página web es mucho más viable y adaptable en una aplicación.

La empresa de comunicación, Nielsen, en un informe de marzo de 2013, indica que el tiempo que pasan los usuarios en las plataformas sociales es de aproximadamente 9 horas y 6 minutos al mes. (Los Angeles Times, 2013)

Además de informativas, las herramientas móviles que se instalan en los dispositivos, permiten mantener una constante retroalimentación no solo con la empresa desarrolladora o la marca, sino también con el usuario, con quien se comparte comentarios o sugerencias entre los mismos, logrando que participen todas las redes conectadas a este gran sistema de comunicación que crece a medida que pasan los años.

2.1.13. El Sistema de Posicionamiento Global (GPS) orientado a las aplicaciones móviles y cafeterías

El Sistema de Posicionamiento Global o GPS es un sistema de satélites que permite detectar la posición las 24 horas del día, en cualquier lugar del mundo.

Fue desarrollado por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, como apoyo para los requerimientos de navegación y posicionamiento precisos con fines militares. En la actualidad, es un instrumento importante para aplicaciones de navegación, posicionamientos de puntos en tierra, mar y aire. El Sistema de Posicionamiento Global está formado por un conjunto de 24 satélites que rodean la Tierra y envían señales de radio a su superficie. Un receptor GPS es un dispositivo electrónico pequeño, utilizado para quienes viajan por diferentes vías y permite recibir las señales de los satélites.

En rutas desconocidas, cuando se está de viaje o ante el desconocimiento de algún lugar en específico, es cuando la importancia de la geolocalización mediante GPS hace su aparición. Dado que los sistemas GPS están en contacto constante con una numeración de satélites en órbita alrededor del planeta Tierra, las personas no familiarizadas con los alrededores actualmente pueden tener la capacidad de disponer que posición exacta es donde se encuentran en un momento dado. Este sistema

brinda información actualizada a cualquier parte del mundo, evita a las personas o turistas cargar con las clásicas guías manuales o mapas de viaje.

El adicional de este sistema es que existen aplicaciones móviles que lo integran a su estructura proporcionando información específica de lugares con su nombre y respectiva dirección. La ventaja de usar un receptor GPS es que el usuario conoce su posición con exactitud, con un error de aproximadamente 15 metros, además de funcionar de noche y en cualquier clima. (Letham, 2001)

En relación a las cafeterías, la cadena Starbucks ha implementado esta novedosa forma de encontrar sus sucursales mediante su aplicación móvil llamada Find A Starbucks, utiliza el sistema GPS para situar los locales, el dispositivo siempre sabe en qué posición se encuentra el usuario y por tanto, le dará a elegir entre los Starbucks de su país. Brinda también información de cada local como: teléfonos, horario de atención, correo electrónico y distancia.

Además de esta herramienta de la cadena Starbucks, se ha creado otra relacionada a las cafeterías y al sistema de posicionamiento global llamada Coffee Finder solo que su estructura de ubicación de cafeterías es de manera general, incorporando grandes marcas como Dunkin' Donuts. Para su uso, su guía en el Google Play recomienda al usuario conectar el dispositivo GPS de su teléfono inteligente y este le arrojará las 10 cafeterías más cercanas de diferentes marcas desde su lugar de ubicación. También cuenta con un cuadro de diálogo que puede filtrar la búsqueda de la cafetería con varias características como las que están abiertas las 24 horas. (Google Play, 2013)

El uso que se le puede dar al sistema de posicionamiento global es extenso y muy útil, sobre todo cuando se lo aplica a dispositivos móviles, ya que son herramientas a la mano y que ofrecen información en tiempo real y

actualizada a quienes lo utilicen. Esta invención y su posterior implementación en la sociedad tecnológica que avanza y se desarrolla actualmente nos permite comprobar que los medios derivados del uso del GPS se han convertido en un medio indispensable y un recurso insustituible para todo tipo de personas en los últimos años.

2.1.14. Las aplicaciones móviles orientadas al turismo

La movilidad y circulación son elementos considerados fundamentales para del turismo, así como los sistemas de comunicación y transportes que lo posibilitan. La movilidad turística responde a grandes movimientos organizados de mercado y la optimización tecnológica que favorece a esta clase de movilidad, han acercado estos mercados a diferentes destinos mediante herramientas desarrolladas para el uso de cualquier persona en el planeta que se encuentre interesada en este tema tan amplio, siempre teniendo en cuenta las diferentes pautas de movilidad según su edad, sus intereses o estado vital. (Clavé & Reverté, 2008)

La posibilidad que brindan las aplicaciones móviles en cuanto a entretenimiento, esparcimiento, viajes y turismo se refiere, es muy amplia, y los desarrolladores han encontrado un extenso segmento de mercado al cual se puede satisfacer, ya que sirven como motores de búsqueda, de ofertas y de una incalculable lista de servicios que facilitan el diario vivir de quienes la utilizan, convirtiendo a estas herramientas, en una pieza clave, del marketing interactivo móvil que se desarrolla mundialmente.

La utilización de la brújula y el sistema GPS, son las principales características de estos medios móviles de turismo, ya que ellos complementan de manera esencial las recomendaciones que se le puede dar al usuario. Además se les puede añadir el uso de mapas, geolocalización de monumentos, pautas de visita e incluso en traductores de idiomas como cualidades que perfeccionan la agradable experiencia del

usuario, durante su navegación en la aplicación y su fidelidad hacia la misma.

El usuario que maneja un aplicativo sobre turismo espera que este no se quede solo en la planificación del viaje, sino que le ayude durante su travesía, convirtiéndose de esta manera en un instrumento de gran utilidad y en una guía para movilizarse hacia o dentro de su lugar de destino. También permite tener una comunicación directa y personal en tiempo real con la posibilidad de una respuesta inmediata y directa, ventaja que los medios de información convencionales no ofrecen.

Entre las aplicaciones móviles dedicadas al turismo, se destaca Tourist Eye o MTrip, disponible para dispositivos que utilicen los sistemas operativos iOS y Android, y que están orientadas a la planificación de viajes añadiendo varias opciones como destino, donde la aplicación recomienda sugerencias, guías, lugares de visita más conocidos desde su punto de partida hasta el lugar de destino. La característica diferenciadora de ambas aplicaciones, es que estas herramientas funciona offline, es decir, sin necesidad de tener un plan de datos en el dispositivo. (Eroski Consumer, 2013)



Ilustración 10: Captura de Pantalla de Aplicación Móvil de Turismo 'MTrip'.

Fuente: Google Play

CAPITULO III

3.1. Metodología

3.1.1. Tipo de Estudio

El tipo de estudio que se utilizará será el descriptivo. Mediante este método, se podrá detallar el comportamiento e insuficiencias encontradas en la población que se asocia al perfil estudiado y de qué forma se las va a satisfacer a través del proyecto.

3.1.2. Población y Muestra

Nuestra población serán todas aquellas personas que tengan un teléfono inteligente o cualquier dispositivo móvil con plan de datos y que se ajusten a nuestro perfil de consumidor.

Según los últimos datos de la encuesta de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) para contabilizar a los habitantes que poseen teléfonos inteligentes en el Ecuador, se determinó que en la ciudad de Guayaquil pertenecen un 20,8% del total de usuarios (839.705) de smartphones en el país. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

A continuación mostramos el cálculo del total de personas que utilizan teléfonos inteligentes en Guayaquil a través de su porcentaje y la población total en Ecuador.

$$x = \frac{839.705 * 20.8 \%}{100}$$

$$x = 174.658$$

Se utilizará la fórmula para determinar el tamaño de la muestra para las poblaciones infinitas (más de 100.000 habitantes) que se ajusta al estudio de nuestro proyecto con un aproximado de 174.658 habitantes de la ciudad de Guayaquil que poseen un teléfono o dispositivo móvil.

$$n = \frac{Z^2 p * q}{e^2}$$

Dónde:

$Z^2 = 1.96^2$ (nivel de confianza 95%)

p = proporción esperada (50% = 0.5)

$q = 1-p$ (1-0.5 = 0.5)

$e^2 = 5\% = 0.05$ (margen de error)

$$n = \frac{(1.96)^2 0.5 * 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$n = 384$$

3.1.3. Perfil del Consumidor

Mediante el establecimiento del perfil del consumidor de cafeterías, se busca llegar a la población que posee un teléfono inteligente para realizar las encuestas, con los posibles usuarios del aplicativo, acercándonos así al sector al cual se quiere beneficiar con esta herramienta.

Segmentación Geográfica

Sector: Zona Urbana Comercial del norte de la ciudad de Guayaquil.
Edificios: Trade Building, Millenium, Professional Center y Nobis.

Segmentación Demográfica

Edades: Jóvenes y Adultos entre 19 y 60 años.

Género: Masculino y Femenino

Nivel socioeconómico: Medio alto y alto

Ocupación: Profesionales y Estudiantes Universitarios

Segmentación Psicográfica

Necesidades: Información instantánea y real, servicios que solucionen un problema de su diario vivir.

Personalidad: Activo, Versátil, Detallistas y Organizadas.

Segmentación Relacionada al producto

Beneficios deseados: Rapidez, comodidad y eficacia.

3.1.4. Técnicas de Recolección de Datos

Las encuestas que se utilizarán con respecto a la población serán emitidas de forma online y estarán conformadas por preguntas cerradas que contendrán respuestas afirmativas, negativas y de selección múltiple, la cual permitirá a los encuestados realizarlo de forma rápida y cómoda.

CAPITULO IV

4.1. Análisis de Resultados

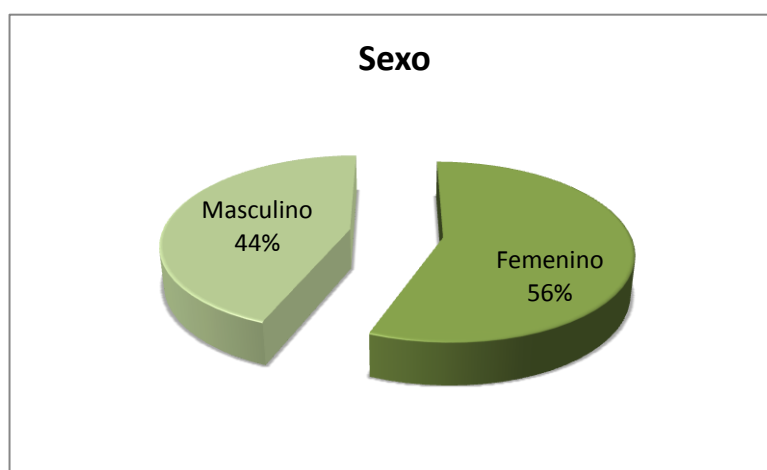


Ilustración 11: Género de las personas que utilizan teléfonos inteligentes.

Se observa una mayoría de personas de sexo femenino con un 56% que utilizan teléfonos inteligentes en relación al sexo masculino que tiene un 44% con respecto a la población analizada en la ciudad de Guayaquil.

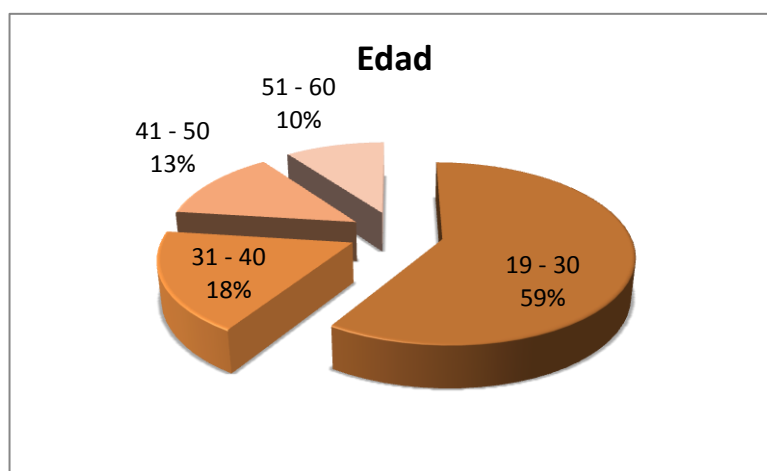


Ilustración 12: Edad de las personas que utilizan teléfonos inteligentes.

Las edades oscilan en su mayoría entre los 19 y 30 años con un 59%, seguido del rango de edades desde 31 a 40 años con un 18%, luego 41 a 50 años con un 13% y por último 51 a 60 años con un 10% en relación a quienes poseen un teléfono inteligente en Guayaquil.



Ilustración 13: Ocupación de las personas que utilizan teléfonos inteligentes.

En cuanto a la ocupación se observa una mayoría de personas que trabajan con un 55%, seguido de quienes trabajan y a su vez cursan algún tipo de carrera universitaria con un porcentaje del 29% y por último, quienes estudian en un 16%.

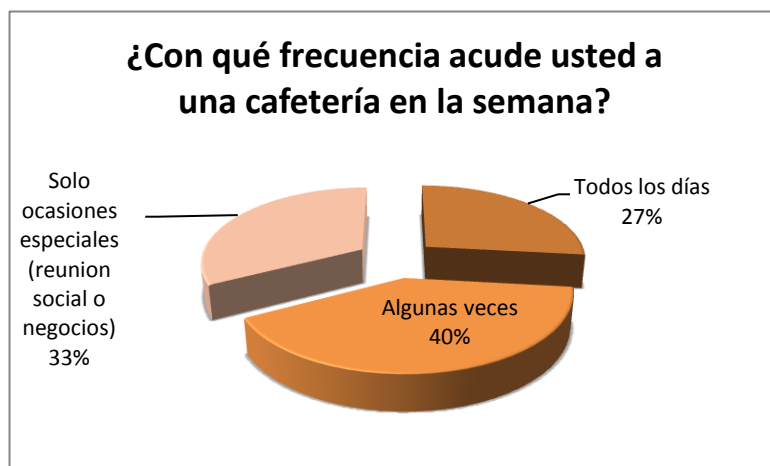


Ilustración 14: Frecuencia con la que acuden a una cafetería.

De la población encuestada, la mayoría con un 40% acude algunas veces a una cafetería, seguido con una mínima diferencia del 33% de quienes acuden solo para ocasiones especiales, seguidos de quienes acuden todos los días a consumir los servicios de estos establecimientos con un 27%.

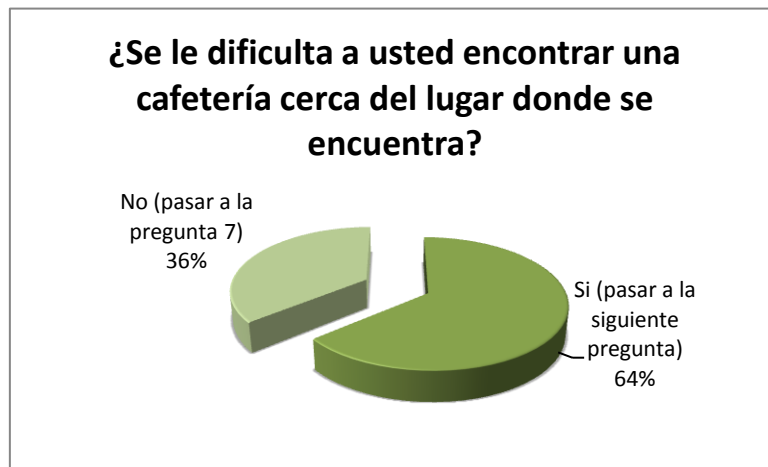


Ilustración 15: Dificultades para encontrar una cafetería cercana.

Al 64% de las personas encuestadas se les dificulta encontrar una cafetería en lugares cercanos de donde se encuentran, mientras que el 36% no tiene ningún problema en encontrarlos. Esto demuestra que a la mayoría de encuestados que acude a una cafetería, tiene algún tipo de inconveniente para encontrar este tipo de establecimientos.

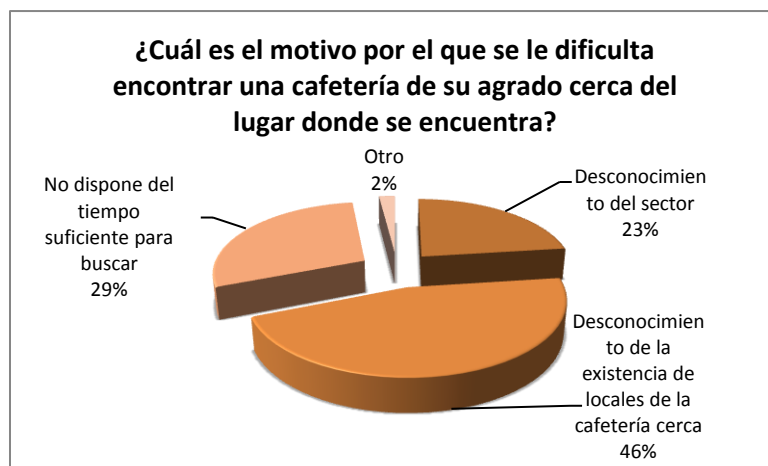


Ilustración 16: Cuales son las dificultades por las que no se encuentra una cafetería.

Los motivos por los cuales a las personas se les dificulta encontrar una cafetería cerca están el desconocimiento de la existencia de locales con un 46% y el 29% no dispone del tiempo suficiente para buscar o desconocimiento del sector 23%. En relación a la mayoría que tiene dificultad para encontrar una cafetería, se comprueba la falta de desarrollo de un medio para la localización de cafeterías de manera rápida y ágil.

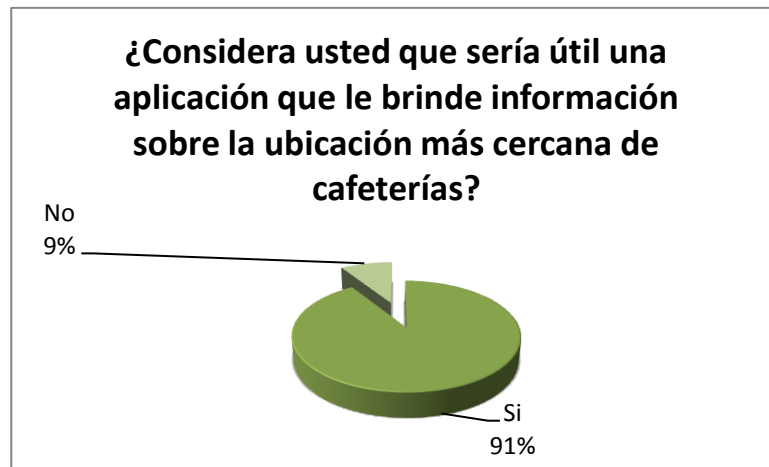


Ilustración 17: Utilidad de un aplicativo móvil para la localización de cafeterías.

El 91 % de la población encuestada se muestra interesada en la existencia de una aplicación móvil que brinde información sobre la ubicación más cercana a cafeterías.

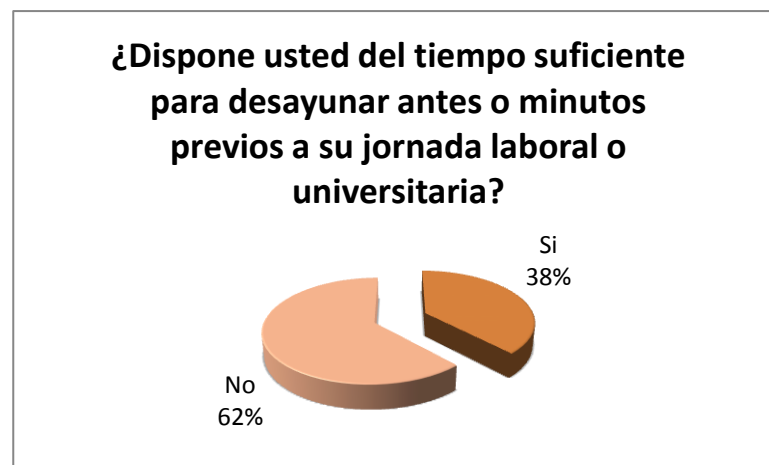


Ilustración 18: Tiempo para dedicarse a desayunar previo a varias jornadas de encuestados.

También se pudo observar en un 62 % de la población a la que se encuestó, que no contaba con tiempo suficiente para desayunar antes o minutos previos a su jornada laboral y universitaria en relación al 38 % que contestó que si tenía el tiempo para esta actividad matutina.

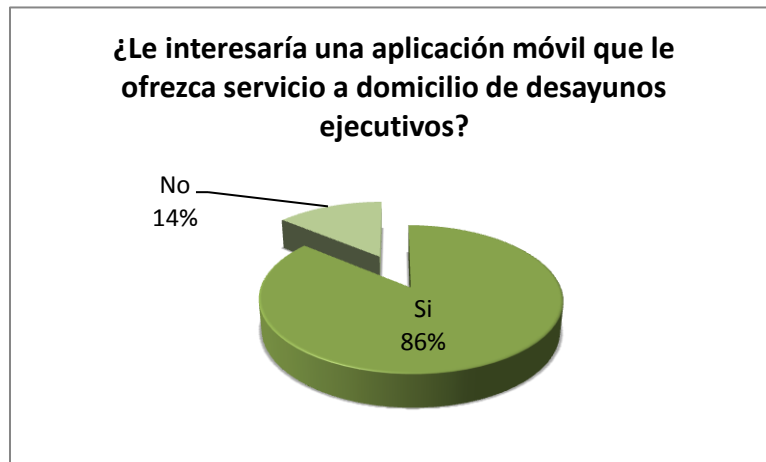


Ilustración 19: Interés de servicio a domicilio de desayunos mediante aplicativo móvil.

El 86% de la población se mostró interesada en el servicio a domicilio de desayunos mediante una aplicación móvil.

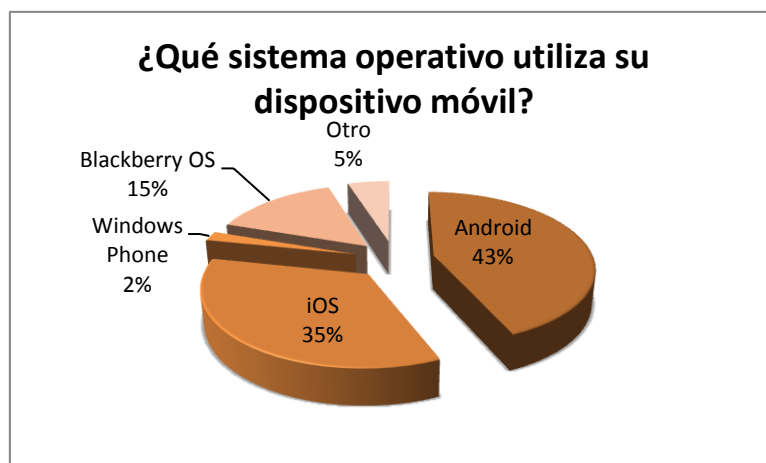


Ilustración 20: Sistema operativo de quienes poseen un teléfono inteligente.

Los sistemas operativos más utilizados entre la población guayaquileña que posee un teléfono inteligente se encuentran Android con un 43% e iOS con un 35 %, esto ayudará a definir la plataforma en que se desarrollará el aplicativo.

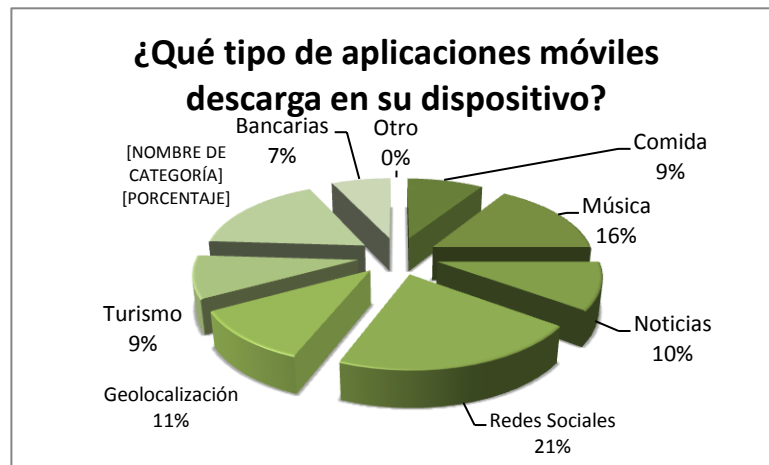


Ilustración 21: Tipo de aplicativos móviles de quienes poseen un teléfono inteligente.

Entre el tipo de aplicaciones más descargadas por los encuestados sobresalen las redes sociales con un 21%, las de entretenimiento, geolocalización y música. Esto sirve para comprobar que el target específico ya tiene conocimiento del uso de aplicaciones que cuentan con características similares a las que se tiene planificada implementar en el aplicativo.

CAPITULO V

5.1. Descripción del Proyecto

El proyecto está enfocado a desarrollar un aplicativo para la fácil ubicación de cafeterías en la ciudad de Guayaquil, que sirva como una guía turística móvil para sus ciudadanos y visitantes quienes acuden con frecuencia a este tipo de establecimientos.

A través de la activación del sistema GPS en el dispositivo móvil, el usuario podrá recibir la información de las sucursales de la cafetería más cercanas a su ubicación. El catálogo es una galería que contará con la foto del plato o producto y su precio, en donde el usuario podrá informarse de cuáles son los que están disponibles y pedirlos a domicilio, en esta misma sección, también podrán dar su votación mediante una a cinco estrellas por aquel producto que sea su favorito o de preferencia.

La aplicación contará con el servicio a domicilio de productos y desayunos mediante el pago a través del dispositivo inteligente, para utilizar esta opción, es necesario que el usuario se registre en la aplicación ya que esto garantizará una base de datos de aquellos que realicen pedidos constantemente además de la seguridad que brinda a quienes ingresen sus datos para utilizar este servicio.

El servicio a domicilio después que el usuario se haya registrado, tendrá que decidir cuál será su pedido consultando la lista que se le proporcionará, y luego procederá a confirmar el pago de su servicio ingresando su dirección, teléfono, datos de tarjeta de crédito.

El sistema de votación de platillos favoritos, ubicará al mejor puntuado con cinco estrellas en el primer lugar de la lista siendo la base para las recomendaciones para los turistas de la ciudad de Guayaquil, en donde se indicará su precio y un pequeño mensaje de aliento a consumir dicho producto.

La agenda es una sección de información de promociones y eventos culturales, artísticos, cupones y sugerencias, está ideada como una pequeña revista digital de la cafetería que semanalmente brindará información sobre estos aspectos con sus respectivos horarios para eventos y días de duración para los días de promoción.



Ilustración 22: Menú principal del aplicativo para cafeterías.

5.2. Alcance

Geolocalización de locales de cafetería mediante sistema GPS

Para acceder a este servicio, el usuario solo debe descargarse la aplicación desde la tienda de su dispositivo móvil, activar el sistema GPS del mismo e ingresar a la sección de la ubicación de cafeterías para que el aplicativo le proporcione la información que desea. No es necesario que el usuario se registre para obtener este servicio.

Catálogo de Productos

Esta sección es una galería de fotos con los productos y platos de la cafetería, en el que también se indica su precio, al usuario le servirá como guía para consultar los que se encuentran disponibles y pedirlos a domicilio. En la parte baja de cada producto se colocarán las estrellas para el sistema de votación que indicará el producto estrella que se ubicará como el recomendado del mes/semana del aplicativo.

Registro de Usuarios

La aplicación contara con un registro de usuarios a quienes deseen pedir a domicilio. Esto servirá como método de seguridad cuando tenga que ingresar los datos de tarjeta de crédito y dirección domiciliaria. Los datos registrados formaran una base de datos que almacenará a los clientes que usen este servicio con frecuencia.

Servicio a domicilio

El usuario podrá solicitar mediante la aplicación, desayunos ejecutivos o algún plato en especial, después de haberse registrado como usuario e ingresar sus datos de cuenta. El método de pago será mediante tarjeta de crédito.

Una vez registrado su pedido, este será re direccionado al local de cafetería más cercana a la ubicación indicada por el usuario, donde el personal del local se acercará a dejar el envío.




Sistema de Votación




En este sistema, los usuarios podrán votar mediante cinco a una estrella sus productos favoritos. El mejor votado, estará en la sección de favoritos, destacándose de entre los demás y será recomendado a los turistas o quienes utilicen la aplicación como una guía durante su estancia en la ciudad.

Información General de la Cafetería

Esta sección será informativa y el usuario podrá consultar promociones o cupones del día o la semana de la cafetería, así como los eventos artísticos o culturales que suelen realizarse en este tipo de lugares.

5.3. Especificaciones Funcionales

<p>Encuentra tu cafetería</p>  <p>Ilustración 23: Icono del menú del aplicativo 'Encuentra tu cafetería'.</p>	<p>Mediante el receptor interno de GPS de los dispositivos móviles, cuando el usuario active la opción de geolocalización, se activarán las ubicaciones de los locales de cafeterías más cercanas desde donde está el sujeto. Un icono que represente el lugar del establecimiento estará ubicado en la dirección exacta. Cabe recalcar que para que esta opción funcione, el dispositivo deberá contar con un plan de datos o conexión wifi.</p>
<p>Productos</p>  <p>Ilustración 24: Icono del menú del aplicativo 'Productos'.</p>	<p>Al ingresar a la opción de catálogo de productos, una galería de fotos se abrirá, donde se mostrará la foto y su precio. El usuario se podrá desplazar fácilmente en esta ventana e informarse sobre los diferentes platos que ofrece la cafetería. También en esta sección, podrá votar por su plato favorito, es una opción sencilla y llamativa para el usuario, que no requerirá ningún paso previo.</p>
<p>Regístrate</p>  <p>Ilustración 25: Icono del menú del aplicativo 'Regístrate'.</p>	<p>Los usuarios ingresarán un nombre identificativo y una contraseña. Luego de esto, automáticamente pasaran a una base de datos alojada en el sistema de la empresa desarrolladora del aplicativo y la empresa que se sirve del mismo. Quienes se registren, serán enumerados en orden ascendente. Este registro se hace de forma de que, al momento</p>

	<p>de ingresar sus datos, sientan la certeza de que su posterior pedido a domicilio será de forma segura y sus datos no serán compartidos con nadie más.</p>
<p>Servicio a Domicilio</p>  <p>Ilustración 26: Icono del menú del aplicativo 'Servicio a Domicilio'.</p>	<p>Cuando el usuario ingrese a esta sección, deberá iniciar sesión, luego ingresará sus datos para pedir a domicilio los productos que desee. Se le presentará una confirmación del pedido y automáticamente se generará el valor a pagar y el mensaje de haber realizado con éxito su requerimiento.</p>
<p>Favoritos</p>  <p>Ilustración 27: Icono del menú del aplicativo 'Favoritos'.</p>	<p>En esta sección se presentará mensualmente/semanalmente el producto más votado por los usuarios, quienes dieron de una a cinco estrellas en la sección de productos, a los que son de su preferencia. Se lo recomendará y animará a comprarlo tanto a turistas como a público en general que utilice la aplicación.</p>
<p>Agenda</p>  <p>Ilustración 28: Icono del menú del aplicativo 'Agenda'.</p>	<p>En esta sección, el usuario podrá informarse sobre los eventos culturales y artísticos de la cafetería. Estará constantemente actualizada, presentando información semanal con día, hora y sucursal. También será una ventana con sugerencias para los turistas, a quienes se les recomendará el plato más votado por los usuarios regulares de la aplicación, y cuáles son sus ingredientes y por qué debería comprarlo, etc.</p>

5.4. Módulos de la Aplicación

Módulo de Mapas

El módulo de mapas facilitará a quienes activen la opción de localización GPS con la ubicación de las cafeterías más cercanas, ahorrando tiempo y espacio de búsqueda. Es un módulo exclusivamente informativo y es la característica principal del aplicativo.

Módulo de Usuario

En el módulo de usuario se procederá a registrar al cliente que desee servirse de los pedidos a domicilio. Su registro ayudará a guardar sus datos para futuros pedidos.

Módulo de Pedidos

Luego de haberse registrado como usuarios, los clientes podrán acceder a la opción de pedidos a domicilio, en donde ingresarán su listado de productos, los cuales llegarán al personal de la cafetería mediante correo electrónico.

Módulo de Catálogo

En el módulo de catálogo, se mostrará por medio de una galería de fotos, todos los productos disponibles en los locales con sus respectivos precios.

Módulo Interactivo

El módulo interactivo, los usuarios de la aplicación podrán votar por sus platos favoritos. Con el sistema de cinco estrellas que se encuentra ubicado en el módulo catálogo, el más votado se ubicará como el producto estrella del mes o la semana.

Módulo Informativo

En esta sección, se publicara datos de hora, fecha y lugar de los eventos artísticos y culturales que las cafeterías organizan. También tendrá casilla de sugerencias, promociones y cupones que mensualmente estará actualizado en este módulo.

5.5. Especificaciones Técnicas

Frameworks de Desarrollo

El aplicativo será programado con el framework javascript 'jQuery Mobile'.

Luego de su desarrollo, el aplicativo será compilado en el framework PhoneGap Build para los dispositivos móviles que utilicen los sistemas operativos iOS y Android.

Entornos de Desarrollo

Se utilizará **Adobe Dreamweaver CS6**, herramienta que está formada por paneles que permiten desarrollar, diseñar y programar sitios, videos y aplicaciones para web y móviles.

Con el programa de diseño **Adobe Illustrator CS6** se diseñara los diferentes componentes de la interfaz del aplicativo móvil.

Con el software **Adobe Photoshop CS6** se realizarán los ajustes necesarios a fotografías de los productos o locales de la cafetería en caso de que se lo requiera.

5.5.1. Diseño de Base de Datos



Ilustración 29: Diseño de la base de datos del aplicativo móvil.

5.5.2. Descripción de Tablas

Usuario

Campo	Tipo de Dato	Descripción
cod_user	Int (9)	Código para usuario para base de datos
nom_user	Varchar (15)	Nombre que el usuario se asigna para iniciar sesión
password	Varchar (15)	Contraseña que el usuario asigna para iniciar sesión

Tabla 1: Cuadro descriptivo de 'Usuarios'

Domicilio

Campo	Tipo de Dato	Descripción
cod_pedido	Int (9)	Código del pedido a domicilio para base de datos
nom_user	Varchar (50)	Nombre que el usuario se asigna para iniciar sesión
phone	Varchar (10)	Número de Teléfono de usuario para contacto
address	Varchar (50)	Dirección que ingresa el usuario como destino de su pedido
nom_prod	Varchar (50)	Nombre de los productos que el usuario solicita a domicilio
num_credit	Int (18)	Número de tarjeta de crédito

Tabla 2: Cuadro descriptivo de 'Domicilio'

Mapa

Campo	Tipo de Dato	Descripción
cod_local	Int(9)	Código de local para base de datos
nom_local	Varchar (30)	Nombre del local de la cafetería junto a ubicación (Ej Easy Coffee - Urdesa)
coord_local	Int (10)	Número de ubicación de la cafetería en el mapa

Tabla 3: Cuadro descriptivo de 'Mapas'

Productos

Campo	Tipo de Dato	Descripción
cod_prod	Int(9)	Código de producto para base de datos
nom_prod	Varchar (15)	Nombre del producto
precio_prod	Int (5)	Precio del producto

Tabla 4: Cuadro descriptivo de 'Productos'

Favoritos

Campo	Tipo de Dato	Descripción
cod_fav	Int(9)	Código de producto favorito para base de datos
nom_prod	Varchar (15)	Nombre del producto seleccionado como favorito por los usuarios en la sección de productos

Tabla 5: Cuadro descriptivo de 'Favoritos'

Agenda

Campo	Tipo de Dato	Descripción
cod_agenda	Int(9)	Código de la agenda para base de datos
info_even	Varchar (50)	Información de eventos
info_promo	Varchar (10)	Información de las promociones
info_cupones	Varchar (50)	Información de cupones
info_recomen	Varchar (50)	Recomendación del mes para usuarios
Info_sugeren	Varchar (60)	Buzón de sugerencias para usuarios

Tabla 6: Cuadro descriptivo de 'Agenda'

5.5.3. Formatos para Almacenamiento de la Información

Integer, Int

Es un tipo de dato entero simple y ordinal. Al nombrar una variable entera, se crea otra numérica que toma valores positivos o negativos sin parte decimal.

VarChar

Un dato declarado como varchar tiene una longitud variable. El espacio que se utiliza para almacenar en esta cadena, es solo el que se ocupe. Podrá guardar desde 0 a 255 caracteres.

5.6. Funciones del Aplicativo

Para utilizar las diversas funciones de la aplicación móvil se tiene que realizar lo siguiente:

Paso 1: Ingreso a menú



Ilustración 30: Captura de pantalla del Menú del aplicativo móvil.

Al ingresar a la aplicación, el usuario accede directamente al menú del mismo (Véase Ilustración 30) en donde se revelarán las diferentes acciones que puede realizar:

- Encuentra tu cafetería
- Productos
- Regístrate
- Servicio a domicilio
- Favoritos
- Agenda

Paso 2: Encuentra tu cafetería

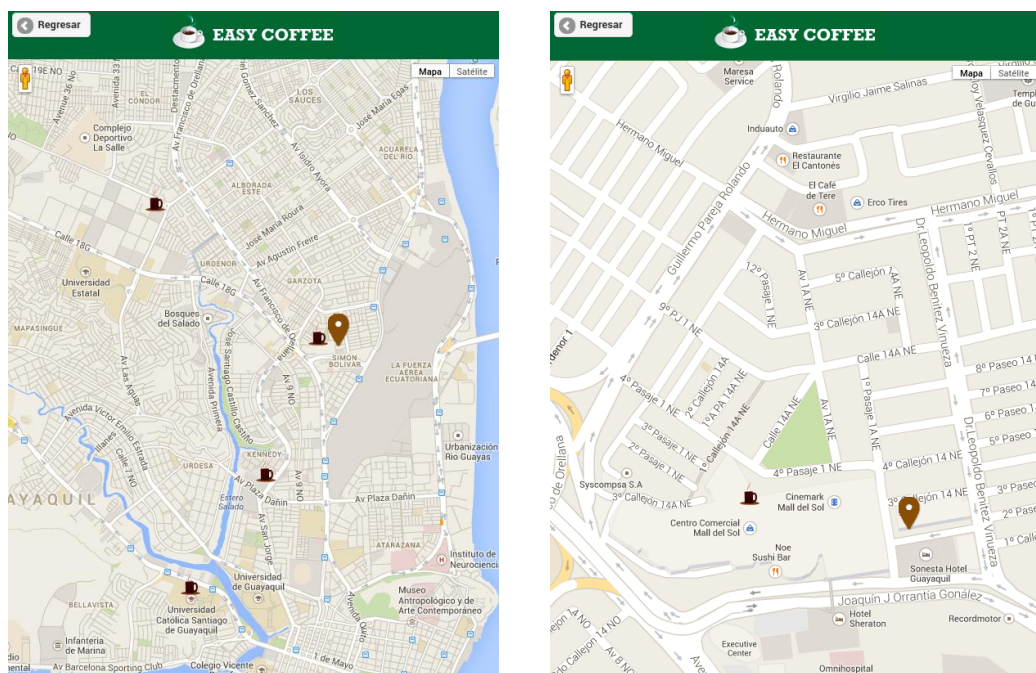


Ilustración 31: Captura de pantalla del mapa de la ciudad de Guayaquil con geocalización.

Al ingresar a la sección llamada ‘Encuentra tu cafetería’ se activa el mapa de la ciudad de Guayaquil, en él, se activa automáticamente el lugar de posición del usuario y las cafeterías más cercanas con respecto a la ubicación del dispositivo (Véase Ilustración 31).

Al tocar el ícono de café (el cual nos indica la ubicación de la cafetería), el mapa nos lleva al lugar exacto del local, la dirección con sus respectivas calles y numeración. Según la posición del usuario y su dispositivo móvil, el icono de geolocalización se va ubicando en las calles de la ciudad. Es importante recordar a todos quienes utilicen esta herramienta, que para que esta sección funcione debe de estar activo el GPS y un plan de datos o conexión a internet mediante wi-fi.

Paso 3: Productos

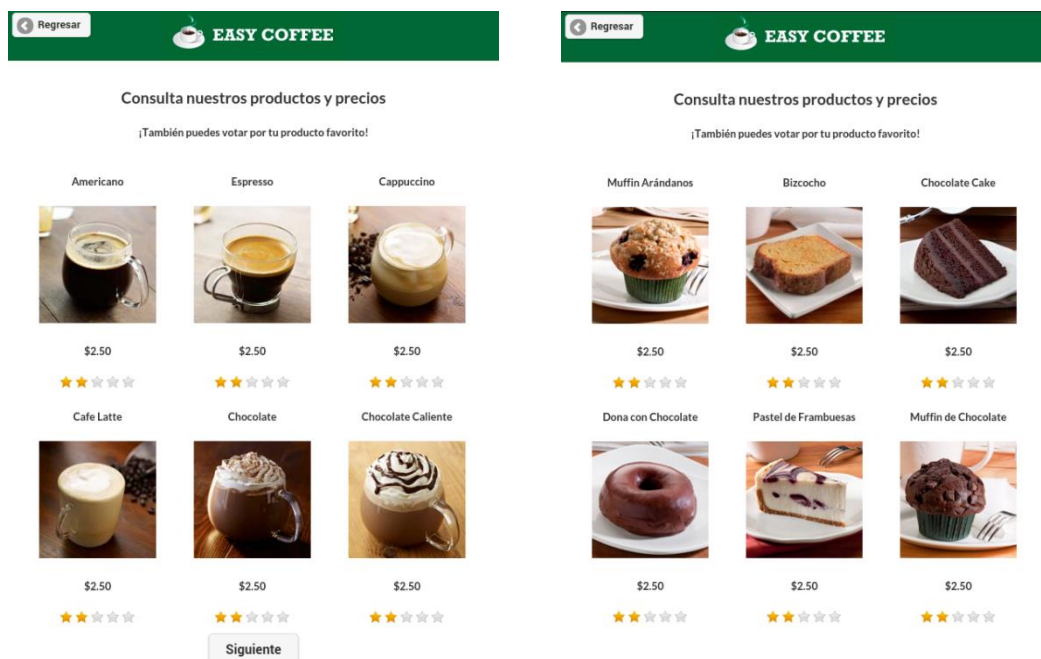


Ilustración 32: Captura de Pantalla de la sección Productos del aplicativo móvil.

Al ingresar a la sección de productos, el usuario podrá disponer de todos los platos disponibles con su respectivo precio. Además podrá contar con la opción de sistema de votación de una a cinco estrellas en la parte baja de cada producto colocado.

Se podrán desplazar entre toda la galería de fotos mediante el botón 'Siguiete', para informarse del precio y el stock de los productos habilitados para la venta tanto a domicilio como cuando el usuario apetezca acudir al local de la cafetería.

Paso 4: Regístrate



Regístrate y forma parte de nuestros clientes exclusivos

Nombre de Usuario

Nombre...

Contraseña

Contraseña...

Registrarse

Ilustración 33: Captura de pantalla de la sección de Regístrate del aplicativo.

En la sección llamada 'Regístrate' el usuario podrá formar parte de la base de datos de la cafetería. Esto ayudará a la cafetería para que los datos del cliente queden grabados, y así al momento de hacer pedidos a domicilio, sus datos ya quedarán registrados y sea más fácil contactarse con él.

La ventana, está conformada por los campos llamados 'Nombres de Usuario' y 'Contraseña' (Véase Ilustración 33) en donde el usuario, ingresará un nombre de usuario y una contraseña de mínimo 6 caracteres incluidos números y letras. Luego al pulsar el botón 'Registrarse' aparecerá la ventana de confirmación.



¡Sus datos fueron registrados con éxito!

Aceptar

Ilustración 34: Captura de pantalla de la confirmación de registro.

Paso 5: Servicio a Domicilio



Iniciar Sesión

Ilustración 35: Captura de pantalla de la sección de 'Servicio a Domicilio'

Para ingresar a la sección de 'Servicio a Domicilio' es necesario que el usuario ya se haya registrado en la aplicación móvil e inicie sesión con su contraseña (Véase Ilustración 35).

Nombre de Usuario

Nombre...

Contraseña

Contraseña...

Aceptar

Ilustración 36: Captura de pantalla de los datos requeridos para iniciar sesión.

Nombre

Nombre...

Teléfono

Teléfono...

Dirección

Dirección...

Tarjeta de Crédito

Tarjeta de Crédito...

Selección Tu Pedido

- Americano
- Muffin Arándanos
- Bizcocho
- Chocolate Cake
- Dona de Chocolate
- Chocolate Caliente
- Espresso
- Muffin Chocolate
- Pastel de Frambuesa
- Caffè Latte

Ilustración 37: Captura de pantalla de los datos requeridos para realizar el pedido a domicilio.

Luego de haber iniciado sesión, el usuario podrá acceder a la ventana de pedidos en donde deberá ingresar los siguientes datos:

- Nombre
- Teléfono
- Dirección
- Tarjeta de Crédito
- Selecciona tu pedido

En la opción de 'Selecciona tu pedido', el usuario deberá escoger los productos que desea pedir a domicilio, entre una lista completa que se despliega en este botón (Véase Ilustración 37). La selección es múltiple y facilitará la decisión del usuario.

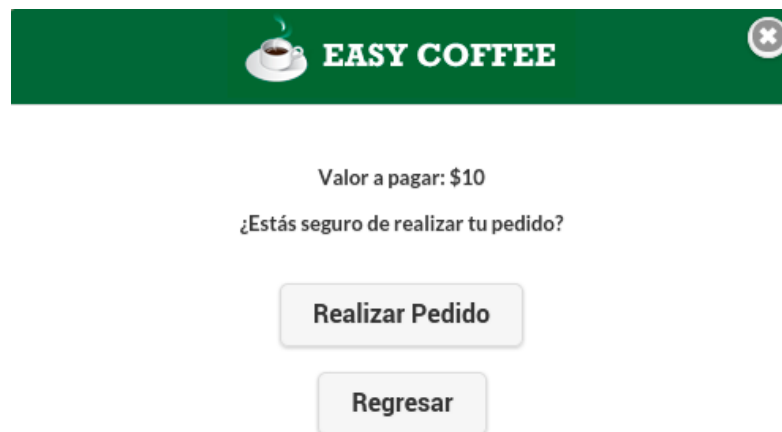


Ilustración 38: Captura de pantalla de los datos requeridos para realizar el pedido a domicilio.

Luego de ingresar todos los datos y seleccionar el pedido, aparecerá un mensaje de confirmación del mismo. Si el usuario se encuentra seguro de su pedido, entonces deberá tocar el botón llamado 'Realizar Pedido' (Véase Ilustración 38), en donde aparecerá otro mensaje que le confirmará que su pedido fue realizado con éxito y el tiempo en que se demorará en llegar a su lugar de destino (Véase Ilustración 39). En caso de no encontrarse del todo seguro de la compra que va a realizar entonces deberá tocar el botón llamado 'Regresar'.



¡Tu pedido se realizó con éxito!

[Regresar a página principal](#)

Ilustración 39: Captura de pantalla de los datos requeridos para realizar el pedido a domicilio.

Paso 6: Favoritos



Ilustración 40: Captura de pantalla de la sección 'Favoritos' del aplicativo móvil.

En la sección llamada 'Favoritos', el usuario podrá observar el producto estrella del mes, recomendado como el especial de la cafetería y que haya recibido la mayor cantidad de estrellas en 'Productos'.

Paso 7: Agenda

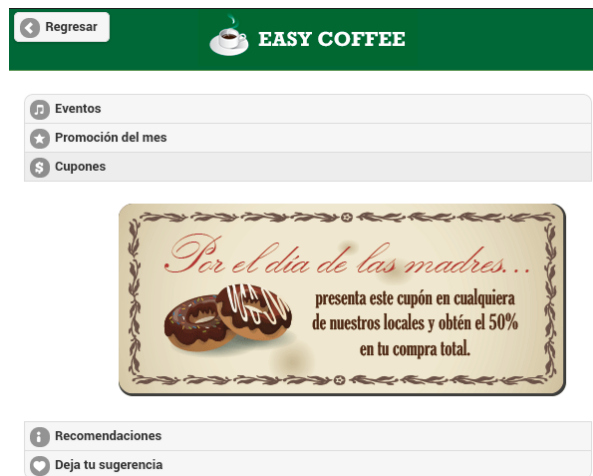


Ilustración 41: Captura de pantalla de la sección 'Agenda' del aplicativo móvil.

Cuando el usuario ingrese a la sección de Agenda, podrá acceder a toda la información de la cafetería en cuanto a eventos, promociones, cupones y recomendaciones se refiere. También habrá una casilla en donde podrá enviar sus sugerencias al establecimiento (Véase Ilustración 41).

5.7. Descripción de Usuarios

Usuario General

El usuario general es quien maneja el dispositivo móvil y quien hace uso de las opciones existentes en el aplicativo. Es quien recibe la información de ubicación, el servicio a domicilio cuando se registra a la base de datos de la cafetería, consulta el menú de productos, la información de promociones o eventos, y tiene la opción de votar por sus platillos y sucursales favoritos.

Usuario Cafetería

El usuario cafetería es la empresa que adquiere la aplicación para brindársela a sus clientes. Ellos son los encargados de recibir los pedidos a domicilio, mediante el aplicativo móvil, a su correo electrónico y enviarlos a la dirección que especifique el usuario general.

Usuario Administrador

El usuario administrador es quien crea y administra la plataforma de la aplicación, sube el software a las tiendas en línea de los dispositivos móviles, además de encargarse de actualizar los datos, de manejar la base de datos con los clientes y verifica que el aplicativo funcione correctamente.

5.8. Plan de Mercadeo

El plan de mercadeo dirigido hacia el producto, permitirá determinar qué estrategias comerciales se debe implementar para lograr el mayor beneficio y analizar los detalles primordiales del aplicativo para extraer las principales ventajas competitivas.

En este aspecto, se detalla cómo se implementará las estrategias de servicios al cliente y como se atraerá su atención hacia el producto y sus beneficios. En la estrategia de precios se determinará los valores establecidos para la aplicación móvil de manera general, el valor que se obtendrá por las compras mediante el dispositivo móvil y por actualización de información.

5.8.1. Estrategias de Servicios

Con la estrategia de servicios implementada en el producto, buscamos no solo el interés del cliente, sino su satisfacción de los beneficios que obtiene al adquirir esta herramienta para su negocio.

De manera muy detallada se presentarán cada una de las características del producto y así justificar como su funcionalidad ayuda la empresa que desea adquirirla:

Geolocalización de locales: Garantizará la fácil ubicación de locales para los consumidores de cafeterías de la ciudad de Guayaquil. Información exacta, concisa y real.

Galería de Productos: Catálogo original e innovador de los productos con sus respectivos precios.

Registro de Usuarios: Da confiabilidad al usuario de la aplicación, ya que podrá estar seguro que sus datos estarán protegidos por una base de datos confidencial de la cafetería.

Servicio a domicilio: Servicio moderno y a la altura de grandes marcas mundiales que lo ofrecen, implementa lo último de la tecnología móvil para facilitar a los usuarios el ahorro de tiempo al momento de adquirir un producto.

Favoritos y Sistema de Votación: Ofrece interactividad, además de recomendar y sugerir, dándole al usuario la importancia e inclusión dentro de la aplicación que con seguridad lo hará volver a utilizarla.

Agenda – Medio de Información: Medio informativo sobre las actividades que realice la cafetería (cupones, promociones, eventos artísticos o culturales), que permanecerá constantemente actualizado sirviendo como una pequeña guía móvil para el usuario.

Se presentará la propuesta del proyecto, y se recibirán sugerencias y comentarios, fomentando así, una retroalimentación entre la empresa interesada en obtener el aplicativo y la empresa desarrolladora del mismo, logrando convencer de que esta herramienta brindará un servicio de calidad acorde al negocio de nuestros compradores.

5.8.2. Estrategias de Precios

Establecer el precio del aplicativo nos ayudará a recuperar la inversión inicial efectuada para el desarrollo del proyecto.

El aplicativo tendrá un coste inicial de \$25.000, y si los establecimientos interesados en la aplicación, desean adicionar más opciones a la estructura de la herramienta, entonces el valor aumentará o se procederá a negociar.

Precios adicionales:

Mantenimiento de la aplicación: \$850 trimestrales

Considerando para este precio:

Actualización de información que incluye fotos y precios de productos, nuevos locales y demás información que deba ser añadida o actualizada.

Se receptorá el 30% por cada transacción de pedido a domicilio mediante la aplicación. Con estos costos tendremos ingresos extras aisladamente de lo que se estima que recibiremos por la aplicación en sí, puesto que estos establecimientos aumentan sus precios, realizan la apertura de nuevos locales, y se debe mantener actualizada la sección de agenda y geolocalización, para que el usuario se encuentre correctamente informado sobre lo que sucede con respecto a la cafetería.

5.8.3. Canales de Distribución

Los canales de distribución nos ayudarán a difundir la aplicación en el mercado local y turístico de la ciudad de Guayaquil.

A continuación detallaremos cuales son los escogidos para realizar dicha tarea:

Tiendas de Software en línea

Las tiendas de los diferentes dispositivos móviles almacenarán la aplicación, en donde el usuario podrá descargar la herramienta en su teléfono inteligente, tableta u otro terminal que soporte la descarga del aplicativo.

Código QR

El código QR compila en su matriz de barras el hiperenlace de descarga del aplicativo. Se lo implementará en los diferentes empaques de la

cafetería, volantes, afiches y prensa escrita, para que al momento en que el usuario lo observe, con su lector de código de barra, proceda a ingresar a la dirección que se encuentre almacenada.



Ilustración 42: Ejemplo de Código QR.

5.8.4. Promoción

El siguiente paso a seguir, es ponerse en contacto con los respectivos clientes potenciales, a los cuales se les explicará de manera pertinente:

Concepto del producto

Definición correcta del producto, estableciendo en pocas palabras el concepto que se desea implementar en el mismo y la ayuda que brinda a todas las partes involucradas.

Beneficios y ventajas

Se explicará cómo esta herramienta ayudará al negocio interesado en cada uno de sus aspectos.

Aumento y Fidelidad de clientela

Mediante un convenio de pedidos en línea con la cafetería a través de la aplicación móvil, se busca efectuar este servicio para los consumidores, que a través del desarrollo de este sistema, busca atraer más clientes. Se justifica el convenio ya que en la actualidad, las cafeterías de Guayaquil no cuentan con entrega a domicilio de sus productos.

Posicionamiento de marca

Al no existir una herramienta móvil que brinde este tipo de servicio en la ciudad de Guayaquil, la empresa que lo adquiera se posicionará como la primera en el mercado, ganando el reconocimiento de quienes constantemente se mueven el campo digital.

De esta forma, se espera captar el interés de las empresas que se verán beneficiadas con nuestro producto, que a su vez será re direccionado mediante la publicidad adecuada, a sus consumidores para su posterior uso.

5.9. Análisis Financiero

5.9.1. Financiamiento del Proyecto

En el financiamiento del proyecto, se detalla en cantidad, nombres y valores, todos los gastos materiales y de producción que se necesitaran para el desarrollo del aplicativo móvil. Se considera, entre otras cosas, personal y su salario, equipos de oficina y prestamos realizados para iniciar la inversión.

Personal		
Cantidad	Ocupación	Salario
1	Diseñador Gráfico	\$ 350
2	Programador	\$ 600
TOTAL		\$ 950

Tabla 7: Descripción de gastos de personal.

Equipo de Oficina		
Cantidad	Equipo	Valor
2	Computadora de Escritorio	\$ 1.600
1	Disco Duro	\$ 100
1	Licencias: Adobe + iOS + Android	\$ 2.000
TOTAL		\$ 3.700

Tabla 8: Descripción de gastos de oficina.

Gastos Generales		
Cantidad	Nombre	Valor
-	Luz eléctrica	\$ 55
-	Agua	\$ 23
-	Internet	\$ 30
TOTAL		\$ 108

Tabla 9: Descripción de gastos generales.

Préstamo Bancario		
Cantidad	Préstamo	Valor
1	Préstamo Bancario	\$ 15.000
TOTAL		\$ 15.000

Tabla 10: Préstamo Bancario.

5.9.2. Proyecciones de Ventas y Gastos

Mantenimiento trimestral	\$ 850
Valor Empresas	\$ 25.000
Valor por pedidos mediante la aplicación (Ejemplo: \$5 transacción – 30% de este valor: \$1,50)	\$ 1,50

VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Mantenimiento	4	8	24
Total	\$ 3.400	\$ 6.800	\$ 20.400
Pedidos Aplicación	4500	9000	18000
Total	\$ 6.750	\$ 13.500	\$ 27.000
Empresas	1	1	1
Total	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
Ingreso Total	\$ 35.150	\$ 45.300	\$ 72.400

Tabla 11: Proyección de Ventas.

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Sueldos Personal	\$ 11.400	\$ 11.400	\$ 11.400
Servicios Básicos	\$ 660	\$ 660	\$ 660
Licencias	\$ 2.000	\$ 0	\$ 0
Equipo de oficina	\$ 3.700	\$ 0	\$ 0
Internet	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Préstamo	\$ 4.163	\$ 4.163	\$ 4.163
Gasto Total	\$ 24.365	\$ 18.665	\$ 18.665

		Dividendo	Capital	Interés	
Préstamo Bancario	\$ 10.000	Año 1	\$ 4.163	\$ 2.963	\$ 1.200
Plazo (año)	3	Año 2	\$ 4.163	\$ 3.319	\$ 844
Tasa	12,00%	Año 3	\$ 4.163	\$ 3.717	\$ 446
		TOTAL	\$ 18.736	\$ 15.000	\$ 3.736

Tabla 12: Proyección de Gastos.

5.9.3. Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALDO ANTERIOR		-\$ 10.000	\$ 2.867	\$ 31.583
Ingresos				
Ventas		\$ 35.150	\$ 45.300	\$ 72.400
Total Ingresos		\$ 35.150	\$ 45.300	\$ 72.400
Egresos				
Inversión Inicial	-\$ 10.000			
Sueldos		\$ 11.400	\$ 11.400	\$ 11.400
Servicios Básicos		\$ 660	\$ 660	\$ 660
Internet		\$ 360	\$ 360	\$ 360
Préstamo (dividendo)		\$ 4.163	\$ 4.163	\$ 4.163
Licencias		\$ 2.000	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos		\$ 3.700	\$ 0	\$ 0
Total Egresos	-\$ 10.000	\$ 22.283	\$ 16.583	\$ 16.583
Flujo Caja	-\$ 10.000	\$ 12.867	\$ 28.717	\$ 55.817
Flujo Neto	-\$ 10.000	\$ 2.867	\$ 31.583	\$ 87.400
Caja Final	-\$ 10.000	\$ 2.867	\$ 31.583	\$ 87.400

Tabla 13: Flujo de Caja.

5.9.4. Retorno de Inversión

Tasa Interna de Retorno	TIR	168%
Valor Actual Neto	VAN	\$ 71.381
Tasa de Descuento	I%	12%
Número de períodos (años)	N	3

Tabla 14: Retorno de Inversión.

CAPITULO VI

6.1. Conclusiones

En la actualidad, implementar los sistemas de información a la creciente tecnología móvil que se desarrolla tanto en el mundo entero como en nuestro país, es prácticamente un deber entre los negocios que se desenvuelven dentro del mercado local, para su desarrollo económico y social.

El sector alimenticio del Ecuador se ha visto descuidado dentro del campo de las aplicaciones móviles, y es por esto que surge la necesidad de implementar una herramienta que beneficie a los consumidores, en el caso de este proyecto, las cafeterías.

Las cafeterías, además de satisfacer el apetito de las personas, brindan un ambiente cálido y de relajación para quienes acuden a este tipo de establecimientos. Son entornos abiertos para todo tipo de público, con un sinfín de comodidades que persuaden a regresar una y otra vez, y esta es la razón por la que se motivó a la exploración de este tema, es por eso que al desarrollar y analizar los diferentes puntos que conforman este documento, hemos llegado a la conclusión que su inmersión dentro del mundo móvil debe de ser inminente.

La difusión de las ubicaciones y servicios de las cafeterías mediante un aplicativo móvil, promoverán la afluencia de habitantes y turistas a estos lugares y puede beneficiar tanto a quienes deseen la información (usuarios de dispositivos móviles) como a los empresarios que implementen estas herramientas a sus respectivos negocios. De la forma en que se la aprecie, una aplicación para dispositivos inteligentes es un instrumento provechoso para todas las partes involucradas en su desarrollo y ejecución.

6.2. Recomendaciones

Se propone que las empresas que se encuentran en el negocio de cafeterías implementen sus negocios en el mundo móvil, mediante una aplicación con las características del presente proyecto, el cual le puede traer numerosos beneficios como el aumento de ventas así como un mejor posicionamiento de la marca con respecto a las demás empresas del sector, en un campo que aún está totalmente inexplorado.

Es importante analizar las plataformas en las que se elaborará este proyecto, el poder lanzarlas mediante los recursos adecuados garantizará su correcta difusión dentro de su segmento de mercado y su posterior correcto uso dentro del mismo. El paso más importante que se llevará a cabo al finalizar el presente proyecto, es la implementación del aplicativo, que esta direccionado específicamente a la ciudad de Guayaquil y lo recomendable sería, algún tiempo después de su lanzamiento, introducirla en el mercado de las cafeterías de las demás provincias del Ecuador. Expandirla, motivará y persuadirá al ecuatoriano a querer indagar en este nuevo campo de los sistemas de información y servicios de pagos mediante aplicaciones en dispositivos móviles derivado para las cafeterías y sus servicios.

Con el correcto personal que dirija la evolución de esta herramienta móvil, está garantizado el éxito de la misma, al tratarse de dispositivos en permanente actualización, es importante tener a profesionales capacitados y especializados en el área que garanticen un excelente funcionamiento de todos los sistemas que rodean este sistema tecnológico. La evolución del aplicativo dependerá de las necesidades de sus usuarios, se recomiendan revisiones permanentes para identificar ausencia de información requerida que deba ser incluida, además de actualizaciones y el mantener la relación cliente – cafetería – empresa desarrolladora, para el progreso de todas las partes, escuchar sugerencias y comentarios que aporten al beneficio del futuro de la aplicación como un medio de ayuda para la sociedad para su entretenimiento y sano esparcimiento.

BIBLIOGRAFÍA

B&V Apps S.L. (s.f.). Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de Sitio web de B&V Apps S.L.: <http://www.byvapps.com/aplicaciones-multiplataforma-servicios.html#sub1>

Batura Mobile Solution. (5 de Junio de 2012). Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de Sitio web de Batura Mobile Solution: <http://blog.aplicacionesmovil.com/iphone/los-medios-de-comunicacion-y-los-moviles/>

Clavé, S. A., & Reverté, F. G. (2008). *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico*. Editorial UOC.

Descubre Apple. (8 de Julio de 2013). (C. Villar, Ed.) Recuperado el 19 de Febrero de 2014, de Sitio Web de Descubre Apple: <http://www.descubreapple.com/app-store-cumple-5-anos-esta-historia-cifras.html#comments>

Dolce Incontro. (2009). Recuperado el 2014 de Febrero de 18, de Sitio Web de Dolce Incontro: http://www.dolceincontro.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=45&Itemid=54

El Androide Libre. (16 de Junio de 2011). Recuperado el 19 de Febrero de 2014, de Sitio Web de El Androide Libre: <http://www.elandroidelibre.com/2011/06/la-aplicacion-oficial-de-starbucks-para-android.html>

El Universo. (19 de Octubre de 2011). Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de www.eluniverso.com: <http://www.eluniverso.com/2011/10/20/1/1534/urdesa-aroma-cafe.html>

El Universo. (18 de Abril de 2012). Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de <http://www.eluniverso.com>: <http://www.eluniverso.com/2012/04/19/1/1534/un-rincon-bastante-dulce.html>

Eroski Consumer. (22 de Julio de 2013). (A. Delgado, Ed.) Recuperado el 2 de Marzo de 2013, de Sitio Web de Eroski Consumer: <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/software/2013/07/22/217309.php>

- Google Play. (2013). Recuperado el 13 de Marzo de 2014, de <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.brennasoft.findastarbucks>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2 de Abril de 2013). Recuperado el 15 de Febrero de 2014, de Sitio web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=573%3Alos-usuarios-de-telefonos-inteligentes-smartphone-se-incrementaron-en-un-60&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.
- Letham, L. (2001). *GPS fácil. Uso del sistema de posicionamiento global* (Vol. I). Arizona, Estados Unidos: Paidotribo .
- Liberos, E. (2013). *El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad*. Madrid: ESIC Editorial.
- Los Angeles Times. (9 de Junio de 2013). (D. C. Chmielewski, Ed.) Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de Sitio Web de Los Angeles Times: <http://www.latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-et-ct-nielsen-study-social-networking-smartphone-tablet-20130609,0,2382756.story#axzz2tjpVPztd>
- Ortíz, F. (2008). *Operaciones Básicas y Servicios Cafetería y Bar*. Ediciones Paraninfo S.A.
- PC World. (17 de Marzo de 2009). (S. Lawson, Ed.) Recuperado el 19 de Febrero de 2014, de Sitio Web de PC World: <http://www.pcworld.com/article/161410/article.html>
- PC World En Español. (27 de Agosto de 2013). (J. Acevedo, Ed.) Recuperado el 4 de Marzo de 2014, de Sitio Web de PC World En Español: <http://www.pcworldenespanol.com/201308278591/aplicaciones-moviles/asi-es-el-uso-de-las-aplicaciones-moviles-en-el-mundo-infografia.html>
- Rosenblatt, L. (2004). *El café: un nuevo ingrediente en tu cocina*. Intermón Oxfam Editorial.
- RTVE. (8 de Marzo de 2012). (Á. Ibáñez, Ed.) Recuperado el 19 de Febrero de 2014, de Sitio Web de RTVE:

<http://www.rtve.es/noticias/20120308/google-play-nuevo-nombre-del-android-market-reconvertido-centro-entretenimiento/505806.shtml>

Setién, M. d. (1999). *Bar y Cafetería: manual profesional*. Madrid, España: Norma.

Tendencias 21. (6 de Julio de 2011). (M. d. García, Ed.) Recuperado el 19 de Febrero de 2014, de Sitio Web de Tendencias 21: http://www.tendencias21.net/Starbucks-refuerza-su-comercio-movil-con-una-aplicacion-de-tarjeta-regalo_a6956.html

GLOSARIO

Constantinopla: Nombre con el que solía llamar a la ciudad de Estambul. Su designación se debe al emperador romano en aquella época, Constantino.

Art nouveau: Se la denomina también modernismo y es un estilo artístico que tiene su origen a finales del siglo XX, que llama al arte a ser parte de la vida moderna, aprovechando descubrimientos técnicos.

IBM: Sus siglas significan International Business Machines (en inglés) y es una empresa estadounidense de tecnología y consultoría.

RIM: Sus siglas significan Research in Motion (en inglés) y es una empresa multinacional canadiense de telecomunicaciones.

EDGE: Es el acrónimo designado para Enhanced Data Rates for GSM Evolution (Tasas de Datos Mejoradas para la evolución de GSM).

iPhone: Teléfono inteligente diseñado y comercializado por la empresa estadounidense Apple.

iPod Touch: Es un reproductor multimedia que permite conectarse a internet mediante WI-FI, diseñado y comercializado por la empresa estadounidense Apple.

iPad: Tabletas diseñadas y comercializadas por la empresa estadounidense Apple, que tiene funciones de teléfono móvil inteligente y computadora portátil.

App: Abreviatura de la palabra en inglés 'application', que en español significa aplicación.

Framework: En español significa marco de trabajo y es un esquema para el desarrollo e implementación de una aplicación.

JQuery Mobile: Es un framework de desarrollo, que permite crear aplicaciones para móviles, completamente funcional.

ANEXOS

Modelo de Encuesta

Encuesta para la propuesta de medios de información turística personalizada para ubicación de cafeterías de la ciudad de Guayaquil a través de una aplicación móvil.

Lo invitamos a participar en la siguiente encuesta, realizada para analizar el impacto de la implementación de un sistema móvil que permita informar al ciudadano y turista de Guayaquil sobre la ubicación de cafeterías y sus variados servicios en nuestra ciudad. De antemano le agradecemos su respuesta.

Que tenga un buen día.

Sexo F M

Edad

1. ¿Cuál es su ocupación?

Trabajo Estudio Ambas

2. ¿Con qué frecuencia acude usted a una cafetería en la semana?

Todos los días Algunas veces Solo ocasiones especiales
(reunión social o negocios)

3. ¿Se le dificulta a usted encontrar una cafetería cerca del lugar donde se encuentra?

Si No pase pregunta 7

4. ¿Cuál es el motivo por el que se le dificulta encontrar una cafetería de su agrado cerca del lugar donde se encuentra?

Desconocimiento del sector Desconocimiento de la existencia de
locales de la cafetería No dispone del tiempo suficiente para
buscar

Otro

5. ¿Considera usted que sería útil una aplicación que le brinde información sobre la ubicación más cercana de cafeterías?

Si No

6. ¿Dispone usted del tiempo suficiente para desayunar antes o minutos previos a su jornada laboral o universitaria?

Si No

7. ¿Le interesaría una aplicación móvil que le ofrezca servicio a domicilio de desayunos ejecutivos?

Si No

8. ¿Qué sistema operativo utiliza su dispositivo móvil?

iOS Android Blackberry Windows Phone

Otro

9. ¿Qué tipo de aplicaciones móviles descarga en su dispositivo?

Comida Música Noticias Fotografía Redes Sociales

Bancarias Entretenimiento Turismo Geolocalización

Otro