



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO ELECTRONICO**

**TEMA:**

**Desarrollo de plataforma virtual para empresas de mandados  
“Soluciones Express” en el sector urbano de la ciudad de  
Babahoyo**

**AUTOR (ES):**

**Toro López, Bayron Jair  
Tenemaza Jiménez, Christian Andrés**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de  
Ingeniero en Comercio Electrónico**

**TUTOR (A):**

**Ing. Castañeda Clark María Del Carmen, MAE**

**Guayaquil, Ecuador**

**11 de septiembre del 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO ELECTRONICO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Toro López, Bayron Jair y Tenemaza Jiménez, Christian Andrés**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**.

**TUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Castañeda Clark María Del Carmen, MAE**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Ulloa Armijos Ana del Rosario, MAE**

**Guayaquil, 11 de septiembre del 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO ELECTRONICO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **Toro López, Bayron Jair y Tenemaza Jiménez, Christian  
Andrés.**

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Desarrollo de plataforma virtual para empresas de mandados “Soluciones Express” en el sector urbano de la ciudad de Babahoyo** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 11 de septiembre del 2018**

**AUTOR**

**AUTOR**

f. \_\_\_\_\_  
**Toro Lopez, Bayron Jair**

f. \_\_\_\_\_  
**Tenemaza Jiménez, Christian  
Andrés**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO ELECTRONICO**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **Toro López, Bayron Jair y Tenemaza Jiménez, Christian  
Andrés.**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Desarrollo de plataforma virtual para empresas de mandados “Soluciones Express” en el sector urbano de la ciudad de Babahoyo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 11 de septiembre del 2018**

**AUTOR:**

**AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_  
**Toro López, Bayron Jair**

f. \_\_\_\_\_  
**Tenemaza Jiménez, Christian  
Andrés**

## ESPACIO PARA REPORTE URKUND

Secure | <https://secure.orkund.com/view/40110651-406225-337853#q1bKLvayio7VUJSrOTM/LTMtMTsxlTIWYMQgFAA==>

**URKUND** MARIA CASTANEDA CLARK (maria.castaneda02)

**Documento:** [TESIS FINAL.docx](#) (D40979413)

**Presentado:** 2018-08-26 11:16 (-05:00)

**Presentado por:** maria.castaneda02@cu.ucsg.edu.ec

**Recibido:** maria.castaneda02.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 29 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

**Lista de fuentes** Bloques

| Categoría | Enlace/nombre de archivo                                    |
|-----------|---|
|           | <a href="#">tesis_proyecto_avance_servicio_express.docx</a> |
|           | <a href="#">Tesis_Garzon_Mera_Pre.docx</a>                  |
|           | <a href="#">Tesis_Garzon_Mera_Pre.docx</a>                  |
|           | <a href="#">AVANCE TESIS AL 20 DE AGOSTO DEL 2018.docx</a>  |
|           | <a href="#">TESISLALANGUMLLANDAN.docx</a>                   |

Fuentes alternativas

0 Advertencias... Reiniciar Exportar Compartir

```
INCLUDEPICTURE *</span>
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Logo_UCSG.svg/2000px-Logo_UCSG.svg.png" *
MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE *
http://
upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Logo_UCSG.svg/2000px-Logo_UCSG.svg.png" * MERGEFORMATINET
INCLUDEPICTURE "http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Logo_UCSG.svg/2000px-
Logo_UCSG.svg.png" * MERGEFORMATINET INCLUDEPICTURE
"http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Logo_UCSG.svg/2000px-Logo_UCSG.svg.png" *
MERGEFORMATINET
INCLUDEPICTURE "http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Logo_UCSG.svg/2000px-
Logo_UCSG.svg.png" * MERGEFORMATINET
INCLUDEPICTURE *
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Logo_UCSG.svg/2000px-Logo_UCSG.svg.png" *
```

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco especialmente a mis padres por que gracias a su esfuerzo y sacrificio, a los valores éticos y morales que me han enseñado, a mostrarme que las cosas se ganan con trabajo y consistencia, gracias a todo eso he tenido la oportunidad de formarme como profesional.*

*Agradezco a mis amigos y colegas con quienes me he formado como persona y como profesional, a quienes me han ayudado y me han brindado y me han compartido su conocimiento sin esperar nada a cambio.*

*Agradezco a nuestra tutora de tesis por habernos guiado durante todo el proceso de titulación con paciencia y profesionalismo.*

*Agradezco a la UCSG por haberme dado la oportunidad de aprender y crecer dentro de sus instalaciones no solo como profesional sino también como persona, gracias a todos los docentes que con paciencia y dedicación impartieron sus conocimientos con nosotros.*

*Agradezco a todas las personas que de alguna forma me ayudaron a llegar es este momento en mi vida.*

*Bayron Toro López*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a mis padres y hermanos que me apoyaron en todo mi proceso de estudios universitarios y me guiaron a tomar decisiones correctas en mi vida y proceso académico.*

*Agradezco a mis amigos y buenos compañeros del colegio y la universidad, por haber pasado esta nueva etapa con ellos esperando que continuemos reforzando nuestros conocimientos e implementado el comercio electrónico en el Ecuador.*

*Agradezco a la empresa Quality Trade Serivices Q.T.S, por haberme brindado las facilidades para estudiar sin ningún inconveniente estos 5 años de mi carrera universitaria en la UCSG.*

*Agradezco a nuestra tutora de titulación por habernos guiado y apoyado en todo momento, para poder llevar a cabo el presente proyecto.*

*Agradezco especialmente a una persona que me alentó a continuar y a esforzarme para obtener mi Título de Ingeniero en Comercio Electrónico.*

*Christian Tenemaza*

## DEDICATORIA

*Este trabajo esta dedicado especialmente a mis padres Jair Toro y Nancy López sin ellos no podría haber llegado hasta esta meta de mi vida, espero poder devolver toda la confianza que me han brindado en todo el transcurso de mis estudios, mi mayor meta es que se sientan orgullosos de mi no solo como profesional sino como persona, los quiero mucho.*

*A mis hermanos Brandon y Christian esperando ser un buen ejemplo de hermano y profesional, los quiero mucho.*

*A Leslee Hidalgo Castro por que gracias a ella he crecido y madurado como persona, por haberme alentado a seguir cuando menos motivación tenia, además de ayudarme a superar muchos problemas, gracias por disfrutar la vida conmigo, te quiero.*

*También a todas las personas que formaron parte de mi vida en algún momento y me ayudaron a crecer y mejorar como persona, muchas gracias.*

*Bayron Toro López*

## DEDICATORIA

*Este trabajo esta dedicado a mis padres y hermanos que estuvieron apoyandome en todo momento para poder cumplir esta meta, agradecido de haberme graduado en esta prestigiosa Universidad.*

*A mis profesores que a lo largo de mi proceso de estudios, compartieron sus conocimiento y nos ayudaron a desarrollarnos profesionalmente.*

*A mis amigos, que me ayudaron a poder culminar el presente proyecto de titulación.*

*Christian Tenemaza*



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO ELECTRONICO  
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Castañeda Clark María Del Carmen, MAE**

**TUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Pincay Ponce Noralma Eillen, MAE**

**OPONENTE**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Ulloa Armijos Ana del Rosario, MAE**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL #1**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Cruz Luzuriaga María Isabel, MSIG**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL #2**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO ELECTRONICO**

## **CALIFICACIÓN**

---

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Castañeda Clark María Del Carmen, MAE**

**TUTORA**

# ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| CAPITULO 1 .....  | 2  |
| 1  DIAGNÓSTICO.....   | 2  |
| 1.1  Antecedentes.....                                      | 2  |
| 1.2  Objetivos.....   | 9  |
| 1.3  Resultados Esperados.....                              | 10 |
| 1.4  Dimensión de Variables.....                            | 11 |
| 1.5  Relación del Proyecto con el Programa de estudio ..... | 13 |
| CAPITULO 2.....   | 14 |
| 2  MARCO TEÓRICO.....                                       | 14 |
| 2.1  Comercio Electrónico.....                              | 14 |
| 2.2  Sitio Web .....  | 16 |
| 2.3  Tecnología para su Desarrollo.....                     | 18 |
| 2.4  Social Media Marketing.....                            | 20 |
| 2.5  Pasarela de Pagos .....                                | 24 |
| 2.6  Servicio de Mandados a domicilio .....                 | 26 |
| CAPITULO 3.....   | 27 |
| 3  METODOLOGÍA Y DIAGNÓSTICO .....                          | 27 |
| 3.1  Diseño metodológico .....                              | 27 |
| 3.2  Métodos y técnicas de investigación .....              | 29 |
| CAPITULO 4.....   | 34 |

|   |    |
|---|----|
| 4. PROPUESTA .....                                      | 34 |
| 4.1 Introducción .....                                  | 34 |
| 4.2 Público Objetivo .....                              | 35 |
| 4.3 Competencia.....                                    | 35 |
| 4.4 Diseño de Plataforma Virtual .....                  | 36 |
| 4.4.1 Diseño de Sitio Web .....                         | 36 |
| 4.4.2 Aplicación Web .....                              | 37 |
| 4.4.3 Forma de Pago .....                               | 37 |
| 4.5 Estructura del sitio Web.....                       | 38 |
| 4.5.1 Menús .....                                       | 38 |
| 4.5.2 Incentivo .....                                   | 38 |
| 4.5.3 Complementos adicionales.....                     | 39 |
| 4.6 Pasos para comprar mediante la aplicación web ..... | 39 |
| 4.7 Publicación de Plataforma.....                      | 40 |
| 4.7.1 Hosting.....                                      | 40 |
| 4.7.2 Dominio.....                                      | 40 |
| 4.8 Datos Técnicos.....                                 | 40 |
| 4.9 Certificado SSL.....                                | 42 |
| 4.10 Posicionamiento Web.....                           | 43 |
| CAPITULO 5.....   | 44 |
| 5. PLAN DE TRABAJO .....                                | 44 |

|                  |                                |    |
|------------------|--------------------------------|----|
| 5.1              | Cronograma de actividades..... | 44 |
| 5.2              | Recurso .....                  | 45 |
| 5.3              | Presupuesto .....              | 46 |
| CAPITULO 6.....  |                                | 47 |
| 6.               | CONCLUSIONES.....              | 47 |
| CAPITULO 7.....  |                                | 49 |
| 7.               | RECOMENDACIONES .....          | 49 |
| REFERENCIAS..... |                                | 50 |
| ANEXOS .....     |                                | 52 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1.</b> Dimisión y definición de variables.....   | 11 |
| <b>Tabla 2.</b> Dimisión y definición de variables.....   | 12 |
| <b>Tabla 3.</b> Cuadro comparativo de uso de redes sociales en Ecuador:.....                        | 23 |
| <b>Tabla 4.</b> Estadística de T.I.C Provincia de Los Ríos.....                                     | 24 |
| <b>Tabla 5.</b> Principales Pasarelas de Pago en Ecuador.....                                       | 25 |
| <b>Tabla 6.</b> Población de la ciudad Babahoyo .....   | 28 |
| <b>Tabla 7.</b> Cuadro comparativo de competencia a nivel nacional .....                            | 36 |
| <b>Tabla 8.</b> Datos Técnicos del Hosting .....  | 41 |
| <b>Tabla 9.</b> Datos Técnicos WordPress .....  | 42 |
| <b>Tabla 10.</b> Características de Certificado SSL emitido por Godaddy .....                       | 43 |
| <b>Tabla 11.</b> Cronograma de actividades.....   | 44 |
| <b>Tabla 12.</b> Detalle de Presupuesto .....   | 46 |
| <b>Tabla 13.</b> Frecuencia variable género de los encuestados. ....                                | 62 |
| <b>Tabla 14.</b> Frecuencia variable edad del encuestado. ....                                      | 63 |
| <b>Tabla 15.</b> Frecuencia variable estado civil de los encuestados. ....                          | 64 |
| <b>Tabla 16.</b> Frecuencia variable porcentaje sector residencial.....                             | 65 |
| <b>Tabla 17.</b> Frecuencia variable de pertenencia de dispositivo electrónico en los usuarios..... | 66 |
| <b>Tabla 18.</b> Frecuencia variable de familiar con dispositivo electrónico .....                  | 67 |
| <b>Tabla 19.</b> Frecuencia variable de acceso a internet desde dispositivo móvil.....              | 68 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 20.</b> Frecuencia variable de transacciones realizadas a través de internet.....  | 69 |
| <b>Tabla 21.</b> Frecuencia variable de motivos por los que no realizan transacciones por internet los usuarios.....  | 70 |
| <b>Tabla 22.</b> Frecuencia variable importancia de servicios que le gustaría solicitar a los usuarios calificándolos siendo 1 más importante y 6 menos importante..... | 71 |
| <b>Tabla 23.</b> Frecuencia variable de que tanto les gustaría a los usuarios un servicio de mandados y encomiendas en la ciudad.....                                   | 72 |
| <b>Tabla 24.</b> Frecuencia variable de precios a pagar.....  | 73 |
| <b>Tabla 25.</b> Frecuencia variable formas en que desearían pedir el servicio los usuarios. ....   | 74 |
| <b>Tabla 26.</b> Frecuencia variable usuarios que conocen la empresa Solución Express.....  | 75 |
| <b>Tabla 27.</b> Frecuencia variable de uso de los servicios por parte de usuarios que conocen la empresa.....  | 76 |
| <b>Tabla 28.</b> Frecuencia variable desde que medio se solicitó el servicio. ....  | 77 |
| <b>Tabla 29.</b> Frecuencia variable aceptación de página web por parte de la empresa para brindar sus servicios. ....  | 78 |
| <b>Tabla 30.</b> Frecuencia variable preferencia de forma de pago. ....   | 79 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1.</b> Estadística INEC uso de dispositivos.....   | 52 |
| <b>Figura 2.</b> Proceso de Pasarela de Pago .....   | 52 |
| <b>Figura 3.</b> Caculo de Muestra.....  | 53 |
| <b>Figura 4.</b> Gráfico laboral de la Provincia de Los Ríos .....   | 53 |
| <b>Figura 5.</b> recuencia variable de género.....   | 63 |
| <b>Figura 6.</b> Variable edad.....  | 64 |
| <b>Figura 7.</b> Variable estado civil.....  | 65 |
| <b>Figura 8.</b> Porcentaje sector residencial.....  | 66 |
| <b>Figura 9.</b> Porcentaje pertenencia de dispositivo electrónico.....                                      | 67 |
| <b>Figura 10.</b> Porcentaje familiar con dispositivo electrónico.....                                       | 68 |
| <b>Figura 11.</b> Porcentaje acceso a internet desde dispositivo móvil.....                                  | 69 |
| <b>Figura 12.</b> Porcentaje de transacciones realizadas a través de internet.....                           | 70 |
| <b>Figura 13.</b> Porcentaje de motivos por las personas no realizan transacciones a través de internet..... | 71 |
| <b>Figura 14.</b> Comparación de aceptación para brindar servicio de entrega de medicinas.....               | 72 |
| <b>Figura 15.</b> Comparación de aceptación de usuarios sobre el modelo de negocio.....                      | 73 |
| <b>Figura 16.</b> Comparación de aceptabilidad precios.....  | 74 |
| <b>Figura 17.</b> Porcentaje de forma en que desearían pedir el servicio los usuarios.....                   | 75 |
| <b>Figura 18.</b> Porcentaje usuarios que conocen la empresa.....  | 76 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 19.</b> Porcentaje usuarios que han usado el servicio.....         | 77 |
| <b>Figura 20.</b> Porcentaje de forma en que se pidió el servicio.....       | 78 |
| <b>Figura 21.</b> Porcentaje aceptación de página web por los usuarios. .... | 79 |
| <b>Figura 22.</b> Porcentaje método de pago preferido. ....                  | 80 |
| <b>Figura 23.</b> Menú Inicio.....   | 82 |
| <b>Figura 24.</b> Menú Nuestra empresa.....                                  | 82 |
| <b>Figura 25.</b> Menú Servicios. ....                                       | 83 |
| <b>Figura 26.</b> Menú Empresas afiliadas.....                               | 83 |
| <b>Figura 27.</b> Menú Contáctenos.....                                      | 84 |
| <b>Figura 28.</b> Menú Trabaje con Nosotros.....                             | 84 |
| <b>Figura 29.</b> Aplicación de Pedidos: Principal.....                      | 85 |
| <b>Figura 30.</b> Aplicación de Pedidos: Datos del Cliente.....              | 85 |
| <b>Figura 31.</b> Información del pedido.....                                | 86 |
| <b>Figura 32.</b> Orden de pedido generada .....                             | 87 |
| <b>Figura 33.</b> Proceso de pago PayPal: Iniciar sesión.....                | 87 |
| <b>Figura 34.</b> Proceso de pago PayPal: Pagar ahora .....                  | 88 |
| <b>Figura 35.</b> Proceso de pago PayPal: Confirmación de pago.....          | 88 |
| <b>Figura 36</b> Proceso de pago: Efectivo. ....                             | 89 |
| <b>Figura 37.</b> Proceso de pago efectivo: correo de confirmación .....     | 89 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Anexo 1. Porcentaje de población con celular y redes sociales .....</b> | <b>52</b> |
| <b>Anexo 2. Pasarela de Pago .....</b>                                     | <b>52</b> |
| <b>Anexo 3. Tamaño de Muestra .....</b>                                    | <b>53</b> |
| <b>Anexo 4. Estadística Actividades Laborales .....</b>                    | <b>53</b> |
| <b><i>Anexo 5. Preguntas de Encuestas .....</i></b>                        | <b>54</b> |
| <b><i>Anexo 6. Estadística Actividades Laborales .....</i></b>             | <b>59</b> |
| <b><i>Anexo 7. Resultados de Encuestas.....</i></b>                        | <b>62</b> |
| <b>Anexo 8. Proceso de servicios .....</b>                                 | <b>81</b> |
| <b>Anexo 9. Capturas de Plataforma Virtual.....</b>                        | <b>82</b> |

## RESUMEN

El desarrollo del presente proyecto nace con el propósito de determinar la viabilidad de integrar nuevos medios de comunicación enfocados en la atención al cliente, presencia online y pago de los servicios solicitados todo por medio de una plataforma virtual reformando las estrategias de venta tradicional a una digital, para lo cual se tomó como muestra a los habitantes de la ciudad de Babahoyo del sector urbano y tomando como caso de estudios a la empresa “Solución Express”.

Para obtener información relevante del presente proyecto se utilizó el diseño de investigación no experimental transversal y como técnicas de investigación la elaboración de encuestas y entrevistas obteniendo variables cuantitativas y cualitativas relacionadas al servicio de mandados y encomiendas de la empresa Solución Express, ubicada en la ciudad de Babahoyo.

Los resultados de las encuestas determinaron que un gran porcentaje de la población le gustaría optimizar el proceso de solicitar un servicio a la empresa Solución Express, por medio de la plataforma virtual, y ahorrando tiempo. La entrevista realizada al gerente de Solución Express dio como resultado que a la directiva de la empresa les gustaría implementar medios tecnológicos que le ayuden a una mejor organización de procesos, satisfaciendo las necesidades del cliente.

Para finalizar el presente proyecto, se desarrolló una plataforma virtual, junto con la página web de la empresa, este será un nuevo canal de comunicación con sus clientes y a su vez estos podrán pagar los pedidos, además de que la aplicación web que permitirá optimizar recursos a la empresa teniendo los requerimientos categorizados y organizados.

***Palabras clave: mandados, pedidos, pagos online, encomiendas, motorizados.***

## ABSTRACT

The development of the current project's purpose is determining the feasibility of incorporating mass media focused on customer service, online presence and payment of services through a virtual platform renovating traditional sale strategies into a digital one, for which it was taken as sample to the inhabitants of urban sector from the city of Babahoyo and taking the company "Solución Express" as case of studies.

In order to get relevant information of the present project, the design of non-experimental research was used and as research techniques the elaboration of surveys and interviews, which resulted in obtaining quantitative and qualitative variables related to errands and parcels' service of the company 'Solución Express' located in the city of Babahoyo.

The surveys' results determined that a large percentage of the population would like to optimize the process of requesting a service from the company Solución Express through the virtual platform and saving time. The interview with the manager of Solución Express concluded that the company's directive board would like to implement technological means that contribute to a better organization of processes, fulfilling the client's needs.

To conclude this project, a virtual platform was developed, along with the company's website, this will be a new way to communicate with its customers and they'll be able to pay for their orders, in addition the web application will allow to optimize the company's resources, having the requirements categorized and organized.

***Key words: Errands, orders, online payments, parcels, motorized.***

# **CAPITULO 1**

## **1 DIAGNÓSTICO**

### **1.1 Antecedentes**

Las empresas de servicios de mandados y mensajería hace algunas décadas pasadas ofrecían a domicilio ciertos tipos de servicios de entrega de mercadería y productos, este tipo de negocio se ha podido adaptar a las nuevas necesidades de las personas, para que una gran variedad de cosas (alimentos, pagos de planillas de servicios, cobros, encomiendas y mandados personalizados) se puedan hacer sin que el usuario se tenga que mover de su hogar u oficina. Un factor que ha influenciado directamente es la optimización de actividades debido al avance tecnológico.

El crecimiento a gran escala de este tipo de negocio está sucediendo por el cambio de hábito de las personas y su limitado tiempo libre que disponen por la mayoría de las actividades diarias que realizan como trabajadores de oficinas, amas de casa o estudiantes. La mayoría de las personas prefieren la confortabilidad del hogar que al ruido de los espacios públicos. De acuerdo a un estudio realizado por Ebates y publicado por la editorial Grupo Mediano en su medio de difusión puromarketing enfocada en los canales digitales, indica que casi el 84% de los habitantes estadounidense prefieren comprar desde su casa,

de los cuales el 49% indican que es por la comodidad y le permiten ahorrar tiempo y dinero. (Santo, 2017)

En el Ecuador en su último estudio e-commerce realizado por la cámara de comercio de Guayaquil, indican que las ventas por internet han crecido un 25% (lideres, 2017). Por el ello, el servicio de mandados tiene un gran potencial y adaptación, ya que es más cómodo para el cliente no tener que desplazarse a realizar alguna gestión porque este tipo negocio es totalmente personalizado y es un servicio más abierto, adaptable a las necesidades de los usuarios.

El crecimiento constante de las empresas de mandados y el emprendimiento de personas ha ayudado a que sea un negocio estandarizado es decir una práctica común, que se ha expandido en diferentes ciudades del país, generando confianza a las personas a solicitar el servicio de mandados.

Para el Ecuador es algo nuevo, con apenas 3 años en el mercado existen varias ofertas que dan estos servicios en el país. En Manta hay 2 empresas dedicadas a esta labor como LAM (Logística, Abastecimiento y Mensajería) y Servi Motos, reconocidas en la región, estas se manejan a través de medios tradicionales como llamadas convencionales, celulares y redes sociales. A diferencia de Mandao y Gacela Delivery empresas que operan principalmente en la ciudad de Guayaquil y Quito que ofrecen sus servicios por medio de su

propia página web, plataforma virtual y redes sociales que le permiten a sus clientes realizar los pedidos.

En este documento, se tomará como caso de estudio a la empresa de mandados y encomiendas “Solución Express”, establecida en la Provincia de Los Ríos, en la ciudad Babahoyo. Entiéndase por mandados a la persona que realiza la función que por encargo de otra o un tercero realiza una gestión o trabajo sobre el cual no tiene poder de decisión. De acuerdo con la Real Academia de la lengua (RAE, 2017): “Persona que ejecuta una comisión por encargo ajeno”.

La empresa “Solución Express” es la única en la ciudad de Babahoyo por lo que busca afianzarse en el mercado ofreciendo a las personas su servicio de encomiendas y mensajería disponiendo de servicios como son: Entregas de comidas preparadas, entrega de encomiendas, compras de licores, compras de productos en supermercados y tiendas, pago de servicios básicos, trámites bancarios y legales y Encomiendas personalizadas. Pagos de Servicios abarca todo lo que son trámites que pueden ser pagados por terceras personas sin necesidad de que el titular esté presente. Encomiendas personalizadas abarca lo que son llevar o traer paquetería y documentación, o cualquier necesidad del cliente siempre y cuando se encuentre dentro del marco legal y se pueda realizar por la empresa. Solución Express requiere dar una mejor atención a los

clientes, por medio de la nueva tendencia tecnológica y estrategias de marketing por medio de internet.

Las encuestas realizadas en la ciudad de Babahoyo por la empresa “Solución Express” dio como resultado dos puntos importantes en los cuales se destacó como primer punto que el 80 % de los encuestados específicamente ubicados en el sector centro de la ciudad están dispuestos a utilizar el servicio de encomiendas y como segundo punto en otra de las preguntas realizadas se obtuvo que el 75 % nunca ha escuchado de un servicio parecido en la ciudad.

Con la obtención de estos datos se llegó a la conclusión de que en la ciudad de Babahoyo no existe ninguna empresa que de brinde este servicio y aproveche este nicho de mercado que le permita solucionar los problemas cotidianos a las personas, desde realizar una compra, hacer un pago de servicio o un trámite, es aquí donde Solución Express desea ayudar brindando su servicio, con la recopilación de la información brindada por la empresa se decidió desarrollar un sitio web para facilitar el acercamiento de su idea de negocio a sus futuros potenciales clientes.

### **1.1.1 Objeto de Estudio**

El objeto de estudio son los habitantes de la ciudad de Babahoyo del Sector Urbano que por diversos factores no disponen del tiempo para realizar

gestiones personales como pagos de servicios, gestiones de cobranzas o trámites legales e inclusive algún requerimiento de encomienda personalizado que requieran de una tercera persona para solventar su urgencia.

### **1.1.2 Campo de Estudio.**

El campo de estudio es el servicio de encomiendas por encargo, enfocado en el caso de estudio de la empresa Solución Express establecida en la Provincia de Los Ríos, en el sector urbano de la ciudad Babahoyo.

### **1.1.3 Origen del Problema**

El origen del problema se da que al ser una empresa nueva con gran demanda en la ciudad donde se encuentra operativa, requiere nuevos canales que optimicen los requerimientos de los clientes mediante el uso de las diferentes herramientas tecnológicas.

### **1.1.4 Formulación de Problema**

La creación de este proyecto se origina por la carencia de plataformas electrónicas que permitan una buena experiencia a los clientes que contratan sus servicios. Actualmente la empresa Solución Express se maneja de una forma tradicional por medio de llamadas telefónicas y mensajes por redes sociales causando que la atención no sea rápida ni óptima para el cliente final, actualmente existen diferentes medios electrónicos que ayudan al usuario tener

una mejor experiencia. Algunas empresas dedicadas al servicio de mandados y mensajería en el mundo utilizan su propia aplicación, páginas web y diferentes medios sociales de comunicación que le dan mayor seguridad al cliente.

Por medio de Páginas web los requerimientos estarán categorizados y el uso del aplicativo sería fácil e intuitivo, dando una solución rápida al momento de tener una urgencia.

#### **1.1.5 Delimitación del Problema**

El proyecto está enfocado en mejorar la forma en que los clientes contactan con la empresa ubicada en la ciudad de Babahoyo específicamente en los sectores urbanos de la ciudad y las ciudadelas aledañas, el tiempo que tomó el desarrollo del proyecto fue aproximadamente de cuatro meses en donde se realizaron investigaciones y procedimientos, además de las encuestas realizadas con la finalidad de poder lograr el éxito del proyecto en cuestión, se utilizarán herramientas y métodos aprendidos en la carrera de comercio electrónico, como son el desarrollo de un sitio web para posicionar a la empresa en el sector, la implementación de una aplicación web con la cual se busque atraer clientes nuevos y fidelizarlos con la marca, y la aplicación de estrategias de marketing digital para lograr mantener los actuales clientes de la empresa y lograr atraer nuevos.

### **1.1.6 Justificación**

El desarrollo de este proyecto se realizó con la finalidad de implementar nuevos canales de comunicaciones con la ayuda de la tecnología y el comercio electrónico, mejorando así la imagen corporativa de la empresa Solución Express, facilitando la comunicación con el cliente (B2C). Se llevó a cabo la implementación y desarrollo de un Sitio Web además de estrategias de marketing digital. La aplicación de todos estos procesos y métodos están fundamentados con las bases que se han dado en la carrera de comercio electrónico, además de la experiencia obtenida en las respectivas prácticas realizadas en el transcurso de los semestres anteriores.

### **1.1.7 Ideas a defender**

Este proyecto busca mejorar la manera en que la empresa llega a sus clientes por medio del uso del comercio electrónico y la tecnología actual. El proyecto busca desarrollar un sitio web que cumpla con las siguientes funciones:

- Facilitar la información de los servicios que se ofrecen a los clientes.
- Realizar el Pago Online por los Servicios Requeridos
- Atención al cliente referente a consultas y sugerencias.

- Acceso a los distintos servicios ofrecidos por la empresa.
- Medios de Comunicación (chat, redes sociales) que permita tener un contacto entre el cliente.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Mejorar la forma en que los clientes solicitan el servicio a la empresa Solución Express establecida en Babahoyo, por medio de la creación de un sitio web.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Desarrollar Plataforma Virtual que permita agilizar la forma en que los clientes piden un servicio a la empresa.
- Lograr que la imagen que ofrece la empresa a sus clientes sea más profesional y segura al momento de realizar sus pagos.
- Optimizar y organizar el manejo interno de los servicios de la empresa, mediante la aplicación web.

### **1.3 Resultados Esperados**

- Solicitar servicios mediante la aplicación Web del sitio.
- Mejorar la logística de la empresa categorizando sus requerimientos.
- Tener una identidad digital.

## 1.4 Dimensión de Variables

Mediante las siguientes tablas se procede a dar una explicación de las variables consideradas para el desarrollo del presente proyecto.

**Tabla 1.** Dimisión y definición de variables

| Tipo de Variable | Nombre de Variable | Definición  | Dimensión                                      | Indicadores  | Instrumentos | Escala valorativa |
|------------------|--------------------|---|--|--|--------------|-------------------|
| Dependiente      | Mandados           | Persona que ejecuta una comisión por cargo ajeno (Rae.es, 2017) | Solicitud de Servicio de mandados y mensajería | 1) Frecuencia de pedidos al día<br>2) Satisfacción de clientes<br>3) Tiempo de Entrega | Entrevista   | Si - No           |

**Tabla 2.** Dimisión y definición de variables

| Tipo de Variable | Nombre de Variable          | Definición  | Dimensión   | Indicadores   | Instrumentos | Escala valorativa |
|------------------|-----------------------------|---|---|---|--------------|-------------------|
| Independiente    | sistema de pago electrónico | Mediante este sistema de pago, permite que sea fácil la aceptación de pagos electrónicos vía internet en diferentes plataformas o pasarelas de pagos. (U. PANAMA) | PayPal<br><br>Tarjetas de Crédito y Debito<br><br>Trasferencia Bancaria | 1) Conoce a la Empresa<br>2) Tiene cuenta PayPal<br>3) Ha pagado por este medio<br><br>1) Tiene este servicio<br>2) Ha pagado por este medio.<br><br>1) Posee cuenta bancaria | Encuestas    | Si - No           |

## 1.5 Relación del Proyecto con el Programa de estudio

El desarrollo de este proyecto tiene como finalidad ayudar a la empresa Solución Express por medio del uso de las nuevas tecnologías y estrategias para impulsar y mejorar el rendimiento de esta. Todo esto se llevará a cabo con las bases y conocimientos obtenidos en las siguientes materias de la carrera de Ingeniería en Comercio Electrónico:

**Administración:** Matemática financiera, Probabilidad y estadística, Contabilidad básica, Contabilidad de costos, Metodología de investigación, Inglés técnico, Gestión y evaluación de proyectos.

**Comercio Electrónico:** Lenguaje de hipertexto, Programación web, Datos estructurados, Diseño y gestión de contenidos, Servidor web, Investigación de servicios web, Negociaciones virtuales, Intranet y extranet, Comunidad Virtual e interfase web, Modelo de negocios en comercio electrónico, Aspecto legal en comercio electrónico, E-Business, E-Marketing, Logística web, Auditoría de sitios web, Organización y métodos web.

**Diseño:** Diseño gráfico, Diseño y animación en 3D, Páginas dinámicas, Fotografía y video, Edición y modelado de imágenes.

## **CAPITULO 2**

### **2 MARCO TEÓRICO**

Dado que el proyecto central será la elaboración de un sitio web y una aplicación web en la cual se podrá realizar transacciones de pago, será necesario definir algunos conceptos centrales que apoyan a la tesis planteada.

#### **2.1 Comercio Electrónico**

##### **2.1.1 Concepto**

El Comercio electrónico está enfocado en la compra y venta de productos o servicios por medio del internet facilitando y agilizando los procesos dentro de las empresas (Merino, 2015). Básicamente permite el intercambio de la información necesaria para concretar las transacciones entre las empresas y sus clientes de forma limpia y segura para el cliente.

El comercio electrónico ya no es solo una opción para las empresas, sino que ha pasado a convertirse en un requerimiento más que debe implementarse en los modelos de negocios para poder mantenerse en la competitividad del mercado actual.

En el comercio electrónico como su nombre lo dice no existe contacto físico entre las partes que la integran. “En un sentido estricto solo se consideran operaciones de comercio electrónico a aquellas realizadas enteramente a través de medios digitales de comunicación como Internet,

Intranets, Extranets o sistemas de intercambio electrónico de datos”

(Gariboldi, 1999, pág. 3)

### **2.1.2 Historia**

Originalmente concepto de comercio electrónico se utilizaba para hacer referencia a la realización de transacciones mediante medios electrónicos, como por ejemplo el intercambio electrónico de datos. Sin embargo, con la llegada del internet a mediados de los años 90 se empezó a estandarizar su uso y se empleó de otras formas, permitiendo el pago electrónico por medio de tarjetas de crédito en sitios web. (Merino, 2015) Desde entonces su evolución es algo constante y su adopción en el mundo empresarial es todo un hecho.

La cantidad de transacciones comerciales que se realiza de forma electrónica ha crecido de forma extraordinaria gracias a que cada día hay más y mejores software y herramientas dedicadas específicamente para usarse en el comercio electrónico. Basado en lo que dicen (Torres Castañeda & Guerra Zaval):

La situación actual del comercio electrónico ha registrado un fuerte crecimiento a escala mundial, tanto en volumen de usuarios como volumen de sitios comerciales y sin duda alguna la inversión publicitaria en la red, por su volumen actual se puede considerar ya un medio de comunicación de masas (p.5).

## **2.2 Sitio Web**

### **2.2.1 Concepto**

Una Página Web o sitio Web es un espacio virtual en internet también conocido como la red, aquí se presenta el contenido para que las personas tengan acceso a la información a visualizar. Generalmente se conforman con varios documentos indexados HTML HyperText Markup Language (lenguaje de marcas de hipertexto) y programación de CSS (hojas de estilos en cascadas) que dan su atractivo visual.

Las páginas web que componen un sitio web deben tener un dominio y hosting, será el lugar donde estará alojada la estructura web para que puede estar al alcance de las personas en internet por medio de un navegador web. Para una mejor definición de acuerdo con la Real Academia Española (2017). Dominio es la “Denominación que identifica a un sitio en la red y que indica su pertenencia a una categoría determinada.” Y hosting en una definición en español es alojamiento el cual lo define la RAE (2017). Como “acción y efecto de alojar o alojarse”.

Por lo tanto, llamamos hosting o alojamiento web al servicio de almacenamiento que proporcionan estos servidores. Y los proveedores de hosting web, ofrecen ese espacio para alojar tus páginas web y que puedan estar disponibles las 24h del día y desde cualquier parte del mundo. (Acibeiro, 2017)

## **2.2.2 Clasificación de Páginas Web:**

Existen diferentes tipos de páginas web estas se pueden clasificar de acuerdo al tipo de negocio o al uso al que este enfocado, por ejemplo los sitios más comunes son las paginas institucionales, blogs y comercio electrónico.

### **2.2.2.1 Institucionales**

Los sitios institucionales están diseñados específicamente para alojar información de una empresa o negocio. Es decir, un sitio informativo con un diseño sencillo con pocas páginas con la información necesaria de la empresa.

### **2.2.2.2 Blogs**

Los blogs son otro tipo de página web generalmente se usan como un sitio personal, en la cual se publican artículos, noticias o contenidos con temas específicos.

### **2.2.2.3 Comercio electrónico**

Las páginas de comercio electrónicos son usadas para venta de artículos o servicios por medio de internet por ejemplo pedidos en línea, o reserva de servicios, permiten realizar las transacciones económicas mediante diferentes formas de pagos como tarjetas de crédito o débito o sitio afiliados como paypal, payza aceptados a nivel mundial.

## **2.3 Tecnología para su Desarrollo**

La naturaleza abierta de la web ofrece increíbles oportunidades para los desarrolladores que desean crear sitios web o aplicaciones online. Para sacar el máximo provecho de las capacidades de la web, se necesita saber cómo usarlas.

### **2.3.1 Gestores de Contenidos**

Un gestor de contenidos o CMS (Content Management System) es un software de código abierto que permite la creación, publicación y gestión de contenidos de un sitio web por medio de un panel administrable, una de sus características es optimizar el proceso de construcción de un sitio web proporcionando herramientas (plugin, complementos, plantillas) programados para ser utilizados sin tener que codificar ni crear tablas en bases de datos. Existen diferentes gestores de contenidos, para el desarrollo de este proyecto se usará WordPress por sus diferentes características y funcionalidad que permiten la creación del sitio web para la empresa “Solución Express”.

### **2.3.2. Wordpress**

Es uno de los gestores de contenidos más populares y más utilizados por empresas y personas que desean crear su sitio web para poder compartir contenido e información. Permite a cualquier usuario sin experiencia

gestionar su sitio web de una forma sencilla y fácil, sin necesidad que tengan conocimientos o experiencia en desarrollo como web máster o programador.

WordPress fue lanzado el 27 de mayo del 2003 y ha sido desarrollado en PHP. Desde su lanzamiento ha ido creciendo gracias a su facilidad de instalación, su tipo de licencia y la gran variedad de características con las que cuenta para gestionar contenido. Hoy en día existe una gran cantidad de contenido y una comunidad muy activa a la cual uno puede recurrir para aprender más sobre este fantástico CMS.

(Benites.)

### **2.3.3 HTML**

HyperText Markup Language (HTML) o su definición en español lenguaje de Marcado para Hipertexto es utilizado para describir y dar las instrucciones necesarias de una página web en forma estructurada usando diferentes marcadores que anexan textos, imágenes u otros elementos.

### **2.3.4 CSS**

Cascading Style Sheets (CSS) o su definición en español hojas de estilo en cascada es el lenguaje que sirve para dar los parámetros necesarios para dar un estilo a los documentos HTML, es decir dan la apariencia como los colores, tipo de letras, tablas, espacios u otros elementos.

### **2.3.5 Javascript**

JavaScript es el lenguaje de programación orientados a objetos que se ejecuta por medio del navegador web. Generalmente se los conoce como scripts que ayuda a la creación de páginas dinámicas.

### **2.3.6 PHP**

PHP o Hypertext Preprocessor es un lenguaje de código abierto que permite la creación de páginas dinámicas basando en el proceso de petición, preparación y respuesta.

### **2.3.7 Base de Datos**

Las bases de datos en palabras sencillas se pueden definir como un almacén que nos permite guardar gran cantidad de información en tablas de forma ordenada para poder buscarla cuando sea necesaria.

## **2.4 Social Media Marketing**

La nueva era digital ha revolucionado los medios de comunicación, con un cambio constante en los países desarrollados, se adapta al grupo social, alcanzando mayor cantidad de usuarios. De acuerdo con una investigación publicada en el libro Guía del Social Media Marketing: ¿Cómo hacer gestión empresarial 2.0 a través de la aplicación de inteligencia digital? indican que:

Prácticamente 1/3 de la vida de las personas entre 15-40 años de clase media, media-alta se desarrolla en el ámbito digital. Puesto de trabajos conectados, teléfonos 3G, videojuegos en línea, redes

sociales, foros, blogs, micro blogs... Son algunos de los causantes de la sociedad digital en la que vivimos hoy. (Bértol, Zunzarren, Hugo Gorospe, 2012)

#### **2.4.1 Definición**

El social media marketing en palabras simples son las diferentes estrategias de mercadotecnia que empleamos para dar a conocer una marca de una empresa en redes sociales, blogs y otros medios online de contenido. Es decir, crear interacción directa con el consumidor de una forma más personalizada creando confianza entre cliente y la empresa. Para empezar a emplear una estrategia digital, debemos definir los canales de difusión y que responda a los objetivos de la empresa.

#### **2.4.2 Canales de Comunicación**

Los canales de comunicación o difusión de estrategias digitales son muy importantes al momento de emplear una campaña publicitaria. La publicidad tradicional ya no funciona de forma efectiva y no generan interés al consumidor. Actualmente los consumidores no esperan que la comunicación sea solo informativa, ellos esperan participar en ella de forma dinámica y poder dar su opinión.

La Cámara Ecuatoriano de Comercio Electrónico año tras año ha ayudado a mejorar y hacer crecer el comercio electrónico en el país motivando a las grandes y pequeñas empresas a participar en este sector, en el año 2017 realizaron un estudio sobre el comportamiento de las

compras por internet por parte de los usuarios en el Ecuador de la mano con la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Este estudio arrojó que Ecuador es el país de la región que crece a menor velocidad que el resto de países de Suramérica, puesto que menos del 20% de las empresas del país realizan ventas por internet, como datos más específicos se obtuvo que solo el 35,9% realizo ventas online, y solo el 29,5% de usuarios realizo compras a través de medios digitales, no obstante, su crecimiento si se ha venido dando ya que estas aumentaron un 80% entre los años 2012 y 2014. (UEES, 2017)

Además, tenemos que considerar que el uso de tecnología como dispositivos móviles ha crecido en los últimos años, de acuerdo con un estudio realizado por el INEC en el año 2016 (Ver Tabla 4), se determinó que aproximadamente el 50.75% de la población del Ecuador cuenta con un celular activado y que más de la mitad son smartphone. Ver Figura 1

Otro punto importante es el incremento de usuarios en la redes sociales, de acuerdo con un informe de Alexa(2017) sobre el ranking top 10 sites en el Ecuador, Facebook se mantiene como la red social más usada y su variación e incremento en el mercado sigue marcando tendencia.

**Tabla 3.** Cuadro comparativo de uso de redes sociales en Ecuador:

| Ranking                               | Redes Sociales | Enero-2016 | Enero-2017 | Variación |
|---------------------------------------|----------------|------------|------------|-----------|
| 1                                     | Youtube        | 1          | 2          | -50%      |
| 2                                     | Facebook       | 2          | 9          | -78%      |
| 3                                     | Slideshare     | 33         | 22         | 50%       |
| 4                                     | Instagram      | 27         | 24         | -13%      |
| 5                                     | Ask            | 15         | 26         | -42%      |
| 6                                     | Scribd         | 81         | 49         | 65%       |
| 7                                     | Twitter        | 17         | 59         | -71%      |
| 8                                     | Linkdin        | 48         | 101        | -52%      |
| 9                                     | Tumblr         | 68         | 151        | -48%      |
| 10                                    | Pinterest      | 56         | 252        | -72%      |
| Plataformas de Mensajería Instantánea |                |            |            |           |
| 1                                     | Whatsapp       | 45         | 102        | -56%      |
| 2                                     | Messenger      | 83         | 358        | -77%      |

**Fuente: Ranking Alexa Top Sites por Países 31 de enero 2017.**

**Tabla 4.** Estadística de T.I.C Provincia de Los Ríos

| Ranking | Tic                 | usuarios | Uso % |
|---------|---------------------|----------|-------|
| 1       | Teléfono<br>Celular | 334.044  | 55,0% |
| 2       | Internet            | 71.458   | 11,8% |
| 3       | Computador          | 94.097   | 15,5% |

Fuente y Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC  
(Censo, 2010)

## 2.5 Pasarela de Pagos

Las pasarelas de pagos es un servicio que se implementa en los sitios de comercio electrónico para poder realizar una transacción de venta de un producto o servicio, que facilita el pago a los clientes obteniendo una mejor experiencia al usuario y seguridad al momento de comprar. Teniendo en cuenta que la herramienta a utilizar deberá ser rápida, cómoda y segura. Ver Figura 2

**Tabla 5.** Principales Pasarelas de Pago en Ecuador

| Ranking | Nombre         | Definición   |
|---------|----------------|--|
| 1       | Interdin       | Diners Club y Visa Banco del Pichincha apoyando al comercio electrónico en el Ecuador, ha creado herramientas de pago electrónico con el respaldo de Interdin y Verified by Visa, que le garantiza seguridad y confiabilidad a los establecimientos y clientes de Diners Club y Visa que compran y pagan por Internet. |
| 2       | PayClub        | Botón de pagos, emitido por Diners Club, con este servicio, su establecimiento cuenta con un canal adicional de ventas. Se trata de pago seguro por Internet, que permite a sus clientes acceder a la compra en línea de los productos o servicios que su establecimiento comercializa en su página web.               |
| 3       | PayPal Ecuador | PayPal es una empresa estadounidense que opera en casi todo el mundo como pasarela de pago en línea. Funciona por medio del correo electrónico, el cual permite pagar diferentes tiendas online.   |

**Fuente:** (Dinersclub), (Optar), (Paypal)

## **2.6 Servicio de Mandados a domicilio**

### **2.6.1 Definición**

El servicio de mandados a domicilio permite ahorrar tiempo a las personas realizando ciertas actividades para las cuales estos no tengan la disponibilidad necesaria, también cuando alguien requiere enviar algo sea por urgencia o lo necesite de forma inmediata. La empresa realiza la encomienda de forma puntal y responsable a un bajo costo, está es una de las características principales para tener éxito en este tipo de negocio.

### **2.6.2 Clasificación de servicios de Mandados**

Los servicios que usualmente se prestan son: entrega de comida a domicilio, compra de supermercados, medicinas a domicilio, compras en tiendas. De acuerdo con un reportaje del El Diario se indica que “hacer mandados se ha convertido en un negocio. Hay empresas y personas que se dedican exclusivamente a esta actividad.” (Eldiario.ec, 2016)

## **CAPITULO 3**

### **3 METODOLOGÍA Y DIAGNÓSTICO**

#### **3.1 Diseño metodológico**

##### **3.1.1 Hipótesis**

En el presente proyecto de investigación se especifica que mediante la implementación de una plataforma Virtual (Página web) se puede solucionar los inconvenientes de comunicación y optimización que presentan los clientes al realizar una encomienda o mandado en la empresa Solución Express establecida en Los Ríos, en la zona urbana de la ciudad Babahoyo.

##### **3.1.2 Enfoque metodológico**

Para el presente proyecto de investigación se está aplicando el enfoque metodológico descriptivo y cuantitativo, para determinar las causas de los problemas presentes y el pronóstico de los factores que influyen por medio de las encuestas y entrevistas, permitiendo la recolección de datos e información necesaria a través de los resultados, consiguiendo la justificación necesaria para crear una plataforma virtual que agilice la atención de los clientes al momento de realizar los mandados o encomiendas a la empresa Solución Express.

##### **3.1.3 Diseño de la investigación**

El diseño de investigación del presente proyecto es no experimental transversal, porque por medio de la exploración y evaluación científica se

quiere determinar los factores específicos que influyen directamente, para así solucionarlos con la elaboración de una plataforma virtual.

### 3.1.4 Población

Para este caso de estudio se toma como referencia la población urbana de la ciudad de Babahoyo de la Provincia de los Ríos, la población total urbana de la Ciudad se obtuvo en Base a los Resultados del Censo del 2010 de población y vivienda del Ecuador, publicado por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC (Censo, 2010)

**Tabla 6.** Población de la ciudad Babahoyo

| Cantón   | Hombres | %    | Total  | Mujeres | %    | Total   | Urbano | Rural  |
|----------|---------|------|--------|---------|------|---------|--------|--------|
| Babahoyo | 77.967  | 19,6 | 75.809 | 75.809  | 19,9 | 153.776 | 90.191 | 63.585 |

Fuente y Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC (Censo, 2010)

De acuerdo con el censo realizado del 2010, se determina que el número total de la población a considerar para nuestra muestra es de 90.191 habitantes del sector urbano.

### **3.1.5 Cálculo de muestra**

Para el Cálculo de la muestra de a muestra empleo los siguientes paramentos:

Margen de Error: 5%

Nivel de Confianza: 95%

Población: 90.191

Tamaño de Muestra: 383

Obteniendo como resultado un total de tamaño de muestra de 383. Ver Figura 3

## **3.2 Métodos y técnicas de investigación**

### **3.2.1 Métodos**

Para el presente proyecto se utilizó el método de investigación cuantitativo, fue elegido por que permite un buen control y manejo de los datos además de los instrumentos que se usaron aseguran la precisión, fidelidad y validez que requiere este trabajo investigativo, este método de estudio asegura y garantiza que la información obtenida sea lo más objetiva posible. (Canaan)

### **3.2.2 Técnicas**

Las técnicas de investigación utilizadas para la recolección de los datos en el presente proyecto fueron encuestas y entrevistas. Las encuestas

fueron realizadas a los habitantes de la ciudad de Babahoyo en sectores claves y concurridos, mientras que la entrevista fue realizada al personal de la empresa Solución Express para lograr obtener la mayor y mejor información sobre la empresa (Ver Anexo 6) , los procesos internos y los procesos externos, todo esto para lograr encontrar la solución más adecuada para este proyecto. Ver Anexo 8

### **3.2.3 Resultados**

Para la obtención de datos se realizaron encuestas en la ciudad de Babahoyo, siendo un total de 389 las personas encuestadas específicamente en la zona céntrica de la ciudad, el formato de preguntas utilizado se detalla en los anexos. Ver Anexo 5

De la información obtenida de las encuestas (Ver Anexo 7) podemos observar que el porcentaje de hombres que participaron en la encuesta es de 52,9% y el de mujeres 47,1% teniendo como resultado que 200 hombres y 189 mujeres participaron en la obtención de los datos para este proyecto. Ver Figura 5

Sobre la edad de los encuestados se obtuvo una participación mayoritaria de personas entre 18 y 25 años con 46,6%, le siguen las personas de edad entre 26 y 35 años con 33,9%, en tercer lugar, a las personas de edad entre 36 y 45 años con un 12,7%, luego las personas con edades de 46 y 55 años con un 6,3%, en último lugar las personas de edad entre 56 y 65 con un 0,5% siendo la cantidad mínima de participación, hubo un 0% de personas

mayores a 65 años por lo que no hubo aporte de datos por parte de este grupo. Ver Figura 6

En cuanto al estado civil de las personas entrevistadas se obtuvo que las personas solteras lideran el grupo con un 55,6%, luego a las personas casadas con un 26,5%, las personas con unión de hecho participaron en un 14,3%, las personas divorciadas fueron un 3,2%, mientras que las personas viudas en último lugar con un 0,5% de participación. Ver Figura 7

Los datos sobre los sectores residenciales de los encuestados arrojaron que la mayoría de personas viven en el centro con un 46%, en segundo lugar a las personas ubicadas en el este con un 19,3%, le siguen las personas que viven en el sur con un 17,1%, luego al norte con un 8%, le sigue el oeste con 7,5%, por último las personas que agregaron otra ubicación en la encuesta, estas agregaron: Montalvo, Ciudadelas vía Chilintomo, Boulevard Francisco Sarabia, Florida Norte todas estas con una participación de 0,5% cada una. Ver Figura 8

Sobre las personas que cuentan con dispositivo electrónico se obtuvo que el 97,4% lo que vienen siendo 379 de personas que, si cuentan con algún dispositivo, y solo el 2,6% siendo solo 10 personas no cuentan con dispositivo electrónico. (Ver Figura 9) Sobre las personas que arrojaron que no contaban con dispositivo electrónico se les pregunto si tenían algún familiar en casa que contara con dispositivo, se obtuvo que el 93,5% si

cuentan con un familiar en casa con dispositivo mientras que el 6,5% arrojaron que no. Ver Figura 10

Sobre el acceso a internet en los dispositivos electrónicos de los usuarios se obtuvo que el 86,2% siempre cuentan con internet, el 1,1% nunca tiene internet y el 12,7% a veces suele contar con internet. Ver Figura 11

En la pregunta sobre si las personas han realizado transacciones por internet se obtuvo que 70,4% si han realizado alguna compra por este medio mientras que el 29,6% nunca ha realizado nunca compra por internet. (Ver Figura 12). De las personas que nunca compraron nada se obtuvo que principalmente prefieren hacer compras físicas siendo un 32,8% en su totalidad, luego un 29,7% de personas que no cuentan con tarjeta de crédito, seguido de un 17,2% de personas que no compran en internet por desconfianza, luego se obtuvo un 15,6% de personas que no lo hacen por desconocimiento, y por último se obtuvo que 4,7% no lo hacía por otros motivos. Ver Figura 13

En la pregunta sobre la preferencia de servicios por parte de los usuarios se tomó la puntuación con más votos de cada servicio siendo 1 el más importante y 6 el menos para los usuarios con lo que se obtuvo que las comidas preparadas obtuvo 104 votos en la puntuación 1, las compras personalizadas tuvieron 95 votos en la puntuación 2, las medicinas obtuvieron 84 votos en la puntuación 2, luego siguen los depósitos bancarios con 69 votos en la puntuación 2, luego los licores con 42 votos en la

puntuación 3, y por último el pago de servicios básicos con 47 votos en la puntuación 4. Ver Figura 14

Sobre que tanto les gustaría a las personas un servicio de mandados y encomiendas en la ciudad de Babahoyo se obtuvo que el 99,5% estaban de acuerdo con el servicio mientras que tan solo el 0,5% no deseaba el servicio. Ver Figura 15

Sobre los precios que estarían dispuestas a pagar las personas se obtuvo un 52,9% de preferiría entre \$1.50 y \$3.00, luego 24,3% prefiere pagar entre \$1.00 y 1.50, por último, un 22,8% de personas que preferiría pagar entre \$3.00 y \$5.00. Ver Figura 16

En cuanto a la forma en que las personas desearían pedir el servicio se toma en cuenta cada opción sobre el 100% con lo que se obtuvo que el 83,1% desearía hacerlo por medio de página web, el 63,5% les gustaría hacerlo por medio de mensajes y solo el 35,4% por medio de llamadas. Ver Figura 17

En cuanto a las personas que conocen a la empresa Solución Express se obtuvo que el 83,6% de los encuestados si la conocen, y el 16,4% desconoce de la marca. (Ver Figura 18) De las personas que conocen la marca se obtuvo que el 80% si ha utilizado sus servicios y que el 20% nunca lo ha hecho. (Ver Figura 19) De las personas que han usado el servicio se obtuvo que 218 personas lo hicieron por medio de mensajes, mientras que solo 102 lo hicieron por medio de llamadas. Ver Figura 20

En cuanto a la aceptación sobre la creación de una página web para brindar los servicios de la empresa se obtuvo que 93,7% está de acuerdo con su creación mientras que solo el 6,3% no está interesado en el nuevo canal. (Ver figura 21) De las personas interesadas en la creación de un nuevo canal de atención se obtuvo como preferencias de pago un 66,1% de Paypal, seguido de 57,1% pago con tarjeta de crédito, luego le sigue la transferencia bancaria con un 51,3%, y por último se ubica el pago en efectivo con un 48,1%. Ver Figura 22

## **CAPITULO 4**

### **4. PROPUESTA**

#### **4.1 Introducción**

Para la presente propuesta de proyecto integrador, se tiene como objetivo la creación de una plataforma virtual <https://solucionexpress.ec> para la empresa Solución Express establecida en la ciudad de Babahoyo, por medio del sitio web permitirá realizar de forma directa los pedidos a través de la aplicación web, desde su dispositivo móvil, tablet o computador, adaptándose al entorno que se maneje, agilitando los procesos de comunicación y gestión de pedidos.

Esta propuesta se crea como una solución a ciertos aspectos que dificultan solicitar un mandado a los usuarios de la empresa Solución Express. Actualmente se maneja de forma tradicional por medio de llamadas telefónicas, y mensajes. Se planea implementar un nuevo canal de

comunicación y presencia online que permita realizar los pedidos directamente desde su sitio web de forma categorizada con respuesta inmediata al cliente, pudiendo realizar el pago del requerimiento electrónicamente.

#### **4.2 Público Objetivo**

El público objetivo del presente proyecto son los hombres y mujeres entre los 18 y 45 años en adelante, que sean de clase media y media-alta, que vivan en la ciudad de Babahoyo y no dispongan del tiempo para realizar algunas gestiones, mandados, compras, pagos de servicios, trámites legales por situaciones de estudios o trabajo. Ver Figura 4

Hay que considerar, que se ha definido como público objetivo a las personas que cuenten con esas características, debido a que la empresa Solución Express solo tiene cobertura en la zona urbana de la ciudad de Babahoyo, además se debe ser mayor de edad para poder realizar la solicitud de servicio de mandados, porque deberá pagar en la página web por medio de los diferentes de opciones de pago como PayPal que requieren el uso de tarjeta de débito o crédito o por transferencias y depósitos bancarios.

#### **4.3 Competencia**

En el país, existen algunas empresas dedicadas a esta labor, que carecen en su mayoría de una plataforma virtual para realizar los pedidos, y

no tienen cobertura en las diferentes provincias, algunas solo realizan gestión local o en las principales ciudades del país.

**Tabla 7. Cuadro comparativo de competencia a nivel nacional**

| Empresa    | Ciudad que operan | Tiene Sitio Web | Aplicación para gestionar pedidos |
|------------|-------------------|-----------------|-----------------------------------|
| LAM        | Manta             | No              | No                                |
| ServiMotos | Manta             | No              | No                                |
| Mandao     | Quito – Guayaquil | Si              | Si                                |

**Fuente: Elaborado por Autores**

De acuerdo con la información recopilada, se ha determinado que no existen competencia alguna localmente para la empresa Solución Express, ya que es la única en la ciudad de Babahoyo en ofrecer el servicio de mandados y mensajería. Pero hay que tener en cuenta que la empresa panameña Mandao, está penetrando el mercado ecuatoriano, y se podría volver una competencia directa dentro de unos años.

#### **4.4 Diseño de Plataforma Virtual**

##### **4.4.1 Diseño de Sitio Web**

Para el diseño del sitio web, se usó los colores principales de la empresa naranja, blanco y negro con un diseño atractivo e intuitivo para los usuarios. Fue desarrollado con un gestor de contenidos WordPress, para que sea fácil su administración, para lo cual tendrán que ingresar a la siguiente URL <https://solucionexpress.ec/express/>. El sitio web desarrollado es responsive,

es decir es adaptable al dispositivo en el que se esté ejecutando y es parallax, de acuerdo a (W3C, 2018) “El desplazamiento en paralaje es una tendencia de sitio web donde el contenido de fondo (es decir, una imagen) se mueve a una velocidad diferente que el contenido de primer plano mientras se desplaza.”

#### **4.4.2 Aplicación Web**

La aplicación del sitio, se desarrolló en PHP 5, JavaScript y CSS, la cual permite dar una mejor apariencia a su ejecución, sus iconos están importados directamente de la librería de font awesome, para una mejor experiencia al usuario y su procesamiento sea más óptimo.

La aplicación tendrá un administrador propio para agilizar el proceso, cuando realicen los pedidos, se podrá observar las órdenes y lo que están requiriendo directamente los usuarios <https://solucionexpress.ec/admin/>.

#### **4.4.3 Forma de Pago**

La aplicación web, aceptará formas de pago por medio de tarjetas de crédito y débito debidamente registradas a una cuenta PayPal. Los costos operativos de las transacciones están cubiertos en el precio final publicados en los servicios ofrecidos en el sitio web.

Adicional, tendrá una opción de pago offline, mediante depósito bancario, transferencia bancaria. Al momento que los usuarios escojan la opción, le llegara un email con la información necesaria para completar la transacción.

## **4.5 Estructura del sitio Web**

### **4.5.1 Menús**

La página tiene 5 menús principales los cuales son:

**Inicio:** Es la presentación inicial del sitio, que contará con una slider y un botón que permitirá abrir la aplicación de pedidos.

**Nuestra empresa:** Información básica de la empresa, misión, visión e historia.

**Servicios:** Sección información que mostrará los servicios que ofrece la empresa.

**Empresas Afiliadas:** Sección donde se pueden visualizar las empresas que están afiliadas con la compañía y cupones de descuento promocionales por tiempo limitado.

**Contáctenos:** Formulario contáctenos y mapa de Google maps.

### **4.5.2 Incentivo**

Para promover el uso de la página y que los usuarios realicen las compras directamente desde la aplicación, en la sección de empresas afiliadas de incluirá códigos de descuentos por tiempo limitado, el cual se indicará a que producto o servicio es aplicable, el mismo que se deberá ingresar en la aplicación web en la sección de códigos de descuentos.

### **4.5.3 Complementos adicionales**

El sitio web en su parte inferior contará con un chat y las redes sociales que permitirá estar conectado de forma directa con los clientes. Adicional los usuarios se podrán suscribir para recibir información, promociones y códigos exclusivos vía email.

### **4.6 Pasos para comprar mediante la aplicación web**

1. Ingresar a la aplicación mediante el botón principal de inicio hacer pedido (Ver Figura 23) o en la sección de empresas afiliadas en los descuentos promocionales. Ver Figura 26
2. Al abrir la aplicación deberá escoger el servicio a solicitar. Ver Figura 29
3. Una vez escogido el servicio, deberá llenar los datos del cliente, nombres y apellido, email, teléfono de contacto y descripción con la dirección u otros datos adicionales. Ver Figura 30
4. Podrá observar el resumen del pedido, en el cual si tiene un código de descuento deberá digitarlo y aplicarlo, una vez realizado clic en el botón pedir ahora. Ver Figura 31
5. Se mostrara una orden de pedido, en la cual conste el servicio requerido con los datos ingresados y descuentos aplicados, deberá pagar vía PayPal o efectivo. Ver Figura 32
6. Si escogió PayPal, deberá iniciar sesión en su cuenta. Ver Figura 33
7. Hacer clic en el botón pagar ahora. Ver Figura 34

8. Se mostrará un comprobante del pedido, que indica que la transacción fue exitosa. Ver Figura 35
9. Otra forma de pago puede ser en efectivo, después del pago 5, deberá escoger pago en efectivo, le saldrá en pantalla que el pedido fue generado correctamente. Ver Figura 36
10. Le llegará un email a su correo con la cuenta bancaria para que realice para transferencia a la cuenta respectiva, deberá responder el email [facturacion@solucionexpress.ec](mailto:facturacion@solucionexpress.ec), para confirmar la compra. Ver Figura 37

## **4.7 Publicación de Plataforma**

### **4.7.1 Hosting**

Para la publicación de la página web del presente proyecto, se alquiló el plan básico de almacenamiento por el periodo de 1 año a la empresa Edamhost, ya que cumple con los parámetros técnicos y necesarios para el buen funcionamiento de la plataforma.

### **4.7.2 Dominio**

Para la publicación de la página web del presente proyecto, se alquiló el dominio [www.solucionexpress.ec](http://www.solucionexpress.ec) por un periodo de 1 año, a la empresa NIC.EC, la cual es el administrador oficial del dominio .EC del Ecuador.

## **4.8 Datos Técnicos**

Se detallan a continuación los recursos técnicos, usados para la elaboración del presente proyecto.

**Tabla 8.** Datos Técnicos del Hosting

| <b>Características</b>          | <b>Básico</b> |
|---------------------------------|---------------|
| Espacio en Disco                | 5 Gb.         |
| Transferencia Mensual           | 100 Gb.       |
| Dominios Alojados               | 1             |
| Cuentas de Correo               | Ilimitadas    |
| Bases de Datos                  | Ilimitadas    |
| Soporte Técnico                 | 24 / 7        |
| Acceso cPanel con SSL           | SI            |
| HTML, PHP 5.2 hasta 5.6 y PHP 7 | SI            |

**Fuente:** (Edamhost, 2018)

**Tabla 9.** Datos Técnicos WordPress

| <b>Versión</b> | <b>Licencia</b> | <b>Plataforma</b>   |
|----------------|-----------------|---|
| 4.9.8          | GPL             | Para su funcionamiento requiere que el servidor tenga una versión mayor a 4.2 y MySQL V.3.23 O superior |

**Fuente:** Elaborado por autores

#### **4.9 Certificado SSL**

Para el presente proyecto, se adquirió un certificado de Seguridad SSL a la empresa Godaddy, el cual permitirá brindar mayor confiabilidad a los visitantes, indicando que es un sitio real con protección, donde podrán ingresar sus datos de manera segura. De acuerdo con Godaddy:

Un certificado SSL (Secure Sockets Layer) es un título digital que autentifica la identidad de un sitio web y cifra con tecnología SSL la información que se envía al servidor. El cifrado es el proceso de mezclar datos en un formato indescifrable que solo puede volver al formato legible con la clave de descifrado adecuada. (godaddy, 2018)

**Tabla 10.** Características de Certificado SSL emitido por Godaddy

| Características                              |  |
|--|--|
| Cifrado SHA-2 y de 2048 bits                 | Mejora tu posicionamiento en Google        |
| Compatible con la mayoría de los navegadores | la barra del navegador se muestre en verde |

**Fuente:** Elaborado por autores

#### 4.10 Posicionamiento Web

Para el posicionamiento web, se implementó estrategias seo (Search Engine Optimization), que permiten crear tráfico en los motores de búsquedas por medio de las palabras claves en el sitio web como “mandados”, “pedidos”, “compras Babahoyo”, “motorizados” y otras herramientas como Google analytics para tener seguimiento y reportes de las diferentes campañas de marketing online que se implementen.

Con la herramienta de Google analytics, se obtuvo un código de seguimiento o ID único que se insertó en el sitio web de [www.solucionexpress.ec](http://www.solucionexpress.ec), mediante un plugin directamente en el administrador de WordPress o un código JavaScript, directamente en el código fuente del sitio

## CAPITULO 5

### 5. PLAN DE TRABAJO

#### 5.1 Cronograma de actividades

*Tabla 11. Cronograma de actividades*

| Actividades                                      | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 |
|--|-------|-------|-------|-------|
| Objeto de estudio                                | X     |       |       |       |
| Campo de estudio                                 | X     |       |       |       |
| Origen del problema                              | X     |       |       |       |
| Formulación del problema                         | X     |       |       |       |
| Delimitación del problema                        | X     |       |       |       |
| Justificación                                    | X     |       |       |       |
| Ideas a defender                                 | X     |       |       |       |
| Objetivo general                                 | X     |       |       |       |
| Objetivos específicos                            | X     |       |       |       |
| Resultados esperados                             | X     |       |       |       |
| Dimensión de las variables                       |       | X     |       |       |
| Relación del proyecto con el programa de estudio |       | X     |       |       |
| Marco teórico                                    |       | X     |       |       |
| Metodología y diagnóstico                        |       | X     | X     |       |
| Encuestas y entrevista                           |       | X     | X     |       |
| Cronograma de actividades                        |       |       |       | X     |
| Recursos   |       |       |       | X     |
| Presupuesto                                      |       |       |       | X     |
| Propuesta  |       |       |       | X     |
| Conclusiones                                     |       |       |       | X     |
| Recomendaciones                                  |       |       |       | X     |
| Bibliografía                                     |       |       |       | X     |
| Anexos   |       |       |       | X     |
| Desarrollo de Sitio web                          |       |       |       | X     |
| Desarrollo de app Web                            |       |       |       | X     |
| Diapositivas para presentación                   |       |       |       | X     |

Fuente: Elaborado por autores

## **5.2 Recurso**

Para elaborar el presente proyecto se usaron los siguientes recursos:

- Computador / Laptop
- Hosting / Dominio
- Internet
- Resma de Hojas
- Google forms
- Google analytics
- Proyector

### 5.3 Presupuesto

*Tabla 12. Detalle de Presupuesto*

| <b>Detalle</b>          | <b>Cantidad</b> | <b>Precio</b> | <b>Total</b> |
|-------------------------|-----------------|---------------|--------------|
| Laptop Hp Intel I7      | 1               | \$ 800,00     | \$ 800,00    |
| Impresora Epson L200    | 1               | \$250,00      | \$250,00     |
| Resmas de Hojas         | 2               | \$5,50        | \$11         |
| Hosting                 | 1               | \$25,00       | \$25,00      |
| Dominio .ec             | 1               | \$35,00       | \$35,00      |
| Certificado SSL         | 1               | \$59,99       | \$59,99      |
| Plantilla Themify Ultra | 1               | \$69          | \$69         |
| Plugin WordPress        | 2               | \$46,00       | \$92,00      |
| Viaticos                | 1               | \$40          | \$40         |
|                         | Subtotal        |               | \$1547,82    |
|                         | IVA 12%         |               | \$185,75     |
|                         | Total           |               | \$1733,55    |

**Fuente: Elaborado por autores**

## **CAPITULO 6**

### **6. CONCLUSIONES**

De acuerdo con las técnicas implementadas para la obtención de datos, se logró obtener que el servicio de mandado es un negocio con un gran potencial en desarrollo en el país, para el presente proyecto se tomó como caso de estudio la empresa "Solución Express", el 46% de los habitantes encuestados estaba ubicado en el centro de la ciudad por ello, se consideró al sector urbano de la ciudad de Babahoyo como sector estratégico para la recolección de los datos.

Dentro de la información importante obtenida se encontró que el 70.4% de los habitantes han realizado transacciones por internet, por lo que hay una gran cantidad de usuarios que podría utilizar medios digitales para solicitar los servicios. Para poder optimizar el proceso al solicitar los pedidos, se desarrolló una plataforma virtual para que el cliente pueda realizar la transacción vía online, Existe un interés de un 83,1% por parte de los usuarios encuestados que les gustaría solicitar los servicios directamente de su página web. Pudiendo realizar la compra vía PayPal con una tarjeta de crédito o débito, o también depósito bancario, los cuales estarán protegidos mediante certificados de seguridad SSL.

Para poder cumplir el objetivo de mejorar el manejo interno de los servicios de la empresa independientemente de los factores externos, la aplicación web cuenta un administrador para gestionar la información de los

pedidos, los cuales se almacenarán en la base de datos en donde podrán ser visualizados por los encargados de la empresa, pudiendo sacar datos relevantes como los servicios más solicitados, promedios de compras entre otros, para lo cual deberán exportar la información directamente desde el gestor MySQL y utilizar dichos valores en herramientas de acuerdo a su necesidad. Además, tomando en cuenta en los datos de investigación que se presentan en el documento antecedentes y situación del E-commerce presentado por la Cámara ecuatoriana de comercio electrónico junto a la UEES, podemos ver que el comercio electrónico va en aumento en el Ecuador teniendo como dato relevante el aumento del 80% de las transacciones comerciales de forma digital entre el 2012 y el 2014. (UEES, 2017)

## **CAPITULO 7**

### **7. RECOMENDACIONES**

Se recomienda la implantación de campañas publicitarias por medio de redes sociales como Facebook Ads y herramientas de marketing digital como Google AdWords con el fin de dar a conocer los servicios brindados por la empresa en el sector urbano de la ciudad de Babahoyo.

Para poder mejorar la relación con los clientes, se recomienda realizar campañas con las empresas afiliadas ubicadas en el sector urbano de la ciudad de Babahoyo, otorgando promociones, descuentos, mediante la suscripción, con la finalidad que soliciten el servicio por la página web y no por los canales tradicionales como llamadas y mensajes.

Además, hay que tener en cuenta que a pesar de que las personas están dispuestas a realizar los pedidos vía online por medio de PayPal, utilizando su tarjeta de crédito o débito, aún existe el temor y desconfianza de que puedan ser víctimas de robo cibernético, ya que en el país no se ha fomentado el comercio electrónico como tal, las empresas en conjunto con el gobierno deben crear medios de difusión que promuevan las compras por internet en el Ecuador. Ver Figura 13

## REFERENCIAS

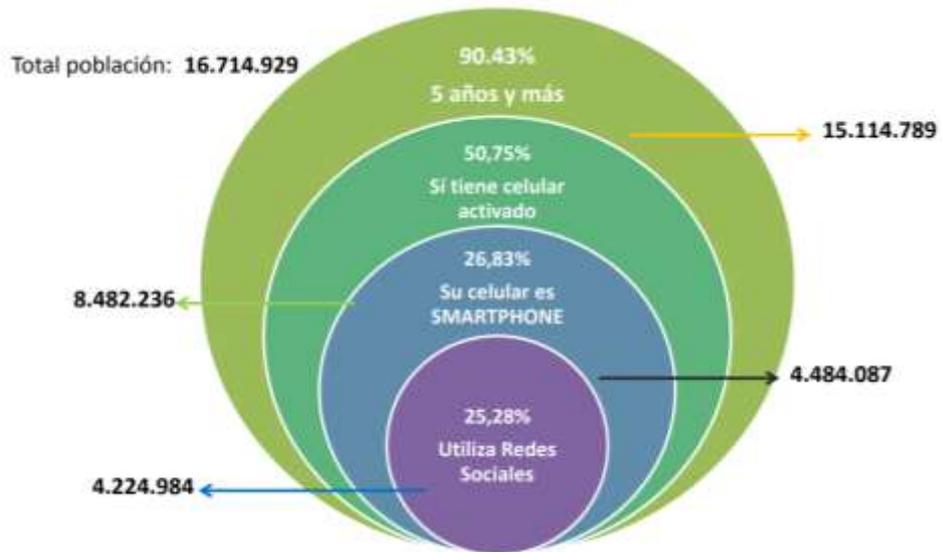
- Acibeiro, M. (26 de 04 de 2017). *Godaddy.com*. Obtenido de <https://es.godaddy.com/blog/que-es-el-hosting-web-y-para-que-sirve/>
- Alexa. (2017). Obtenido de <https://www.alexa.com/topsites/countries/EC>
- Benites, A. G. (s.f.). *Devcode.la*. Obtenido de Devcode.la: <https://devcode.la/blog/que-es-wordpress/>
- Bértol; Zunzarren, Hugo Gorospe. (2012). *GUIA DEL SOCIAL MEDIA MARKETING COMO HACER GESTION EMPRESARIAL 2.0*. Madrid: ESIC Editorial.
- Canaan, R. (s.f.). *Lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- Censo, I. I. (2010). [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/los\\_rios.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/los_rios.pdf). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/los\\_rios.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/los_rios.pdf): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Del Campo, A. M. (2018). <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>: <https://www.iebschool.com>
- diario, E. (28 de 02 de 2016). *www.eldiario.ec*. Obtenido de [www.eldiario.ec](http://www.eldiario.ec): <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/383569-el-negocio-de-hacer-mandados-gana-de-a-poco-mas-clientes/>
- Dinersclub*. (s.f.). Obtenido de <http://www.dinersclub.com.ec>
- EC, E. D. (28 de 02 de 2016). *www.eldiario.ec*. Obtenido de [www.eldiario.ec](http://www.eldiario.ec): <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/383569-el-negocio-de-hacer-mandados-gana-de-a-poco-mas-clientes/>
- Edamhost. (2018). <https://www.edamhost.ec/hosting.php>. Obtenido de <https://www.edamhost.ec/hosting.php>: <https://www.edamhost.ec/hosting.php>
- godaddy. (2018). <https://es.godaddy.com>. Obtenido de <https://es.godaddy.com>: <https://es.godaddy.com/help/que-es-un-certificado-ssl-542>
- <https://www.cice.es>. (2016). Obtenido de CICE - Escuela de formación en Nuevas Tecnologías de la Información: <https://www.cice.es/noticia/top-5-plataformas-desarrollo-ios-android/>
- INEC. (2016). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
- Javier Cuello, José Vittone. (2013). *Diseñando apps Móviles*. Barcelona.
- Javier Cuello, José Vittone. (2013). *Diseñando apps para móviles*. Barcelona.
- lideres, R. (22 de 12 de 2017). *Revista lideres*. Obtenido de Revista lideres: <https://www.revistalideres.ec/lideres/compras-linea-aumentan-ritmo-sostenido.html>

- Optar*. (s.f.). Obtenido de <https://www.optar.com.ec>
- Paypal*. (s.f.). Obtenido de <https://www.paypal.com>
- RAE. (2017). *Rae.es*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=E7NKfBh>
- RAE. (2017). *Rae.es*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=23RNe3G>
- Rae.es*. (2017). Obtenido de *Rae.es*: <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=mandado>
- Santo, C. (2017). *Cada vez más consumidores prefieren comprar online antes que ir de tiendas*. Obtenido de PuroMarketing:  
<https://www.puromarketing.com/76/18655/cada-consumidores-prefieren-comprar-online-antes-tiendas.html>
- Torres Castañeda, D. H., & Guerra Zaval, J. (s.f.). *Enciclopedia Multimedia Interactiva y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2012/tcgz.pdf>
- U. PANAMA. (s.f.). Obtenido de U PANAMA:  
<https://sites.google.com/site/comercioelectronicoenpanama/sistema-de-pago-electronico>
- UEES, C. (Noviembre de 2017). Antecedentes y situación del E-Commerce en el Ecuador. Ecuador.
- Urbano Mateo, S. M. (2016). <https://www.actualidadecommerce.com>. (S. M. Urbano Mateo, Productor, & Urbano Mateo, Susana Maria) Obtenido de <https://www.actualidadecommerce.com>:  
<https://www.actualidadecommerce.com/que-es-y-como-funciona-la-pasarela-de-pago-en-ecommerce/>
- W3C. (2018). *W3schools*. Obtenido de [https://www.w3schools.com/howto/howto\\_css\\_parallax.asp&prev=search](https://www.w3schools.com/howto/howto_css_parallax.asp&prev=search)

## ANEXOS

### Anexo 1. Porcentaje de población con celular y redes sociales

Figura 1. Estadística INEC uso de dispositivos



Fuente: (INEC, 2016)

### Anexo 2. Pasarela de Pago

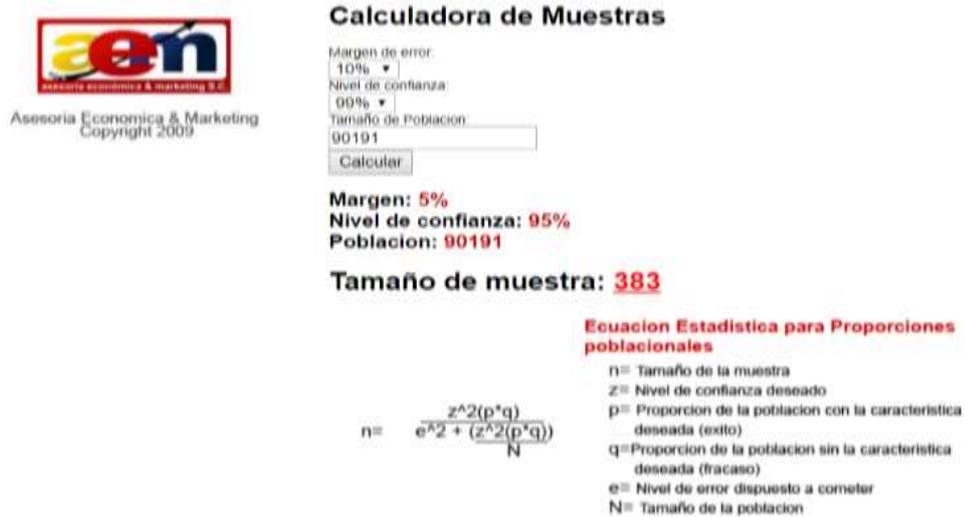
Figura 2. Proceso de Pasarela de Pago



Fuente: (Urbano Mateo, 2016)

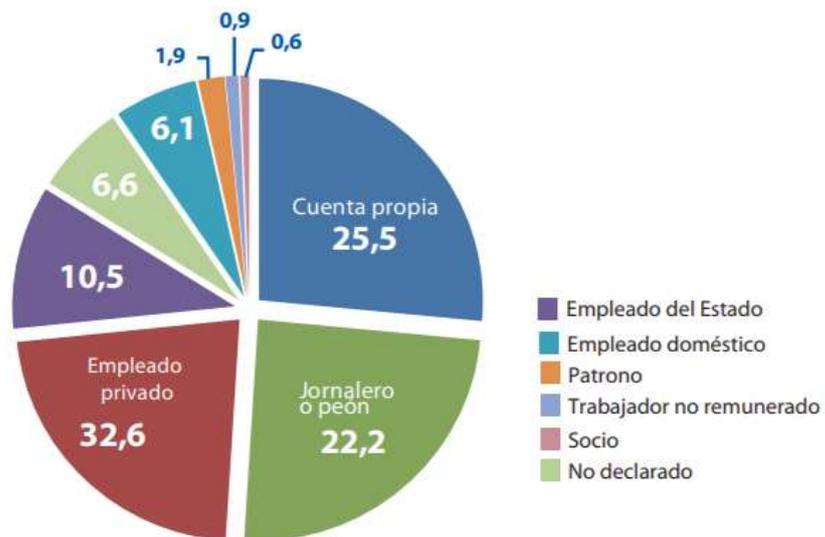
### Anexo 3. Tamaño de Muestra

Figura 3. Caculo de Muestra



### Anexo 4. Estadística Actividades Laborales

Figura 4. Gráfico laboral de la Provincia de Los Ríos



Fuente y Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC

(Censo, 2010)

## Anexo 5. Preguntas de Encuestas

10/6/2018

Encuesta Solución Express (servicio de mandados y encomiendas)

### Encuesta Solución Express (servicio de mandados y encomiendas)

Encuesta de factibilidad para orientar a la toma de decisiones estratégicas dentro de la empresa Solución Express

**\*Obligatorio**

#### Defina su genero \*

- Hombre
- Mujer

#### Edad \*

- Entre 18 y 25 años
- Entre 26 y 35 años
- Entre 36 y 45 años
- Entre 46 y 55 años
- Entre 56 y 65 años
- 65 años o más

#### Estado civil \*

- Soltero
- Casado
- Viudo
- Divorciado
- Unión de hecho

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdnMz9jLW1R1Y2jzRAmkO2D\\_NxtfBE0BRcHPOJxBdRm-abSUw/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdnMz9jLW1R1Y2jzRAmkO2D_NxtfBE0BRcHPOJxBdRm-abSUw/viewform)

1/5

### Sector Residencial

- Centro ( Juan x marcos hasta malecón, Roldos hasta 18 de mayo)
- Norte (Barreiro, el Salto)
- Sur (Juan x marcos hasta By Pass)
- Este ( Estadio, Redondel, Cdla EL chorrillo, Cdla Mamey, Los perales, Pj, La ventura)
- Oeste (Terminal, CC El Paseo Shopping, SRI, Cementerio Municipal, Uniandes, Pista de patinaje)
- Otros:

#### 1. ¿Cuenta usted con dispositivo electrónico? \*

- Sí
- No

(En caso de responder No) ¿Algún familiar que vive en su casa cuenta con dispositivo electrónico?

- Sí
- No

#### 2. ¿Tiene acceso a Internet desde su dispositivo electrónico? \*

- Sí
- No
- A veces

#### 3. ¿Ha realizado alguna transacción por Internet? \*

- Sí
- No

(En caso de responder No) ¿Por qué?

Elegir

4. ¿De los siguientes servicios cuales le gustaría solicitar desde su casa? Puntuarlos en orden de importancia siendo 1 el más importante y 6 el menos importante \*

|                           | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Licores                   | <input type="radio"/> |
| Medicinas                 | <input type="radio"/> |
| Depósitos bancarios       | <input type="radio"/> |
| Pago de servicios básicos | <input type="radio"/> |
| Comidas preparadas        | <input type="radio"/> |
| Compras personalizadas    | <input type="radio"/> |

5. ¿Le gustaría tener un servicio en la ciudad que le permita compras sin tener que salir de su casa? \*

- Sí
- No

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted como precio estándar por cualquiera de estos servicios? \*

- Entre \$1 y \$1.50
- Entre \$1.50 y \$3.00
- Entre \$3.00 y 5.00

7. ¿De qué forma le gustaría pedir este servicio? (Puede elegir mas de una opción) \*

- Llamadas (saldo, whatsapp)
- Mensajes (whatsapp, Messenger, instagram, mensajes de texto)
- Página web

8. ¿Conoce usted la empresa Solución Express? \*

- Sí
- No

9. (En caso de responder Si) ¿Ha utilizado el servicio de Solución Express?

- Sí
- No

10. ¿Desde qué medio solicito el servicio? (Puede elegir mas de una opción)

- Llamada (saldo, whatsapp)
- Mensaje (whatsapp, Messenger, instagram, mensajes de texto)

11. ¿Le gustaría que la empresa Solución Express cuente con página web para brindar sus servicios? \*

- Sí
- No

10/8/2018

Encuesta Solución Express (servicio de mandados y encomiendas)

12. ¿Qué forma de pago le gustaría que tenga la página web de Solución Express? (Puede elegir mas de una opción) \*

- Tarjeta de crédito
- Transferencia bancaria
- Efectivo
- PayPal

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. Denunciar abuso · Condiciones del servicio · Condiciones adicionales

Google Formularios

## **Anexo 6. Estadística Actividades Laborales**

Entrevista realizada al Sr. Álvaro Álvarez gerente general de la empresa Solución Express

### **1. Formas de pago**

Efectivo y tarjeta (a futuro)

### **2. ¿Las tarifas son por sector o servicio?**

Las tarifas son de \$1.50 mínimo por servicio y aumenta en 0.25 ctvs por cada parada solicitada por el cliente todo esto es dentro del sector centro de la ciudad, en cuanto a las ciudadelas aledañas a la ciudad el costo del servicio es de \$2.00 así mismo aumentando en 0.25 ctvs por cada para solicitada.

### **3. ¿Cuándo los clientes solicitan un servicio sobre el cual no conocen el precio (comidas, licores, etc.) cual es el procedimiento?**

La empresa ya tiene ciertos lugares de preferencia a la hora de realizar las compras, restaurantes, licorerías, mini markets, farmacias, cuando un cliente pide algo que este dentro del catálogo de servicios de la empresa se le pueden dar los valores inmediatamente, en otros casos los clientes tienen algún lugar de preferencia en ese caso se procede a ir a dicho establecimiento a verificar los precios, luego de esto se le dan los valores al cliente.

**4. ¿El precio se da a conocer al cliente antes de confirmar el pedido?**

Antes de confirmar el pedido se realiza una cotización de los valores y se le da el total al cliente para poder confirmar si este está de acuerdo o no con el valor.

**5. ¿Qué pasa si un cliente rechaza el pedido antes de confirmar y después de hacerlo?**

Cuando el pedido se rechaza en la fase de cotización ya sea porque el precio no es del agrado del cliente o por otros motivos, se procede a ofrecerle otro producto el mismo lugar en caso de no encontrar nada de su agrado se le ofrece ir a otro establecimiento siempre y cuando recordándole que esto aumenta en 0.25 ctvs. el valor del servicio, todo esto hasta conseguir el valor o producto deseado por el cliente.

En los casos cuando después de haber confirmado el pedido por el cliente y al momento de la entrega este no acepta por distintos motivos como pueden ser que ya no desee el producto, que no esté de acuerdo con algo, que la ubicación no sea la correcta y el cliente no responda los mensajes o llamadas, se dará como perdida ese producto y ese servicio, se lleva una base de datos sobre los clientes para mantener un control sobre los clientes complicados o si en algún caso solo fue un pedido falso.

## **6. ¿Se limitan empresas o el servicio es a cualquier empresa?**

No hay ningún límite en el servicio a las empresas

## **7. ¿Cuáles son los servicios que brindan?**

- Comidas a domicilio (ya prepara)
- Encomiendas personalizadas (alimentos(ingredientes), snacks, licores, medicinas, etc.
- Mensajería y pago de servicios

## **8. ¿Cuáles son los procesos de los servicios?**

- Comidas
  - Se comunica con los restaurantes (en caso de no tenerlos en la base de datos de la empresa)
  - Nos dan la información de los distintos productos que ofrecen
  - El cliente confirma su decisión
  - Se le notifica al restaurante para que procedan a prepararlo
  - Recoger el pedido y entregarlo al cliente
- Encomiendas personalizadas
  - El cliente especifica de que se trata el servicio que desea realizar
  - Se realiza la compra del producto
  - Se procede con la entrega
- Mensajería y pago de servicios
  - El cliente especifica de que se trata el envío que desea realizar

- Se pide la información necesaria (ubicaciones, destinatario, objeto que se envía)
- Se procede a recoger y entregar la encomienda

**9. ¿Cuál es la frecuencia de pedidos al día actualmente?**

La frecuencia de pedidos de lunes a viernes de 25 y los fines de semana es de 35 aproximadamente por día.

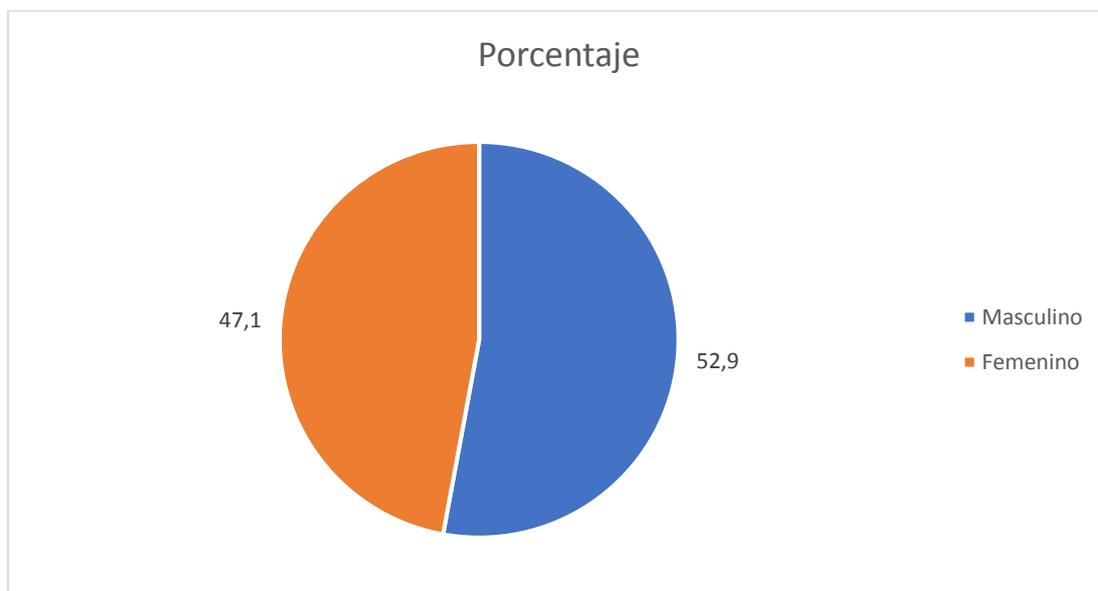
**Anexo 7.Resultados de Encuestas**

**Tabla 13.Frecuencia variable género de los encuestados.**

|           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Masculino | 200        | 52,9       |
| Femenino  | 189        | 47,1       |
| Total     | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 5.** frecuencia variable de género.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

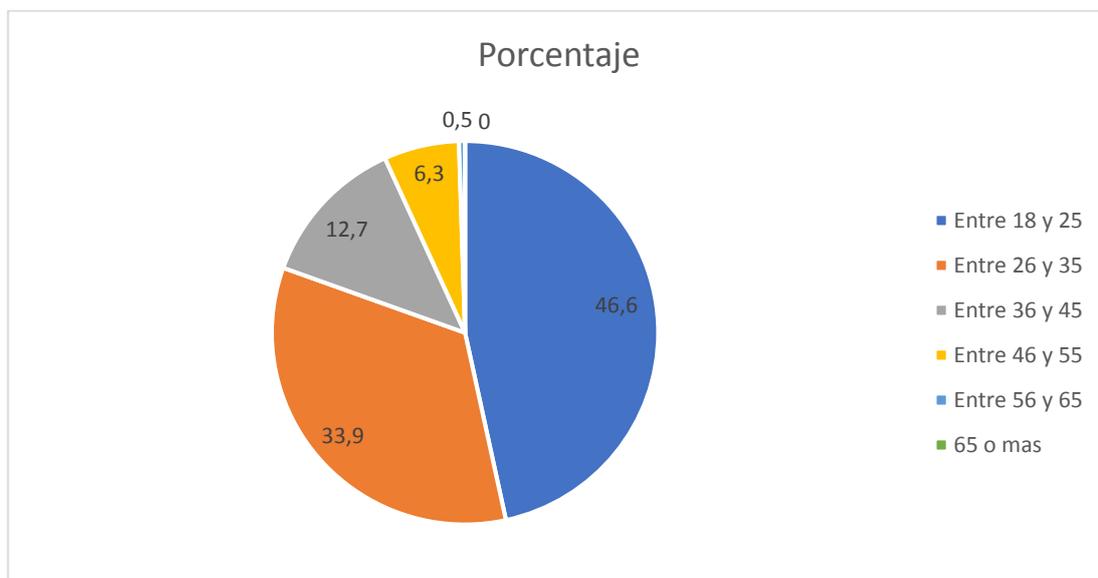
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 14.** Frecuencia variable edad del encuestado.

|               | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Entre 18 y 25 | 181        | 46,6       |
| Entre 26 y 35 | 132        | 33,9       |
| Entre 36 y 45 | 49         | 12,7       |
| Entre 46 y 55 | 25         | 6,3        |
| Entre 56 y 65 | 2          | 0,5        |
| 65 o mas      | 0          | 0          |
| Total         | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 6.** Variable edad.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

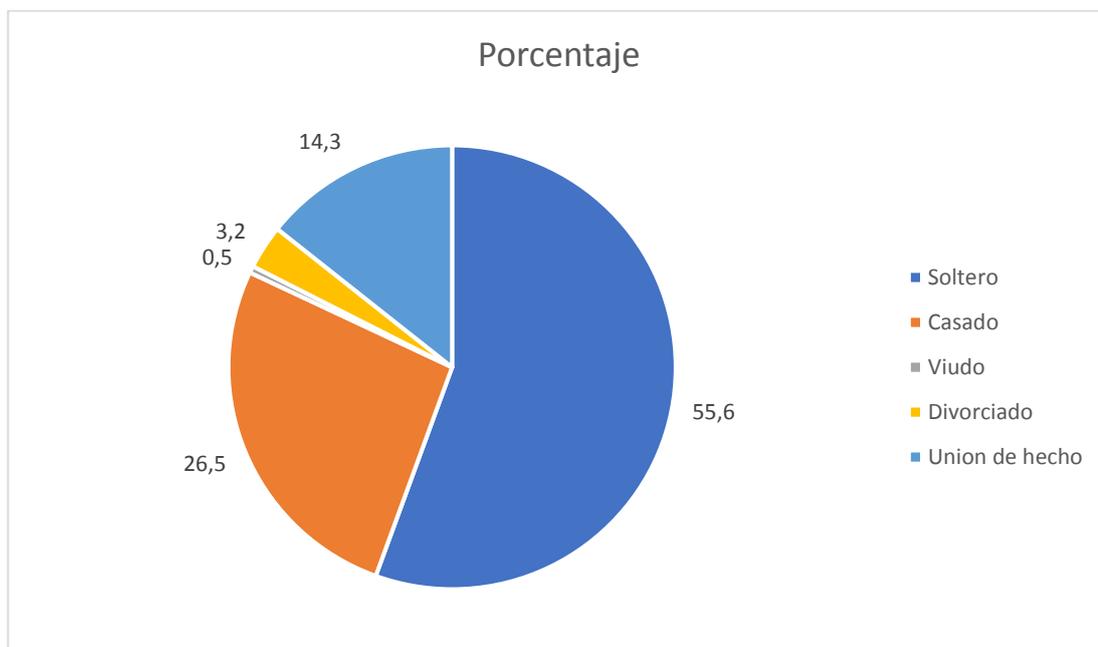
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 15.** Frecuencia variable estado civil de los encuestados.

|                | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| Soltero        | 216        | 55,6       |
| Casado         | 103        | 26,5       |
| Viudo          | 2          | 0,5        |
| Divorciado     | 12         | 3,2        |
| Unión de hecho | 56         | 14,3       |
| Total          | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 7.** Variable estado civil.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.

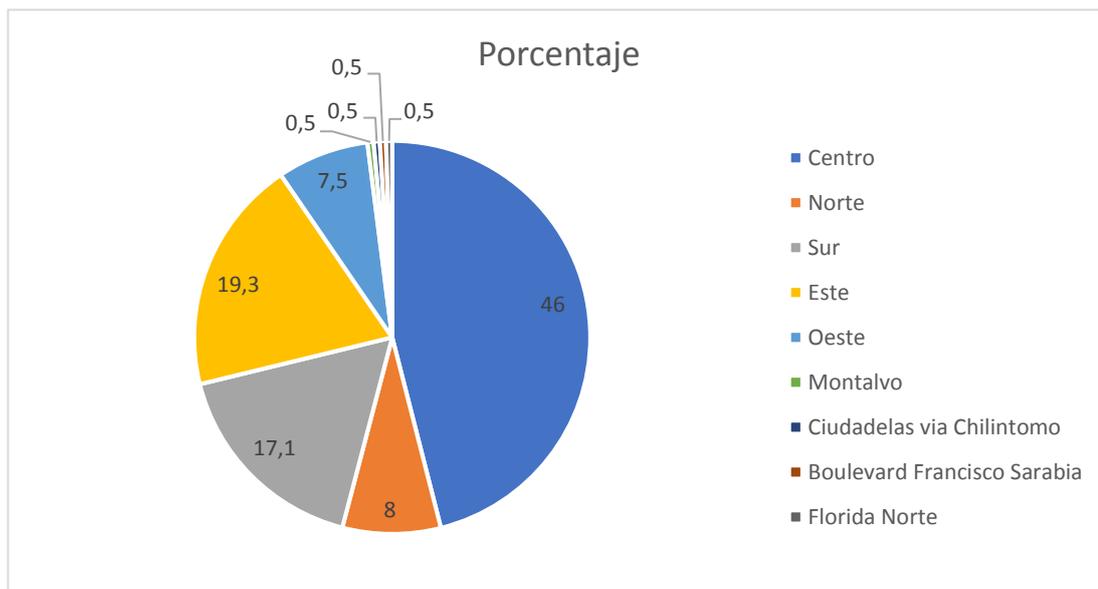
**Tabla 16.** Frecuencia variable porcentaje sector residencial.

|                             | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|------------|
| Centro                      | 179        | 46         |
| Norte                       | 31         | 8          |
| Sur                         | 67         | 17,1       |
| Este                        | 75         | 19,3       |
| Oeste                       | 29         | 7,5        |
| Montalvo                    | 2          | 0,5        |
| Ciudadelas vía Chilintomo   | 2          | 0,5        |
| Boulevard Francisco Sarabia | 2          | 0,5        |
| Florida norte               | 2          | 0,5        |

|       |     |     |
|-------|-----|-----|
| Total | 389 | 100 |
|-------|-----|-----|

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 8.** Porcentaje sector residencial

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

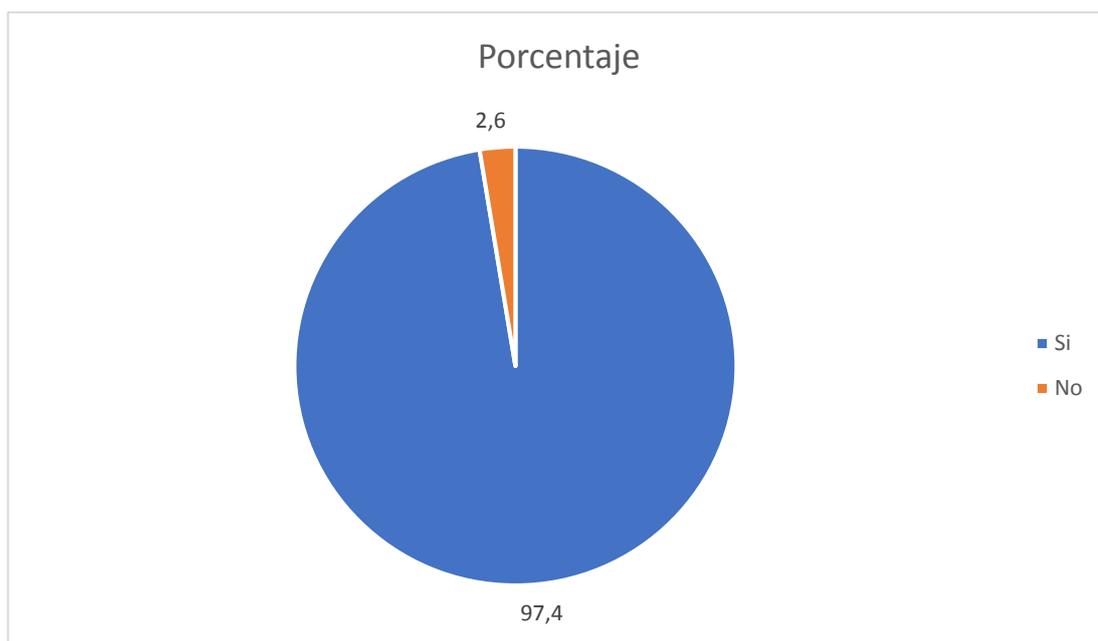
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 17.** Frecuencia variable de pertenencia de dispositivo electrónico en los usuarios.

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si    | 379        | 97,4       |
| No    | 10         | 2,6        |
| Total | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 9.** Porcentaje pertenencia de dispositivo electrónico.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

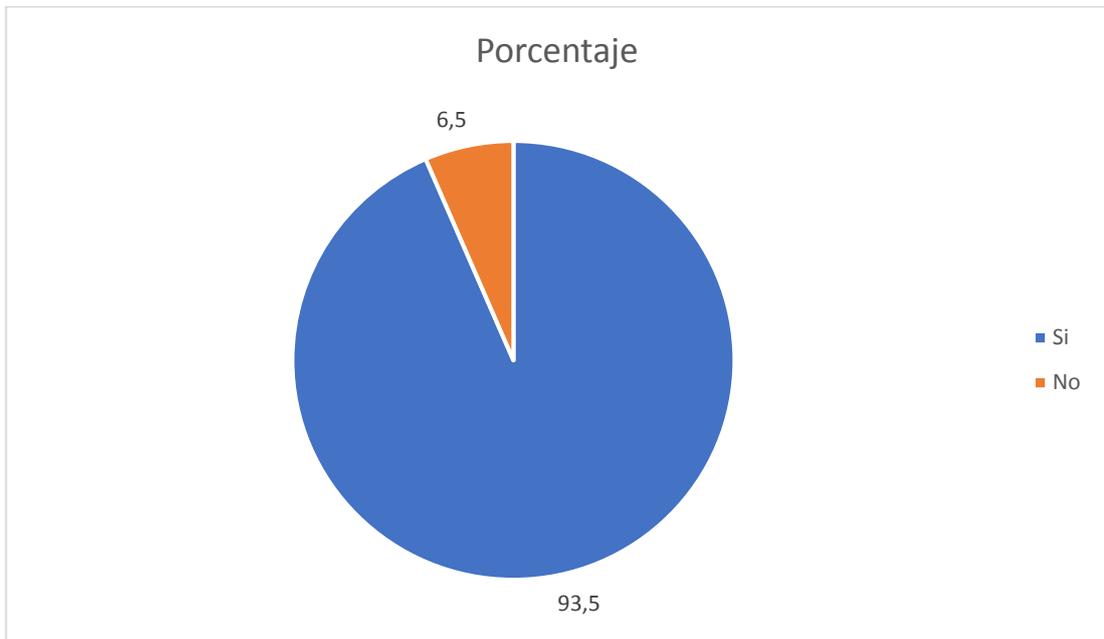
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 18.** Frecuencia variable de familiar con dispositivo electrónico

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si    | 9          | 93,5       |
| No    | 1          | 6,5        |
| Total | 10         | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 10.** Porcentaje familiar con dispositivo electrónico.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

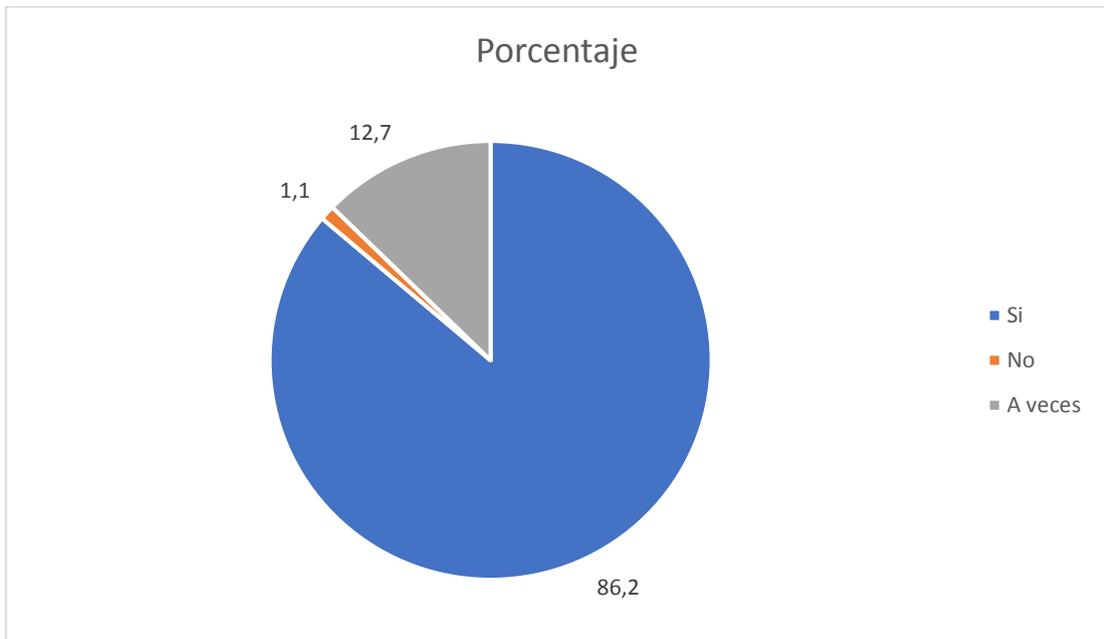
**Elaboración:** Por los autores

**Tabla 19.** Frecuencia variable de acceso a internet desde dispositivo móvil.

|         | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si      | 335        | 86,2       |
| No      | 4          | 1,1        |
| A veces | 50         | 12,7       |
| Total   | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 11.** Porcentaje acceso a internet desde dispositivo móvil.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

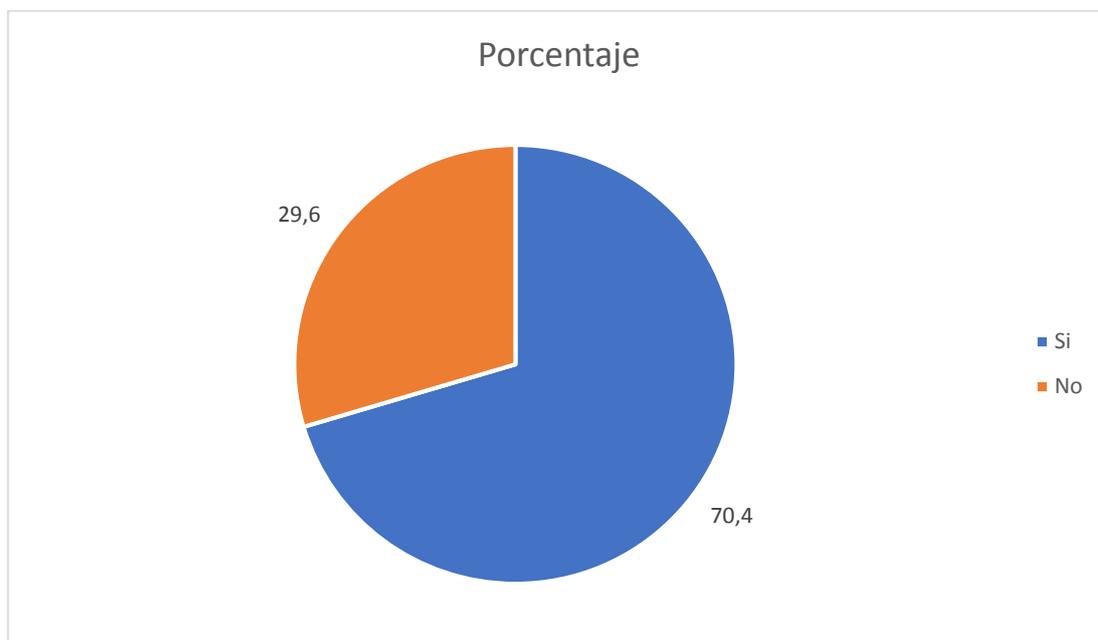
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 20.** Frecuencia variable de transacciones realizadas a través de internet.

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si    | 274        | 70,4       |
| No    | 115        | 29,6       |
| Total | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 12.** Porcentaje de transacciones realizadas a través de internet.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

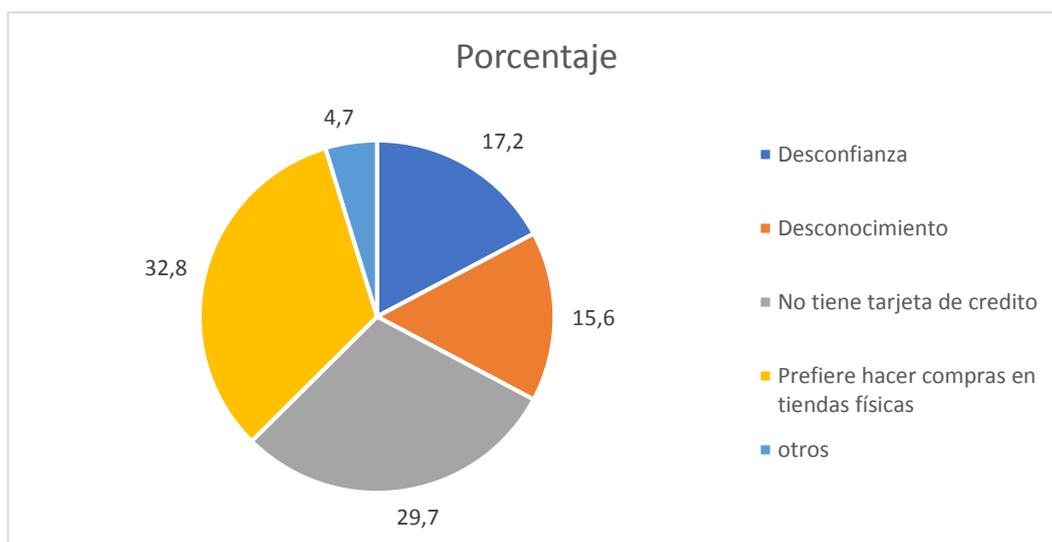
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 21.** Frecuencia variable de motivos por los que no realizan transacciones por internet los usuarios.

|   | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Desconfianza                              | 20         | 17,2       |
| Desconocimiento                           | 18         | 15,6       |
| No tiene tarjeta de crédito               | 34         | 29,7       |
| Prefiere hacer compras en tiendas físicas | 38         | 32,8       |
| Otros                                     | 5          | 4,7        |
| Total                                     | 115        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 13.** Porcentaje de motivos por las personas no realizan transacciones a través de internet.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

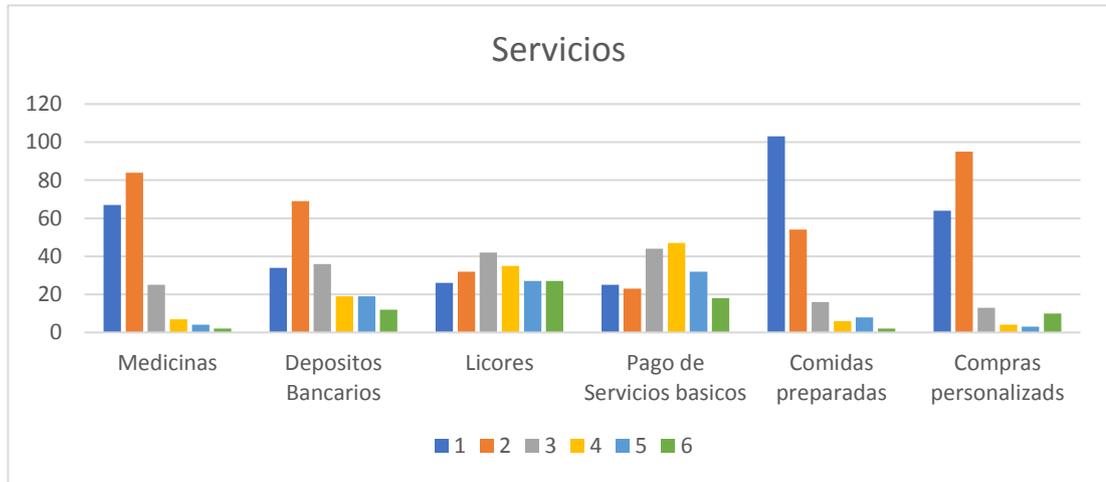
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 22.** Frecuencia variable importancia de servicios que le gustaría solicitar a los usuarios calificándolos siendo 1 más importante y 6 menos importante.

| Frecuencia puntaje más votado | Servicios                 | Frecuencia número de votos |
|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| 2                             | Medicinas                 | 84                         |
| 2                             | Depósitos bancarios       | 69                         |
| 3                             | Licores                   | 42                         |
| 4                             | Pago de servicios básicos | 47                         |
| 1                             | Comidas preparadas        | 104                        |
| 2                             | Compras personalizadas    | 95                         |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 14.** Comparación de aceptación para brindar servicio de entrega de medicinas.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

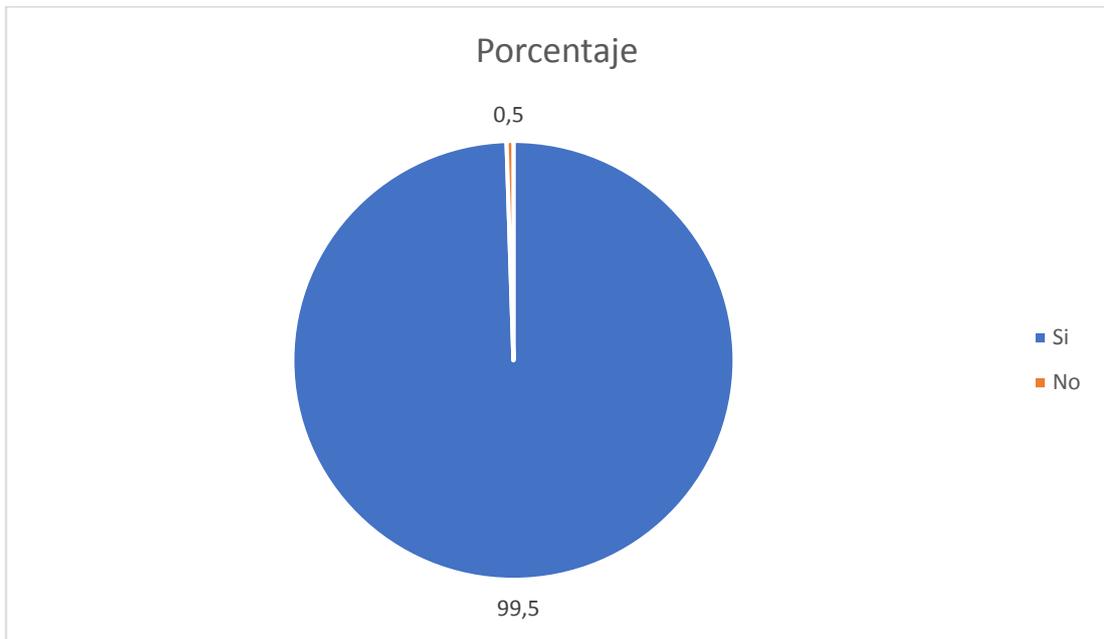
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 23.** Frecuencia variable de que tanto les gustaría a los usuarios un servicio de mandados y encomiendas en la ciudad.

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si    | 387        | 99,5       |
| No    | 2          | 0,5        |
| Total | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 15.** Comparación de aceptación de usuarios sobre el modelo de negocio.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

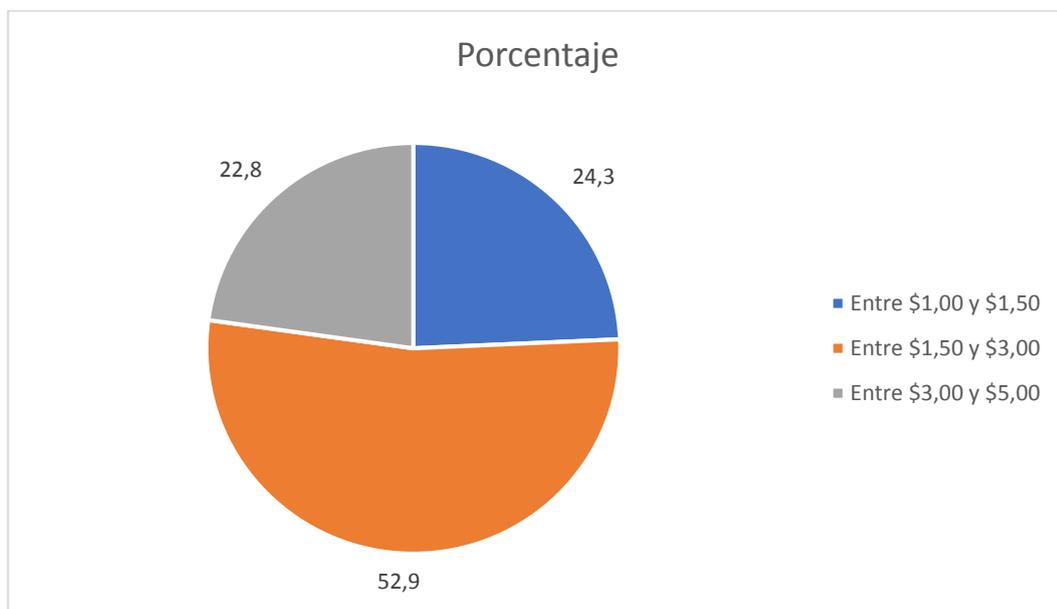
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 24.** Frecuencia variable de precios a pagar.

|                     | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| Entre \$1 y \$1.50  | 95         | 24,3       |
| Entre \$1.50 y 3.00 | 205        | 52,9       |
| Entre \$3.00 y 5.00 | 89         | 22,8       |
| Total               | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 16.** Comparación de aceptabilidad precios.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

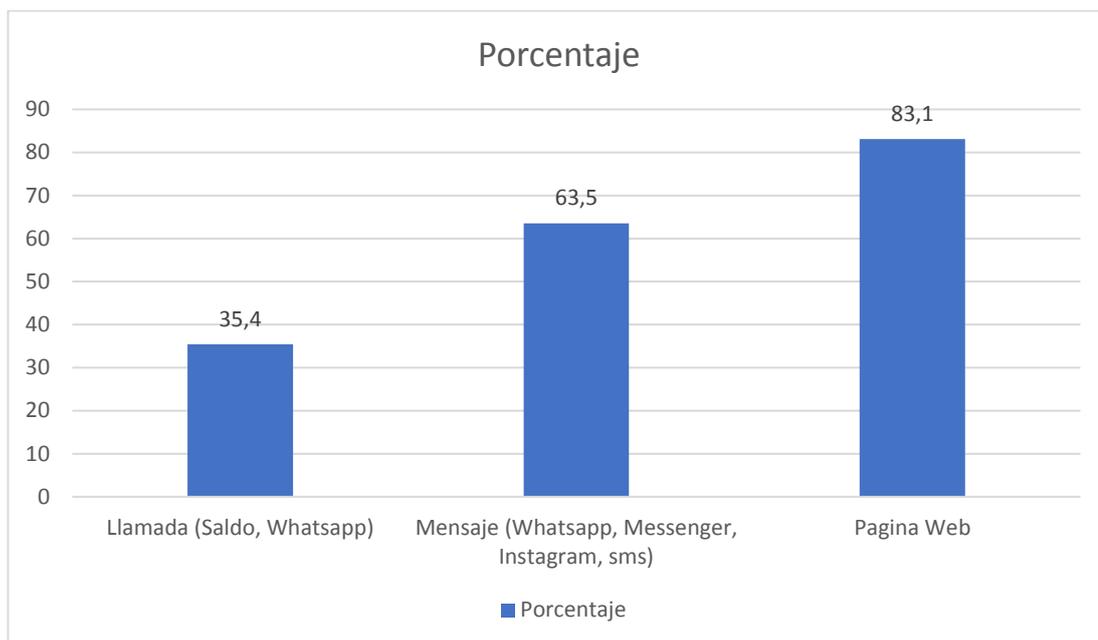
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 25.** Frecuencia variable formas en que desearían pedir el servicio los usuarios.

|  | Frecuencia | Porcentaje total de 100% |
|--|------------|--------------------------|
| Llamadas (Saldo, Whatsapp)                     | 138        | 35,4                     |
| Mensajes (Whastapp, Instagram, Messenger, sms) | 247        | 63,5                     |
| Página web                                     | 323        | 83,1                     |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



*Figura 17. Porcentaje de forma en que desearían pedir el servicio los usuarios.*

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

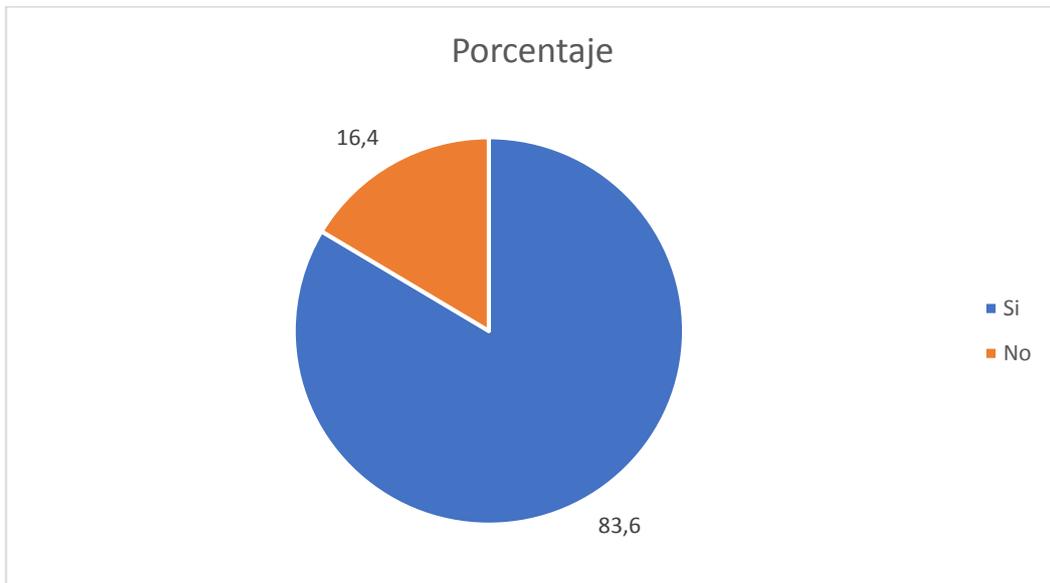
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 26.** Frecuencia variable usuarios que conocen la empresa Solución Express.

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si    | 325        | 83,6       |
| No    | 64         | 16,4       |
| Total | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 18.** Porcentaje usuarios que conocen la empresa.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

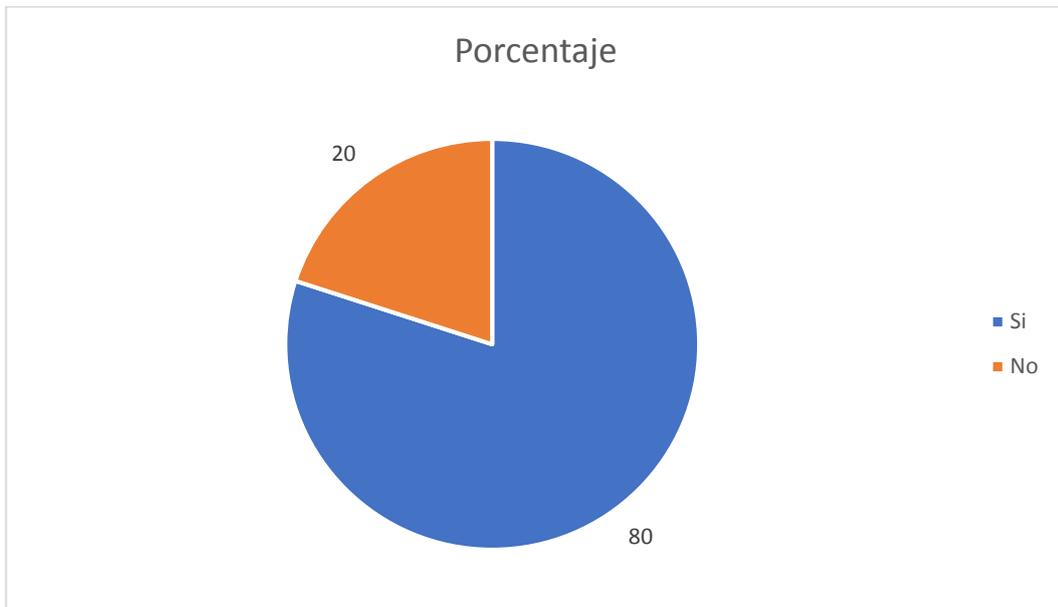
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 27.** Frecuencia variable de uso de los servicios por parte de usuarios que conocen la empresa.

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si    | 260        | 80         |
| No    | 65         | 20         |
| Total | 325        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 19.** Porcentaje usuarios que han usado el servicio.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

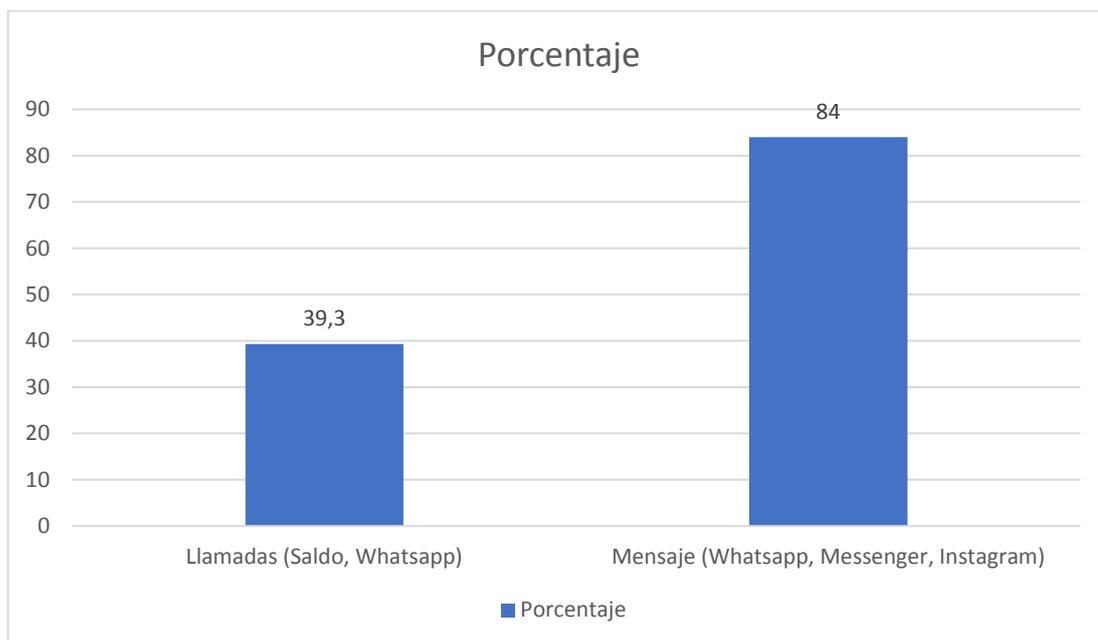
**Elaboración:** Por los autores.

**Tabla 28.** Frecuencia variable desde que medio se solicitó el servicio.

|  | Frecuencia | Porcentaje total sobre 100% |
|--|------------|-----------------------------|
| Llamadas (saldo, whatsapp)                     | 102        | 39,3                        |
| Mensajes (Whastapp, Instagram, Messenger, sms) | 218        | 84                          |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 20.** Porcentaje de forma en que se pidió el servicio.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

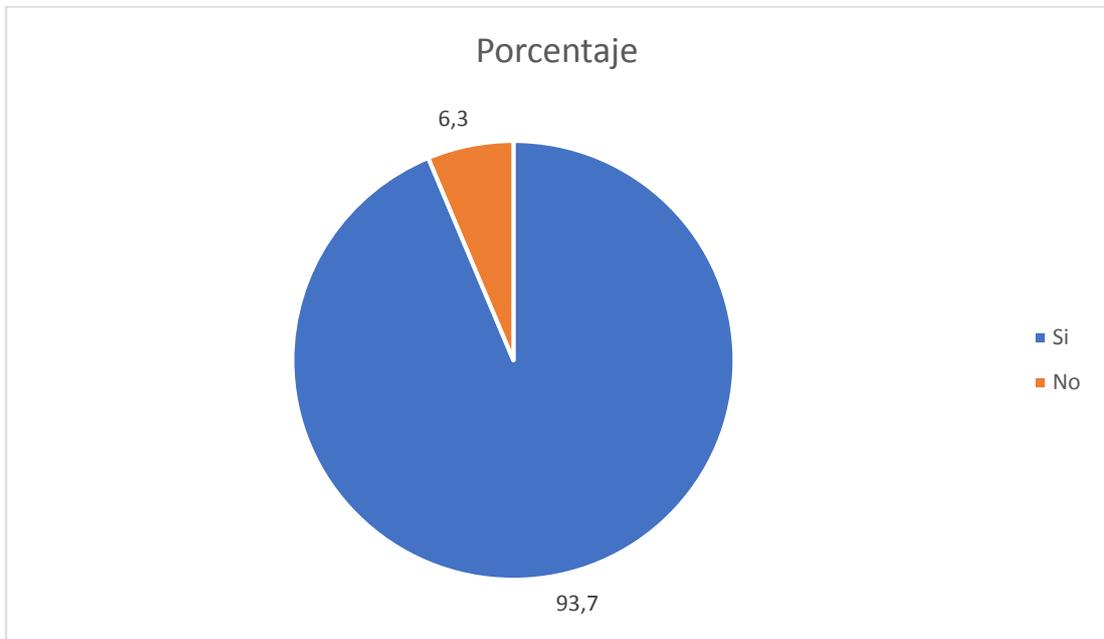
**Elaboración:** Por los autores

**Tabla 29.** Frecuencia variable aceptación de página web por parte de la empresa para brindar sus servicios.

|       | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si    | 364        | 93,7       |
| No    | 25         | 6,3        |
| Total | 389        | 100        |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.



**Figura 21.** Porcentaje aceptación de página web por los usuarios.

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

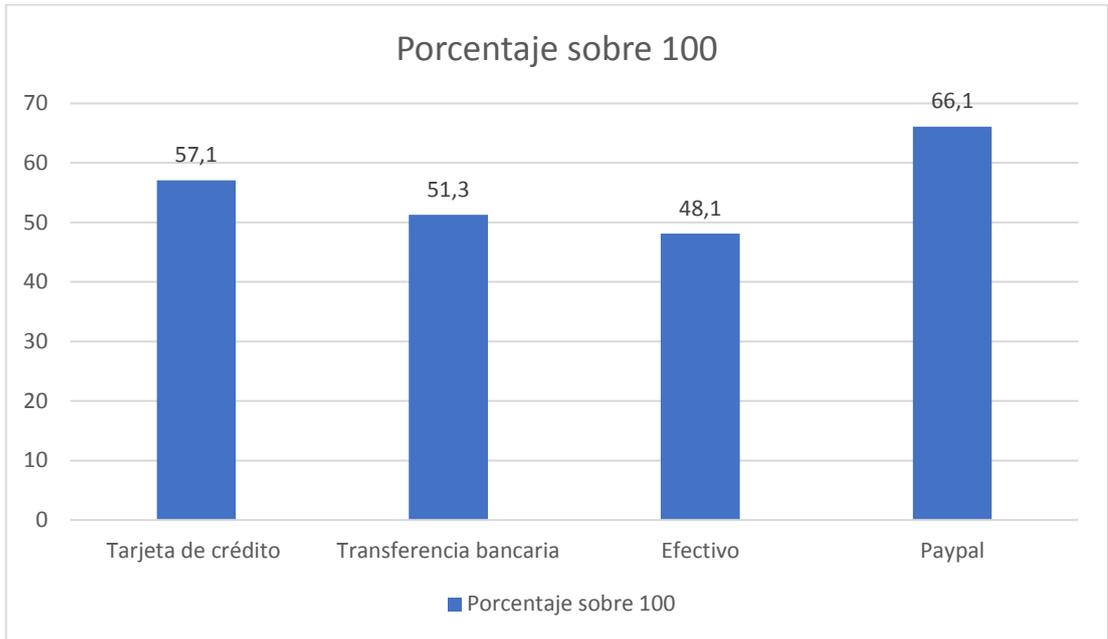
**Elaboración:** Por los autores

**Tabla 30.** Frecuencia variable preferencia de forma de pago.

|                        | Frecuencia | Porcentaje total sobre el 100% |
|------------------------|------------|--------------------------------|
| Tarjeta de crédito     | 222        | 57,1                           |
| Transferencia bancaria | 200        | 51,3                           |
| Efectivo               | 187        | 48,1                           |
| Paypal                 | 257        | 66,1                           |

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.

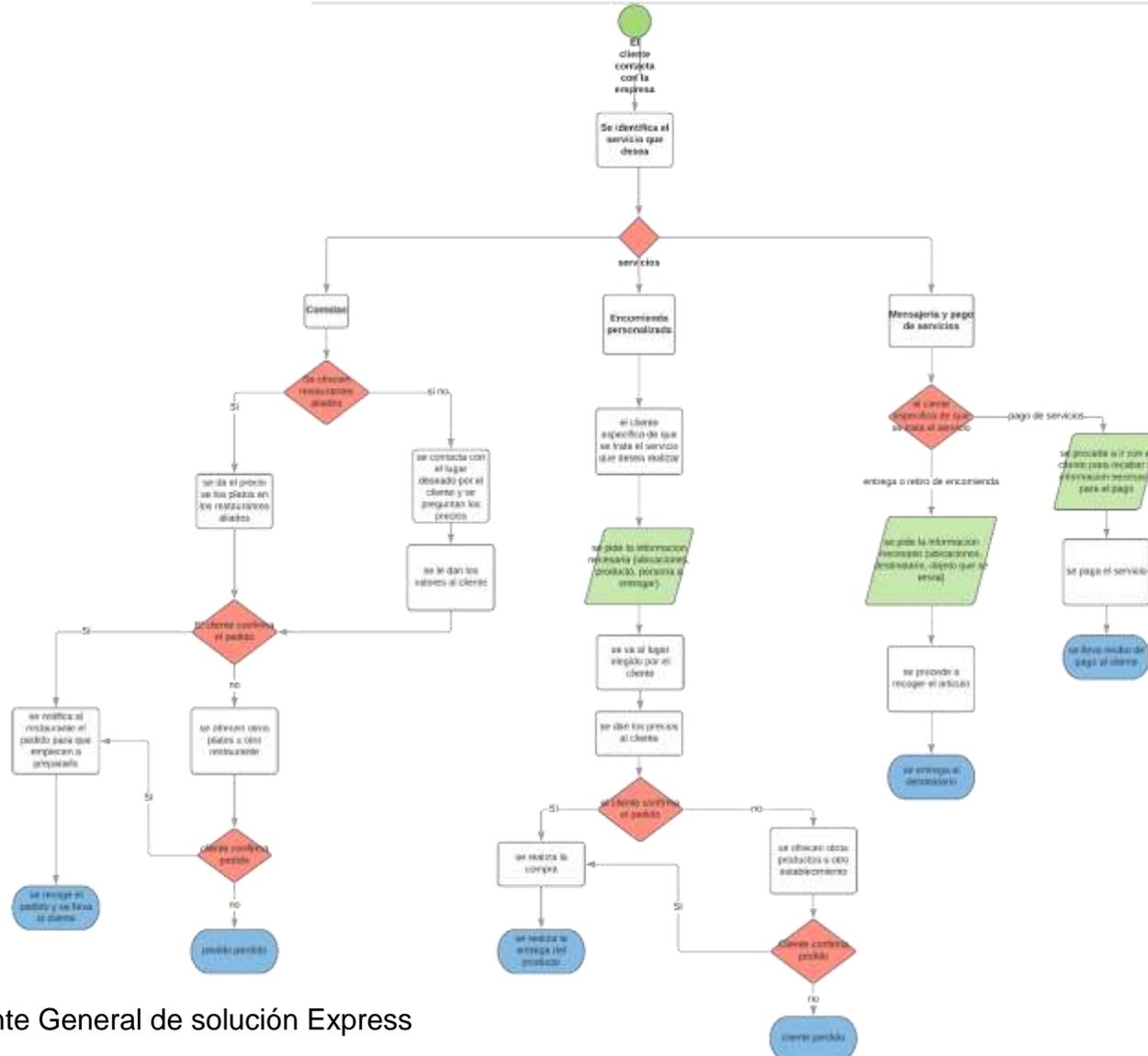


**Figura 22.** *Porcentaje método de pago preferido.*

**Fuente:** Encuesta a usuarios.

**Elaboración:** Por los autores.

Anexo 8. Proceso de servicios



Fuente: Sr. Álvaro Álvarez Gerente General de solución Express

Elaboración:

Por

los

autores.

## Anexo 9. Capturas de Plataforma Virtual.

Figura 23. Menú Inicio.

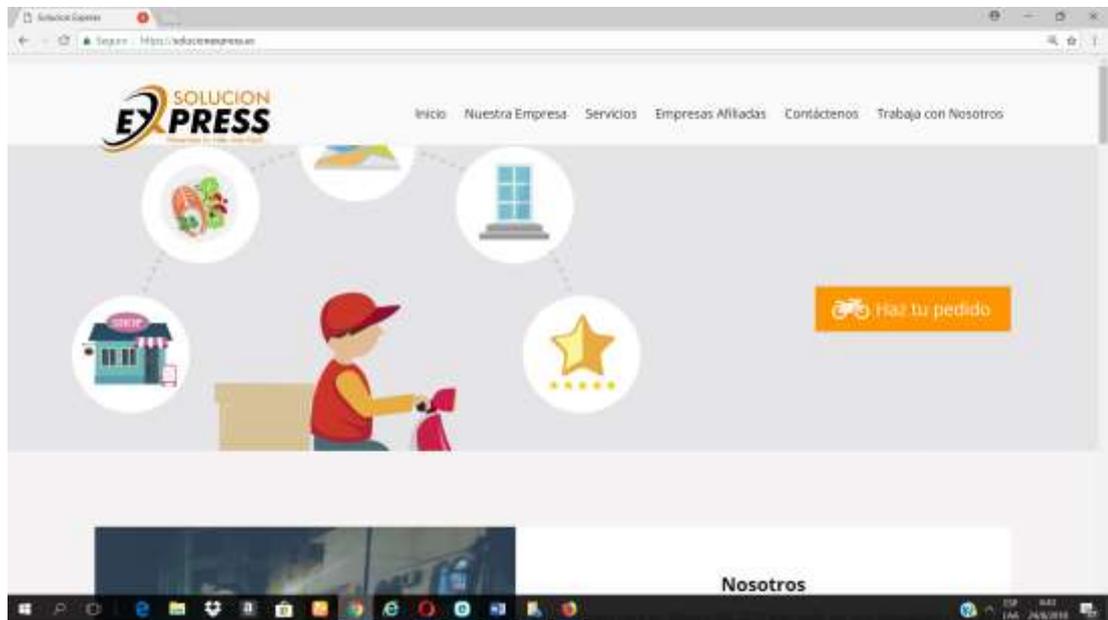


Figura 24. Menú Nuestra empresa.

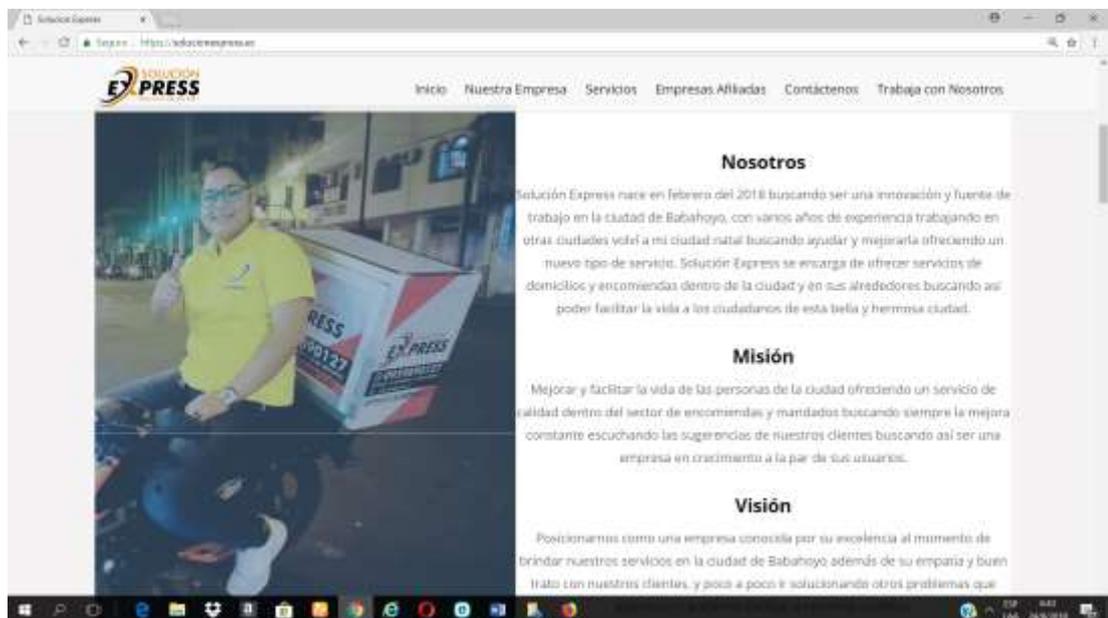


Figura 25. Menú Servicios.

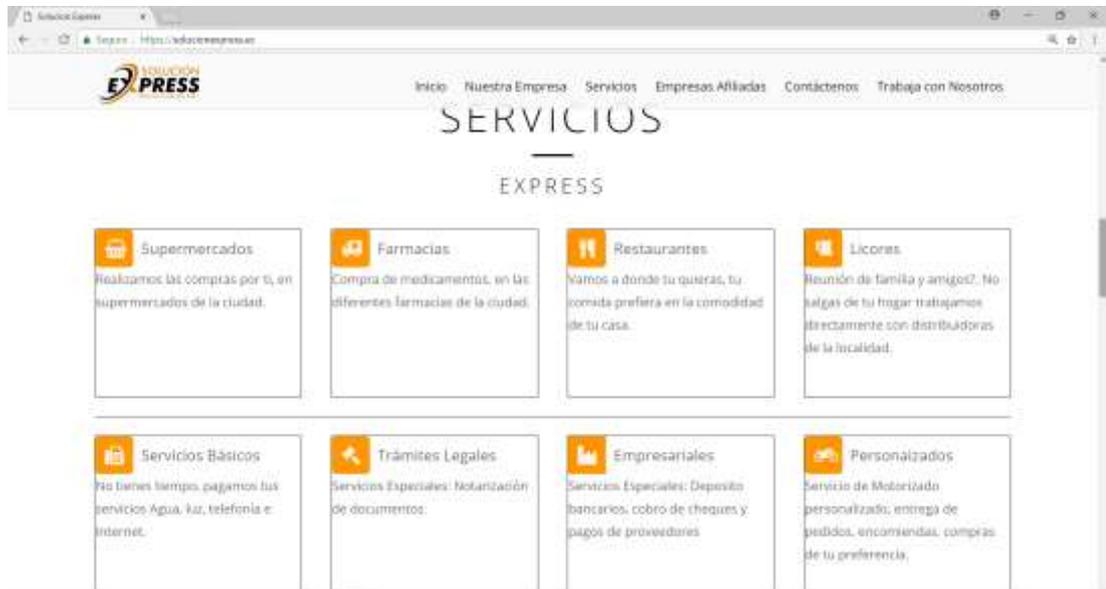


Figura 26. Menú Empresas afiliadas.

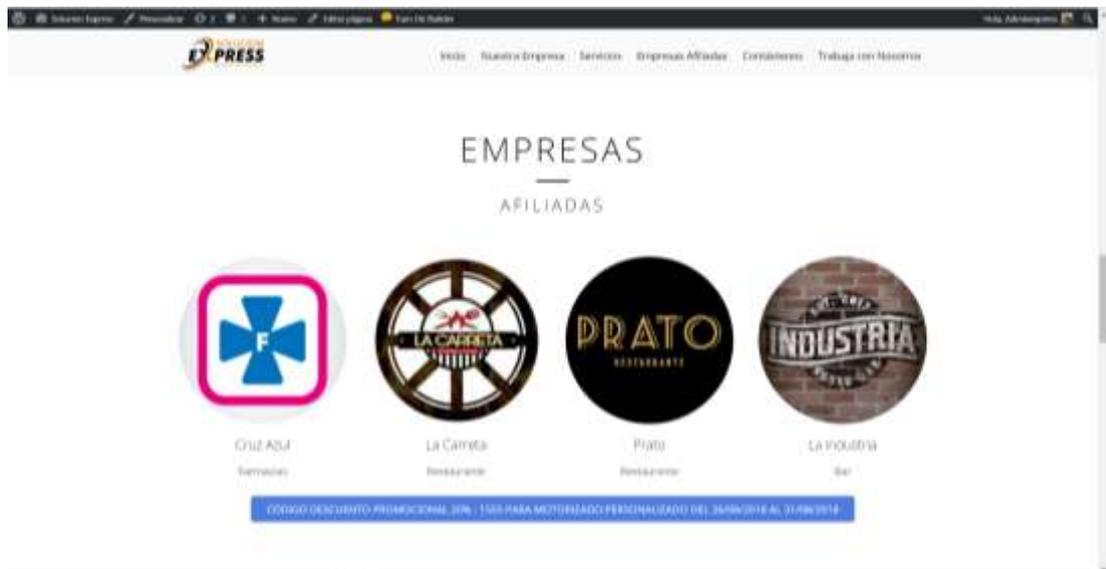


Figura 27. Menú Contáctenos.

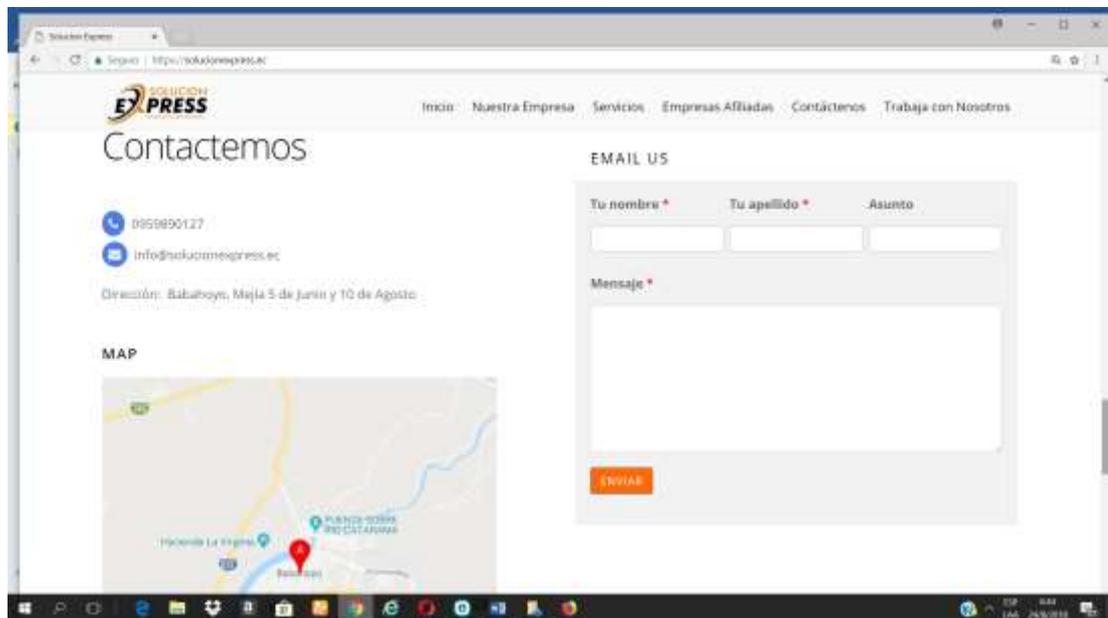
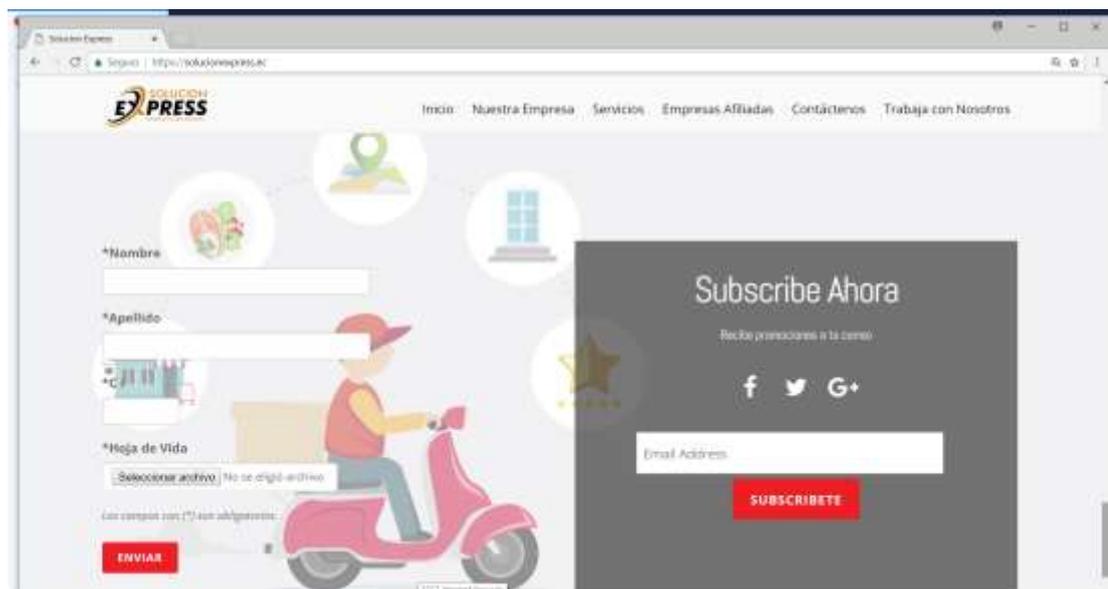


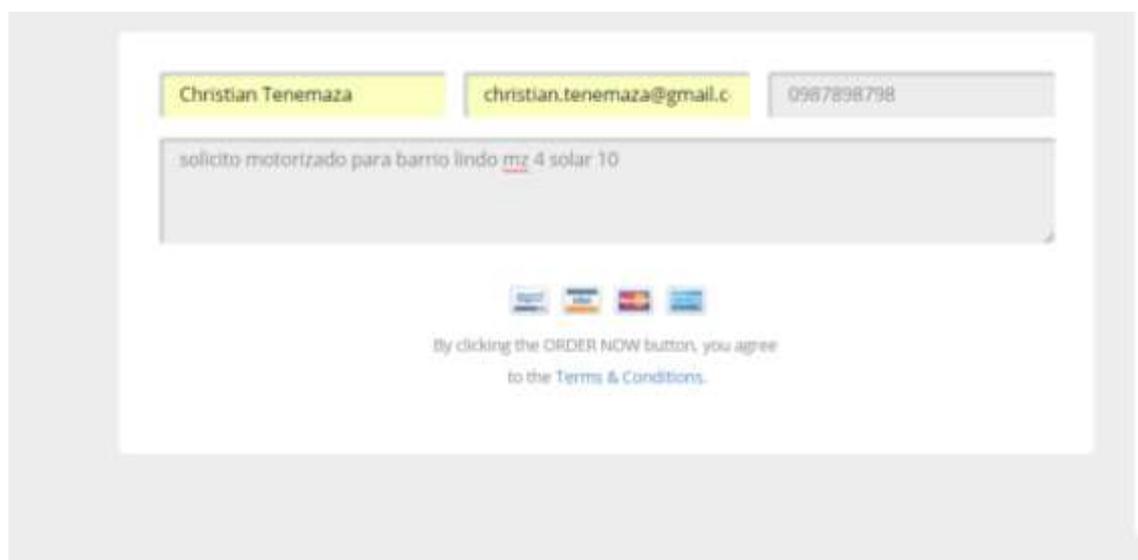
Figura 28. Menú Trabaje con Nosotros.



**Figura 29.** Aplicación de Pedidos: Principal.



**Figura 30.** Aplicación de Pedidos: Datos del Cliente.



**Figura 31.** Información del pedido



Figura 32. Orden de pedido generada

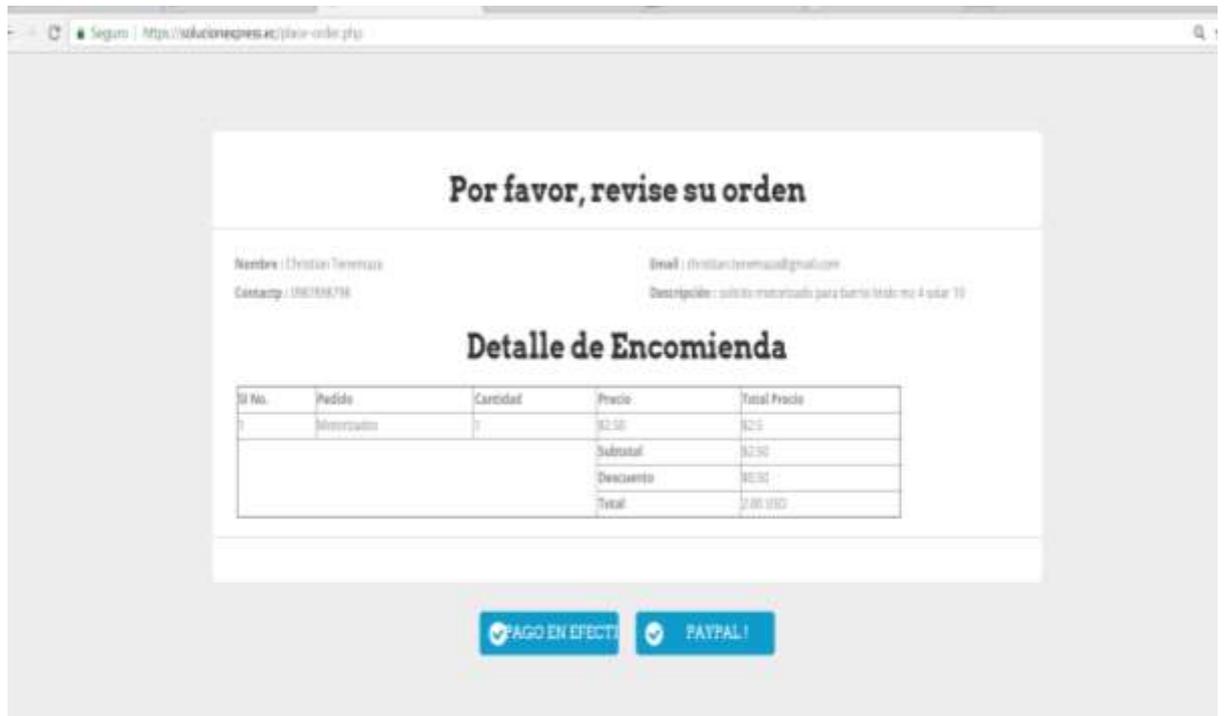
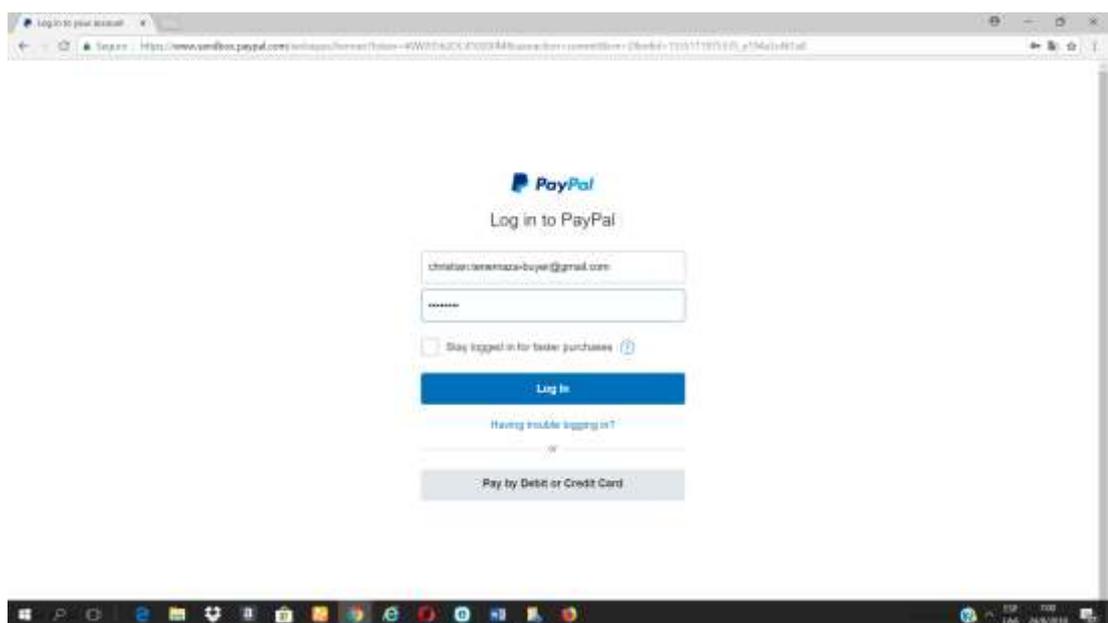
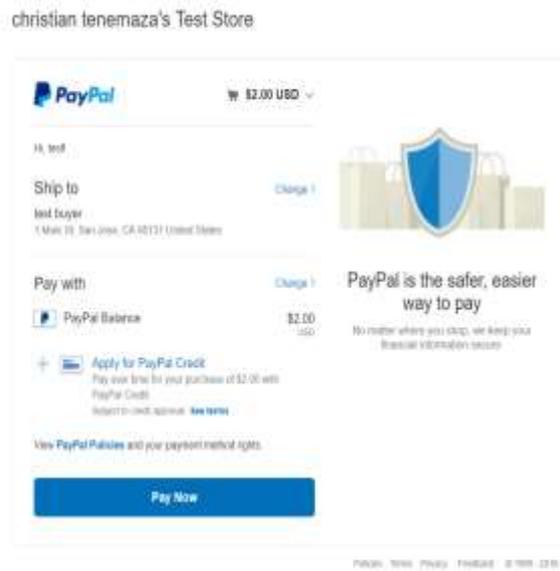


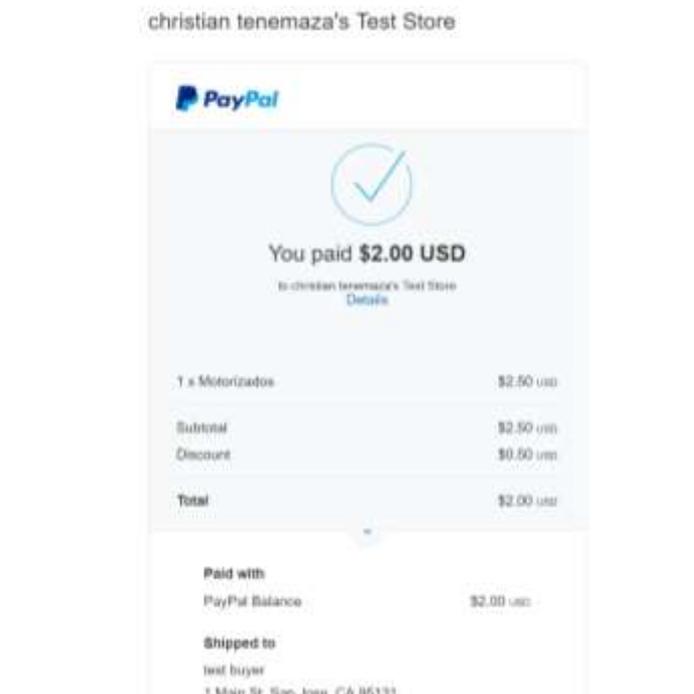
Figura 33. Proceso de pago PayPal: Iniciar sesión



**Figura 34. Proceso de pago PayPal: Pagar ahora**



**Figura 35. Proceso de pago PayPal: Confirmación de pago**



**Figura 36** Proceso de pago: Efectivo.



**Figura 37.** Proceso de pago efectivo: correo de confirmación



**Fuente:** www.solucionexpress.ec

**Elaboración:** Por los autores



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, Toro López Bayron Jair con C.C #1206298133 y Tenemaza Jiménez Christian Andrés con C.C: #0954585659 autores del trabajo de titulación: Desarrollo de plataforma virtual para empresas de mandados “Soluciones Express” en el sector urbano de la ciudad de Babahoyo, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN COMERCIO ELECTRONICO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de septiembre del 2018.

f. \_\_\_\_\_  
Nombre: Toro López Bayron Jair  
C.C: 1206298133

f. \_\_\_\_\_  
Nombre: Tenemaza Jiménez Christian Andrés  
C.C: 0954585659

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

|   |   |  |    |
|---|---|--|----|
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>  | Desarrollo de plataforma virtual para empresas de mandados "Soluciones Express" en el sector urbano de la ciudad de Babahoyo. |  |    |
| <b>AUTOR(ES)</b>  | Toro López Bayron Jair, Tenemaza Jiménez Christian Andrés   |  |    |
| <b>REVISOR/TUTOR</b>  | Castañeda Clark, María Del Carmen   |  |    |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>   | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil   |  |    |
| <b>FACULTAD:</b>  | Facultad de Especialidades Empresariales  |  |    |
| <b>CARRERA:</b>   | Ingeniería en Comercio Electrónico  |  |    |
| <b>TÍTULO OBTENIDO:</b>   | Ingeniero en Comercio Electrónico   |  |    |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>  | 11 de septiembre del 2018   | <b>No. DE PÁGINAS:</b>   | 91 |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>   | Desarrollo de plataformas E-commerce  |  |    |
| <b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>   | E-commerce, Comercio Electrónico, tienda online   |  |    |
| <b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>  |   |  |    |
| <p>El desarrollo del presente proyecto nace con el propósito de determinar la viabilidad de integrar nuevos medios de comunicación enfocados en la atención al cliente, presencia online y pago de los servicios solicitados todo por medio de una plataforma virtual reformando las estrategias de venta tradicional a una digital, para lo cual se tomó como muestra a los habitantes de la ciudad de Babahoyo del sector urbano y tomando como caso de estudios a la empresa "Solución Express".</p> <p>Para obtener información relevante del presente proyecto se utilizó el diseño de investigación no experimental transversal y como técnicas de investigación la elaboración de encuestas y entrevistas obteniendo variables cuantitativas y cualitativas relacionadas al servicio de mandados y encomiendas de la empresa Solución Express, ubicada en la ciudad de Babahoyo.</p> <p>Los resultados de las encuestas determinaron que un gran porcentaje de la población le gustaría optimizar el proceso de solicitar un servicio a la empresa Solución Express, por medio de la plataforma virtual, y ahorrando tiempo. La entrevista realizada al gerente de Solución Express dio como resultado que a la directiva de la empresa les gustaría implementar medios tecnológicos que le ayuden a una mejor organización de procesos, satisfaciendo las necesidades del cliente.</p> <p>Para finalizar el presente proyecto, se desarrolló una plataforma virtual, junto con la página web de la empresa, este será un nuevo canal de comunicación con sus clientes y a su vez estos podrán pagar los pedidos, además de que la aplicación web que permitirá optimizar recursos a la empresa teniendo los requerimientos categorizados y organizados.</p> |   |  |    |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>   | <input checked="" type="checkbox"/> SI  | <input type="checkbox"/> NO  |    |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>   | <b>Teléfono:</b> 0960407739 / 0991769081  | <b>E-mail:</b> <a href="mailto:Byron_k93@hotmail.com">Byron_k93@hotmail.com</a> / <a href="mailto:andresctj@hotmail.com">andresctj@hotmail.com</a> |    |
| <b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>   | <b>Nombre:</b> Ing. Cruz Luzuriaga María Isabel, MSIG   |  |    |
|   | <b>Teléfono:</b> +593-4-3804600   |  |    |
|   | <b>E-mail:</b> <a href="mailto:maria.cruz09@cu.ucsq.edu.ec">maria.cruz09@cu.ucsq.edu.ec</a> ;                                 |  |    |
| <b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>   |   |  |    |
| <b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>   |   |  |    |
| <b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>  |   |  |    |
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>   |   |  |    |