

APLICACIONES MÓVILES Y SU IMPORTANCIA DENTRO EL MUNDO COMERCIAL

MOBILE APPLICATIONS AND THEIR IMPORTANCE IN THE COMMERCIAL WORLD

Ilsen Luján Miranda Lezcano¹

Jonathan Daniel Lopez Romero²

Lucas Emanuel Cañete Gonzalez³

Fernando Gabriel Zacarías⁴

Myrian Graciela Ortega Dominguez⁵

Cristhian Zarate Centurión⁶

Resumen: Las aplicaciones móviles y su importancia dentro del mundo comercial, enfoca a muchas personas en la actualidad ya que es una barrera comunicativa en el ámbito educativo y laboral, porque se fundamenta en su capacidad de mejorar diversos aspectos de nuestro día a día, ya que brindan una gran comodidad y accesibilidad a los usuarios, facilitando el acceso a servicios tanto al comercio en las redes sociales, la educación en líneas entre muchas más. La metodología empleada es la investigación es

1 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

2 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

3 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

4 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

5 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

6 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

del enfoque cuantitativo, la recolección de datos se realizó mediante una encuesta con preguntas semi abiertas los resultados de la encuesta indican que el 83% de las personas utilizan frecuentemente las aplicaciones móviles, en contexto se plantean las ventajas y oportunidades que ofrece el desarrollo de nuevos métodos de negocios comerciales mediante las aplicaciones móviles. Como resultado de la investigación demuestra que el uso de aplicaciones móviles está profundamente arraigado en la industria comercial y permite al negocio aprovechar la amplia gama de capacidades para alcanzar los objetivos. En conclusion, las aplicaciones móviles son fundamentales en el mundo comercial, ya que permiten llegar a un público más amplio, ofrecer servicios personalizados, mejorar la eficiencia y la productividad, y transformar industrias enteras.

Palabras claves: Aplicaciones móviles, Comercio, Servicios Accesibles, Comunicación, Educación.

Abstract: The Mobile applications and their importance within the commercial world, focus many people today since it is a communication barrier in the educational and work environment, because it is based on its ability to improve various aspects of our daily life, since they provide great comfort and accessibility for users, facilitating access to services such as commerce on social networks, online education, among many more. The methodology used is the research is of the quantitative approach, the data collection was carried out through a survey with semi-open questions, the results of the survey indicate that 83% of people frequently use mobile applications, in context the advantages and opportunities offered by the development of new commercial business methods through mobile applications. As a result of the research it shows that the use of mobile applications is deeply rooted in the commercial industry and allows the business to take advantage of the wide range of capabilities to achieve objectives. In conclusion, mobile applications are fundamental in the commercial world, as they allow reach a broader audience, offer personalized services, improve efficiency and productivity, and transform entire industries.

Keywords: Mobile applications, Commerce, Accessible Services, Communication, Education.

Introducción

Las aplicaciones móviles han transformado el mundo comercial en las últimas décadas, brindando una gran cantidad de beneficios a las empresas que las utilizan. En la actualidad, las aplicaciones móviles son cada vez más populares y es raro encontrar una empresa que no cuente con alguna forma de presencia en dispositivos móviles. La movilidad que ofrecen las aplicaciones, junto con la facilidad de uso y la capacidad de personalización que ofrecen a los usuarios, las hacen una herramienta muy valiosa para llegar a nuevos clientes y mejorar la fidelización de los ya existentes.

También es importante destacar la capacidad de las aplicaciones móviles para mejorar la eficiencia y la productividad de las empresas. Estas aplicaciones permiten realizar tareas desde cualquier lugar, lo que significa que muchas empresas pueden tener a sus empleados trabajando de manera remota y estar igual de conectados. Además, las aplicaciones móviles también pueden ayudar en la automatización de procesos empresariales, lo que permite enfocarse en otras tareas importantes para la organización.

En el siguiente estudio se profundizará sobre la importancia de las aplicaciones móviles en el mundo comercial, evaluando tanto los beneficios como los desafíos que tienen las empresas al implementar dichas herramientas tecnológicas.

Con la llegada de los teléfonos inteligentes y las tabletas ha cambiado la forma de comercializar y promocionar productos y servicios. En todo el mundo las empresas con valor de marca están usando este nuevo canal para relacionarse con sus clientes. En este Trabajo de Fin de Master se analiza la posibilidad de crear una empresa que se dedique a la prestación del servicio de diseño y desarrollo de aplicaciones móviles para teléfonos inteligentes y tabletas. Ceballos (2015)

La importancia de las empresas comerciales radica en abarcar la mayor parte del mercado, se ha observado que durante los últimos años la población ha comenzado hacer más uso de las aplicaciones móviles, por lo que, la nueva era tecnológica, ha obligado a las empresas a tener mayor competitividad comercial. Manjarres (2019)

Debido al crecimiento mundial de la tecnología móvil la industria se encuentra en crecimiento y atrayendo empresas de diferentes rubros alrededor del mundo, en donde actualmente se generan millones de dólares sólo en aplicaciones móviles para las ventas, esto también crece gracias a los teléfonos inteligentes y tablets por lo que se ha convertido el desarrollo tecnologías móviles y este tipo de aplicación diseñada para ejecutarse desde cualquier dispositivo móvil e inteligente han podido solucionar los problemas a muchos usuarios. Lozano, et al (2022).

Durante la pandemia hicieron que al no poder comprar lo necesario por el aislamiento en el hogar donde las aplicaciones móviles se convierten en una excelente alternativa para la compra y venta de alimentos en general, esta es una actividad que a muchas personas no les gusta y les hace perder el tiempo sin embargo con la digitalización de muchas cadenas de supermercados y la aparición de nuevas plataformas han logrado un mejor beneficio. Todo se ha vuelto más sencillo recibiendo el pedido incluso en cuestión de minutos esta demanda de servicio aumenta durante en el mercado como una oportunidad para ahorrar tiempo, dinero y reducir el riesgo de contagios y de esta manera se recibe el pedido incluso en cuestión de minutos. Lozano, et al (2022).

Los diversos avances tecnológicos, en conjunto con el correcto uso de las herramientas de diseño gráfico, han logrado mejorar la situación económica de un sinnúmero de empresas en el mercado actual, hoy en día existen herramientas que han logrado alcanzar una gran importancia en cuanto a captación de clientes y crecimiento empresarial debido a que se han convertido en parte de la vida del ser humano, y estas son las aplicaciones móviles. Quiñonez (2017)

Antes los dueños de negocios no veían necesario siquiera el uso de un correo electrónico para sus empresas, o de tener una página web, hoy en día el tener redes sociales y una identidad corporativa

es algo casi indispensable para todo negocio que quiera ser competente en el mercado, sin embargo, un nuevo elemento ha aparecido en el campo y con este aparecieron nuevas oportunidades, las aplicaciones móviles. Quiñonez (2017)

La Importancia de la Tecnología y la Analítica : Para tener éxito en el mundo móvil, las empresas deben invertir en tecnología móvil adecuada y aprovechar la analítica para comprender el comportamiento y las preferencias de los clientes. Esto permite la personalización y la entrega de experiencias móviles más relevantes.

Las aplicaciones móviles son la consecuencia de la evolución de la telefonía celular; por tal motivo, vamos a conocer de a poco la evolución y desarrollo de la telefonía móvil hasta llegar al desarrollo sus aplicaciones. La telefonía móvil surgió de la necesidad de permitir a los conductores realizar llamadas desde sus vehículos en movimiento. Los primeros modelos eran muy rústicos y eran muy pesados; estos fueron desarrollados en los años setenta. Su inicio fue como un dispositivo de lujo al cual no se tenía acceso por su elevado costo y únicamente funcionaba como teléfono; su creador fue la empresa Bell; sin embargo, poco a poco la tecnología fue avanzando hasta llegar a ser un aparato indispensable para el trabajo y, posteriormente, una necesidad a la comunidad. Vizúete (2013)

Actualmente son representadas por grandes empresas de dispositivos móviles inteligentes: Android, BlackBerry y Apple, con sistemas operativos propietarios, mientras que Android con la capacidad de ser utilizado en varios Smartphone's, cada cual con un sinnúmero de descargas y con aplicaciones propias de cada empresa. Estas aplicaciones pueden ser vistas por los usuarios, en su mayoría por los browser6 de cada dispositivo móvil, que tienen la capacidad de reproducir una aplicación diseñada para mejorar la eficiencia de la empresa; la mayoría de estas aplicaciones están desarrolladas en lenguaje de programación java7; con este lenguaje de programación se puede desarrollar cualquier tipo de aplicación y puede ser visible desde cualquier dispositivo móvil. Sin duda, las aplicaciones empresariales que están en auge son las que poseen Geo-Referencia, que nos permite ubicar o señalar sitios en mapas específicos de interés para la empresa. Vizúete (2013)

El auge de las aplicaciones móviles en el ámbito comercial generó un impacto positivo para la economía de los negocios ecuatorianos que utilizaron en sus procesos la tecnología móvil, sin embargo, muchos emprendedores no acoplaron sus actividades a modelos de negocio innovadores. Rosero et,al (2022)

Las aplicaciones móviles son programas informáticos desarrollados por programadores expertos de grandes empresas o por programadores con conocimientos básicos en estructuras programación los cuales generan líneas de código para establecer tareas específicas a los usuarios. Las aplicaciones deben ser implementadas mediante programación segura; el hosting en el que se almacene o procese información sensible, debe garantizar la utilización de protocolos de seguridad y sistemas de antivirus capaces de detener intentos de hackeo o vulnerabilidad de los sistemas implementados . Rosero et,al (2022)

Internet ha llegado a ser algo indispensable en los hogares es así por medio de dispositivos electrónicos como tabletas, smartphones, computadoras, entre otros medios digitales pueden acceder a varios servicios como es redes, sociales, contenido multimedia, aplicaciones, entre otros. Según la revista M4rketing E-commerce para el 2018 el número de usuarios supera el 50% de la población, un estimado de 4000 millones de usuarios. Chicaiza (2020)

E-Commerce o comercio electrónico es el medio por el cual un cliente o entidad puede realizar compraventa de productos o servicios en los distintos países por medio de un

dispositivo conectado a Internet. El crecimiento de comercio electrónico en los distintos países no solo depende de su infraestructura tecnológica sino también de la velocidad en que se eliminen las barreras en los consumidores. Genera cambios en su comportamiento, es diferente al que tiene cuando compra en una tienda física. Chicaiza (2020)

En la actualidad el comercio electrónico se expande en las redes sociales, aplicaciones móviles de diferentes temáticas y funciones, que buscan complacer al consumidor y poder llegar a muchos más por medio nuevos canales, a nivel nacional son más de 40 mil personas que utilizan el internet para

actividades vinculadas con el comercio electrónico, según resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM 2007-2016).

La comunicación y el comercio electrónico ha venido transformando a usuarios y a empresas en su mayoría pequeñas y medianas empresas (PYMES) que aún se encuentran en proceso de transición, y adaptación a los nuevos procesos, todo para mejorar la experiencia de compra que va de la mano de la tecnología siendo estos cada vez más rápidos. Cantor, et al. (2019)

Las primeras aplicaciones móviles surgen a finales de los años 90. Algunas de éstas fueron las apps de contactos, agenda, editores de ring tones. Fueron y son apps que cubren funciones muy básicas, pero que nos facilitan la gestión de nuestro día a día.

Las aplicaciones móviles fueron evolucionando y surgieron los primeros juegos populares como el Tetris, instalado por primera vez en un teléfono móvil en 1994, en Dinamarca; o el famoso juego de Nokia, Snake, al cual todo el mundo ha jugado, independientemente de la generación a la que perteneciese. Cantor, et al. (2019)

MATERIALES Y METODOS

Método.

Teniendo en cuenta la propuesta de investigación se estableció un alcance descriptivo, ya que según Hernández, con frecuencia la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contexto y sucesos, esto es detallar como son y se manifiestan, con los estudios se buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Enfoque.

Contó con un enfoque cuantitativo , ya que para el desarrollo de la misma se aplicó una encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este, mostrando así a través de datos estadísticos el conocimiento de los alumnos .

Diseño.

El diseño de este trabajo de investigación es transversal, por el corto periodo de tiempo y por qué la misma será medida en un lapso determinado, en específico, el periodo de 1 mes asignados por la institución para la presentación de este trabajo.

Población:

Estudiantes de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este.

Muestra.

Un total de 45 estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial . Con un nivel de confianza del 95% y el margen de error del 5%.

Técnica de muestreo

La muestra seleccionada fue aleatoria.

Perfil de inclusión

Estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este.

Perfil de exclusión

Estudiantes de otras Carreras de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este.

Técnicas de recolección de datos

La técnica para la recolección de datos utilizada en este trabajo fue la encuesta, esta compuesta por preguntas que poseen relación con los objetivos con el propósito de aclarar las áreas a ser investigadas

Instrumentos de recolección de datos.

Se aplicará un cuestionario semiestructura para poder analizar acerca del tema propuesto sobre Aplicaciones Móviles y su Importancia dentro del Mundo Comercial

Técnicas de procesamiento de datos

Luego de finalizar el cuestionario se procederá a realizar el conteo de los resultados y la representación de gráficos.

Para la ejecución del proyecto se contó con las siguientes etapas de implementación:

Primera Etapa:

Luego de la aprobación del tema propuesto para el proyecto iniciamos con la Planificación, en esta etapa se definieron los objetivos del proyecto y se sugirió un plan detallado que incluyó la selección de investigadores, recursos necesarios y cronograma de actividades. Se sucederán los métodos de recolección de datos, como encuestas y entrevistas, y se determinarán los grupos de estudiantes y docentes a involucrar en el estudio.

Segunda Etapa:

En esta fase se procedió a la recopilación de información, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre Aplicaciones Móviles y su Importancia dentro del Mundo Comercial así como investigaciones relacionadas con el campo de la Ingeniería Comercial. Esta etapa permitió obtener información relevante y establecer un marco teórico sólido para el proyecto.

Tercera Etapa:

Posteriormente se procedió a la Recolección de datos primarios, Se llevaron a cabo encuestas a estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial. Estas herramientas permitieron recopilar información sobre las experiencias, percepciones y desafíos relacionados con Aplicaciones Móviles y su Importancia dentro del Mundo Comercial. Los datos recopilados se analizaron de manera sistemática y se extrajeron conclusiones relevantes.

Cuarta Etapa:

En la última fase, se procedió a Análisis de datos, en esta etapa se procesaron los datos recopilados y se aplicaron técnicas de análisis estadístico. Se identificaron patrones, tendencias y correlaciones que ayudaron a comprender mejor.

Resultados y discusión

En este capítulo se presentan los resultados del análisis de los datos obtenidos de la encuesta realizada a Estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este.

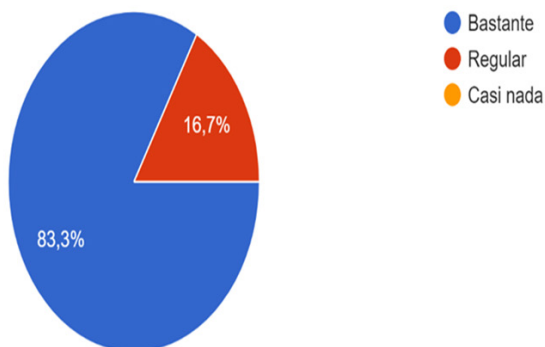
Se realizó en la carrera de ingeniería comercial encuestas a estudiantes.

Los resultados de los datos obtenidos se puede observar en el siguiente análisis.

Opciones	Porcentaje
Bastante	83,3%
Regular	16,7%
Casi Nada	0%

¿Con qué frecuencia utilizas aplicaciones móviles en tu vida diaria?

12 respuestas



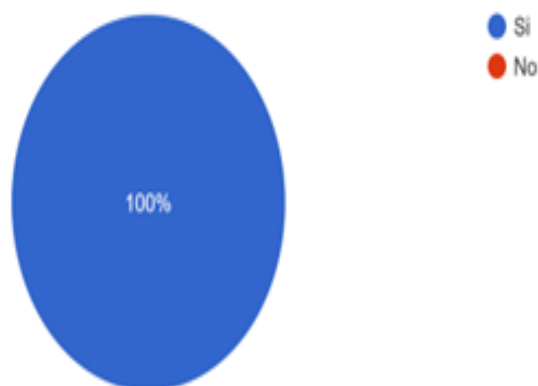
De acuerdo al resultado del grafico el 83,3% de los encuestados usan las aplicaciones móviles mientras que el 16,7% lo usan regularmente

Opciones	Porcentaje
Si	100%
No	0%

Como se puede llegar a observar en el grafico el 100% de los encuestados interactúan con las aplicaciones para ver los productos o servicios que ofrecen

¿Crees que las aplicaciones móviles han cambiado la forma en que interactúas con las empresas y los productos/servicios que ofrecen?

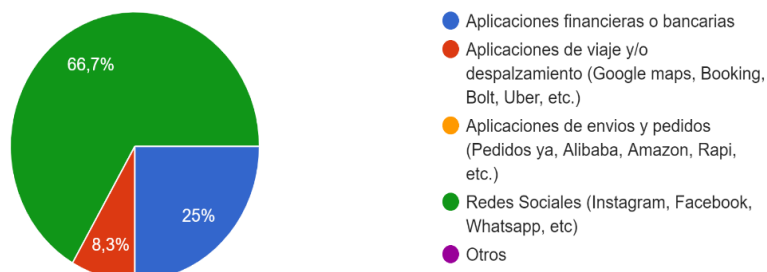
12 respuestas



Opciones	Porcentaje
Aplicaciones Financieras o Bancarias	25%
Aplicaciones de desplazamiento o viajes	8,3%
Aplicaciones de envíos y Pedidos	0,0%
Redes sociales	66,7%

¿Qué tipo de aplicaciones móviles considera más útiles en términos comerciales? (Ejemplos: compras, banca, viajes, redes sociales, etc.)

12 respuestas



De acuerdo al resultado del gráfico 25% de las personas encuestadas utilizan aplicaciones financieras o Bancarias 8,3% utilizan las aplicaciones para desplazamiento el 0,0 envíos y pedidos no lo utilizan mientras que el 66,7% utilizan en Redes Sociales

Referencias

Ceballos-Arias, A. (2015). Plan de empresa para la creación de una spin-off en desarrollo de aplicaciones móviles (Master's thesis). <https://reunir.unir.net/handle/123456789/3118>

Manjarrés Camana, J. P. (2019). Aplicación de geomarketing en entorno móvil para la comunicación comercial de PYMES (Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2764>

Lozano, S., & Del Rocío, A. (2022). Análisis de la usabilidad e impacto comercial de las aplicaciones móviles utilizadas en pandemia en los supermercados de la ciudad de Babahoyo (Bachelor's thesis, Babahoyo: UTB-FAFI. 2022). <http://190.15.129.146/handle/49000/12575>

QUIÑÓNEZ VÉLEZ, J. C., & NAULA SUMBA, G. O. (2017). Comunicación visual y su influencia en el uso de aplicaciones móviles para el desarrollo comercial del mini market "memo" (Doctoral

dissertation, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL). <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23032>

Vizuet Flores, M. R. (2012). Analizar el aporte a las soluciones en aplicaciones móviles para el comercio electrónico en la ciudad de Quito (Master's thesis, Quito; 2012).

Rosero, P. C. G., Cedeño, M. D. R. A., Tapuyo, W. J. A., & Francis, H. S. Q. (2022). Aplicaciones móviles en modelos de microemprendimientos: Métricas y fortalezas en el comercio ecuatoriano. *Revista Tecnológica Ciencia y Educación Edwards Deming*, 6(1). <http://www.revista-edwardsdeming.com/index.php/es/article/view/89>

QUIÑÓNEZ VÉLEZ, J. C., & NAULA SUMBA, G. O. (2017). Comunicación visual y su influencia en el uso de aplicaciones móviles para el desarrollo comercial del mini market “memo” (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL). <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23032>

Chicaiza Palate Diego Baltazar (2020) DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN HÍBRIDA E-COMMERCE PARA LA GESTIÓN DE VENTAS DE LA EMPRESA “CALZADO ANABEL”. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/30726>

Cantor Melara, DV, Molina Martínez, MJ y Quinteros Aragón, YN (2019). Diseño de aplicación móvil para mejorar la experiencia de compra de artículos femeninos a través de asociación de productos

<https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/23014/1/DISE%C3%91O%20DE%20APLICACI%C3%93N%20M%C3%93VIL%20PARA%20MEJORAR%20LA%20EXPERIENCIA%20DE%20COMPRA%20DE%20ART%C3%8DCULOS%20FEMENINOS%20A%20TRAV%C3%89S%20DE%20ASOCIACI%C3%93N%20DE%20PRODUCTOS.pdf>

Balestrini, M. (2006) *Cómo se Elabora el Proyecto de Investigación*. Caracas. BL Consultores Asociados. <https://docer.com.ar/doc/x1vnvs0>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill.

Henríquez Fierro, E. y Zepeda González, M. I. (2003). PREPARACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN. Ciencia y enfermería, 9(2), 23-28. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95532003000200003>