



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA PRUEBA
PRÁCTICA**

INGENIERÍA EN SISTEMAS

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO EN SISTEMAS

TEMA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DISEÑO DE UNA APLICACIÓN PARA
COMERCIALIZAR PRODUCTOS DE LA EMPRESA “DANICA FRUITS S.A” EN LA
CIUDAD DE BABA**

EGRESADO

ARISTIDES JOEL CHILA MOREIRA

TUTOR

ING. JOFFRE LEON ACURIO

AÑO

2022

RESUMEN

El presente trabajo hace referencia a un estudio de factibilidad para el diseño de una aplicación destinada a comercializar los productos de la empresa exportadora de banano Danica Fruits S.A, en la ciudad de Baba.

Se analizó el medio en el que se encuentra la empresa, es decir, se dio un enfoque hacia lo que actualmente conocemos como marketing empresarial, el mismo que representa innumerables ventajas y beneficios para quienes aplican su uso.

Además, se sugirió diversos métodos que traen consigo las soluciones a corto o mediano plazo en función del crecimiento y reconocimiento para la empresa en el ámbito que se desenvuelve.

Palabras clave: Red mundial de internet, tecnologías móviles, producción del banano, comercio electrónico.

ABSTRACT

The present work refers to a feasibility study for the design of an application destined to commercialize the products of the banana exporting company Danica Fruits S.A, in the city of Baba.

The environment in which the company is located was analyzed, that is, an approach was given to what we currently know as business marketing, which represents innumerable advantages and benefits for those who apply its use.

In addition, various methods were suggested that bring short or medium-term solutions based on growth and recognition for the company in the field in which it operates.

Keywords: World wide web, mobile technologies, banana production, e-commerce

INTRODUCCION

Al igual que en casi todos los ámbitos de la vida humana, la red mundial de internet y en particular el comercio electrónico está teniendo un profundo impacto en el ámbito de las ventas online. Hacer uso de sitios web permite el acceso a un gran volumen de información y facilita la comparación de productos, condiciones, precios, servicios, etc. Y la comunicación entre consumidores, productores y distribuidores.

Internet es ya, después de muy pocos años, un nuevo y amplio mercado a nivel mundial. Las empresas tienen la accesibilidad de ofrecer productos o servicios. Los mismos que tienen la gran oportunidad de ser conocidos por millones de posibles compradores.

Con el presente estudio de caso se buscó obtener la experiencia, profundizar conocimientos y optimizar la calidad de servicios ofrecidos, esto sirvió como la mayor oportunidad para ser divulgados y valorados.

La línea de investigación aplicada para el presente estudio, se relaciona con la investigación de sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación, y en la sub línea de investigación que abarca las redes y tecnologías inteligentes de software y hardware.

Es importante también, resaltar que el presente estudio hace uso de la metodología de investigación cualitativa, para la recolección de la información. Como herramienta se utilizó la entrevista, la misma que permitió conocer a detalle la problemática existente en la empresa, así como los requerimientos necesarios para el desarrollo de la aplicación.

Esta investigación tiene como finalidad analizar la situación interna de la empresa, en cuanto a la gestión llevada a cabo referente a las estrategias de mercado. Es decir, conocer a profundidad las falencias que pudieren no permitirle el crecimiento y esparcimiento de la empresa como tal y las actividades que realiza y ofrece.

DESARROLLO

Las actividades comerciales de la empresa exportadora de banano Danica Fruits S.A son realizadas de manera tradicional. Es decir, sin una planificación de marketing. La mayor parte de la fruta vendida ha sido para satisfacer la demanda de marca privada de los exportadores internacionales de frutas con marcas propias, lo que ha impedido que la empresa Danica Fruits S.A logre mayores márgenes de ganancia y dejar en segundo plano la venta de frutas con sus propias marcas.

Una de las metas de la exportadora de banano Danica Fruits S.A. es expandirse al mercado internacional a través de sus marcas de productos. La desventaja es que no cuentan con un plan estratégico que ayude a alcanzar las metas planteadas, por lo que con este caso de estudio es posible identificar posibles soluciones para el mercadeo de la empresa y su posterior diagnóstico a nivel general.

Actualmente, el uso de las TIC tiene un impacto positivo en la competitividad de diversas cadenas agroalimentarias, ya que reduce los costos de producción y ahorra recursos mediante el uso de las TICs” (Ortiz Ocaña, 2019). El uso de las TICs en la agricultura, Control y la automatización de la empresa, los procesos administrativos y la gestión de la producción, ya sean públicas o privadas, todas necesitan lo que les permita crecer con calidad y eficiencia en todas sus operaciones y procesos, pero no todas las empresas cuentan con las herramientas técnicas para soportar estos procesos, lo cual les impide trabajar con calidad y eficiencia en la planificación de las estrategias de producción.

Durante el análisis de la información recabada se encontró que existen dificultades, tales como:

No existen herramientas técnicas para registrar actividades en el control y manejo de la producción bananera. Además, no hay inversión en tecnología y algunos procesos están documentados empíricamente. El registro del trabajo diario en la empresa se realiza de forma semiautomática mediante hojas de Excel, notas de agenda u otros medios.

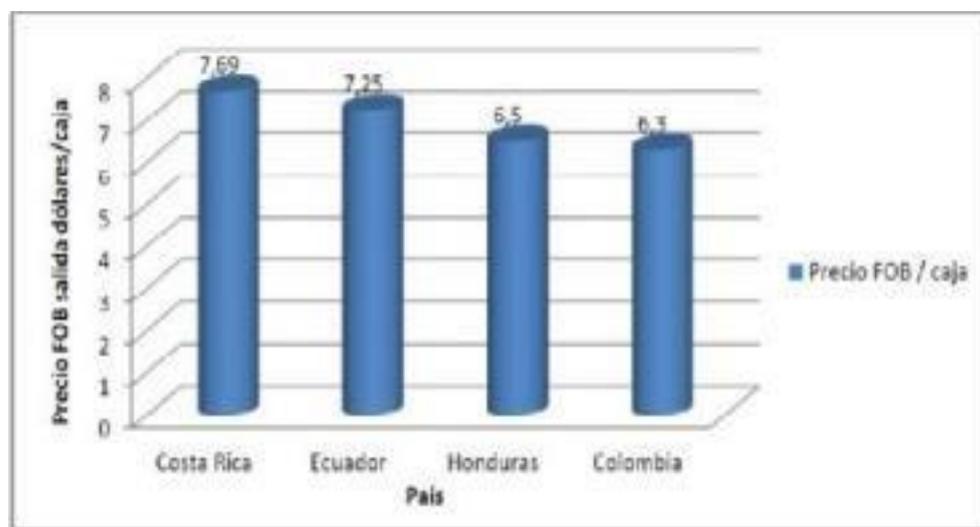
Antecedentes

A inicio de los años noventa el sector agrícola en Latinoamérica se encontró en la necesidad de buscar mecanismos que les permitan ser más competitivos por la influencia de la globalización en los mercados. Según (Soto, 2011), la oferta de Banano se ha incrementado significativamente, especialmente de los productores de Centro América, la oferta mundial ha aumentado de 5,8 millones de toneladas en el periodo 1983-85 hasta 10.7 millones de toneladas en el período 1993-95, donde el país que más creció fue Guatemala con un 101.7%, seguido por Ecuador con un 12.44% y Costa Rica con un 7.89%” (p.14).

Primero se fundaron empresas de desarrollo de software dedicado a la administración y gestión de empresas agrícolas lo cual ayudó a un mejor manejo de información, luego se desarrollaron softwares para el manejo de información ya no administrativa sino del proceso de producción, esto ayudó a las empresas a encontrar puntos débiles en la cadena de producción y poder mejorarlos llegando a ser más productivos. Sin embargo, durante los últimos años el Ecuador ha sido menos efectivo que sus competidores directos por algunos factores tanto internos como externos. Uno de los más relevantes es la globalización que regula los precios de los productos en los mercados, nuestros competidores directos desde hace algunos años son Costa Rica, Honduras y Guatemala,

países centroamericanos que tienen la ventaja de estar cerca del canal de Panamá, lo cual disminuye los costos de transporte y desde hace pocos años tenemos como competidores FOB(Free On Board) entre Ecuador, Colombia, Honduras y Costa Rica es de 7.25 dólares hasta 2011, el más alto es de Costa Rica y el más bajo es el de Colombia” (Vega Jaramillo, 2015)

Figura 1. Precio de la caja de banano en el mercado internacional.
Fuente: (Vega Jaramillo, 2015)



Los requerimientos del mercado mundial de mejorar la calidad de la fruta obligaron a cambiar todo el proceso productivo: cosecha, empaque, transporte interno en las plantaciones hasta los puertos marítimos y transporte marítimo internacional, hasta llegar a las perchas de los mercados mundiales. Toda esta logística generó un aumento en el costo de producción. Otro factor importante en paralelo con los crecientes requisitos de calidad en el mercado internacional es la implementación de certificados internacionales de exportación. Todos estos factores impulsaron a los productores a encontrar formas de reducir costos y aumentar los rendimientos.

Tomando en cuenta el impacto positivo que tiene la utilización de tecnologías en los procesos productivos, el impacto de la inversión en tecnología sobre la productividad, expone que por cada dólar invertido en Tecnologías de la Información, se producen incrementos de entre 0.81 y 2.62 dólares en el producto de la empresa (Barquero, 2022), tomando en cuenta la afirmación expresa del Abg. Eduardo Ledesma, Director Ejecutivo de AEBE (Asociación de Exportadores de banano del Ecuador), indica que “la utilización de tecnologías es esencial para mejorar la eficiencia productiva y la competitividad”, y tomando en cuenta las afirmaciones del Prof. Moisés Soto Ballesteros, una de las máximas autoridades académicas y científicas en el área bananera de la Universidad Earthde Costa Rica, indica que “La agricultura de precisión como herramienta para la toma de decisiones nos permite tomar acciones correctivas oportunas y aumentar la productividad” (Soto, 2011). Por lo tanto, en el presente estudio, el enfoque dirigido a utilizar los recursos disponibles es proporcionar a los productores de banano un sistema informático con software que se base en la información sobre el proceso de producción de banano.

Evolución de los teléfonos inteligentes

También conocido como la segunda revolución de los teléfonos móviles, la idea original del teléfono inteligente era básicamente combinar la funcionalidad de PDA (Asistente digital personal) con la funcionalidad de telefonía para brindar más comodidad y compacidad. El primer dispositivo que cumplió con esta definición fue el IBM Simon, que tenía todas las funciones de un dispositivo de mano en ese momento (1992), con funciones relevantes. Sin embargo, no es muy cómodo debido al peso de solo 510 gramos, solo utilizable en 190 ciudades repartidas en 15 estados de EE. UU., lo que dificulta los viajes. (Matt, 2017)

El boom de los smartphones comienza con el sistema operativo Windows Pocket PC

(2000) y teléfonos móviles y dispositivos vendidos con este sistema operativo

Como la marca HTC, que vive un gran auge en Europa gracias a Teléfonos Wallaby, Falcon e Himalaya de 2002 a 2004.

Los teléfonos inteligentes que se desarrollaron en los primeros días fueron: Palm, Inc. Y Su Palm OS y una línea más grande de teléfonos inteligentes y PDA con él y RIM

(Research In Motion) y la famosa línea BlackBerry y el sistema operativo BlackBerry.

(Matt, 2017)

Tabla 1. Evolución del teléfono inteligente en el tiempo

AÑO	MODELO
1992	IBM Simón
1996	Palm Pilot
1998	Nokia 9110 Communicator
2002	BlackBerry 5810
2003	Treo 600
2007	Apple iPhone
2009	Motorola Droid
2010	HTC EVO Design 4G
2012	Sony Xperia T
2015	Samsung Galaxy S6

Fuente: El mundo del Smartphone

Nacimiento de aplicaciones móviles y tiendas en línea

La primera aplicación móvil fue precedida por el gigante Apple, en 2007. Las primeras aplicaciones móviles, aunque demasiado simples, fueron la base para el desarrollo de los editores de tonos de llamada, programa de trabajo e incluso el famoso juego de serpientes, fueron algunas de las primeras realizaciones de la empresa.

Ciertas creaciones de marcas comerciales genuinas ahora están registradas en Apple por más de 700.000 aplicaciones entre gratuitas y de pago.

Desde su fundación en 2007, Apple ha introducido SDK (desarrollo de software) es una herramienta que invita a los desarrolladores independientes a crear aplicaciones a cambio del 70% de las ventas, el mismo principio se aplica actualmente, Incluso mejorado. No muy lejos en 2008, Android aparece a través de la plataforma Google Play.

Por otro lado, cuando se trata de tiendas móviles, es imposible no pensar en el uso de la palabra comercio electrónico, la cual significa únicamente “uso de medios electrónicos”, que sirve para realizar todas las actividades de gestión empresarial: asignar y Solicitar productos y/o servicios, encontrar socios y tecnología, negocios para elegir la mejor cobertura de transporte y seguro.

Realizar operaciones bancarias, realizar pagos, recibir pagos, comunicarse con sus vendedores y empresa, aceptar pedidos, es decir, todas estas actividades que requiere el comercio.

Tabla 2. Aparición de tiendas en línea

Año	Descripción
1960	Electronic Data Interchange permite las primeras transacciones electrónicas por empresas.
1984	Primera compra desde la casa por una mujer en Gateshead, Reino Unido. Supermercado
1991	Se puede usar Internet con intenciones comerciales
1994	Se fundan Ebay, Amazon y Dell.
1999	Se abren las puertas digitales de Zappos, la primera tienda 100% virtual.
2005	Aparece lo que ahora se llama "social commerce," o tendencia de comprar y vender por las redes sociales.

Fuente: Ombushop

Actualmente, Facebook Messenger, Spotify, Snapchat y Junto a WhatsApp han creado tendencias a nivel mundial, así como su desarrollo marcó un antes y después en la vida del usuario y cómo usa la comunicación continuamente. En los últimos ocho años, las aplicaciones de redes sociales, se han integrado en el campo de los negocios y el desarrollo económico.

Esta nueva forma de hacer negocios es muy efectiva porque representa alcance, lo que significa que la presentación puede llegar a más personas y éstas conozcan su negocio, también se enfatiza en la parte visual de la marca.

Enfatiza el diálogo entre la empresa y el consumidor de las redes sociales. Por otro lado, la propaganda juega un papel importante ya que es un canal adecuado para diferentes grupos de personas. Las empresas pueden introducir nuevas promociones o introducir nuevos productos. Una de las características más importante es que Facebook puede ejecutarse en dos modos Empresas, B2B y B2C, que hacen negocios directamente con los consumidores o Cooperación con otras empresas. Tendencias generales demuestran que,

en pocos años, el comercio electrónico será el elemento básico de cualquier tipo de negocio.

Los negocios y la tecnología

En Ecuador, las medianas y grandes empresas, siempre comienzan con la tecnología interna. Corporación La Favorita utiliza tecnología para estandarizar procesos y Elaboración y empaque de productos registrados como “Las Menestras del Negro” y Mediante el control de las mercancías entrantes y sus materias primas, la tecnología actual es clave, es apta para todo tipo de negocio, a través del cambio organizacional.

El uso de la tecnología ha cambiado la forma en que operan todas las empresas y he aquí por qué es imperativo adaptarse, comprender y entender cómo funciona la tecnología.

Las empresas que no usan tecnología en sus negocios no solo sacrifican la productividad sino también su competitividad. Se puede trabajar de manera más inteligente hoy, ofrecer productos y servicios para una amplia gama de aplicaciones críticas

Es de importancia para todo negocio. Se dice que el propósito de la tecnología no es: perturbar el cerebro, pero si servir al cuerpo. Este hecho es cada vez más común en estos días. Manténgase a la vanguardia e innove, de lo contrario no alcanzará la meta deseada.

La tecnología de la información ha permitido cambiar la forma en que se realizan las tareas e incluso algunas transacciones necesarias para crear valor de la provisión de bienes o servicios. (Alanis, 2021)

E- commerce

Según (Penciña, 2017) Sin lugar a dudas el mundo está cambiando, y lo hace rápidamente. Desde un punto de vista comercial, la aparición de la tecnología está sustentada sobre todo

en internet, ha generado una nueva forma de hacer y organizar los negocios que afecta prácticamente a todos los ámbitos y sectores de la economía. Originalmente este fenómeno se denominó comercio electrónico. Hasta cierto punto, el nombre se ha omitido, pero la realidad detrás de él solo se suma a su importancia en todas las esferas: Social, política y económica.

Un aspecto particular de este desarrollo es el comercio electrónico. La capacidad de duplicar el proceso de venta por medios electrónicos (principalmente a través de internet) condujo al nacimiento de un nuevo negocio llamado comercio electrónico en la década de 1990.

Desde entonces, no ha hecho más que crecer y ser más importante en la economía y en la sociedad.

Ventajas y retos del comercio electrónico

(Penciña, 2017) Destaca que las principales ventajas para un comerciante virtual son:

- **Disponibilidad.** Desde cualquier lugar del mundo (se requiere una conexión a la red) se pueden hacer transacciones en cualquier momento (concepto 24 x 7 o 24 horas disponibles los 365 días), facilita el acceso a un gran mercado eliminando barreras geográficas y físicas.
- **Acceso a la información.** La actividad digital deja un rastro de información extremadamente completo. Se generan <toneladas> de datos que, adecuadamente tratados, se pueden convertir en una gran fuente de información y conocimiento para mejorar el negocio, conocer a los clientes y sus gustos y mejorar la competitividad y rentabilidad de las empresas.
- **Menores barreras de entrada.** Comenzar a vender online suele implicar menores costes y necesidades financieras que las ventas tradicionales. La gente a menudo afirma falsamente que el comercio electrónico posee

menores costes o mejores márgenes. Esto, en sentido universal, es falso. Pero seguramente dar los primeros pasos en los negocios puede ser más fácil y económico que construir un negocio tradicional.

Información disponible y riqueza de formato. Podemos dar mucha más información (sobre el producto, servicio, disponibilidad, etc.) y utilizar formatos más potentes que en el comercio tradicional (video, fotografía, formularios interactivos, etc.).

- **Entorno social.** Podemos aprovechar la potencia social del medio digital para conseguir difusión a través de los perfiles de los usuarios (por ejemplo, un retuiteo, un <me gusta> en Facebook o la utilización de un hashtag), contenido generado por el usuario (críticas o revisiones de producto, artículos y post, etc.).
- **Flexibilidad.** Que se traduce en una gran capacidad para hacer pruebas y aprender del error sin que su coste sea una losa insalvable. Los medios digitales nos permiten consultar muchas alternativas posibles en tiempo real de productos, precios, ofertas, información de contacto y más.
- **Posibilidad de entregar en prácticamente cualquier lugar del mundo.** A través de las grandes redes de servicios de correos y de empresas de transporte globales, se puede llegar casi a cualquier rincón del planeta con un coste cada vez más reducido y accesible.
- **Captación de clientes.** Cuando un emprendedor abre una agencia lo hace donde conoce bien a sus clientes. En su mayor parte, la colocación y visualización de escaparates es su única forma de marketing y publicidad.

Es necesario resaltar que el presente estudio es de carácter descriptivo, debido a que analiza si la empresa implicada ha hecho uso de herramientas e-commerce que ayuden a mejorar su competencia en el ámbito que se maneja.

El enfoque que se menciona inicialmente es el cualitativo, el mismo que hace referencia a las características del objeto de estudio, en específico, a cómo opera la empresa Danica Fruits S.A y su entorno relacionado a su competencia.

Factibilidad

El estudio de factibilidad es el trabajo que realiza una empresa para identificar las oportunidades de desarrollo de un negocio o proyecto que la empresa quiere emprender. (Quiroa, 2020)

Análisis de factibilidad

Realizar un análisis de factibilidad antes de iniciar un proyecto puede darnos una dirección para continuar o abandonar el desarrollo del proyecto. Realizar este análisis permite a las partes interesadas tener expectativas más realistas sobre el software que se está diseñando.

Además, este tipo de análisis puede determinar las condiciones ideales a alcanzar y las dificultades que se pueden presentar. Los tipos de factibilidad a considerar se detallan a continuación.

- **Factibilidad operativa.**

Por un lado, la viabilidad operativa se trata de las personas que implementan el proyecto. Por ello, es importante analizar si el empleado cuenta con las competencias laborales necesarias para desarrollarlas y ponerlas en práctica.

Lo más importante es que la viabilidad operativa depende de los recursos humanos que forman parte de la organización. Ya que éstas son las personas que tienen que completar todos los pasos en los diferentes procesos del sistema para lograr el objetivo previsto. (Quiroa, 2020).

Esto permite definir que el proyecto es factible operacionalmente, en que el usuario final trabajará a la par con el desarrollador, para que el producto final esté ajustado a sus necesidades y con los suficientes estándares de accesibilidad y calidad, para así obtener una buena experiencia de usuario.

- **Factibilidad Técnica**

Este aspecto reevalúa si la infraestructura tecnológica de la empresa es capaz de responder positiva y efectivamente al desarrollo del proyecto o negocio planificado.

Lenguajes y herramientas a usar

Herramientas	Software de servidor y base de datos
Laravel	MySQL
Gitlab	Apache
Figma	PHP

Tabla 1. Requerimientos de software para el desarrollo

Elaborado por: Joel Chila Moreira

Hardware

Componentes	Especificaciones
Procesador	Intel Core i5 o superior
Memoria RAM	6 GB
Disco duro	500 GB
Tarjeta de video	Estándar
Tarjeta de red	Ethernet 1000

Tabla 2. Requerimientos mínimos de hardware para el desarrollo

Elaborado por: Joel Chila Moreira

La aplicación se podría desarrollar bajo el marco de trabajo Laravel, el cual está basado en PHP, permitiendo trabajar con tecnologías web HTML, CSS Y JavaScript para desarrollar aplicaciones y servicios web.

Se cuenta con el equipo computacional requerido para cada una de las herramientas a utilizar durante el desarrollo del proyecto. Se dispone de 1 computador portátil con las características antes mencionadas, con lo que se concluye que existe una factibilidad técnica de realizar el proyecto.

- **Factibilidad económica**

En términos de viabilidad económica, se debe realizar un análisis integral de costo-beneficio de la empresa o proyecto y se deben considerar ambos aspectos. Si la evaluación muestra que los costos superan los beneficios, es mejor no desarrollarla. Sin embargo, si los beneficios superan los costos, entonces la decisión de continuar con el proyecto será menos costosa.

Análisis costo – beneficio

Costos de desarrollo	
Costo personal de desarrollo	\$ 2.000
Costo personal de pruebas	\$ 500.00
Costo personal de diseño	\$700.00
TOTAL, COSTO DE DESARROLLO	\$3.200,00
Costos de implementación	
Equipo de desarrollo	\$ 553.00
Licencia de software	\$ 200.00
TOTAL, COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 753.00
Costo de operación	
Servidor	\$ 65.00
TOTAL, COSTO DE OPERACIÓN	\$ 65.00
COSTO TOTAL	\$ 7.971,00

Tabla 3. Resumen de costos

Elaborado por: Joel Chila Moreira

Con el fin de analizar la factibilidad económica, el cual arrojó un equivalente a \$ 7.971,00. Este resultado indica que el Proyecto es conveniente a realizar, ya que le genera valor a cualquier inversionista que desee llevarlo a cabo y más aún, los beneficios que se obtendrán serán altos.

En general, los tres estudios dieron resultados positivos, demostrando lo rentable que es desarrollar aplicaciones móviles y web, ya que luego de lanzarlas al mercado comienzan a generar ganancias por si solas.

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el estudio requerido, se concluye que la empresa Danica Fruits S.A desarrollaba sus actividades de negocio de manera tradicional, es decir, no cuenta con una estrategia enfocada en optimizar su alcance productivo. Así como los métodos necesarios para que su competitividad esté al nivel esperado.

En la actualidad, la tecnología es sin duda la mejor aliada para las empresas, dado que día tras día se innova en el ámbito empresarial y las estrategias de mercado. Por tal razón, la empresa Danica Fruits S.A dispuso su interés en implementar a futuro una aplicación comercial que sirva para gestionar sus actividades, a lograr un mayor alcance en cuanto a sus exportaciones.

Recalcando la importancia que tiene el uso de las TICs, es imprescindible asociar esta tecnología a cualquier empresa que desee incrementar su reconocimiento y difusión. Teniendo en cuenta los múltiples beneficios que trae consigo, las mejoras y ventajas que puede representar.

Con base en estas conclusiones, se afirma que el proyecto es factible, debido al crecimiento de la competitividad a nivel de empresas que se encuentran en el mismo ámbito. Esto permite que la empresa implicada en este estudio se vea motivada a implementar nuevos medios de expansión que le den viabilidad a situarse entre los mejores.

BIBLIOGRAFÍA

Alanis, M. (2021). *Tecnología de Información para la Transformación de Los Negocios*.

Amazon Digital Services LLC.

Barquero, A. V. (2022). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*.

Matt, C. (2017). *El Smartphone*. Obtenido de

<http://smartphoneavancetecnologico.blogspot.com/p/historia-y-evolucion-del-smartphone.html>

Ortiz Ocaña, A. y. (2019). *Las TIC en las pymes del siglo XXI*. Ediciones UCC.

Penciña, I. S. (2017). *El comercio electrónico: Una guía completa para gestionar la venta online*.

Quiroa, M. (2020). Estudio de factibilidad. *Economipedia*.

Vega Jaramillo, V. L. (2015). *Análisis de los precios de la caja de banano y su impacto en los ingresos de los productos bananeros*.

A N E X O S

ANEXO I

Objetivo: Conocer la gestión de la empresa referente al marketing empleado para sus actividades de exportación.

Entrevista dirigida a: Directivos de la empresa.

Cargo: Supervisor y secretario

ENTREVISTA

1. ¿De qué tipo de empresa se trata? ¿Cuáles son los productos o servicios?

Danica Fruits S.A es una empresa dedicada a la exportación de banano. El producto principal es el banano.

2. ¿Existe ya un sitio web de la empresa? ¿Algún otro tipo de presencia online (Redes sociales, perfiles en directorios, etc.)?

No, la empresa no cuenta con un sitio ni aplicación web.

3. ¿Por qué cambiar o crear la aplicación web ahora?

Pienso que sería muy importante crear una aplicación para la empresa porque así tendríamos mayor alcance a un mayor número de personas.

4. ¿Existe una empresa que represente competencia? ¿Quiénes son?

Si, existen varias empresas dedicadas a la exportación de banano.

5. ¿Qué tiene la competencia que quiera tener usted en su empresa?

La competencia tiene presencia en diversas redes sociales, lo que permite que lleguen a más consumidores, es por eso que vemos prudente la implementación de una aplicación que nos permita ubicarnos en mejor sitio de competencia.

6. ¿Cómo calificaría usted la implementación de una aplicación web para su empresa?

Excelente	X
Bueno	
Regular	
Malo	

7. ¿Le gustaría a usted revisar las características, funcionalidades antes de desarrollar la aplicación web?

Si, sería necesario para poder conocer y estar al tanto de la funcionalidad de la aplicación.

8. ¿Le gustaría que la aplicación permita realizar actividades online de forma segura?

Si, por supuesto, sería una ventaja para los usuarios porque representaría confiabilidad.

9. ¿Cómo la implementación de una aplicación web ayudará a gestionar las actividades de la empresa?

Opino que la implementación de una aplicación ayudaría de gran manera a que las actividades y servicios de la empresa sean conocidas por mayor cantidad de personas.

10. ¿Su empresa tiene actualmente un logotipo o estándar gráfico que debemos seguir?

Si, la empresa cuenta con un logotipo.