



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMATICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL 2022 – SEPTIEMBRE 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN

SISTEMAS

TEMA:

**ANALISIS DE LAS USABILIDAD E IMPACTO COMERCIAL DE LAS
APLICACIONES MOVILES UTILIZADAS EN PANDEMIA EN LOS
SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**

EGRESADA:

ARIANNA SOLORZANO LOZANO

TUTOR:

ING. HARRY SALTO VITERI

AÑO:

2022

INTRODUCCION

En los últimos años por la pandemia de COVID-19 por su masiva propagación, la tecnología ha sufrido muchos cambios en las tendencias de consumo como las compras las aplicaciones móviles adaptándose a las nuevas necesidades facilitando el acceso a la información a los consumidores y ofreciendo soluciones digitales para controlar las necesidades de los usuarios y supermercados.

El estudio tiene como objetivo analizar la usabilidad que tienen las aplicaciones móviles en los supermercados de la ciudad de Babahoyo para mejorar la calidad de atención al cliente sus estrategias de compra y venta de productos y servicios en línea, así como describir su impacto positivo en el usuario cuando opera aplicaciones móviles en los negocios.

Las áreas de investigación utilizadas en el presente estudio de caso son sistemas de información y comunicación emprendimiento e innovación con sublínea de investigación de redes tecnologías inteligentes de software y hardware la misma que se realizará de forma cuantitativa por el método descriptivo esto permitirá limitar en la investigación que proporciona la necesidad de aplicaciones móviles en el trabajo por los cual se utilizó la técnica de las entrevistas para tener resultados válidos.

RESUMEN

El tema a tratar de este estudio fue analizar la usabilidad y el impacto comercial de las aplicaciones móviles utilizadas durante la pandemia en los supermercados de la ciudad de Babahoyo debido a que la tecnología durante la pandemia generó un impacto social global en el mercado laboral las aplicaciones móviles en muchos supermercados han contribuido durante la emergencia sanitaria.

Lo cual ha provocado un aumento importante de estas aplicaciones para mejorar la calidad del servicio y los ingresos de los clientes, así como cambiar la estrategia de compra y venta de productos y servicios en línea en donde facilitan al usuario la comodidad y seguridad para ahorrar tiempo dinero y reducir evitar que el riesgo de contagios aumente.

Durante este estudio se concluyó que las aplicaciones móviles ahora son la parte principal del producto ofertado midiendo la eficiencia y satisfacción de los usuarios la calidad de los pedidos a domicilio, así como como la demanda en los supermercados en este caso de estudio el objetivo es proponer el uso de aplicaciones móviles dentro de los supermercados de la ciudad de Babahoyo.

Palabras claves: Supermercados, pandemia, aplicaciones móviles, tecnología.

ABSTRACT

The topic to be addressed in this study was to analyze the usability and commercial impact of mobile applications used during the pandemic in supermarkets in the city of Babahoyo, since technology during the pandemic generated a global social impact on the labor market. The telephones of many supermarkets have contributed during the health emergency.

Which has caused a significant increase in these applications to improve the quality of service and customer income as well as change the strategy of buying and selling products and services online where they provide the user with comfort and security to save time and money and reduce prevent the risk of contagion from increasing.

During this study it was concluded that mobile applications are now the main part of the product offered, measuring the efficiency and satisfaction of users, the quality of home orders as well as the demand in supermarkets, in this case study the objective is propose the use of mobile applications within the supermarkets of the city of Babahoyo.

Keywords: Supermarkets, pandemic, mobile applications, technology.

DESARROLLO

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.

Unas de las dificultades que surgieron por causa de la pandemia fue el impacto comercial que afectó a los negocios ya que sus ventas bajaron, esto llevó a que algunos supermercados cambiaran su estrategia de negocio llevándolos a utilizar las aplicaciones móviles, en donde su entorno amigable con el usuario era muy factible para todas las personas que hacían uso de estas aplicaciones, a través de sus celulares en dónde jugaron un papel fundamental y contribuyeron para mejorar la experiencia de usuario y la medición de audiencia.

La metodología utilizado dentro de este estudio de caso es el método descriptivo el cual me permitió limitar esta investigación para corroborar la usabilidad que ha tenido la usabilidad de aplicaciones móviles utilizadas durante la pandemia la misma que va proporcionando información necesaria a través de la técnica de las entrevistas para recolectar los resultados y verificar si es factible utilizar estas herramientas dentro de los supermercados.

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.

La usabilidad e impacto comercial de las aplicaciones móviles durante la pandemia se vio reflejado en los supermercados, donde se evidencio mejora de los negocios y obtuvieron mejores ingresos, además ahorrar tiempo a los clientes usando las herramientas tecnológicas para la compra y venta en los supermercados para la satisfacción e interacción del usuario.

En este estudio, se ha invitado a participar a expertos del medio, profesionales ingenieros en sistemas, con años de experiencia y conocedores de las tecnologías y proyectos informáticos que permitirá conocer la usabilidad e impacto de las aplicaciones móviles en la pandemia.

En el 2019 según los servicios de rentas internas las recaudaciones de los supermercados de la Ciudad de Babahoyo fueron alrededor \$19.183.833 de enero a diciembre en recaudación nacional por domicilio fiscal e impuesto.

En el 2020 según el servicio de rentas internas las recaudaciones de los supermercados de la Ciudad de Babahoyo fueron alrededor \$16.850.998 de enero a diciembre en recaudación nacional por domicilio fiscal e impuesto.

Esto significa que durante la pandemia los supermercados estuvieron un gran impacto a los negocios en donde sus ventas bajaron, esto llevó a que algunos supermercados cambiaran su estrategia de negocio llevándolos a utilizar las aplicaciones móviles la misma que quedan demostradas en el SRI.

Es así que, en relación a la interrogante:

¿Cuáles serían las causas y razones para recomendar el uso de aplicaciones móviles en la gestión de ventas de los supermercados?

La Ingeniera Narcisa Crespo indicó que principales causas que alrededor del 80 % de los usuarios estamos conectados en los dispositivos móviles, y se nos es más fácil observar los productos en stop y para empresas es bueno tener un apk con métodos de pagos seguros.

Mientras que el Ingeniero Raúl Ramos indicó que a las causas son las siguientes;

Seguridad

Rapidez

Movilidad

Facilidad de uso

Análisis: Del mismo se puede al analizar que las causas y razones para recomendar el uso de aplicaciones móviles en la gestión de ventas de los supermercados concuerda con lo antes mencionado por los ingenieros.

Durante la última década, las aplicaciones móviles se han establecido como una de las herramientas más efectivas para las empresas particularmente en el espacio del comercio electrónico y esto no es en vano, porque las aplicaciones facilitan la vida de los usuarios potencian la conectividad y mejoran la experiencia de compra de productos y servicios. (Fernandez, 2022)

¿Describa como ha sido el impacto que ha dado la tecnología con la aparición de las aplicaciones móviles?

El Ingeniero Raúl Ramos indicó que el impacto dado por la tecnología es el acceso de la información se ha conseguido reducir drásticamente. En tanto que la Ingeniera Narcisa Crespo indicó que en la actualidad los seres humanos tomamos acceso al internet por lo que estamos conectados a través de un teléfono móvil las redes sociales los comercio han incrementado enormemente sus producciones.

Análisis: De acuerdo a lo indicado por los ingenieros que concluye que si ha tenido impacto las aplicaciones móviles dentro de los supermercados.

Las apk móviles es uno de los motivos por lo cual los usuarios cada vez pasan más tiempo en sus celulares porque simplifican muchas operaciones diarias en la vida como las compras la comunicación y el entretenimiento la implementación de aplicaciones móviles es una estrategia poderosa para innovar la experiencia del

usuario mejorar el viaje del comprador mantener la lealtad y establecer una buena marca. (Fernandez, 2018)

¿Qué tan útil puede ser el incorporar aplicaciones móviles en los supermercados actualmente?

El Ingeniero Raúl Ramos indicó que es muy útil, por la posibilidad de recibir información detallada y actualizada de los productos y servicios que se ofertan.

Mientras tanto la Ingeniera Narcisa Crespo indicó que en la actualidad sería bueno tener un supermercado con apk pago y de paso con envío a domicilio generaría más seguridad a los usuarios en la entrega de sus productos por la delincuencia no cargar productos en la calle.

Análisis: En cuanto a lo antes mencionado por expertos se recalca el uso de la importancia de las aplicaciones móviles, en donde los usuarios pedían a domicilio sus productos.

Las solicitudes generalmente no se consideran fuentes de ingresos a medida que aumenta el tiempo que los consumidores pasan usando las aplicaciones, también lo hacen las ventas en línea y en la tienda las aplicaciones son una parte cada vez más importante de la mezcla para los minoristas en este mundo digital por lo que es esencial saber cómo pueden ayudarlo a ayudar a sus clientes y hacer crecer su negocio, especialmente en tiempos de incertidumbre y distanciamiento social. (Tameem Mohsin, 2020)

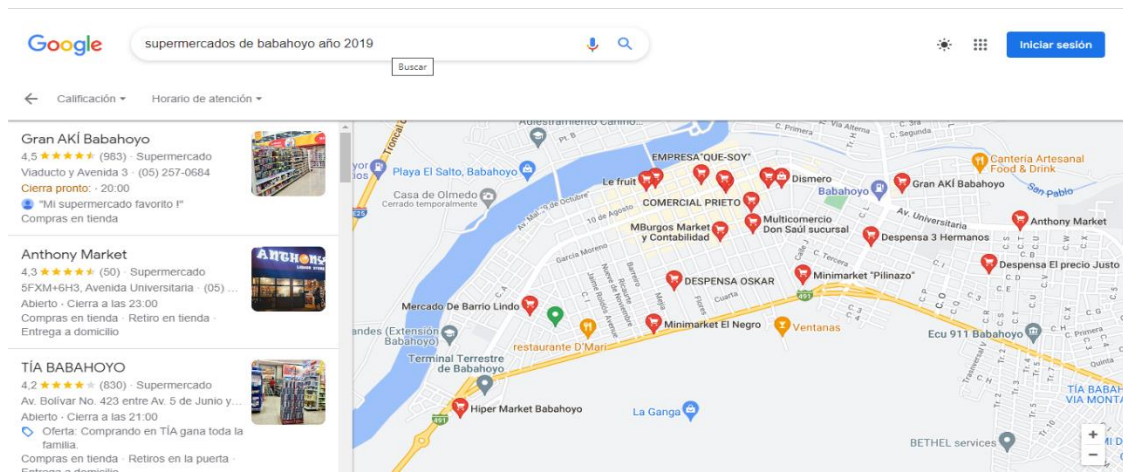
¿Cree usted que fue de gran beneficio el uso de las aplicaciones móviles utilizadas en pandemia en los supermercados y por qué?

La Ingeniera Narcisa Crespo indicó que durante la pandemia la tecnología tuvo un gran auge y que la gran mayoría de empresas no contaban con redes sociales páginas web etcétera pues tuvieron que incorporarse en la tecnología para generar ventas muchos hacían a domicilio donde generaban satisfacción a los usuarios tener sus productos en un lugar de sus domicilios. En cuanto al Ingeniero Raúl Ramos menciona que, si fue de gran utilidad, ya que permitían comprar cosas sin el peligro de infectarse.

Análisis: De acuerdo a la investigación es que si fue beneficioso el uso de las aplicaciones móviles debido al ahorro de tiempo además muchos supermercados estuvieron que adaptarse a la tecnología y aún siguen incorporándolas.

Durante la recuperación económica tras la crisis del COVID-19, el 30% 2 de los consumidores cree que su experiencia de compra no será la misma por eso es más importante que nunca que las tiendas aprovechen esta nueva oportunidad de crecimiento con las aplicaciones disponibles pueden hacer esto aprovechando su estrategia de aplicaciones para reemplazar o expandir sus canales tradicionales o crear una experiencia completamente nueva porque la aplicación ya no es solo una plataforma de búsqueda. (Tameem Mohsin, 2020)

A recomendación del ingeniero Raúl la imagen a continuación representa a los supermercados que incorporaron el uso de las aplicaciones móviles durante la pandemia se encuentran los siguientes:



IMAGEN#1 SUPERMECADOS DE BABAHOYO EN PANDEMIA

Para fortalecer este caso de estudio, es necesario fundamentar e incorporar elementos teóricos, que permitan ampliar el estudio y tener referencias validas que a continuación se presentan:

Aplicaciones móviles en la experiencia de compra año tras año el número de personas conectadas a Internet aumenta con el uso de dispositivos móviles esto se ha convertido en un reto para algunas marcas principalmente porque tienen que innovar para adaptar sus productos a las necesidades actuales de los consumidores, especialmente en distribución o acceso a sus productos/servicios la importancia de las aplicaciones móviles va más allá de ser un canal de comunicación directo con los clientes lo cual es una gran ventaja, pero ahora las aplicaciones se utilizan para complementar o mejorar procesos y aumentar el nivel de satisfacción de los clientes. (Cortés, 2019)

En cierto modo simplifican el recorte de otras actividades como llamar al servicio de atención al cliente o solicitar información a través de otros canales como el correo directo o el teléfono la facilidad de comprar en el supermercado es otra de las ventajas de las aplicaciones móviles hoy en día existen

multitud de aplicaciones que te permiten hacer listas de la compra y comparar precios. (Cortés, 2019)

Las aplicaciones móviles, es un tipo de programa diseñado para trabajar en un dispositivo móvil, ya sea un teléfono inteligente o una tableta, las aplicaciones suelen ser pequeñas unidades de software con funcionalidad limitada, capaces de brindar a los usuarios un servicio de alta calidad y una experiencia de aplicaciones diseñadas para aplicaciones móviles y de escritorio. (Shastri, 2022)

Las aplicaciones móviles aumentan la rentabilidad del negocio y han proporcionado a los usuarios una serie de funciones que mejoran su experiencia y hacen que exijan más, entre las que se incluyen las siguientes funciones permiten realizar pagos digitales, evitando la necesidad de efectivo al realizar un pedido, también permite a los propietarios de restaurantes realizar un seguimiento de los cargos directamente a través de sus cuentas de restaurante y administrar mejor el inventario, los recibos de efectivo y los pedidos entrantes y salientes a través de un algoritmo simple las aplicaciones pueden dividir la cantidad de pedidos por la cantidad de personas que entregan lo que facilita a los propietarios calcular cuánto deben. (Shastri, 2022)

Importancia de las aplicaciones móviles en las empresas durante la última década, las aplicaciones móviles se han posicionado como una de las herramientas más eficaces para las empresas especialmente en el ámbito del comercio electrónico y no es en vano las apps facilitan la vida de los usuarios, fomentan la conectividad y mejoran la experiencia de compra de productos y servicios. (Fernandez, 2018)

Está diseñado para funcionar en un dispositivo móvil ya sea un teléfono inteligente o una tableta si bien las aplicaciones suelen ser pequeños módulos de software con una funcionalidad limitada han podido brindar a los usuarios servicios y experiencias de alta calidad. (Eluniverso, 2019)

En cuanto a los nuevos hábitos de consumo de medios digitales, cabe señalar que 2020 es el primer año de la pandemia del COVID-19, la disponibilidad de redes sociales, sitios web y aplicaciones ha aumentado significativamente, no solo en términos de comunicación, información y entretenimiento. Para la investigación WIP, Atributos anteriores propuestos durante varios años, especialmente en el desarrollo de transacciones comerciales.

Las diferencias en la disponibilidad de aplicaciones en las dos plataformas de telefonía, iOS y Android, nos permitieron identificar un nuevo tipo de audiencia ecuatoriana y segmentación de consumidores que podría mejorar investigando cualitativamente a cada usuario. .

Finalmente, la pandemia del COVID-19 se ha convertido en un importante acelerador del uso de Internet en el 2020, los comercios cuyos servicios están digitalizados y los consumidores que se encuentran en apps, redes sociales, sitios web y sistemas de pago necesitan impulsar la confianza en el comercio electrónico de Ecuador, lo que demuestra sobre la nuevos medios digitales, la transformación tecnológica que ha vivido el país este año, además de la evolución natural de la cultura de la apropiación en la que viven diversas sociedades de la humanidad.

Tabla X. Usuarios de redes sociales por edades

Edad	Facebook		Instagram		LinkedIn		Twitter		TikTok		Snapchat	
	Usuarios	%	Usuarios	%	Usuarios	%	Usuarios	%	Usuarios	%	Usuarios	%
13 a 17	1.100	8 %	390	8%			77	8%	230	16%	87	34%
18 a 24	3.600	27 %	1.700	32%	830	28%	363	36%	790	55%	113	43%
25 a 34	3.900	29 %	1.600	31%	1800	61%	328	33%	690	48%	42	16%
35 a 44	2.300	17 %	800	15%	290	10%	133	13%	330	23%	15	6%
45 a 54	1.300	10 %	350	7%			61	6%	150	10%	3	1%
55+	1.100	8 %	240	5%	23	1%	38	4%	95	7%		
No iden			120	2%					15	1%		
Total	13.300	100 %	5.200	100%	2.943	100%	1.000	100%	2.300	160%	260	100%

Tabla X. Usuarios de redes sociales por edades

Facebook sigue siendo la red social más grande utilizada en el país con 13.300 millones de usuarios, en su mayoría entre 18 y 44 años; le sigue de cerca LinkedIn con 2.943 millones de usuarios, en su mayoría de 25 a 34 años, que corresponde a la edad productiva de las universidades profesionales; TikTok, de nueva creación, tiene 2300 millones de usuarios, en su mayoría de 18 a 34 años, Twitter tiene 1000 millones de usuarios, en su mayoría de 18 a 44 años, y Snapchat tiene 260 000 usuarios, en su mayoría de 18 a 24 años. (Shastri, 2022)

Cada una de estas redes sociales proporciona una lógica de comunicación, interacción social basada en intereses específicos, y consiste en tribus o comunidades digitales que incluyen intereses compartidos, información, entretenimiento, comercio,

opiniones.

Tabla XV. Aplicaciones de compras descargadas en dispositivos móviles por plataforma

Posición	Android	iOS
1	McDonald's App - Latinoamérica	Rappi
2	Uber Eats	Uber Eats
3	KFC App	KFC App
4	Rappi	McDonald's App
5	BEES Ecuador	Sweet&Coffee
6	Ice Cream Cake Maker	Domino's Pizza América Latina
7	Coco Mercado	Domicilios.com
8	Hornero Ecuador	Oahu Açai Bar
9	Sweet&Coffee	Vivino: Buy the Right Wine
10	Domino's Pizza América Latina	Papa John's Pizza UAE
11	Los Pollos de San Bartolo	Kobe Sushi
12	Domino's Pizza	Hornero Ecuador
13	Pizza Hut Delivery	Pizza Hut Delivery
14	CookPad	DeUna Delivery & Servicios
15	Snap eats - Delivery	Zaymi
16	Kobe Sushi	Intermittent Fasting App
17	AQUA EC	Vaco y Vaca
18	KFC Delivery Su	Snap eats - Delivery
19	Unicorn Cake Maker	Pizza Hut CR
20	Calorie, Carb & Fat Counter	KFC Delivery Su

Tabla XV. Aplicaciones de compras descargadas en dispositivos móviles por plataforma

Ecuador se ha convertido claramente en un ecosistema alimentado por la interacción tecnológica. La disponibilidad de acceso a Internet permite a sus ciudadanos comunicarse a través de diversas plataformas de mensajería instantánea y redes sociales. En un estudio del World Internet Project (2016), para 2015, solo el 2% de los usuarios de Internet realizó alguna compra en Internet. Esta constante se mantuvo hasta 2019, teniendo en cuenta que debido a la pandemia, además de la dificultad para comprar en una tienda, este factor aumentó al 10% de los internautas en 2020.

En el mismo año, en comparación con 2019, las ventas a través de este canal aumentaron un 43,25% y la frecuencia de compras aumentó un 21%, según cifras analizadas por Menntino en este informe. Esta dinámica se explica por la digitalización de las instituciones físicas tradicionales, que ven en el comercio electrónico una oportunidad que existe y seguirá en el mercado, su respectiva presencia en el entorno digital, así el año pasado el volumen de ventas fue de 2,2 mil millones de dólares, un aumento del 54% en comparación con 2019 y las preferencias de compra son 49% para WhatsApp, 44% para aplicaciones y 35% para sitios web.

Aunque catalogado como país en vías de desarrollo o del tercer mundo, Ecuador ha tenido presencia interna en los últimos 10 años debido a la distribución demográfica de su población, políticas de cobertura pública y acceso a internet los dos últimos gobiernos del país son parte de su ecosistema. y factores exógenos, naturales y culturales, así como los humanos interactúan con la ecología (López, 2016)

Observatorio de Comercio Electrónico de la UEES Ecuador, enfatizó que el escenario del Covid ha cambiado la dinámica del comercio electrónico con una adopción acelerada y modelos cambiantes, no solo de crecimiento, incluido en la compra.

En Ecuador, la categoría de supermercados, que ocupó el puesto 15 de 24 categorías monitoreadas, experimentó un aumento del 67 %, seguida de productos farmacéuticos con un aumento del 50 % y restaurantes con un aumento del 42 %. Esto está relacionado con las categorías de primer orden.

La gran pregunta es qué significará todo esto en el futuro y si la industria puede hacer frente a los cambios que estamos viendo. Según Passport, en el estudio regional, América Latina fue la región con el porcentaje de crecimiento más alto de todas las regiones, con un aumento de las ventas globales en todos los países de la región del 66 %

en comparación con 2019. Las ventas regionales aumentaron en más de 26 millones desde los 40 millones registrados en 2019. De estos, Ecuador creció en más del 40%. (Dakduk, 2021)

A diferencia de las aplicaciones diseñadas para el escritorio las aplicaciones móviles se están alejando de los sistemas de software integrados en cambio cada aplicación móvil ofrece una funcionalidad separada y limitada por ejemplo, podría ser un juego una computadora o un navegador web móvil debido a los recursos de hardware limitados de los primeros dispositivos móviles sin embargo los dispositivos que se usan hoy en día son mucho más sofisticados. (Eluniverso, 2019)

Los usuarios de la aplicación de supermercados, hipermercados y comisiones locales no solo tienen la capacidad de encontrar cupones para ofertas crear listas de compras o llevar sus propias tarjetas de descuento a sus teléfonos móviles la aplicación es también una línea abierta para quejas y sugerencias también hay gente que se ofrece a comprar desde casa. (Eluniverso, 2019)

Supermaxi está realizando una investigación para calificar a sus clientes en seguridad, higiene, presencia de productos orgánicos, carnes, área de horneado, frutas y verduras. Según interés, calidad, precio y presentación al mismo tiempo, brinda un espacio para quejas, una pregunta insultante y una explicación. Se sugiere enviar las imágenes de la denuncia por WhatsApp al 099-551-7000 con el código 1701664. (Eluniverso, 2019)

El libro de cupones le permite cargar descuentos en su tarjeta virtual. También incluye detalles sobre cuánto tiempo se mantendrá la oferta seleccionada y el precio de referencia. Un cambio reciente en la aplicación permite la sincronización automática del

menú móvil con la tableta, donde un menú expandible puede facilitar la navegación. Gracias al sonido, puedes añadir productos. Además, la tarjeta virtual puede generar un código, simplemente mencionado al finalizar la compra, que permitirá a los miembros acceder a las tarifas para miembros. (Eluniverso, 2019)

Supermarket con su aplicación brinda la posibilidad de realizar un seguimiento de la acumulación de puntos, los puntos que están a punto de caducar, consultar la lista de precios y averiguar los puntos necesarios para el canje. (Eluniverso, 2019)

Tia también tiene una tienda en línea a la que se puede acceder simplemente en línea. Su dirección es www.tia.com.ec. Aquí puedes seleccionar tus compras por región y acceder a las que te interesen: supermercados, electrodomésticos, tecnología, infantil, cuidado personal, belleza, mascotas o por marca. En una cesta, añade los productos y aumentará. Elige un método de pago, antes podrás ingresar el comprobante, cancela y en un plazo de 24 a 48 horas recibirás tu pedido. (Eluniverso, 2019)

Además de recetas, consejos de ahorro e incluso ofertas de trabajo, AKI tiene la capacidad de seleccionar ofertas conocidas como listas de ahorro. Para que sea efectivo, necesitas imprimirlo y llevarlo a las tiendas. (Eluniverso, 2019)

CONCLUSIONES

El análisis realizado sobre el uso de las aplicaciones móviles y el impacto que generó en pandemia en los supermercados en la ciudad de Babahoyo, los cuales afectó directamente la comercialización y en donde estas herramientas representaron una gran oportunidad para avanzar tecnológicamente además tener la experiencia de interactuar con el usuario y medir la audiencia.

Los ingenieros de áreas tecnológicas y de proyectos, concordaron que estas herramientas móviles deberían seguir siendo una fuente de empleo, además seguir fortaleciendo el uso de las aplicaciones móviles en los supermercados donde facilitara al usuario sus compras de manera rápida.

Las aplicaciones móviles aumentan las ganancias corporativas y brindan a los usuarios una amplia gama de funciones para mejorar su experiencia en las que se encuentran las siguientes: permitir compras y pagos digitales, evitando la necesidad de usar efectivo y poder dar una mejor calidad de atención al cliente.

Este estudio fue enfocado en los supermercados de la ciudad de Babahoyo que durante que durante la pandemia se vieron obligados a cambiar de estrategia debido a que surgieron muchos cambios en las tendencias de consumo como las compras en las aplicaciones móviles las mismas que se adaptaron a las nuevas necesidades facilitando el acceso a la información a los consumidores y ofreciendo soluciones digitales para controlar las necesidades de los usuarios y supermercados.

BIBLIOGRAFIA

(Cortez, 2018)informabtl.com obtenido de
<https://www.informabtl.com/importancia-aplicaciones-moviles-experiencia-de-compra/>

(UNIVERSO, 2019) eluniverso.com obtenido de
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/09/nota/7552088/supermercados-estan-alcance-app/>

(Santiago, 2019) wikipedia.org obtenido de
https://es.m.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_m%C3%B3vil

(Shastri, 2022) bbvaopenmind.com obtenido de
<https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/como-las-aplicaciones-moviles-han-transformado-el-sector-de-la-restauracion-y-la-entrega-a-domicilio/>

(Fernandez, 2018) economiatic.com obtenido de
<https://economyatic.com/importancia-apps-moviles-empresas/#beneficios-de-las-aplicaciones-moviles>

(Fernandez, 2022)<https://economyatic.com/importancia-apps-moviles-empresas/>

(Tameem Mohsin, 2020) thinkwithgoogle.com obtenido de
<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/estrategias-de-marketing/aplicaciones-y-moviles/retail-app-growth-tips/>

(Eluniverso, 2019) thinkwithgoogle.com obtenido de
[https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/09/nota/7552088/supermercados-
estan-alcance-app/](https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/09/nota/7552088/supermercados-estan-alcance-app/)

(López, 2016) ciencialatina.org obtenido de
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/932/1262>

(Dakduk, 2021)[https://cece.ec/ecuador-vive-un-gran-crecimiento-en-
ecommerce/](https://cece.ec/ecuador-vive-un-gran-crecimiento-en-ecommerce/)

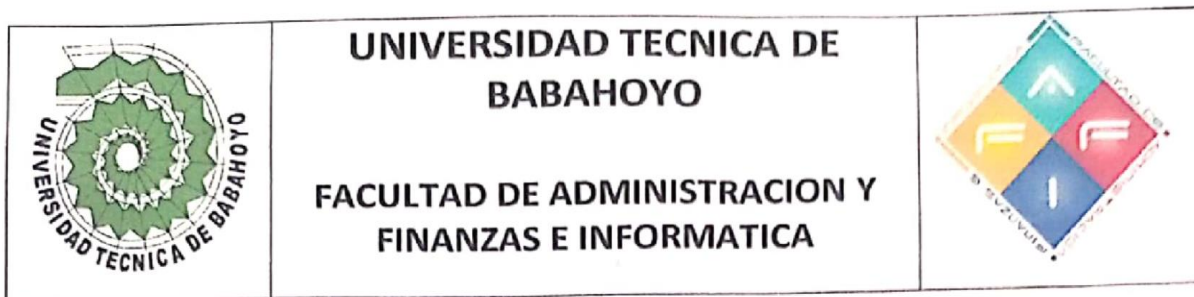
ANEXOS

ANEXOS1

Resultado de la Entrevista realizada a los profesionales del área Tecnológica y de Proyectos Informáticos.


Objetivo: Identificar el criterio de profesionales del área Tecnológica y de Proyectos.

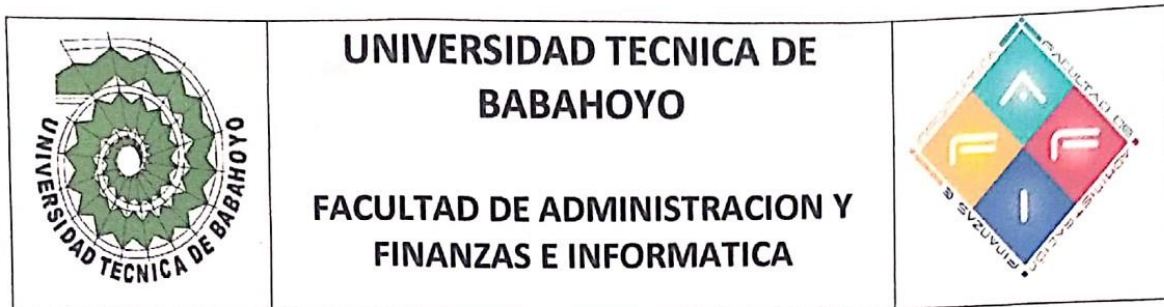
1. ¿Cuáles serían las causas y razones para recomendar el uso de aplicaciones móviles en la gestión de ventas de los supermercados?
2. ¿Describa como ha sido el impacto que ha dado la tecnología con la aparición de las aplicaciones móviles?
3. ¿Qué tan útil puede ser el incorporar aplicaciones móviles en los supermercados actualmente?
4. ¿Cree usted que fue de gran beneficio el uso de las aplicaciones móviles utilizadas en pandemia en los supermercados y por qué?



ENTREVISTA


TEMA: ANÁLISIS DE LA USABILIDAD E IMPACTO DE LAS APLICACIONES
MÓVILES UTILIZADAS EN PANDEMIA EN LOS SUPERMERCADOS DE LA
CIUDAD DE BABAHOYO

DOCENTE TUTOR:	ING. HARRY SALTOS
PERIODO:	ABRIL -SEPTIEMBRE 2022
MEDIO DE LA ENTREVISTA	HOJA IMPRESA
REALIZADO:	ARIANNA SOLORZANO LOZANO
FECHA:	26-07-2022
ENTREVISTADO:	ING. RAÚL RAMOS 



ENTREVISTA

TEMA: ANÁLISIS DE LA USABILIDAD E IMPACTO DE LAS APLICACIONES
MÓVILES UTILIZADAS EN PANDEMIA EN LOS SUPERMERCADOS DE LA
CIUDAD DE BABAHOYO

DOCENTE TUTOR:	ING. HARRY SALTOS
PERIODO:	ABRIL -SEPTIEMBRE 2022
MEDIO DE LA ENTREVISTA	HOJA IMPRESA
REALIZADO:	ARIANNA SOLORZANO LOZANO
FECHA:	26-07-2022
ENTREVISTADA:	ING. NARCISA CRESPO 



Babahoyo 11 de Agosto del 2022

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES
 EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de la Investigación de: el/la, Sr./Sra./ Srta.: **SOLORZANO LOZANO ARIANNA DEL ROCIO**, cuyo tema es: **ANALISIS DE LA USABILIDAD E IMPACTO COMERCIAL DE LAS APLICACIONES MOVILES UTILIZADAS EN PANDEMIA EN LOS SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Anti plagio Compilatio, obteniendo como porcentaje de similitud de **[1 %]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución y Facultad.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
 Ingeniería en sistemas

< 1% Similitud

0% Texto entre comillas
 0% Máxima no reconocida

Nombre del documento: Estudio de caso Solorzano.docx
 Tamaño del documento original: 1,42 Mb
 Autor: Arianna Del Rocio Solorzano Lozano

Deposante: Arianna Del Rocio Solorzano Lozano
 Fecha de depósito: 11/08/2022
 Tipo de carga: self-submission
 Fecha de fin de análisis: 11/08/2022

Número de palabras: 1542
 Número de acciones: 21874

Ubicación de las similitudes en el documento

Fuente principal detectada

N°	Descripción	Similitud	Usencias	Otras adicionales
1	Busca en PDF de... El comercio electrónico	1%		Fecha de depósito: 11/08/2022

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

1. <https://www.infomac.com/interfaz/comercio-electronico>
2. <https://www.eluniverso.com/mas/2019/10/09/mas/755208/comercio-electronico-en-el-2019>
3. https://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_m%C3%B3vil
4. <https://www.50valores.com/analisis-principales-tendencias-comercio-electronico>
5. <https://www.50valores.com/analisis-principales-tendencias-comercio-electronico>

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

Ing. HARRY SALTOS VITERI, Msg
DOCENTE DE LA FAFI.