



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA

TEMA:

Aplicación Móvil para la difusión de la Gastronomía Ecuatoriana

Previo a la obtención del título de

INGENIERO EN SISTEMAS MULTIMEDIA

ELABORADO POR:

Gabriel Gavino Larreátegui

Andrés Guzmán Robelli

GUAYAQUIL, NOVIEMBRE 26 DE 2012



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por los Sres. GABRIEL GAVINO LARREATEGUI y ANDRES GUZMAN ROBELLI, como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO EN PRODUCCION Y DIRECCION EN ARTES MULTIMEDIA

Guayaquil, de 2012

Lcdo. Yamil Lambert

DIRECTOR DE TESIS

REVISADO POR

Lcdo. Víctor Hugo Moreno

LECTOR

RESPONSABLE ACADÉMICO

Lcdo. Víctor Hugo Moreno

DIRECTOR DE CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA EN SISTEMAS MULTIMEDIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

GABRIEL GAVINO LARREATEGUI
ANDRES GUZMAN ROBELLI

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado “Aplicación móvil para la difusión de la gastronomía ecuatoriana”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance investigativo del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, Noviembre 26 del 2012

LOS AUTORES

GABRIEL GAVINO LARREATEGUI
ANDRES GUZMAN ROBELLI



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA EN SISTEMAS MULTIMEDIA

AUTORIZACIÓN

Nosotros, GABRIEL GAVINO LARREATEGUI y ANDRES GUZMAN ROBELLI.

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto titulado: “Aplicación móvil para la difusión de la gastronomía ecuatoriana”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Noviembre 26 del 2012

LOS AUTORES

Gabriel Gavino Larreátegui

Andrés Guzmán Robelli

INDICE

Indice

CAPITULO 1

1. Antecedentes.....	10
1.1 Planteamiento del problema de investigación.....	10
1.2 Justificación	10
1.3 Objetivos Generales	11
1.4 Objetivos Específicos	12
1.5 Marco Teórico	12
1.5.1 Teléfonos Móviles: Historia	12
1.5.2 Generaciones de la telefonía móvil.....	13
1.5.2.1 Generación 0G: Los inicios.....	13
1.5.2.2 Primera Generación “1G”	13
1.5.2.3 Segunda Generación “2G”	14
1.5.2.4 Generación de transición “2.5G”	14
1.5.2.5 Tercera Generación “3G”	15
1.5.2.6 Cuarta Generación “4G”	15
1.5.3 Aplicaciones móviles.	15
1.5.3.1 ¿Qué es una aplicación móvil?	15
1.5.3.2 ¿Qué se necesita para descargar y usar una aplicación móvil?.....	15
1.5.4 Sistemas operativos móviles: Historia	16
1.5.5 Capas del sistema operativo móvil	16
1.5.5.1 Kernel.....	16
1.5.5.2 Middleware.....	17
1.5.5.3 Entorno de ejecución de aplicaciones	17
1.5.5.4 Interfaz de usuario.....	17
1.5.6 Historia de Android	18
1.5.6.1 Introducción	18
1.5.6.2 Etimología.....	18
1.5.6.3 Adquisición por parte de Google	19

1.5.6.4 Open Handset Alliance	19
1.5.6.5 Android Market / Google Play	20
1.5.6.6 Google Play: Interfaz	20
1.5.6.7 Android SDK	21
1.5.6.8 Versiones Android OS	21
1.5.7 JQuery Mobile.....	22
1.5.7.1 Características de JQuery Mobile	22
1.6 Hipótesis planteada.....	23
1.7 Metodología	23

CAPITULO 2

2. Descripción del proyecto.....	24
2.1 Alcance	25
2.2 Especificaciones Funcionales	26
2.2.1 Destacados	26
2.2.2 Secciones	26
2.2.3 Contador de minutos	26
2.2.4 Publicidad	26
2.2.5 Chat Group	26
2.2.6 Enlace a redes sociales	27
2.2.7 Enlace a videos	27
2.3 Módulo del Proyecto	27
2.4 Descripción de Tablas	28
2.4.1 Captura de las pantallas de la aplicación móvil	29
2.5 Funciones del aplicativo	33
2.6 Descripción de usuarios	39

CAPITULO 3

3. Plan de negocio.....	40
3.1 Síntesis del plan de negocios	40
3.2 Definición del sector industrial	40

3.2.1	Reseña histórica del sector	42
3.2.2	Estado actual del sector	42
3.2.3	Tendencias económicas del sector	45
3.3	Definición del producto	49
3.3.1	Características del producto	49
3.3.1.1	Productos básicos.....	50
3.3.1.2	Ventajas competitivas	50
3.3.1.3	Investigación & Desarrollo.....	50
3.3.1.4	Estado de la propiedad.....	51
3.3.2	Manejo de la Marca	52
3.3.3	¿Porqué el nombre?.....	53
3.3.4	Descripción del logo	53
3.3.5	¿Porqué la tipografía?	53
3.4	Análisis del mercado	54
3.4.1	Análisis de la demanda.....	54
3.4.1.1	Segmentación del mercado y mercado meta.....	55
3.4.1.1.1	Usuarios	55
3.4.1.1.2	Clientes	55
3.4.1.2	Análisis de la oferta	56
3.4.1.2.1	FODA de la competencia	57
3.4.1.3	Investigación de Mercado	58
3.4.1.3.1	Conclusiones de la investigación	65
3.4.2	Plan de Mercadeo	64
3.4.2.1	Misión	66
3.4.2.2	Visión	66
3.4.2.3	Estrategia de ventas	67
3.4.2.4	Estrategia de precio.....	68
3.4.2.5	Usuarios.....	69
3.4.2.6	Clientes	69
3.4.2.7	Estrategia de plaza.....	69
3.4.2.8	Estrategia de promoción	70
3.4.2.8.1	Usuarios	70

3.4.2.8.2 Promoción a clientes en períodos específicos	71
3.4.2.8.3 Plan de mercadeo	72
3.4.2.8.4 Promover la aplicación	73
3.4.2.8.5 Opciones para la promoción.....	73
3.5 Análisis técnico	74
3.5.1 Descripción de hardware	74
3.5.2 Descripción de software.....	75
3.5.2.1 Dreamweaver 5.5	75
3.5.2.2 JQuery Mobile 1.7.2	75
3.5.2.3 MySQL Lite	76
3.5.2.4 Photoshop CS 5.5	76
3.5.2.5 Illustrator CS 5.5	76
3.5.3 Descripción de mobiliario técnico.....	76
3.5.4 Descripción de recursos humanos tecnicos	77
3.5.5 Descripción de servicios externos	77
3.5.6 Componentes del estudio de factibilidad técnica.....	77
3.5.7 Bosquejo gráfico de tecnología requerida	78
3.6 Análisis financiero	80
3.6.1 Descripción de costos de inversión	80
3.6.2 Descripción de ingresos y gastos.....	81
3.6.3 Financiamiento.....	82
3.6.4 Estados financieros proyectados.....	82
3.6.5 Flujo de fondos netos.....	82
3.7 Análisis de riesgos	82
3.8 Análisis social	83

CAPITULO 4

4. Conclusiones y Recomendaciones	85
4.1 Conclusiones finales	85
4.2 Recomendaciones	85
Bibliografía	87

Indice de tablas	88
Indice de gráficos	88
Glosario de términos	89
Anexos	94

CAPITULO 1

1. Antecedentes

Hoy en día el uso de aplicaciones móviles tiene una gran aceptación ya que el porcentaje de los usuarios que adquieren un Smartphone realizan descargas de aplicaciones móviles ya sea para Android, iOS, Blackberry, llevando a cabo una investigación un poco más profunda no existen aplicaciones nacionales dónde se haga una difusión de lo que el Ecuador ofrece, en este caso se tratará de una aplicación móvil orientado a la exquisita gastronomía ecuatoriana, siendo este país pluricultural y variado en temas de consumo, no hay una opción más agradable que el enriquecer a los usuarios ecuatorianos y extranjeros sobre nuestra cocina local.

1.1 Planteamiento del Problema de Investigación

Falta de promoción y divulgación sobre la gastronomía ecuatoriana en los medios actuales como lo son las aplicaciones móviles y la interactividad en tiempo real con usuarios en este tipo de desarrollo.

¿Cuál es la manera de enseñar, informar, comunicar y a la vez difundir las variadas recetas de la comida ecuatoriana que tienen las regiones del Ecuador?

¿Cuál es la manera para ayudar a las personas tanto en el Ecuador, como en el extranjero, para el conocimiento de las diferentes recetas de comidas ecuatorianas e interactuar con los usuarios conectados a la aplicación?

1.2. Justificación

Tomando en consideración que las aplicaciones para dispositivos móviles están en proceso de crecimiento se desea implementar un medio de

difusión gastronómico, para mostrar la información necesaria sobre la preparación de la comida ecuatoriana con sus respectivas recetas mediante una base de datos con la que constará la aplicación, llegando así de una manera eficaz y efectiva a los usuarios que descarguen la aplicación para su Smartphone.

Las aplicaciones móviles nos permiten distribuir contenidos informativos y servicios facilitando el acceso a diversas categorizaciones como es en nuestro caso. En el desarrollo de la aplicación gastronómica tendrá información que migra de un sitio web o libro de cocina a una a un dispositivo móvil, con la particularidad muy importante de que no es necesaria el tipo de resolución que tenga la pantalla ya que se ajusta a la plataforma donde se vaya a descargar.

Es por ello, que es de total importancia el contar con una herramienta orientada al área gastronómica donde ayudará a presentar de una manera más dinámica las recetas con la que estará momentáneamente la aplicación, dicho producto quedará como elemento base para futuras actualizaciones de la versión que se requiere implementar.

1.3 Objetivos Generales

Lanzar y difundir en el mercado una aplicación móvil sobre la gastronomía ecuatoriana y difundir las diferentes recetas con los pasos a seguir de las mismas incluyendo fotografías de cada una de las recetas.

Difundir y lanzar en el mercado una aplicación móvil de la gastronomía ecuatoriana fortaleciendo el posicionamiento de la comida ecuatoriana para lograr ampliar el espectro de difusión hacia el público para una mejor publicación.

1.4 Objetivos Específicos

- Fortalecer el crecimiento de los negocios dedicados a la comida nacional.
- Aumentar el nivel de conocimiento sobre la preparación de las diferentes recetas de la comida ecuatoriana.
- Determinar si al crear una aplicación móvil orientado a la gastronomía ecuatoriana aumentará el nivel de comunicación y difusión.
- Desarrollar competitividad frente a otras aplicaciones o servicios que presten la misma actividad.
- Aumentar la expectativa de búsqueda de información sobre la comida ecuatoriana de una manera más rápida y de fácil acceso.
- Crear una comunidad donde las personas compartan un chat group en el marco de la comida ecuatoriana.
- Crear un tipo de comunicación bilateral entre aplicación usuario, gracias a chat grupal.
- Incentivar la inversión en el desarrollo de las aplicaciones móviles.
- Reducción de costos, utilizando el dispositivo móvil como medio de difusión.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Teléfonos Móviles: Historia

El teléfono móvil se remonta a inicios de la Segunda Guerra Mundial, dónde la compañía Motorola creó un equipo llamado Handie Talkie, que permitía a las tropas comunicarse vía ondas de radio (60 Mhz).

En 1980, se llegó a perfeccionar éste sistema de comunicación móvil a tal punto, que se crea el primer teléfono móvil que nos permitía comunicarnos

con cualquier persona a cualquier hora y en cualquier lugar. (Wikipedia, 2012)

1.5.2 Generaciones de la telefonía móvil.

A continuación vamos a hacer una breve explicación de la evolución de la telefonía móvil desde su creación hasta la actualidad.

1.5.2.1 Generación 0G: Los Inicios

Los primeros sistemas se empiezan a desarrollar a finales de los años 40 en los Estados Unidos, como sistemas de radio analógicos que usaban en su momento modulación en amplitud (AM) y posteriormente modulación en frecuencia.

Los equipos de la época eran enormes y pesados, su mayor uso estaba en vehículos. La compañía pionera en el uso de ésta nueva tecnología fue BELL, con su servicio llamado System Service.

No llegó a ser popular pero funcionó desde 1946 hasta 1985. (Wikipedia, 2012)

1.5.2.2 Primera Generación “1G”

En 1981, Ericsson lanza el sistema NMT 450 (Nordic Mobile Telephony 450 Mhz), siendo el primer sistema de telefonía móvil como se conoce hasta ahora, pero usaba frecuencia en modulación (FM).

En 1986, se modernizó el sistema, llevándolo al nivel NMT 900; la diferencia con la anterior versión era el uso de las frecuencias superiores (900 MHZ).

Entre otros sistemas que se desarrollaron en la época también tenemos: AMPS (Advanced Mobile Phone System) en Estados Unidos y TACS (Total

Access Communication System) que se usó en España bajo el nombre de MoviLine. (Wikipedia, 2012)

1.5.2.3 Segunda Generación “2G”

En los años `90, nace la segunda generación, que utiliza sistemas como GSM, IS-136, iDEN e IS-95, las frecuencias usadas en Europa fueron 900 HZ y 1800 Mhz.

El desarrollo de ésta generación tiene como punto base la digitalización de las comunicaciones, en la cual se ofrece mayor calidad de voz que las analógicas, se aumenta el nivel de seguridad y se simplifica la fabricación del teléfono, teniendo así varios sistemas standares en comunicaciones móviles, tales como: D-AMPS (Estados Unidos), PDC (Japón), cdmaOne (Estados Unidos y Asia) y GSM.

El estándar GSM es conocido a nivel mundial por su buena calidad de voz, itinerancia, terminales a precio asequible, etc., pero con el paso del tiempo llegó a ser obsoleta, debido a que sólo se enfocaba en el uso de voz o datos a baja velocidad y el mercado empezaba a requerir servicios multimedia que hacían necesario de un nuevo sistema para el aumento de transferencia de datos, es aquí cuando empieza a madurar la idea del 3G. (Wikipedia, 2012)

1.5.2.4 Generación de Transición “2.5G”

Con respecto a la ganeración 2.5G, es un aumento de servicios con respecto a la anterior generación 2G, tales como:

- EMS, un servicio de mensajería mejorado, permitiendo el envío de melodías e íconos dentro de los mensajes.
- MMS, mensajería multimedia que nos permitía enviar imágenes, sonidos, video y texto; se mostraba mediante diapositivas en la cual cada tipo.

Estas mejoras fueron posibles mediante el uso de nuevas tecnologías como GPRS (velocidades de datos entre 56kbps hasta 114kbps) y EDGE (velocidades de datos hasta 384kbps). (Wikipedia, 2012)

1.5.2.5 Tercera Generación “3G”

La tercera generación nace con la necesidad de adquirir mayores velocidades de conexión y ofrecer servicios de conexión a internet desde el dispositivo móvil, la videoconferencia, televisión y descarga de archivos.

Tenemos el sistema UMTS que utiliza la tecnología CDMA que llega a velocidades de 144 kbps hasta 7.2 Mbps. (Wikipedia, 2012)

1.5.2.6 Cuarta Generación “4G”

El futuro de las comunicaciones está basado en esta nueva generación 4G, en la cual se quiere lograr el uso de un mayor ancho de banda a tal punto en que podamos tener la transferencia de televisión en alta definición y otras cosas más.

Existe un sistema operando en los actuales momentos en los Estados Unidos llamado LTE. (Wikipedia, 2012)

1.5.3 Aplicaciones Móviles

1.5.3.1 ¿Qué es una aplicación móvil?

Una aplicación móvil es un programa que se puede descargar y al que se tiene acceso directamente desde un teléfono smartphone o un dispositivo móvil. (Wikipedia, 2012)

1.5.3.2 ¿Qué se necesita para descargar y usar una aplicación móvil?

Para descargar una aplicación móvil se necesita de un teléfono smartphone con acceso a internet móvil, no todas las aplicaciones funcionan en todos

los dispositivos móviles, se depende del tipo de dispositivo y del sistema operativo que usa. (Wikipedia, 2012)

Los sistemas operativos para dispositivos móviles tenemos:

- Android
- Apple (iOS)
- Microsoft
- Blackberry

1.5.4 Sistemas Operativos Móviles: Historia

Un sistema operativo móvil, es un sistema que controla un dispositivo móvil al igual que las computadoras, sin embargo los sistemas operativos móviles son mucho más simples y orientados a la conectividad inalámbrica.

En 1996, Palm lanzó el primer sistema operativo para móviles, el Palm OS 1.0

Integraba aplicaciones de RIM como correo, agenda, memo pad y tareas, después en el año 2000, Microsoft lanzó el Pocket PC2000, luego en el 2003 se lanzó Windows Mobile.

En cambio, Symbian surgió a principios del año 2000 que es producto de varias empresas de telefonía móvil, para competir con los sistemas operativos tradicionales de Palm o el Windows Mobile de Microsoft.

En Enero del 2007, apareció Iphone OS, que después se convirtió en iOS, en el 2008, Google lanzó su primer dispositivo Android.

En el 2009, se lanzó HP webOS, desarrollado por Palm. (Suarez, 2012)

1.5.5 Capas del Sistema Operativo Móvil

1.5.5.1 Kernel

El núcleo o kernel proporciona el acceso a los distintos elementos del hardware del dispositivo. Ofrece distintos servicios a las superiores como son los controladores o drivers para el hardware, la gestión de procesos, el sistema de archivos y el acceso y gestión de la memoria. (Wikipedia, 2009)

1.5.5.2 Middleware

El middleware es el conjunto de módulos que hacen posible la propia existencia de aplicaciones para móviles. Es totalmente transparente para el usuario y ofrece servicios claves como el motor de mensajería y comunicaciones, códecs multimedia, intérpretes de páginas web, gestión del dispositivo y seguridad. (Wikipedia, 2009)

1.5.5.3 Entorno de ejecución de aplicaciones

El entorno de ejecución de aplicaciones consiste en un gestor de aplicaciones y un conjunto de interfaces programables abiertas y programables por parte de los desarrolladores para facilitar la creación de software. (Wikipedia, 2009)

1.5.5.4 Interfaz de usuario

Las interfaces de usuario facilitan la interacción con el usuario y el diseño de la presentación visual de la aplicación. Los servicios que incluye son el de componentes gráficos (botones, pantallas, listas, etc.) y el del marco de interacción.

Aparte de estas capas también existe una familia de aplicaciones nativas del teléfono que suelen incluir los menús, el marcador de números de teléfono etc... (Wikipedia, 2009)

1.5.6 HISTORIA DE ANDROID

1.5.6.1 Introducción

Android es un sistema operativo móvil basado en Linux, que junto con aplicaciones middleware está enfocado para ser utilizado en dispositivos móviles como teléfonos inteligentes, tabletas, Google TV y otros dispositivos. Es desarrollado por la Open Handset Alliance, la cual es liderada por Google. Este sistema por lo general maneja aplicaciones como Market (Marketing) o su actualización, PlayStore. (Wikipedia, Android - Wikipedia, 2010)

1.5.6.2 Etimología

Tanto el nombre de Android como Nexus One se derivan de la novela de Philip K. Dick *¿Sueñan los androids con ovejas eléctricas?*.

Fué desarrollado inicialmente por Android Inc., una firma comprada por Google en el 2005. Es el principal producto de la Open Handset Alliance, un conglomerado de fabricantes y desarrolladores de hardware, software y operadores de servicio. Las unidades vendidas de teléfonos inteligentes a nivel mundial han llegado a una cuota de Mercado del 50% durante el 2011, más del doble de su principal competidor (iOS de iPhone).

Tiene una gran comunidad de desarrolladores escribiendo aplicaciones para extender la funcionalidad de los dispositivos, hasta la fecha se ha sobrepasado las 400.000 aplicaciones disponibles para la tienda de aplicaciones oficial de Android: Google Play, sin contar las demás tiendas no oficiales como lo son la App Store de Amazon o la tienda de aplicaciones de Samsung Apps de Samsung.

El anuncio del sistema Android se lo realizó el 5 de noviembre del 2007 junto con la creación de la Open Handset Alliance, un consorcio de 78 compañías de hardware, software y telecomunicaciones dedicadas al

desarrollo de estándares abiertos para dispositivos móviles. Google liberó la mayoría del código de Android bajo la licencia Apache, una licencia libre y de código abierto.

La estructura del sistema operativo Android se compone de aplicaciones que se ejecutan en un framework Java de aplicaciones orientadas a objetos sobre las bibliotecas de Java en una máquina virtual Dalvik con compilación en tiempo de ejecución. (Wikipedia, Android - Wikipedia, 2010)

1.5.6.3 Adquisición por parte de Google

En julio de 2005, Google adquirió Android Inc., una compañía fundada en 2003 en Palo Alto, California. Entre los cofundadores de Android que se fueron a trabajar a Google están, Andy Rubin, Rich Miner, Nick Sears y Chris White. En aquel entonces, solo se conocía que desarrollaban software para teléfonos móviles y esto dió a rumores que Google se estaba preparando para entrar al mercado de los teléfonos móviles.

En Google, el equipo liderado por Rubin desarrollo una plataforma para dispositivos móviles basada en el kernel de linux que fué promocionado a fabricantes de dispositivos y operadores con la promesa de proveer un sistema flexible y actualizable. Se informó que Google había alineado ya una serie de fabricantes de hardware software y señaló a los operadores que estaba abierto a diversos grados de cooperación por su parte. (Wikipedia, Android - Wikipedia, 2010)

1.5.6.4 Open Handset Alliance

El 5 de noviembre de 2007 la Open Handset Alliance, un consorcio de varias compañías entre las que están Texas Instruments Broadcom Corporation, Nvidia, Qualcomm, Samsung Electronics, Sprint Nextel, Intel, LG, Marvell Technology Group, Motorola y T-Mobile; se estrenó con el fin

de desarrollar estándares abiertos para dispositivos móviles. La OHA estrenó su primer product, Android, una plataforma para dispositivos móviles construida sobre la version 2.6 del kernel de Linux. (Wikipedia, Android - Wikipedia, 2010)

1.5.6.5 Android Market / Google Play

Google anunció Android Market el 28 de agosto de 2008 y lo puso a disposición de los usuarios el 22 de octubre de 2008, se introdujo para las aplicaciones de pago el 13 de febrero de 2009 para los desarrolladores de EE.UU. y el Reino Unido.

El 6 de marzo de 2012 Android Market fué rebautizado como Google Play.

Google Play (antes llamado Android Market), es una tienda de software en línea desarrollada por Google para los dispositivos Android, es una aplicación que está preinstalada en la mayoría de los dispositivos Android y que permite a los usuarios buscar y descargar aplicaciones publicadas por los desarrolladores alojadas en Google Play. En enero de 2012, Google Play disponía de más de 500.000 aplicaciones. (Wikipedia, Android - Wikipedia, 2010)

1.5.6.6 Google Play: Interfaz

Tiene un acceso fácil y rápido a las aplicaciones, son creadas por desarrolladores de todo el mundo y puntuadas por los usuarios de Android. (Wikipedia, Google Play - Wikipedia, 2010)

El menú tiene las siguientes opciones:

- Mostrado: avanza por los íconos de la parte superior para ver las aplicaciones mostradas.
- Aplicaciones: examina todas las aplicaciones o busca aplicaciones por categoría

- Juegos: examina todos los juegos o buscar por categorías.
- Búsqueda: examina aplicaciones en Google Play
- Mis descargas: visualiza las aplicaciones que están instaladas en el dispositivo.

1.5.6.7 Android SDK

Las aplicaciones se desarrollan habitualmente en el lenguaje JAVA con Android Software Development Kit, pero están disponibles otras herramientas de desarrollo, incluyendo un Kit de Desarrollo Nativo para aplicaciones o extensiones en C o C++.

El SDK de Android, incluye entre otras cosas, un depurador, las bibliotecas, un emulador de terminal basado en QEMU, documentación, código de ejemplo y tutorials. Actualmente las plataformas de desarrollo son los equipos que ejecutan LINUX, Mac OS X 10.4.9 o posterior, Windows XP o posterior.

Las aplicaciones de Android están empaquetados en format .APK (Wikipedia, Android - Wikipedia, 2010)

1.5.6.8 Versiones Android OS

Las versiones del sistema operativo de Android tienen una peculiaridad que reciben nombres de postres. (Wikipedia, Android - Wikipedia, 2010)

- **1.0** Liberado en septiembre de 2008
- **1.1** Liberado febrero de 2009
- 1.5 Cupcake
- 1.6 Donut
- 2.0 / 2.1 Éclair

- 2.2 Froyo
- 2.3 Gingerbread
- 3.0 / 3.1 / 3.2 Honeycomb
- 4.0 Ice Cream Sandwich

1.5.7 JQuery Mobile

JQuery, es un framework de javascript usado en su gran mayoría por desarrolladores de sitios webs, dicho framework sirve para incrementar y encapsular muchas tareas comunes que se realizan usando el lenguaje javascript.

En la versión JQuery Mobile, consiste en un framework para la optimización de sitios webs para dispositivos móviles. (Figueredo, 2011)

1.5.7.1 Características de JQuery Mobile

Entre las diferentes características que nos ofrece el framework de JQuery Mobile están las siguientes:

- Facilidad de uso: otorga muchas facilidades para el desarrollo de interfaces en los dispositivos móviles.
- Soporte HTML5 markup-driven: uso de etiquetas html que luego en su momento serán procesadas por JQuery Mobile.
- Múltiples plataformas soportadas: tales como iOS, Android, Blackberry, etc

(Figueredo, 2011)

1.6 Hipótesis Planteada

Desarrollo de un aplicativo orientado a la gastronomía ecuatoriana que permita conocer, aprender, comunicar en tiempo real las diversas recetas que tiene nuestro país como identidad gastronómica.

1.7 Metodología

El tipo de estudio será descriptivo. Esta investigación se apoyará en las técnicas de encuesta, que convenientemente analizadas permitirán deducir las conclusiones que facilitarán la realización en la producción de una aplicación móvil. Las deducciones obtenidas a partir de las entrevistas en profundidad proveerán las aportaciones para continuar con el desarrollo y objetivos del proyecto.

Capitulo 2

2 Descripción Del Proyecto

Mediante el desarrollo de las nuevas tecnologías todo está en constante evolución, el mercado de las aplicaciones móviles está teniendo un crecimiento acelerado debido a la gran demanda de aplicaciones que ayudan a solucionar o facilitar el acceso, búsqueda de información de toda índole, es por eso que nos hemos enfocado en el área gastronómica ecuatoriana de comidas típicas siendo este nuestro objetivo en el desarrollo de una aplicación que nos ayudará a difundir y a incentivar a las personas que les guste el arte culinario de nuestra comida nacional. La aplicación móvil que hemos desarrollado está pensada para que su modo de ejecución sea muy fácil de navegar debido a las herramientas y diseño con las que esta tiene como estructura propia de la aplicación con ciertas características que hacen la diferencia con una página web común, ya que tiene un efecto de retroalimentación ya que el usuario final puede interactuar con la misma.

Es por eso que deseamos a través de nuestra aplicación móvil de gastronomía ecuatoriana, llegar al usuario de manera efectiva, brindando lo que es nuestra cultura gastronómica y tener la oportunidad de crear un vínculo directo con sus consumidores finales, a través del uso de tecnología móvil.

2.1 Alcance

Uno de los primeros objetivos que queremos alcanzar con nuestra aplicación es que nuestra aplicación sea conocida local e internacionalmente como una empresa de vanguardia utilizando la tecnología móvil, y que los futuros servicios de aplicativos móviles lleguen a estar dentro de las apps de mayor descarga a nivel mundial.

Otro alcance que queremos enfatizar es que nuestra aplicación se comercialice mediante la aceptación de nuestros clientes potenciales que serían los propietarios de las cadenas de restaurantes de la ciudad de Guayaquil

Mediante el uso de las nuevas tecnologías móviles queremos ser competitivos en esta área de las aplicaciones móviles con las diferentes apps que lanzaremos al mercado, y lograr llenar las expectativas de nuestros clientes para así satisfacer sus necesidades y mantener ese vínculo directo hacia nuestros clientes potenciales que sustentarán el desarrollo de futuros proyectos.

Nuestra aplicación permitirá a los usuarios la información necesario, clara y puntual de las recetas de los variados platillos ecuatorianos de la costa y sierra, teniendo en cuenta que les ofreceremos otras herramientas como al acceso a redes sociales, videos de preparación, chat group, ranking de recetas y un contador de tiempo de cocción e información de contacto, teniendo en cuenta que nuestro producto desarrollada tiene una particularidad que es didáctico e interactivo es por eso que esperamos tener un gran numero usuarios y clientes interesados por esta aplicación para móviles.

2.2 Especificaciones Funcionales

2.2.1 “Destacados”

Nuestra aplicación móvil gastronómica contara con una sección exclusiva en base a las votaciones de los usuarios de dicha aplicación, ayudando así a que la sección de destacados nos presente las comidas con las mejores puntuaciones.

2.2.2 “Secciones”

En este nivel de la aplicación móvil gastronómica, los usuarios encontraran las recetas de comidas divididas por regiones tanto de la costa como de la sierra, asi ayudara a los usuarios a tener una mejor navegación en la aplicación.

2.2.3 Contador de minutos

Una buena forma de ayudar al usuario para la preparación de las recetas de nuestra aplicación es incluir un contador de minutos que indicaran cuanto tiempo de cocción llevara dichas recetas, alertando al usuario la culminación del tiempo de preparación.

2.2.4 Publicidad

Una alternativa para promocionar a los restaurantes de la localidad es a través de puiblicidad no invasiva en nuestra aplicación móvil, ayudando asi a la sostenibilidad económica de nuestro producto para poder promover la cultura gastronómica ecuatoriana sin que el usuario asuma dicho costo.

2.2.5 Chat Group

Para mantener nuestra aplicación móvil actualizada, hemos agregado una sección de “chat group” para asi poder tener un feedback directo con los usuarios de la aplicación, ayudándolos en tips de cocina, nuevas recetas, etc.

2.2.6 Enlace a redes sociales

La aplicación móvil que mostramos tendrá como uno de los principales puntos tanto el uso de la api de facebook como de twitter que en la actualidad ayudan muchísimo para la propagación de nuestra aplicación. Los usuarios que aun no conocen de nuestro aplicativo podrán llegar a el mediante dichas redes sociales y lograr descargarla a sus dispositivos móviles y testearla.

Usando este tipo de proceso de difusión podremos lograr una mayor visibilidad de los servicios que podempms ofrecer en el desarrollo de futuras aplicaciones para que nuestra marca gane espacio en el mercado y tenga mayor interaccion con los consumidores.

2.2.7 Enlace a videos

Además de la creación de los pasos de cada una de las recetas que conforman el aplicativo de la gastronomía ecuatoriana usaremos además como soporte didáctico videos tutoriales alojados en la ya famosa pagina YOUTUBE, en los cuales los usuarios tendrán a la mano otra forma de conocimiento de nuestro producto.

2.3 Modulo del Proyecto

- Destacados
 - Recetas con mejor ranking

- Secciones
 - Costa
 - Sierra
 - Amazonia

- Chat group
 - Usuarios

2.4 Descripción de Tablas

REQUERIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE LA APLICACIÓN			
Herramientas de desarrollo	Jquery	Jquerymobile	PhoneGap
Herramientas de diseño	Dreamweaver	Ripley	
Frameworks	Illustrator	Photoshop	
PHP			

Tabla 1: Herramienta para desarrollar la aplicación

Características Técnicas para instalación de la aplicación
Plan de datos e interne
Procesador Qualcomm Snapdragon Dual-Core de 1GHz
Memoria RAM de 1GB
Almacenamiento interno de 16GB
HTML y Flash
MMS, SMS, IM, Email y RSS

Tabla 2: Características para la instalación de la aplicación

Características del hardware para el desarrollo de la aplicación
Microsoft Windows XP/ Vista/ 8
Procesador Intel core duo de 3.2 GHZ
Disco duro Segate 300 GB
Memoria RAM DDR 3 GB
Estación para la creación de la aplicativo
Disco duro de 500GB

Tabla 3: Características de hardware para el desarrollo de la aplicación

2.4.1 Captura de las pantallas de la aplicación móvil

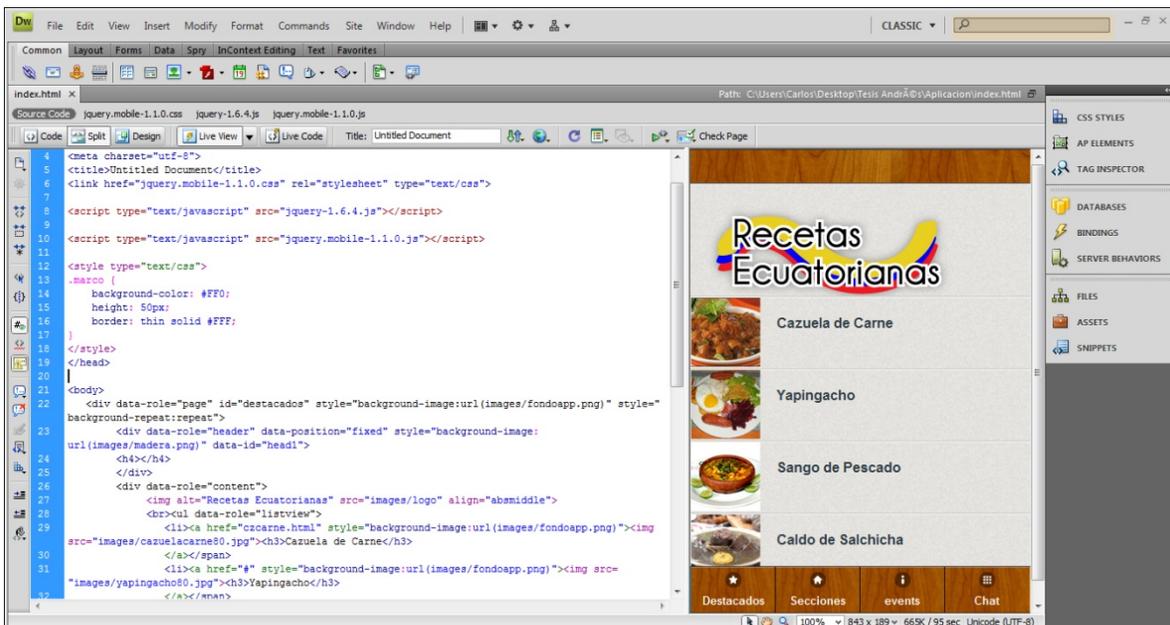


Gráfico 1: Captura de la pantalla principal de la aplicación con su código respectivo.

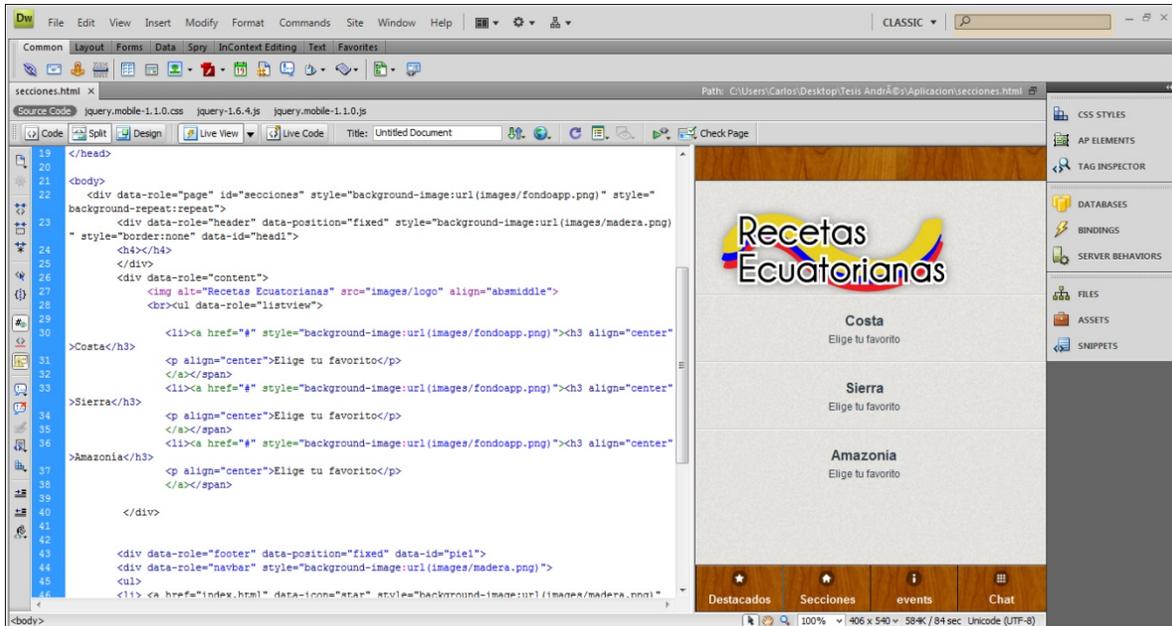


Gráfico 2: Captura de pantalla por regiones que estructura la aplicación.

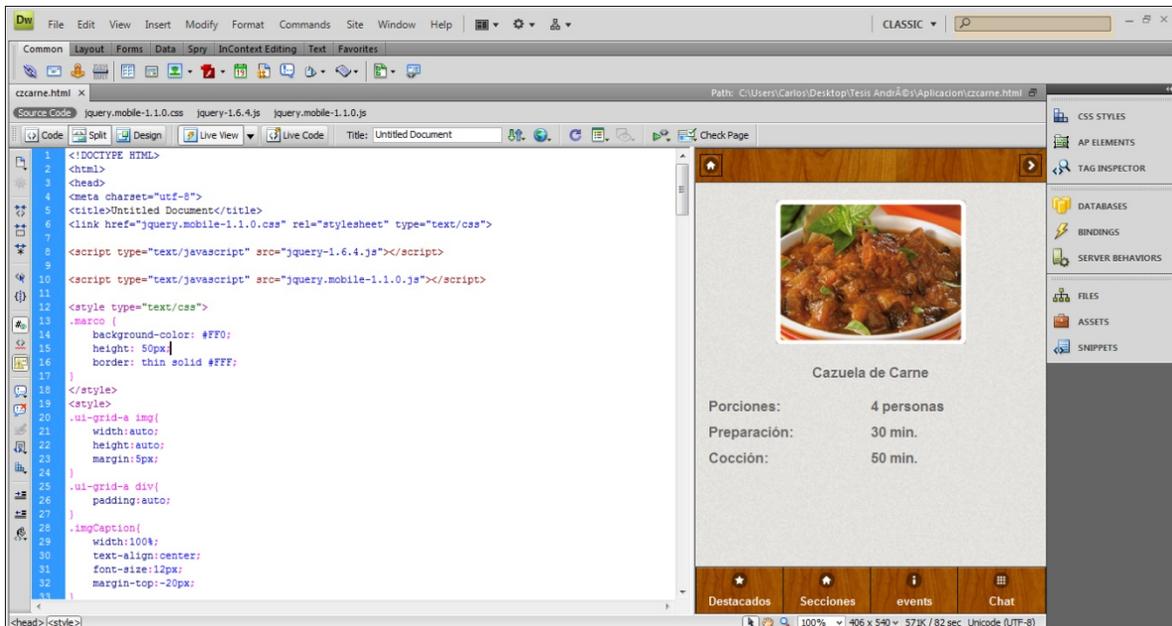


Gráfico 3: Captura del paso 1 de las recetas de la aplicación, con información general de la receta.

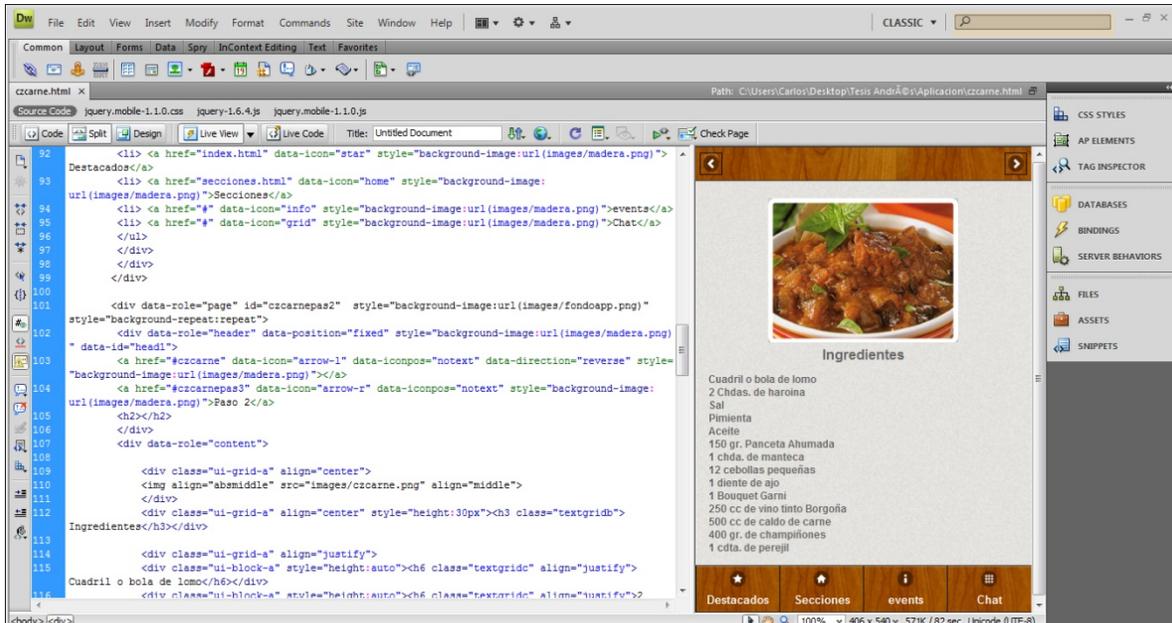


Gráfico 4: Captura de pantalla que contiene la lista de ingredientes de la receta seleccionada.

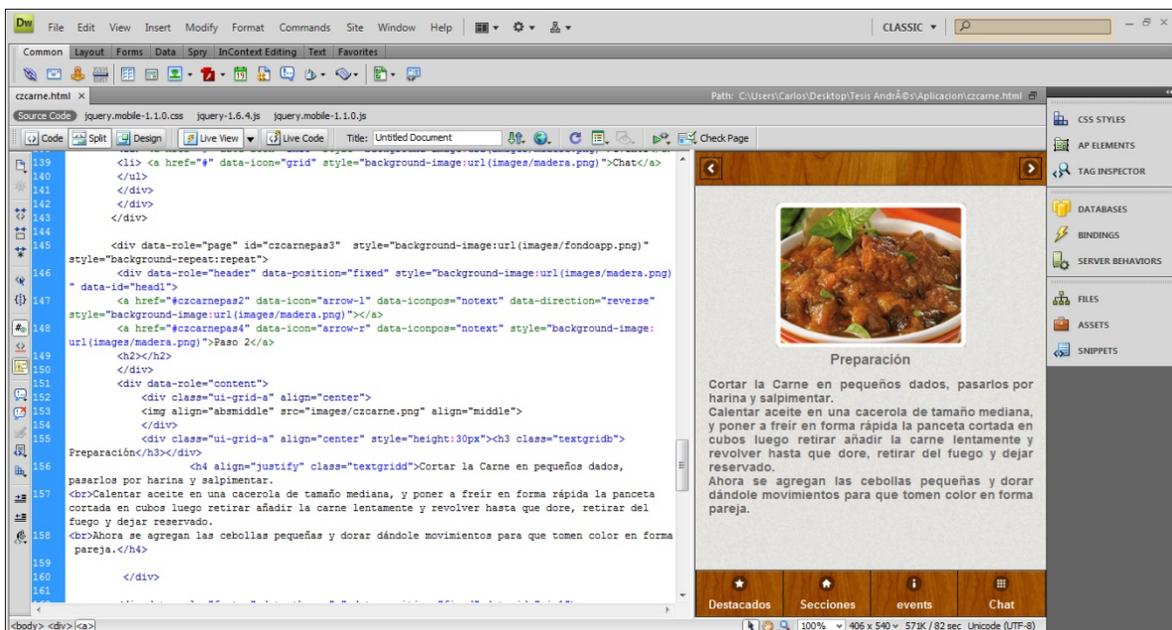


Gráfico 5: Captura de pantalla que corresponde a la preparación de la receta seleccionada.

Como podemos darnos se puede observar un preview (vista previa) sobre las pantallas que contendrà la aplicación gastronómica móvil “la sazòn de mi país”.

Pensando en la necesidad de crear una aplicación flexible y de fácil acceso hemos pensado en el desarrollo de una aplicación móvil orientada al sector gastronómico, teniendo en cuenta que existen paginas webs cuyos contenidos no necesariamente se pueden reproducir en los dispositivos móviles debido a la alta exigencia de recursos de software y hardware. Es por eso que nuestra aplicación ha sido pensada con valores agregados que repuntan sobre dichos sitios, como son la ejecución multiplataforma el ranking de las recetas, el chat group, videos de preparación, enlace a redes sociales y un contador para tener un control sobre las recetas al momento de iniciar la cocción.

La aplicación móvil gastronómica que estamos desarrollando contara con la creación y acceso a una base de datos en la cual estarán alojadas todas las recetas que contiene dicha aplicación, para que el usuario pueda navegar fácilmente y encontrar una receta especifica por medio de filtros colocados en cada una de las secciones de la aplicación.

2.5 Funciones Del Aplicativo

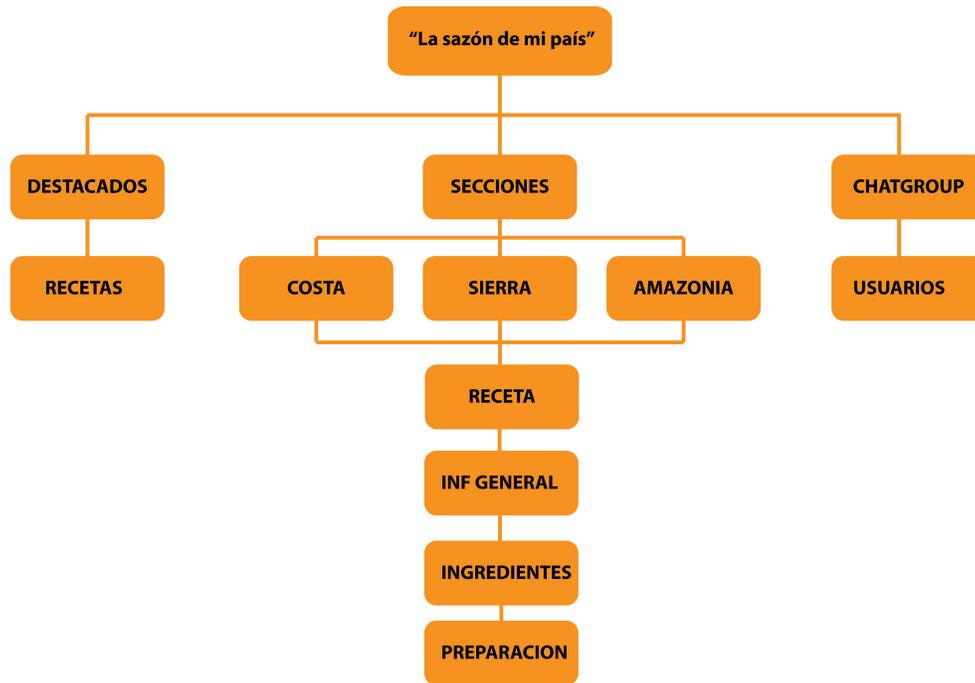


Gráfico 6: Diagrama de Flujo de navegación de la aplicación móvil gastronómica.

A continuación podremos observar la simulación de cómo sería la interfaz gráfica de la aplicación gastronómica.



Gráfico 7: Pantalla de la aplicación "Destacados".



Gráfico 8: Pantalla de la aplicación “Secciones”.



Gráfico 9: Pantalla de la aplicación "Información General de la Receta".



Gráfico 10: Pantalla de la aplicación "Ingredientes".



Gráfico 11: Pantalla de la aplicación "Preparación".

2.6. Descripción De Usuarios

Clase de Usuario	Descripción
Administrador	<p>Será la persona encargada de supervisar la aplicación para que no se encuentren errores críticos del sistema, teniendo la facilidad de modificar los códigos de programación el de agregar o quitar funciones propias de la aplicación.</p> <p>Además, el administrador tiene la facilidad y acceso a modificar contenido de la información de las recetas que sugieran los clientes o usuarios organizándola de una manera efectiva.</p>
Administrador del Chatgroup	<p>Se encargará de interactuar con los usuarios dando soporte didáctico a los usuarios que tengan dudas o preguntas en base a las recetas almacenadas en la aplicación.</p>
Usuario	<p>Personas que podrán acceder a cualquier herramienta que está integrada a la aplicación móvil con total libertad de navegación, y por medio del chatgroup tener un feedback directo con el administrador de la aplicación y con los demás usuarios.</p>

Tabla 4: Tabla del tipo de usuario

CAPITULO 3

3. PLAN DE NEGOCIO

El Plan de Negocio nos proporciona un espectro de mercado donde se pretende desarrollar una idea de negocio, con la finalidad de hacer viable dicha idea y empezar paso a paso un plan a seguir para cumplir las metas y objetivos planteados. Mediante el Plan de Negocio podemos recolectar toda la información necesaria, detallada y referente al área comercial que estamos enfocados, el tamaño de mercado, y la viabilidad técnica, en otras palabras el Plan de Mercado nos ayuda a conocer todo lo que se debe saber antes de emprender un negocio.

El objetivo principal de la elaboración de nuestro Plan de Negocio es el desarrollo de una empresa cuya actividad está enfocada al impulso de aplicaciones móviles para el mercado ecuatoriano. Que ayude a la promoción de las empresas que estarán afiliadas a nuestra aplicación.

Nombre del producto: **“La Sazón de mi país”**

3.1 SINTESIS DEL PLAN DE NEGOCIOS

3.2 DEFINICIÓN DEL SECTOR INDUSTRIAL

Un Smartphone, es el término empleado para referirse a un teléfono móvil con características diferenciadas al de un celular corriente. Estas características incluyen acceso a una cuenta de correo electrónico, organizador de tareas, instalación de programas, teclado QWERTY, pantalla táctil, entre otras.

Algunas de las principales herramientas móviles para Smartphone son:

- Campañas basadas en geo posicionamiento y ubicación.

- Aplicaciones móviles (juegos, contenido, herramientas funcionales), para teléfonos, reproductores de música, video y tabletas.
- Páginas Web móviles con contenidos optimizados, para todos los dispositivos y sistemas operativos.
- Códigos bidimensionales o “QR CODES”, que permiten dar una experiencia al usuario desde su celular al escanear o leer códigos direccionados a contenidos y aplicaciones móviles.
- Realidad aumentada
- Campañas publicitarias, optimizadas para móviles basadas en banners, mensajería celular y contenidos.
- E-mail marketing para celulares
- Marketing con video y audio móvil “interactive streaming”
- Marketing de proximidad, basado en GPS, experiencias, WIFI y Bluetooth
- E-Commerce móvil
- Gestión de relaciones con clientes y ventas basadas en CRM móvil.

Nuestro proyecto se basa justamente en una de estas herramientas. Aplicaciones móviles (juegos, contenido, herramientas funcionales), para teléfonos y tabletas enfocada en potencializar la gastronomía ecuatoriana y los lugares donde se puede degustar los platos.

Consideramos que desarrollar una aplicación móvil en estos momentos es una gran oportunidad. Datos del 2011, publicados por la Superintendencia de Telecomunicaciones indican que 1'440.001 usuarios de teléfonos móviles se conectan a internet por este medio. Esta cifra es casi la mitad del total de personas conectadas a internet, 3'500.000, durante ese año. Otro factor es que la gran cantidad de aplicaciones actuales son de exterior

y las empresas de telefonía móvil ya están apostando en promover este tipo de servicios, lo que abre puertas para poder promocionar la aplicación.

3.2.1 Reseña Histórica del Sector

El mundo de las aplicaciones móviles surge desde los años 90, en que el contar con una agenda, arcade game, editores de ringtone, era lo más avanzado de la época a pesar de su elemental y básica funcionalidad. Con el pasar del tiempo, los diseños de los móviles fueron progresando y junto con la tecnología WAP y la transmisión de data EDGE las aplicaciones móviles se desarrollaron de manera innovadora. Ejemplo de estos cambios es el lanzamiento de Apple en el año 2008 , de su Iphone móvil.

Toda esta evolución de Smartphones, dio inicio al boom de las aplicaciones, juegos, fotografía, noticias, etc; y junto a ellas surgen portales donde los usuarios acceden para bajarlas gratuitamente o cancelando por su uso.

Para la creación de las aplicaciones es necesario un software, Apple y Google ponen a disposición el SDK (SOFTWARE DEVELOPMENT KITS) para que millones de empresas desarrollen y difundan sus productos. Paralelamente surgen propuestas de diversos sistemas operativos en el mercado, como Android, Blackberry, BREW, Samsung Bada, Palm OS, Sony Ericsson, Symbian OS, entre otras.

Android y Apple tienen más de 500.000 aplicaciones en sus tiendas y las descargas de aplicaciones superan los 25 billones.

Hoy en día las apps son utilizadas por las empresas para dirigir ofertas a sus clientes, generando perfiles, base de datos, etc.

3.2.2 Estado actual del Sector

Android es un sistema operativo móvil basado en Linux, que con las aplicaciones middle ware está enfocado para usarse en dispositivos móviles, Smartphone, tabletas, google tv, etc. Fue desarrollado inicialmente por Android inc y comprada por google en el 2005.

La estructura del OS Android está conformada por aplicaciones que se ejecutan en un framework java de aplicaciones orientadas a objetos sobre el núcleo de la biblioteca de java, una máquina virtual Dalvik con compilación en tiempo de ejecución.

El Android Market se lanzó con unas 50 aplicaciones en su fase inicial y ahora se llama Google Play. Research In Motion siguió los mismos pasos y anunció su BlackBerry App World en la conferencia para desarrolladores de octubre de 2008. La Ovi Store de Nokia abrió en 2009, posicionándose en poco tiempo como la app store global número 2 sólo por detrás de Apple. El Windows Phone Marketplace se lanzó a finales de octubre de 2010, para julio de 2011 ya contaba con cerca de 30.000 aplicaciones. Apple fue la primera en llegar a las 100.000 apps sólo un año después de su lanzamiento en noviembre de 2009.



Gráfico 12: Historia de las tiendas de aplicaciones móviles

Las aplicaciones están categorizadas; se pueden encontrar aplicaciones enfocadas al entretenimiento, educativas, juegos, salud, música, noticias, redes sociales, viajes, estilo de vida, negocios, widgets, entre otras.

3.2.3 Tendencias económicas del Sector

La expectativa respecto a la penetración de los smartphones a nivel mundial era que superara el 50% en EEUU, Canadá, y la Unión Europea. Pero, ¿qué pasa en Ecuador? El 80% de los hogares ecuatorianos poseen celular, de este porcentaje 500.000 son teléfonos inteligentes, en los que no se incluye tabletas, ipods. Al iniciar campañas móviles lo ideal es tener claro qué formatos y qué experiencia se desea que el consumidor experimente.

USUARIO ACTIVOS SMARTPHONE ECUADOR		
500.000		
FUENTE: INEC ENERO 2012		

SISTEMA OPERATIVO	CANTIDAD	%
BLACKBERRY SIN CAPACIDAD MULTIMEDIA	95.597	19,1 %
BLACKBERRY MULTIMEDIA	23.899	4,8 %
IPHONE	101.430	20,3 %
IPAD	88.257	17,7 %
ANDROID	87.693	17,5 %
SYMBIANOS	66.805	13,4 %
IPOD	20.512	4,1 %
NOKIA	13.361	2,7 %
WINDOWS	1.317	0,3 %
WINDOWS PHONE	941	0,2 %
LG	188	0,0 %
TOTAL	500.000	100 %
FUENTE: GOOGLE ANALYTICS REPORT, SHIFT 2012		

Gráfico 13: Penetración de los Smartphone en el Ecuador

Según datos de empresas de investigación de mercado la comercialización de aplicaciones móviles tendrá un crecimiento importante a nivel mundial durante este año. Ecuador es parte de este crecimiento; datos del INEC demuestran que el 8,4% de Ecuatorianos tienen un teléfono inteligente (Smartphone); solo en Guayas el 14% posee un smartphone por delante de otras provincias, como El Oro (11,2%), Azuay y Pichincha (7,4%). Datos de

Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC), del INEC, también muestran que el 11,7% de la población con teléfonos inteligentes corresponde a personas entre 16 y 24 años, y el 11,5% a personas de 25 a 34 años. .

Dentro del medio la falta de aplicaciones con enfoque en otros idiomas es limitado lo que perjudica el ingreso a mercados internacionales: sin embargo existe un gran potencial localmente, prueba de esto es que en la tienda virtual de Apple existan más de 40 aplicaciones registradas con la palabra Ecuador. . La demanda de aplicaciones para dispositivos móviles, está mediada por el costo para acceder al paquete de datos, ya que los usuarios no están acostumbrados a pagar por una aplicación para su dispositivo; esta barrera se romperá cuando se empiece a valorar los móviles por su contenido en aplicaciones más que por sus diseños de hardware.

Comportamiento del usuario móvil del Ecuador

Protocolo	% uso	Descripción
Web Browsing	40%	Navegación web
Web video	28%	Video web como Youtube
Streaming Protocols	14%	Audio y video streaming como Pandora
Software Updates	6%	Actualizaciones de software
Peer to Peer	4%	Aplicaciones de descarga de archivos
Network Storage	2%	Almacenamiento de archivos en la web como 4share, megaupload
Email	1%	Correo
Instant Messaging	1%	Chat
Other	4%	Resto de protocolos en internet

Gráfico 14: Comportamiento del usuario móvil en el Ecuador.

Para las empresas hoy en día la comunicación directa con sus consumidores, la interactividad y la retroalimentación es muy importante; las

aplicaciones móviles permiten obtener estos beneficios, y se debe ampliar la visión de las empresas, para que decidan iniciar inversiones en este medio. Datos de mercados internacionales nos muestran como desde el 2008 la descarga de software era muy fuerte por parte de usuarios de iphone; en ese año a través de app store se descargaron más de 15 billones de aplicaciones, el 42% de los usuarios utilizan las aplicaciones varias veces al día y un 48% pasa entre 10 y 30 minutos con ellas. Estos datos demuestran como poco a poco en América se llegará a cumplir el mismo fenómeno.

Nielsen entre sus tantos estudios ha realizado uno sobre las aplicaciones móviles, que hoy en día mantienen dinámica la industria de la telefonía celular. Los resultados de este estudio muestran que por lo menos una aplicación es descargada por los usuarios cada mes; los juegos, la música y las aplicaciones referentes a redes sociales representan la mayoría de las descargas.

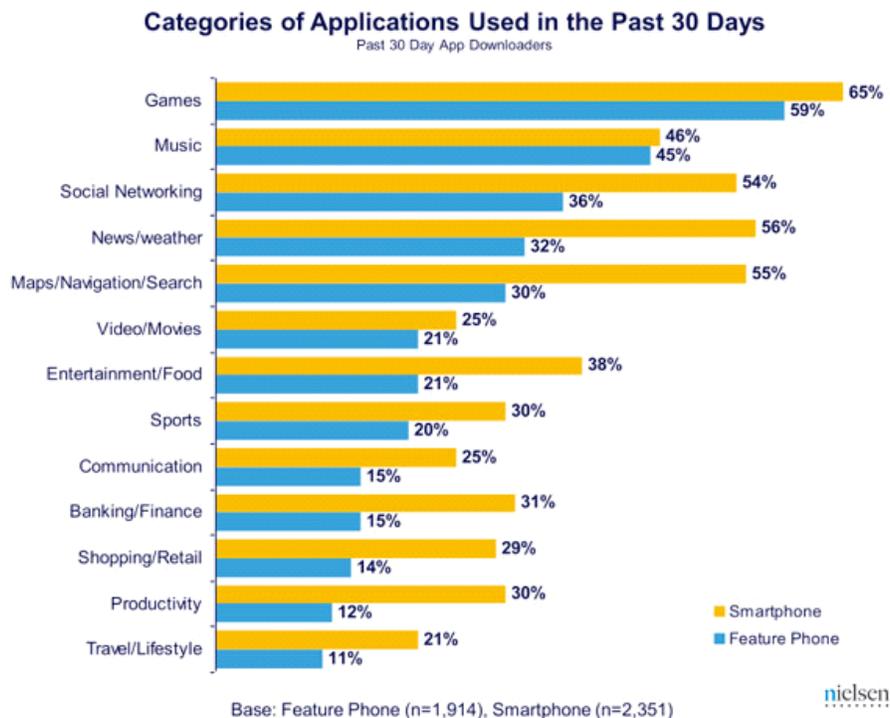


Gráfico 15: Historia de las tiendas de aplicaciones móviles.

La descarga de aplicaciones a nivel mundial se ha incrementado con el pasar del tiempo; en el 2009 las descargas bordeaban 3.100 millones vs 3.800 descargas en los 6 primeros meses de 2010. El nivel de descargas viene dado también por el número de usuarios de Smartphone que se espera aumente de 100 millones activos en el 2009 a 1000 millones en el 2013.

El valor de mercador también se espera crezca exponencialmente, en el primer semestre del 2010 se movían 2.200 millones de dólares en la industria y para el 2013 se espera que incremente a 15 mil millones de dólares.

Global mobile smartphone application market 2010
First half year update of 2010

Key market data	2009 (full year)	1st half year 2010
Application market revenue \$	\$1.7 bn US	\$2.2 bn US
App downloads Nº	3.1 bn	3.9 bn

Gráfico 16: Mercado Mundial de aplicaciones móviles.

Este mercado crecimiento lo aporta enormemente el éxito de [Apple App Store](#), Android Market y otras tiendas de aplicaciones móviles como Ovi Store y [BlackBerry App World](#).

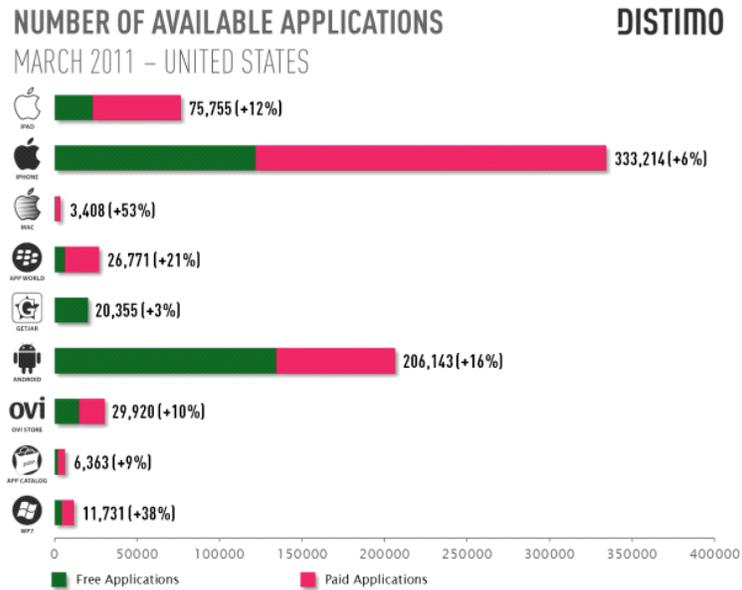


Gráfico 17: Número de aplicaciones disponibles

3.3 DEFINICION DEL PRODUCTO

3.3.1 Características del producto

Teniendo en cuenta que no existe una aplicación móvil gastronómica ecuatoriana, hemos implementado las siguientes funciones, esperando satisfacer las necesidades de los usuarios:

- Sección de destacados
- Manejo de rankings por receta
- Enlace a videos
- Enlace a redes sociales
- Enlace a chat group
- Reloj
- Información de contacto

- Publicidad

3.3.1.1 Productos Básicos

Para arrancar nuestra actividad económica iniciaremos con la aplicación gastronómica básica descrita anteriormente. En el lapso de 6 meses se realizará una actualización del aplicativo para incrementar el número de recetas (entradas, postres, bebidas) y de este modo poder mantener un nivel apto de expectativa en el desarrollo de esta aplicación.

Una de las necesidades a cubrir es la accesibilidad a la información sobre la gastronomía ecuatoriana y brindar facilidades al usuario en cuanto al proceso de preparación de las recetas.

3.3.1.2 Ventajas Competitivas

Nuestra aplicación posee una gran ventaja competitiva no sólo por ser la única aplicación gastronómica desarrollada en el Ecuador, además de permitir al usuario mantener una interactividad mediante un manejo de rankings de cada una de las recetas, el uso de un reloj que avisará al usuario cuando la cocción del plato haya finalizado.

3.3.1.3 Investigación & Desarrollo

Según nuestro cronograma de actividades, la etapa de investigación fue programada para las primeras tres semanas, en este periodo se realizó la selección del tema, planteamiento, y sistematización del problema.

La recolección de la información, tomó un mes, esta es una de las etapas más importantes con la que dimos forma a nuestro proyecto para tener bases sólidas y dar la solución al planteamiento del problema que encontramos en este sector del mercado; culminada esta etapa durante veinte días empezamos con la actividad de observación y encuestas,

orientados a dos grupos de clientes: los propietarios de restaurantes y los usuarios de la aplicación.

Posterior a la investigación, se procedió a clasificar y tabular los resultados obtenidos, para analizar los datos y llegar a conclusiones orientadas al desarrollo de nuestro proyecto.

Actualmente la aplicación móvil se encuentra en desarrollo, implementando la base de datos que nos facilitará el ranking y el contador de cada una de las recetas que vamos a mostrar en el prototipo de la app gastronómica. Hemos realizado las diferentes pruebas logrando obtener los resultados deseados. El tiempo estimado para contar con la app lista para su lanzamiento, es de tres meses desde iniciado su desarrollo

3.3.1.4 Estado de la Propiedad

Nuestra aplicación es un desarrollo innovador a nivel local, por esta razón se planifica patentar la app gastronómica. La idea de realizar este proceso es contar con el derecho exclusivo de nuestra invención.

El proceso para generar la patente en mención, es el siguiente:

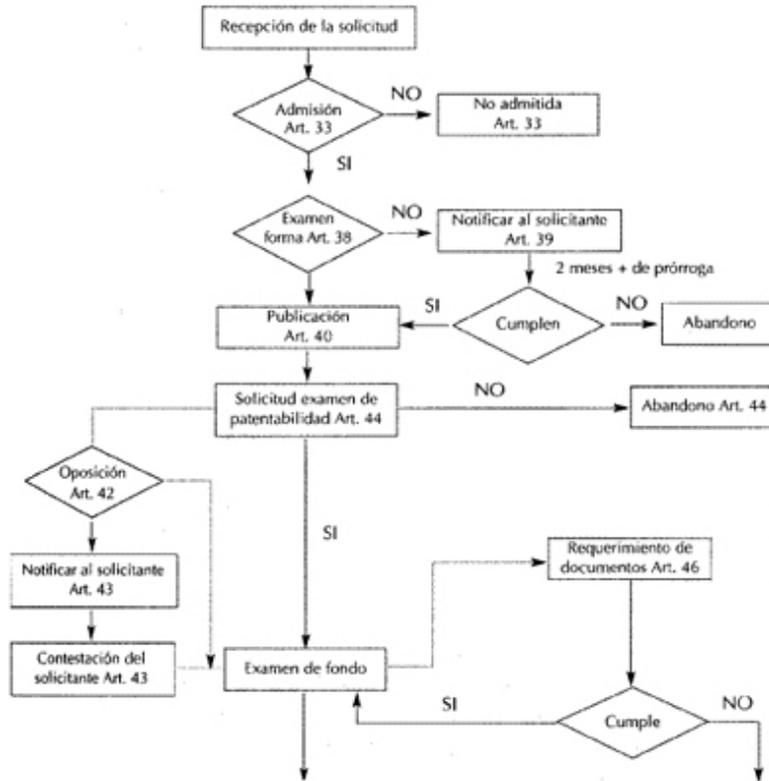


Gráfico 18: Número de aplicaciones disponibles

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)

Se procederá a llenar el formulario de derecho de autor publicado en la página web del IEPI, en pro de garantizar la protección legal de nuestro trabajo durante nuestra vida y 70 años posterior a nuestra muerte, siendo nosotros los únicos facultados en autorizar su uso obteniendo beneficios económicos.

3.3.5.1 Manejo de la marca

Basándonos en que la esencia de la aplicación será lo autóctono y tradicional el nombre con el que la lanzaremos será:

“La Sazón de mi país”

3.3.5.2 ¿Por qué el nombre?

Sazón denota gusto y sabor de la comida, es un término muy conocido y empleado en la jerga ecuatoriana por lo que se ajusta adecuadamente a lo que la aplicación móvil desea transmitir. La creación de la aplicación móvil está enfocada a destacar lo tradicional y autóctono de Ecuador, por esta razón el nombre se alinea a nuestro objetivo.

3.3.5.3 ¿Descripción del logo?

El logo de la aplicación está conformado por elementos relacionados con la cocina; lo conforman una olla en cocción y vegetales; los colores empleados son cálidos, los que nos transmiten dinamismo, calor, seguridad, y confianza.



Gráfico 19: Diseño del logo de la aplicación

3.3.5.3 ¿Por qué la Tipografía?

Tipografía caligráfica fuerte e informal que simula la escritura con pincel. Su apariencia no resulta tan monótona como la de otras tipografías similares gracias a sus trazos espontáneos, unas minúsculas enlazadas entre si y

muy apretadas, y unas mayúsculas muy potentes, deliberadamente irregulares que bailan sobre la línea base.

La comida es un tópico atractivo para todos, ya que nos traslada a circunstancias distintas de acuerdo a nuestras vivencias y recuerdos. “La sazón de mi país” te permite llevar los recuerdos a la experiencia misma ya sea compartiendo la receta de tu platillo favorito con tus amigos, realizando el platillo en casa, o visitando el restaurante recomendado.

3.4 Análisis del Mercado

3.4.1. Análisis de la demanda

Entre las aplicaciones dirigidas a dispositivos móviles que encontramos en el mercado ecuatoriano en la actualidad tenemos:

- Servicios de Localización para BlackBerry y Android
- Servicios de Captura de Datos y Geoubicación de puntos de interés para BlackBerry y Android
- Toma de pedidos, consulta de stocks y clientes para Blackberry y Android

Localmente el desarrollo de aplicaciones móviles se realiza por lo general en base a peticiones específicas que el cliente requiera. Por lo cual podemos determinar la falta de una visión más futurista sobre las bondades que nos puede brindar el mercado de las aplicaciones móviles, mediante este medio podemos minar con a través de las tiendas donde se pueden hacer sus descargas.

Como ya habíamos enfatizado Apple Store fue la primera tienda de aplicaciones móviles que salió al mercado, y su cambio el mercado de la telefonía móvil.

Tras el lanzamiento de la Apple Store, Google fue la segunda compañía que se dejó seducir por el potencial de las aplicaciones móviles. Su Android

Market se abrió a los programadores tres meses después del estreno de la App Store. Le siguieron Nokia, Blackberry y Microsoft. Estas son las 5 tiendas virtuales para smartphones y celulares más influyentes en el mercado de la telefonía móvil actual.

3.4.1.1 Segmentación del mercado y mercado meta

Hemos definido en base al análisis previo dos segmentos de mercado, tanto a los usuarios de la aplicación, como a las empresas que desean llegar a dichos usuarios lo cual lo detallamos a continuación:

3.4.1.1.1 Usuarios

La aplicación móvil estará dirigida a todas aquellas personas que se interesen por la gastronomía ecuatoriana. La finalidad es poner a disposición de manera clara y detallada recetas de distintos platos para promover nuestra cultura gastronómica, de una manera interactiva de fácil navegación y agradable.

Hombres y mujeres de 21 a 35 años de edad, de NSE medio, medio alto, que viven en la ciudad de Guayaquil, en sectores como Alborada, Urdesa, Kennedy, Ceibos, La Saiba, Centenario, Acacias, etc., posee y tienen acceso a computador personal. Son personas que estudian y/o trabajan, tienen smartphones y pasan gran tiempo de su tiempo conectados a redes sociales y están a la vanguardia de la tecnología. Entre sus hábitos está el navegar y descargar aplicaciones gratuitas, en su tiempo libre gusta de compartir con sus amigos o familiares en actividades como el cine, viajar, salir a comer. Estos hombres y mujeres disfrutan de degustar platos típicos y se interesan por su preparación.

3.4.1.1.2 Clientes

Nuestro proyecto trata de promocionar al país y sus costumbres, pero también a los restaurantes o locales que expenden los platillos presentados

en la aplicación. Este medio resulta una alternativa diferenciada para promocionar los negocios, por medio de la exposición de la marca de manera indirecta, discreta y no invasiva.

En el medio actual en donde estamos saturados de información, el promocionar una empresa o producto por medio de una aplicación móvil resulta muy efectivo; formatos como este que resultan medios poco intrusivos son valiosos ya que el usuario pasa tiempo expuesto a la marca de manera indirecta e interactúa con la publicidad.

Restaurantes de la ciudad de Guayaquil, dirigidos al segmento medio, medio alto, con gran interés por promocionar sus puntos de venta, captar nuevos clientes y fidelizar a los actuales. Poseen gran apertura hacia los medios tecnológicos, ya que lo identifican como la nueva tendencia en auge que proporciona gran apoyo al mercadeo de sus establecimientos.

3.4.1.2 Análisis de la oferta

Según datos de AESOFT (Asociación Ecuatoriana de Software), del primer estudio de la industria de Software en Ecuador, en el 2005 existían aproximadamente 223 empresas, y las ventas de software ascendían a los 62 millones.

A nivel local, según el estudio en mención, existen 25 empresas dedicadas a la creación de software, que han estado activas desde aproximadamente 5 años. Las siguientes son empresas enfocadas al desarrollo de aplicaciones móviles:

- Domo (www.domo.ec)
- Geeks Ecuador (www.geeks.com.ec)
- Inakambrik (www.inalambrik.com.ec)
- Matte Cg

3.4.1.2.1 FODA de la competencia

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado para el desarrollo de aplicaciones y asesoría a clientes • Precios competitivos vs la competencia • Innovación en tecnología (software, equipos, plataforma) 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El gran crecimiento del mercado de aplicaciones móviles en el Ecuador. • La posibilidad de trabajar con alianzas estratégicas con empresas de prestigio. • Según estudios en el 2012 habrá más gente conectada desde dispositivos móviles (smartphones), que desde un ordenador.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limitada Cobertura. • Limitada cartera de clientes. • Poco personal para el desarrollo de las aplicaciones. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El posicionamiento de otras empresas dedicadas al desarrollo de aplicaciones móviles. • Riesgo País que puede afectar su estabilidad y crecimiento como mediana empresa • Factores externos como inflación, inestabilidad política y económica, que afecte su actividad comercial. • Entrada de nuevos competidores al mercado. • Promociones o descuentos de la competencia.

Tabla 5: Tabla del FODA

3.4.1.3 Investigación de mercado

Con la investigación de mercado realizada, la intención era evaluar la factibilidad de desarrollar una aplicación gastronómica en nuestro medio. La investigación se realizó mediante encuestas a cien personas entre los 21 a 35 años de edad, de NSE medio, medio alto; nos enfocamos en este grupo debido a la gran penetración de smartphones que existe en este segmento.

La gran oportunidad detectada localmente es la falta de promoción y divulgación de la gastronomía ecuatoriana en los medios tecnológicos y la interactividad en tiempo real con usuarios de este tipo de tópicos.

Dentro de la información recabada sobre el sector industrial en el que nos desenvolveremos tanto a nivel local como internacional, se evidencia un gran crecimiento e inversión, lo que nos garantiza un futuro exitoso.

ENCUESTA A USUARIOS

Edad:

Sexo:

Sector donde vive:

1.- ¿Tiene un Smartphone?

Sí

No

Si responde Si continúe con la siguiente pregunta, si su respuesta es No la encuesta concluye.

2.- ¿Acostumbra a descargar aplicaciones?

Sí

No

Si responde NO continúe con la siguiente pregunta, si su respuesta es Si pase a la pregunta 4.

3.- ¿Por qué NO?

4.- Del siguiente listado de aplicaciones, enumera del 1 al 10, las que más te interesan. Siendo 1 el de mayor interés.

EDUCACIÓN

ENTRETENIMIENTO

REDES SOCIALES

OTROS: _____

FINANZAS

GASTRONÓMICA

SALUD

MENSAJERÍA

MÚSICA

VIAJES

JUEGOS

NOTICIAS

NEGOCIOS

5.- En el caso de una aplicación gastronómica, en qué te gustaría que se enfocara.

COMIDA GOURMET

COMIDA EXOTICA

COMIDA LIGHT

COMIDA EXTRANJERA

COMIDA TIPICA

OTROS: _____

6.- De la selección realizada en la pregunta 5, ¿cuál es tu interés?

Receta

Restaurantes

Ambos

7.- ¿Cuál es el valor que estarías dispuesto a pagar por una aplicación gastronómica?

De \$0 a \$0,01

De \$1 a \$2

Más de \$3

De \$0,10 a \$1

De \$2 a \$3

Gráficos de la tabulación.

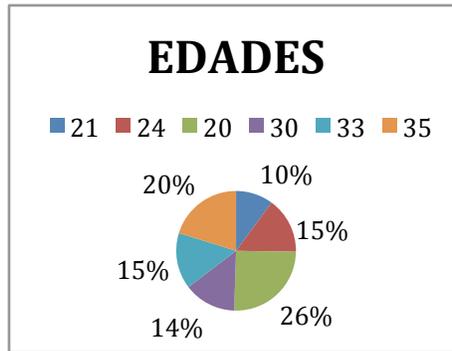


Gráfico 20: Resultados de edades de personas encuestadas

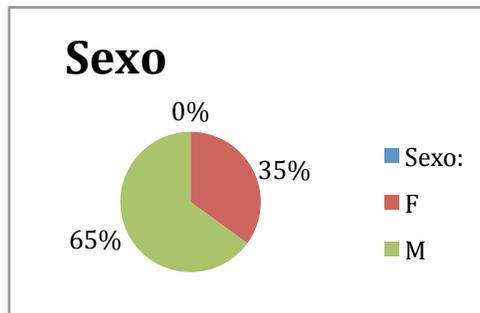


Gráfico 21: Resultados del género de las personas encuestadas.

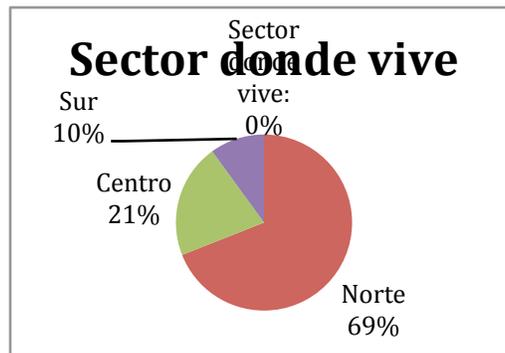


Gráfico 22: Resultados del sector donde habitan los encuestados

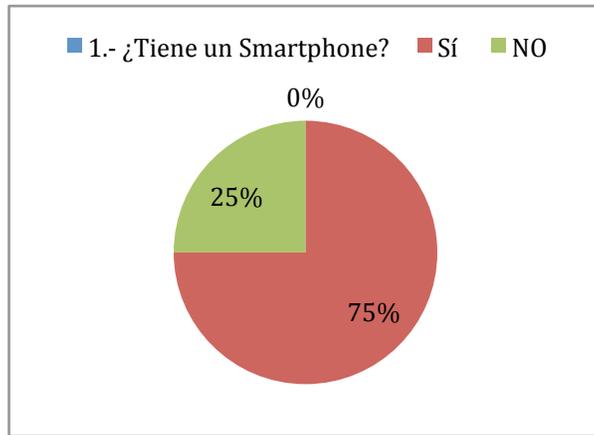


Gráfico 23: Porcentaje de personas con Smartphone.

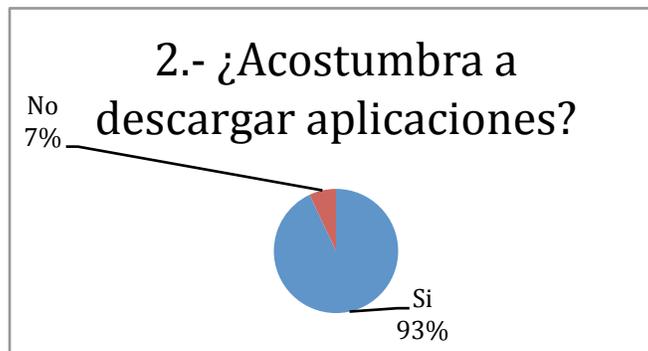


Gráfico 24: Personas que descargan Apps móviles

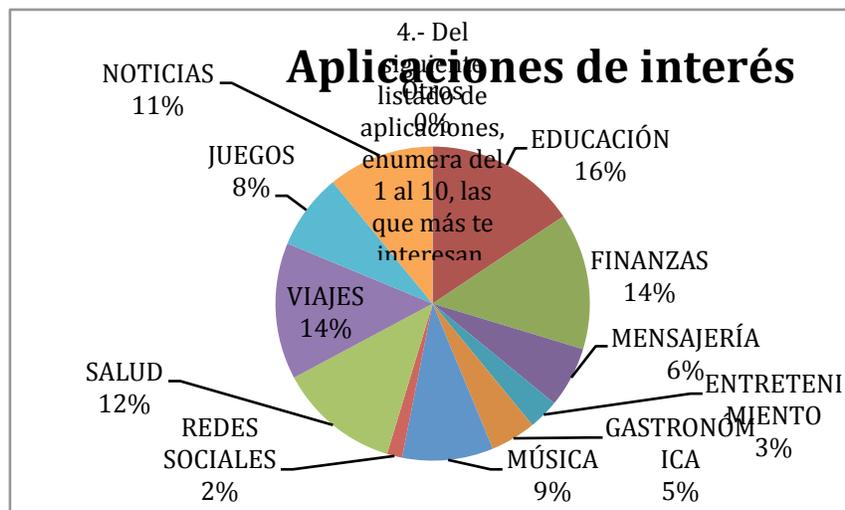


Gráfico 25: Aplicaciones de interés

Cabe recalcar que la investigación no solo estuvo dirigida a los potenciales usuarios de la aplicación sino también a los potenciales clientes de la misma. Se realizaron encuestas a los propietarios de restaurantes de la localidad con la finalidad de determinar interés y tarifas hacia este innovador medio de difusión.

ENCUESTA A CLIENTES

Sector:

1.- ¿Realiza promoción de su establecimiento?

Sí

No

2.- ¿Por qué?

3.- Por qué medios le gustaría promocionar su negocio

Televisión

Telefonía Móvil (aplicaciones)

Otros:

Radio

Internet

Prensa

Revistas

Si responde Telefonía Móvil continúe con la siguiente pregunta

4.- Cuánto estaría dispuesto a pagar por promocionar su negocio en una aplicación móvil.

Menos de \$500

De \$500 a \$1000

De \$1000 a \$3000

Más de \$3000

3.4.1.3.1 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- La tendencia entre la mayoría de los encuestados es que descarguen aplicaciones móviles de manera gratuita; actualmente no existe una tendencia a pagar por la descarga de una aplicación.
 - Las aplicaciones de mayor interés entre los usuarios son: mensajería, redes sociales y juegos
 - Los usuarios que consideran las aplicaciones gastronómicas atractivas se inclinan por información sobre comida light y típica en un mayor porcentaje.
 - A los usuarios de aplicaciones gastronómicas les interesa informarse sobre recetas y los lugares donde pueden degustar los platos.
 - Actualmente los restaurantes de nuestro medio realizan promoción de sus establecimientos en medios tradicionales.
 - Existe consciencia por parte de los restaurantes, de que los medios tecnológicos y móviles han tenido un gran crecimiento como medio publicitario.
 - La disposición a empezar a usar la telefonía móvil como medio de promoción existe actualmente, pero bajo un precio accesible y con un periodo de validez idóneo.
- **Imagen del producto – posicionamiento**

Aplicación gastronómica que brinda información integral sobre la preparación de platos típicos, lugares de consumo y tiempo de cocción en tiempo real.

El proyecto a desarrollar es una aplicación móvil cuyo objetivo es llegar al consumidor final y transmitirle la pasión por la gastronomía ecuatoriana; este proyecto permite brindar información sobre las recetas de los variados platillos ecuatorianos de la Costa y Sierra, así como enlaces a videos, redes

sociales, chat group, ranking de recetas, contador de cocción e información de contacto. Considerando que nuestro producto es una herramienta didáctica para aprender a realizar las variadas alternativas gastronómicas que tenemos en nuestras regiones esperamos que un gran número de usuarios se interese por este tópico.

3.4.2 Plan de Mercadeo

- **Estrategias de introducción al mercado**

Turquesink S.A. es una compañía ecuatoriana dedicada al desarrollo de aplicaciones móviles, se busca contribuir a la competitividad de sus clientes mediante el uso de tecnología y el desarrollo de un nexo emocional con sus consumidores a través del desarrollo de productos y servicios innovadores.

Somos un equipo de profesionales con alta creatividad y soluciones eficaces que aportan valor a sus clientes.

3.4.2.1 Misión

Brindar a las empresas de diversos sectores, la oportunidad de crear un vínculo directo con sus consumidores finales, a través del uso de tecnología móvil.

3.4.2.2 Visión

Ser conocidos local e internacionalmente como una empresa innovadora y a la vanguardia con los avances tecnológicos. Que nuestros productos lleguen a estar dentro del ranking de las aplicaciones con mayor descarga a nivel mundial.

El desarrollo de nuestra aplicación móvil gastronómica tomará tres meses; posterior a este periodo se iniciará la comercialización del mismo, mediante visitas a clientes potenciales. Nos enfocaremos en restaurantes de la ciudad de Guayaquil, de nivel socioeconómico medio, medio alto.

Una vez que capturemos un mínimo de 10 clientes, nuestra aplicación móvil estará disponible de manera gratuita en google play (android market), de modo que su acceso sea libre y garanticemos a nuestros clientes la difusión tanto de sus locales como de los platos típicos que expenden.

Para promover el crecimiento de nuestra empresa a mediano plazo, nos hemos planteado las siguientes metas:

- Desarrollo de la segunda aplicación en el lapso de 6 meses
- Conseguir una rentabilidad de 1% (\$19.605) en el lapso de 18 meses.
- Lograr que el 50% (5) de nuestros clientes renueven su contrato con nosotros, en el lapso de 6 meses.

3.4.2.3 Estrategia de ventas

La venta de los espacios publicitarios dentro de la app móvil gastronómica estará orientada a restaurantes de la ciudad de Guayaquil, dirigidos al segmento socioeconómico medio, medio alto de comida típica ecuatoriana. La venta se realizará de manera personal con visitas directas a cada uno de los propietarios de los restaurantes en mención, en esta visita se mostrará datos de mercado como crecimiento y penetración de este medio, resultados de nuestras encuestas que demuestren la afinidad e interés hacia una aplicación gastronómica y finalmente el demo de la app móvil para exponer la efectividad y gran potencial que existe como medio publicitario alternativo.

Nuestros principales clientes potenciales serán restaurantes como:

Cocolón	La Vaca sobre el tejado	Pique y Pase
El Aguacate	La Canoa	La Pausa
El Patacón	Ceviches de la Rumiñahui	Puerto Moro
Lo Nuestro		

Con la finalidad de que nuestra estrategia de ventas obtenga resultados efectivos, los objetivos a mantener son los siguientes:

- Conseguir un total de 10 restaurantes que patrocinen nuestra aplicación gastronómica, para enero del 2013.
- Lograr un mínimo de 1000 descargas de la aplicación gastronómica, en el lapso de 3 meses.
- Mantener la aplicación vigente durante el lapso mínimo de 18 meses. .
- Diversificar el servicio de la aplicación incrementando entradas, postres, bebidas, y adicional una guía de los restaurantes que patrocinan la aplicación gastronómica.

3.4.2.4 Estrategia de precio

Nuestra estrategia de precio será la de lanzar nuestro producto gratuitamente, siguiendo el nuevo plan de mercado de las demás aplicaciones mundialmente, utilizando una mezcla de publicidad, como herramientas, Videojuegos sociales tipo Farmville y otros modelos para generar rédito a veces regalar una aplicación puede significar mayores ingresos futuros.

3.4.2.5 Usuarios:

Nuestra aplicación estará disponible de forma gratuita en la red

3.4.2.6 Clientes:

Se trabajará con la comercialización de espacios publicitarios dentro de la aplicación, cuya presentación será de manera aleatoria dentro de las recetas desplegadas.

La presentación de los restaurantes auspiciantes se manejará de esta manera, para evitar tarifas diferenciadas, número de pautas por cliente o afectar la aplicación mostrando publicidad recargada e invasiva.

El precio del espacio será de \$1000, la presencia de marca se mantendrá por el lapso de seis meses. Aquellos clientes que al transcurrir los seis meses deseen renovar su contrato obtendrán una tarifa diferenciada de \$500 por el espacio durante seis meses más.

3.4.2.6 ESTRATEGIA DE PLAZA (Canales de Distribución)

Una vez que se culmine el desarrollo de la aplicación y la venta de espacios, se procederá a subirla a tiendas virtuales de aplicaciones móviles, como apple store y google play.

En el caso de nuestros clientes, nos enfocaremos al inicio a restaurantes de la ciudad de Guayaquil, de los principales sectores de la ciudad como: Norte, Centro, Ceibos y Puntilla.

3.4.2.7 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN (Publicidad y Promoción)

3.4.2.7.1 Usuarios

Los usuarios receptan la publicidad que les atrae, capta su atención y la consideran útil; por lo general se evade aquella publicidad que sea intrusiva, por ende debe tenerse tácticas idóneas para llegar a nuestro GO.

- **Lanzamiento de la APP “La sazón de mi país”:** Se hará la labor de logística para conseguir el espacio dentro del museo municipal, para el lanzamiento de la app invitando a personas afines a nuestro producto, como personajes ligados al ámbito culinario, representantes de prensa, programas de cocina, magazines, alumnos de instituciones gastronómicas, entre otros.
- **Mailing:** Trabajaremos con bases de datos personales y la levantada en la ejecución de la encuesta.
- **Integración de la aplicación móvil a redes sociales:** Se creará un juego virtual, que consistirá en acumular puntos y a los ganadores se les otorgará cupones válidos por entradas o postres en los establecimientos de nuestros clientes.
- El juego contará con varios personajes, uno característico de la costa y otro de la sierra, cuya imagen será de personajes divertidos y glotones, que deberán comer la mayor cantidad de platos típicos del Ecuador.
- El requisito para participar es que bajen la aplicación que estamos promocionando.
- **Video Promocional:** Se implementará un canal en youtube de cocina, donde aparecerá un chef como inicio del spot indicando que realizará la preparación de una receta que está dentro de la aplicación gastronómica, pero con la particularidad de hacer un énfasis del uso de la apps gastronómica “La sazón de mi país”.

- **Enviar códigos promocionales “QR” de la aplicación a páginas web de gastronomía ecuatoriana:** de tal manera que puedan probar la aplicación de manera gratuita.
- **Promocionar la aplicación en los locales afiliados:** por medio de los menús, de los hot spots, y en los baños.
- **Creación de un icono visualmente atractivo:** de modo que capturemos la atención de los navegantes
- **Activaciones** en escuelas e institutos de gastronomía de la ciudad de Guayaquil, ferias, conferencias y todo acto afín a nuestra aplicación.
- **Página Web:** con toda la información de las distintas apps que se desarrollen en la compañía y el enlace para descarga de las mismas

3.4.2.7.2 Promoción a clientes en periodos específicos

Dentro del año existen fechas especiales donde se realizan eventos gastronómicos o en el que las personas frecuentan con mayor afluencia restaurantes para compartir con sus familiares. Aprovechando estos momentos se lanzarán paquetes promocionales a nuestros clientes para promover sus locales o platos específicos, dependiendo de sus necesidades.

ENE	FEBR	MA	AB	MA	JU	JU	AGO	SEPTIE	OCTU	NOVIE	DICIE
RO	ERO	RZO	RIL	YO	NIO	LIO	STO	MBRE	BRE	MBRE	MBRE

Código de Colores
Mes de Mamá

Mes de Papá
Fiestas Julianas
Fiestas Octubrinas
Navidad

Tabla 6: Promoción a clientes en periodos específicos

3.4.2.7.3 Plan de Mercadeo

Sabiendo que las aplicaciones móviles son una tendencia en crecimiento, podemos darnos cuenta que no solo están cubriendo áreas relacionadas con el entretenimiento, ocio, geolocalización, chat, sino que están abarcando otras áreas en el sector educativo, Gastronómico y también es una nueva forma de hacer negocios de posicionar una marca accesible que esté al alcance de nuestros clientes.

Es por eso que Turquesink ha desarrollado una fantástica aplicación móvil e interactiva para preparar una gran variedad de platos típicos ecuatorianos, poniendo al alcance del usuario un amplio conjunto de funcionalidades, entre las que destacamos:

- Contiene un buscador muy fácil que filtrará las recetas que contiene la aplicación y a partir del ingrediente que se desee, mostrará una amplia variedad de recetas elaboradas con dicho ingrediente.
- Las recetas elegidas se pueden rankear.
- Al final de cada receta tendrá un contador que nos anunciará cuando la receta esté lista.
- Incluye imágenes de alta calidad y demostraciones en video de la elaboración de las recetas, además de acceso a redes sociales.

Nuestra aplicación “la sazón de mi país” , ofrece comodidad y un servicio al cliente excepcional, y lo han conseguido con un dispositivo móvil que, facilita información inmediata sobre cualquier receta que se quiera realizar y lo mejor de todo es que es nuestro es ecuatoriano.

3.4.2.7.4 Promover la aplicación

Necesitamos crear un icono de la aplicación que visualmente sea atractivo, de la mano con el nombre y una breve descripción para así causar una primer impresión más convincente de descargar la aplicación.

En segunda instancia queremos apoyarnos en nuestros contactos, anuncios de correos y actualizaciones de las redes sociales tanto Facebook como twitter ya que estas dos ultimas son una gran base de datos en las cuales podemos sacarle provecho para la difusión de nuestra aplicación.

Podemos también usar bloggers u otros medios de comunicación orientados a nuestra aplicación que en nuestro caso sería en el ámbito gastronómico, una vez que logramos este punto podemos detallar por qué nuestra aplicación es única y se diferencia de las demás aplicaciones que existen en el mercado, logrando esto podemos aumentar el interés de clientes potenciales.

3.4.2.7.5 Opciones para la promoción

Crearemos una campaña publicitaria a través de redes de anuncios, mediante este sistema podemos anunciar nuestra aplicación. Los anuncios se venden típicamente en función del coste por clic (CPC), y dirigir a los usuarios a nuestra página de mercado donde los usuarios podrán descargar la aplicación.

Hoy en día existen muchas redes de publicidad móvil para escoger, uno en particular queremos escoger **HUNT Mobile Ads**, es la mas grande Mobile Ad Network con foco exclusivo en el mercado Hispano de Estados Unidos y Latino América, ofreciendo soluciones para descubrir, y crear marcas en este nuevo medio y comercializando el sector de Internet Móvil. Los dispositivos móviles son claves hoy en la comunicación y HUNT crea las herramientas para que cualquier compañía en la región pueda maximizar sus posibilidades de ingresos en aplicaciones e internet móvil.

3.5 Análisis Técnico

3.5.1 Descripción de Hardware

HARDWARE		SOFTWARE	INSTALACIONES
Dispositivo móvil con O.S. Android	1	DREAMWEAVER 5.5	Eléctrica
Dispositivo móvil con iOS (iPhone o iPod)	1	JQUERY MOBILE 1.7.2	Telefónica
Desktop	1	My SQ Lite	Internet
Impresora	1	Photoshop Cs 5.5	
Línea Telefónica	1	Illustrator Cs 5.5	

Tabla 7: Tabla de Descripción del Hardware

3.5.2 Descripción de Software

Los programas a utilizarse para el desarrollo de las aplicaciones móviles serán los referidos a continuación:

3.5.2.1 DREAMWEAVER 5.5

Dreamweaver CS5.5 integra el nuevo framework de JQuery móvil para permitir el desarrollo y el diseño de una interfaz móvil con la mínima cantidad de problemas.

Adobe Dreamweaver es compatible con las últimas tecnologías y tendencias en el desarrollo web, incluyendo Javascript, CSS, AJAX, XHTML, Adobe AIR, Smart Objects de Photoshop, subversiones (SVN), frameworks Javascript, etc.

La compatibilidad con los diversos navegadores no será un problema con Adobe Dreamweaver gracias a la tecnología Live View (una especie de vista previa) y con la ayuda de Adobe BrowserLab, un servicio online con el que comparar cómo se ve tu página en distintos navegadores.

Adobe Dreamweaver está mejor preparado que nunca las últimas tendencias, y tiene un excelente soporte para CMS como Wordpress, Joomla! y Drupal. En resumen, Adobe Dreamweaver es al diseño web lo que la rueda es al automóvil: imprescindible.

3.5.2.2 JQUERY MOBILE 1.7.2

jQuery es un software libre y de código abierto, posee una biblioteca de JavaScript, que permite simplificar la manera de interactuar con los documentos HTML, manipular el árbol DOM, manejar eventos, desarrollar animaciones y agregar interacción con la técnica AJAX a páginas web.

Las empresas Microsoft y Nokia anunciaron que incluirán la biblioteca en sus plataformas.² Microsoft la añadirá en su IDE Visual Studio³ y la usará

junto con los frameworks ASP.NET AJAX y ASP.NET MVC, mientras que Nokia los integrará con su plataforma Web Run-Time.

3.5.2.3 My SQ Lite

My SQ Lite nos posibilita asiste para la definición de datos de tipo ENUM y SET, sintaxis de colores, armado de tablas InnoDB y Berkeley DB en los servidores, Free-form SQL desde peticiones simples o script complejos, con una funcionalidad de historial accesibles por medio de del teclado, aptitudes de edición sofisticadas (varchar, texto, columnas y muchos filas, etc.), funcionalidades de conexión a DB.

3.5.2.4 Photoshop Cs 5.5

3.5.2.5 Illustrator Cs 5.5

3.5.3 Descripción de Mobiliario Técnico

Mobiliario, Materiales y Ambientación		Ambientación
Escritorios para oficina	1	Oficina donde iniciará la micro-empresa
Acondicionador de aire	1	
Suministros de oficinas		

Tabla 8: Descripción de mobiliario técnico

3.5.4 Descripción de Recursos Humanos Técnicos

Recursos Humanos Técnicos
Programador
Diseñador Gráfico
Ejecutivo de Ventas

Tabla 9: Descripción de Recursos Humanos Técnicos

3.5.5 Descripción de Servicios Externos

Servicio Externo	
Asesor Jurídico	1
Contador	1

Tabla 10: Descripción de Recursos Humanos Técnicos

3.5.6 Componentes del Estudio de Factibilidad Técnica

Uno de los factores a considerar dentro del desarrollo de a aplicación móvil será la de orientar hacia qué sistema operativo va dirigida, ya sea para alguno específico o multiplataforma, esto nos ayudará a resolver desde un inicio a planificar el desarrollo de la aplicación.

Otro factor importante en el momento de la planificación del desarrollo de la aplicación es el uso de la tecnología adecuada, ya que ésta tendrá que cumplir con los objetivos esenciales para una proyección de desarrollos futuros de otras aplicaciones.

3.5.7 Bosquejo Gráfico de Tecnología requerida



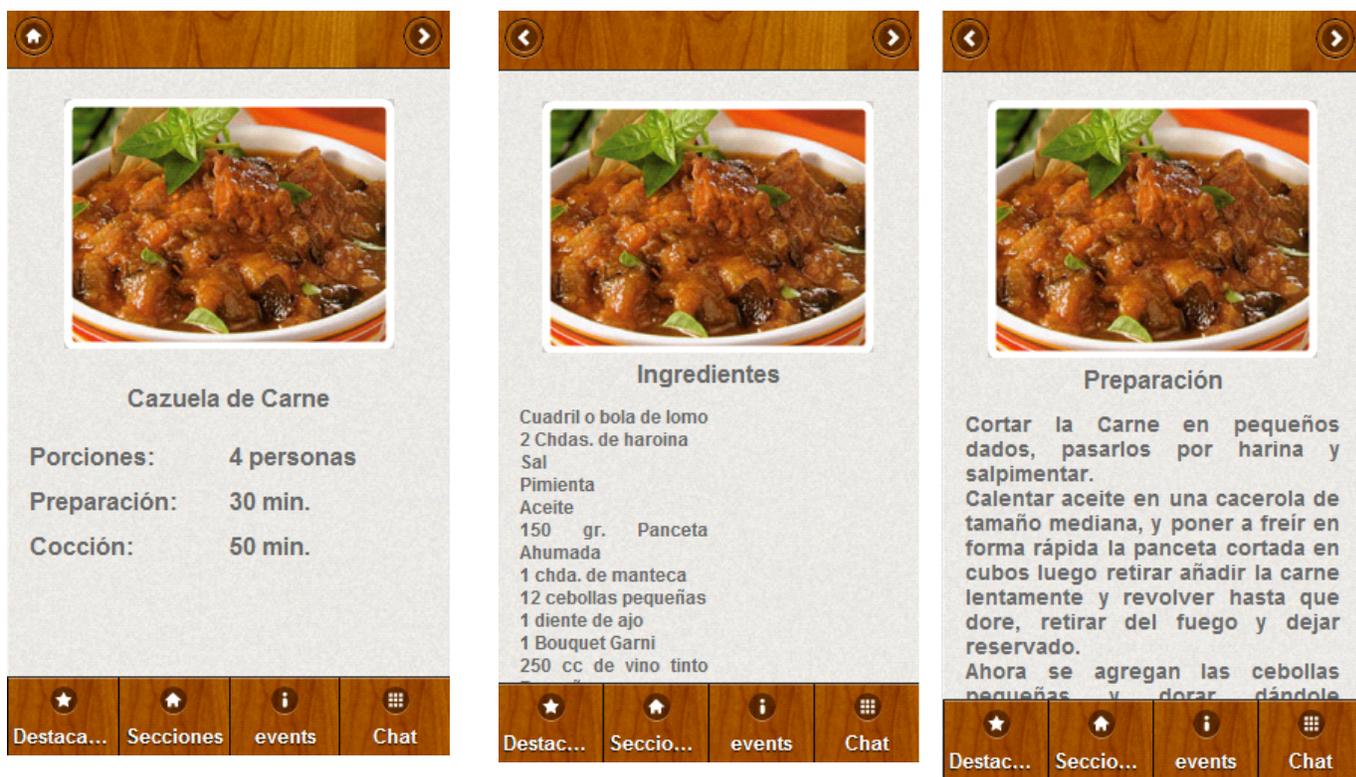


Gráfico 26: Gráficos de las pantallas de la aplicación móvil

3.6 Análisis Financiero

3.6.1 Descripción de Costos de Inversión

Recursos	Costo Inversión Inicial	Costo Mensual	Costo Total
Hardware	\$1.700	\$94	\$1.700
Software	\$948	\$53	\$948
Mobiliario	\$800	\$44	\$800
Recursos Humanos	\$0	\$592	\$10.656
Servicio Externo	\$0	\$300	\$5.400
			\$19.504

Tabla 11: Tabla de definición de costos de inversión