

Comportamiento de los usuarios de aplicaciones móviles de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Tacna

Behavior of mobile application users of small and medium-sized companies in the city of Tacna

Yvan Francisco Díaz Zelada¹

¹Docente investigador reconocido por Renacyt, Doctorando en Administración, MBA por la Universidad de Tarapacá (Chile), Titulado del Programa de Administración Bancaria de CENTRUM – Católica. Ingeniero de Sistemas por la Universidad Privada de Tacna, y estudios de Ingeniería Comercial.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9149-068X>

Email: yvan.diaz@grupoproeduca.com

Recepción: 10/02/2021. Aceptación: 18/03/2021. Publicación: 30/06/2021

RESUMEN

Hablar de aplicaciones móviles es hablar de App. De acuerdo a lo publicado por AppBain, en su sitio oficial, al momento de la redacción de este artículo, se contabilizan un total de 3'036,608 aplicaciones móviles, solo, para para el sistema operativo Android, de la cuales el 16% son consideradas de baja calidad. Y es que las tecnologías de información, sumadas a los dispositivos móviles, se han convertido para muchas empresas en una oportunidad de mejora para sus procesos de negocio ya que ofrecen una ventaja competitiva si es que estas son utilizadas de manera correcta. Pero esta transformación digital, de la cual se viene hablando desde hace algunos años, ha tenido un impacto en el comportamiento de los empresarios, pero también en el comportamiento del consumidor y en la forma como reaccionan a las tendencias tecnológicas, tomando en cuenta, que las App, se han incorporado en todos los procesos de negocio de todos los sectores empresariales, por lo que analizar un sector como el de las pequeñas y medianas empresas, nos podría dar una visión general de cuál es el impacto tiene el uso de App en los objetivos de negocio de las PYMES.

El presente estudio busca analizar el comportamiento de los usuarios de aplicaciones móviles de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Tacna y como estas han impactado en las decisiones de negocio en las PYMES tacneñas, que ventajas y desventajas ofrecen estas para los pequeños y medianos

empresarios, así como para los consumidores.

Palabras claves: Dispositivos móviles, pequeños y medianos empresarios, App, transformación digital.

ABSTRACT

Talking about mobile applications is talking about App. According to what was published by AppBain, on its official site, at the time of writing this article, a total of 3,036,608 mobile applications are counted, only for the Android operating system , of which 16% are considered low quality. And it is that information technologies, added to mobile devices, have become for many companies an opportunity to improve their business processes since they offer a competitive advantage if they are used correctly. But this digital transformation, which has been talked about for some years, has had an impact on the behavior of entrepreneurs, but also on consumer behavior and the way they react to technological trends, taking into account that The App has been incorporated into all business processes of all business sectors, so analyzing a sector such as small and medium-sized companies could give us an overview of what impact the use of App has on the business objectives of SMEs.

This study seeks to analyze the behavior of mobile application users of small and medium-sized companies in the city of Tacna and how these have impacted on business decisions in Tacna SMEs, what advantages and

disadvantages do these offer for small and medium-sized companies entrepreneurs as well as for consumers.

Keywords: Mobile devices, small and medium entrepreneurs, App, digital transformation.

INTRODUCCIÓN

El comportamiento del usuario es difícil de comprender. Pero puedes analizar algunos parámetros para tratar de encontrar las similitudes y entender mejor por qué una gran cantidad de aplicaciones, según Localytics 25% y según App Promotion Summit, el 80% las usan solo una vez. (Pickaso, 2015). Luego fue abandonado. La presente investigación busca analizar el comportamiento del usuario para inferir las principales características comunes de los usuarios de la aplicación e intentar averiguar que esperan de aplicaciones futuras.

La mayoría de los usuarios actuales de aplicaciones móviles tienen tres características comunes. Son impulsivos, los usuarios no son leales a una aplicación en particular. En cambio, les gusta picotear aquí y allá. La popularidad de los teléfonos inteligentes ha provocado un consumo sutil de Internet, que se refleja en el hecho de que los usuarios tienden a tener conversaciones breves en diferentes aplicaciones en diferentes categorías el mismo día. Las categorías más populares suelen ser: redes sociales (66%), seguida de El Tiempo (57%), noticias (52%), fotos y videos (51%), juegos

(49%), entretenimiento (48%), Deportes (43%) y música (42%).

Son inconstantes, los usuarios móviles son inconstantes y críticos, y nunca insistirán en utilizar ninguna aplicación a lo largo de sus vidas. Se aseguran de usar la aplicación móvil al menos de 4 a 5 veces antes de decidir dejar de usarla. Afirmaron que la razón principal para decidir dejar de usar ciertas aplicaciones fue que, además de sus requisitos iniciales específicos para descargar la aplicación, no necesitaban usar la aplicación nuevamente y luego dieron razones para aburrirse. La tercera razón es porque encontraron una mejor aplicación, la cuarta razón son problemas técnicos, la quinta razón se debe a la falta de espacio en sus dispositivos móviles y la sexta razón es porque simplemente olvidaron la aplicación. La presencia.

Son activos: los usuarios de aplicaciones suelen estar activos con regularidad en una variedad de aplicaciones. En promedio, los usuarios tienden a usar alrededor de 18 aplicaciones por mes y tienden a visitar en promedio 15 veces al día.

DESARROLLO

2.1 PYMES en el Perú

En el Perú, las pequeñas y medianas empresas contribuyen con el 19% del PBI y emplean el 46.8% de la PEA nacional. (Vivar & Torre, 2020). En este contexto, las PYMES han tomado conciencia de la importancia que tienen

las herramientas del marketing digital y ven en las tecnologías móviles una oportunidad estratégica para hacer crecer sus negocios con la ayuda de aplicaciones móviles, redes sociales o páginas webs. Pero el deseo de este sector por ingresar al mundo digital se origina a inicio del año 2016, cuando se marca un antes y un después en el uso de las TI en los negocios, ya que este año fue el primero en el que los dispositivos móviles superaron a los ordenadores como dispositivos de acceso a internet. (Vara-Miguel, Negredo, & Avelino, 2016), ocasionando una revolución en el sector PYMES y en la forma como la transformación digital impacto en el comportamiento de los pequeños y medianos empresarios.

2.2 El Mercado de las App en el Perú y la Transformación Digital

Las App, les han permitido a muchas empresas peruanas aceptar pagos a través de medios digitales como tarjetas de débito o crédito, por medio de pasarelas de pago desde cualquier canal online, ya sea desde una página web, una aplicación móvil, un IVR o un chat world, o cualquier tipo de tecnología. De esta manera las App han buscado la digitalización de sus operaciones comerciales y transacciones de cobranzas y pagos, lo cual les ha permitido a las PYMES optimizar sus procesos comerciales de manera sustancial. (Navarrete, 2020)

Este cambio en la manera de gestionar los negocios, ha hecho que muchas PYMES nazcan, crezcan y que se hayan desarrollado de manera segura. Esto ha creado un gran ecosistema tecnológico, no solo alrededor de las

PYMES, sino que se ha expandido en todo el ecosistema emprendedor, haciendo que estos puedan surgir de manera rápida y sencilla.

Si bien, durante los últimos años, el crecimiento de las App para PYMES – y empresas en general – ha sido vertiginoso, las tecnologías móviles han encontrado una barrera de entrada importante en las regulaciones legales existentes en el Perú, las cuales aún se encuentra en proceso de normalización. (Mas y Rubi Rubio, 2014)

En el Perú existen un promedio de 1200 a 1400 pequeñas empresas que desarrollan entre 8 a 12 aplicaciones móviles al año. A finales del 2019, se desarrollaron un promedio de 800 a 900 App en el Perú, y para este 2020, se estima que se desarrollen más de 1800 aplicaciones móviles. (Inga Martínez, Claudia, 2020). Esta cifra, se encuentra por debajo del promedio de producción de App desarrolladas en países de la región como Colombia, Chile o México, a los cuales Perú llega a 1/5 o 1/10 de la producción tecnológica desarrollada en estos países, sobre todo con países como Argentina o Chile donde el desarrollo de aplicaciones móviles para PYMES, principalmente, llega a las 6 mil o 7 mil aplicaciones desarrolladas anualmente, como es el caso de la Argentina, donde un consumidor puede llegar a tener instalado en su dispositivo móvil un promedio de 10 a 12 aplicaciones móviles para Android e IOS. (Muñoz, Preisegger, Pasini, & Pesado, 2019).

Según Javier Albarracín, CEO de Invertarte, los motivos por los que se presentan estas disparidades en el desarrollo

tecnológico móvil es que aún existen algunos factores que no se encuentran regulados o en orden en nuestro país, como son las políticas de seguridad o confidencialidad, las medidas de protección de datos, así como los incentivos y programas de desarrollo para aplicaciones de parte de instituciones de gobierno. (Albarracín, 2016)

Otro de los factores que identifica Albarracín, es la educación de consumidores y de los empresarios de las pequeñas y medianas empresas. Existen esfuerzos privados como los desarrollados en el año 2018 por el MIT, que capacito en el desarrollo de aplicaciones móviles a un grupo de empresarios de pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Arequipa, con el fin de crear incubadoras de desarrollo tecnológico y que a cultura online se proliferen en nuestro país. Esta iniciativa desarrollada por el Massachusetts Institute of Technology permitió que las pequeñas y medianas empresas que no tenían acceso a los recursos económicos para invertir en capacitación o investigación o las empresas que deseen desarrollar aplicaciones móviles, tengan la capacidad y preparación para poder hacerlo.

Para Díaz, el contexto de las medianas y pequeñas empresas en el Perú, se tienen un número reducido de empresarios que tiene el deseo de incorporar tecnologías a sus procesos de negocio, para lo cual investiga, busca información y aprende. La investigación desarrollada evidencia que para que esto se haga más grande es necesaria una “palanca” que incentive el emprendimiento y la innovación. (Díaz Zelada, 2020).

Un caso muy particular en el campo del emprendimiento, fue la App desarrollada por un joven estudiante de la Escuela de Arte Digital (EAD Perú) de nombre William Muro, quien a sus 19 años desarrollo una aplicación para difundir la receta del Pisco Sour y tuvo más de 100 mil descargas, lo cual le generó ingresos por más de 10 mil dólares en tan solo 10 meses. (RPP Noticias, 2009) Casos como los de Muro, dejan en evidencia el poderío de la información contenida en el internet, donde todo está listo y casi hecho para ser utilizado. Muchos de los pequeños empresarios que decidieron iniciar emprendimientos han tenido que investigar un poco durante algunas semanas y en poco tiempo lograron poner en marcha sus primeras App para gestionar y repotenciar sus negocios, con una mínima inversión y con el conocimiento encontrado en la red, pero existe otro grupo no menor de personas o usuarios que requieren de capacitación para el desarrollo de aplicaciones móviles dado que su aprendizaje es mucho más lento, dado a que no pertenece al grupo de tecnópatas o porque quizá no pertenece a esa generación.

Al igual que en muchos países, en el Perú el 40% de las descargas de aplicaciones móviles se da para videojuegos y aplicaciones sociales y tan solo un 2.6% para aplicaciones financieras. (Quispe, Bernal, & Salazar, 2017). Existen otros porcentaje muy dispersos y variados que evidencian las descargas de aplicaciones para varios rubros como turismo, restaurantes, metropolitano (Lima), pub's, comida rápida, que representan desarrollos privados de pequeños emprendedores que implementan, básicamente,

guías como Machu Pichu, Kuelp o la ruta del Pisco Sour. En el rubro video juegos destacar Inka Madnes, desarrollado por José Miranda de la empresa Magia Digital; esta App logró una excelente participación en la plataforma Windows Form. Y precisamente aquí radica la diferencia, ya que existen 3 plataformas para poder desarrollar este tipo de aplicaciones; la más importante, en términos de facturación, es IOS de Apple, donde se encuentran aplicaciones para iPhone y iPad, lo que en términos económicos representa el 90% de facturación del mercado peruano y en el mundo un 60 o 70%. En segundo lugar, en el tema de descargas, se encuentra Android que es el primer sistema operativo con mayor participación de mercado, sin embargo, su facturación no es tan importante como la primera. Eso se debe a que Google tardó mucho tiempo para colocar su Market en el Perú. (Wikipedia, 2008)

Las PYMES en el Perú no cuenta con la capacidad financiera para poder desarrollar una App y ponerla a disposición desde Google Play y poder facturar, para lo cual Google recomenzaba constituir empresas fuera del territorio nacional para poder facturar, lo cual ya era, de por sí, un tema complicado y de lo más engorroso para los pequeños empresarios peruanos, pese a que el procedimiento es relativamente sencillo. Esta es otra de las barreras por las cuales muchas pequeñas empresas no toman la decisión de entrar al mundo de las aplicaciones móviles. La tercera de las razones está representada por Windows Form, que es una excelente plataforma y donde se han desarrollado muchas aplicaciones móviles y es una muy buena oportunidad ya que

se encuentra respaldada por dos empresas muy grandes como Microsoft y Nokia que impulsan esta nueva ventana de desarrollo y donde estas dos empresas destinan presupuestos mayores para capacitar precisamente a pequeños y medianos empresarios para que puedan aprender el uso de la plataforma Windows.

Las herramientas que ofrecen las plataformas de desarrollo son muy variadas y diversas, con pros y contras que los empresarios deben evaluar. Windows Form por ejemplo, ofrece herramientas para que el usuario pueda desarrollar aplicaciones de manera muy rápida y sin necesidad de un conocimiento profundo de programación. Sin embargo, iPhone dispone de un gran número de desarrolladores interesados en sus plataformas de programación, ya que es una plataforma que permite facturar sumas interesantes de dinero. Desde la plataforma de iPhone, existen casi todos los tutoriales listos, y códigos hechos para ser reutilizados. La desventaja de esta tecnología es que una vez terminado el proceso de desarrollo, necesariamente el producto final debe pasar por el Market de iPhone, donde sus políticas son muy estrictas en cuanto al uso de memoria o recursos de hardware que el equipo va a utilizar, con el fin de garantizar que las aplicaciones que se distribuyen desde sus plataformas sean lo más eficientes posible. (Blanco, Camarero, Fumero, Warterski, & Rodriguez, 2009) Android por su parte no exige esta práctica, como consecuencia se tienen aplicaciones que sobre calientan el equipo móvil, ralentiza el funcionamiento del aparato, y en oportunidades se llega a colgar.

En este contexto es que los usuarios

peruanos de aplicaciones móviles, demanden con mayor frecuencia App's relacionadas con guías locales o contenido regionales, ya que antes desarrollar un juego, tendrá ventaja para sus negocios, la empresa que dispone de experiencia y cuenta con todos los recursos en economías como en Estados Unidos o Europa, lo cual es justificado debido a que los desarrolladores peruanos se abocan más en lo que aporta un sentido local y en lo cual tienen una ventaja comparativa. Esto también ha impulsado a los desarrolladores peruanos de App, buscar alianzas estratégicas que les permitan desarrollar aplicaciones móviles para empresas de rubros mayores como bancas, aseguradoras, etc., en vez de buscar el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, con lo cual logran ingresos mayores y con cumplimiento de plazos seguros. Así es que podemos encontrar que el 85% de instituciones bancarias, han desarrollado sus aplicaciones móviles por terceros lo cual les ha permitido aprender y experimentar para realizar inversiones en sus propios equipos de desarrollo, capacitándoles en función a las lecciones aprendidas y de esta forma poder desarrollar in-house. (Blanco, Camarero, Fumero, Werterski, & Rodríguez, 2009)

En publicación del Diario Gestión, a octubre del 2017, en el Perú se contaban más de 18 millones de aplicaciones móviles y más de 6 mil millones de usuarios; estas han logrado importantes beneficios en la gestión logística, de pedidos, facturación electrónica, gestión comercial, entre otras. (Gestión, 2017). El artículo analiza que, más allá de ser un gran beneficio para el empresariado, esta cantidad de

aplicaciones representa un gran problema, ya que al existir un número tan grande de aplicaciones, la App desarrollada por un emprendedor, sería muy difícil poder identificarla o promocionarla en los markets de los teléfonos y dispositivos móviles más frecuentes, lo cual generaría un efecto poco menos que el de acertar el número ganador en una lotería. El lanzar una aplicación no hace competir a la empresa únicamente en el país de origen, sino que compite a nivel internacional. Esto sumado a que la mayoría de empresas locales no tienen la capacidad de arriesgar, en comparación – por ejemplo – con empresas chilenas que invierten más de un millón de dólares en el desarrollo de video juegos. (Flores Marroquín & Araujo Trelles, 2018).

2.3 Tecnología Pre desarrollada

La tecnología pre desarrollada garantiza a la empresa un crecimiento holístico del negocio al centralizar todas las fases y procesos de negocio desde una sola aplicación que aprende de sí misma. (Santamaría-Puerto & Hernández-Rincón, 2015). Dentro de sus principales beneficios, las tecnologías pre desarrolladas permiten optimizar el proceso de captación de personas que no conocen la marca y que podría convertirse en clientes potenciales para una empresa. Una vez que son captados, la aplicación permite fidelizarlos con diferentes estrategias como descuentos, cupones, ofertas exclusivas, entre otras opciones que buscan añadir valor a la experiencia de consumo del cliente a través de la App.

Esto decanta en una publicidad de boca a boca, o dentro de la funcionalidad de reseñas automáticas con los que cuentan este tipo de aplicaciones móviles. (Saura, Palos Sánchez, & Reyes Menéndez, 2017)

METODOLOGIA

La investigación consideró dos técnicas para el levantamiento de información. Una muestra probabilística que se calculó en base a la población total de 286,240 habitantes, para resultando 383 sujetos de estudio aplicando un 95% de confianza y $\pm 5\%$ de error respecto al dato que se observó en la técnica. Por otro lado, se consideró aplicar una muestra no probabilística para entrevistar a 40 profesionales del sector turístico de la ciudad de Tacna. La investigación fue de tipo descriptiva ya que se seleccionó una serie de preguntas, conceptos y variables, y para ser medida de forma independiente para poder describirlas con precisión. El estudio pretendió determinar los atributos más importantes de las los sujetos analizados, así como del fenómeno en cuestión. El tiempo se transeccional ya que se analizó el fenómeno en un momento determinado de tiempo (año 2020).

RESULTADOS

La principal característica de los dispositivos móviles, a diferencia de otros equipos, es que es de uso exclusivamente personal. Por lo general, estos equipos suelen

estar permanentemente encendidos y almacenan información de carácter confidencial y personal. Las estadísticas refieren que 7 de cada 10 personas suelen dormir junto a sus dispositivos digitales. (Martin & Torres, 2013) Los dispositivos móviles tienen una gran capacidad de cómputo y conexión de red y presentan muchas más funcionalidades que los ordenadores personales. (Díaz Zelada, 2020)

Al hablar de dispositivos móviles, es inevitable relacionarlos con la actividad turística en el Perú y el mundo. Y es que los celulares y los dispositivos móviles en general, se han convertido en los aliados, compañeros de viaje y guías turísticos de millones de personas en todo el mundo, ya sea durante viajes de negocio o de recreación. La cantidad de aplicaciones móviles que están a disposición de los usuarios, representa una gran ayuda al momento de realizar o planificar un viaje.

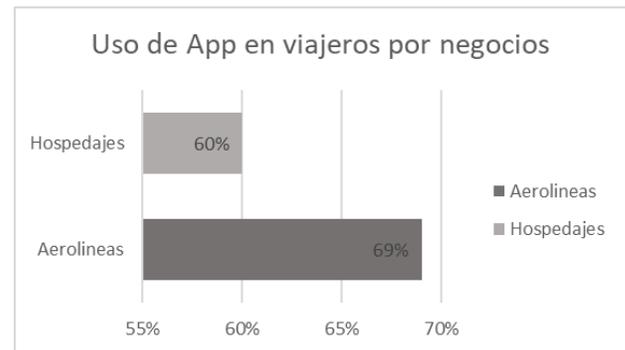


Gráfico 1: Uso de aplicaciones móviles en turistas que realizan viajes por negocios.

La investigación determinó que los dispositivos móviles son preferidos sobre los sitios web que las pequeñas y medianas empresas tienen disponibles. Sin embargo, se

encontraron diferencias en el uso que los turistas regulares tienen de manera regular en estas plataformas digitales, frente al uso que les dan los usuarios de negocios. De acuerdo a la investigación realizada, las aplicaciones de las aerolíneas por ejemplo y frente a los hospedajes, negocios PYME netamente, fueron las más usadas para quienes viajaron por negocios en un 69% y 60% respectivamente del total de encuestados. En ellas las opciones más realizadas fueron las búsquedas de boletos aéreos con un 78% del total y hospedajes con un 71%, seguido de las reservas de hoteles y el check-in de los vuelos en un 70% y 66% respectivamente.



Gráfico 2: Uso de aplicaciones móviles por tipo de servicio utilizado por turistas que realizan viajes de negocios.

Por el contrario, los encuestados usan más las PYMES destinadas a la oferta de viajes online que los sitios web oficiales de las aerolíneas en una relación de 29 a 26% respectivamente.

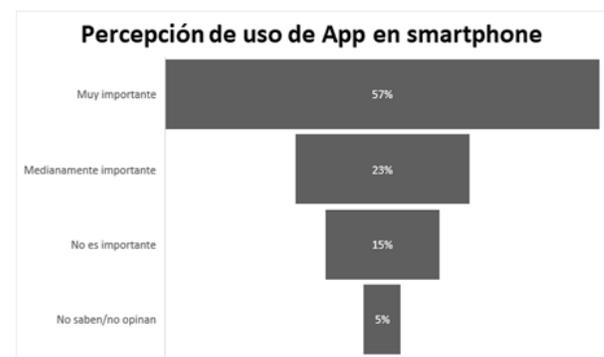


Gráfico 3: Uso de APP según el tipo de negocio

En estas aplicaciones las principales acciones que realizaron fueron: el chek-in de los vuelos en un 58%, la descarga de la tarjeta de embarque en un 58%, la búsqueda de vuelos en un 55% y en un 54% la adquisición de servicios adicionales como equipaje extra o internet móvil.

De acuerdo a la investigación los smartphones representan una gran opción para exhibir, ofrecer y vender los servicios que las pequeñas y medianas empresas ofrecen a al ciber espacio. Más de la mitad de los encuestados (57%) manifestaron que consideran importante la existencia de aplicaciones que ofrezcan este tipo de servicios informativos.

Gráfico 4: Percepción de usuarios de smartphones sobre las aplicaciones móviles



La mayoría de los encuestados a través de las aplicaciones móviles realizan múltiples acciones como pago y búsqueda de hospedajes 53%, compra de paquetes de internet móvil 35%, actividades de diversión y/o excursión 32%, consumo de comida 28% y servicios diversos 28%.

Gráfico 4: Operaciones más recurrentes por los usuarios de aplicaciones móviles



Por su parte, los usuarios de negocios, suelen utilizar las aplicaciones móviles para buscar y pagar alojamiento en un 77%, buscar ofertas y descuentos 65%, pago de servicios móviles (cable, internet, servicio celular) 63%, alquilar autos 61% y otras actividades relacionadas a la pequeña y mediana empresa en un 60%. Además, el 66% de los encuestados, nunca ha dejado de usar o ha desinstalado estas aplicaciones móviles de sus celulares o dispositivos móviles como tabletas o computadores personales.

Se entrevistaron a empresarios PYMES que han implementado aplicaciones móviles en diferentes procesos de negocio en sus empresas, tanto al interior de las mismas como de cara a los clientes y proveedores. Los siguientes párrafos

recogen las principales ideas y comentarios de las entrevistas realizadas a tres expertos PYMES en el uso de App, a los cuales llamaremos experto 1, experto 2 y experto 3.

- **Experto 1**

Giro del Negocio: Empresario PYME en zona comercial de Tacna con 6 locales de venta de ropa, equipos deportivos y venta de reloj.

El empresario entrevistado posee 8 locales en la zona comercial de Tacna, específicamente en la Av. Coronel Mendoza y alrededores: 1 local en el Mercadillo 28 de Julio, 3 locales en las Galerías Lima, 2 locales en el Mercadillo Bolognesi y 2 locales en las Galerías 2 de diciembre.

Para el experto 1, la movilidad que ofrecen las tecnologías de información a través de los dispositivos móviles es cada vez más relevante para la productividad y eficiencia de los negocios. Sin embargo esta tendencia implica un nuevo desafío que es mantener resguardada la información que los usuarios administran; tanto en sus smartphone como en sus tablets. Es por esto que para gestionar los dispositivos móviles de sus empresas de forma segura y centralizada, es consciente que existen diferentes herramientas diseñadas específicamente para empresarios de su sector que le permita tener total control desde una plataforma única y de fácil uso. También reconoció que este tipo de servicios son de gran utilidad para ellos como comerciantes PYMES, ya

que son capaces de bloquear y borrar remotamente la información almacenada en caso de robo o pérdida de alguno de sus teléfono, concretamente, claves de tarjetas de bancos, cuentas de correo electrónico, o el mismo dispositivo en sí.

El experto 1, manifestó haber sido en alguna ocasión víctima de robo y extorsión. Durante la entrevista narró que hace varios años realizaba sus operaciones bancarias, pagos a proveedores, compras, entre otras operaciones del día a día, portando dinero en efectivo en bolsillos, billeteras, canguros o mochilas, lo cual considera que fue el principal motivo para que los delincuentes pudieran hacerle seguimiento y concretar el robo. Posterior a estos hecho optó por bancarizar todas su operaciones, inicialmente por medio de cuentas de ahorro, que le permitieron acceder a medios de pagos electrónicos. Gracias a esto, y al número de operaciones que realizaba diariamente - y por consiguiente facturación anual interesante para el banco - la institución financiera con la que transaccionan, decide otorgar financiamientos bancarios (concretamente prestamos para negocio y capital de trabajo) a tasas de interés bastante interesante, por lo cual el Experto 1, inicia su actividad como cuentacorrentista, abriéndole la institución bancaria un abanico de oportunidades comerciales y de financiamiento que hizo que el empresario pudiera crecer rápidamente. Pero esto también motivó y hasta cierto punto obligó al empresario a investigar en el uso de aplicaciones móviles, las cuales hasta el momento, no eran una herramienta de uso común

para él. Posterior a esto, realiza todas sus operaciones a través de la banca móvil de todas las instituciones financieras con las que trabaja, realiza pagos de impuestos por la página oficial de SUNAT¹, cotiza y compra a través de las aplicaciones de sus proveedores, contacta con sus clientes a través de aplicaciones de redes sociales, entre otros.

De igual manera dentro de los múltiples uso que le dé a este tipo de aplicaciones, las App le permite monitorear los accesos a las páginas web de sus locales, sitios e:commerce y a sus redes sociales, además de sus cuentas de correos, e incluso activar o desactivar las funciones de los equipos según los horario y la localización, con lo cual la información de sus empresas pueden estar también siempre protegidas.

Experto 2

Giro del Negocio: Restaurante de comida típica de Tacna

El experto 2 es propietario de un restaurante tradicional de comida criolla. Cuenta con una gran variedad de platos tacneños, de la región y de culinaria peruana. Para el experto 2, las aplicaciones móviles le permiten a los pequeños empresarios la oportunidad de estar disponibles para sus clientes en todo momento, incluso si ellos no tienen acceso a internet. A través de la página web, aplicación web y otras aplicaciones, sus clientes pueden realizar deliverys y acceder a promociones especiales si se encuentran registrados como clientes, lo cual

es considerado como una ventaja competitiva dado que les permiten reducir considerablemente sus costos de operación y con esto ser más competitivos.

Para el segundo experto, en el mundo de los negocios, los dispositivos móviles, aplicaciones y tecnologías en general ya no son una tendencia, sino que se han convertido en una necesidad real para la supervivencia de las empresas tacneñas y del todo el mundo, sobre todo para las pequeñas que buscan diferenciarse de su competencia por pequeñas cosas innovadoras que con la tecnología es más fácil desarrollarla e implementarla.

La empresa en cuestión, pudo implementar gracias a la App del restaurante, un módulo que de gestión de la trazabilidad del pedido, lo cual les permite monitorizar en tiempo real desde el momento del pedido, hasta la entrega en el punto de destino, pasando por cada punto donde el transportista se detiene, lo cual es gestionado por el GPS del dispositivo móvil de la unidad de transporte que moviliza el pedido. Este sistema de trazabilidad basado en geolocalización le permite a la empresa poder tener indicadores KPI, para poder medir la eficiencia del proceso de entrega y de esta forma seguir mejorando en la atención al cliente. Esta simple implementación, de bajo costo, le ha permitido a la empresa poder mejorar la calidad ofrecida a sus clientes, así como poder tener un mayor número de clientes referidos que optan por seguir recomendando la

marca.

Un dato muy interesante recogió de la opinión del experto 2 durante la entrevista es él al ser usuario de las tecnologías móviles, también se convierte consumidor tecnológico ya que debe utilizar todos los días un sin número de aplicaciones móviles para comunicarse, mantenerse informado y también para desarrollar sus actividades cotidianas. propias de las necesidades básicas de su negocio, incluso como parte de la distracción y el ocio, por lo cual considera que las App han ayudado a los empresarios como él a optimizar los procesos de negocio de sus empresas, amplificando la presencia de sus marcas en el mercado así como mejorando la experiencia de consumo y de compra de sus consumidores entre otros beneficios.

El experto también manifestó que los pequeños y medianos empresarios deben implementar aplicaciones móviles en sus negocios por necesidad e incluso por curiosidad, porque de no hacerlo, sus competidores sí lo harán, lo cual le restara al PYME ventaja competitiva. Las App son la forma como hoy en día más personas se mantienen en contacto con otras personas que se relacionan con el negocio.

Cuando le consultamos al experto dos sobre un uso específico de dispositivos móviles como herramientas, nos respondió que no se puede hablar de una herramienta única o universal porque esto depende mucho de la

marca del dispositivo que utilicen los empresarios. Por ejemplo, son muy pocos los empresarios que utilizan iPad o cualquier otro producto de la marca Apple, pero los hay; entonces estos usuarios tendrían que utilizar el *Documents to Go* que es el que les permite compatibilizar con las herramientas de *Office*, es hoy en día una herramienta sin lugar a dudas una herramienta muy importante, sin embargo para el caso de productos como *BlackBerry*, muy usados hasta el día de hoy por su nivel de seguridad, tiene una llave de seguridad que para algunos empresarios y usuarios en general podría representar más una limitación o incomodidad que un elemento de seguridad el hecho de que requieran de un “*pin*” para poder acceder a mensajes.

Por otro lado, tenemos un gran número de usuarios que utilizan dispositivos móviles Android que ha desarrollado una serie de aplicaciones empresariales de gran utilidad, sobre todo para los pequeños y medianos empresarios, además de ser de código libre y abierto, son gratuitas que hacen que los negocios sean muy fáciles y amigables, por lo que para el experto “*no existe una herramienta universal o estándar, sino que depende en gran medida del dispositivo y el hábito de uso del usuario o la fidelidad que tenga el usuario con la marca o el productos tecnológico*”.

Experto 3

Giro del Negocio: Gimnasio - Spa

El tercer empresario es propietario de dos

gimnasios y un spa. Para él, el uso de dispositivos móviles ha sido de vital importancia para lograr el posicionamiento, principalmente en el spa, cuyo negocio ha tenido mucho éxito en los ciudadanos chilenos que visitan Tacna. Manifiesta que esto no hubiese sido posible si no hubiera contado con una aplicación móvil. Comentó que inicialmente comenzó con una página web informativa (estática) pero por la cantidad de visitas se vio en la necesidad de adaptar la web a un entorno response, para que pueda ser utilizada y visitada desde un dispositivo móvil. La necesidad obligó a los encargados de la página web a desarrollar una App para mayor facilidad de uso. A raíz de la implementación de la App, se incrementó el número de reservas de servicios principalmente para el spa, lo cual se tradujo en un incremento de la rentabilidad.

De acuerdo a lo comentado por el tercer experto, las aplicaciones móviles son de gran utilidad porque les da la posibilidad a los propietarios de las empresas de cerrar negocios en cualquier momento y en cualquier lugar y no estar supeditados a la presencialidad de una oficina. Las aplicaciones móviles les ofrecen múltiples herramientas de gestión como enviar un archivo PDF, cotizaciones, correos electrónicos, o como en caso del experto 3, fotos que son la mejor evidencia de las instalaciones y servicios ofrecidos. También les permite enviar videos cortos con testimonios de clientes atendidos, realizar transmitir en tiempo real audio o video de eventos organizados por la empresa, lo cual es de gran utilidad ya que es una especie de desplazamiento virtual hasta el lugar geográfico para el cliente o proveedor.

Como conclusión general de las tres entrevistas, podemos resumir que los dispositivos móviles, las App y la tecnología en general le permiten a los pequeños y medianos empresarios poder desarrollar muchas actividades que les permiten optimizar tiempos y rentabilizar el negocio. Les dan la posibilidad de reunirse con sus colaboradores, clientes y proveedores a través de una videoconferencias o audios conferencias (llamada múltiple), responder chats, entre otras facilidades, lo que les permite una comunicación más eficientes en tiempo real y así dar respuestas oportunas a las exigencias del mercado y de sus clientes, gracias a la portabilidad y a la movilidad que ofrecen las App.

CONCLUSIONES

Si bien la presente investigación ha dejado claro que una aplicación móvil puede cambiar el comportamiento que tienen los pequeños y medianos empresarios al momento de querer hacer crecer sus negocios, lo que debe quedar también muy claro es que los empresarios sean “con que” aplicaciones cuenta y de qué forma pueden implementarlas en sus negocios, de tal manera que estas les permitan crear valor a sus procesos de negocio y a los productos o servicios que ofrecen a sus clientes.

La forma tradicional en la que se ha venido haciendo los últimos años ha sido mediante la tecnología a medida, en la que la empresa en cuestión paga a un desarrollador, con

conocimientos de programación, para que le haga una App. Sin embargo, esta tecnología que viene siendo utilizada por multinacionales y grandes compañías, presentan inconvenientes importantes para las PYMES como los altos costes asociados a su desarrollo y los tiempos para tener la aplicación terminada por completo. De igual manera, uno de los inconvenientes a los que deben enfrentarse las PYMES está relacionado a que cualquier cambio o modificación a la App que desee hacerse a posteriori, requiere un desembolso adicional al realizado inicialmente.

Por otro lado, se ha podido corroborar que, una vez finalizada la App, esta es muy efectiva para fidelizar a los clientes de las PYMES, pero existe otro principal problema de esta tecnología y es que deja a un lado otras fases claves para el crecimiento del negocio como son la adquisición de clientes y la promoción, vale decir, que una vez que la PYME ya tiene la App implementada, debería invertir más recursos en potenciar el resto de fases que no son menos importantes, ya que esta tecnología asume a las fases del crecimiento de las PYMES por separado. Este es un problema que podría dejar de suceder con la implementación de “tecnología pre desarrollada” que es la opción ideal para las PYMES ya que esta favorece el crecimiento holístico del negocio con el uso de una sola App. De esta forma el negocio podría potenciar todas las fases del crecimiento de la PYME retroalimentándose entre sí. Una sola aplicación puede ayudar al negocio en el proceso de captación de personas que no conocen la marca o que la dejan por falta de

fidelización.

BIBLIOGRAFIA

Albarracín, J. (2016). Economía digital, factor de empoderamiento económico individual. Afkar Ideas, 46 - 48.

Bernal, J., Espinoza Villalobos, L. E., Leo Rossi, E., Quiñones Baraybar, L., & Moscoso Zegarra, G. (2018). Factores que influyen en el uso de aplicaciones móviles de instituciones financieras mediante Smartphone y su comparación entre las ciudades de Arica (Chile) y Tacna (Perú). 3C Tecnología, 7(2), 48-61.

Blanco, P., Camarero, J., Fumero, A., Werterski, A., & Rodriguez, P. (2009). Metodología de desarrollo ágil para sistemas móviles. Introducción al desarrollo con Android y el iPhone. ETSIT.

Díaz Zelada, Y. F. (2020). Ciberpsicología: Estudio del uso de dispositivos móviles en niños peruanos menores de 16 años. Neumann Business Review.

Flores Marroquín, G. C., & Araujo Trelles, D. U. (2018). Influencia del uso de las aplicaciones móviles (APPS) para la decisión de viaje del turista receptivo en la Provincia de Arequipa – 2016. International journal of world of tourism, 4 (8), 45-56.

Gestión. (10 de 10 de 2017). gestion.pe. Obtenido de gestion.pe

Inga Martínez, Claudia. (22 de 02 de 2020). El Comercio. Obtenido de elcomercio.pe

Leiva Bonilla, J. C. (2006). PYMES: Ciclo de vida y etapas de su desarrollo. TEC Empresarial, Vol. 1. Ed. 1. 38- 42.

Lisandro Nahuel, D., Galdámez, N., Thomas, P. J., Corbalán, L. C., & Pesado, P. M. (2014). Análisis experimental de desarrollo de aplicaciones móviles multiplataforma. SEDICI.

Mas y Rubi Rubio, J. L. (11 de 04 de 2014). pucp.edu.pe. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/5262>

Muñoz, R., Preisegger, J., Pasini, A., & Pesado, P. (2019). Taxonomía para aplicaciones móviles de servicios de gobierno en municipios de Argentina. SEDICI, 1374-1384.

Navarrete, A. (02 de 07 de 2020). Orientación Universia. Obtenido de <https://orientacion.universia.edu.pe/>

Pickaso. (octubre de 2015). pickaso.com. Obtenido de localytics.com

Quispe, A., Bernal, C., & Salazar, G. (2017). Uso de aplicaciones móviles educativas para niños con dificultades de aprendizaje. Universidad de San Martín de Porres, 13-26.

RPP Noticias. (29 de 06 de 2009). rpp.pe. Obtenido de <https://rpp.pe/lima/actualidad/joven-gana-miles-de-dolares-con-recetas-a-base-de-pisco-por-el-iphone-noticia-191466>

Santamaría-Puerto, G., & Hernández-

Rincón, E. (2015). Aplicaciones Médicas Móviles: definiciones, beneficios y riesgos. *Saud Uninorte*, Vol 31. Num. 3, 599-607.

Saura, J., Palos Sánchez, P., & Reyes Menéndez, A. (2017). Marketing a través de aplicaciones móviles de turismo (m-tourism): un estudio exploratorio. *International journal of world of tourism*, 4 (8), 45-56.

Vara-Miguel, A., Negredo, S., & Avelino, A. (2016). Los móviles y tabletas (47%) superan por primera vez al ordenador (46%) como dispositivo principal de acceso a las noticias. Madrid: Digital News Report. Universidad de Navarra.

Vivar, R., & Torre, S. (2020). *Las mypes: antes y después del COVID-19*. Lima: Videnza.

Wikipedia. (22 de 10 de 2008). es.wikipedia.org. Obtenido de es.wikipedia.org