PROYECTO DE CONSULTORÍA PARA LA CREACIÓN DE UN APLICATIVO DIRIGIDO A LAS ESPOSAS DE MILITARES OFICIALES EN APIAY-VILLAVICENCIO.

Por. Lily Johana Salazar Plazas.

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

DECANATURA DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS

ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

BOGOTÁ D.C 2019.

PROYECTO DE CONSULTORÍA PARA LA CREACIÓN DE UN APLICATIVO DIRIGIDO A LAS ESPOSAS DE MILITARES OFICIALES EN APIAY-VILLAVICENCIO.

Por. Lily Johana Salazar Plazas

Asesor Phd. Yenny Katherine Parra Acosta.

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

DECANATURA DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS

ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

BOGOTÁ D.C 2019.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi esposo e hija, quienes me brindaron la motivación y la fuerza para seguir adelante y no desfallecer ante los problemas que se presentaron durante la asistencia y realización de la especialización, enseñándome a enfrentar las adversidades con la mejor actitud. A mi madre por ser parte fundamental de mi vida, a mi hermano para quien orgullosamente seré un ejemplo. Mil gracias a aquellas personas incondicionales que siempre me apoyaron, creyeron en mí y estuvieron a mi lado en los momentos más difíciles, gracias por ser la luz en el camino.

Además, en forma de agradecimiento esta monografía está dedicada de corazón a mis compañeros de la especialización por su alegría, ayuda, tolerancia, paciencia y motivación, quienes contribuyeron a mi formación profesional

Así como a la Universidad Santo Tomas, por aportarme los conocimientos necesarios para ser especialista en Gestión para el Desarrollo Empresarial, por facilitar los recursos necesarios para la información, entre los cuales se encuentran profesores altamente capacitados y ayudas tecnológicas que facilitan la comunicación entre la universidad y los estudiantes.

TABLA DE CONTENIDO

1 CAPITULO I. INTRODUCCIÓN. 13
2 CAPITULO II. ANÁLISIS DE ENTORNOS / SECTOR 22
2.1. Análisis del Macro Entorno Sector Servicios TIC 22
2.2. Análisis del Micro Entorno Servicios TIC 32
2.3. Entorno Misional Sector Servicios TIC 39
2.4. Entorno Estratégico Sector Servicios TIC. 41
3 CAPITULO III: DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL 44
3.1 Aplicación de herramienta de Diagnostico. 44
3.2 Sensibilización y Aceptación del Cargo 53
4 CAPITULO IV. PROPUESTA DE SOLUCIÓN 55
4.1 Referentes Teóricos 55
4.2 Descripción de la Solución 58
4.3 Implementación de la Propuesta 59
4.4 Integración de la Arquitectura Organizacional 60
5 CAPITULO V. PLAN DE ACCION 62
5.1 Balanced Score Card 63
5.2 Mapa Estratégico 64
5.3 Cronograma de Actividades 65
5.4 Indicadores 66
5.5 Costos 69
6 CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. 70
BIBLIOGRAFÍA 72

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 DIAGNOSTICO POAM 30
TABLA 2 ANÁLISIS DOFA.....31
TABLA 3 DIAGNOSTICO INTERNO PCI.....36
TABLA 4 RESULTADOS PCI.....37
TABLA 5 ANÁLISIS PESTEL.....38
TABLA 6 LIENZO CANVAS 54
TABLA 8 BALANCE SCORE CARD.....63
TABLA 9 CRONOGRAMA PROYECTO APP ESPOSAS DE MILITARES OFICIALES 65
TABLA 10 COSTOS INICIALES APP 69

LISTA DE GRÁFICAS

GRAFICA 2; CANTIDAD DE TRASLADOS DE CIUDAD 45
GRAFICA 3 NIVEL DE ESTUDIOS.....46
GRAFICA 4.CANTIDAD DE HIJOS 47
GRAFICA 5 CONSIDERACIÓN DEL APLICATIVO EN APARTAMENTOS FISCALES 48
GRAFICA 6, DISPOSICIÓN DE DESCARGA DEL APLICATIVO.....49
GRAFICA 7 NECESIDAD DE CAPACITACIÓN Y/O ACTUALIZACIÓN 50
GRAFICA 8 TENDENCIA DE PUBLICIDAD VOZ A VOZ O NETMARKETING.....51
GRAFICA 9. NECESIDAD DE RECURSOS 52

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 UTILIZACIÓN DE IDIOMAS SEGÚN UBICACIÓN APP 33
FIGURA 2 DESCRIPCIÓN GRAFICA DE SOLUCIÓN 59
FIGURA 3 ESTRUCTURA EJÉRCITO DE COLOMBIA 60
FIGURA 4 ORGANIZACIÓN CASAS FISCALES EJERCITO DE COLOMBIA 61
FIGURA 5 INDICADORES APP 68

ANEXOS

ANEXOS 1 MAPA ESTRATEGICO..... 64
ANEXOS 2 DATOS ENTREVISTA BATALLÓN..... 75

RESUMEN

El aplicativo para Esposas de Militares Oficiales en el Cantón Militar de APIAY – VILLAVICENCIO, es un proyecto que nace con base a la necesidad de fomentar la actividad comercial, social y cultural, de las señoras que habitan dentro del cantón militar siendo esposas de militares oficiales que dedican la mayoría de su tiempo al hogar siendo sus hijos y esposos el pilar de sus ocupaciones principales; pero aun así siendo creadoras de actividades lucrativas donde generan ingresos de forma limitada dentro de sus hogares.

Evaluando las actividades informales que realizan dentro de sus hogares y las cuales se comercializan con el voz a voz; se evidencia la posibilidad de ingresar en un proyecto tecnológico que permita avanzar en el medio sin generar disidencia e incumplimientos legales dentro de las casas fiscales o sin sabores de competencia no sana entre las mujeres con quien se pretende desarrollar el proyecto.

En un país como Colombia el crecimiento en el sector Tecnológico revela un interés superior a otros sectores; por tanto el proyecto en mención va de la mano de las necesidades del país así como del género femenino de quienes se conoce una participación inferior al 30% en el mundo tecnológico lo cual impulsa el proyecto a generar en ellas un reconocimiento y un empoderamiento de su negocio en el Networking.

PALABRAS CLAVE: Mujer Emprendedora, Base Militar, Innovación, Aplicativo Móvil, Empoderar.

SUMMARY

The applicative create for the wives of the officers in the APIAY military base, is a project which star by the necessity to project the commercial, cultural and social activity in this place.

The wives have been working in this project for a long time, although they have multiple activities in their homes, therefore, become in the pillar of the family.

Knowing the activities that do in their homes, they commercial informally their products sometimes obtain a good result. This way to sell products isn't good because the wives can't sell all products.

Therefore, they need technologic tools that increase their benefits. Where they can sell and earn enough money to support their homes. As it is to notice in Colombia the female inclusion is below 30% in the network business.

Whit this project the wives of the military officer could be a fundamental part of the development of their homes.

Keywords: Enterprising Women, Military base, Innovation, Mobile Application, To empower

1 CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.

La presente investigación se refiere al tema de la creación de un aplicativo para las Esposas de Militares Oficiales en APIAY – VILLAVICENCIO aduciendo a todas las mujeres que viven en un Cantón Militar el cual no cuenta con un apoyo oficial de la entidad donde actualmente residen así como su flujo de negocio es manejado en un perfil bajo todo por el voz a voz que se extiende según la satisfacción de las mismas al interior del batallón.

La característica principal de este tipo de población es de mujeres dedicadas 100% al hogar y a las obligaciones del mismo, debido a la ocupación del esposo militar quien sería el principal agente económico de dichos hogares ellas deben permanecer al tanto de los hijos su crianza el hogar y su mantenimiento con disponibilidad total de entrega y dedicación a este.

Para analizar esta problemática es necesario de mencionar sus causas. Una de ellas es la limitación de crear negocio dentro de un batallón militar, puesto que está prohibido utilizar las casas donde se vive para beneficio económico siendo este uno de los principales detonantes al poco desarrollo de dichas mujeres en el negocio que emprenden silenciosamente; así mismo se puede entender que los militares son trasladados de sus sitios de residencia con frecuencia, en dichas casas fiscales tienden a vivir por tiempos en su mayoría cortos, promedios entre 1,2 a un de máximo 4 años en

un mismo sitio; y este tiempo mayor a 3 años, suele estar relacionado con aquellos militares de alto rango los cuales por su ocupación sus esposas ya están delimitadas a otro tipo de funciones.

La investigación de esta proyecto se realizó con el interés aumentar y potencializar a las mujeres que habitan en el batallón e integrar sus saberes y proyectos sin incumplir las normas de convivencia, esto por medio de la app y así afianzarlas más aun en sus hogares y en sus vidas profesionales y personales dándose a conocer en la comunidad militar y civil de una forma más actualizada y con proyección económica virtual y avanzada.

El hecho de querer profundizar en la creación de una app para dichas emprendedoras se basa en un interés profesional y académico, esto debido a que como Psicóloga he entregado los últimos años de trabajo en el campo comercial; el cual me permite afirmar que estar a la vanguardia de la tecnología es uno de los soportes necesarios para la sostenibilidad de cualquier proyecto; así mismo apoyo y valoro el trabajo en equipo teniendo en cuenta que el individual hace más largo el camino; y académicamente es un pilar de profundización en el vago conocimiento adquirido durante los años profesionales; así como la inspiración al proyecto de grado en causa. Influyendo de igual manera y no menos importante el ámbito personal ya que es una experiencia que es vivida en tiempo real y es de gran riqueza todo aquello que pudiera aportar a tan grandiosa pericia.

En el campo de la profesión militar; la investigación se realiza con acompañamiento a un grupo determinado de esposas de los militares oficiales a las cuales se les realiza una entrevista estructurada con un fin diagnóstico.; y distintos medios de exploración que permitan cuantificar este proyecto.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido a la ausencia de posibilidades dentro del Cantón militar de Apiay – Villavicencio; donde acceder a la inmersión laboral por parte de las esposas de militares es escasa; donde el acceso al empleo en las ciudades cercanas presenta dificultades de ubicación y transporte así como que en su mayoría son señoras que permanecen solas al cuidados de los hijos; por esto la disponibilidad de tiempo es otra limitante.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Se encuentra la necesidad de apoyar y asesorar aquellas mujeres que por medio de sus habilidades y proyectos emprendedores pueden brindar un servicio que a su vez genere ocupación en sus tiempos libres y un ingreso económico adicional a sus hogares es por esto que se crea la opción de una plataforma virtual donde sea comercializado a la sociedad con los beneficios y servicios ofrecidos en la comunidad ubicada en la base militar de Apiay-Villavicencio. .

JUSTIFICACIÓN.

El motivo por el cual se realiza el proyecto de crear un aplicativo para las esposas de militares Oficiales nace a través de la experiencia de vivir en un cantón militar ubicado en APIAY – VILLAVICENCIO y tomado de una vivencia propia en el cual denote la gran cantidad de micro negocios silenciosos que muchas de las habitantes de este lugar manejaban de forma discreta; esto debido a la prohibición de hacer negocios lucrativos dentro de los lugares de vivienda, y la comercialización de los mismo, el cual se establece al momento de firmar el contrato de arriendo habitacional, en dicho contrato no se encuentra prohibición a la comercialización virtual ya que no constituye el uso del predio para publicidad o actividades distintas a la convivencia habitual; es de anotar la posición de algunos esposos Oficiales quienes conservan una postura conservadora por medio de la cual indican un descontento a la ocupación de sus esposas pues se asume van a descuidar sus hogares.

Teniendo en cuenta dicha necesidad, de crecer sin afectar las normas o leyes internas; este proyecto se justifica con su objetivo de dar una base sólida a lo que ya es potencialmente bueno convirtiéndolo así en un proyecto rentable como sostenible; alimentando una base de datos que a futuro genere un crecimiento nacional para todos los batallones donde existan casas fiscales en Colombia.

El proyecto se hace con el fin de contribuir el mejoramiento de la calidad de vida de las familias que habitan en el batallón militar de APIAY- VILLAVICENCIO; al igual que se pretende acercar a los negocios virtuales que hoy en día persisten en un constante

avance y son la tendencia a nivel global y ante esto en muchos de los hogares de la comunidad militar existen miedos, temores o simplemente desconocimiento a tan importante auge. No siendo menos importante se pretende aumentar el ritmo social de quienes permanecen días y/o semanas completas dentro del cantón sin mayor actividad a la del hogar, esto por la ubicación geográfica del mismo, la cual reduce las actividades de esparcimiento y de labor para todo el personal civil que vive dentro de las mismas.

OBJETIVOS.

Objetivo General.

Proponer una aplicación móvil dentro del Cantón Militar de Apiay – Villavicencio; que permita a las esposas de los militares oficiales una oportunidad de empleabilidad sostenible y emprendedora.

Objetivos Específicos.

- Realizar un estudio de mercado dirigido a los oficiales que habitan en el Cantón militar de Apiay – Villavicencio que permitan determinar los parámetros de viabilidad de la app

- Analizar los diferentes entornos del sector servicios TIC, detectando así debilidades y fortalezas para la aplicación del proyecto dentro del cantón militar de Apiay

- Gestionar entrevistas como herramienta de Diagnostico la cual nos permita visualizar el interés conocimiento y posibilidad del proyecto en la organización FM.

- Proponer a FUERZAS MILITARES como solución a la necesidad de inclusión de mujeres esposas de Oficiales del Cantón Militar de Apiay; la implementación de una APP.

2 CAPITULO II. ANÁLISIS DE ENTORNOS / SECTOR

2.1. Análisis del Macro Entorno Sector Servicios TIC

El sector servicios se encuentra en un constante crecimiento y empoderamiento a nivel mundial y nuestro país no es inherente a este auge, por tanto la importancia de pertenecer a grupos como el selecto grupo de naciones llamado los CIVETS (Sesin, 2011) percibidas como economías con grandes expectativas de crecimiento para las próximas décadas, son destinos atractivos para los inversionistas, y reportaran un incremento del PIB en los próximos 20 años. En general se trata de economías dinámicas y con relativa estabilidad política. El cual muestra para países como Colombia un potencial de desarrollo veloz y prometedor para aquellos que decidan correr el riesgo de invertir en el país en temas como la tecnología**.**

Seguido a esto encontramos una organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en el futuro inmediato representa un alto flujo de inversionistas en el país, representando un efecto positivo en el buen ambiente económico, el cual fue aprobado recientemente y afirma que este acuerdo contara con un sello de calidad en las políticas públicas, beneficiando a ciudadanos y empresas, así como el gobierno promueve el crecimiento sostenible y equilibrado del país. Con las economías de la OCDE circulando en nuestro país se busca una reducción en la brecha del PIB per cápita, siguiendo enfrente con el objetivo de darle a Colombia una visión más ambiciosa y líder,

aumentando las posibilidades de empoderar a quienes apenas inician un círculo de emprendimiento y de negocios. (Luque, 2016)

Encontrando como la creación de Estrategia económica y fiscal para 2010- 2014 (Min Hacienda), el cual fue base para contribuir con la estabilidad macroeconómica y la generación de empleo y el Sistema nacional de Regalías el cual ayuda a promover el desarrollo regional aportando al sistema y a la ciencia, tecnología e innovación. Así como el Acto Legislativo de Sostenibilidad Fiscal.

Es de anotar que en los batallones para la participación competitiva de los proyectos que internamente se generan debe ser por medio de una licitación que deben cumplir con requisitos muy exigentes al lado de pequeñas emprendedoras que no tendrían el capital humano y físico para competir en dichos requerimientos; los cuales se rigen por el programa SECOP II (planeacion, 2018) (Colombia Compra Eficiente), el cual es una entidad descentralizada de la rama ejecutiva, del orden nacional, con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa y financiera adscrita al DNP. (Colciencias, 2018)

Colciencias – ScienTI: este es el sistema de información que tiene Colciencias para registrar toda la información sobre grupos de investigación, investigadores y productos.

Es un sistema en línea pero tiene el problema de que suele tener información desactualizada y sólo se actualiza en fechas cercanas a las re-clasificaciones de grupos.

Colciencias – SIGP: es el sistema de información que tiene Colciencias para la administración de proyectos y convocatorias. Es un sistema en línea que tiene una gran cantidad de información de

Utilidad para hacer monitoreo, pero normalmente se utiliza únicamente para realizar trámites relacionados con las convocatorias y la gestión de los proyectos. Publindex: es el índice de publicaciones manejado por Colciencias. La granularidad llega sólo hasta el nivel de las revistas y no de los artículos y tiene el problema de que tiene “competencia” directa en índices internacionales.

Estas iniciativas hoy ya son negocios sostenibles con estrategias de mercadeo acertadas que responden a necesidades de la sociedad moderna con innovación y en muchos casos con el acompañamiento del Estado o la empresa privada. La oferta de aplicaciones o apps que existen en las tiendas virtuales es hoy incalculable y cada día se crean más, muchas de ellas con el objetivo de mejorar las condiciones de los ciudadanos con el apoyo de la tecnología. (Vengoechea, 2016)

Colfuturo – Becas: como administrador de los recursos de varias de las convocatorias de Colciencias y en general como gestor de las relaciones con estudiantes, Colfuturo debe tener información bastante completa sobre los becarios y los programas que estén cursando. Esta información no está disponible para consulta del público en general. (Colciencias, 2018)

ICETEX: al igual que Colfuturo, ICETEX también tiene una parte de la información sobre becarios que se hayan beneficiado de sus créditos. Esta información no está disponible para consulta del público en general. MinTIC – Talento Digital: al igual que Colfuturo e ICETEX, el ministerio hace también administración de las becas Talento Digital, por lo cual debería tener la información relativa a esas becas. Esta información no está disponible para consulta del público en general.

MEN – SNIES: este es el sistema de información del Ministerio de Educación Nacional sobre los programas de educación superior. Sin embargo, la información disponible se limita a aspectos prácticos puntuales sobre los programas y no tiene información sobre la gestión y entrega de los programas: por ejemplo, no tiene información sobre estudiantes, calidad, deserción, etc.

MEN – Observatorio Laboral: este es el sistema de información de Ministerio de Educación Nacional que fue construido especialmente para los aspirantes que desean ingresar a un programa de educación superior. Este sistema tiene información relativa a los programas que incluye entre otros salarios, empleabilidad, número de graduados, e

indicadores de deserción. Dentro de todas las fuentes disponibles, este es el sistema de información que ofrece los mecanismos de consulta más poderosos puesto que se basa en una bodega de datos real y ofrece una interfaz de consulta avanzada, interactiva y flexible.

Registro Nacional de Derechos de Autor: es administrado por la Dirección Nacional de Derechos de Autor y es el lugar donde se hace el registro de la producción de obras literarias, musicales, audiovisuales y artísticas, entre otros. Este registro es de importancia para el ecosistema TIC porque también cubre los productos basados en software y los pone a la par de obras literarias. Esto es clave para entender el funcionamiento del ecosistema por dos motivos. Por una parte, el registro de derechos de autor protege la propiedad intelectual del autor del software pero sólo a nivel de forma. Esto quiere decir que las ideas detrás del software no están protegidas y por lo tanto aspectos innovadores podrían ser reimplementados por otras empresas. Por el otro lado, el registro sólo busca proteger la innovación a nivel de forma (de ahí la similitud con las obras literarias Dentro de estos, los más relevantes para el sector son las patentes: aunque en Colombia la ley no permite patentar software, recientemente ha hecho posible permite patentar innovaciones basadas en software. A diferencia de cuando se hace el registro de productos ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor, cuando se hace el registro de una patente (o un secreto industrial o similar) lo que se está buscando es proteger la innovación y no la forma. OCyT – (Colciencias, 2018)

En el siguiente análisis se encuentra las siguientes oportunidades y amenazas externas para el proyecto de implementación de APP en las casas fiscales para las esposas de militares en el cantón militar de APIAY – VILLAVICENCIO.

- **Oportunidades:**

  - **Factor Social:** Siendo un proyecto con intereses sociales en la comunidad militar influye de manera positiva, y oportuna para la creación del mismo, así como los factores que esta misma encierra la diversidad de clases sociales y culturales permite que el proyecto haga inmersión de forma activa en esta comunidad.

  - **Factor Tecnológico:** En la comunidad militar como en cualquier comunidad donde se ejerce para ofrecer un servicio la tecnología es una oportunidad de crecimiento de mejora de capacitación y ante las esposas de militares y la jefatura de bienestar esta una oportunidad media de crear un nuevo mundo comercial de reconocimiento para esta entidad.

- **Amenazas:**

  - **Factor Económico y Político:** En la inversión de tecnología el factor económico tiende a ir de la mano con las condiciones políticas de momento en el país y en la organización al ser una entidad pública estos dos factores trabajan de la mano, aclarando que se pretende financiar el proyecto con proveedores externos, estos podrían verse afectados a las políticas y los

cambios económicos, para ejercito la inversión en nuevas tecnologías no es una prioridad por sus políticas de trabajo.

- **Factor Geográfico:** La tendencia climática en la vereda de APIAY – VILLAVICENCIO es de lluvias y/o tormentas eléctricas las cuales generan cortes de luz, caídas de la red de internet, cortes de agua, creando así una amenaza al correcto funcionamiento de la app del proyecto en mención. De igual forma con estas lluvias las vías de acceso a la ciudad tienden a estar cerradas por prolongados tiempos que a su vez generan imposibilidad en el correcto funcionamiento de todos los negocios comerciales de la ciudad.

  El territorio de la región Orinoquía se encuentra a una altura promedio de 175 msnm, además su ubicación tropical hace que el clima en general de esta zona se establezca como clima tropical Ecuatorial, el cual se caracteriza por las altas temperaturas durante todo el día, alcanzando picos máximos de temperatura superiores a los 27°C casi constantes durante todo el año, razón por la cual la amplitud térmica anual es inferior a los 3°C. (Colombia, 2018)

- **Factor Cultural:** Dentro del cantón militar de Apiay Villavicencio se encuentra diversidad de culturas debido a que las familias que allí llegan

son en su mayoría trasladadas de distintas partes del país; por tanto se llega acoplarse a la cultura organizada dentro de los cantones dirigida por el General a cargo de cada uno de ellos en su momento. Dentro de la cultura llanera catalogada como patrimonio de los colombianos se encuentra el conjunto de expresiones y manifestaciones culturales materiales e inmateriales de los llanos orientales: el deporte del coleo, las expresiones lingüísticas y sonoras musicales, cantos de vaquería, expresiones audiovisuales, fílmicas, testimoniales, documentales, literarias, bibliográficas, museológicas o antropológicas, el paisaje cultural, y su fauna y flora. (Casanare, 2018)

Tabla 1 Diagnostico POAM

DIAGNOSTICO EXTERNO POAM									
FACTOR ECONOMICO	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
creacion de aplicativo					x			x	
Apoyo a los emprendedores	x						x		
Inversion amas de casa					x			x	
depende de la inversion de proveedores					x			x	
apoyo ecosistema digital	x						x		
impuestos para la tecnologia				x				x	
FACTOR POLITICO									
POLITICA LABORAL EJERCITO	x						x		
politica de vivienda casas fiscales				x			x		
politica de creacion de apps				x					x
politicas de inversion				x				x	
FACTOR SOCIAL									
diversidad cultural	x						x		
diversidad de clases sociales	x						x		
Incremento de Desempleo		x					x		
Incremento de Mujeres Gestantes	x							x	
Proyectos con impacto social				x				x	
FACTOR GEOGRAFICOS									
Ausencia de Vias de Acceso				x				x	
Cambio Climatico				x				x	
FACTORES TECONOLOGICOS									
CONEXIÓN MOVIL REDES				x			x		
facilidad de acceso a la tecnologia				x			x		
desarrollo tecnologico		x						x	
capacidad de adquisicion de tecnologia avanzada		x						x	
resistencia a la nueva tecnologia		x						x	

Fuente: Elaboración propia del 2018 en instalaciones de la Universidad Santo

Tabla 2 Análisis DOFA

DOFA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Apoyo a los emprendedores	Depender de Inversion de los Proveedores
Mejora en las politicas laborales de Ejercito	Politicas de Casas Fiscales Proyectos Con Impacto Social Ausencia de Vias De Acceso
Incremento de Mujeres en Estado de Embarazo Diversidad de Climas Adquisicion de nuevas Teconologias. Involucrar otras fuerzas como , aerea y maritima. Enfocado en zonas vulnerables lo cual permite un impacto social en el resto de la comunidad.	Conexión regular a Redes Moviles por ausencia de Antenas en el sector Negacion de los Oficiales al crecimiento de las Señoras

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Contar con un sistema de tecnologia que involucre a Mujeres por medio de una aplicativo.	Habilidad para Responder a los Cambios de la Tecnologia dia a dia sin suficiente capacitacion,
Estabilizar el Recurso Humano por medio de un ingreso economico	Ausencia de Personal que permita la creacion de distintos productos
Concentrar consumidores por medio de un aplicativo en sectores apartados del pais.	Medir el desempeño de quienes presten servicio en el aplicativo.
Productos y Servicios competitivos a nivel precio y calidad.	Modelo que permite ser facilmente duplicado.

Fuente: Elaboración Propia Johana Salazar Bogotá, 2018

2.2. Análisis del Micro Entorno Servicios TIC

Clientes Objetivo

Los aplicativos de servicios son un furor de alto impacto en el mercado mundial, más sin embargo este aplicativo va dirigido en especial a las mujeres que viven en un cantón militar el cual en este caso sería el Batallón ubicado en APIAY~ VILLAVICENCIO. Creado con la exclusividad de no tener existencia del mismo en el interior del Batallón ni del Ejercito nacional.

Mujeres que se caracterizan por tener un nivel de estudios promedio y con experiencia en una disciplina diferente al hogar, con intereses en común de ocupar sus tiempos libres en actividades que en lo posible lucren sus hogares en conocimiento o dinero.

Adicional con esta aplicación se pretende fortalecer las relaciones con el resto de personal interno del batallón, el cual se podría beneficiar a costos razonables del servicio de la app, así como la posibilidad de realizar alianzas comerciales con entidades de la ciudad principal que permitan promover y participar para el crecimiento de la aplicación.

Asi como el territorio donde se pretenda el lanzamiento de dicha APP es de suma importancia es parte primordial de la estrategia del micro entorno y lograr expandirlo a futuro; siendo de suma importancia la ubicación por su idioma como lo podemos ver en la imagen adjunta.

Figura 1 Utilización de Idiomas según Ubicación APP

Fuente: (Ford, 2018)

Competencia

Hasta el momento no existe un aplicativo que integre los negocios emprendedores de las esposas de militares oficiales activos, existe una organización que reúne en actividades sociales y humanitarias a las esposas de militares en su mayoría caídos en combate o los que por alguna lesión no pudieron seguir en la fuerza ejerciendo, organización llamada(ANASE) ASOCIACIÓN NACIONAL EN ACCIÓN SOCIAL DEL EJERCITO (AccionSocialEjercito, 2018) que se reúne de forma presencial y realiza diferentes actividades con título muy reservado y monopolizado entre dichas actividades esta la asistencias a actos religiosos, la organización de fiestas sin ánimo de lucro, todo lo que convenga a eventos sociales dentro de los batallones a nivel nacional.

Se realizan pequeñas ferias donde se puede exponer los diferentes productos y servicios que traen bancos, y/o entidades externas a los miembros de ejército en las diferentes oficinas y/o batallones, lo cual no permite la participación de las esposas de los militares para lucro de la misma. Análisis dentro del Cantón Militar de APIAY, para quienes hacen parte del proyecto en curso para las casas fiscales y las esposas de militares del presente batallón.

Para lo cual se incluye el siguiente análisis teniendo como base los ejemplos dados por (estrategica, 2018); tenemos el siguiente resultado:

- **Debilidades:**
    - **La capacidad financiera** representa para el proyecto uno de sus principales objetivos a la mira puesto que ejercito presenta unos fondos muy bajos en especial para innovación y/o proyectos de interés social como lo es el presente proyecto; así como la limitante del tiempo y sus diferentes etapas respecto a los cambios de mando la entrega de regalías el cambio de año y demás son circunstancias que tienden afectar este factor económico.

- **Fortalezas :**

    - **La capacidad Directiva y Competitiva:** Indican un amplio factor humano con conocimiento e interés en el presente proyecto puesto que el área de jefatura de bienestar quienes dan ingreso a este tipo de proyectos dan vía libre a su gestión y estudio para bienestar de la comunidad que habita en

las casas fiscales. El factor competitivo tiene un plus interno en ejercito ya que no presenta ningún aplicativo dirigido a los habitantes de las casas fiscales y sus múltiples oficios.

Tabla 3 Diagnostico Interno PCI

DIAGNOSTICO INTERNO PCI									
CAPACIDAD DIRECTIVA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Imagen Corporativa EJERCITO DE COLOMBIA		x					x		
PLANEACION ESTRATEGICA						x		x	
EVALUACION DEL MEDIO CASAS FISCALES	x							x	
ROTACION DE PERSONAL CONSTANTE					x			x	
Flexibilidad de la estructura Organizacional					x		x		
Comunicación gerencial	x							x	
Orientacion Empresarial	x						x		
Habilidad para responder a la tecnologia cambiante				x			x		
sistema de Toma de Desiciones	x							x	
Sistema de Coordinacion					x			x	
evaluacion del proyecto	x		6			5	x		
CAPACIDAD TECNOLOGICA									
Habilidades de nuevos sistemas					x		x		
Capacidad de Innovacion		x					x		
Nivel de tecnologia en los batallones	x						x		
fuerza en proyectos de impacto social	x							x	
Valor Agregado al producto				x			x		
mano de obra en el producto				x				x	
Nivel Tecnologico		x					x		
Aplicación de Teconologia de Computadores y redes sociales		x					x		
Nivel de Coordinacion e integracion con otras areas				x					x
CAPACIDAD DE TALENTO HUMANO									
Nivel academico del talento	x								x
experiencia Tecnica y TIC	x						x		
Estabilidad	x								x
Rotacion			x						x
Pertenencia	x						x		
Motivacion			x				x		
Nivel de Remuneracion			x						x
Accidentalidad			x						x
Retiros			x						x
Indices de Desempeño				x					x
CAPACIDAD COMPETITIVA									
lealtad satisfaccion del cliente	5		1		x		x		
participacion del mercado					x		x		
grande barrera de productos de entrada a la compañía	x								x
ventaja sacada del potencial de crecimiento del mercado	x						5		x
concentracion de consumidores	x								x
administracion de clientes	x						x		3
acceso a organismos privados o publicos	x						x		
portafolio de productos			x		2		x		
CAPACIDAD FINANCIERA									
Acceso a capital cuando lo requiere				x			x		
grado de la utilizacion de su capacidad de endeudamiento	x						x		
facilidad para salir del mercado						x			x
liquidez, disponibilidad de fondos internos						x	x		
comunicación y control gerencial	x						x		
habiliidad para competir por precios	x						x		
inversion de capital, capacidad para satisfacer la demanda						x	x		
estabilidad de costos						x	x		
habilidad para mantener el esfuerzo ante la demanda ciclica						x	x		
elasticidad de la demanda con respecto a los precios						x	x		

Fuente: Elaboración Propia Institución Educativa Universidad Santo Tomas de Aquino

Tabla 4 Resultados PCI

calificacion	DEBILIDADES			FORTALEZAS			IMPACTO		
capacidad	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
DIRECTIVA									
COMPETITIVA									
FINANCIERA									
TECNOLOGICA									
TALENTO HUMANO									

Fuente Elaboración Propia.

Tabla 5 Análisis PESTEL

P	Muerte Jorge Eliecer Gaitan
	Muerte Pablo Escobar
	Toma Palacio Justicia
	Proceso 8000
	Promulgacion de la constitucion
	Asesinato de Jaime Garzon
	Firma de Proceso de Paz
	Premio Nobel de Paz Juan Manuel Santos
	Eleccion de Presidente Duque
E	IVA 19%
	Odebrecht
	Reforma Tributaria 1210
	Rappi vale US$1000
	Nuevo dueño de Avianca
	Cadena deportiva Decathlon Llega a Colombia
	Lanzamiento Alpina con Sabila
S	Llega la TV a Colombia
	Nobel de Literatura GABO
	Tragedia de Armero
	Colombianos conquistaron el Everest
	Edificio del DAS en Bogota es Volado.
	Es asesinado Luis Carlos Galan Candidato
	5-0 Futbol vs Argentina
	Atentado Club el Nogal
	Nace Gran Estacion
	Miss Universo
	Visa Schengen
	Trasmilenio
	Implementacion Pico y Plca
	Masacre en Bojaya
	Visita del Papa Fransico

T	Aparicion de Internet
	Nacimiento de las Aplicaciones Moviles
	Creacion de los Telefonos Moviles
	Googles Gmail
	Redes Sociales
	Navegacion GPS
	Robotica
	Inteligencia Emocional
	Capsula Gastrica
	Nacimiento Apple Watch
	Creacion Iphone Shefle
	Impresión 3D
	Traduccion Instantaneas
	Microchips
E	El aguado verano provocado por el fenomeno del niño
	Se reduce al minimo los embalses de las hidroelectricas
	Terremoto en Popayan
	Desastres en minas Esmeraldas
	Terremoto en Armenia
	Desltizamiento Villatina
	Impuesto bolsas Plasticas
	Tragedia Mocoa
L	Dosis Minima en Colombia
	Perdida del Mar Territorial
	Reforma Periodo Presidencial
	Reforma del Sistema Pensional
	Ley Emilliani
	Ley de justicia y Paz
	Elecciones Populares Alcalde
	Extradicion
	Ley Para Fumadores
	Cartel de la Toga
	Paro de Pilotos Avianca

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Entorno Misional Sector Servicios TIC

Los eslabones misionales de la cadena de valor tienen un objetivo bien definido, y es responsable de producir valor al ecosistema incorporando elementos (productos) de los eslabones anteriores o del exterior y transformándolos o creando elementos nuevos (productos) de mayor valor. Los actores que participan en el eslabón desarrollan distintas tareas que permiten esta transformación. Los productos que se obtienen son de diferente tipo en cada uno de los eslabones. (Colciencias, 2018)

Los eslabones misionales están divididos en dos ciclos (inicial y final), siendo el inicial (Colciencias, 2018):

- **Investigación en TIC**: El cual tiene como objetivo crear conocimiento en TIC (como objeto de estudio) y con TIC (como habilitador y medio) teniendo como marco de referencia el conocimiento ya existente a nivel mundial., la investigación la realizan los grupos de investigación del país, bajo el liderazgo de talento TIC con formación doctoral.

- **Desarrollo e Innovación en TIC:** Tiene como objetivo crear valor a partir de la aplicación de nuevo conocimiento TIC y/o de la aplicación novedosa (en cualquier campo del saber) tecnologías TIC que estén en fase de maduración. Aunque la

innovación es algo que se encuentra en todos los eslabones de la cadena de valor, este eslabón se concentra en ayudar a introducir en el ecosistema al nuevo conocimiento TIC y las nuevas tecnologías TIC, en las que se vean oportunidades para los distintos actores del ecosistema.

- **Transferencia tecnológica TIC:** Su objetivo es llevar valor al ecosistema facilitando el uso y apropiación de nuevas tecnologías TIC, que ya han logrado su madurez a nivel mundial .Una tecnología es madura cuando existen productos comerciales solidos que la soporten.

- **Desarrollo de soluciones TIC**: Su objetivo es crear valor a través de la construcción de soluciones usando las TIC. Estas soluciones incluyen la creación de contenidos, el desarrollo de aplicaciones y el desarrollo de infraestructura TIC (Software y Hardware).

- **Uso, Explotación y gestión de las TIC:** Permitir y asegurar el adecuado aprovechamiento y explotación económica de las soluciones TIC existentes. Esto incluye todas las actividades de comercialización de productos y servicios TIC, hacia mercados internos y externos, lo mismo que las actividades de entrega de valor y servicios de soporte. (Colciencias, 2018)

Todos los eslabones mantienen una permanente interacción con actores externos y, a través de esta relación, fluye también valor desde y hacia el ecosistema. El flujo de

valor, tanto interno como externo, produce en algunos casos un beneficio económico, dependiendo del tipo de producto y servicio que un actor provea. El término mercado se refiere al conjunto de actores internos (mercado interno) y externos (mercado externo) dispuestos a pagar por un producto o servicio. (Colciencias, 2018).

2.4. Entorno Estratégico Sector Servicios TIC.

Para el entorno estratégico de las TIC guiados por el articulo encontrado por COLCIENCIAS (Colciencias, 2018) donde desglosan la información con apartes que significan la organización en Fines y Medios, siendo los fines lo que se pretende logran y los Medios la manera de lograr los fines y se expresan por medio de estrategias y acciones. Es de tener en cuenta que los objetivos basados en los eslabones misionales anteriormente enunciado que guían a la construcción del ecosistema (TIC) y para esto se enuncian y resumen el proyecto TIC en Colombia en los siguientes objetivos estratégicos:

- Fortalecer y consolidar el observatorio del ecosistema nacional TIC, encargado de mantener actualizada la información clave relacionada con los distintos actores que participan en la cadena de valor. Debe ser capaz de calcular los indicadores de logro y los indicadores de avance del mapa de ruta.

- Preparar, retener y mantener actualizado el talento TIC que necesita el ecosistema. Debe tener en cuenta que una condición importante de la estrategia

es que las personas logren evolucionar profesionalmente y encontrar en las TIC un espacio de desarrollo personal La habilidad de innovar se debe reforzar en todos los niveles de formación.

- Abordar y aportar a los temas coyunturales del sector, generando propuestas de políticas públicas y orientación de la opinión pública, que consideren cómo las TIC pueden ser motor de la competitividad, la investigación, el desarrollo y la innovación de Colombia y las regiones de Colombia.

- Promover el uso adecuado de las TIC como habilitador de soluciones en sectores estratégicos del país. Mostrar cómo las TIC pueden ayudar a construir un mejor país.

- Aprovechar el uso de las TIC para apoyar los procesos de formación y actualización del talento humano TIC.

- Financiar proyectos de investigación dándole prioridad a aquéllos que se encuentran enmarcados en las líneas orientadoras de este plan, y que tienen compromisos de creación de productos de alto impacto para el resto del ecosistema.

- Fortalecer la habilidad de hacer innovación en el ecosistema, atrayendo nuevos actores, nuevas fuentes de financiación y planteando nuevos incentivos. Se debe

favorecer el trabajo interdisciplinario y facilitar el camino que parte de la innovación y llega hasta la obtención de beneficios económicos. Se debe dar prioridad a las líneas orientadoras en innovación establecidas en el Plan.

- Utilizar las TIC como herramienta de solución de problemas y como medio para apalancar la estrategia de los distintos sectores del país (agroindustria, salud, turismo, energía & hidrocarburos, gobierno en línea, justicia, defensa)

- Aumentar el número de empresas TIC en el ecosistema, buscando además que tengan mayor capacidad y mayor nivel de madurez. Las empresas TIC deben tener un modelo claro de negocio y un modelo estratégico que las apoye. Las empresas TIC deben buscar la manera de diferenciarse entre ellas, de colaborar y de construir habilitadores comunes.

En tanto este proyecto va enfocado a sumar en el plan estratégico de las TIC por medio de la innovación en un campo humano y global como lo son las Fuerzas Armadas de Colombia y su principal motivación el hogar, influyendo principalmente en las esposas de dichos hogares ampliando sus conocimientos y empoderando sus micro negocios por medio de la tecnología.

3 CAPITULO III: DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL

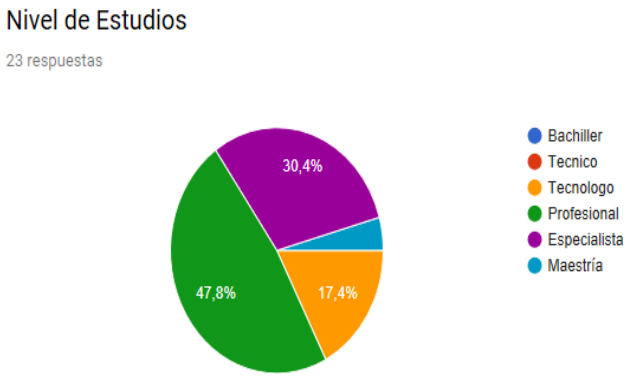
3.1 Aplicación de herramienta de Diagnostico.

La herramienta utilizada para este proyecto fue el de la entrevista estructurada y virtual en el punto CANTON MILITAR APIAY - VILLAVICENCIO, esta metodología se enfoca en buscar la necesidad de integrar los servicios ofrecidos por esposas de militares y llevarlos a que se comercialicen por medio de una app; adicional a dicha entrevista se realizó una observación y conocimiento por medio de asistencia a foros grupales (integraciones de baile, fiestas de cumpleaños, cine foros, y demás eventos sociales que incluyera y necesitara de la asistencia de las esposas presentes y disponibles en el batallón) organizados por el batallón donde por medio de diálogos sin etiqueta o compromiso se fueron dando a conocer las diferentes habilidades de las esposas de los militares.

La siguiente entrevista fue realizada a un total de 23 Esposas de Militares Oficiales, tomando como base inicial al proyecto en dos torres de apartamentos cada una de ellas de 5 pisos y aproximado de 40 familias, encontrando así los siguientes resultados.

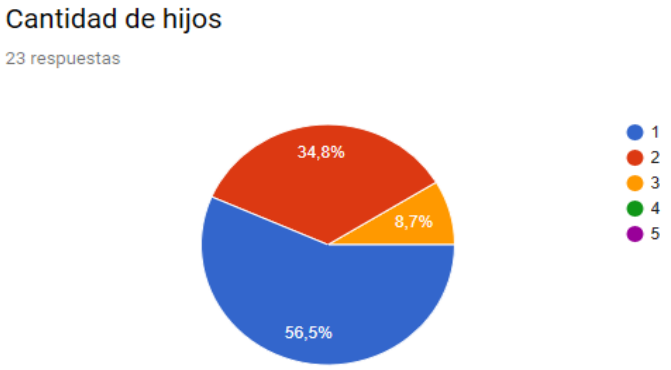
Grafica 1; Cantidad de Traslados de Ciudad

- En los traslados hablamos de cuantas veces durante su vida como esposa de militar a cambiado de residencia; de esta forma el 43% respondió que se ha mudado hasta 3 veces de ciudad, esto puede ocurrir con lapsos de tiempo entre los 2 y 3 años, luego vemos un porcentaje del 30,4% el cual apenas llevan en promedio 1 traslado, esto se debe a que es un grupo joven y en su mayoría con hijos de edad preescolar que apenas inicia con la travesía militar; el 13% aduce a mujeres que llevan 2 traslados lo cual también depende del tiempo que el esposo lleve ejerciendo el cargo y/o tiempo servicio; el 8,7% que es un grupo pequeño en comparación al resto de habitantes del edificio son mujeres q a diferencia del grupo anterior llevan más años de matrimonio, y sus esposos más años en el servicio.



Grafica 2 Nivel De Estudios

- El nivel de estudios encontrado en esta muestra poblacional es de un 47,8% profesionales en distintas carreras y ocupaciones, seguido de un 30,4% Especialista en ramas de la salud, del derecho, de licenciaturas y un sinfín de competencias certificadas; un pequeño y selecto grupo de tecnólogas no menos importantes el cual se encuentran muchas de ellas en proceso de actualización y crecimiento constante, puesto que el tiempo disponible lo aprovechan estudiando de forma virtual en su mayoría esto debido a la localización del batallón y tiempo disponible. Esta variable da una contextualización a la adquisición de nuevas tecnologías en los distintos hogares puesto que su nivel académico indica la posibilidad de tener un conocimiento básico en tecnología.

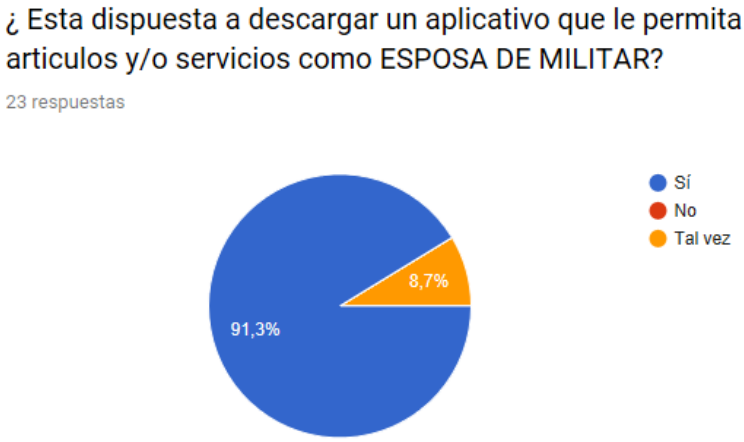


Grafica 3.Cantidad de Hijos

- En la pregunta 3 podemos visualizar la cantidad de hijos promedio por el edificio y una idea general en la mayoría de edificios del cantón ya que la tendencia en este Ítem es similar, esto se pudo comparar por observación, este punto también nos da una luz respecto a la poca disponibilidad de tiempo de muchas de las esposas de militares; teniendo en cuenta que en los cantones militares no se cuenta con guardería ni universidades, en este contexto solo se cuenta con un liceo el cual tiene atención a niños de 3 a 16 años de edad. Por tanto el rango de hijos es de un 56.5% que hasta el momento solo tienen 1 hijo lo cual se puede comparar con la cantidad de traslados el cual sería evidenciado con las que llevan un solo traslado a la fecha; seguido un 34.8% que tienen 2 hijos los cuales tienen en su mayoría una edad muy similar entre hermanos y ya en menos porcentaje aquellas que tienen 3 o más con el 8.7% lo cual también se puede aducir al pequeño porcentaje de quienes han pasado por mayor número de traslados.

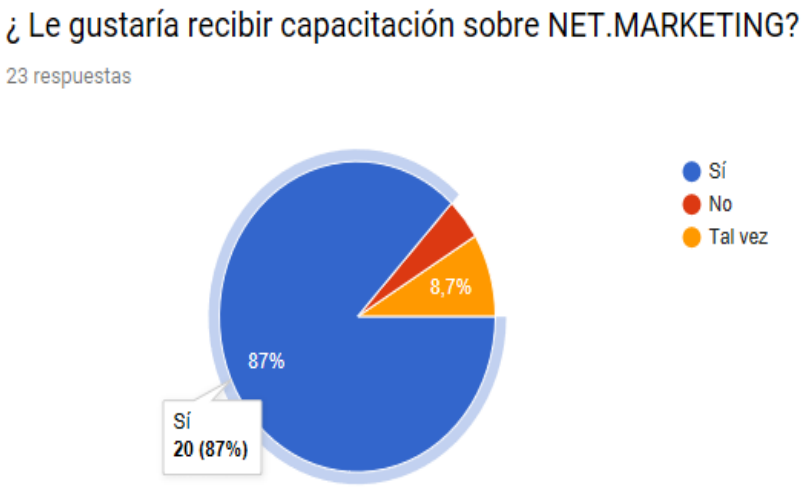
Grafica 4 Consideración del Aplicativo en Apartamentos Fiscales

- Esta pregunta de la entrevista pretende aterrizar las expectativas del proyecto y así dar una luz de viabilidad en la gran oportunidad que brinda un 87% de interés en salir de lo habitual y entrar en lo virtual para estas mujeres emprendedoras, sin pasar por alto el 8,7% que está en un duda y un posible no que vislumbra desinterés por motivos varios los cuales pueden ser que la señora se encuentra con un empleo estable dentro del batallón y su zona de confort está bien, otro motivo puede concluir que la señora dialogo con el esposo quien es el encargado en muchas ocasiones de la toma de decisiones y él le pudo indicar que no era necesario. Sin lugar a dudas sigue siendo un resultado positivo para ser la primera entrevista de este tipo de temas realizados a nivel interior en un batallón.



Grafica 5, Disposición de Descarga del Aplicativo

- La pregunta de la disposición y no la imposición nos da una tendencia menos sesgada y amplía la oferta teniendo en cuenta que quizás aquellas señoras que no desean vender si desean comprar o estar al tanto de los servicios que se tienen dentro del Cantón militar. Al tener un 91,3% de inquietud por el aplicativo se puede reacción ante aquellas que anteriormente dijeron no tener interés de ofrecer; pero al preguntarles por la intención de comprar se obtuvo mayor sensibilización al interés del proyecto.

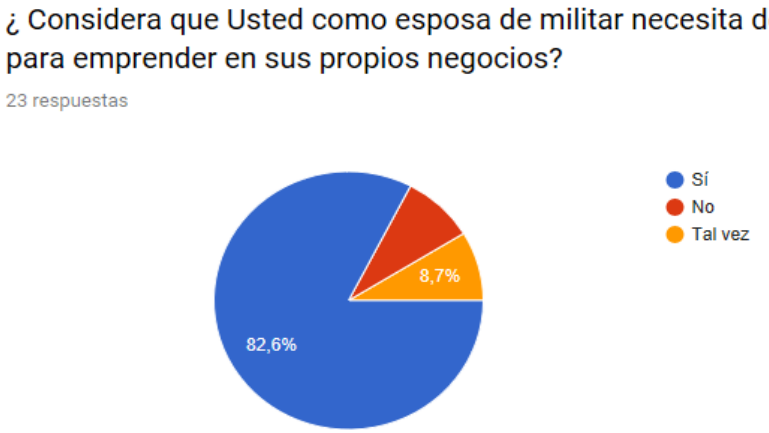


Grafica 6 Necesidad de Capacitación y/o Actualización

- Al recibir un positivo recibimiento a la posibilidad de la creación de una app se consideró necesario investigar sobre el posible conocimiento del NET.MARKETING; lo cual se conoce como la distribución de productos y servicios por medios virtuales de forma general y exitosa, y se considera que ese 87% apunta a la realidad de los negocios silenciosos del batallón en muchas ocasiones por falta de conocimiento.

Grafica 7 Tendencia de publicidad Voz a Voz o Netmarketing

- Al momento de preguntar sobre la utilización de sistemas de publicidad virtual o Voz a Voz se pretendió confirmar lo que por medio de la observación ya se podía inducir, el 52,2% prefiere el voz a voz teniendo en cuenta que esa es su zona de confort y hasta el momento les ha servido en sus ventas o necesidades de algún servicio; mas sin embargo el 47,8% da a entender que adquiere más por Redes sociales y de esta forma empata al objetivo del proyecto de adquirir y vender servicios y productos en el batallón por medio de un aplicativo de forma positiva y sustentable.



Grafica 8. Necesidad de Recursos

- Durante la etapa de observación y diálogos se encontró desconocimiento de las oportunidades dadas por el gobierno al momento de emprender en Colombia; dado esto se pudo asociar este desconocimiento a la reserva de los negocios internos de cada una de las mujeres en mención; al hacer esta pregunta en la entrevista se evidencio dicha observación y con un 82,6% se puede trabajar en este campo para ampliar los servicios y/o productos ofrecidos para el aplicativo.

3.2 Sensibilización y Aceptación del Cargo

Esta APP va dirigida inicialmente a las aproximadamente 50 mujeres esposas de militares oficiales que residen dentro del cantón militar de Apiay- Villavicencio, la mayoría profesionales en distintas ramas y especialistas en sus distintas habilidades, interesadas en aportar a la sociedad familiar con ingresos económicos así como ocupar su tiempo en algo distinto al cuidado de los hijos. Este segmento fue tomado de 23 entrevistas virtuales, de 52 apartamentos de apartamentos de oficiales en donde fue permitida la muestra, así como de trabajo de campo con las distintas amas de casa con las cuales se convive actualmente, por medio de reuniones sociales encuentros organizados por el batallón para la integración de las mismas. Ejemplo Grupos de danzas, de oración, de ANASE.

Se utilizaría una estrategia de segmentación concentrada a un solo segmento. Ante esto el proyecto va dirigido al consumidor final, quienes serían las amas de casa esposas de militares de Oficiales en la ciudad de Villavicencio- Vereda APIAY.

Teniendo en cuenta que inicialmente se aplicaría en la ciudad de Villavicencio vereda APIAY; las usuarias futuras serían las amas de casa (suboficiales y civiles) de las distintas ciudades donde se encuentre un Cantón Militar y/o Casas fiscales del Estado Mayor. Con necesidad de expandir sus tímidos negocios familiares a distintas ciudades y mantener sus clientes sin importar los traslados que por fuerza mayor estén forzadas a realizar.

Tabla 6 Lienzo Canvas

<table>
<tr><th>Aliados Clave</th><th>Actividades Clave</th><th>Propuesta de Valor</th><th>Relación con el Cliente</th><th>Segmentos de Clientes</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Batallones de Colombia</td><td rowspan="2">Venta de Servicios (Manicuristas, Masajistas, Terapeutas, Odontólogas, Asesorías Jurídicas, Entré Otros</td><td rowspan="4">Sueña, emprende, Aprende Construye y Gana desde Casa Con tu Familia. Reaprende y Continua de la mano de la Tecnología tus sueños en grande.</td><td rowspan="2">Inicia de Forma Virtual y/o Telefónica y puede terminar Virtual, presencial, telefónica.</td><td rowspan="5">Esposas de Militares de APIAY – VILLAVICENCIO; Amas de CASA</td></tr>
<tr></tr>
<tr><td>Fabricas aliadas a ejercito</td><td>Venta de productos (Pastelería, Joyería, Ropa, entré otros)</td><td>Canales</td></tr>
<tr><td>Alcaldía del Meta</td><td>Recursos Clave</td><td>Marketing Online</td></tr>
<tr><td>Hospital Militar</td><td>Equipo de creación de la APP.</td><td>Reuniones Sociales</td></tr>
<tr><td>Ministerio de defensa</td><td>Dinero de la inversión</td><td>Intervención en Capacitaciones a Esposos</td></tr>
<tr><td>Instituto de recreación del Meta</td><td>Personal para Marketing</td><td></td></tr>
<tr><td>MinDefensa</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Estructura de Costes</td><td colspan="3">Estructura de Ingresos</td></tr>
<tr><td colspan="2">El costo final de inversión para la creación y lanzamiento de la APP sería de $34,500.000, los cuales se obtendrán por medio de préstamo bancario y ahorros.</td><td colspan="3">Inicialmente se recibirán ingresos por aquellos patrocinadores que ingresen al convenio con la APP y hagan sus anuncios publicitarios por medio de la APP dándole sostenibilidad inicial no mayor a 6 meses.</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración Propia

4 CAPITULO IV. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

4.1 Referentes Teóricos

Desde la teoría se encuentra algunos estudios donde se afirma que a nivel global el de la mujer en la ciencia y tecnología esta reducido a puestos secundarios, y solo 1 de cada 10 puestos de alto nivel es ocupado por una mujer, mientras que a nivel de investigación, la presencia femenina es del 30%. (España, 2014)

Sin embargo, la mujer es un instrumento clave para el mundo de la ciencia y la tecnología; los 5 motivos para esta conclusión son:

1. La mujer ayuda a mejorar la innovación técnica
2. La inclusión femenina reduce las desigualdades sociales
3. La tecnología incentiva el liderazgo y el pensamiento critico
4. La participación de la mujer en la tecnología reduce la salida de mano de obra
5. Hay una completa falta de mujeres en el mundo de la tecnología.

Esto indica la importancia de empoderar cada día a las mujeres en el medio de la tecnología en especial si este se puede desarrollar por medio de un crecimiento económico y social el cual es uno de los objetivos del presente proyecto; y así elevar los indicadores de mujeres con inserción en la tecnología.

Los negocios electrónicos son una actividad considerada como nuevos y de las nuevas generaciones los cuales intentan mitigar dificultades; como las vistas en aquellos ejercicios laborales que impiden la crianza de los hijos o mitigan el tiempo en familia, por tanto el siguiente enunciado nos da una visión del e-Bussiness Una de las maneras de atraer consumidores en esta herramienta es estableciendo precios alternativos y más atractivos para quien compra por Internet, ya que si la persona compara el precio por lo general es más elevado en la tienda. (Orrego, 2012)

No cabe duda que el comercio electrónico ha venido a revolucionar todo el sistema de compra y venta de artículos, incluso Internet es el canal con los mejores costos en cuanto a publicidad.

Hablando de las nuevas formas de hacer negocio podemos encontrarnos con que el Marketing está enfocado a los dispositivos móviles, ya que tiene un mayor grado de penetración hacia los usuarios finales y cuenta con la ventaja de que es una publicidad dirigida a los compradores potenciales del producto que se está promocionando. (Orrego, 2012)

El estudio Brief de Mercados nos permite una visión sustentada en la investigación para así tomar mejores decisiones y estrategias en el proyecto.

Tabla 7. Estudio Brief. Autor y año

Investigación Requerida: La presente investigación se refiere al tema de la creación de un aplicativo para las Esposas de Militares en APIAY – VILLAVICENCIO aduciendo a todas las mujeres que viven en un Cantón Militar el cual no cuenta con un apoyo oficial de la entidad donde actualmente residen así como su flujo de negocio es manejado en un perfil muy bajo todo por el voz a voz que se extiende según la satisfacción de las mismas al interior del batallón.
Problema o Necesidad Brindar al área de Casas Fiscales de EJERCITO la opción de incluir a las esposas de militares en el presupuesto para la ocupación de las mismas laboralmente sin salir de sus casa y así poder crear el aplicativo en mención, de esta forma mejorar la calidad de vida a nivel social y económico de las amas de casa que emprenden desde sus casas y en forma prudente distintos negocios.
Objetivos Promover el desarrollo económico y social de las esposas de militares en la Ciudad de Villavicencio –Vereda APIAY, a través de la implementación de una tecnología app, orientada a la asesoría y comercialización de sus productos de forma integrada, actualizada y general. Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las familias en torno a las fuerzas militares. Desarrollar habilidades comerciales, sociales y cívicas por medio de la APP. Impulsar los pequeños negocios que se generar a nivel interior en los diferentes cantones militares.
Decisiones a tomar: realizar las entrevistas necesarias para dar viabilidad al proyecto, presentar proyecto al área de Casas Fiscales de Ejercito en el Ministerio de Hacienda. Realizar grupos de interés con las amas de casa y exponer el proyecto.
Estudios O Metodologías a Realizar: Se va realizar por medio de Métodos Cuantitativos (Encuesta y Observación) y Cualitativos (Focus Group)
Tiempo Establecido para la investigación: el tiempo establecido para entregar esta investigación va corrido a 1 Año.

Definir el Presupuesto: Para el lanzamiento y creación de la misma se necesitaría una inversión de 34,500.000
Informe Final: En el trabajo adelantado para esta investigación se encuentra interés particular y grupal de las esposas de militares Oficiales a quienes se les ha compartido el proyecto, así como la viabilidad de llevarlo a cabo, así mismo se encuentran la dificultad económica por parte de CASAS FISCALES y Min defensa quienes manifestaron que este tipo de proyectos deben ser evidenciados a principio de año cuando se asignan las partidas de inversión para todo el. Aunque la idea no desagrada está al pendiente de un nuevo año y así poderse gestionar.

Fuente Elaboración Propia.

4.2 Descripción de la Solución

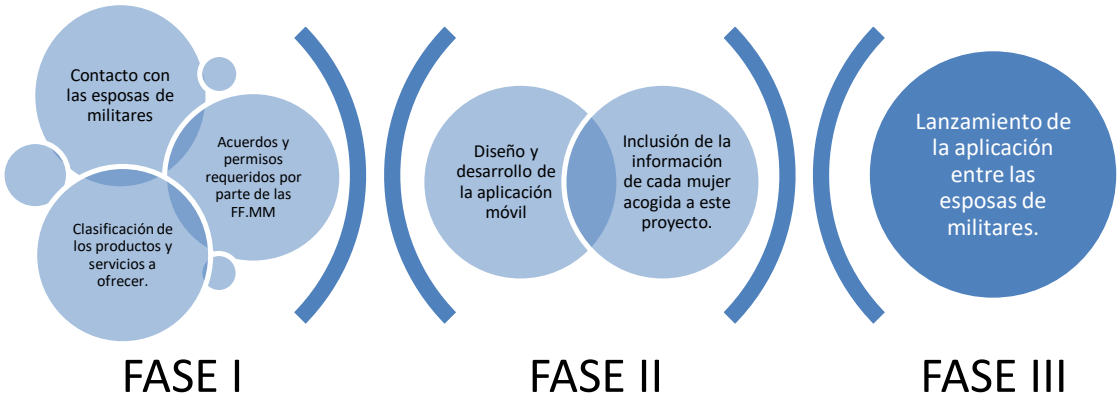
Se encuentra como solución a la necesidad de la comunidad de Esposas de Militares Oficiales del Cantón Militar de Apiay – Villavicencio, proponer y desarrollar un APP que integre todos los servicios ofrecidos por ellas y así realizar una actividad comercial con mayor efecto social y económico en la población.

Por medio de un grupo seleccionado de Señoras de Oficiales las cuales permitan iniciar el proceso de prueba durante los primeros 6 meses, dando así la oportunidad a otras señoras de ingresar al desarrollo de la misma; como se subraya en un estudio realizado por la Universidad del Rosario "Es importante realizar un esfuerzo de todos los grupos de interés que permita generar mayores oportunidades y lineamientos a través de una gestión efectiva del conocimiento que promueva la equidad de género lo cual fortalece y diversifica la economía (Phd.Clara Inés Pardo Martínez, 2018)."

La importancia de una solución que acerque a este gremio a la tecnología por medio de esta propuesta se genera conciencia de la evolución femenina desde el hogar. A través de cada historia se visibilizan las trayectorias y los principales logros de ellas en diferentes campos, demostrando que sus habilidades están a la par de cualquier hombre uniformado y que son un talento que la sociedad en su conjunto y las fuerzas de seguridad pueden aprovechar cada vez más. (Militares, 2017)

Adjunto gráfica de las fases de la solución la cual permite una previa visualización del proyecto;

Figura 2 Descripción Grafica de Solución



Fuente: Elaboración Propia.

4.3 Implementación de la Propuesta

- El funcionamiento de esta aplicación estará dada por tres fases descritas así:

✓ Fase I: Trabajo de campo previo al prototipaje de la aplicación. Contacto con las esposas 23 esposas que inicialmente accedieron a ingresar al proyecto prueba, permisos requeridos de la jefatura de bienestar así como del instituto de casa fiscales, Incorporación y selección de productos y servicios, charlas guiadas

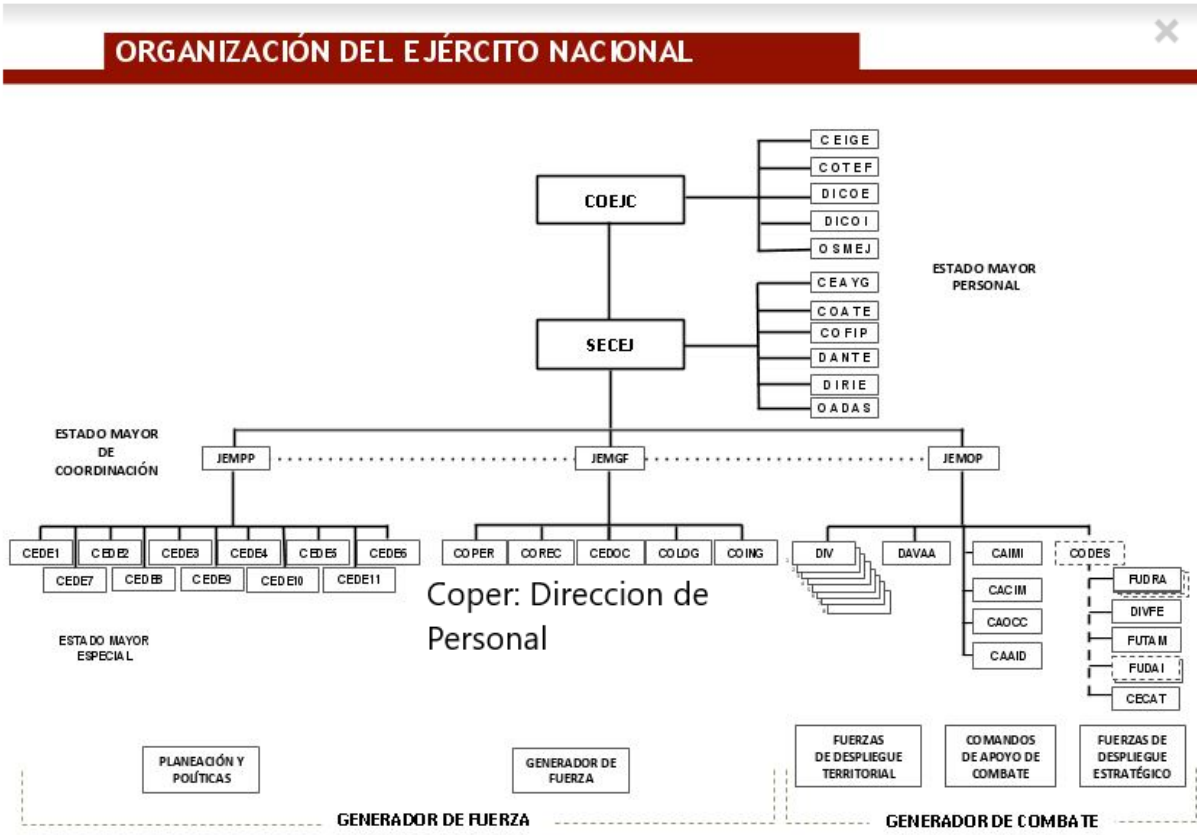
dentro del batallón el cual facilite la exposición de la APP su uso, facilidades, costos, toda la información previa al lanzamiento.

- ✓ Fase II: comprende toda la parte operativa y funcional de la herramienta tecnológica, donde se creará la aplicación que estará en el mercado; asi como la adquisición de los fondos para el APP por medio del préstamo solicitado a una entidad financiera; la solicitud de permisos de lanzamiento y funcionamiento en las entidades correspondientes (ICFE y Jefatura de Familia)
- ✓ Fase III: salida al mercado de la aplicación. Soporte tecnológico y de servicio al cliente para la aceptación y buen manejo de la misma por parte de los usuarios

4.4 Integración de la Arquitectura Organizacional

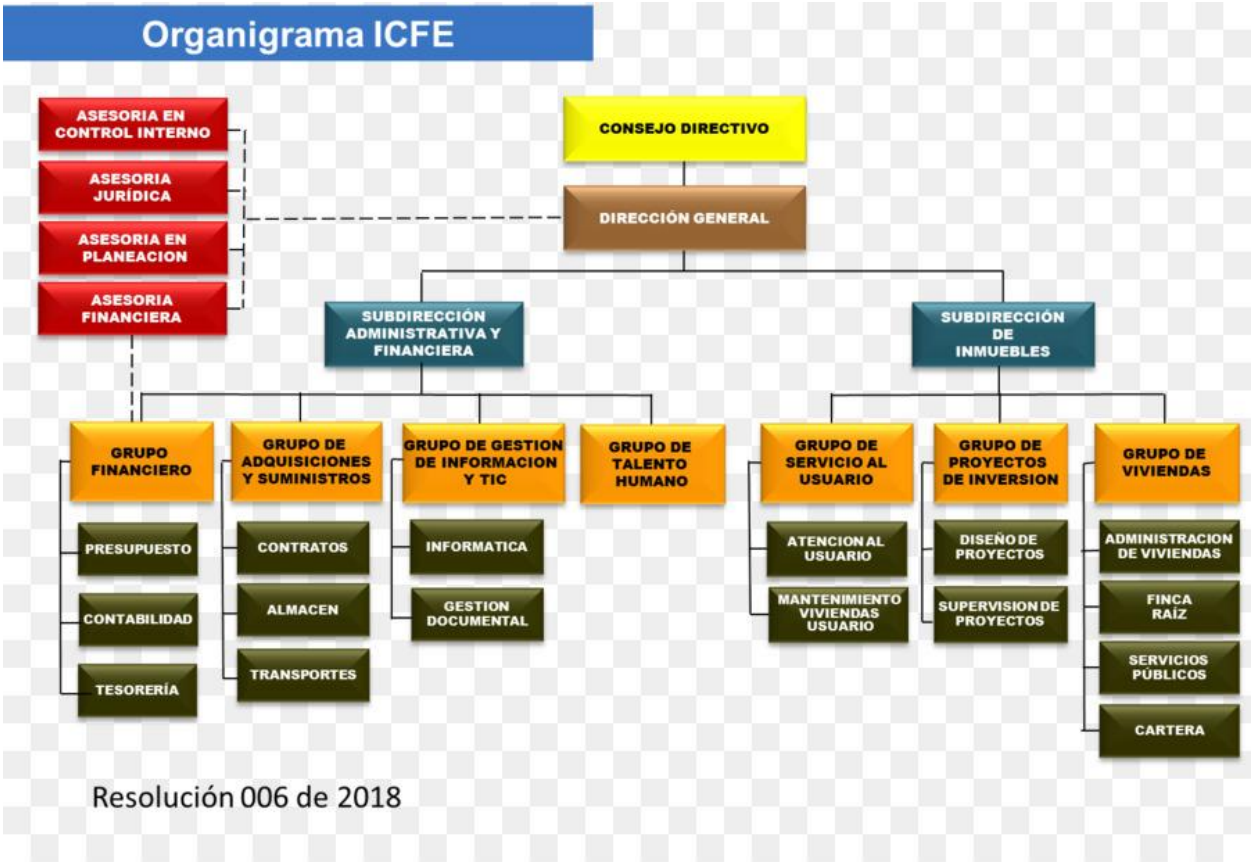
La implementación del proyecto APP para esposas de militares oficiales se enlaza a la unidad de Dirección de Personal la cual depende del General Jefe del Mando de Persona situado en la unidad COPER, de quienes se despliega el apoyo económico y de desarrollo al ser un aplicativo guiado al mejoramiento del bienestar de las familias de oficiales militares; teniendo en cuenta que el aplicativo se va desarrollar dentro de un Cantón militar donde es el domicilio de las Señoras (casas fiscales) se debe incluir apoyo y autorización del ICFE instituto de casas fiscales de ejercito; anexo en la ilustración 7, de quienes se obtienen la autorización para las encuestas necesarias y/o pruebas de la APP, el previo permiso de uso de sus aulas para dictar a las señora, el acompañamiento de seguridad y apoyo en el lanzamiento de la misma.

Figura 3 Estructura Ejército de Colombia



Fuente: Tomado de www.ejercito.mil.co

Figura 4 Organización Casas Fiscales Ejercito de Colombia



Fuente: Tomado de ICFE (Fiscales, 2018)

5 CAPITULO V. PLAN DE ACCION

5.1 Balanced Score Card

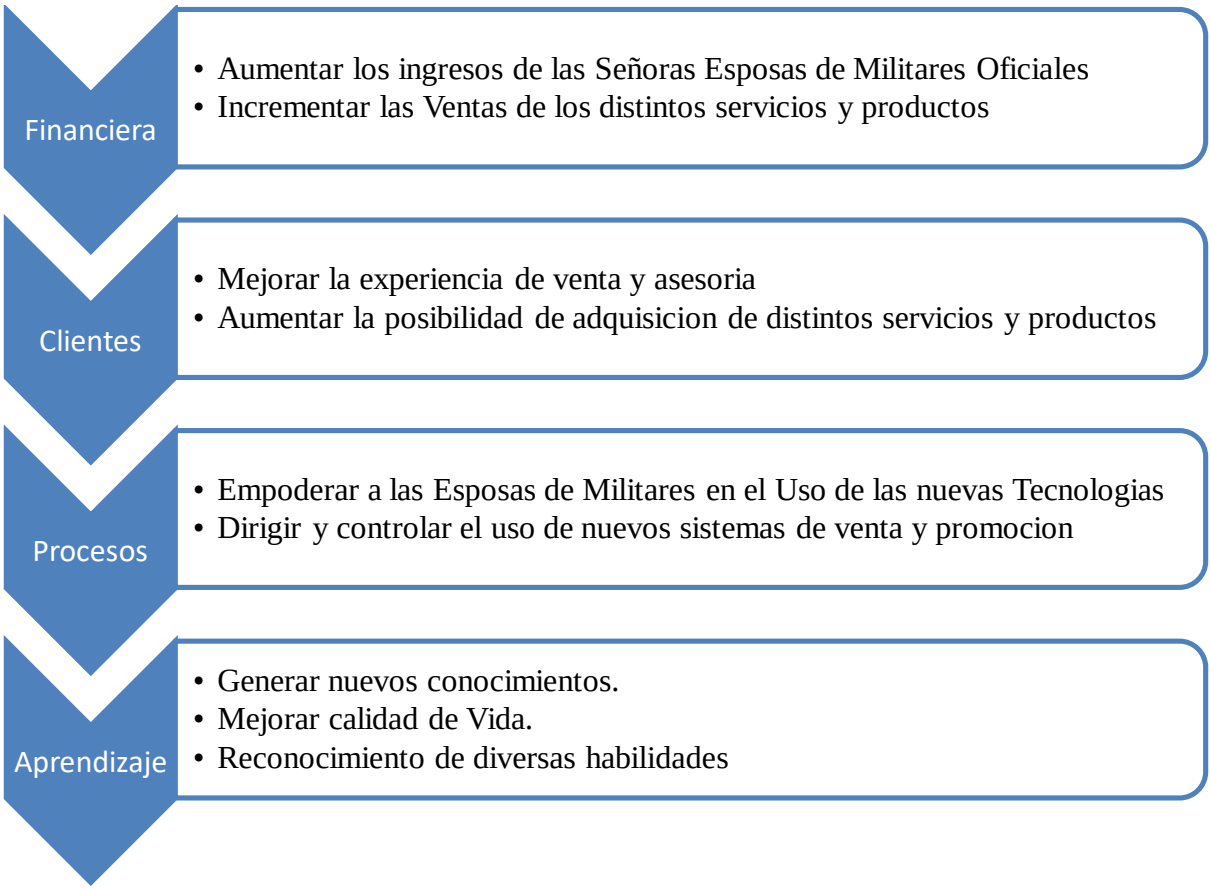
Tabla 7 Balance Score Card

APLICATIVO APP PARA ESPOSAS DE MILITARES OFICIALES APIAY VILLAVICENCIO								
	DIRECCION CR 118 # 86 - 35	CIUDAD	APIAY - VILLAVICENCIO					
	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	INDICADORES DE RENDIMIENTO		META ACTUAL	META FUTURO	INICIATIVAS PROGRAMAS	INICIATIVAS PRESUPUESTO	
PERSPECTIVA FINANCIERA	Generar un ingreso adicional, constante y superior al actual en las señoras de oficiales militares de apiay.	Ampliacion de Capital	$	0	34,500,000			
		Incremento de Socias	No	23	35			
	Mitigar el gasto de las fuerzas militares en eventos por medio de una sociedad con las esposas de militares	Nivel de Endeudamiento	%	0	60%	Asistencia a Eventos Militares, Adquisicion de material y personal		
		Indicadores de Venta	%	0	12%			
PERSPECTIVA CLIENTE	Permancer en los mejores estándar de servicio	Satisfaccion del cliente	Bueno Malo	sin indicadores	bueno	Encuestas		
		Fidelidad del Cliente	Cantidad de Compras	0	3 Promedio Cliente	Seguimiento de Ticket		
	Mejorar la participacion en el mercado interno del batallon con servicios de alta calidad y competitivos en sus costos	Tiempos de entrega y optimizacion del mismo(Asistencia al servicio y/o envio de pedidos)		0	Dias y/o Horas	Seguimiento de tiempos		
		Calidad percibida en el producto o servicio(Encuesta de Satisfaccion)		No ahí indicador	Satisfecho	Capacitacines de servicio	Costo por hora	
PERSPECTIVA INTERNA	Capacitar constantemente a las señoras esposas de militares en actualizacion de nuevos servicios.	Aumento de Servicios(capacitacion que permita aumentar los servicios ofrecidos Cantidad y calidad en las capacitaciones)		0	1 por trimestre	Contratacion de Manager en distintas habilidades	Costo por hora	
	Mejorar la operación de la organización por medio de la inclusion de las esposas a la actividad de fuerzas militares	Repeticion de los procesos: (Cantidad = Veces que repites un servicio o producto para satisfacer un cliente)		0	Tendencia a Min 3			
PERSPECTIVA DE INNOVACION	Permanecer esposas de militares la actualizacion constante de equipos moviles y fijos asi como la adquisicion de permisos para nuevos aliados ç	Calidad del Servicio (PQR)		No ahí indicador	un servicio Optimo			
	Mantener lineas de comunicación con las tendencias del mercado por medio de agentes virtuales y redes sociales o web llegando a la linea de E-comerce	Numero de usuario en un determinado Tiempo (Cuantos clientes usuarios visitan nuestra APP)		0	35			
		Adquisicion de nuevas tecnologias (ampliar la gama de servicios en nuevas `plataformas)		sin indicadores				

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Mapa Estratégico

Anexos 1 Mapa Estrategico



Fuente: **Elaboración Propia**

5.3 Cronograma de Actividades

Tabla 8 Cronograma Proyecto APP Esposas De Militares Oficiales

APLICATIVO DIRIGIDO A LAS ESPOSAS DE MILITARES OFICIALES EN APIAY- VILLAVICENCIO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

LILY JOHANA SALAZAR PLAZAS

FASE	ACTIVIDADES / ESTRATEGIAS	RESPONSABLE	mes JUNIO JULIO AGOSTO SEPTIEMBR OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE semana 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48	Realizadas	Pendientes	Aplazadas
PLANEACIÓN	Inicio del proyecto (Lluvia de Ideas) Investigacion sobre la posible necesidad Acercamiento a la comunidad Acercamiento a la entidad de Jefatura de Familia Solicitud de permisos en ICFE Gestion Prestamo para elaboracion APP Estudio de mercados y segmentacion del mismo	JOHANA SALAZAR PLAZAS	OK			
DIAGNÓSTICO	Encuesta Esposas de Militares Oficiales Resultados Encuesta Esposas de Militares contacto con agencia de elaboracion de app visualizacion estado de arte de app primer encuentro para previo lanzamiento gestion prestamos	JOHANA SALAZAR PLAZAS	OK, A, P			
EJECUCION	Elaboracion APP Lanzamiento APP Capacitacion y Penetracion APP Desembolso prestamo APP Aprobacion por parte de Jefatura de Familia Adquiscion APP	JOHANA SALAZAR PLAZAS	A, P			

Fuente Elaboración Propia.

5.4 Indicadores

Para la medición y seguimiento de la APP se pretende utilizar los siguientes indicadores

- ✓ **Promedio de crashes en el app:** Esta métrica nos ayuda a identificar la frecuencia en que nuestra aplicación se cierra inesperadamente. La forma más sencilla de obtenerlo es calculando el porcentaje de crashes del total de veces que el app se ha abierto. Esto quiere decir que mientras menor sea ese porcentaje, mejor estará funcionando. Un promedio "saludable" es entre 1% y 2% aunque esto dependerá de la madurez, uso y tipo de aplicación. (Martinez, 2016).
- ✓ **Número de usuarios activos en un periodo de tiempo:** El número de usuarios determina directamente qué tan exitosa puede ser una app, y si a esto sumamos detalles comparables con otros periodos podremos predecir el comportamiento futuro. (Martinez, 2016)
- ✓ **Tasa de retención:** Este indicador nos ayuda a determinar cuáles son los usuarios más activos y que generan mayor valor para nuestra aplicación. La tasa de retención es el porcentaje de usuarios que vuelven a usar la aplicación basada en la fecha de su primera visita. Mantener el interés y la atención del público es uno de los mayores retos, si logras que tu aplicación sostenga una retención sólida con el paso del tiempo, tu negocio estará aportando un verdadero valor para el mercado. (Neuromedia, 2018)

- ✓ **Costo de adquisición:** Esto tiene que ver con la forma en la que los usuarios se acercan a tu aplicación. Conocer desde dónde llegan y cuáles de estos canales generan usuarios con mayor valor para el negocio permitirá tomar decisiones de inversión en publicidad y mercadotecnia. (Neuromedia, 2018)
- ✓ **Ingresos por transacción:** Es valor de las transacciones realizadas a través de la aplicación. Este indicador también se puede determinar en las aplicaciones que no tienen nada que ver con transacciones comerciales, por ejemplo, cuando la aplicación genera el acercamiento del usuario al negocio por medio de un canal diferente, como el telefónico, también está generando ingresos por transacción. (Neuromedia, 2018)

Figura 5 Indicadores APP

Fuente: Tomado de Imágenes en Network Salas

5.5 Costos

Tabla 9 Costos Iniciales APP

Costos APP y Sostenimiento Inicial	
Preguntas de Montaje	Solucion
Nivel de Calidad	Buena relacion Calidad y Precio
Que Tipo de APP se va Instalar	Android + IOS
Según Diseño	Interfaz Personalizada
Como se va Cobrar la APP	Aplicación Gratuita con publicidad
Sistema de Login	Con Redes Sociales y E-Mail
Integrada a un sitio WEB	No
Usuarios con Perfil Propio	Si
Panel de Administracion	Si
Idiomas	Unico Idioma
APP	Es una Idea
Costo Final Inversion	34.500.000

Concepto de No Cobro: Este tipo de aplicaciones tienen como objetivo promocionar y publicitar una campaña especifica de duracion determinada de productos y servicios de una empresa. Al tener un tiempo de vida corto, generalmente no suelen ser aplicaciones caras ni complejas para su desarrollo, pero dependera de las necesidades y requisitos.

Durante 6 meses de lanzamiento se dejaria sin cobro para todas las usuarias del batallon de APIAY y asu crear una base de datos soporte para un posterior cobro a quienes descarguen la app despues d elos 6 meses, por tanto su sostenibilidad estaria atada a la publicidad pagada por los patrocinadores.

Fuente: Elaboración Propia 2018

6 CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En el transcurso del presente proyecto se encuentra con distintas dificultades entre ellas al momento de expandir la población para realizar las entrevistas y así generar mayor participación para el proyecto; esto por temas de traslados y su distinta logística para el cantón militar; al momento de solicitar un nuevo permiso no fue posible ya que casas fiscales pedía empezar año para realizar este tipo de actividades; sin importar este tipo de inconvenientes el desarrollo de la entrevista con distintas señoras de rango oficiales, fue enriquecedora para el proyecto y a nivel personal.

En el entorno cultural se encuentra el apoyo de la mujer llanera quien con su empuje y constancia convence de la necesidad de seguridad e independencia del género femenino como lo son las esposas de militares; así como en el sector servicios TIC se encuentra el gusto por brindar asesorías, capacitaciones, becas y demás beneficios para mantener a la vanguardia y actualizada a la población colombiana.

El lanzamiento de la APP no fue posible por motivos de tiempos dentro de EJERCITO así como de aprobación de distintos fondos económicos para el mismo; aunque el proyecto es de gusto para la oferta en distintos cantones militares se requiere de ajustes de inversión para ser viable internamente en ejercito; es viable validar que la propuesta de muchas señoras fue incentivar la promoción y capacitación de nuevas tecnologías mientras se avala el lanzamiento de la APP.

Es de anotar la importancia de la mujer en los proyectos de las entidades públicas y en este caso la implementación de sistemas tecnológicos que integren las labores del hogar con las profesiones de cada una de las señoras que se quedan en casa dentro de un batallón militar; siendo así de interés para el estado brindar el apoyo necesario para mejorar la calidad de vida de cada uno de los residentes en estos batallones.

Cabe mencionar que aunque el estado tenga las mejores intenciones de apoyar y/o financiar este tipo de proyectos el presupuesto nacional es cada vez menor para la fuerza pública, dejando en estudio y los intereses de muchas de las señoras que participaron del presente proyecto

En la elaboración de las encuestas se encontró receptividad como incredulidad al momento de apoyar proyectos como este en un entorno donde solo se daba prioridad a las señoras que se encontraran en situación de vulnerabilidad

Durante las entrevistas se encontró la necesidad de profundizar y crear grupos de apoyo y comunicación; creando grupos de WathsaaP los cuales fueron facilitando el voz a voz y promoviendo los proyectos independientes para la exposición del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

2017, M. (2017). *https://users.dcc.uchile.cl/~psalinas/uml/casosuso.html*. Obtenido de https://users.dcc.uchile.cl/~psalinas/uml/casosuso.html

AccionSocialEjercito, A. N. (20 de julio de 2018). *Anase ORG*. Obtenido de https://anase.org/

ASOMOVIL. (2017). *ASOMOVIL .* Bogota.

Calderón, J. A. (06 de 06 de 2012). *Revista Interamericana de Educación de Adultos.* Obtenido de http://www.crefal.edu.mx/rieda/images/rieda-2012-1/contrapunto2.pdf

Casanare, G. d. (06 de 07 de 2018). *Gobernacion de Casanare*. Obtenido de https://www.casanare.gov.co/index.php?idcategoria=55155

Castro, M. R. (03 de 01 de 2019). *Psicologia y Mente*. Obtenido de https://psicologiaymente.com/autores/marc-rodriguez-castro

Chile, U. d. (s.f.). *Casos De Uso* . Obtenido de https://users.dcc.uchile.cl/~psalinas/uml/casosuso.html

Chillida, J. M. (12 de 12 de 2018). *Informeticplus*. Obtenido de http://www.informeticplus.com/que-es-un-emprendedor

Cobo. (2008). El concepto de tecnologías de la información. En *Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento* (págs. 295, 318).

Colciencias. (20 de julio de 2018). *Plan Nacional de Ciencia Tecnologia e Innovacion.* Obtenido de http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/plan-ctei-tic-2017-2022_0.pdf

Colombia, R. O. (24 de 07 de 2018). *Tierra Colombiana* . Obtenido de https://tierracolombiana.org/clima-la-region-orinoquia/

Competitividad, C. P. (2 de 10 de 2018). *Informe Nacional de Competitividad*. Obtenido de http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/2012/11/INC-2012-2013.pdf

Competitividad., C. P. (07 de 11 de 2018). *Informe Nacional de Competitividad*. Obtenido de http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/2012/11/INC-2012-2013.pdf

comScore. (2015). *Los Colombianos usan Android* . Obtenido de https://www.xataka.com.co/investigacion/el-86-6-de-los-colombianos-usan-android-y-solo-el-7-9-usa-ios

Concepto. (26 de 12 de 2018). *Concepto.de*. Obtenido de https://concepto.de/habilidad-2/

Cotelco. (26 de 11 de 2018). *Cotelco* . Obtenido de http://www.cotelco.org/Inicio

Desconocido. (28 de 12 de 2018). *Sostenible* . Obtenido de http://sostenibleperdona.blogspot.com/p/que-es-sostenibilidad.html

E, R. (20 de 11 de 2018). *Desarrollo y evolución de las aplicaciones móviles.* Obtenido de http://aplicacionesmovilescolombia.blogspot.com.co/2012/10/desarrollo-y-evolucion-de-las.html

España, U. (15 de 04 de 2014). *Noticias Universia* . Obtenido de http://noticias.universia.es/ciencia-nn-tt/noticia/2014/04/15/1094904/mujer-mundo-tecnologia-5-motivos-fomentar-participacion.html

estrategica, s. g. (14 de 09 de 2018). *Slide Share*. Obtenido de https://www.slideshare.net/secret/kNluAOqsBboaYz

Finanzas. (30 de Septiembre. de 2009.). Hay que enfocarse en los sectores de talla mundial. *Finanzas.*

Fiscales, C. (10 de 10 de 2018). *ICFE*. Obtenido de https://www.icfe.gov.co/icfe/estructura-org-nica

Ford, J. R. (27 de 07 de 2018). *APPlicantes.* Obtenido de http://applicantes.com/infografia-localizacion-apps/

GONZÁLEZ, F. G. (10 de 10 de 2012). *CONCEPTOS SOBRE INNOVACIÓN.* Obtenido de https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Gutierrez, A. (16 de 06 de 2018). *ABOUTESPAÑOL*. Obtenido de https://www.aboutespanol.com/que-es-una-app-y-como-descargarlas-3507717

ITU. (2014). International Telecomunication Union. *Facts and Figures*. Ginebra .

J.Q, M. (06 de 12 de 2001). *Desarrollo de una aplicacion* . Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/15598/Tesis%20Javier%20Querol.pdf?sequence=1

KUBO. (19 de 11 de 2018). *Kubo Tecnologias*. Obtenido de https://kubo.co/2018/11/19/que-son-las-aplicaciones-moviles/

Leiva, I. V. (2015). Metodo Agil Hibrido Para Desarrollar Software En Dispositivos Moviles. *Revista de Ingenieria Chilena*, https://users.dcc.uchile.cl/~psalinas/uml/casosuso.html.

Luque, M. E. (julio de 2016). Análisis Sistémico del entorno nacional, para fortalecer el proceso de. *Documento de estudio para mostrar y fortalecer el proceso de toma de*. Bogota: Colciencias.

Martinez, A. (21 de 10 de 2016). *Medium Corporation*. Obtenido de https://medium.com/@alanmartinez/https-medium-com-alanmartinez-indicadores-clave-para-aplicaciones-9287d298c20e

Militares, C. G. (08 de 08 de 2017). *ONU MUJERES*. Obtenido de http://colombia.unwomen.org/es/biblioteca/publicaciones/2017/03/mujeres-militares#view

Min Educacion, 2. (2009). *Propiedad Intelectual como motor de innovacion y desarrollo tecnologico.* Obtenido de http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-185941.html

Neuromedia. (31 de 07 de 2018). *Neuromedia Acelerador Digital*. Obtenido de http://www.neuromedia.mx/estrategia/5-indicadores-basicos-para-una-aplicacion-exitosa/

Orrego, L. D. (12 de 12 de 2012). *Mi espacio* . Obtenido de https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_el_Aula/aplicando_la_tecnologia_en_los_negocios.html#.XC1njlwzaUk

Phd.Clara Inés Pardo Martínez. (25 de 05 de 2018). *Portafolio*. Obtenido de https://www.portafolio.co/tendencias/la-importancia-de-la-mujer-en-el-desarrollo-cientifico-y-tecnologico-517496

planeacion, d. n. (20 de julio de 2018). *Colombia Compra* . Obtenido de https://www.colombiacompra.gov.co/colombia-compra/colombia-compra-eficiente

Republica, C. d. (05 de 05 de 2018). *Colciencias*. Obtenido de [http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34850].

Sesin, A. J. (17 de febrero de 2011). *El Tiempo*. Obtenido de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4400535

Superior. (20 de 11 de 2018). *Desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles sobre la*. Obtenido de http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/6506/PFC_Jaime_Aranaz_Tudela_2010116132

Tecnofera. (2015). *Colombia Un territorio Dificil para las moviles Apple?* Obtenido de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16448550

Valencia, A. G. (22 de Noviembre de 2011). EL Mortiño es Orso que florece Silvestre. *El Colombiano*.

Valencia, u. I. (21 de 03 de 2019). *VIU*. Obtenido de https://www.universidadviu.com/que-es-la-tecnologia/

Vengoechea, M. (15 de 04 de 2016). *RCN*. Obtenido de https://noticias.canalrcn.com/tecnologia-tecnologia/el-boom-las-apps-colombia

Anexos 2 Datos Entrevista Batallón

Dirección de correo electrónico	Nombre y Apellidos	¿Cuantos traslados de ciudad ha tenido?	Nivel de Estudios	Cantidad de hijos	¿ Considera oportuno ofrecer sus servicios por medio de un aplicativo virtual ?	¿ Esta dispuesta a descargar un aplicativo que le permita comprar y/o vender articulos y/o servicios como ESPOSA DE MILITAR?	¿ Le gustaría recibir capacitación sobre NET.MARKETING?	¿ Es mejor la publicidad VOZ A VOZ en los cantones militares o por REDES SOCIALES?	¿ Considera que Usted como esposa de militar necesita de mas recursos para emprender en sus propios negocios?	¿ Cual de los siguientes sistemas operativos son de su preferencia?	Comentarios
janec2006.jps@gmail.com	janeth prada	5	Tecnologo	2	Tal vez	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Android	
karito.bibiana@gmail.com	Karol Riaño	1	Profesional	1	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Mac - IOS	
bibisgm@gmail.com	Bibiana linares	1	Maestría	1	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Android	Gracias
neslamaria@hotmail.com	Nesla ramirez	3	Profesional	1	Sí	Sí	Sí	Voz a Voz	Sí	Android	
geral.naranjito@gmail.co	Geraldine naranjo quinter	3	Profesional	1	No	Sí	Sí	Voz a Voz	Tal vez	Mac - IOS	Gracias
linabos221419@gmail.co	Catalina Villalobos	3	Especialista	1	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Android	
jenny_61373@hotmail.co	Alexandra angulo ocampo	4	Especialista	1	Sí	Sí	Sí	Voz a Voz	Sí	Mac - IOS	
yohacasely@hotmail.com	Yohana Milena Castillo C	3	Especialista	2	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Android	
lidafi7@hotmail.com	Lida Consuelo Figueredo	1	Especialista	2	Tal vez	Tal vez	Sí	Redes Sociales	Sí	Windows	
dr.sandrav@gmail.com	Sandra Vargas	1	Especialista	2	Sí	Sí	Sí	Voz a Voz	No	Android	
samisierraosorio@hotmai	Sandra Milena sierra oso	1	Especialista	2	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Android	
maca.rodriguezcasallas@	María Camila Rodríguez	1	Profesional	1	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Windows	
nannycue@hotmail.com	Nancy carolina morales	2	Profesional	2	Sí	Sí	Sí	Voz a Voz	Sí	Android	
gicela.vega@uptc.edu.co	gicela vega niño	2	Tecnologo	2	Sí	Sí	Sí	Voz a Voz	Sí	Android	
dianitacaji@yahoo.es	Diana cañon	4	Tecnologo	3	Sí	Sí	Tal vez	Voz a Voz	Sí	Android	
gabyorpe25@hotmail.com	Gabriella Pérez Ortiz	1	Profesional	1	Sí	Sí	Sí	Voz a Voz	Sí	Android	
sarabeltransaenz@hotma	Sara Daniela Beltrán Sae	3	Profesional	1	Sí	Tal vez	Tal vez	Voz a Voz	Tal vez	Mac - IOS	
andreamottacastro@gma	Andrea Del Pilar Motta Ca	2	Especialista	1	Sí	Sí	Sí	Voz a Voz	Sí	Mac - IOS	
ednapalacios@usantoton	Rocío Palacios	3	Profesional	1	Sí	Sí	No	Voz a Voz	No	Windows	
paulap493@gmail.com	Paula Prieto	3	Profesional	1	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Android	
julianaocampor12@gmail	Juliana ocampo	3	Tecnologo	3	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Android	
daniimosquera90@gmail	Daniela Mosquera Martín	3	Profesional	2	Sí	Sí	Sí	Voz a Voz	Sí	Android	
chiquita156@gmail.com	Lyda jazmín zamora	3	Profesional	1	Sí	Sí	Sí	Redes Sociales	Sí	Mac - IOS	Gracias buen pro

Fuente Elaboración Propia.