****

Escuela de Graduados

**ANTEPROYECTO FINAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE:**

**MAESTRIA EN COMERCIO ELECTRONICO**

Título:

**Coaching virtual en alimentación inteligente para adultos ocupados mediante herramientas electronicas.**

Sustentado por:

Nombre: Matricula:

**Starling A. Germosen Reynoso 2014-1569**

**Profesora**

**Dra. Sención R. Yvelice Zorob Avila**

**Distrito Nacional**

**2016**

# SELECCION Y DEFINICION DEL TEMA DE INVESTIGACION

* 1. **Título de la Investigación**

Coaching virtual en alimentación inteligente para adultos ocupados mediante herramientas tecnológicas.

* 1. **Definición del Tema de Investigación**

**Coaching:**

**Virtual:**

**Alimentación Inteligente:**

**Adultos Ocupados:**

**Herramientas Tecnológicas:**

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

En la República Dominicana, tanto los hombres como las mujeres, entre los 15 a 59 años, presentan sobrepeso o son obesos. Los hombres entre 15 a 49 años registran un 38.8% de sobrepeso u obesidad, mientras en el caso de las mujeres un 7% es considerada delgada y un 50% posee sobrepeso o es obesa (Campos, 2014).

Más del 10% de la población nacional, aproximadamente un millón de personas, padece de diabetes al tiempo que se registran cada vez más infartos, accidentes cerebro vasculares y casos de artritis. Esto se debe al estilo de vida del promedio de la población dominicana y a la carencia de una alimentación balanceada. (Tió, 2015)

La obesidad ligada a los malos hábitos de alimentación, no es algo que afecta solo a la Republica Dominicana, sino a todo el planeta; sin embargo, a diferencia de otros países en sub desarrollo, la Republica Dominicana, cuenta con los mecanismos necesarios para que cada dominicano tenga una alimentación adecuada.

No cabe duda de que la falta de orientación al respecto, es un factor determinante en lo alarmante de estas cifras.

# OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

* 1. **Objetivo General**

Crear una infraestructura tecnológica, que permita a los ciudadanos aprender a alimentarse correctamente de manera virtual.

* 1. **Objetivos Específicos**
     1. Analizar las empresas líderes en el tema de nutrición y el uso que le han dado las mismas a las herramientas tecnológicas, con la finalidad de estudiar las experiencias que han tenido estas en el área.
     2. Diseñar un portal web que permita brindar evaluación, asesoría y guía de manera virtual a las personas que deseen perder peso.
     3. Valorar el modelo propuesto en el sector de la industria del Fitness en República Dominicana.

# JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

* 1. **Justificación Teórica**

El incremento exponencial que ha vivido la republica dominicana en comercio electrónico en los últimos años no ha sido el mejor si lo comparamos con otros referentes similares en latinoamerica, sin embargo el avance aunque sea lento es avance.

Nos atrevemos a jurar que dentro de no más de 5 años la República Dominicana tendrá la plena confianza de transaccionar con herramientas de comercio electrónico, incluyendo en estas las redes sociales, los portales webs, las apps; todas estas entre lazadas e intercomunicadas con nuestras cuentas bancarias y wallets digitales.

Todo esto ofrece una oportunidad inmensurable de ofrecer servicios y tener formas eficientes para cobrar sin tener que reinventar la rueda, o trabajar demás en la creación de utilidades transaccionales para el cobro de pagos pendientes por servicio. Esto quiere decir, que podemos enfocarnos únicamente en la estructuración de un modelo que nos permita aprovechar esta eficientizacion en la forma de cobrar por servicios pagados; es ahí, donde nace la idea de ofrecer un servicio de asesoría virtual en el cual, las personas que tienen dificultad para visitar los centros de atención médica para trabajar su salud, puedan sentirse a gusto trabajando en lograr sus metas con una asesoría virtual.

Existe actualmente un auge por el culto a uno mismo en el país, que es bueno aprovechar, las personas se están montando en la ola del fitness, sin embargo, al poco tiempo dejan estos hábitos, por no disponer del tiempo necesario para realizar sus actividades.

Según Jim Stoppanni, Phd en Nutrición, uno de los enemigos más mortales de los buenos hábitos alimenticios, es la falta de motivación y seguimiento, contarle a nuestros amigos sobre lo que estamos tratando de lograr y las metas que queremos alcanzar es un buen motivador, a su vez, contar con un experto que nos de asesoría, es una herramienta eficaz, dice el afamado autor creador de los métodos más innovadores de pérdida de peso “Shorcut to Shred” y “Shorcut to Size” y creador de su propia línea de suplementos “JYM” al portal web Bodybuilding.com.

En ocasiones el no contar con el apoyo de alguien que nos diga por dónde ir, o que nos anime cuando fallamos, es lo que nos hace mantenernos de pie en el ring, luchando por conseguir nuestros objetivos.

Cabe resaltar que la republica dominicana cuenta con excelentes entrenadores, Nutricionistas y Coach, lamentablemente no están al alcance de toda la población, por razones monetarias o de inversión de tiempo que es el factor más delimitante para nuestro sector.

Nuestra finalidad es, crear las facilidades para que las personas común y corriente, puedan desde su celular, Tablet u ordenador desde la facilidad del lugar donde se encuentren, puedan saber que han hecho bien y que han hecho mal.

* 1. **Justificación Metodológica**

Por lo general, el Couch en nutrición, en la Republica Dominicana, funciona según nuestra experiencia personal, de la siguiente manera:

Un usuario va a un gimnasio, dietista, nutriólogo o personal trainer, donde le dan una dieta genérica dependiendo de sus necesidades personales.

Esto quiere decir, que no importa si el tipo de sangre ni los niveles metabólicos, siempre si su finalidad es perder peso, recibirá una dieta muy similar a la de otra persona que también quiere perder peso, aunque dependiendo del tamaño del paciente, según la experiencia del evaluador, se puede variar las porciones o los tipos de alimento.

Una vez realizada la rutina alimentaria, la persona es enviada al avismo del olvido durante una semana, donde debe nuevamente reunirse con el evaluador el cual le dirá si va bien o mal, sin saber si realmente el cliente llevo la rutina correctamente.

Salvo algunas excepciones, que usan WhatsApp para comunicarse con su cliente y preguntarles cómo van en su rutina, no existe un seguimiento real del paciente, esto quiere decir, que al final, el que debe poner de su parte para lograr la mejoría de salud o controlar su peso, es el mismo paciente.

Partiendo de esta premisa, es entendemos que al no existir una plataforma que permita dar seguimiento a las personas que desean cambiar sus estilos de vida por hábitos más saludables, debemos explotar ese mercado, ofreciendo un coaching virtual el cual incluye asesoramiento standard y seguimiento personalizado.

* 1. **Justificación Practica**

La creación de un

La mecánica propuesta es que las salas de cine incluyan un lector de códigos QR el cual puede ser colocado como una aplicación en una tableta de forma que la persona que compre los tickets simplemente pueda presentarlos en su Smartphone o cualquier otro dispositivo móvil el cual bien podría ser una tableta o incluso un reloj inteligente, el empleado del cine solo tendría que validar la entrada para permitir el acceso al cliente, así de rápido y así de simple. Esta es la propuesta principal en la que se le brinda un beneficio al cliente, sobre todo el que quiere evitar filas y mucho más aun el que llega con algún retraso, no tiene que perder tiempo haciendo una fila adicional.

Evidentemente que se debe contemplar una aplicación móvil que le permita al consumidor adquirir las entradas, para esto se debe tomar en cuenta el desarrollo de una *app* que permita asociar los medios de pagos preferidos por el cliente, los cuales pueden ser tarjetas de crédito y la cuenta pospago de su servicio móvil para cargo a factura, de igual forma puede asociarse si se trata de un servicio prepago aunque evidentemente se requerirá de balance recargado para realizar cualquier transacción. Este componente demanda la inclusión de los operadores de telefonía móvil de nuestro país al ecosistema propuesto, formando también parte de los beneficiados de este plan de comercio electrónico, completando la cadena con los establecimientos de cine y por supuesto los consumidores.

# MARCO DE REFERENCIA

* 1. **Marco Teórico**

Las boleterías virtuales fundamentan su operación sobre internet, los medios de pago y acuerdos con proveedores de eventos y entretenimiento utilizando plataformas tecnológicas que le permitan llevar a los consumidores y clientes potenciales la facilidad para obtener tickets de una forma rápida, sin filas y sin traslado.

Las principales actividades en el contexto de venta de entradas en línea se encuentran las ventas para conciertos y eventos deportivos, siendo a nivel internacional las compañías principales Ticketmaster, TicketCity, RazorGator, Vivid Seats, muchas de estas empresas funcionan como distribuidoras y retailers, brokers para empresas menos grandes. A nivel local Ticket Express y Uepa Tickets tienen la representación más importante del mercado, siendo su género principal la venta de entradas para actividades musicales.

Evidentemente que los eventos musicales y conciertos demandan otro tipo de gestión en términos de logistica que debe ser realizado de forma individual para cada tipo de evento, en contraste con la venta de tickets para la industria del cine, los acuerdos son menos dinámicos o cambiantes, pues una vez son logrados entre los distintos actores, los cambios son menores y requieren menos interacción humana, prestándose mucho mejor para una aplicación de gestión y venta de entradas con un mantenimiento o intervención básico.

* 1. **Marco Conceptual**

**Comercio Electrónico:** Se define comercio electrónico como “cualquier actividad que involucre a empresas que interactúan y hacen negocios por medios electrónicos, bien con clientes, bien entre ellas, o bien con la Administración. Incluyendo el pedido y pago electrónico y on-line de bienes que se envían por correo así como el envío on-line de servicios como publicaciones, software e información” (Indotel, 2016).

**Internet:** La internet es una red global de computadoras, permitiendo que puedan ser intercambiados pequeños mensajes entre ellas usando un lenguaje común llamado TCP/IP (Transmision Control Protocol / Internet Protocol) (WebWise BBC, 2012).

**Aplicación Móvil (app):** se le llama app a las aplicaciones destinadas a ser ejecutadas sobre dispositivos móviles como tabletas, teléfonos y relojes inteligentes, entre otros y que se puede integrar a las características del equipo, como su cámara o sistema de posicionamiento global (GPS). Además se puede actualizar para añadirle características (La Nacion, 2011).

**Operador Telefónico:** empresas que brindan servicios de telefónica móvil, fija o ambas, usualmente también brindan acceso a Internet y otras son *full service provider*, esto significa que proveen todos los servicios de telecomunicaciones, voz, data y video.

**Medios de Pago:** “Los medios de pago son un conjunto de herramientas que sirven para realizar el pago de transacciones económicas entre los diferentes agentes económicos, evitando que se tenga que emplear dinero físico (monedas y billetes)” (Edufinet).

**Servicios Web:** Existen diversas definiciones para explicar lo que son los web services, sin embargo podríamos citar de forma práctica que estos se basan en un servidor y un cliente, también conocido como un consumidor y un proveedor. Como su nombre lo indica es una aplicación orientada a la web, típicamente servida a través del protocolo HTTP (HyperText Transfer Protocol) o HTTPS (HTTP seguro) con el objetivo de brindar interoperabilidad entre plataformas, que se puedan comunicar entre sí sin importar que sean de suplidores distintos, tecnologías diferentes o incluso con diferencia de edad (Kalin, 2013).

# ASPECTOS METODOLOGICOS

**Propósito de la Investigación: Aplicada**

El propósito de la investigación es aplicada apoyado en la base del objetivo general con la meta de elaborar un plan para una boletería virtual en venta de entradas al cine.

**Nivel de Conocimiento: Exploratorio**

Aunque el modelo de negocio de venta de tickets en línea ya existe en República Dominicana, incluyendo la venta de entradas al cine, la disponibilidad de una aplicación móvil que permita adquirir tickets digitales que puedan ser validados al momento de entrar a la sala de proyección sin requerir documento alguno y además con la variante de incluir medios de pagos adicionales, tal el caso de los operadores de telefonía móvil, no ha sido contemplado por lo que la exploración ayudara a elaborar el modelo de negocios y el plan de acción que serán planteados en la investigación.

**Estrategia: Documental y de campo**

La web, fuentes bibliográficas y consultas a expertos serán la base que apoyen la investigación de las estrategias a llevar a cabo para el desarrollo del plan de boletería virtual.

**Métodos Teóricos:**

**Análisis:** nos permitirá descomponer cada componente necesario para la elaboración del plan de manera que puedan ser estudiados y valorados de acuerdo al aporte que hacen en la investigación.

**Síntesis:** ayudara a integrar todos los elementos requeridos para proponer el ecosistema que soportara el objetivo de la investigación.

**Inducción:** a partir del estudio de situaciones particulares propias del objeto a investigar así como otros casos y referencias similares al plan de negocios propuesto que nos permitirá llegar a conclusiones generales.

**Deducción:** analizara aspectos generales de la venta de entradas al cine en línea con la finalidad de identificar posibles errores de manera que se puedan hacer los planteamientos correctos que contribuyan y den el mejor apoyo a la investigación.

**Métodos Empíricos:**

**Consulta a Expertos:** este método empírico nos permitirá evaluar recomendaciones que puedan surgir en los planteamientos sobre todo en lo que respecta a componentes técnicos que estarían formando parte del sistema propuesto.

**Encuesta:** nos permitirá establecer mediciones en términos del consumo potencial de la aplicación móvil que como plan del objeto investigado.

**Enfoque de Sistema:** ayudara a estudiar de forma separada cada componente o subsistema con el objetivo de modelar el objeto de la investigación, de igual manera la relación que existe entre ellos y su interacción.

# TABLA DE CONTENIDO DEL INFORME FINAL

**Resumen**

**Índice**

**Introducción**

**Capítulo I – Boleterías Virtuales de Referencia y Antecedentes**

1.1 Origen y Tendencias del Comercio Electrónico Orientado a la Venta de Tickets

1.2 Principales Empresas en la Venta de Tickets en Línea

1.3 Diagnostico y Situación Actual de las Boleterías Virtuales en Republica Dominicana

**Capítulo II – Diseño del Plan de Boletería Virtual Orientado al Cine**

2.1 Condiciones y Requerimientos en la Elaboración del Plan de Boletería Virtual

2.2 Principales Componentes y Estructura del Plan de boletería Virtual y App para Dispositivos Móviles

2.3 Técnicas y Procedimientos

**Capítulo III – xxxx**

3.1 xxxx

3.2 xxxx

3.3 xxxx

**Conclusiones y Recomendaciones**

**Referencias Bibliográficas**

**Anexos**