



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS MATEMÁTICAS Y FÍSICAS CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

**ANÁLISIS BASADO EN RAZONAMIENTO
PROBABILÍSTICO DIFUSO
PARA E-COMMERCE
Y MARKETING
WEB**

PROYECTO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

AUTOR:

LUIS FERNANDO ASITIMBAY VALENTE

TUTOR:

Ing. Lorenzo Cevallos Torres, M.Sc.

GUAYAQUIL – ECUADOR

2018



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO: “Análisis basado en razonamiento probabilístico difuso para E-Commerce y Marketing web”.

AUTOR:

Luis Fernando Asitimbay Valente

REVISORES: Ing. Lorenzo Cevallos

Ing. Jonathan Delgado

INSTITUCIÓN: Universidad de
Guayaquil

FACULTAD: Ciencias Matemáticas y
Físicas

CARRERA: Ingeniería en Sistemas Computacionales

FECHA DE PUBLICACIÓN

Nº DE PÁGS.:

ÁREA TEMÁTICA: Sistema

PALABRAS CLAVES: e-commerce, Razonamiento Probabilístico, Lógica difusa, Marketing, Inteligencia Artificial, Comportamiento Social.

RESUMEN:

Nº DE REGISTRO(en base de
datos):

Nº DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF

X

si

no

CONTACTO CON AUTOR:

Luis Fernando Asitimbay Valente

Teléfono:

0991828077

E-mail:

luis.asitimbayv@ug.edu.ec

**CONTACTO DE LA
INSTITUCIÓN:**

Carrera Ingeniería en Sistemas
Computacionales.

Nombre: Ab. Juan Chavéz Atocha

2307729

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“Análisis basado en razonamiento probabilístico difuso para E-Commerce y Marketing web”** elaborado por el **Sr. Luis Fernando Asitimbay Valente**, Alumno no titulado de la Carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales, Facultad de Ciencias Matemáticas y Físicas de la Universidad de Guayaquil, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Sistemas Computacionales, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Ing. Lorenzo Cevallos Torres, M.Sc.

TUTOR

DEDICATORIA

El presente proyecto de titulación va dedicado, a mi madre Manuela Valente Naula, a mi padre Juan Asitimbay Atupaña y a mis hermanos, sin ellos todos estos años de arduo sacrificio no hubiesen tenido sentido alguno. Por nutrirme con sus sabios consejos, experiencias y conocimiento, además de alentarme siempre con sus palabras bondadosas, les dedico mi trabajo y mis futuros logros. A mis sobrinos esperando, sea esto motivo de inspiración para seguir adelante con sus estudios.

Luis Fernando Asitimbay Valente

AGRADECIMIENTO

A Dios, mis padres y hermanos por su amor incondicional, formación como ser humano y constante preocupación en mi vida estudiantil.

Al Ingeniero Lorenzo Cevallos por sus conocimientos impartidos en este proyecto, por ser el guía durante el presente trabajo.

A mis amigos, en especial: a Kerlly por su constante apoyo y consejos.

A Licenciada Carmen Antón, por su ayuda constante y motivación diaria que me dio en todo el proceso de este proyecto.

Luis Fernando Asitimbay Valente

TRIBUNAL PROYECTO DE TITULACIÓN

Ing. Eduardo Santos Baquerizo, M.Sc.
DECANO DE LA FACULTAD CIENCIAS
MATEMATICAS Y FISICAS

Ing. Abel Alarcón Salvatierra, Mgs.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE
INGENIERÍA EN SISTEMAS
COMPUTACIONALES

Ing. Jonathan Delgado Guerrero, M.Sc.
PROFESOR REVISOR DEL ÁREA
TRIBUNAL

Ing. Jimmy Ignacio Sornoza Moreira, M.Sc.
PROFESOR REVISOR DEL ÁREA
TRIBUNAL

Ing. Lorenzo Cevallos Torres, M.Sc.
PROFESOR TUTOR DEL PROYECTO
DE TITULACION

Ab. Juan Chávez Atocha, Esp.
SECRETARIO

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Titulación, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

Luis Fernando Asitimbay Valente



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS MATEMÁTICAS Y FÍSICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

ANÁLISIS BASADO EN RAZONAMIENTO
PROBABILÍSTICO DIFUSO
PARA E-COMMERCE
Y MARKETING
WEB

Proyecto de Titulación que se presenta como requisito para optar por el título de
INGENIERO EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

Autor:

Luis Fernando Asitimbay Valente
C.I.0927908491

Tutor: Ing. Lorenzo Cevallos Torres, M.Sc.

Guayaquil, Marzo 2018

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del proyecto de titulación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Matemáticas y Físicas de la Universidad de Guayaquil.

CERTIFICO:

Que he analizado el Proyecto de Titulación presentado por el estudiante **Luis Fernando Asitimbay Valente**, como requisito previo para optar por el título de Ingeniero en Sistemas Computacionales cuyo problema es:

En el país la mayoría de pymes dedicada al comercio, poseen una tienda física y muchas de ellas hacen publicidad, promociones y ventas por internet. El problema que se encuentra en pymes que poseen sus productos para venta en internet pero ellos no respetan ese stock. Con respecto al cliente se ve en la problemática de que al retirar el producto se le informa que ya no hay stock y se suele recomendar que se dirijan a otra sucursal, en el cual vuelven a pasar por el mismo problema, este problema suele ocurrir debido a que el vendedor toma el producto sin saber que es exclusivamente para la venta por internet y se lo vende a otra persona.

A consecuencia de la falta de seriedad de las pymes respecto a la venta de sus productos por internet se propone presentar un caso de estudio de toma de decisiones para el correcto manejo de inventarios con la finalidad de proveer al cliente el stock necesario para la venta del producto por internet.

Considero aprobado el trabajo en su totalidad.

Presentado por:

Luis Fernando Asitimbay Valente
Cédula de ciudadanía N° 0927908491

Tutor: Ing. Lorenzo Cevallos Torres M.Sc.

Guayaquil, Marzo 2018



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS MATEMÁTICAS Y FÍSICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

Autorización para Publicación de Proyecto de Titulación en Formato Digital

1. Identificación del Proyecto de Titulación

Nombre Alumno: Luis Fernando Asitimbay Valente	
Dirección: Av. 25 de Julio Coop. Nueva Guayaquil Mz. 1 Sl. 3	
Teléfono: 0991828077	E-mail: luis.asitimbayv@ug.edu.ec

Facultad: Ciencias Matemáticas y Físicas
Carrera: Ingeniería en Sistemas Computacionales
Proyecto de titulación al que opta: Ingeniero en sistemas Computacionales
Profesor guía: Ing. Lorenzo Cevallos Torres, M.Sc.

Título del Proyecto de titulación: Análisis basado en razonamiento probabilístico difuso para E-commerce y Marketing web
Tema del Proyecto de Titulación: e-commerce, Razonamiento Probabilístico, Lógica difusa, Marketing, Inteligencia Artificial, Comportamiento Social.

2. Autorización de Publicación de Versión Electrónica del Proyecto de Titulación.

A través de este medio autorizo a la Biblioteca de la Universidad de Guayaquil y a la Facultad de Ciencias Matemáticas y Físicas a publicar la versión electrónica de este Proyecto de titulación.

Publicación electrónica:

Inmediata	☒	Después de 1 año	☐
-----------	-------------------------------------	------------------	--------------------------

Luis Fernando Asitimbay Valente

3. Forma de envío:

El texto del proyecto de titulación debe ser enviado en formato Word, como archivo .Doc. O .RTF y .Puf para PC. Las imágenes que la acompañen pueden ser: .gif, .jpg o .TIFF.

DVDROM

☐

CDROM

☒

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL PROYECTO DE TITULACIÓN	V
DECLARACIÓN EXPRESA	VI
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	VIII
Autorización para Publicación de Proyecto de Titulación en Formato Digital	IX
ÍNDICE GENERAL.....	X
ABREVIATURAS	XII
SIMBOLOGÍA.....	XIII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVI
Resumen.....	XX
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	5
EL PROBLEMA	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
Situación Conflicto Nudos Críticos	6
Causas y Consecuencias del Problema	8
Delimitación del Problema.....	9
Formulación del Problema	9
Evaluación del Problema.....	10
OBJETIVOS	12
OBJETIVO GENERAL	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
ALCANCES DEL PROBLEMA	13
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	14
METODOLOGÍA DEL PROYECTO	14
1.- Definición del Problema central	14
2.- Análisis de Involucrados.....	16
3.- Análisis del problema	18
CAPÍTULO II	19
MARCO TEÓRICO.....	19
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	19
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	20
e-commerce	23
Definición de e-commerce	23
Tipo de e-commerce.....	24
Situación actual de las empresas en e-commerce a nivel mundial.....	25
E-commerce en Ecuador	26

Datos estadísticos sobre inversión en tecnología por las empresas ecuatorianas .	29
MARKETING.....	31
MARKETING WEB.....	32
RAZONAMIENTO PROBABILÍSTICO	36
Inteligencia Artificial	46
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	47
CAPÍTULO III.....	50
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	50
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	50
Introducción del capítulo.....	50
Definiciones básicas.....	51
Método de realización del caso de estudio.....	70
CAPÍTULO IV.....	86
CONCLUSIONES	86
Bibliografía	88

ABREVIATURAS

B2B	Business to Business (Negocio a Negocio)
B2C	Business to Consumer (Negocio a Consumidor)
B2E	Business to Employee (Negocio a Empleado)
C2C	Consumer to Consumer (Consumidor a Consumidor)
G2C	Government to Consumer (Gobierno a Consumidor)
PYMES	Pequeñas y medianas empresas
WWW	World Wide Web

SIMBOLOGÍA

S	Desviación estándar
e	Error
E	Espacio muestral
$E(Y)$	Esperanza matemática de la v.a. y
s	Estimador de la desviación estándar
e	Exponencial

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1	
Causas y Consecuencias del Problema.....	8
CUADRO N° 2	
Delimitación del Problema	9
CUADRO N° 3	
Situación de las empresas en e-commerce a nivel mundial	25
CUADRO N° 4	
Tipo de navegadores	33
CUADRO N° 5	
Motivos por las que se da vaguedad lingüística.....	39
CUADRO N° 6	
Variable lingüística Género.....	53
CUADRO N° 7	
Variable lingüística Atención Recibida Cliente	53
CUADRO N° 8	
Variable lingüística Recomendación otros Usuarios	54
CUADRO N° 9	
Variable lingüística Tiempo respuesta reclamo.....	54
CUADRO N° 10	
Variable lingüística Disponibilidad producto web	54
CUADRO N° 11	
Variable lingüística Satisfacción calidad producto	55
CUADRO N° 12	
Variable lingüística Acceso producto almacén	55
CUADRO N° 13	
Variable lingüística Contestación del cliente.....	55
CUADRO N° 14	
Tabla de frecuencia de la variable Género	56

CUADRO N° 15	
Tabla de frecuencia de la variable Atención recibida cliente	57
CUADRO N° 16	
Tabla de frecuencia de la variable Recomendación otros Usuarios.....	59
CUADRO N° 17	
Tabla de frecuencia de la variable Tiempo respuesta reclamo	61
CUADRO N° 18	
Tabla de frecuencia de la variable Disponibilidad producto web.....	63
CUADRO N° 19	
Tabla de frecuencia de la variable Satisfacción calidad producto.....	65
CUADRO N° 20	
Tabla de frecuencia de la variable Acceso producto almacén.....	67
CUADRO N° 21	
Tabla de frecuencia de la variable Contestación cliente.....	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	
Análisis Campo Fuerza	15
GRÁFICO 2	
Matriz de Interesados	17
GRÁFICO 3	
Ranking de países que lideran en e-commerce.....	22
GRÁFICO 4	
Análisis Campo Fuerza del e-commerce.....	23
GRÁFICO 5	
ecuatorianos con acceso al internet en el hogar.....	26
GRÁFICO 6	
ecuatorianos que poseen un Smartphone	27
GRÁFICO 7	
ecuatorianos que poseen al menos una portátil en el hogar	27
GRÁFICO 8	
Inversiones en tecnologías de la información y comunicación.....	30
GRÁFICO 9	
Distribución de montos de inversión en TIC	31
GRÁFICO 10	
SPSS IBM Pantalla Inicio	35
GRÁFICO 11	
Técnicas de Investigación Razonamiento Probabilístico.....	37
GRÁFICO 12	
Conjuntos tradicionales.....	41
GRÁFICO 13	
Conjuntos Difusos.....	42
GRÁFICO 14	
Funciones clásicas utilizadas.....	43

GRÁFICO 15	
Operaciones Lógicas Tradicional.....	44
GRÁFICO 16	
Modus Ponens	44
GRÁFICO 17	
Por medio del Mínimo	45
GRÁFICO 18	
Por medio del producto	46
GRÁFICO 19	
Extracción de datos mediante Linkert.....	52
GRÁFICO 20	
Extracción de datos de las FanPages.....	53
GRÁFICO 21	
Diagrama de barras de la variable Género	56
GRÁFICO 22	
Diagrama de barras de la variable Atención recibida cliente	57
GRÁFICO 23	
Diagrama de barras de la variable Recomendaciones otros usuarios	59
GRÁFICO 24	
Diagrama de barras de la variable Tiempo respuesta reclamo	61
GRÁFICO 25	
Diagrama de barras de la variable Disponibilidad producto web	63
GRÁFICO 26	
Diagrama de barras de la variable Satisfacción calidad producto	65
GRÁFICO 27	
Diagrama de barras de la variable Acceso producto almacén	67
GRÁFICO 28	
Diagrama de barras de la variable Contestación cliente	69
GRÁFICO 29	
Diagrama de Bloques del Sistema	72

GRÁFICO 30	
Disponible producto Web-Variable lingüística y su función de pertenencia.	74
GRÁFICO 31	
Acceso producto almacén - Variable lingüística y su función de pertenencia.	75
GRÁFICO 32	
Satisfacción calidad de producto - Variable lingüística y su función de pertenencia.	76
GRÁFICO 33	
Tiempo respuesta reclamo del cliente - Variable lingüística y su función de pertenencia.	77
GRÁFICO 34	
Atención recibida cliente - Variable lingüística y su función de pertenencia.	78
GRÁFICO 35	
Recomendación otros usuarios - Variable lingüística y su función de pertenencia.	79
GRÁFICO 36	
Contestación cliente e importancia para la empresa - Variable lingüística y su función de pertenencia.	80
GRÁFICO 37	
Reglas del sistema de inferencias difusas	81
GRÁFICO 38	
Resultado de Acceso Producto Almacen y Disponibilidad Web	81
GRÁFICO 39	
Reglas difusas de Acceso Producto Almacén y Disponibilidad Web	82
GRÁFICO 40	
reglas de inferencia Difusa	82
GRÁFICO 41	
Reglas de Inferencias Difusas	83
GRÁFICO 42	
Resultado	83

GRÁFICO 43	
Reglas	84
GRÁFICO 44	
Reglas de Inferencias Difusas	84
GRÁFICO 45	
Resultado.....	85
GRÁFICO 46	
Resultado.....	85



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS MATEMÁTICAS Y FÍSICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

ANÁLISIS BASADO EN RAZONAMIENTO
PROBABILÍSTICO DIFUSO
PARA E-COMMERCE
Y MARKETING
WEB

Autor: Luis Fernando Asitimbay Valente
Tutor: Ing. Lorenzo Cevallos Torres M.Sc.

Resumen

En el país la mayoría de pymes dedicada al comercio, poseen una tienda física y muchas de ellas hacen publicidad, promociones y ventas por internet. El problema que se encuentra en pymes que poseen sus productos para venta en internet pero ellos no respetan ese stock. Con respecto al cliente se ve en la problemática de que al retirar el producto se le informa que ya no hay stock y se suele recomendar que se dirijan a otra sucursal, en el cual vuelven a pasar por el mismo problema, este problema suele ocurrir debido a que el vendedor toma el producto sin saber que es exclusivamente para la venta por internet y se lo vende a otra persona. A consecuencia de la falta de seriedad de las pymes respecto a la venta de sus productos por internet se propone presentar un caso de estudio de toma de decisiones para el correcto manejo de inventarios con la finalidad de proveer al cliente el stock necesario para la venta del producto por internet.

Palabras Claves: e-commerce, Razonamiento Probabilístico, Lógica difusa, Marketing, Inteligencia Artificial, Comportamiento Social.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS MATEMÁTICAS Y FÍSICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

ANALYSIS BASED ON REASONING
DIFFUSE PROBLEM FOR
E-COMMERCE AND
MARKETING
WEB

Autor: Luis Fernando Asitimbay Valente
Tutor: Ing. Lorenzo Cevallos Torres M.Sc.

Abstract

In the country the majority of SMEs dedicated to trade, own a physical store and many of them advertise, promote and sell online. The problem that is found in SMEs that have their products for sale on the Internet but they do not respect that stock. With regard to the client, the problem is that when the product is withdrawn, it is informed that there is no longer stock and it is usually recommended that they go to another branch, in which they go through the same problem again, this problem usually occurs due to that the seller takes the product without knowing that it is exclusively for sale on the internet and sells it to another person. As a result of the lack of seriousness of SMEs regarding the sale of their products over the Internet, it is proposed to present a case study of decision making for the correct handling of inventories in order to provide the customer with the necessary stock for the sale of the product. product online.

Key words: e-commerce, Probabilistic Reasoning, Fuzzy Logic, Marketing, Artificial Intelligence, Social Behavior.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad con el surgimiento del internet y el avance de la tecnología, existe un mundo de posibilidades para las personas que hacen uso de las mismas. Varias de las posibilidades que brinda el internet es el Marketing Web, comercio electrónico (e-commerce) y comunicación entre usuarios (Comportamiento Social) los cuales son utilizados para motivos específicos de cada usuario de tal manera, resulta ser una herramienta tecnológica de mucha utilidad para las personas emprendedora y pymes.

El comercio electrónico ha ido tomando mucha fuerza con el pasar de los años, el avance de la tecnología y la rapidez para culminar negocios han impulsado el desarrollo del comercio electrónico, el cual ha transformado la forma de vender un producto o servicio por medio de la web y otras redes de computadoras. Empresas de comercio minorista por internet como Walmart, Best buy, Amazon, aliexpres etc. ofrecen a sus clientes precios bajos y entregas a domicilio, aprovechando la ventajas que tienen al encontrarse en países desarrollados como Estados Unidos, Canadá o China. La utilización globalizada de medios electrónicos, hace que cada segundo se recopile una cantidad enorme de información privilegiada acerca de gustos, preferencias, horarios y rutas de ubicación de los usuarios de internet.

Según (Ministerio de Telecomunicaciones, 2015) el 96.8% de pymes dedicados al comercio en el Ecuador tienen conexión a internet, además solo el 28.4% posee una plataforma Web y el 46.2% utilizan redes Sociales. Dado estas cifras podemos dar cuenta que muchos de los pymes tienen acceso a la herramienta tecnológica Internet, pero no todas hacen uso de la misma, con la cual puedan dar a conocer todos sus productos, servicios y bondades que estas puedan brindar.

El comercio electrónico en nuestro país, a pesar que la población en un 81% tiene acceso a internet según (INEC, 2016), aún se encuentra en proceso de inicio, por lo cual como clientes no tenemos las ventajas que tienen los clientes de estas grandes empresas, como BEST BUY, WALMART, etc., debido a la falta de cultura que existe para comprar por internet, además por la poca confianza que tienen los

clientes para este tipo de compras, otro de los problemas es el traslado de la mercadería hacia nuestro domicilio tienen un costo muy elevado.

En el país la mayoría de pymes dedicada al comercio, poseen una tienda física y muchas de ellas hacen publicidad, promociones y ventas por internet. El problema que se encuentra en pymes y pequeñas empresa como Novicumpu, Computron, Laphone, es que poseen sus productos para venta en internet pero ellos no respetan ese stock.

Con respecto al cliente se ve en la problemática de que al retirar el producto se le informa que ya no hay stock y se suele recomendar que se dirijan a otra sucursal, en el cual vuelven a pasar por el mismo problema, este problema suele ocurrir debido a que el vendedor toma el producto sin saber que es exclusivamente para la venta por internet y se lo vende a otra persona. (Couso R.P., 2015)

A consecuencia de la falta de seriedad de las pymes respecto a la venta de sus productos por internet se propone presentar un caso de estudio de toma de decisiones para el correcto manejo de inventarios con la finalidad de proveer al cliente el stock necesario para la venta del producto por internet. (Ramírez Hernandez, D.C., Jiménez-Leal, W., 2013)

Con la finalidad de poder determinar la incertidumbre de los clientes con respecto al uso del internet para adquirir productos mediante la compra de los mismos, se procede a determinar como metodología de estudio en esta investigación la del razonamiento probabilístico. (Batanero, C., Ortiz, J.J., Serrano, L, Albanese, 2016)

Con base en lo expuesto anteriormente (Batanero, C., Ortiz, J.J., Serrano, L, Albanese, 2016); “El razonamiento sobre probabilidad condicional suele causar mucha confusión, pero es importante en las situaciones de riesgo que encontramos en la vida cotidiana”.

Para el desarrollo de este caso de estudio se utiliza la metodología propuesta por (Bruna, Cifuentes, Díaz, & Ossa, 2017), el cual indica que, el enfoque del razonamiento probabilístico consiste en utilizar la lógica para proporcionar una respuesta de forma adecuada a ciertas problemáticas en donde la información es incierta, en el cual se aplican reglas de lógica, las mismas que pueden ser tanto inductivo como deductivo.

Por otro lado para medir el razonamiento bajo el enfoque de toma de decisiones; se considera a la Lógica difusa, como una aplicación de suma relevancia en el procesamiento de incertidumbre mediante el uso de variables lingüísticas que me ayudan a definir resultados cualitativos acorde a las decisiones naturales de pertenencia mediante conjunto difusos. (Ruvalcaba Coyaso, F. J., & Vermonden, 2015); (Salgado, C. H., Peralta, M. Resco, D. E., Balgorria, L. & Montejano, G.A., 2017).

Como consecuente está la comunicación entre usuarios que refleja el comportamiento de los mismos, con el cual mediante el análisis de razonamiento probabilístico difuso, se obtendrá el grado de confianza, satisfacción y el compromiso que define la actitud del usuario con respecto a la estrategia planteada por las pequeñas empresas, utilizando el marketing web. Además se medirá la influencia que tiene el comportamiento del consumidor al realizar comentarios positivos o negativos hacia los pymes en las redes sociales. (Saleh, S. H., Rivas, S. D. L., Gomez, A. M. M., Mohsen, F. S., & Vázquez, M. L., 2016).

Para un mejor estudio se ha considerado dividir este documento por capítulos, el cual se lo describirá a continuación.

En el Capítulo I, se muestra el problema, en el cual podemos observar de una forma clara, las dificultades que poseen las pymes que poseen un canal de venta online dado al mal manejo de la gestión de stock y las consecuencias que genera este problema.

En el Capítulo II, se describe el marco teórico, todos los fundamentos conceptuales referentes al objeto de investigación, donde se especifica los antecedentes, la fundamentación teórica, fundamentación legal y la hipótesis de la investigación.

En el Capítulo III, se demuestra la metodología de la investigación, se establecen las técnicas utilizadas y tipo de investigación, donde también se da a conocer la población y muestra que se toma para el conocimiento actual en la que se encuentran, con las cuales nos van a permitir analizar y resolver los problemas planteados.

En el Capítulo IV, resultados, conclusiones y recomendaciones con base en el caso de estudio, se dará a conocer para obtener una amplia visión del impacto que produce el las ventas offline y online, en las empresas, organizaciones y pymes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del Problema en un Contexto

En la actualidad muchas pymes de la ciudad de Guayaquil, dedicadas a la actividad comercial de productos y servicios, han comenzado a incursionar en el internet y utilizar este medio online como un nuevo canal de venta. Dado que hoy en día el comercio electrónico (e-commerce) tiene un crecimiento exponencial y ha cambiado el comportamiento del consumidor.

Con el avance de la tecnología, el internet a llegado a ser un medio de comunicación en el cual se da intercambio de información entre los usuarios conectados a la red, según (Global Digital Statshot Q3 2017, 2017), con más de 3750 millones de personas online, esto equivale a más de la mitad de la población mundial en internet; y el 50% del tráfico web ya procede de dispositivos móviles, con un crecimiento del 30% con relación al año 2016.

El comercio electrónico (e-commerce) en la actualidad ha aumentado a ritmo acelerado, el cual ha transformado la forma de vender un producto o servicio por medio de este nuevo canal Online.

En nuestro país el comercio electrónico no se da, como ocurre en otros países. Donde clientes de los minoristas como Best Buy, Amazon, Walmart obtienen beneficios, descuentos y entregas a domicilio ya que estos minoristas hacen inversión en tecnología, convenios con empresas transportistas y respetan los stocks destinados a las ventas online.

En el Ecuador según cifras (Ministerio de Telecomunicaciones, 2015) el 96.8% de pymes tiene acceso a la herramienta internet, de los cuales el 28.4% tiene una página web y solo el 58.5% utilizan las redes sociales.

A consecuencia del mismo se deja pasar por alto la recopilación de información valiosa para las pymes, en los cuales se podría incluir los gustos, preferencias, sugerencias y quejas. Con el cual utilizando herramientas especializadas podría sacar provecho y ganar ventaja sobre sus competidores.

Las Pymes no solo compiten con la desventaja de poseer poco capital, sino además con empresas grandes que tienen sus marcas arraigadas en la sociedad, por otro lado, las preferencias o sugerencias de los usuarios acerca de los productos o servicios han dejado de basarse únicamente en la información que proporcionan en sus establecimientos o Páginas web.

Debido a la llegada de las redes sociales, los usuarios ya comentan e interactúan entre ellos, desarrollando su comportamiento de consumidor en el cual pueden influir en otros potenciales clientes.

Situación Conflicto Nudos Críticos

La problemática surge debido al desconocimiento por parte de los propietarios de las pymes, sobre el impacto negativo que se tiene hacia la micro – empresa, por la falta de coordinación en los manejo del stock tanto para venta offline como online

El cliente de canal de venta online rara vez espera que el producto vuelva a estar en stock, por lo general tiende a ir a buscarlo en otro proveedor.

A consecuencia de la misma genera un descontento y pérdida de credibilidad en los clientes online hacia las pymes, donde los mismos han encontrado en las redes sociales un medio en el cual expresar su malestar e incluso recomendar no comprar el producto o servicio en dicho lugar.

Para tener un canal de venta online, no basta con abrir un sitio web, crear fanpages de redes sociales, etc. Ya que sin una correcta gestión de estos elementos, el nuevo canal no aportará beneficios y además se dará una mala imagen de la marca.

En la actualidad las pymes y emprendedores de la ciudad de Guayaquil, tienen poco interés en destinar parte de su presupuesto a recursos tecnológicos, Según (Ministerio de Telecomunicaciones, 2015) de las consultadas realizadas, las pymes, invirtieron en TIC en un 38,6%, mientras el 61,4% no hizo inversión en TIC, dado que en la mayoría del caso no cuentan con los suficientes recursos económicos con el cual obtener hardware, software y servicios informáticos en otro caso se da también por la falta de conocimiento.

Si bien el internet es una plataforma que nos abre las puertas al mundo, si no se la utiliza de una manera correcta, se transforma en una desventaja para las pymes, ya sea por la mala publicidad originada por una mala experiencia que haya pasado un cliente.

Causas y Consecuencias del Problema

En el siguiente Cuadro N. 1 se determina las posibles causas y consecuencias que conllevan un desconocimiento del impacto negativo generado por el mal manejo del stock en ventas online.

CUADRO N° 1

Causas y Consecuencias del Problema

CAUSA	CONSECUENCIAS
• Creación de Nuevo Canal de ventas Online.	- Aumento de demanda, poca disponibilidad de productos.
• No respetan el stock de ventas online	- Clientes buscan en la competencia lo que necesitan.
• No se responde a los clientes de una manera adecuada.	- Descontento con el trato recibido, comentarios negativos en páginas de los Pymes.
• Poco interés en invertir, en tecnologías de la información.	- Se pierde de aprovechar los nuevos canales online de venta.
• Desconocimiento del impacto negativo por una mala gestión del stock.	- Pérdida de credibilidad - Bajas ventas, productividad y mala imagen de la marca.

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Delimitación del Problema

En el siguiente proyecto de investigación se entregara un caso de estudio basado en el comportamiento de incertidumbre y razonamiento probabilístico difuso para la gestión de stock en venta online y modo offline, se realiza tomando en cuenta a las organizaciones dedicadas a la comercialización de productos, servicios y bienes vía Web.

Los cuales son el motor económico del Ecuador, además de vender sus productos o Servicios, crean fuentes de empleos para los ciudadanos. El espacio geográfico está limitado solo en la Ciudad de Guayaquil.

En el CUADRO N° 2 se detalla los aspectos fundamentales para limitar el problema.

CUADRO N° 2

Delimitación del Problema

FACTOR	DETALLE
Campo:	Investigación Científica
Área:	E-commerce, Comportamiento Social, Marketing Web.
Aspecto:	Tecnológico y Social
Tema:	Análisis Basado En Razonamiento Probabilístico Difuso Para E-commerce y Marketing Web

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Formulación del Problema

¿Cómo beneficia a las pymes, la elaboración de este caso de estudio enfocado en la importancia de gestionar un correcto manejo de stock, tanto en sus tiendas físicas y online, además de prestar mucha atención a los clientes al momento de expresarse en redes sociales?

Evaluación del Problema

La falta de interés en corregir los problemas de falta de stock y la casi nula importancia de las opiniones de los clientes en redes sociales. Puede conllevar a obtener una mala imagen de la marca y pérdida de credibilidad, dando como resultado una pérdida de la cuota de mercado. Además genera una incertidumbre en el cliente al momento de querer volver a confiar en la pymes.

Entre los aspectos generales de evaluación del problema tenemos:

Delimitado:

El desarrollo de este caso de estudio está orientada a las pymes radicadas en la ciudad de Guayaquil, esta investigación pretende exponer de qué manera las herramientas tecnológicas son de gran apoyo en el cual se genera un nuevo canal de ventas modo online, además de la importancia en la correcta gestión del stock, tanto para la tienda física (Modo Offline) como la tienda virtual (Modo Online).

Claro:

El presente caso de estudio se revela de manera clara como los datos generados por los comentarios positivos y negativos a través de las redes sociales, pueden ser un aliado especial para las ventas online.

Evidente:

Es evidente por que al no contar con un caso de estudio del impacto negativo que puede generar el mal manejo de la gestión de stock en modo offline y online. Se seguirá cometiendo los mismos errores del e-commerce en el Ecuador.

Concreto:

Este estudio es preciso por que se conoce las debilidades que actualmente pasan las Pymes en el la aplicación de nuevas tendencias tecnológicas y no conocen las ventajas de mantener al cliente contento.

Relevante:

El caso de estudio es suma importancia ya que hace un análisis a los comportamientos sociales, las nuevas tendencias tecnológicas deberían ser importantes para toda la comunidad educativa científica y permitirle ser una guía para próximas investigaciones en el ámbito de análisis, investigación y manipulación de datos a gran escala (Big Data). Creación de nuevos proyectos enfocados a la inteligencia artificial, razonamiento probabilístico y uso de redes neuronales enfocándonos más al mundo de los negocios.

Original:

La aplicación de análisis de razonamiento probabilístico difuso es un tema novedoso poco conocido, con el cual podemos dar solución a problemas donde la matemática convencional no puede darnos solución óptima. Por lo tanto el análisis de razonamiento probabilístico difuso nos ayuda a solucionar problemas donde surge la incertidumbre y los comportamientos sociales, el cual optimiza resultados y da una solución a la problemática planteada.

Contextual:

La investigación de este problema se alinea perfectamente en el campo de la educación.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un caso de estudio basado en la importancia de un correcto manejo de la gestión de stock para ventas modo online y modo offline, utilizando el razonamiento probabilístico para medir la incertidumbre del cliente y la lógica difusa para que las pymes puedan tomar una correcta decisión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Revisar la evolución cronológica de estudios realizados a compras por internet, para proponer soluciones tecnológicas de los distintos comportamientos sociales.
- Extraer datos orgánicos, de los FanPages de las pymes, clasificar los datos más relevantes e importantes para la investigación.
- Elaborar Gráficos Estadísticos con las variables lingüísticas, que pueden ser variables cualitativas o variables cuantitativas con su respectiva base de dato.
- Crear las reglas para las funciones de pertenencias, en el fuzzificador de mandani.
- Proceder a ingresar los datos, a la herramienta matlab, con la finalidad de obtener los resultados esperados.

ALCANCES DEL PROBLEMA

- Elaborar una matriz de meta-análisis en Microsoft Excel de los artículos científicos en el cual se da a conocer sobre las diferentes aplicaciones de lógica difusa en el campo de la gestión de inventarios y del razonamiento probabilístico en el ámbito del comportamiento social.
- Se realiza la extracción de datos de las redes sociales de las pymes, con la página web “liechtenecker”, y colocarlo en Excel para formar la base de dato.
- Se simulará una muestra de 421 personas que realizaron comentarios en los FanPages de las Pymes, con el cual se procede a realizar las variables lingüísticas para obtener datos certeros.
- Se procede a ingresar la base de datos en el programa de IBM SPSS Statistics, con el cual se genera los respectivos gráficos estadísticos de las variables lingüísticas.
- Se procede a ingresar los datos en la herramienta MATLAB, se crea además las funciones de pertenecías para cada variable lingüística de entrada y la variable lingüística de salida.
- En base al criterio de expertos se crea las reglas de cada variable de entrada con el cual se obtiene el resultado esperado.
- Obtener resultados luego de pasar por el fuzzificador de Mandani todos los datos obtenidos, con los cuales se puede tomar decisiones en base a estos.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Este caso de estudio tiene su importancia debido al valor que tiene al introducir un canal de tienda online, para las pymes que vende tanto en una ubicación física como en línea.

Al introducir este nuevo canal de distribución le permite a las pymes aprovechar sus activos físicos existentes para incentivar a los clientes además de crear un valor agregado.

El nuevo canal online para la venta es un moderno desarrollo, el cual es incentivado por el reciente crecimiento del comercio electrónico (e-commerce), y en países como Estados Unidos, Canadá, etc. Lo están probando, minoristas como Best Buy y Walmart.

La factibilidad de usar un nuevo canal de venta online para almacenar es un tema importante y relevante, como consecuencia, este caso de estudio tiene participación de gran alcance y prácticas para las pymes de la ciudad.

METODOLOGÍA DEL PROYECTO

La presente investigación será realizada mediante la metodología del Marco Lógico, donde se da a conocer los procedimientos, diseños, recursos, interesados y personas que proporcionan los datos para realizar el análisis de los comportamientos sociales en internet, sobre el impacto que genera un mal manejo del stock disponible para venta modo online y modo offline.

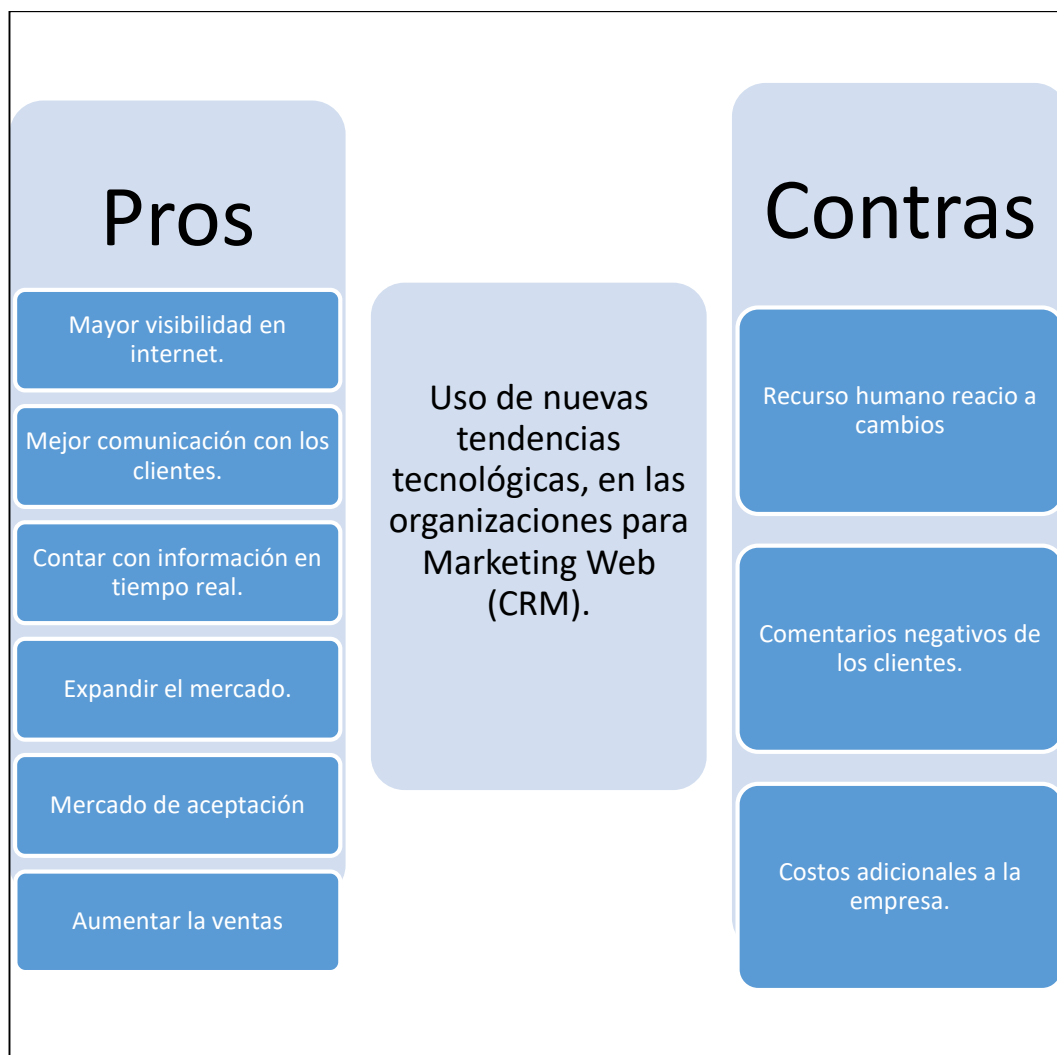
1.- Definición del Problema central

Las pymes, grandes empresas y Organizaciones en el Ecuador, aún presentan problemas en lo relacionado al uso de nuevas tendencias tecnológicas, estas herramientas tecnológicas podría ser un gran aliado para incrementar sus ventas, y reconocimiento a nivel internacional.

En este punto para lograr definir el problema central, lo más recomendable es utilizar el análisis de campo fuerza, el mismo que es de gran ayuda para conocer los efectos y consecuencias que se obtendrían al innovar o implementar un nuevo proceso.

En el Gráfico N° 1 que se muestra a continuación, es un análisis del campo fuerza, en el cual se puede apreciar que destacan los PROS y CONTRAS del uso de nuevas tendencias tecnológicas.

GRÁFICO 1
Análisis Campo Fuerza



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

2.- Análisis de Involucrados

En el Análisis de involucrados se da a conocer a los individuos, grupos u organizaciones que estén interesados en el proyecto, además que puedan verse afectados de una forma positiva o negativa, debido a la decisión, ejecución o resultado del proyecto, dando una ventaja al Director de proyectos de observar e identificar a los interesados que influyen de manera positiva o negativa.

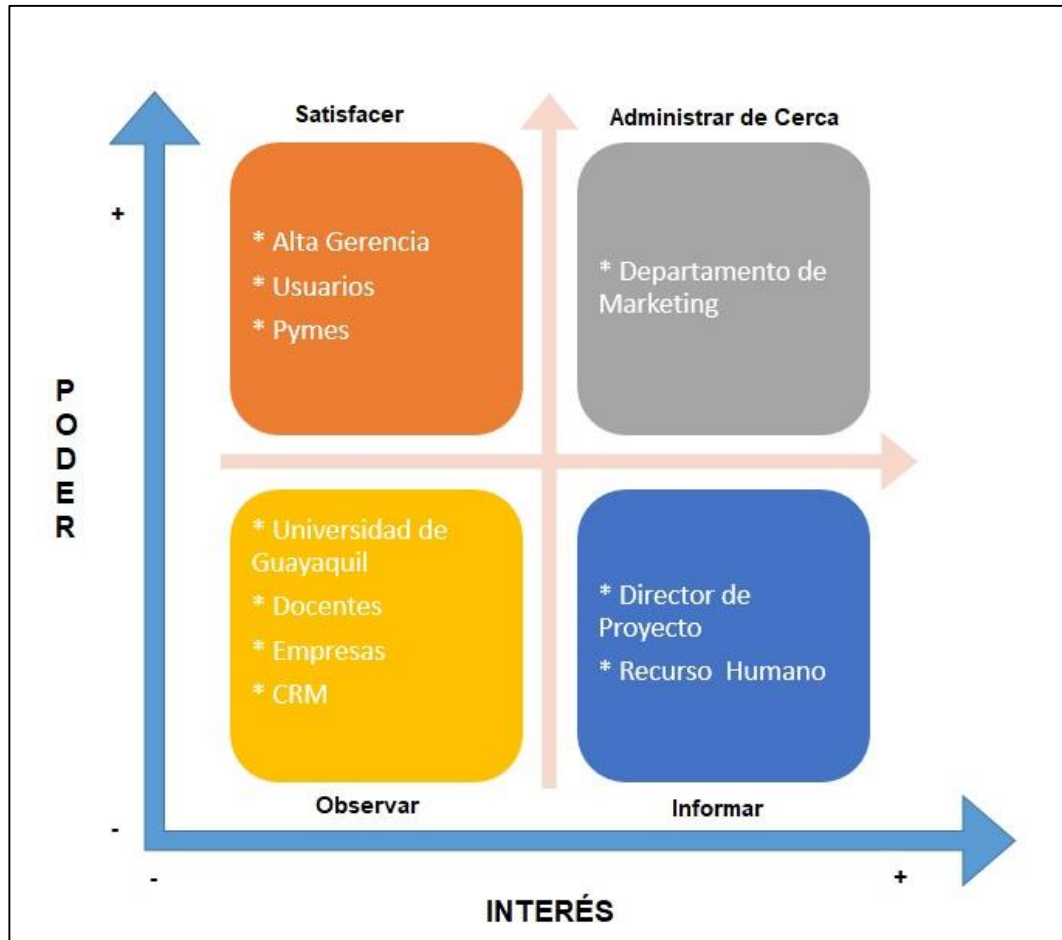
Existen varios entes que forman parte de los interesados e involucrados dentro de este proceso de investigación, el cual si alguno de estos influye de forma negativa, es responsabilidad del Director de proyecto, buscar la manera de que su influencia sea positiva, ya que este tipo de influencia negativa no dejara culminar con éxito el proyecto.

Según (Project management Institute, Inc., 2013) **“Un interesado es un individuo o grupo u organización que puede afectar, verse afectado, o percibirse a sí mismo como afectado por una decisión, actividad o resultado de un proyecto. Esto pueden ser identificados como internos o externos”**.

El siguiente proyecto de investigación, cuenta con varios entes que forman parte de los involucrados e interesados, sobre el análisis de los comportamientos sociales en internet, el correcto manejo de stock para las ventas Online. Además de los comportamiento sociales hacia diferentes productos o servicios.

Dentro de los interesados que intervienen en el Gráfico N° 2 se demuestra la Matriz Poder – Interés, dividido en 4 secciones:

GRÁFICO 2
Matriz de Interesados



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

En la sección de a quienes satisfacer, está conformada por agentes internos y externos, los cuales pueden verse afectados debido al poco interés en invertir, en tendencias tecnológicas para aprovechar las ventajas del internet.

La Sección Administra de cerca, está conformado por agentes internos, que están encargados del manejo de posicionamiento de la empresa en el mercado, como es el Departamento de Marketing.

En la sección de Observar, está conformada por, Universidad de Guayaquil, Docentes y estudiantes los cuales están encargados de realizar esta investigación sobre el impacto y los comportamientos sociales generados por el marketing web.

Por último, en el cuarto cuadrante están conformado por agentes internos a quienes se debe informar. Este cuadrante lo conforma el Director de Proyecto y el Departamento de Recursos Humanos.

3.- Análisis del problema

El comercio electrónico en la actualidad, se ha impulsado gracias a los medios móviles: smartphones y tablets; siendo las redes sociales las de mayor protagonismo, transformando así la forma de entender y de ejecutar el marketing, pues tenemos un consumidor que analiza y estudia mejor sus necesidades gracias a toda la información disponible para finalizar la compra.

El miedo o desconfianza de los usuarios, es la mayor limitante a la hora de realizar las compras por internet, dada la falta de seguridad en brindar datos personales, lo que se convierte en una gran tarea de educación por parte de los comercios en el futuro cercano.

Por lo tanto las pymes, debe conocer perfectamente el proceso de compra de cada comprador de acuerdo al producto y servicio que se ofrezca y contar con elementos claves en cada fase del mismo para satisfacer las necesidades del cliente que es el protagonista.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

En la actualidad la utilización de equipos tecnológicos está estrechamente relacionado con el uso de las redes sociales, tales como Facebook, Twitter, Instagram, etc.

En Ecuador han tomado un crecimiento considerable cada vez es más frecuente encontrarnos con personas que utilicen estos medios sociales para diversas actividades.

Los servicios web actualmente son muy usados a nivel empresarial para diversas actividades, y desde que las redes sociales surgieron hace varios años, además de permitir la comunicación entre distintas aplicaciones estas generan grandes cantidades de información que pocos negocios saben utilizar para beneficio propio.

Los datos que se encuentra en los medios sociales por lo general están poco organizados o simplificados de manera que no pueden ser analizados con facilidad, para lo cual por medio de la utilización de diferentes técnicas de minería de datos nos permite encontrar la información realmente valiosa que puede servir en algún momento dentro de las pymes.

Muchas de las PYMES del sector comercial en la ciudad de Guayaquil no conocen realmente el valioso significado que tiene la información que generan los usuarios por medio de las redes sociales, esta información tiene gran valor ya que por medio de ésta se pueden conocer gustos, preferencias de los usuarios que utilizan las redes sociales.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La fundamentación teórica, le permite al lector tener una guía clara de conceptos tratados en la presente investigación en el cual se establece un orden coherente de temas relacionados con el e-commerce, Marketing Web, el razonamiento probabilístico, la lógica difusa, redes sociales y comportamiento social.

Se definirá los temas que se están tratando en la siguiente investigación para lograr el objetivo planteado en este proyecto, además es útil realizar el marco conceptual que abarque temas de información y bibliográficos sobre análisis basado en razonamiento probabilístico difuso de los comportamientos sociales en internet y el correcto manejo del stock para las ventas online.

Se detalla además, la base legal de la propuesta, las variables que se consideraron, diferentes definiciones de los términos, la hipótesis o pregunta científica que engloba esta investigación.

E-Commerce a Nivel Mundial

El comercio electrónico (E-Commerce) cada vez está ganando una mayor importancia dado por el nuevo comportamiento del consumidor. El uso del e-commerce según (Global Digital Statshot Q3 2017, 2017) alcanza el 22 % de la población a nivel mundial, además la mitad de los usuarios que realizan compras a través del internet utilizan sus dispositivos móviles.

El desarrollo del e-commerce en el mundo avanza de una manera desigual. El porcentaje de la población que ha comprado a través del comercio electrónico esta dado según (Global Digital Statshot Q3 2017, 2017) por Reino Unido que alcanzó el 76%, en un 72% en el caso de Corea del Sur y Alemania, un 68% en Japón y en 67% en Estados Unidos.

Las transacciones promedio del comercio electrónico en el 2016 a nivel mundial fueron de 1,9 billones de dólares americanos. Los países que lideran esta media de gasto anual en e-commerce por usuario son Reino Unido, 2.033 dólares, Estados Unidos con 1.630 dólares, Canadá el cual consume en 1.052 dólares, Alemania con 1050 y Singapur en un promedio de 1022 dólares por comprador online.

En la siguiente imagen se muestra el Ranking de países que lideran en e-commerce.

GRÁFICO 3

Ranking de países que lideran en e-commerce.



Elaboración: (Global Digital Statshot Q3 2017, 2017)

Fuente: (Global Digital Statshot Q3 2017, 2017)

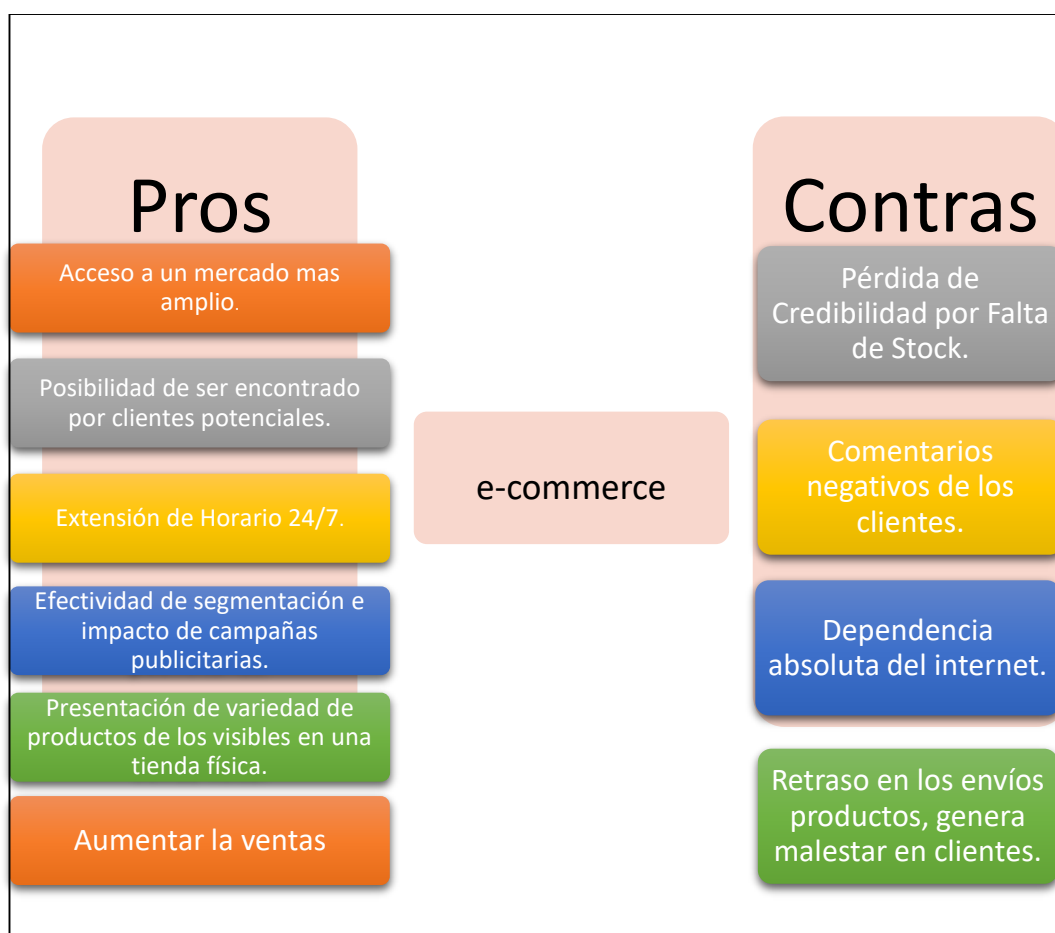
e-commerce

Definición de e-commerce

El comercio electrónico es el proceso de venta, compra o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación y vislumbra una gran variedad de posibilidades con el cual conseguir bienes o servicios ofrecidos por los proveedores en diferentes partes del mundo donde se encuentren. Por otro lado incluyen acciones de gestión financiera y de la parte logística. Por lo que este sistema cambia sin duda la dinámica de la relación cliente-empresa.

GRÁFICO 4

Análisis Campo Fuerza del e-commerce



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: (utelBlog, 2017)

Tipo de e-commerce

Business to Business (B2B)

Hace referencia de Negocio a Negocio, donde la transacción comercial es realizada entre empresas que operan a través del internet, sin que haya la intervención de consumidores.

Business to Consumer (B2C)

Se refiere de Negocio a Consumidor, este es el tipo de e-commerce más conocido. Esta dado a cabo entre un negocio online y una persona interesada en comprar o adquirir un producto o servicio.

Business to Employee (B2E)

Hace referencia de Negocio a Empleado, está centrado principalmente entre la empresa y sus empleados, el cual ofrece directamente a sus empleados precios especiales en sus tiendas online, con la finalidad de impulsar la mejora del desempeño laboral.

Consumer to Consumer (C2C)

Hace referencia de Consumidor a Consumidor, este tipo de negocio es muy común verlo hoy en día gracias a páginas como Ebay, Mercadolibre, Olx y otras Similares. Está centrado cuando una persona ya no usa o necesite un producto que ha adquirido y decide venderlo a través de las páginas mencionadas, para realizar la transacción con otro consumidor.

Government to Consumer (G2C)

Se refiere de Gobierno a Consumidor, está dado donde cualquier gobierno permite a los ciudadanos realicen sus trámites online, y se puede acceder a información en cualquier momento. Esto aplica a trámites de pagos, por lo que existe la transacción online.

Situación actual de las empresas en e-commerce a nivel mundial

En el siguiente cuadro se muestra los principales e-commerce con mayor influencia económica del mundo en el año 2017 según (Brandz, 2017).

CUADRO N° 3

Situación de las empresas en e-commerce a nivel mundial

Ranking	e-commerce	País	Valoradas
1	Amazon	EE UU	139,286
2	Alibaba	China	59,127
3	The Home Depot	EE UU	40,327
4	Walmart	EE UU	27,934
5	IKEA	Suecia	18,944
6	Costco	EE UU	16,257
7	Lowe's	EE UU	13,375
8	Ebay	EE UU	12,365
9	ALDI	Alemania	12,273
10	JD.com	China	10,768
11	Walgreens	EE UU	10,121
12	CVS	EE UU	9,733
13	7-eleven	EE UU	9,144
14	Target	EE UU	8,660
15	Tesco	Inglaterra	8,041
16	Lidl	Alemania	7,193
17	Carrefour	Francia	6,809
18	Woolworths	México	6,549
19	Kroger	EE UU	6,493
20	Coles	Australia	5,449

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

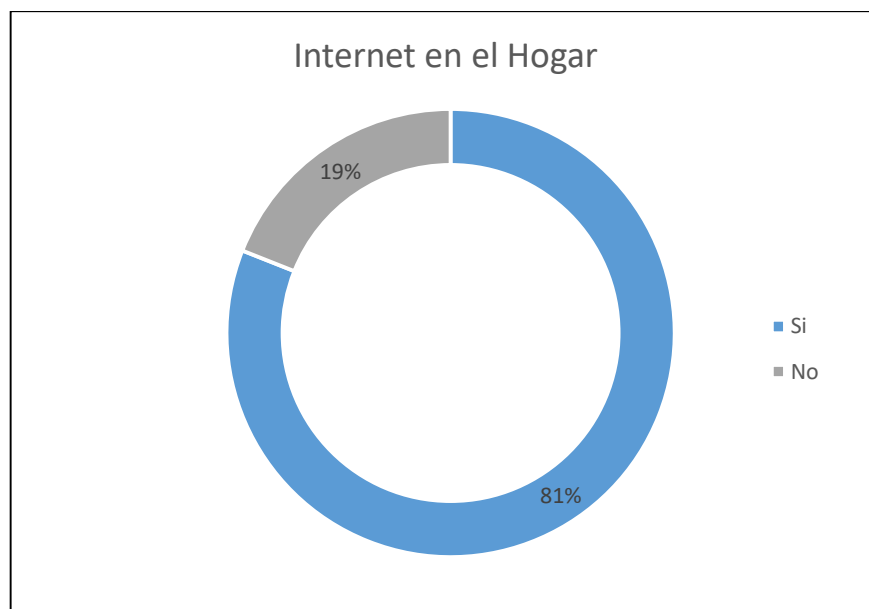
Fuente: (Brandz, 2017)

E-commerce en Ecuador

En la actualidad el comercio electrónico en el Ecuador, se ha impulsado gracias a los dispositivos electrónicos como Smartphone, Pc y tablets; siendo una de las más protagonistas las redes sociales. El crecimiento en el uso de internet y posesión de artículos tecnológicos es notorio, pero el desarrollo del alcance de la Web aún se encuentra en despegue.

En el siguiente gráfico se muestra datos estadísticos de los ecuatorianos, que poseen internet en sus hogares. De acuerdo a los datos proporcionados por (INEC, 2016), damos cuenta del crecimiento en penetración, uso de internet y tenencia de artículos tecnológicos es notorio, pero el desarrollo del alcance de la web aun esta en despegue.

GRÁFICO 5
ecuatorianos con acceso al internet en el hogar

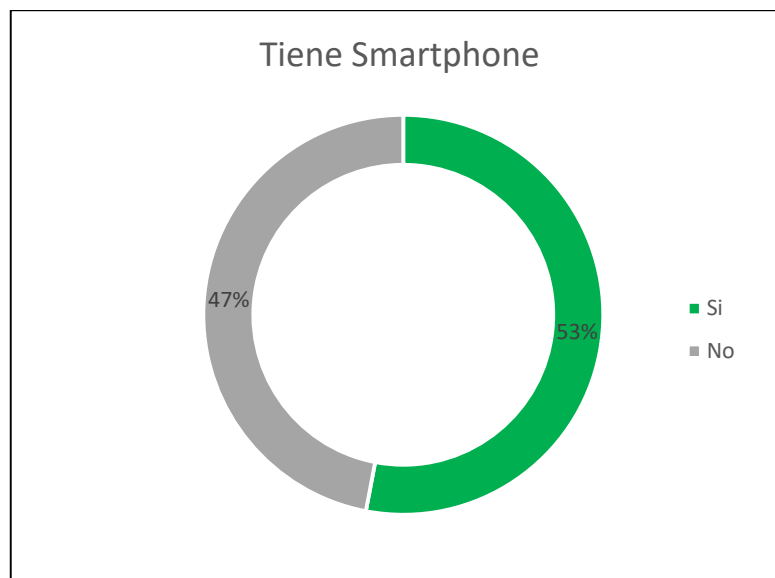


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: (INEC, 2016)

En el gráfico # 6 se muestra la tenencia de un Smartphone.

GRÁFICO 6
ecuatorianos que poseen un Smartphone

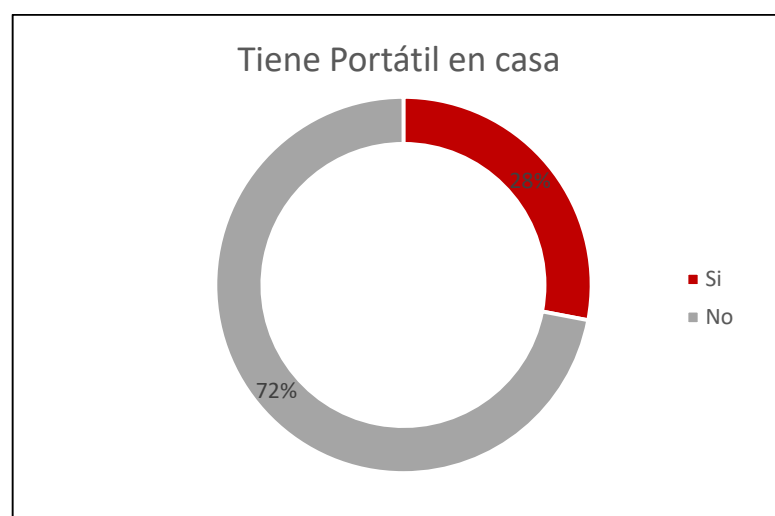


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: (INEC, 2016)

En el gráfico # 7 muestra si poseen una portátil en casa.

GRÁFICO 7
ecuatorianos que poseen al menos una portátil en el hogar



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: (INEC, 2016)

En consecuencia a lo demostrado en datos estadísticos de parte de los usuarios, los Pymes y empresas no se escapan del desarrollo lento en las transacciones on-line, por ejemplo según (INEC, 2016) los pymes vendieron en modo On-Line un 35,9% y realizo compras en un 29,5%.

Hay muchas razones por las cuales los ecuatorianos no tienden a realizar muy a menudo compras por internet, según datos del (Ministerio de Telecomunicaciones, 2015) el 33% no realizó compras vía online debido al desconocimiento del uso de la misma, por otra parte el 60% tampoco realizó compras por internet debido a la desconfianza al momento de facilitar sus datos personales.

Otros razones que motivan a no comprar por internet es la falta de información como consumidor digital, falta de una educación integral en los procesos de compras, desconfianza al momento de brindar datos de las tarjetas ya sean de crédito o débito, inseguridad en los sitios web y comprar productos o servicios los cuales no se haya visto ni tocado, por esta razón en esta parte juegan un rol importante las recomendaciones de otros usuarios, incluso los comentarios realizados en las redes sociales de los pymes.

Datos estadísticos sobre inversión en tecnología por las empresas ecuatorianas

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han cambiado la forma de laborar y gestionar recursos en el ámbito empresarial y se refiere al conjunto de avances tecnológicos que nos proporciona la informática, las tecnologías audiovisuales y las telecomunicaciones.

Todos estos desarrollos están relacionados con las computadoras, internet, telefonía, medios de comunicación, aplicaciones, realidad virtual e infraestructura tecnológica.

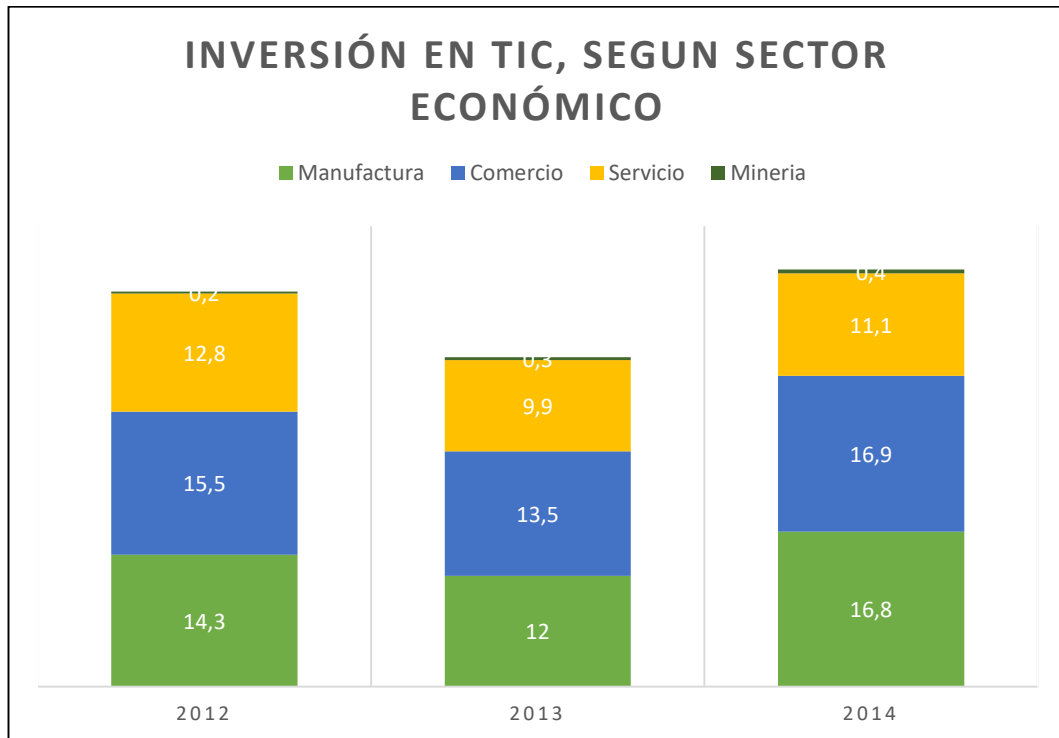
Según (Instituto Nacional de estadísticas y censo, 2014) los alcances de la siguiente investigación, se hicieron a 3.777 empresas hasta el año 2014, y su cobertura fue nacional.

Se tomó en consideración a empresas constituidas hasta la fecha, con un mínimo de 5 o más personas laborando para la misma.

En el siguiente gráfico se muestra el porcentaje de empresas que realizan inversiones en tecnologías de la información y comunicación, según el sector económico.

GRÁFICO 8

Inversiones en tecnologías de la información y comunicación



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: (Instituto Nacional de estadísticas y censo, 2014)

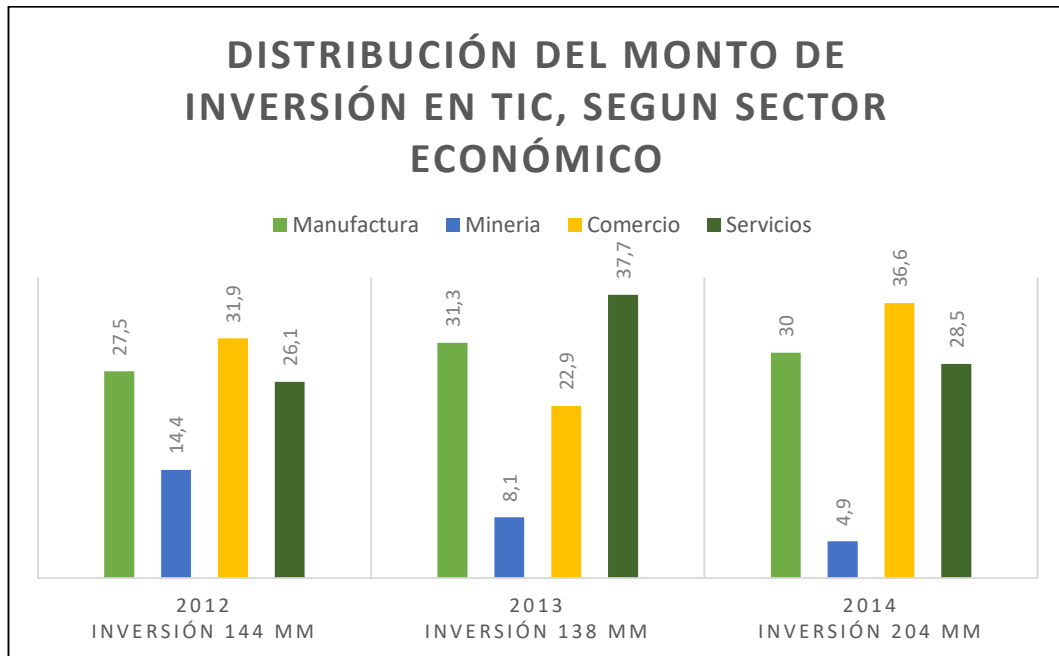
Las inversiones en TIC, hace referencia a todo desembolso realizado en concepto de compra, ya sea como:

- Dispositivo Físicos
- Software
- Hardware
- Aplicaciones Informáticas
- Servicios Informáticos

Para el año 2014, las empresas que fueron investigadas ya invertían en tecnologías de información y comunicación en un 45,2%.

GRÁFICO 9

Distribución de montos de inversión en TIC



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: (Instituto Nacional de estadísticas y censo, 2014)

MARKETING

Definición de Marketing

Se define al marketing como un conjunto de técnicas y estudios que tienen como objetivo mejorar la comercialización de un producto o servicio.

Para los autores (Philip & Gary, 2012) **“El marketing se refiere a la creación de valor para los clientes. Por lo tanto, como el primer paso del proceso de marketing, la compañía debe comprender plenamente a los consumidores y el mercado en el que opera.”**

Según (William, Michael, & Bruce, 2007) **“Hace hincapié en la orientación al cliente y en la coordinación de las actividades de marketing para alcanzar los objetivos de desempeño de la organización.”**

MARKETING WEB

Definición de Marketing Web

El marketing Web (o marketing digital) abarca un concepto muy amplio, ya que engloba todas las estrategias y acciones comerciales o publicitarias utilizadas en los medios y canales de internet utilizando las herramientas del marketing digital tales como:

- Páginas Webs
- Blogs
- Redes Sociales
- Plataformas de Videos
- Foros, etc.

Páginas Webs

Es aquella en la cual consiste en un documento electrónico que contiene información, cuyo formato se adapta para estar insertado en la World Wide Web (WWW por sus siglas en Ingles), de manera que los usuarios a nivel mundial puedan ingresar por medio del uso de un navegador, tales como Mozilla, Chrome, Zafarí, Opera, etc. Visualizándola con un dispositivo un dispositivo móvil como Smartphone o un monitor de computadora.

Tipo de Navegadores

CUADRO N° 4
Tipo de navegadores

Navegador	Definición	Link
Chrome 	Es un navegador web, desarrollado por Google y compilado con base en varios componentes e infraestructura de desarrollo de aplicaciones de código abierto.	https://www.google.com/chrome/
Mozilla 	Es un navegador web de código abierto y de libre software. Desarrollado por la Fundación Mozilla. Cuenta con miles de colaboradores en todo el mundo, lo que permite corregir cualquier error al ser detectado.	https://www.mozilla.org/es-ES/
Safari 	Es navegador de código cerrado desarrollado por Apple INC. Disponible para Mac OS X, IOS el sistema usado por, el iphone, ipod touch y el ipad). Además existe una versión para Microsoft Windows.	https://www.apple.com/la/safari/
Opera 	Fue creado por la empresa noruega Opera Software. Tiene versiones para Pc, Smartphone y Tablet. Además usa el motor de renderizado Blink.	www.opera.com/es

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Blog

Los blogs, por lo general, fomentan las interacciones. Además de permitir que los lectores se expresen sobre los contenidos, es habitual que incluyan enlaces (links) a otros blogs o a diversos medios de comunicación online. Los autores del blog, además, pueden responder los comentarios de sus lectores.

Un blog puede servir para compartir opiniones o difundir novedades. En ocasiones se tratan de sitios independientes, mientras que también hay blogs que funcionan como secciones o anexos del sitio web principal. En la actualidad además existen los blogs que se asemejan a portales informativos, con noticias y artículos periodísticos.

Puede decirse que un blog es una evolución de un diario personal en papel, las personas, en lugar de escribir sus impresiones en una hoja, las publican en el sitio web y las comparten con todos los usuarios de Internet. Como tecnología, el blog deriva de los foros que permitían entablar “conversaciones”, generando “hilos” de mensajes sobre un mismo tema.

Redes sociales

Las redes sociales permiten la comunicación con nuestro círculo social y también con el de nuestros conocidos o amigos, generando una especie de nodos logrando la comunicación con diversas personas ya sea por entretenimiento, placer, conocimiento o por fines económicos. Hoy en día se ha convertido en una de las mayores tendencias a nivel mundial generando un impacto de forma positiva y negativa. También debido a su popularidad la mayoría de la población las están utilizando para hacer conocer sus productos o servicios.

Los objetivos pueden ser muy variados, como por ejemplo crear imagen de marca. Imaginemos que tu empresa lleva un tiempo operando, pero la marca no es del todo conocida. Entonces, puedes aprovechar las redes sociales como canal de difusión de tu marca para generar branding. (Merodio, 2016)

Plataformas de Videos

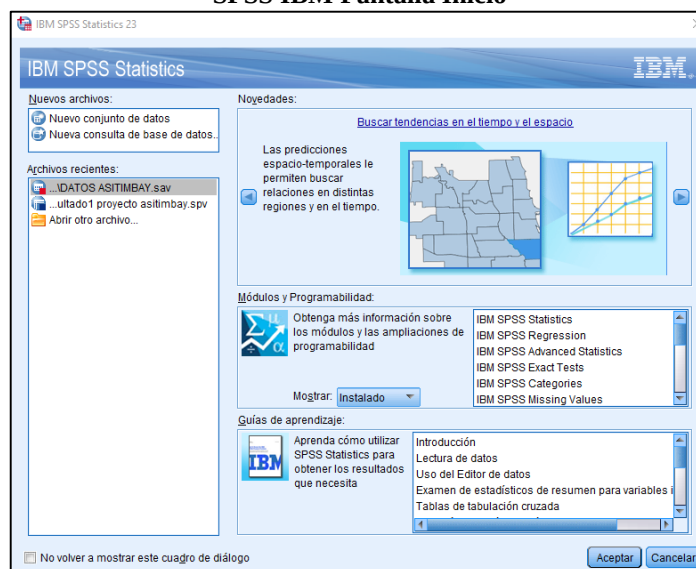
Las plataformas de alojamiento de video online, es donde los usuarios pueden distribuir los videoclips creado por ellos, estos alojamientos son sitios web o Software. Actualmente las plataformas de alojamiento de video online, se han convertido en lugar muy atractivo para los pymes u otras empresas debido a la cantidad de usuarios que utilizan estas plataformas, es muy común ver propagandas en cada video que se observa.

IBM SPSS Statistics

Software estadístico que ofrece técnicas de recolección de datos y analítica predictiva para solucionar múltiples problemas empresariales y de investigación. Brinda varias técnicas, que incluyen pruebas de hipótesis lo que facilita la gestión de los datos, la selección y la ejecución de análisis y el intercambio de resultados, así como análisis multivariados y de sobrevivencia.

Es uno de los programas estadísticos más conocidos teniendo en cuenta su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y una sencilla interfaz para la mayoría de los análisis.

GRÁFICO 10
SPSS IBM Pantalla Inicio



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

RAZONAMIENTO PROBABILÍSTICO

El razonamiento probabilístico nos permite recolectar determinadas posibilidades que se podrían presentar en cualquier problema o evento, debido a que no tienen una idea clara de lo que en realidad se llevó a cabo en dicho hecho ya que no cuentan con la información necesaria.

Este tipo de razonamiento se lo realiza con la finalidad de brindar una respuesta adecuada a una situación incierta, en donde también utilizan la lógica para proporcionar una respuesta de forma adecuada a ciertas problemáticas en donde la información es incierta, en el cual se aplican reglas de lógica, las mismas que pueden ser tanto inductivo como deductivo.

Según (Bruna, Cifuentes, Díaz, & Ossa, 2017)

Indican que el enfoque del razonamiento probabilístico consiste en utilizar la lógica para proporcionar una respuesta de forma adecuada a ciertas problemáticas en donde la información es incierta, en el cual se aplican reglas de lógica, las mismas que pueden ser tanto inductivo como deductivo.

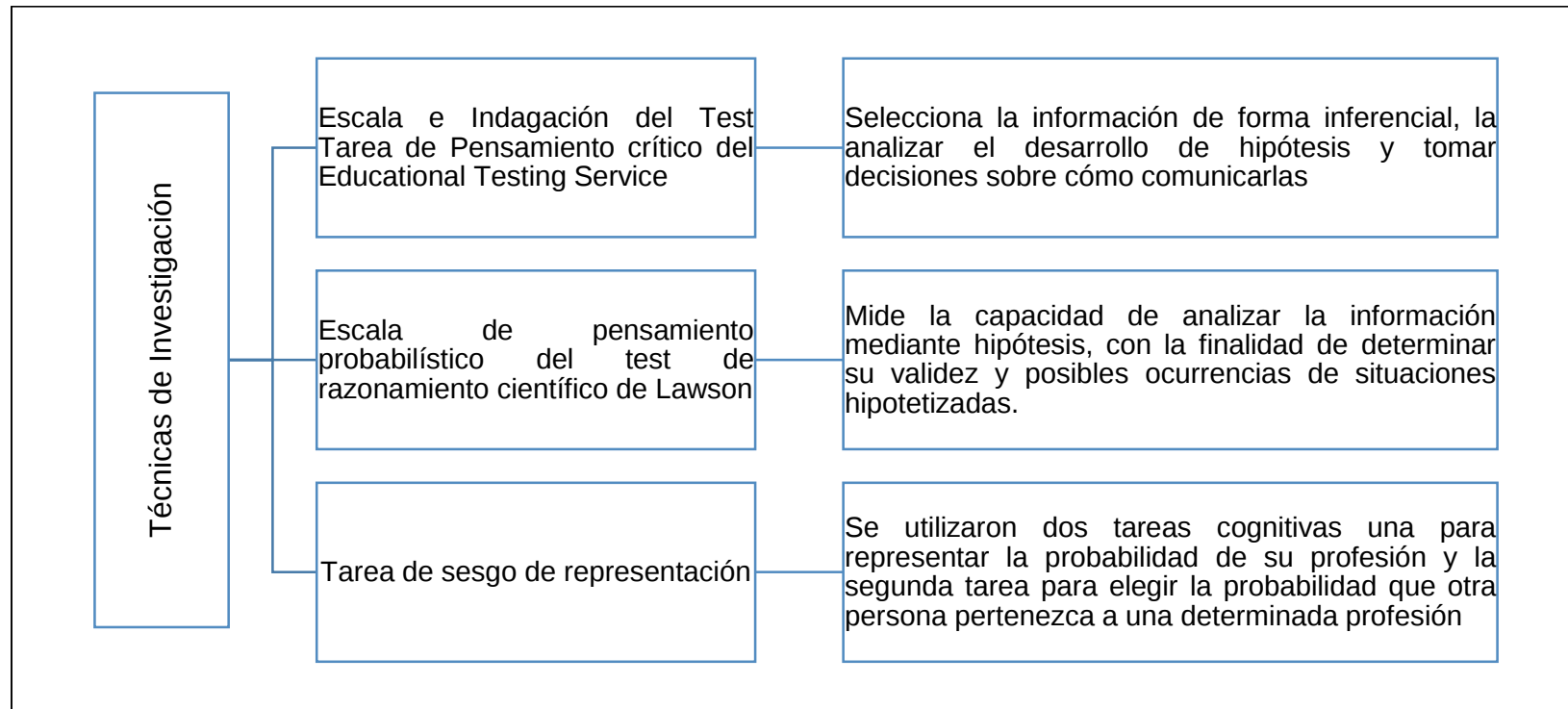
En el estudio realizado en dos universidades en Chile a los estudiantes de pedagogía, lo ejecutó para analizar la relación que existe entre las habilidades de indagación, sesgo de representatividad y razonamiento probabilístico en donde se demostró que cuentan con un desempeño cerca de la media entre dichas habilidades, por lo que esperan que cada centro educativo cuenten con un mayor dominio en alguna habilidad en específica, también esperan fortalecer la formación de catedráticos en dichas materias para aumentar el nivel de conocimiento de ciencias a los estudiantes.

También proponen el desarrollo de procesos de aprendizajes que impulse el pensamiento crítico en lo científico y profesional tanto para docentes y alumnos.

En dicha investigación aplicaron tres técnicas, las mismas que se mencionan en el siguiente gráfico # 10.

GRÁFICO 11

Técnicas de Investigación Razonamiento Probabilístico



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: (Bruna, Cifuentes, Díaz, & Ossa, 2017)

Inferencia Probabilística y estadística

En la inferencia probabilística, la probabilidad modela la incertidumbre y la función de distribución conjunta de probabilidad de un sistema de variables se utiliza para describir las relaciones de dependencia entre ellas y para obtener conclusiones sobre relaciones causa-efecto.

La introducción de los modelos de redes probabilísticas ha permitido superar muchos de los obstáculos de la inferencia probabilística. Estos modelos, incluyen las redes de Markov y las Bayesianas y se basan en modelos gráficos de las relaciones entre las variables.

Una red Bayesiana es una red gráfica que representa las relaciones de causalidad probabilísticas entre variables y permiten obtener soluciones a problemas de decisiones bajo incertidumbre.

Se basan en las probabilidades condicionales y la probabilidad Bayesiana. Las redes Bayesianas permiten incluir conceptos de expertos o de información nueva obtenida sobre la dependencia de eventos o variables, de una manera consistente y analizar su propagación a través de toda la red para facilitar la toma de decisiones bajo incertidumbre. (Alvaro Torres M., 2014)

LÓGICA DIFUSA

La forma de expresarse de los seres humanos puede tener ciertas reglas lingüísticas vagas, podemos tomar como ejemplo, un programa de cocina donde las indicaciones a seguir se dan por la televisión (Morcillo, 2011) las cuales pueden ser:

- Asar el pollo hasta que quede tostado
- Poner aceite en un sartén hasta que este caliente
- Poner azúcar y sal al gusto.

Según (Morcillo, 2011) también expresa que todas estas expresiones lingüísticas pueden ser seguidas por una persona sin ningún problema ya que interpretar estas instrucciones es una capacidad propia de los seres humanos, pero

difícilmente podemos representarlas en un idioma que entienda el computador. Las palabras como tostado, caliente, no tienen una descripción clara, ni fronteras bien definidas que al momento de programar un código puede haber descripciones artificiales, definiendo lo que es tostado o caliente se podría usar estos intervalos.

- Frio entre 0 hasta 20 grados
- Tibio entre 20 hasta 50 grados
- Caliente 50 en adelante

Cada uno de estos intervalos podrá ser interpretado por un computador, pero la manera de definir los intervalos dependerá de la persona que haga esta definición.

En la siguiente tabla se menciona tres razones por las cuales se da esta vaguedad lingüística.

CUADRO N° 5
Motivos por las que se da vaguedad lingüística

N.	Razón	Descripción
1	Pereza	Obtener una lista completa de todas las variables que intervienen en el dominio del problema puede ser demasiado trabajo. Además, como el mundo real es no determinista (al (Camparrini, 2017) eatoriedad y excepciones), hay veces que no es posible establecer completamente todas las variables del entorno.
2	Ignorancia Teórica	En la que no existe una lista completa de factores a tener en cuenta para el dominio del problema (no se conoce un método teórico para modelar el problema).
3	Ignorancia Practica	Incluso conociendo todas las variables, puede ser difícil obtener datos concretos asociados para su estudio. Además, esta información puede estar incompleta, e incluso ser errónea (por ejemplo, en el ámbito médico, llena de síntomas incorrectos, mentiras deliberadas, falsos positivos, etc.

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Esta incertidumbre existe en una multitud de disciplinas como la ingeniería, educación, medicina y otras áreas como la inteligencia artificial.

El tratamiento de esta incertidumbre se remonta muchos años atrás, las primeras aproximaciones vienen de principios del siglo XIX, cuando la información era tratada probabilísticamente. Los sistemas expertos que aparecieron en a décadas de los 70 modelaron a un conocimiento el cual era puramente lógico con las limitaciones propias de ese tipo de enfoque (Morcillo, 2011).

(Morcillo, 2011) la define así **“Básicamente la Lógica Difusa es una lógica multivariada que permite representar matemáticamente la incertidumbre y la vaguedad, proporcionando herramientas formales para su tratamiento”** además según (Zadeh & Yager, 2012), lo expresa de la siguiente manera, **“Cuando aumenta la complejidad, los enunciados precisos pierden su significado y los enunciados útiles pierden precisión, que puede resumirse como que “los árboles no te dejan ver el bosque”**.

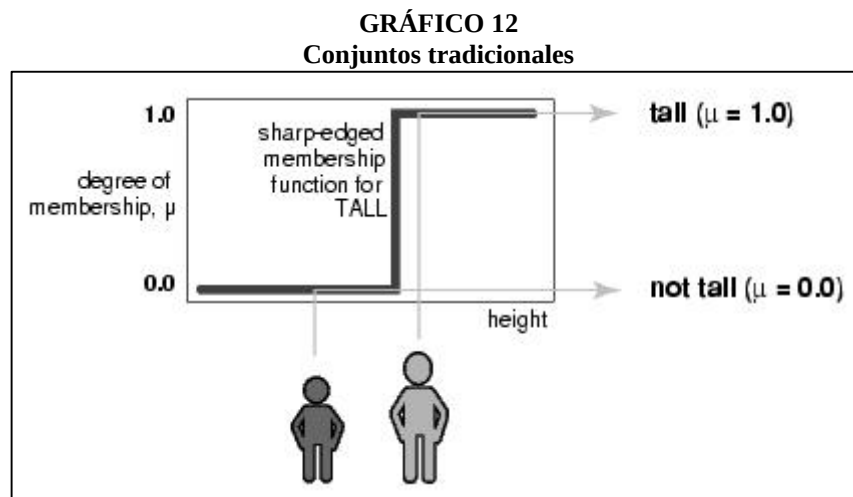
Todo problema puede ser solucionado con las variables de entrada y mediante un proceso se obtienen las variables de salida, la lógica difusa nos permite establecer este mapeo de una forma adecuada, atendiendo a criterios de significado.

Actualmente la lógica difusa es usada en un amplio sentido, como son los conjuntos difusos, aritmética, cuantificadores y etc. El término lógica difusa fue utilizado por primera vez en 1974.

Conjuntos Difusos

Para (Camparrini, 2017) un conjunto es una colección de objetos que verifican alguna propiedad, de forma que un objeto o bien pertenece al

conjunto, o no pertenece. Por ejemplo, supongamos que decimos que una persona es alta si su altura está por encima de 180cm, algo que puede ser representado gráficamente de la siguiente forma:



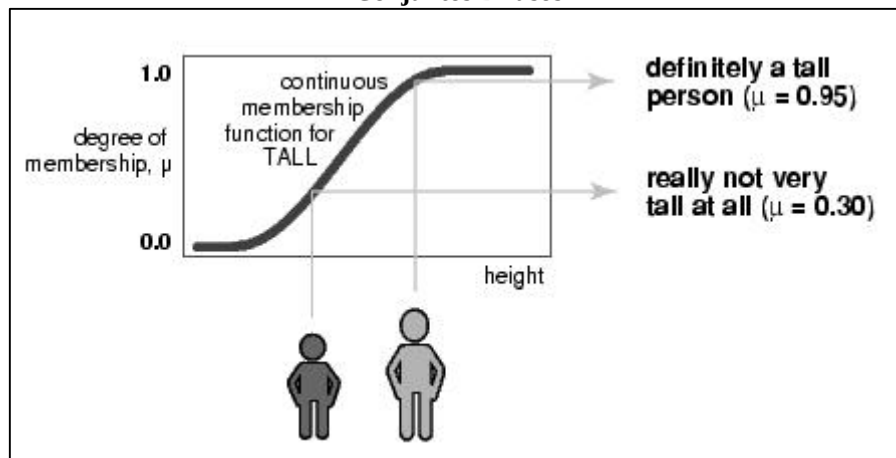
Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

En la imagen anterior describe la pertenencia al conjunto de los altos, o estás dentro o estás fuera. Estas funciones nítidas funcionan muy bien con las operaciones matemáticas clásicas, pero no funcionan tan bien describiendo el mundo real. Por una parte, no hace distinción entre individuos que midan 181cm y los que miden 215cm, aunque hay una clara distinción entre ellos. El otro problema es la diferencia entre una persona que mida 180cm y otra de 181cm, apenas 1cm de diferencia entre ellos y el primero de ellos no está en el conjunto de los altos, y el segundo sí.

La aproximación de los conjuntos difusos al conjunto de los altos proporciona una representación mucho mejor sobre la propiedad ser alto de una persona. El conjunto se define por medio de una función continua que puede tomar valores intermedios entre los extremos 0 y 1. (Camparrini, 2017)

GRÁFICO 13
Conjuntos Difusos



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

La función de pertenencia define el conjunto difuso para los posibles valores de altura (mostrados en el eje horizontal) y proporciona el grado de pertenencia de la altura al conjunto difuso (mostrado en el eje vertical con valores entre 0 y 1). De esta forma, el grado de pertenencia de la primera persona es 0.3 y, por tanto, no es muy alto, mientras que el segundo tiene un grado de pertenencia de 0.95 y, definitivamente, es alto.

Los conjuntos difusos fueron propuestos inicialmente por Lofti A. Zadeh en su artículo de 1965 titulado "Fuzzy Sets". Este artículo establece los fundamentos de la lógica difusa que se deduce de la definición de conjunto difuso y sus propiedades. Esta definición es:

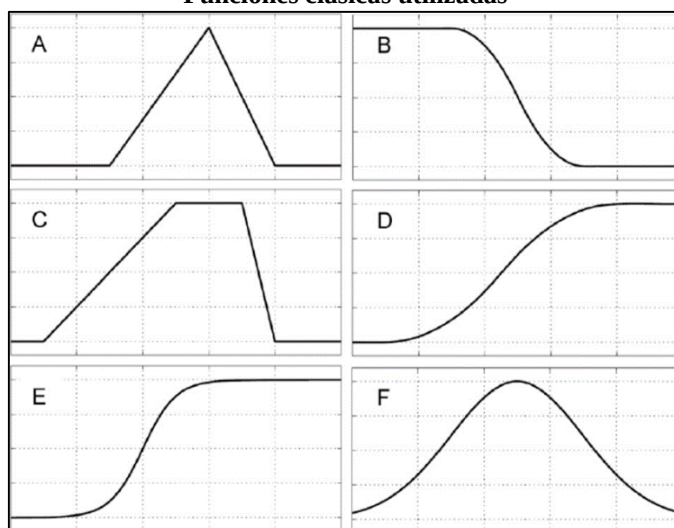
Sea X un conjunto clásico. Un conjunto difuso, A , en X viene caracterizado por la función de pertenencia $f_A(x)$, que asocia a cada punto $x \in X$ un número real del intervalo $[0,1]$, donde los valores de $f_A(x)$ representan el "grado de pertenencia" de x en A , de forma que, cuanto más cerca esté el valor de $f_A(x)$ a 1, mayor es el grado de pertenencia de x a A .

.Esta definición de conjunto difuso extiende de alguna forma la definición clásica de conjunto, que sería el caso particular en el que $f_A(x) \in \{0,1\}$

Pero para trabajar con ellos también tendremos que extender las operaciones clásicas entre conjuntos (unión, intersección, etc.), lo que nos llevará a extender las operaciones lógicas binarias habituales (conjunción, disyunción, etc.).

Obsérvese que no indicamos cómo ha de ser la función de pertenencia, ya que eso dependerá de las características propias del conjunto real que se quiere representar, pero suelen usarse algunas funciones clásicas comunes como las que se muestran a continuación:

GRÁFICO 14
Funciones clásicas utilizadas



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Operaciones Lógicas Difusas

Según (Camparrini, 2017), la lógica tradicional bivalente usa los operadores booleanos $\wedge$ (AND), $\vee$ (OR), y $\neg$ (NOT) para llevar a cabo las operaciones de conjuntos de intersección, unión y complementario. Estos operadores

funcionan bien con conjuntos nítidos, clásicos, y se pueden definir sencillamente a partir de la tabla de verdad:

GRÁFICO 15
Operaciones Lógicas Tradicional

		Conjunción	Disyunción	Negación	Implicación
A	B	$A \wedge B$	$A \vee B$	$\neg A$	$A \Rightarrow B$
0	0	0	0	1	1
0	1	0	1	1	1
1	0	0	1	0	0
1	1	1	1	0	1

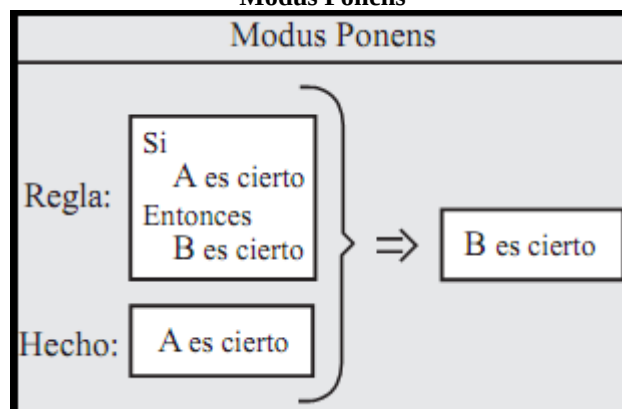
Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Reglas Difusas

Según **(Camparrini, 2017)** la mayoría de las decisiones que la gente toma son decisiones lógicas, miran la situación, la valoran, y toman una decisión basándose en ella. La forma generalizada de una decisión de este tipo se llama Modus Ponens Generalizado, que tiene la forma:

GRÁFICO 16
Modus Ponens



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Esta forma de razonamiento lógico es bastante estricto. La lógica difusa pierde esta forma estricta diciendo que B se dará con más opciones si la veracidad de A es más alta. Donde ahora A y B toman valores difusos.

El razonamiento anterior requiere que se defina un conjunto de reglas que lo lleven a cabo. Estas reglas son reglas lingüísticas que relacionan diferentes conjuntos y valores difusos. La forma general de estas reglas es: "si x está en A, entonces y está en B", donde x e y son valores difusos en los conjuntos difusos A y B, respectivamente (y que vendrán definidos por medio de sus funciones de pertenencia).

Las reglas lingüísticas se usan para relacionar las entradas con las salidas, y vamos a ver a continuación cómo se puede hacer una valoración correcta de las mismas. Ha habido varias propuestas para determinar la ejecución de estas reglas, las más importantes han sido los métodos de inferencia y agregación de Mamdani, Larsen, Takagi-Sugeno-Kang, y Tsukamoto.

Desde un punto de vista práctico se usan fundamentalmente dos métodos para modelar la implicación, uno de ellas es por medio del mínimo (que trunca la función de pertenencia del consecuente con el valor del antecedente), y el otro por medio del producto (que escala la función del consecuente de acuerdo al antecedente).

(Camparrini, 2017)

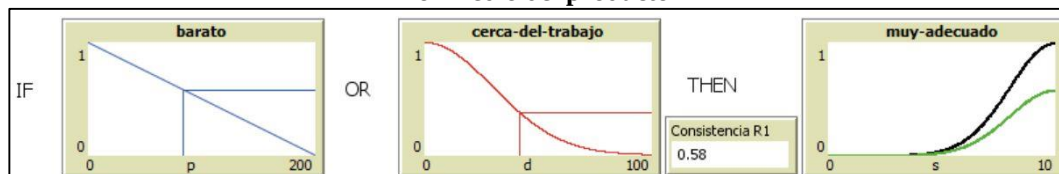
Las figuras siguientes muestran la aplicación de estos métodos sobre las mismas reglas con los mismos valores, donde la gráfica verde muestra el resultado de la implicación superpuesta al conjunto borroso de la consecuencia, para que se vea claramente el efecto obtenido:



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

GRÁFICO 18
Por medio del producto



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial es una ciencia cognitiva que estudia la forma del razonamiento del cerebro humano por medio de la lógica matemática. Esta se dio como un resultado de la fusión de ciencias como lo son la psicología, robótica, informática, y lógica matemática, la inteligencia artificial tiene como fin de crear maquinas que simulen la forma de pensar de manera inteligente.

Cabe señalar que la IA también ha sido de mucha utilidad en la ingeniería porque “hoy en día se han creado programas inteligentes que pueden solucionar problemas, tomar decisiones, corregir errores, todo esto a través de la programación y el almacenamiento de datos” (Beltrán Alvarado, Martínez, & Ríos Pavón, 2012).

Principalmente las aplicaciones de la inteligencia artificial trata de simular mediante maquinas la actividades mentales del ser humano para mejorar sus capacidades en estos aspectos.

La inteligencia artificial divide en distintas ramas, una de ellas es la lógica difusa, lo cual es utilizada para darle solución a los distintos problemas que están relacionados con la toma de decisiones, la resolución comprensión de datos. Los sistemas conformados en lógica difusa plagian la toma de decisiones de los seres humanos con la ventaja de llegar a un resultado aproximado óptimo.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2016)

En el Art. 350:

“El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanística; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.”

En el Art. 385 en el objetivo 3:

“Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir”.

Según la (Ley Organica de Educación Superior, 2016)

En el Art. 8:

- a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas.**
- b) Fortalecer en las y los estudiantes un espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico.**
- c) Contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional.**

En el Art. 12:

Principios del Sistema.- El Sistema de Educación Superior se regirá por los principios de autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad y autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global. Estos principios rigen de manera integral a las instituciones, actores, procesos, normas, recursos y demás componentes del sistema, en los términos que establece la Ley.

En el Art. 13:

- a) **Garantizar el derecho a la educación superior mediante a docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia.**
- b) **Promover la creación, desarrollo, transmisión y difusión de la ciencia, la técnica, la tecnología y la cultura.**
- c) **Formar académicos, científicos y profesionales responsables, éticos y solidarios, comprometidos con la sociedad, debidamente preparados para que sean capaces de generar y aplicar sus conocimientos y métodos científicos, así como la creación y promoción cultural y artística.**
- d) **Incrementar y diversificar las oportunidades de actualización y perfeccionamiento profesional para los actores del sistema.**

Según (DIPA UG, 2012 - 2017)

En el Punto 7:

“La investigación como vínculo entre la Sociedad y la Universidad para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Todas las actividades científicas de la Universidades tendrán como principio y fin último mejorar el nivel de vida de la Sociedad, a través de bienes o servicios que cubran necesidades insatisfechas, por lo tanto, los proyectos de investigación no solo tendrán fines económicos sino sociales con un alto contenido de integración, orientados a la solución de problemas locales, regionales y nacionales” (Pág.27).

Donde se detallan las siguientes estrategias:

- **Considerar en la organización de la actividad investigativa de la Universidad los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo.**
- **Definir las líneas de investigación de los Centros de Investigación, con proyectos viables, a través de mecanismos de financiamiento interno y externo con instituciones locales, regionales, nacionales e internacionales, junto con la gestión de acuerdos de cooperación, convenios, redes u otra forma de asociación con organismos del ámbito privado, público y académico.**
- **Generar programas interdisciplinarios para la formación de recursos humanos de excelencia, que produzcan impacto para el desarrollo humano local, regional y nacional y se constituyan en herramientas y estrategias fundamentales para la concreción de los objetivos en este ámbito.**
- **Atender mediante propuestas de áreas consideradas prioritarias en la región, país o el mundo. Articulación de programas y actividades de investigación con centros nacionales e internacionales de ciencia y tecnología. (Pág.28).**

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Introducción del capítulo

Este capítulo expone los métodos y maneras de ensayos empleados, y las herramientas prácticas de los resultados adquiridos, en el análisis del trabajo de investigación bibliográfica que se realizó de la literatura de artículos científicos, correspondientes a las revistas indexadas publicados en diferentes portales tales como Springer, Dialnet, Redalyc y demás repositorios de universidades de distintas partes del mundo.

Además se expondrá definiciones conceptuales estadísticas los cuales son necesarias para la comprensión de este capítulo. A continuación se especifican los diferentes tipos de muestreo que se utiliza, se demuestra las variables a utilizarse, marco conceptual, diseño muestral y determinación del tamaño de la muestra, así mismo se describe la meta-análisis con las variables que la integran.

Definiciones básicas

Antes de detallar los diferentes tipos de muestreo el cual se utilizaran en este proyecto, se elabora una breve definición de varios términos que serán utilizados en el siguiente capítulo.

Espacio Muestral

Según (Panteleeva & Gonzales, 2014) **“El espacio muestral de un experimento está dado por el par, donde es el conjunto de todos los resultados posibles del experimento. Cada elemento se denomina punto muestral”**

Variable

Según (Araon, 2012) define variable como **“Características o fenómenos de una población o muestra que será estudiada la cual puede tomar valores diferentes”**

Variable aleatoria

Sea un espacio muestral con una medida de probabilidad, Según (Araon, 2012) **“Es una función que asocia un número real a cada elemento del espacio muestral”**

Variable aleatoria discreta

Son aquellas que pueden tomar únicamente un número finito de valores dentro de un intervalo. Según (Panteleeva & Gonzales, 2014) **“Es una variable aleatoria para la cual el número de valores que pueden tomar, tiene cabida cuando se requiere un conteo para determinar sus elementos”**

Variable aleatoria continua

Según (Araon, 2012) **“Una variable aleatoria X es continua, si la función cumple con el objetivo de continuidad, puede tomar valores en una escala continua”**

Población

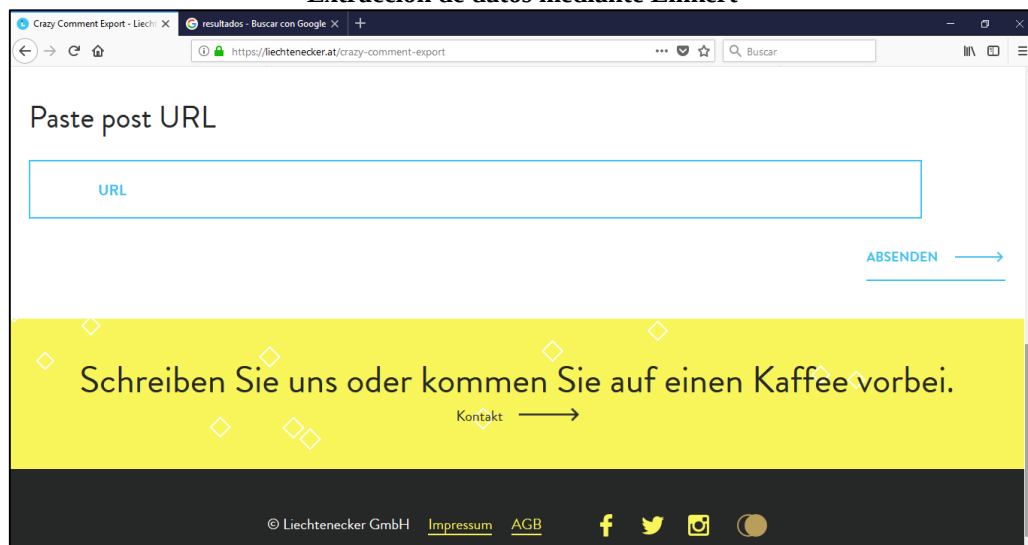
Es el conjunto de individuos, fenómenos u objetos de los cuales se desea estudiar o analizar una o varias características. . Según (Panteleeva & Gonzales, 2014) **“Es una variable aleatoria para la cual el número de valores que pueden tomar, tiene cabida cuando se requiere un conteo para determinar sus elementos”**

Caso de estudio

Análisis basado en razonamiento probabilístico difuso para E-commerce y marketing web, sobre el impacto de una mala gestión de stock y mala atención al cliente.

La metodología utilizada para el análisis del e commerce es la extracción de datos de los FanPages mediante la página web “https://liechtenecker.at”, con el cual se procede obtención de los datos de una forma genérica de las pymes NOVICOMPU, GANGACELL, COMPUTRON el cual se obtuvo los comentarios de 421 personas a través de las redes sociales, con estos se presenta los análisis estadísticos

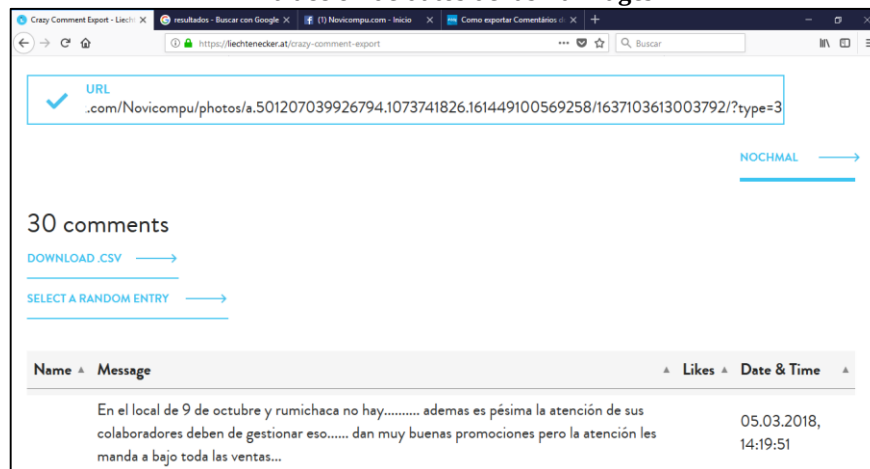
GRÁFICO 19
Extracción de datos mediante Linkert

The image shows a web browser window with the address bar displaying 'https://liechtenecker.at/crazy-comment-export'. The page has a white background with a blue header area. Below the header, there is a section titled 'Paste post URL' with a large text input field containing the placeholder 'URL'. To the right of the input field is a blue button labeled 'ABSENDEN' with a right-pointing arrow. Below this section is a yellow banner with the text 'Schreiben Sie uns oder kommen Sie auf einen Kaffee vorbei.' and a 'Kontakt' link with a right-pointing arrow. At the bottom of the page, there is a dark footer containing the text '© Liechtenecker GmbH', links to 'Impressum' and 'AGB', and social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram.

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

GRÁFICO 20
Extracción de datos de las FanPages



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

Para estos casos se procedió a utilizar las variables lingüísticas.

CUADRO N° 6
Variable lingüística Género

	Sexo
Masculino	1
Femenino	2

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

CUADRO N° 7
Variable lingüística Atención Recibida Cliente

	Atención_recibida_cliente
Muy Insatisfactorio	1
Insatisfactorio	2
Indiferente	3
Satisfactorio	4
Muy satisfactorio	5

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

CUADRO N° 8

Variable lingüística Recomendación otros Usuarios

	Recomendación_otros_usuarios
Muy Recomendado	1
Parcialmente recomendado	2
No recomendado	3

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

CUADRO N° 9

Variable lingüística Tiempo respuesta reclamo

	Tiempo_respuesta_reclamo
Muy lento	1
Lento	2
Regular	3
Rápido	4
Muy rápido	5

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

CUADRO N° 10

Variable lingüística Disponibilidad producto web

	Disponibilidad_producto_web
Existente	1
Poco existente	2
Inexistente	3

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

CUADRO N° 11

Variable lingüística Satisfacción calidad producto

	Satisfacion_calidad_producto
Muy satisfecho	1
Satisfecho	2
Indiferente	3
Insatisfecho	4
Muy insatisfecho	5

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

CUADRO N° 12

Variable lingüística Acceso producto almacén

	Acceso_producto_almacen
Muy difícil	1
Acceso mediano	2
Muy fácil	3

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

CUADRO N° 13

Variable lingüística Contestación del cliente

	Contestación_Cliente
Desfavorable	1
Poco favorable	2
Favorable	3

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Luis Fernando Asitimbay Valente

SECCIÓN: INFORMACIÓN GENERAL DE LAS VARIABLES LINGÜÍSTICAS.

Variable 1: Género de los personas que realizaron comentarios en FanPages.

CUADRO N° 14

Tabla de frecuencia de la variable Género

GÉNERO

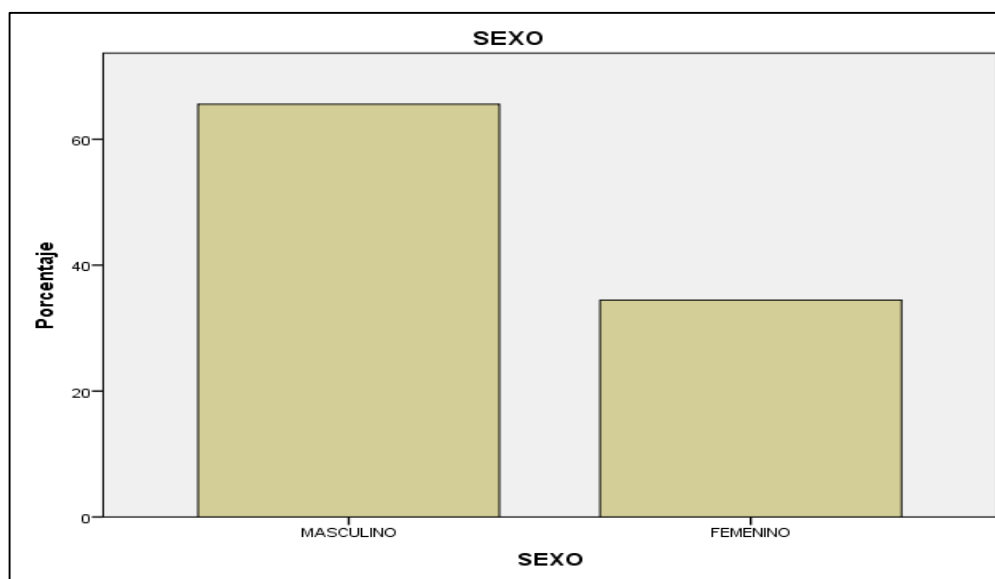
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MASCULINO	276	65,6	65,6	65,6
	FEMENINO	145	34,4	34,4	100,0
	Total	421	100,0	100,0	

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 21

Diagrama de barras de la variable Género



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

Análisis: Del total de 421 comentarios realizados en páginas de los PYMES, que forman parte de la investigación el 65,6% pertenecen a comentarios realizados por el género masculino y el 34,4% a comentarios de géneros femenino.

Variable 2: Atención recibida cliente

CUADRO N° 15

Tabla de frecuencia de la variable Atención recibida cliente

Atención_recibida_cliente

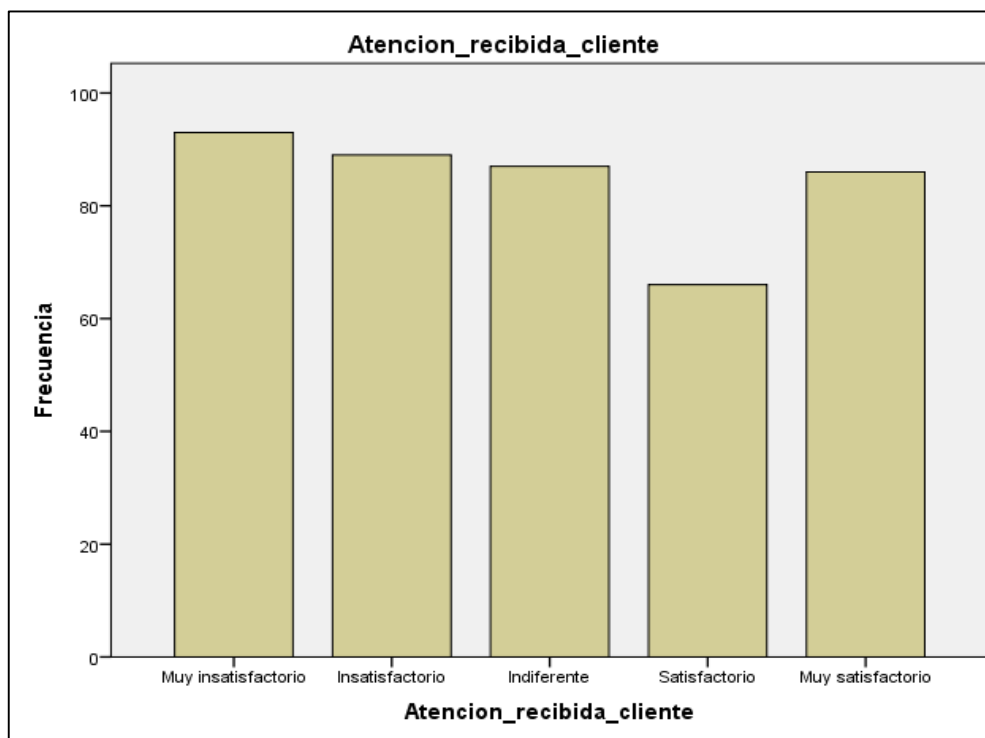
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfactorio	93	22,1	22,1	22,1
	Insatisfactorio	89	21,1	21,1	43,2
	Indiferente	87	20,7	20,7	63,9
	Satisfactorio	66	15,7	15,7	79,6
	Muy satisfactorio	86	20,4	20,4	100,0
	Total	421	100,0	100,0	

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 22

Diagrama de barras de la variable Atención recibida cliente



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

Análisis: En este resumen estadísticos para la variable “Atención Recibida Cliente”, observamos en el cuadro la tabla de frecuencias N° 15 y el gráfico N° 22 que de un total de 421 comentarios realizados en páginas de los PYMES, el 22,1% representa a clientes los cuales se encuentran “Muy Insatisfactorio”, el 21,1% a “Insatisfactorio”, 20,7% a “Indiferente”, 15,7% a “satisfactorio”, y el 20,4% “Muy Satisfactorio”.

De acuerdo a este análisis damos cuenta que el mayor porcentaje se encuentra en clientes que están Muy insatisfecho con el 22,1%.

Variable 3: Recomendación otros Clientes

CUADRO N° 16

Tabla de frecuencia de la variable Recomendación otros Usuarios

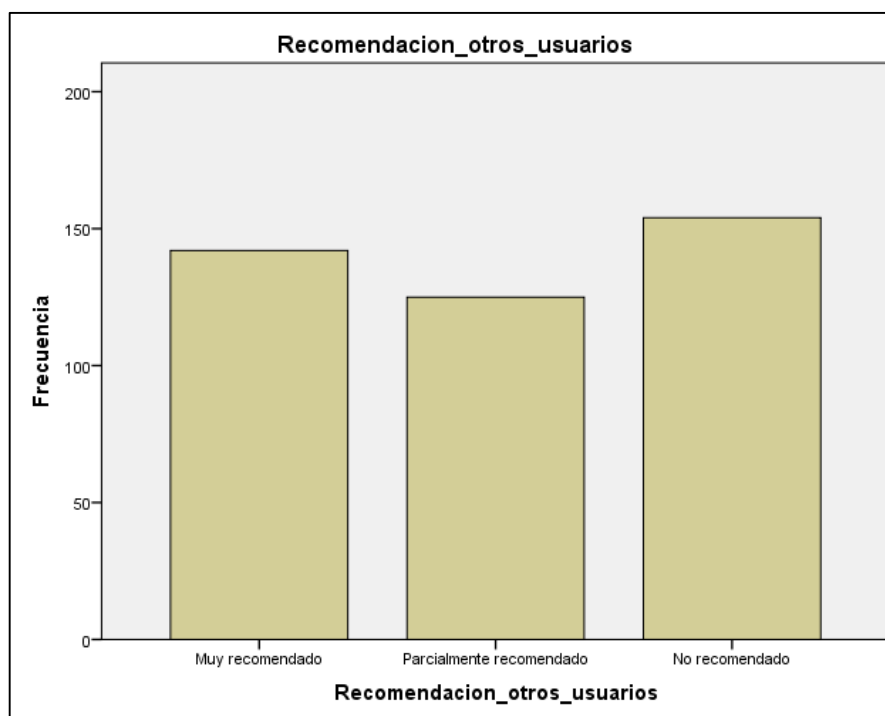
Recomendación_otros_usuarios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy recomendado	142	33,7	33,7	33,7
	Parcialmente recomendado	125	29,7	29,7	63,4
	No recomendado	154	36,6	36,6	100,0
	Total	421	100,0	100,0	

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 23

Diagrama de barras de la variable Recomendaciones otros usuarios



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

Análisis: Visualizando los resultados estadísticos obtenidos para la variable “Recomendación otros clientes”, observamos en el cuadro de la tabla de frecuencias N° 16 y el gráfico N° 23 que de un total de 421 comentarios realizados en páginas de las PYMES, el 33.7% comenta a otros usuarios que las PYMES son “Muy Recomendada”, el 29.7% a Parcialmente recomendado y el 36.6% de cliente que no recomienda a las PYMES investigadas.

De acuerdo a este análisis damos cuenta que el mayor porcentaje con un 36.6% está dado a clientes que no recomiendan a las pymes.

Variable 4: Tiempo respuesta reclamo

CUADRO N° 17

Tabla de frecuencia de la variable Tiempo respuesta reclamo

Tiempo_respuesta_reclamo

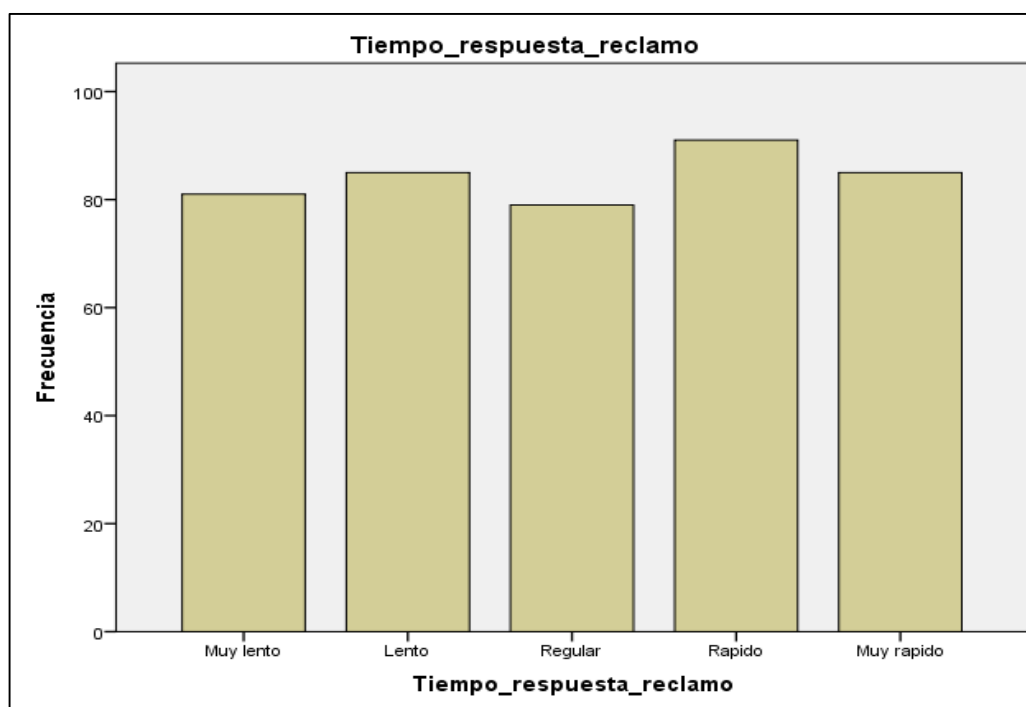
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy lento	81	19,2	19,2	19,2
	Lento	85	20,2	20,2	39,4
	Regular	79	18,8	18,8	58,2
	Rapido	91	21,6	21,6	79,8
	Muy rapido	85	20,2	20,2	100,0
	Total	421	100,0	100,0	

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 24

Diagrama de barras de la variable Tiempo respuesta reclamo



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

Análisis: Visualizando los resultados estadísticos obtenidos para la variable “Tiempo respuesta Reclamo”, que de un total de 421 comentarios realizados en páginas de las PYMES, el 19.2% representa a clientes que recibieron una respuesta “Muy Lento”, el 20.2% a la variable “Lento”, el 18.8% a “regular”, el 21.6% representa a “Rápido”, el 20.2% a “Muy Rápido”

De acuerdo a este análisis damos cuenta que el mayor porcentaje con un 21.6% está dado a clientes quienes recibieron una respuesta rápida.

Variable 5: Disponibilidad producto web

CUADRO N° 18

Tabla de frecuencia de la variable Disponibilidad producto web

Disponibilidad_producto_web

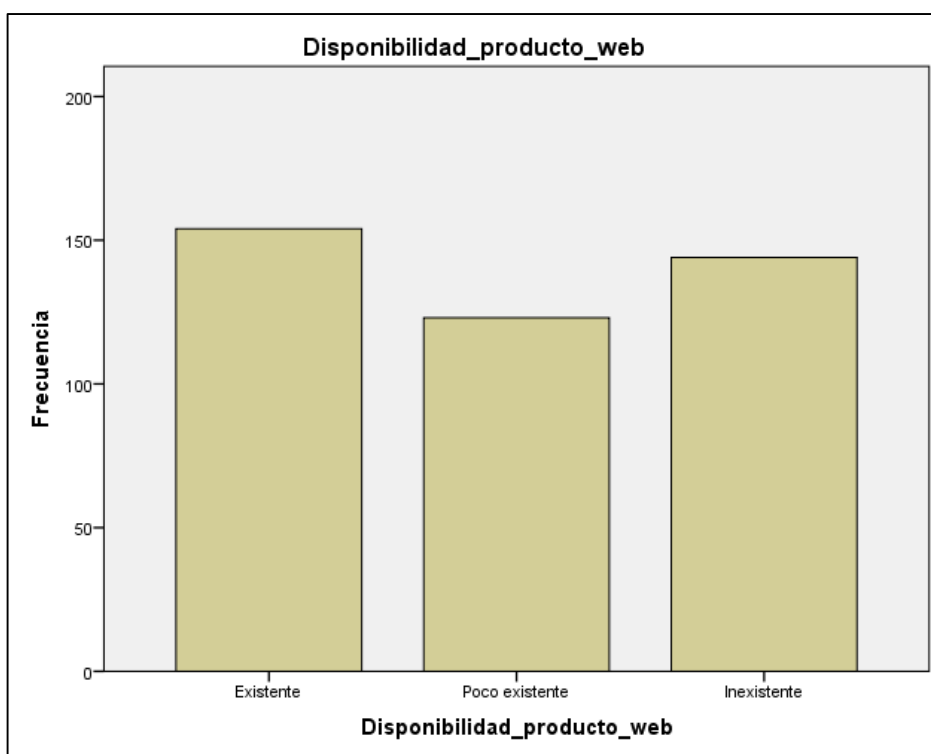
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Existente	154	36,6	36,6	36,6
	Poco existente	123	29,2	29,2	65,8
	Inexistente	144	34,2	34,2	100,0
	Total	421	100,0	100,0	

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 25

Diagrama de barras de la variable Disponibilidad producto web



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

Análisis: Visualizando los resultados estadísticos obtenidos para la variable “Disponibilidad Producto en la Web”, observamos en el cuadro de la tabla de frecuencias N° 18 y el gráfico N° 25 que de un total de 421 comentarios realizados en páginas de las PYMES, el 36.6% comenta que si encontró “Existente” de los producto que deseaba, el 29.2% a Poco existente y el 34.2% de cliente que tuvieron mala experiencia al no encontrar “existencias” en la Web de las PYMES.

De acuerdo a este análisis damos cuenta que el mayor porcentaje con un 36.6% está dado a clientes que sí lograron a encontrar existencias en la página web.

Variable 6: Satisfacción calidad producto

CUADRO N° 19

Tabla de frecuencia de la variable Satisfacción calidad producto

Satisfacion_calidad_producto

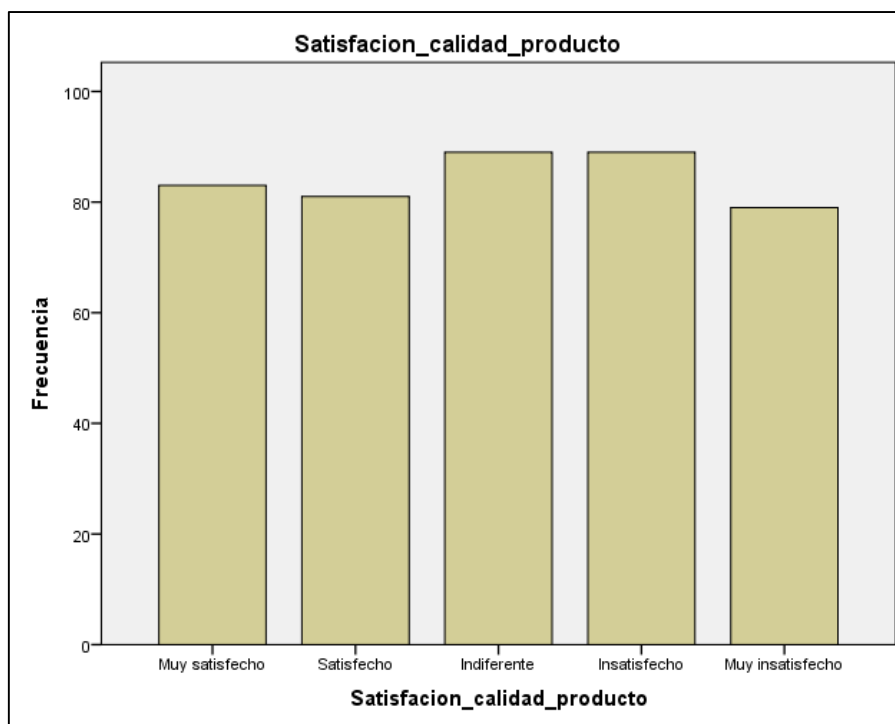
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy satisfecho	83	19,7	19,7	19,7
	Satisfecho	81	19,2	19,2	39,0
	Indiferente	89	21,1	21,1	60,1
	Insatisfecho	89	21,1	21,1	81,2
	Muy insatisfecho	79	18,8	18,8	100,0
	Total	421	100,0	100,0	

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 26

Diagrama de barras de la variable Satisfacción calidad producto



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

Análisis: Visualizando los resultados estadísticos obtenidos para la variable “Recomendación otros clientes”, observamos en el cuadro de la tabla de frecuencias N° 19 y el gráfico N° 26 que de un total de 421 comentarios realizados en páginas de las PYMES, el 19.7% se encuentra “Muy Satisfecho” con la calidad del producto, el 19.2% esta “Satisfecho”, el 21.1% le es “Indiferente” la calidad, el 21.1% se encuentra “insatisfecho” con la calidad, el 18.8% está “Muy Insatisfecho” con el producto que adquirió.

De acuerdo a este análisis damos cuenta que el mayor porcentaje con un 21.1% está dado a clientes que se encuentran indiferente e insatisfecho con la calidad de los producto que se adquieren por la Web.

Variable 7: Acceso producto almacén

CUADRO N° 20

Tabla de frecuencia de la variable Acceso producto almacén

Acceso_producto_almacen

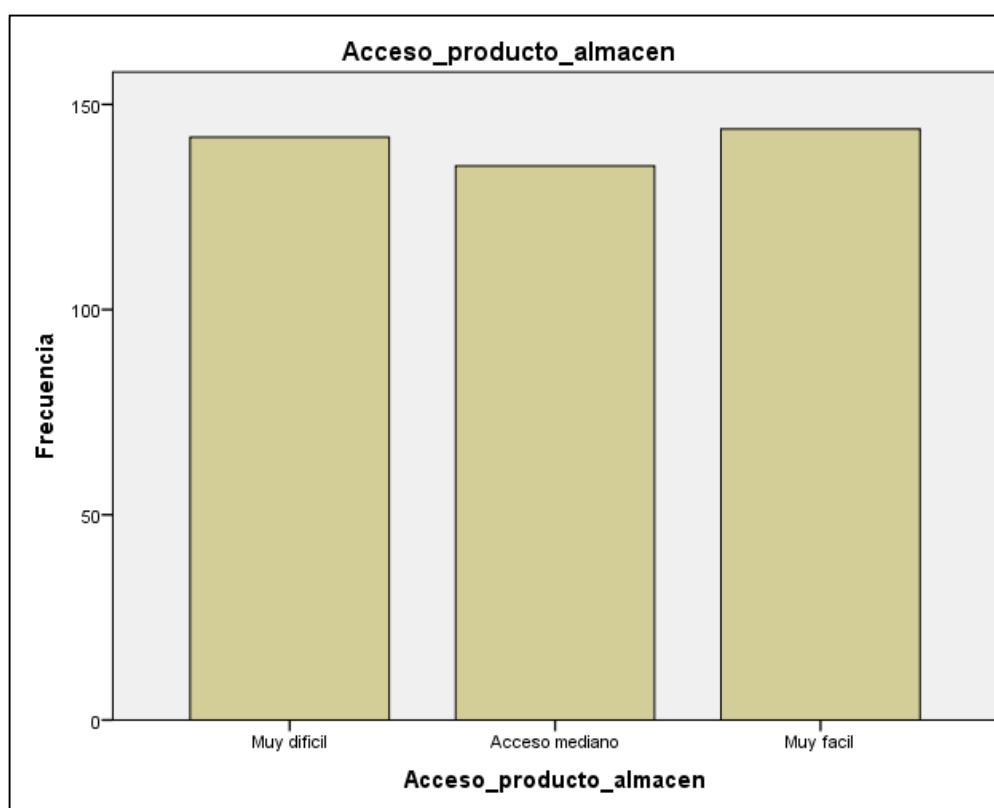
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy difícil	142	33,7	33,7	33,7
	Acceso mediano	135	32,1	32,1	65,8
	Muy fácil	144	34,2	34,2	100,0
	Total	421	100,0	100,0	

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 27

Diagrama de barras de la variable Acceso producto almacén



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

Análisis: Visualizando los resultados estadísticos obtenidos para la variable “Recomendación otros clientes”, observamos en el cuadro de la tabla de frecuencias N° 20 y el gráfico N° 27 que de un total de 421 comentarios realizados en páginas de las PYMES, el 33.7% dijo que para acceder a los productos en el almacén estuvo “Muy Difícil”, el 32.1% a “Acceso Mediano” y el 34.2% de cliente, los cuales dijeron que fue “Muy Fácil” acceder a los productos en el almacén.

De acuerdo a este análisis damos cuenta que el mayor porcentaje con un 34.2% está dado a clientes que no recomiendan a las pymes.

Variable 8: Contestación Cliente

CUADRO N° 21

Tabla de frecuencia de la variable Contestación cliente

Contestación_Cliente		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desfavorable	141	33,5	33,5	33,5
	Poco favorable	143	34,0	34,0	67,5
	Favorable	137	32,5	32,5	100,0
	Total	421	100,0	100,0	

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 28

Diagrama de barras de la variable Contestación cliente



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

Análisis: Visualizando los resultados estadísticos obtenidos para la variable “Recomendación otros clientes”, observamos en el cuadro de la tabla de frecuencias N° 21 y el gráfico N° 28 que de un total de 421 comentarios realizados en páginas de las PYMES, el 33.5% Dijo que tuvieron una mala experiencia al momento de recibir el trato de parte de las PYMES, el 34% a “Poco Favorable” y el 32.5% de cliente obtuvieron una contestación “Favorable”.

De acuerdo a este análisis damos cuenta que el mayor porcentaje con un 34% está dado a clientes quienes recibieron una contestación “Poco Favorable”.

Método de realización del caso de estudio

Para la realización de este caso de estudio, la aplicación de este estudio se basó en la lógica difusa y presenta en su estructura un conjunto de reglas, variables lingüísticas, las funciones de pertenencia, el método de defuzzificación, la agregación y la implicación.

El método directo elegido es el tipo Mandani, además se utilizó la caja de herramienta de la lógica difusa de MATLAB, el cual tiene varias tablas útiles para una buena comprensión de los problemas tratado, el cual se presentan en partes en las ilustraciones de las figuras de esta sección.

Las variables lingüísticas de entrada del sistema se asocian con los indicadores de la solicitud de recibir un buen servicio y productos de calidad de parte de las PYMES, centrándose en los aspectos relacionados con la tasa de entradas y salidas.

De este modo, el conjunto de variables de entrada que deben abordarse a través del sistema de inferencia difusos son:

Disponibilidad de producto en la web, se define como: Tener stock disponible para las ventas exclusivamente para modo online.

Acceso al producto en el almacén, se define como: AL momento de ir a la tienda física, se tenga el stock disponible, el cual se vio vía online.

Satisfacción calidad de producto, que se define como: Claridad en su forma de detallar la calidad el producto, además la satisfacción del cliente con el producto y marca.

Tiempo de respuesta reclamo cliente, se define como: El tiempo que toma el PYMES en responder las inquietudes de los usuarios.

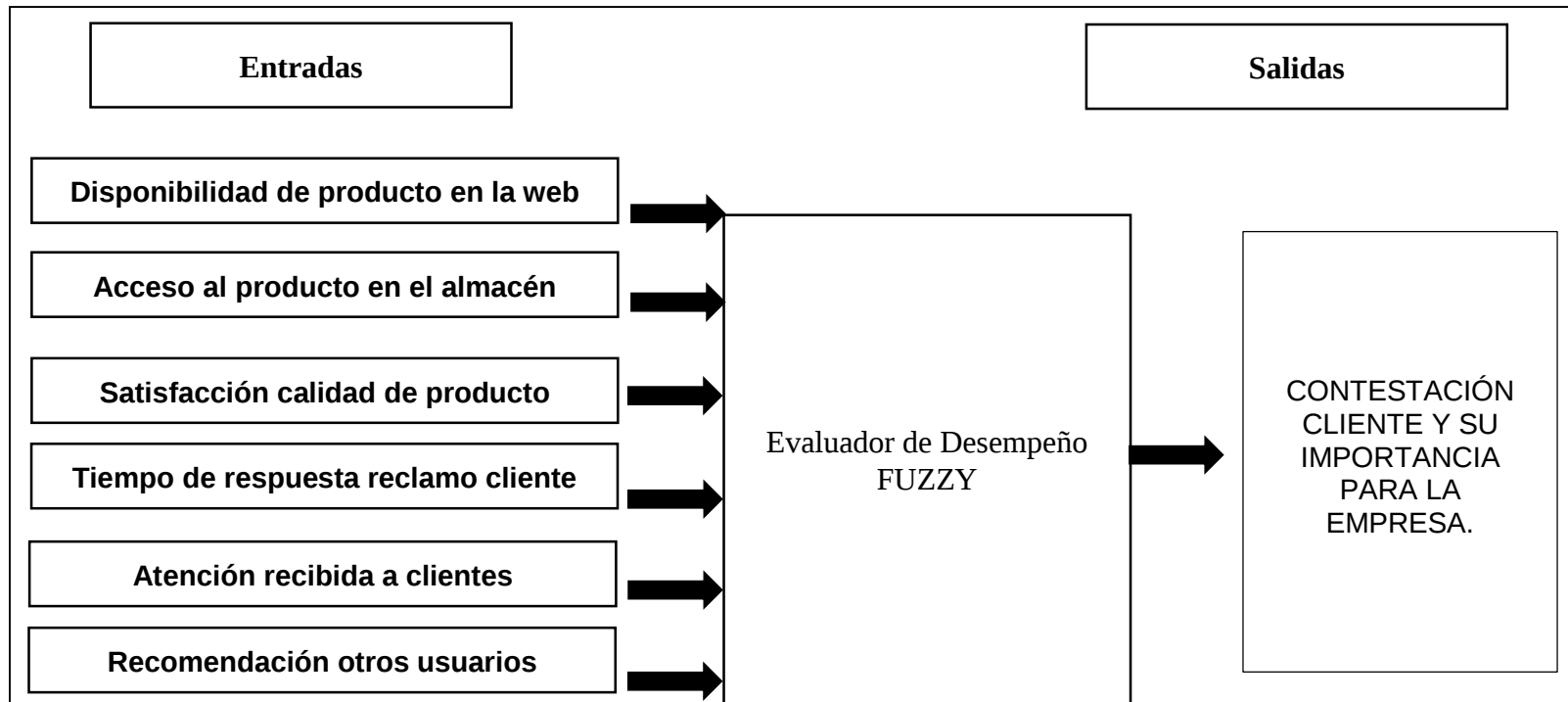
Atención recibida a clientes, definida como: El nivel de satisfacción por parte del usuario a la manera y tiempo de respuesta recibida por parte de las PYMES.

Recomendación otros usuarios, se define como: el nivel de satisfacción o descontento con las PYMES, en el cual da su recomendación a los demás usuarios.

La variable de salida para el sistema fue llamado Contestación Cliente y su importancia para la empresa.

En el gráfico # 29 se presenta el diagrama en bloques del sistema

GRÁFICO 29
Diagrama de Bloques del Sistema



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: (ITEGAM, UNINORTE, 2002)

Las funciones de pertenencia asociadas a cada variable lingüística de entrada y de salida se lo presentan a continuación:

Entradas

- **Disponibilidad de producto en la Web** (existente, poco existente, inexistente);
- **Acceso al producto en el almacén** (Muy difícil, Acceso mediano, Muy Fácil);
- **Satisfacción calidad de producto** (Muy Satisfecho, Satisfecho, Indiferente, Insatisfecho, Muy Insatisfecho);
- **Tiempo de respuesta reclamo cliente** (Muy lento, lento. Regular. Rápido, muy rápido);
- **Atención recibida a clientes** (Muy Satisfecho, Satisfecho, Indiferente, Insatisfecho, Muy Insatisfecho);
- **Recomendación otros usuarios** (muy recomendado, Parcialmente recomendado, No recomendado);

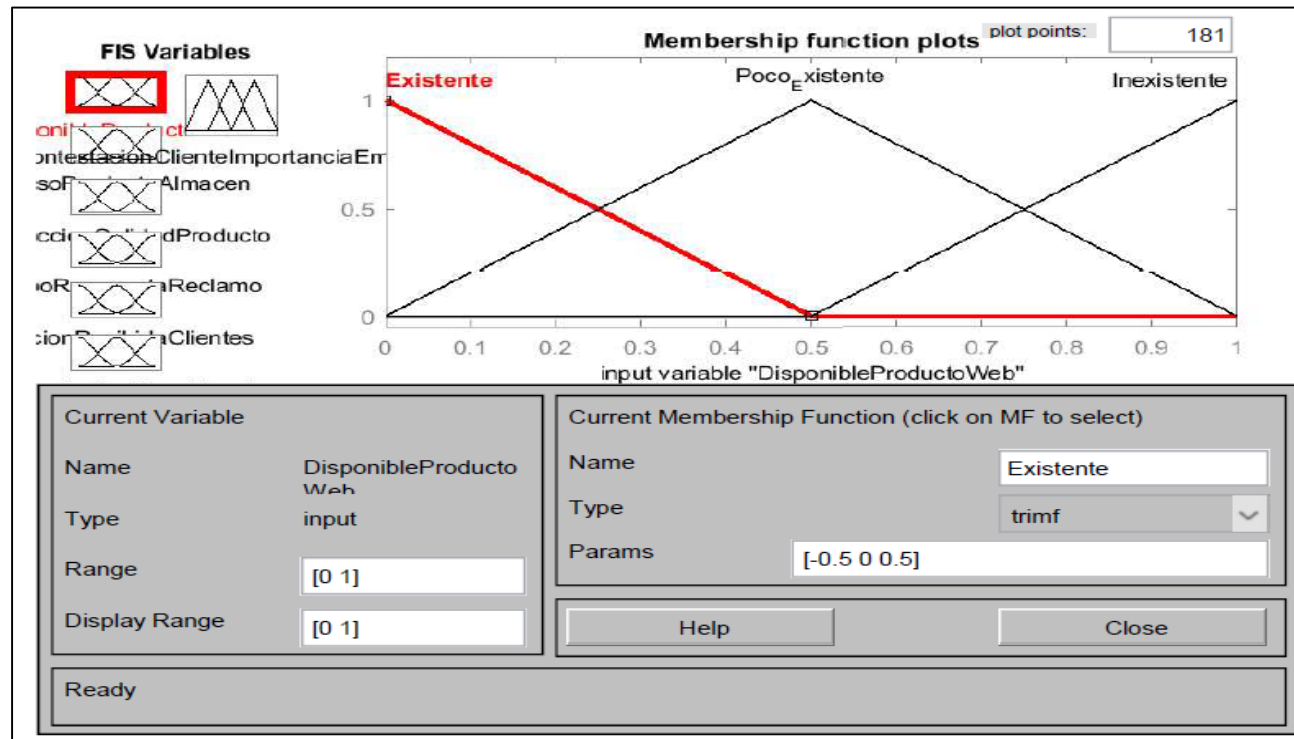
Salida

- ✓ **Contestación Cliente y su importancia para la empresa** (Favorable, Poco Favorable, Desfavorable);

En las siguientes imágenes muestra las gráficas de las 7 variables lingüísticas de entrada y salida, así como sus respectivas funciones de pertenencia.

GRÁFICO 30

Disponible producto Web-Variable lingüística y su función de pertenencia.

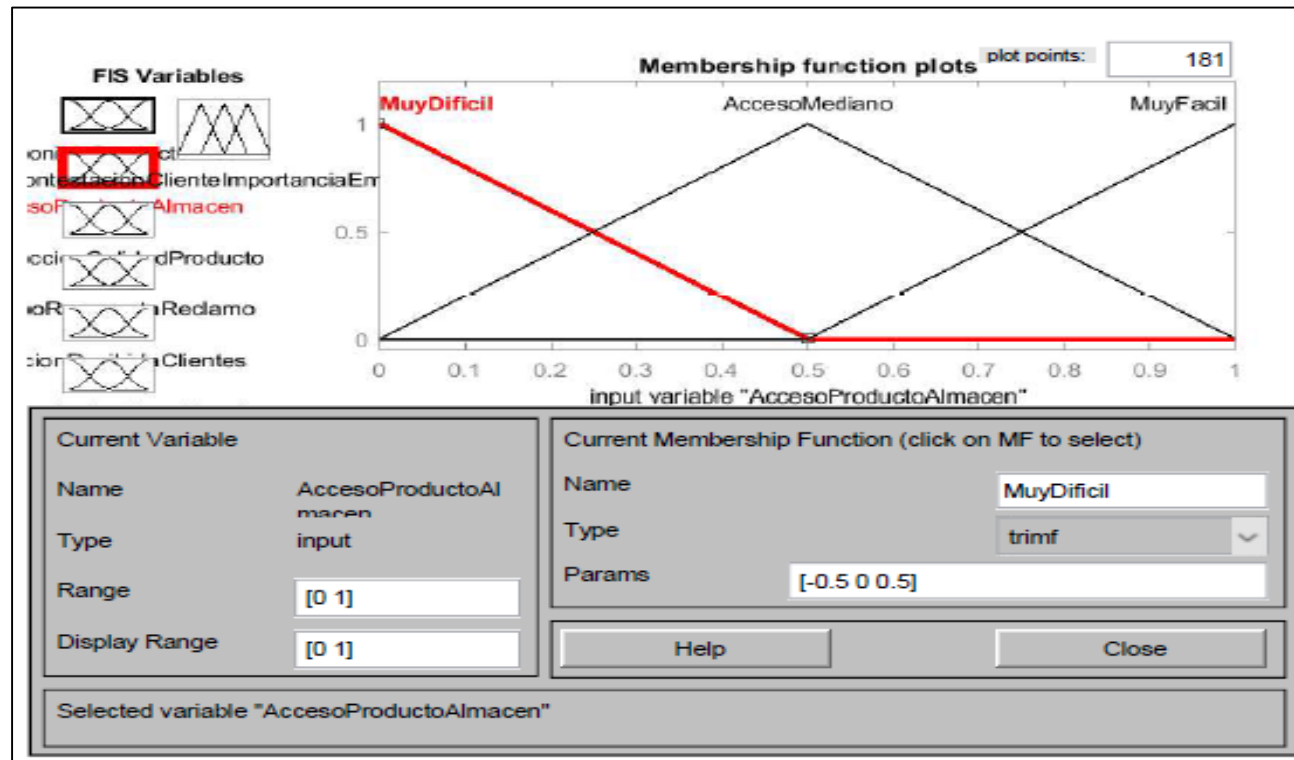


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 31

Acceso producto almacén - Variable lingüística y su función de pertenencia.

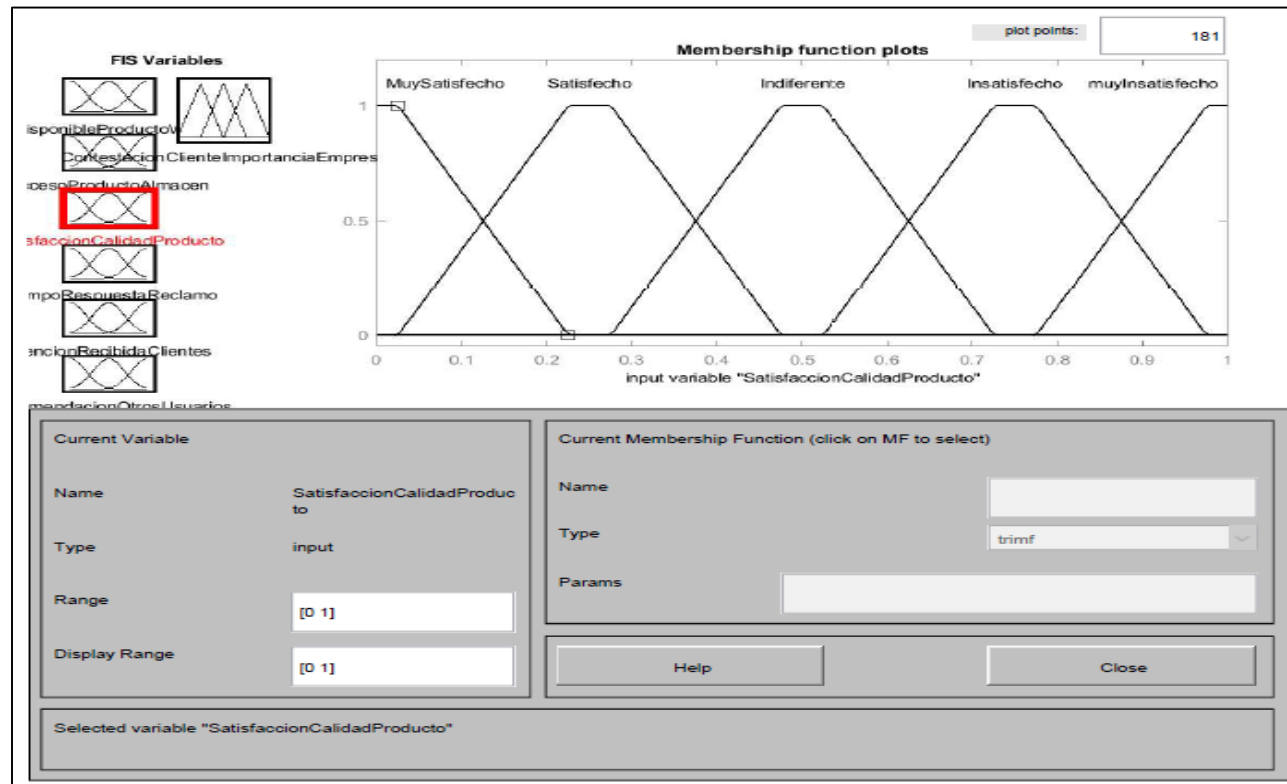


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 32

Satisfacción calidad de producto - Variable lingüística y su función de pertenencia.

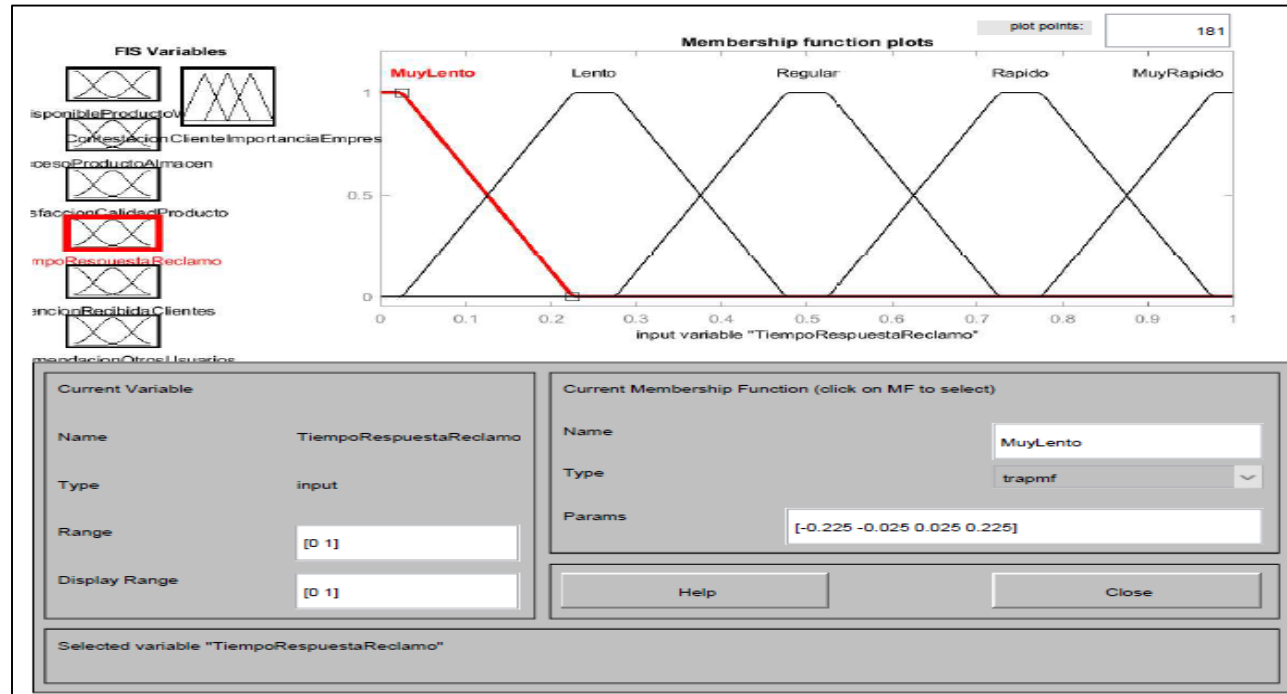


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 33

Tiempo respuesta reclamo del cliente - Variable lingüística y su función de pertenencia.



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 34

Atención recibida cliente - Variable lingüística y su función de pertenencia.

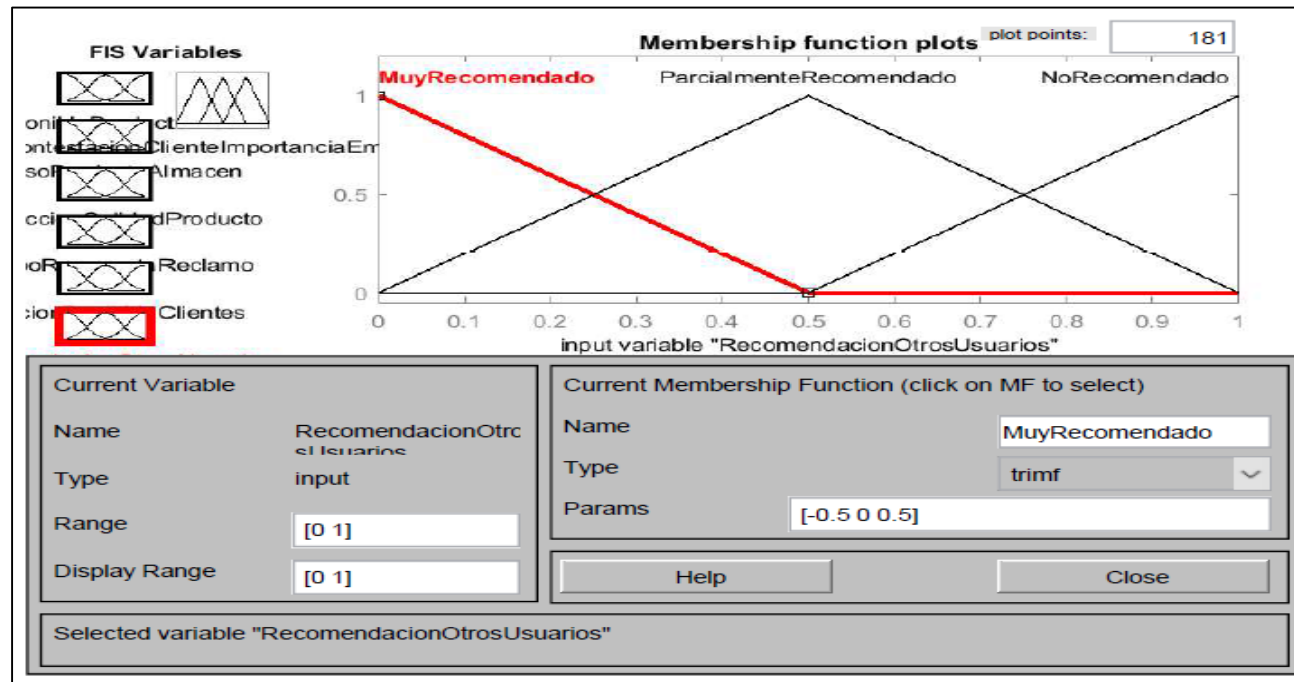


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 35

Recomendación otros usuarios - Variable lingüística y su función de pertenencia.

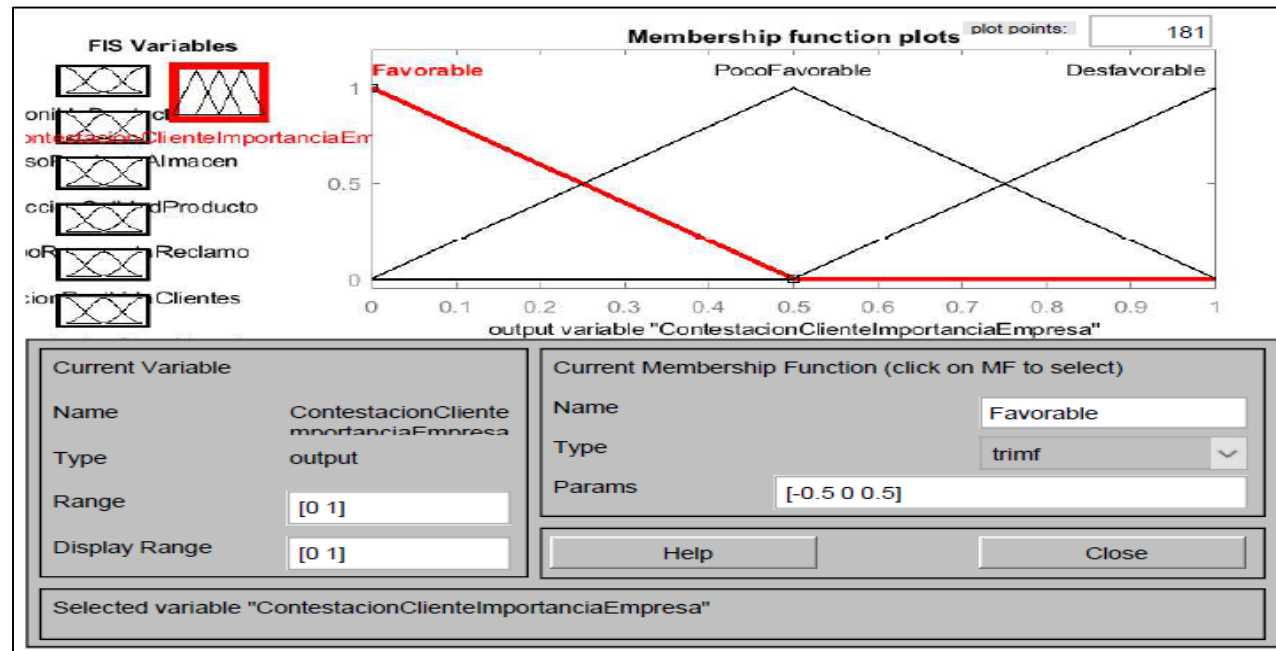


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 36

Contestación cliente e importancia para la empresa - Variable lingüística y su función de pertenencia.

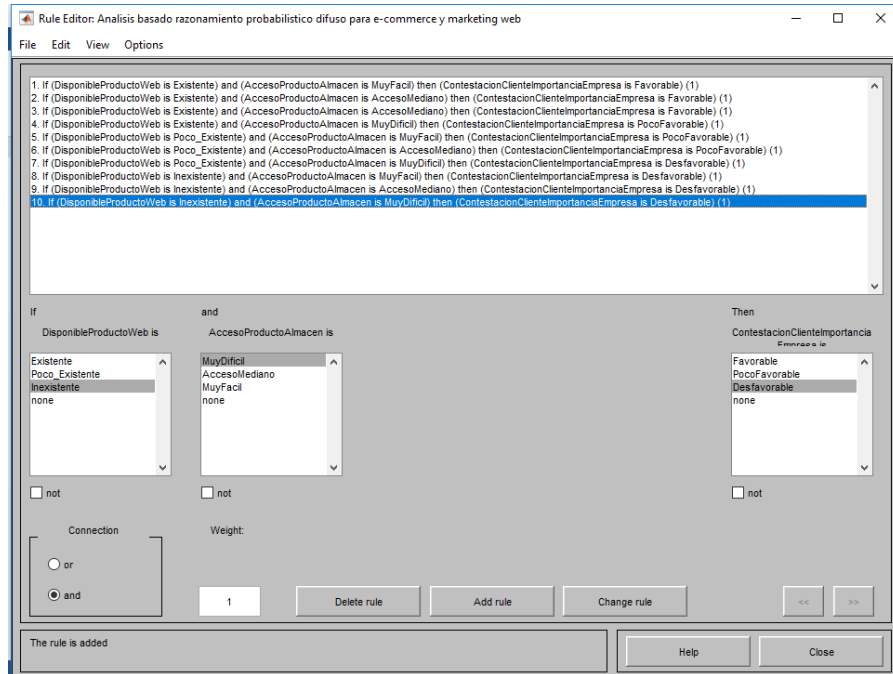


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 37

Reglas del sistema de inferencias difusas

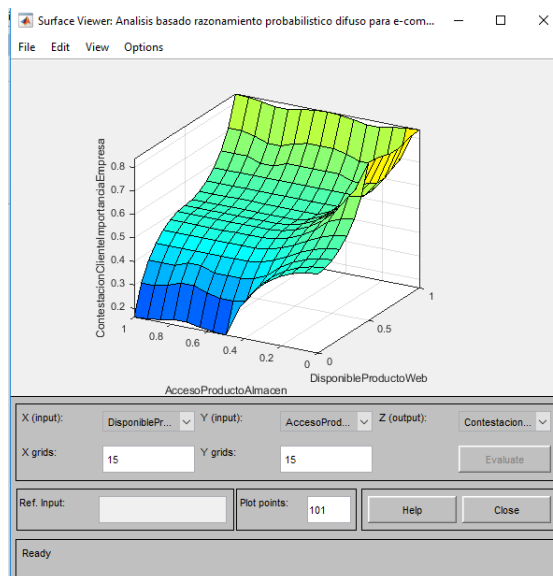


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 38

Resultado de Acceso Producto Almacen y Disponibilidad Web

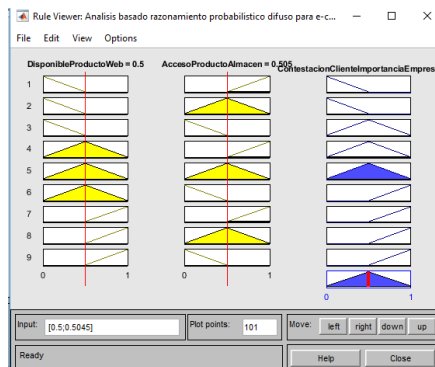


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 39

Reglas difusas de Acceso Producto Almacén y Disponibilidad Web

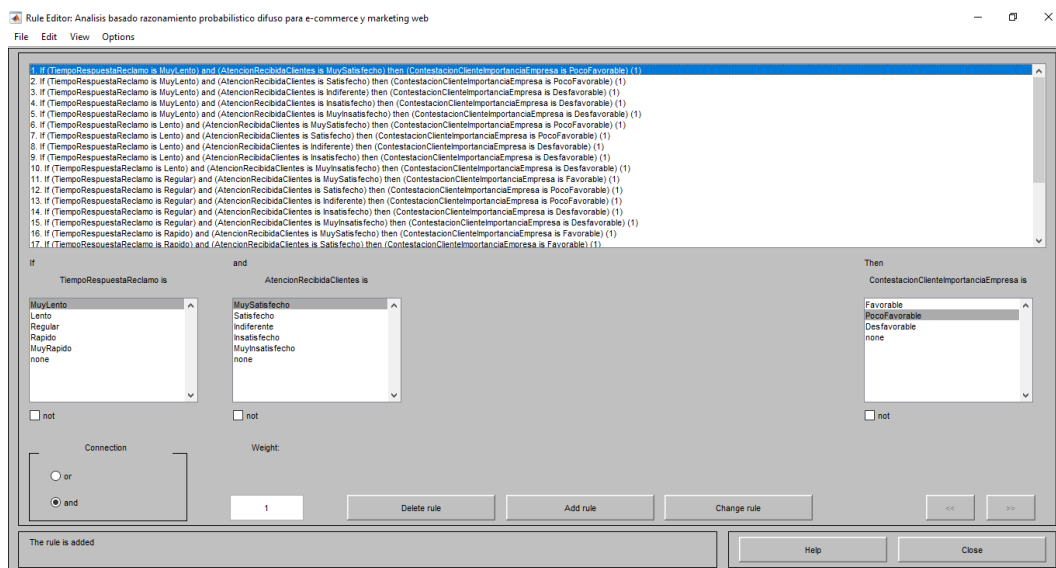


Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 40

reglas de inferencia Difusa



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 41

Reglas de Inferencias Difusas

Rule Editor: Análisis basado razonamiento probabilístico difuso para e-commerce y marketing web

File Edit View Options

9. If (TiempoRespuestaReclamo is Lento) and (AtencionRecibidaClientes is Insatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Desfavorable) (1)
 10. If (TiempoRespuestaReclamo is Lento) and (AtencionRecibidaClientes is MuyInsatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Desfavorable) (1)
 11. If (TiempoRespuestaReclamo is Regular) and (AtencionRecibidaClientes is MuySatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Favorable) (1)
 12. If (TiempoRespuestaReclamo is Regular) and (AtencionRecibidaClientes is Satisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is PocoFavorable) (1)
 13. If (TiempoRespuestaReclamo is Regular) and (AtencionRecibidaClientes is Indiferente) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is PocoFavorable) (1)
 14. If (TiempoRespuestaReclamo is Regular) and (AtencionRecibidaClientes is Insatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Desfavorable) (1)
 15. If (TiempoRespuestaReclamo is Regular) and (AtencionRecibidaClientes is MuyInsatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Desfavorable) (1)
 16. If (TiempoRespuestaReclamo is Rapido) and (AtencionRecibidaClientes is Satisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Favorable) (1)
 17. If (TiempoRespuestaReclamo is Rapido) and (AtencionRecibidaClientes is Satisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Favorable) (1)
 18. If (TiempoRespuestaReclamo is Rapido) and (AtencionRecibidaClientes is Indiferente) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is PocoFavorable) (1)
 19. If (TiempoRespuestaReclamo is Rapido) and (AtencionRecibidaClientes is Insatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is PocoFavorable) (1)
 20. If (TiempoRespuestaReclamo is Rapido) and (AtencionRecibidaClientes is MuyInsatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Desfavorable) (1)
 21. If (TiempoRespuestaReclamo is MuyRapido) and (AtencionRecibidaClientes is MuySatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Favorable) (1)
 22. If (TiempoRespuestaReclamo is MuyRapido) and (AtencionRecibidaClientes is Satisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Favorable) (1)
 23. If (TiempoRespuestaReclamo is MuyRapido) and (AtencionRecibidaClientes is Indiferente) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Favorable) (1)
 24. If (TiempoRespuestaReclamo is MuyRapido) and (AtencionRecibidaClientes is Insatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is PocoFavorable) (1)
 25. If (TiempoRespuestaReclamo is MuyRapido) and (AtencionRecibidaClientes is MuyInsatisfecho) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is PocoFavorable) (1)

If:
 TiempoRespuestaReclamo is:
 MuyLento
 Regular
 Rapido
 MuyRapido
 none
 not
 Connection:
 or
 and
 Weight:
 1
 Delete rule
 Add rule
 Change rule
 <<
 >>
 The rule is added
 Help
 Close

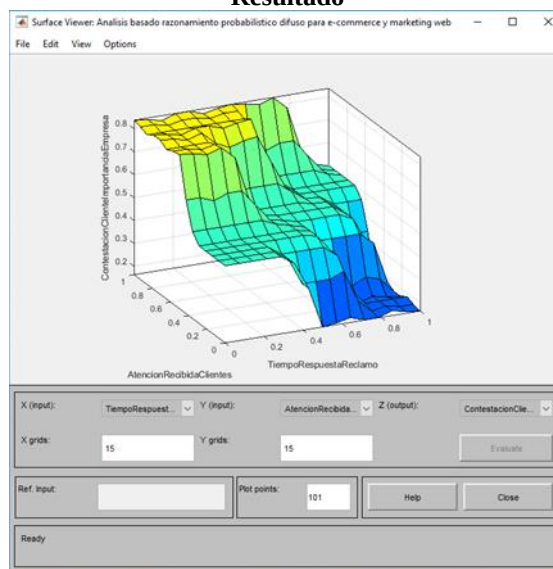
Then:
 ContestacionClienteImportanciaEmpresa is:
 Favorable
 PocoFavorable
 Desfavorable
 none
 not

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 42

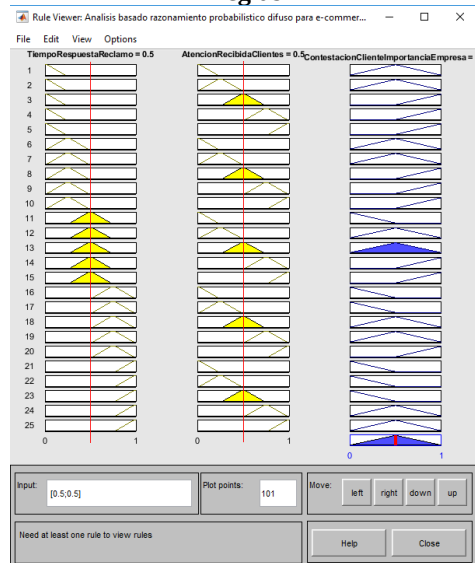
Resultado



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 43
Reglas



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

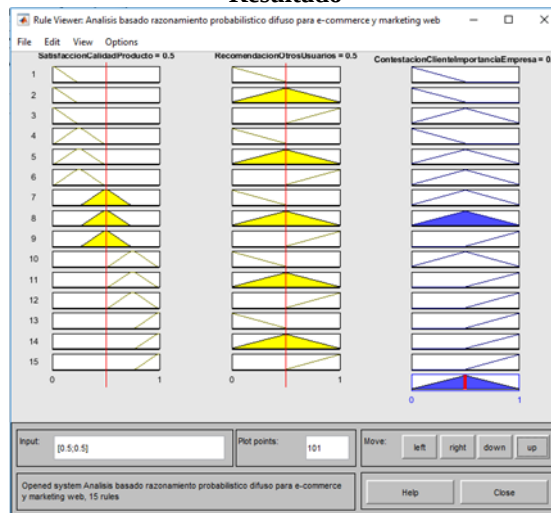
GRÁFICO 44
Reglas de Inferencias Difusas

The screenshot shows the 'Rule Editor' window with a list of 15 rules. The selected rule is: '15. If (SatisfaccionCalidadProducto is muyinsatisfecho) and (RecomendacionOtrosUsuarios is NoRecomendado) then (ContestacionClienteImportanciaEmpresa is Desfavorable) (1)'. The interface includes a menu bar (File, Edit, View, Options), a list of rules, and input fields for fuzzy inference.

Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

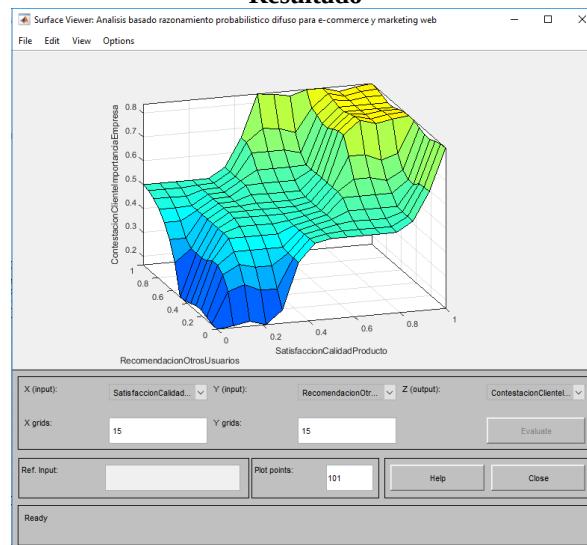
GRÁFICO 45
Resultado



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

GRÁFICO 46
Resultado



Elaboración: Luis Fernando Asitimbay Valente

Fuente: Datos de la Investigación

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES

- La recomendación de amigos y familiares son las fuentes de información de mayor influencia a la hora de comprar por internet, pero correo es el medio de información de mayor preferencia para conocer promociones y ofertas, mientras que las redes sociales son útiles los fines de semana.
- Ecuador es un país con un camino por recorrer en términos de E-commerce y las barreras en las que tiene que trabajar más están centradas en educación, seguridad y confianza de los usuarios para un acelerado crecimiento en esta relación comercial.
- El miedo o desconfianza de los usuarios, es la mayor limitante a la hora de realizar las compras por internet, dada la falta de seguridad en brindar datos personales, lo que se convierte en una gran tarea de educación por parte de los comercios en el futuro cercano.
- El comercio electrónico en la actualidad, se ha impulsado gracias a los medios móviles: Smartphone y Tablet; siendo las redes sociales las de mayor protagonismo, transformando así la forma de entender y de ejecutar el marketing, pues tenemos un consumidor que analiza y estudia mejor sus necesidades gracias a toda la información disponible para finalizar la compra
- En general, los portales internacionales son los de mayor preferencia a la hora de comprar por internet, sólo servicios son más comunes en establecimientos nacionales.

Recomendaciones

- Poseer un portal transaccional útil, en términos de usabilidad y facilidad para los usuarios finales, además de claridad en lo que se ofrece y ayuda durante todo el proceso de compra, con el cual se genera más confianza.
- Generar confianza en los usuarios que utilizan la web, ofreciendo sitios seguros en el manejo de la información personal, sin duda es lo más importante a tener en cuenta.
- Planificar estrategias conjuntas entre la tienda modo off-line y la tienda modo on-line en especial, en aquellos productos que exijan mayor cercanía de los consumidores con el producto, ofrecer además la tranquilidad al saber qué recibirá si compra por internet, sin ningún inconveniente.
- Ofrecer promociones en la tienda modo on-line mucho más atractivas que las existentes en la tienda física con el fin de estimular la compra por este canal.
- Conocer perfectamente el proceso de compra de cada comprador de acuerdo al producto y servicio que se ofrezca y contar con elementos claves en cada fase del mismo para satisfacer las necesidades del cliente que es el protagonista.

Bibliografía

- Albert Orriols, Jorge Casillas, Francisco J. Martínez. (2015). *Modelado Causal en Marketing mediante aprendizaje no supervisado de reglas de asociacion Difusas*. Obtenido de <http://sci2s.ugr.es/keel/pdf/keel/congreso/2008Orriols-ESTYLF08.pdf>
- Araon, M. (2012). En M. Araon. Área de comercializacion e Investigacion de Mercados UNIVERSIDAD DE JAÉN. (2014). Obtenido de <http://www4.ujaen.es/~osenise/tema%205.pdf>
- Batanero, C., Ortiz, J.J., Serrano, L, Albanese. (2016). *Razonamiento sobre probabilidad condicional en situaciones de riesgo*. Suma, 83, 73-80.
- Brandz. (2017). *brandz.com*. Obtenido de http://wppbaz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2017_Report.pdf
- Bruna, D., Cifuentes, F., Díaz, A., & Ossa, C. (2017). Relación entre habilidades de indagación, razón probabilístico y sesgo de representatividad de estudiantes de pedagogía . *Research Gate*.
- Brussino, S. (Julio de 2015). *Researchgate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/283442364_Diferencias_de_edad_y_genero_en_comportamiento_social_temperamento_y_regulacion_emocional_en_ninos_argentinos
- Castro, R. (junio de 2016). Obtenido de <https://es.onlinemarketingfactory.com/cual-es-la-solucion-a-los-problemas-de-la-publicidad-online/>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (2016). *Fielweb*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/07/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Couso R.P. (2015). *Servicio al cliente: La comunicación y la calidad del servicio en la atencion al cliente*. Ideaspropias Editorial SL.

- DIPA UG. (2012 - 2017). Obtenido de revistadipa.ug.edu.ec/dipa/documentos/archivos/plan_ug.doc
- ecommerceday. (Noviembre de 2017). www.ecommerceday.ec. Obtenido de <http://www.ecommerceday.ec/2017/2017/11/09/se-presento-el-primer-estudio-de-comercio-electronico-en-el-pais-durante-el-ecommerce-day-ecuador-2017/>
- Felipe Uribe Saavedra, Josep Rialp Criado, Joan Llonch Andreu. (2014). *El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/205/20531182009/>
- Global Digital Statshot Q3 2017. (Agosto de 2017).
- INEC. (2016). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- Instituto Nacional de estadísticas y censo. (2014). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012-2014_PRESENTACION_TIC.pdf
- ITEGAM, UNINORTE. (2002). *Aplicación de la lógica difusa para la evaluación de rendimiento del desarrollo de proyectos de dispositivos y equipos para la producción industrial*. Obtenido de <https://www.itegam.org.br>: https://www.itegam.org.br/pegasus/imagens_site/arquivos/2015/09/aplicacion-de-la-logica-difusa-para-la-evaluacion-de-rendimiento-del-desarrollo-de-proyectos-de-dispositivos-y-equipos-para-la-produccion-indust-1.pdf
- José M. Morales, Enrique Herrera, E.peis. (2012). Modelo Semántico-difuso de un sistema de recomendaciones de información para bibliotecas digitales. *ResearchGate*, 12.

Juan Maqueria, Sebastián Bruque. (2012). Obtenido de http://revistacomunicacion.org/pdf/n13/Resenas/R6_Castro-Marketing-2-0-El-nuevo-marketing-en-la-Web-de-las-Redes-Sociales.pdf

Juan Pablo, C. M. (2010). Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ec-cangas_jp/pdfAmont/ec-cangas_jp.pdf

Ley Organica de Educación Superior. (Diciembre de 2016). Obtenido de Procuraduria UTPL: <https://procuraduria.utpl.edu.ec/sitios/documentos/NormativasPublicas/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Educaci%C3%B3n%20Superior%20Codificada.pdf>

Maram, L. (2017). <https://www.luismaram.com>. Obtenido de <https://www.luismaram.com/100-estadisticas-de-marketing-digital/>

Merodio, J. (2016). *Estrategia y táctica empresarial en redes sociales*. Bogotá, Colombia: LID Editorial Colombia SAS.

Mglobal. (Mayo de 2017). Obtenido de <https://mglobalmarketing.es/blog/impacto-del-social-media-comportamiento-del-consumidor/>

Ministerio de Telecomunicaciones. (2015). *Mintel Observatorio TIC*. Obtenido de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>

Miriam, U. M. (Agosto de 2011). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/miriam1785/log-8778813>

Nogales, D. O. (Septiembre de 2016). *Resergate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/307532796_La_incongruencia_del_pensamiento_y_el_comportamiento_social

Panteleeva & Gonzales. (2014). En G. Panteleeva.

Philip, K., & Gary, A. (2012). *Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Project management Institute, Inc. (2013). *Guía de los fundamentos para la direccion del proyectos*. Pensilvania: GLOBALSTANDARD.

- Psyma. (7 de junio de 2017). Obtenido de <http://www.psyma.com/es/la-empresa/news/message/comportamiento-de-compra-y-grupos-sociales>
- Raeason Why. (2014). <https://www.reasonwhy.es/>. Obtenido de https://www.reasonwhy.es/actualidad/digital/los-medios-de-comunicacion-online-son-los-que-gozan-de-mayor-credibilidad_2014-02
- Ramírez Hernandez, D.C., Jiménez-Leal, W. (2013). *Percepción de riesgo y compras por internet: su relación con la personalidad y el tipo de producto*.
- Ro, A. (Julio de 2017). Obtenido de <http://aulacm.com/problemas-agencias-marketing-online/>
- Rodrigo Ron, Antón Álvarez y Patricia Nuñez. (Mayo de 2013). Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=87iLBm8Bq2UC&pg=PA54&lpg=PA54&dq=logica+difusa+marketing+online&source=bl&ots=uBgzFib9Da&sig=T2D1QCAjR8Xd7_AiMGbe6yVTUGY&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwick7HV6LDXAhXF2SYKHaqvB5A4ChDoAQgyMAI#v=onepage&q=logica%20difusa%20marketi
- Rodríguez, J. R. (2009). Obtenido de Método general de Extracción de informacion basada en el uso de Lógica Borrosa. Aplicacion en portales Web.: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/15542/2010roperm etod.pdf?sequence=1>
- Ruiz Olvares, R., Lucena, V., Pino, M., Herruzo, J. (2010). *Análissi de comportamientos relacionados con el uso/abuso de internet, telefono movil, compras y juego en estudiantes universitarios*. Adicciones, 22 (4).
- Ruvalcaba Coyaso, F. J., & Vermonden. (2015). *Lógica difusa para la toma de decisiones y la selección de personal*. Universidad & Empresa.

Saleh, S. H., Rivas, S. D. L., Gomez, A. M. M., Mohsen, F. S., & Vázquez, M. L. (2016). *Representación del conocimiento mediante mapas cognitivos difusos y conjuntos de términos lingüísticos difusos dudosos en la biomedicina* .

Salgado, C. H., Peralta, M. Resco, D. E., Balgorria, L. & Montejano, G.A. (2017).). *Aplicación de la lógica difusa en la evaluación de modelos conceptuales de procesos de negocio*.

utelBlog. (20 de Octubre de 2017). www.utel.edu.mx. Obtenido de <http://www.utel.edu.mx/blog/menu-profesional/facultad-de-economia-y-administracion/conoce-la-importancia-del-e-commerce/>

Wendolyn Aguilar Salinas, Sara Ojeda benitez, Juan Castro Rodriguez, Samantha Cruz Sotelo, Hugo Favela . (2015). Obtenido de Perfiles de comportamiento ambiental del consumidor: un análisis difuso: <http://www.redisa.net/doc/artSim2013/EducacionDeResiduosSolidos/Perfiles%20Comportamiento%20Ambiental%20del%20Consumidor.pdf>

William, S., Michael, E., & Bruce, W. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Colorado : McGraw-Hill Interamericana.

Anexo 1. Diagrama de Gantt

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas
Carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales

PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA: Análisis basado en razonamiento probabilístico difuso para E-Commerce y Marketing web.

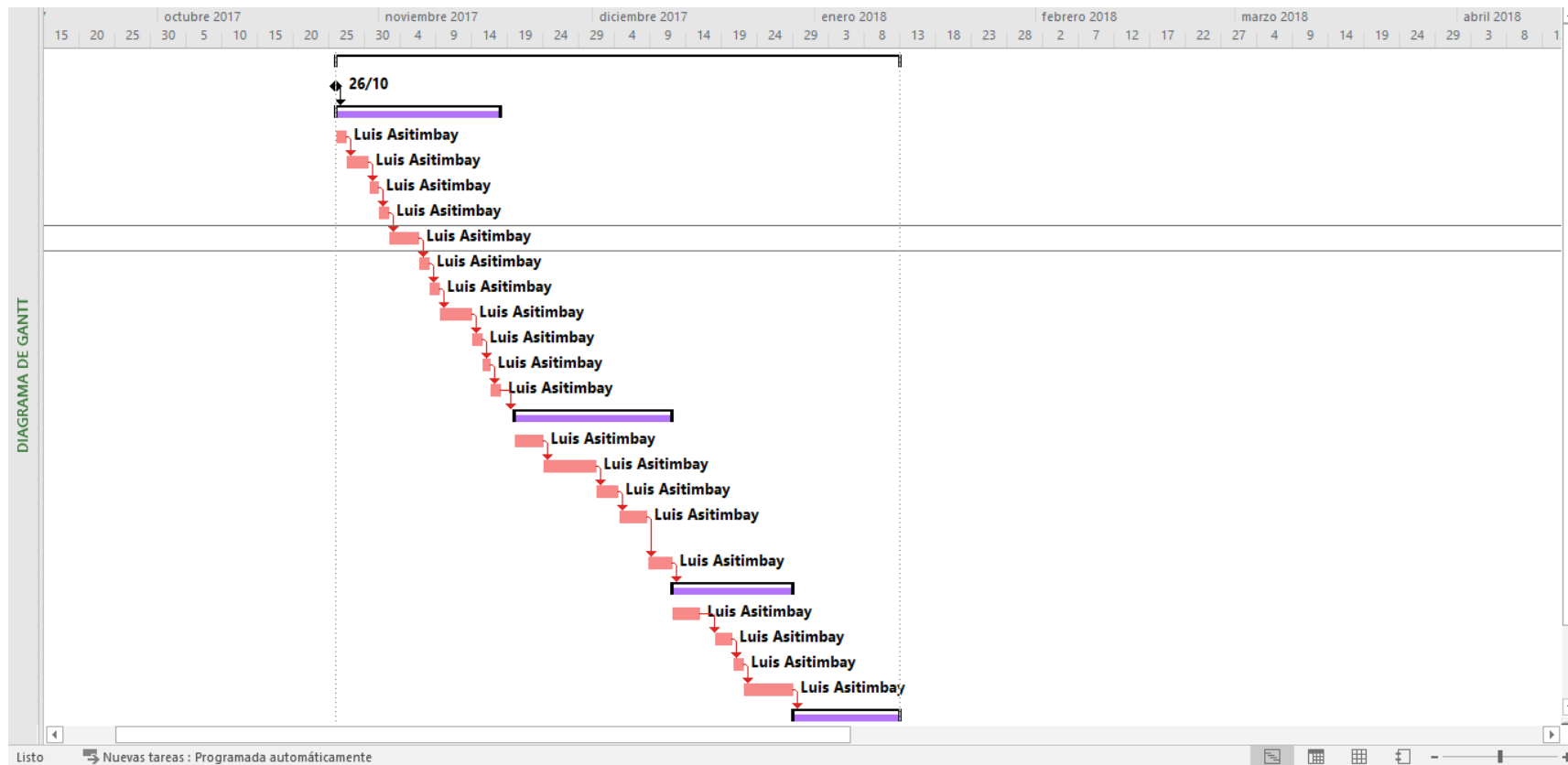
	i	Modo de	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	Nombres de los recursos	regar nueva colum
1	📌	📌	➤ Proyecto	39,75 días?	jue 26/10/17	vie 12/1/18		Luis Asitimbay	
2	📌	📌	Inicio	0 días	jue 26/10/17	jue 26/10/17		Luis Asitimbay	
3	📌	📌	➤ Fase 1 Capítulo 1	12 días	jue 26/10/17	vie 17/11/17	2	Luis Asitimbay	
4	📌	📌	1.1 Introducción	1 día?	jue 26/10/17	vie 27/10/17		Luis Asitimbay	
5	📌	📌	1.2 Situación Conflicto	1 día?	vie 27/10/17	lun 30/10/17	4	Luis Asitimbay	
6	📌	📌	1.3 Causa del Problema	1 día?	lun 30/10/17	mar 31/10/17	5	Luis Asitimbay	
7	📌	📌	1.4 Delimitación del problema	1 día?	mié 1/11/17	jue 2/11/17	6	Luis Asitimbay	
8	📌	📌	1.5 Planteamiento	1 día?	jue 2/11/17	lun 6/11/17	7	Luis Asitimbay	
9	📌	📌	1.6 Evaluación del problema	1 día?	lun 6/11/17	mar 7/11/17	8	Luis Asitimbay	
10	📌	📌	1.7 Objetivo General	1 día?	mié 8/11/17	jue 9/11/17	9	Luis Asitimbay	
11	📌	📌	1.8 Objetivo Especifico	2 días	jue 9/11/17	lun 13/11/17	10	Luis Asitimbay	
12	📌	📌	1.9 Justificación e Importancia	1 día?	mar 14/11/17	mié 15/11/17	11	Luis Asitimbay	
13	📌	📌	1.10 Metodología del Proyecto	1 día?	mié 15/11/17	jue 16/11/17	12	Luis Asitimbay	
14	📌	📌	Entrega del 1er Informe	1 día?	jue 16/11/17	vie 17/11/17	13	Luis Asitimbay	
15	📌	📌	➤ Fase 2 Capítulo 2	12 días	lun 20/11/17	lun 11/12/17	14	Luis Asitimbay	
16	📌	📌	2.1 Fundamentación Teórica	3 días	lun 20/11/17	jue 23/11/17		Luis Asitimbay	
17	📌	📌	2.2 Antecedentes del Estudio	4 días	vie 24/11/17	vie 1/12/17	16	Luis Asitimbay	
18	📌	📌	2.3 Exposición Fundamentada	1 día?	vie 1/12/17	lun 4/12/17	17	Luis Asitimbay	
19	📌	📌	2.4 Orientación Filosófica y Educativa de la Investigación	3 días	lun 4/12/17	vie 8/12/17	18	Luis Asitimbay	
20	📌	📌	Entrega de 2do Informe	1 día?	vie 8/12/17	lun 11/12/17	19	Luis Asitimbay	
21	📌	📌	➤ Fase 3 Capítulo 3	9 días	mar 12/12/17	jue 28/12/17	20	Luis Asitimbay	
22	📌	📌	3.1 Análisis de Factibilidad	3 días	mar 12/12/17	vie 15/12/17		Luis Asitimbay	
23	📌	📌	4.2 Etapas de Metodología del Proyecto	2 días	lun 18/12/17	mié 20/12/17	22	Luis Asitimbay	
24	📌	📌	4.3 Entregables del proyecto	1 día?	mié 20/12/17	jue 21/12/17	23	Luis Asitimbay	
25	📌	📌	Entrega de Informe Final	3 días	vie 22/12/17	jue 28/12/17	24	Luis Asitimbay	
26	📌	📌	➤ Fase 4 Capítulo 4	6,75 días	vie 29/12/17	vie 12/1/18	25	Luis Asitimbay	

Listo

Nuevas tareas : Programada automáticamente

PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA: Análisis basado en razonamiento probabilístico difuso para E-Commerce y Marketing web.





Anexo 3. Base de datos

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas
Carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales



PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA: Análisis basado en razonamiento probabilístico difuso para E-Commerce y Marketing web.

						Compro	Respuesta	Contestación	Disponibilidad	Satisfacción	Calidad de producto	Recomendación
	Página de Facebook	Cliente	sexo	Comentario	Fecha							
1	http://www.facebook.com/2156495777694707	Jessica Arguello	f	Buenas tardes he llamado en miles de ocasiones y aún se hacen los desentendidos para q me devuelvan mi computador portatil. Hasta cuando regresen lo que no es de Ustedes. Muchas gracias.	30/1/2018 18:30	2	1	2	3	4	4	4
2	http://www.facebook.com/2015854448455063	NicOlas GarCia		Wao el año pasado me costó \$20 y ahora están más baratos que los limones ðŸ˜~,	28/1/2018 20:16	1	1	2	2	2	2	1
3	http://www.facebook.com/1736609219753693	Evelyn Quimis Villarreal	f	Buenas noches el cargador es original y sirve para tablet tambien tengo una samsung tab 3 gracias	3/2/2018 23:54	1	1	1	1	1	1	1
4	http://www.facebook.com/1823372487714042	Carolina Suarez	f	Podría facilitarme la dirección pero en la ciudad de Ambato mil gracias	2/2/2018 15:42	3	1	1	1	3	3	3

5	http://www.facebook.com/1354744224625476	Eva Andrade	f	Buenos dias esta publicidad es actual de febrero 2018 y seria ten amable de donde si hay por q en City mall no hay gracias	5/2/2018 16:14	4	1	2	2	3	3	3
6	http://www.facebook.com/1797216170353726	Marii Betsa	f	Hola Novicompu.com, el cargador es original..?? donde se encuentran ubicados actualmente en Guayaquil..??? Si tienen en stock en la agencia de Gye ayÃ³dame con la direcciÃ³n por favor."	1/2/2018 18:14	3	1	1	1	2	3	3
7	http://www.facebook.com/10214804347477357	Michelle Donoso	f	lo q nadie ha preguntado y necesito saber por favor respondan Novicompu.com... cuanto mide el cable???	1/2/2018 18:33	4	1	3	2	5	3	4
8	http://www.facebook.com/10213489565212177	Melanie Sarmiento	f	Buenas, en la ciudad de Portoviejo disponen de este cargador?	1/2/2018 17:45	5	1	3	3	5	3	4
9	http://www.facebook.com/1452720868187062	Eduardo Chimbo		Buenas noches El día Domingo me acerque al local del mall del rio en cuenca , y no tenian ðŸ˜˜'ðŸ˜˜'	31/1/2018 3:41	5	1	2	3	4	3	5
10	http://www.facebook.com/566891110336179	MarÃ³a JosÃ© GutiÃ©rrez De Barros		El dia sabado estuve en 3 locales novicompu buscando estos cargadores los cuales en ningun local habia sur, centro y norte. Ademas de que las personas que me atendieron en estos locales tienen una manera de tratar al cliente pesima.	5/2/2018 19:02	5	1	2	3	5	3	5
11	http://www.facebook.com/975247479298369	Johan Cox JordÃ³n		Todavia esta la promocion para maÃ±ana 4 de febrero en el local de la 9 de octubre.	4/2/2018 0:22	3	1	2	2	2	3	3
12	http://www.facebook.com/1592996077436841	Paul Pino		Fui hoy sÃ¡bado al local de Riobamba y no estaba a ese precio, segÃ³n me dijeron ya no hay la promociÃ³n...	3/2/2018 22:17	2	1	2	2	4	4	4
13	http://www.facebook.com/1800654146632952	Mi Amorcito Fer ZT		Buenass tardes cuando llega la promocion a quevedo ..yo fui el 29 de este mes ..y nadie sabe nada por ahora ..ppr fa cuando llega	31/1/2018 18:13	2	1	1	2	4	3	3
14	http://www.facebook.com/2018494511524007	David Villagomez Freire		Buen dÃ³a quisiera saber si tienen aun disponible cargadores en el Almacen de la 9 de octubre gracias x su atencion	30/1/2018 17:34	1	1	1	1	2	2	2

15	http://www.facebook.com/1233302213437456	Christian Javier Moran		Aqui en milagro si hay de venta venta ese cargador y estan en ese precio xfa me ayudan con la informaci3n	29/1/2018 20:08	2	1	3	3	5	3	4
16	http://www.facebook.com/10210978438440074	Jonathan Chamba Escobar		Voy a el recreo y no saben de q publicaci3n hablo!! Mi pregunta es no se les comunica a sus colaboradores sobre las promociones y los productos de su empresa	28/1/2018 14:55	3	1	2	2	5	2	3
17	http://www.facebook.com/796351780561822	Karen Mora	f	Fredykson Ganchala mi amor para que no gastes en tantos cargadores, y es original... ðŸ˜ˆ—ðŸ˜ˆ—	27/1/2018 23:28	1	1	1	1	1	2	1
18	http://www.facebook.com/1633949443365157	Fernando Palma		Especificaciones t3cnicas?	30/1/2018 3:20	2	1	1	1	2	2	2
19	http://www.facebook.com/10213693686909264	Ivis Mancheno	f	Tienen stock en el local de la av. Fco Orellana en Guayaquil?	4/2/2018 20:19	1	1	1	2	2	3	3
20	http://www.facebook.com/10211397686366353	Christian Hablich		Se lo compre a mi esposa le funciona perfecto y s3per econ3mico	30/1/2018 15:28	1	1	1	1	1	1	1
21	http://www.facebook.com/786359311560464	Adriana Teran	f	Buenos dias talvez se encuentran en ibarra???	5/2/2018 12:52	2	1	1	1	1	3	3
22	http://www.facebook.com/1670975222989013	Nancy Pacheco	f	Buenas noches en la ciudad de Cuenca direcci3n gracias	30/1/2018 0:24	2	1	1	2	2	3	2
23	http://www.facebook.com/1885141564864643	Fernando CM		Buenas talvez un cargador de un reloj smart huawei	27/1/2018 21:09	2	1	1	1	2	3	3
24	http://www.facebook.com/1514394875275198	Edison Janio Herrera Banchon		El cable solo original no lo venden amigo...	4/2/2018 23:41	2	1	1	2	2	3	3
25	http://www.facebook.com/1552176624877619	Nataly Jow		En todos los locales esta la promocion	30/1/2018 0:23	2	1	1	1	2	3	3

26	http://www.facebook.com/1555169111236162	Byron Espinoza	m	Buenas noches y en machala si tienen lpcal ?	31/1/2018 2:15	2	1	1	1	2	3	3
27	http://www.facebook.com/10155312488671274	JosÃ© AndrÃ©s LandÃ¡n Liriano	m	Tienen en todos los locales de Guayaquil ? Ese cargador ?	1/2/2018 4:25	2	1	2	2	4	3	3
28	http://www.facebook.com/1713525368713664	Cristhian Saltos	m	A como sale el samsung a7 2017 con tarjeta de credito	2/2/2018 2:43	3	1	2	2	2	3	3
29	http://www.facebook.com/1565280110246903	Negrura Bpt	f	Buenas noches. En la ciudad de Machala estÃ¡ la promociÃ³n?	3/2/2018 3:33	2	1	2	2	2	3	3
30	http://www.facebook.com/1637681539657323	Luis Fernando Carranza		Disco duro interno de 500gb para lapto hp tienen	26/1/2018 18:26	2	1	2	2	3	3	3
31	http://www.facebook.com/826185540899625	Renato Andres		Precio de un cable de carga rapida samsung tipo c	31/1/2018 1:18	2	1	2	1	3	3	3
32	http://www.facebook.com/1801688249864299	Jean Moyano Salazar		Hola en machala en donde lo encuentro	5/2/2018 12:07	1	1	1	2	2	3	3
33	http://www.facebook.com/10213694508864674	Ingrid Vanessa Lindao Suarez	f	Como hago para adquirirlo vivo en DurÃ¡n	30/1/2018 18:41	2	1	2	2	4	3	3
34	http://www.facebook.com/1505815206203040	Erick Andres		PodrÃ¡ ayudarme con los voltajes de salida	30/1/2018 3:38	3	1	1	1	1	3	3
35	http://www.facebook.com/753461011525731	Jorge Cuji Tenelema		Buenos dÃ­as quiero un computador cori 3 de escritorio	28/1/2018 16:51	2	1	1	1	2	3	3
36	http://www.facebook.com/1526005164113174	Maria Jose Alvarez	f	fui a novicumpu de la kennedy y nunca hay lo que publicitan	4/2/2018 21:56	2	1	2	3	5	4	5

37	http://www.facebook.com/1624736767634509	Nick Jan		Es original	28/1/2018 5:39	2	1	2	1	2	3	3
38	http://www.facebook.com/1977136779194872	Daniela Loaiza Illingworth	f	Ubicacion?	26/1/2018 2:54	3	1	1	1	1	3	3
39	http://www.facebook.com/2031976153710434	Carolina Galarza Burgos	f	Hola disculpe el cargador es el original	4/2/2018 22:48	2	1	1	1	2	3	3
40	http://www.facebook.com/1819427618075977	Victor Flores		Hola buen dÃa, cuenta con el usb tipo C??	28/1/2018 15:24	3	1	2	3	2	3	3
41	http://www.facebook.com/1196218493848900	Alejandro Ã,Ã,Ã!		Hola yo quiero un cargador de un movil	27/1/2018 22:49	1	1	2	2	2	3	3
42	http://www.facebook.com/1828408217170438	Maria Fernanda Aviles	f	En ambato donde estan ubicados	3/2/2018 16:58	2	1	1	2	2	3	3
43	http://www.facebook.com/2024490954236140	Nicko McBrian		Disponen de cargadores para Xperia Z5 Premium?	30/1/2018 0:05	2	1	2	3	4	3	3
44	http://www.facebook.com/515434158839000	Alejandro Apolo		Es Samsung original	30/1/2018 0:33	2	1	2	3	5	3	5
45	http://www.facebook.com/540332049460894	Michi Mixu Kno	f	Y el cable solo	5/2/2018 20:44	3	1	1	1	2	3	3
46	http://www.facebook.com/545988459116891	Susy Vivas	f	Ese es l que necesito	5/2/2018 4:58	2	1	2	1	2	3	2
47	http://www.facebook.com/1975391992490120	Francisco Arellano		Hasta q hora atienten hoy?	4/2/2018 17:14	2	1	1	2	2	3	2
48	http://www.facebook.com/158216228167026	Ernesto Moran		Donde esta ubicado el local	1/2/2018 12:26	3	1	2	1	2	3	3

49	http://www.facebook.com/402339286858608	Carlos Sousa		Eso si cargarÃa bien a mi j7	30/1/2018 13:08	1	1	1	1	2	2	2
50	http://www.facebook.com/1602539176499855	Oscar Campoverde		Es original tipo C???	30/1/2018 4:48	4	1	2	2	4	3	4
51	http://www.facebook.com/10211980395410845	Vicente Fernando AzÃa Ãvila		AÃn hay en manta?	5/2/2018 13:46	5	1	2	3	4	3	3
52	http://www.facebook.com/1964719777124224	Jc Pulyxito Dominikano		Cm puedo cimprar	30/1/2018 19:34	2	1	1	2	3	3	3
53	http://www.facebook.com/1670450849678453	Jonathan Bedoya		DirecciÃn locales en quito	30/1/2018 0:09	2	1	2	2	3	3	3
54	http://www.facebook.com/346686232500740	Jeremy Sauses		Listo uno	1/2/2018 5:26	1	1	1	1	1	1	1
55	http://www.facebook.com/10213748368880684	Jonathan Segura		Y originales no tienen?	30/1/2018 19:03	3	1	2	1	2	2	3
56	http://www.facebook.com/542123106155652	EdwÃn HÃnter		Disculpe para a5 2017 tipo c	4/2/2018 22:56	2	1	2	2	3	3	4
57	http://www.facebook.com/409085776188859	Sandra Parraga Velez	f	En manta.	4/2/2018 16:06	3	1	1	2	3	3	3
58	http://www.facebook.com/2087644984788409	Joshue Resavala Parraga		Si hay en Manta	4/2/2018 4:54	3	1	1	2	3	3	3
59	http://www.facebook.com/1554029314711632	Lulis Obando		En que provincia es	4/2/2018 4:46	3	1	1	2	3	3	3
60	http://www.facebook.com/158216228167026	Ernesto Moran		En guayaquil	1/2/2018 12:26	3	1	1	2	3	3	3
61	http://www.facebook.com/346686232500740	Jeremy Sauses		Donde keda local Guayaquil	1/2/2018 5:26	3	1	1	2	3	3	3

62	http://www.facebook.com/1670450849678453	Jonathan Bedoya	f	Son originales o replica? ????	31/1/2018 10:47	3	1	2	1	3	4	3
63	http://www.facebook.com/859062044269534	Narutho SO Bsc		En manta direccion	30/1/2018 22:37	3	1	1	2	3	3	3
64	http://www.facebook.com/553393178353308	Diana Torres	f	just necesito uno	30/1/2018 16:51	2	1	1	1	2	3	3
65	http://www.facebook.com/10156141167761468	Vanessa Mora	f	Buenísimo	30/1/2018 16:04	1	1	1	1	1	1	1
66	http://www.facebook.com/1550193258421322	Samuel Peralta		TIENEN STOCK EN MACHALA?	30/1/2018 3:13	2	1	2	3	4	3	4
67	http://www.facebook.com/1170765796394307	Gustavo Coronel		Disponen para el s8	30/1/2018 2:01	2	1	1	2	2	3	3
68	http://www.facebook.com/1735908389781137	Marcos Junior Pilay Gonzalez		Donde está ubicado	30/1/2018 1:51	3	1	1	2	3	3	3
69	http://www.facebook.com/1091907737615555	Jose Santi Salazar		Es tipo c	30/1/2018 0:56	2	1	2	2	3	3	3
70	http://www.facebook.com/811720642360011	Andrés Leonardo		El original....	30/1/2018 0:55	2	1	2	1	2	3	3
71	http://www.facebook.com/2066246590288433	Bc Misael		Es el cargador original	30/1/2018 0:26	2	1	2	1	2	3	3
72	http://www.facebook.com/1846270255430826	Shirley Sanchez	f	Hacen envios ??	28/1/2018 12:55	2	1	1	1	2	3	4
73	http://www.facebook.com/164227164206452	Rafael, Rafael		Vuanto	27/1/2018 19:50	2	1	1	1	2	3	3
74	http://www.facebook.com/1824096347661744	Angel Adrian		Es caragador original ??	27/1/2018 18:24	2	1	2	1	2	3	3
75	http://www.facebook.com/10209726569714738	Daniel Kuhn		Ese es el triple AAA	26/1/2018 15:53	2	1	2	1	2	3	3

76	http://www.facebook.com/2112670165627686	Sebastian Martinez		Original?	26/1/2018 0:52	2	1	2	1	2	3	3
77	http://www.facebook.com/173950203332852	Leodan Torres		Buenos días talbes para el Huawei P10 lite tiene cargador	27/1/2018 12:31	3	1	2	2	2	3	3
78	http://www.facebook.com/10155327972020098	Maria Isabell Velasco Arteaga	f	Ruth Santana Goya Está a buen precio Ruxi y es original!	5/2/2018 3:22	2	1	2	1	2	3	3
79	http://www.facebook.com/1085752618284105	Verito Zurita	f	ES CARGADOR ORIGINAL SAMSUNG O NO	2/2/2018 5:32	2	1	2	1	2	3	3
80	http://www.facebook.com/1579262058820815	Elenita Aguilar Sarango de Jima	f	Gordito Rodrigo yo le dije ðŸ˜,	28/1/2018 0:43	2	1	2	2	4	4	1
81	http://www.facebook.com/10214430824541043	Juan Agreda		Vicky mire mor...	27/1/2018 18:18	2	1	1	1	2	3	1
82	http://www.facebook.com/10214147335190641	Gaby Buele	f	Karlita Buele para que compres uno ðŸ˜,ðŸ˜€ðŸ˜Š	4/2/2018 15:04	2	1	1	1	1	3	1
83	http://www.facebook.com/1596468890461041	Silvia Isabel Cun	f	Diego mira...	28/1/2018 17:47	2	1	1	1	1	3	1
84	http://www.facebook.com/1968142416770123	Marcos Iván		buenas noches soy de riobamaba	30/1/2018 2:47	2	1	1	1	1	3	2
85	http://www.facebook.com/1594757057267312	Holber Fabian Zambrano Navarrete		Saludos x favor tienen cable hdmy q valor tiene	2/2/2018 14:51	1	1	1	1	2	3	3
86	http://www.facebook.com/413084402480957	Duver Bajaña		Oooooo	29/1/2018 21:35	3	1	1	1	3	3	3
87	http://www.facebook.com/10159945184130313	Sabrina Balladares	f	Mercy Fariña mira el cargador	31/1/2018 21:32	2	1	1	2	2	3	1

102	http://www.facebook.com/1607341396015110	Franck Ernesto		Vanessita	2/2/2018 22:49	2	1	2	1	3	3	2
103	http://www.facebook.com/1818125934873177	Susan Rosero	f	Veronica Mera Guadalupe	28/1/2018 5:09	2	1	2	1	3	3	2
104	http://www.facebook.com/1994251740848662	Alex Barcia		Andreh Piedrahita	30/1/2018 0:10	2	1	2	1	3	3	2
105	http://www.facebook.com/10214193626771079	Delina Sofía	f	Angel Zamora Urgilez	27/1/2018 17:47	2	1	2	1	3	3	2
106	http://www.facebook.com/1861902107167370	MaJo Vidal Barrera		Paolo Merchan Rubio	30/1/2018 0:17	2	1	2	1	3	3	2
107	http://www.facebook.com/10215307902348332	Gabucho Hr		Cindy Sofia	1/2/2018 23:32	2	1	1	1	3	3	2
108	http://www.facebook.com/1689274951116084	Daian Aiala Rugel	f	Kleber Rugel	30/1/2018 20:37	2	1	1	1	3	3	2
109	http://www.facebook.com/1993677117323928	Lesly Romero	f	Katherine	4/2/2018 16:16	2	1	1	1	3	3	2
110	http://www.facebook.com/1816801348338914	Angie J Itu	f	Janeth Iturralde	31/1/2018 18:40	2	1	1	1	3	3	2
111	http://www.facebook.com/1741507935912917	Dannyel Natanael	f	Fercita	27/1/2018 6:42	2	1	1	1	3	3	2
112	http://www.facebook.com/10211389219146591	Tatu Torres	f	Elkin Torres	28/1/2018 5:14	2	1	1	1	3	3	2
113	http://www.facebook.com/382719155526660	Kate Sanchez	f	Dario Bautista	3/2/2018 17:36	2	1	1	1	3	3	2
114	http://www.facebook.com/1729879413741045	Jenni Elizabeth Guzmán Salas	f	Hollis muy buenas noches, días o tardes según la hora que vean el mensaje... Deseaba saber si tienen moldes para cupcakes y boquillas para decorar.	30/1/2018 1:05	4	2	3	3	3	3	3
115	http://www.facebook.com/2062822897336263	Javier Alcivar		Hice un pedido x Internet, me enviaron un correo que ya llegaron fui al local y me dijeron que no, desde el año pasado estoy que necesito y no me dan la razón	31/1/2018 18:50	3	2	3	3	5	3	3

116	http://www.facebook.com/10214100963816528	Edgar Almeida		La promoci3n es solo para Guayaquil? Quiero adquirir un cargador pero en Quito.	4/2/2018 1:29	3	2	3	3	4	3	3
117	http://www.facebook.com/1644430712260361	David Sidct		Buenas noches es cargador es original y en manta donde lo puedo comprar	6/2/2018 0:38	3	2	3	3	3	3	3
118	http://www.facebook.com/2006056002742958	Marlene Guam3jn	f	En santo domingo de los tsachilas donde es la direccion p.	4/2/2018 2:10	3	2	3	3	4	3	3
119	http://www.facebook.com/1558611420921298	Bettoy Pam Cordero Burgos		Pafa q samsung es tienen q decir	2/2/2018 22:32	3	2	3	3	4	3	3
120	http://www.facebook.com/809325422587626	Erica Moreno	f	Buenas noches a3n tienen en stock los cargadores porfavor respondan y estoy al sur	4/2/2018 3:35	3	2	3	3	4	3	3
121	http://www.facebook.com/780627968791452	Chicho Rios		Que tan r3pido es? Osea me refiero en q tiempo carga de 0 a 100	6/2/2018 3:51	3	2	3	3	4	3	3
122	http://www.facebook.com/1576316809131562	Pau Cascante		Cuanto mide el cable?	6/2/2018 5:00	3	2	3	3	4	3	3
123	http://www.facebook.com/2171600853067609	Fernando Otniel Bsc		Y si tienen cargador de carga lenta porfavor necesito uno	30/1/2018 1:49	3	2	3	2	4	3	3
124	http://www.facebook.com/158216228167026	Ernesto Moran		Donde queda el local	31/1/2018 0:38	3	2	3	3	4	3	3
125	http://www.facebook.com/158216228167026	Ernesto Moran		En guayaquil	31/1/2018 0:38	3	2	3	3	4	3	3
126	http://www.facebook.com/542068106161065	Claudia Quinto	f	Yo quiero con pila	4/2/2018 15:13	3	2	3	3	4	3	3
127	http://www.facebook.com/1786319788086848	Viviana Singo	f	Dispone para Sony	30/1/2018 0:04	3	2	3	3	4	3	3
128	http://www.facebook.com/1919658431680688	Marya Hidalgo Gonzalez	f	Disculpe me puede ayudar la.direcci3n de Loja	4/2/2018 1:30	3	2	3	3	4	3	3

129	http://www.facebook.com/1644949165551127	Joselyn Castro	f	Abraham Razuri hay que comprar uno	6/2/2018 3:34	2	1	2	2	2	3	1
130	http://www.facebook.com/1688964144494069	HÃ©ctor JC		Ximena Ferruzola Marcelo Ochoa	6/2/2018 3:10	2	1	2	2	2	3	2
131	http://www.facebook.com/1799514756734417	Santy Lascano	f	Siempre pregunto del stock me confirman q si hay y cuando voy me dicen q no.. Y me ofrecen un producto mas caro q el promocionando... Esto ya parece una de esas publicaciones trampa.."	1/2/2018 18:45	1	1	2	3	4	3	3
132	http://www.facebook.com/1082415581899787	Mirian Cevallos	f	Xq suben a redes si siempre q uno va q ya no tienen asi asta quitan las ganas d ir ya e ido algunas veces y cada q viy q ya no ay	31/1/2018 17:29	1	1	2	3	4	3	3
133	http://www.facebook.com/1817998474936840	Vanniia GonzÃ¡lez MontaÃ±o	f	Siempre que voy a sto domingo no hay nada de las promociones.	1/2/2018 15:39	1	1	2	3	4	3	3
134	http://www.facebook.com/10204321712720109	Juan Carlos Lynch GonzÃ¡lez		Mejor digan que no hay desde ahora para que la gente no vaya por gustÃ³ a sus locales	31/1/2018 22:44	2	1	3	3	5	3	3
135	http://www.facebook.com/1595913803811729	Alexitos Jaramillo		30 dolares es el telÃ©fono o las 2 cosas el reloj y el telÃ©fono como se le spuede depositar ... o como xq es verdad lo ke dice el amigo de arriba ofrecen yd espues n o hay aqui en loja incluso atienden mal hay un joven ke se le pregunta y se enoja es como hablar con la pared	4/2/2018 3:22	2	1	2	3	4	3	3
136	http://www.facebook.com/10211679387206813	Zamba Aryam Sosa	f	Si opino lo mismo.. yo tambiÃ©n voy al local y dicen no hay. . tenemos otras opciones .. y son mÃ¡s caras. Nunca hay. Lo q publican	4/2/2018 1:10	3	1	3	3	4	3	3
137	http://www.facebook.com/1271295726305299	Kerly Daniela	f	En santo domingo donde puedl encontrarlos y hasta cuando hay la promocion	31/1/2018 17:31	2	1	1	1	2	3	3
138	http://www.facebook.com/631544330570002	Estrellita Poveda	f	Me encanta solo en guayaquil y en milagro tiene ese local y las caracteristicas del telefono cm se q n mas tiene xfavor	2/2/2018 14:49	2	1	1	1	2	3	3

139	http://www.facebook.com/10215033617135273	Oscar Mera Palacios		Buenas tardes estoy interesado pero tienen envÃo? Soy de Esmeraldas me podrÃa dar mayor informaciÃn por internÃ6	31/1/2018 19:44	1	1	1	1	2	3	3
140	http://www.facebook.com/2507536642804995	Hernan Cuenca		Nesecito uno para cuando lo puedo retirar en el recreo avisemen por favor	31/1/2018 2:00	2	1	1	1	2	3	3
141	http://www.facebook.com/745367008991729	Nathaly Lituma	f	Buenas noches ayudeme si ahi en machala la promocion y q nonas tiene el celular	2/2/2018 1:31	2	1	2	1	3	3	3
142	http://www.facebook.com/10155307041736794	Carla Bocca Morales	f	Buenas tardes, soy de guayaquil, quisiera saber si hay disponible	1/2/2018 17:59	2	1	2	1	3	3	3
143	http://www.facebook.com/516422592071353	JosÃ© MartÃnez		En la ciudad de Loja dond puedo conseguir	1/2/2018 20:54	1	1	1	1	2	3	3
144	http://www.facebook.com/927912137372258	Augusto Francotirador Correa		Hola aÃn sigue disponible en el c.c. el recreo	31/1/2018 14:44	1	1	1	1	1	3	3
145	http://www.facebook.com/2563602247198530	Manuel Gonzalez		En que tienda de guayaquil puedo encontrar la promocion	2/2/2018 5:14	2	1	2	1	3	3	3
146	http://www.facebook.com/1560774607339624	Cristian Delgado CedeÃ±o		Cuanto cuesta con evio para bahia de caraquez saludos	2/2/2018 22:29	2	1	1	1	3	3	3
147	http://www.facebook.com/1834631419880845	Tatiana Azucena Rodriguez Espinal	f	Por quÃ© voy a me dicen que no hay soy de guayaquil	31/1/2018 16:58	1	1	3	2	3	3	3
148	http://www.facebook.com/1984284025120554	Alex Cruz		Necesito uno de estos aÃn sigue disponible	31/1/2018 3:41	1	1	1	1	2	3	3
149	http://www.facebook.com/1702459903169174	Eduardo PazmiÃ±o		Hola sigue disponible yo quiero uno	31/1/2018 15:16	1	1	1	1	2	3	3
150	http://www.facebook.com/1176055322525541	Nataly Espinosa	f	Disponen todavÃa en algÃn local de Quito????	3/2/2018 14:30	2	1	2	1	3	3	3

151	http://www.facebook.com/1756860314380388	Kevin Bravo		Disculpe en quevedo esta disponible	31/1/2018 21:23	1	1	2	2	4	3	3
152	http://www.facebook.com/1758464144214385	Jimmy Izurieta		En el moll del sur estan disponible	31/1/2018 13:56	1	1	1	1	2	3	2
153	http://www.facebook.com/1622042881236373	Andresito Medina		Estoy interesado comonla puedo adquirir	1/2/2018 3:26	2	1	1	1	2	3	3
154	http://www.facebook.com/573163726365184	Ricardo HT		Algun almacen en Ambato amigo ?	2/2/2018 1:27	1	1	1	1	1	2	2
155	http://www.facebook.com/1744439162283742	Daniela la Consentida	f	Yo quiero uno	2/2/2018 22:56	1	1	1	1	2	3	3
156	http://www.facebook.com/1698267173566902	Carlos Urrutia		Venden para negocio?	2/2/2018 4:39	2	1	2	1	3	3	3
157	http://www.facebook.com/10213780427558591	Alexander Zambrano		Todabia sigue la promociÃ³n	4/2/2018 0:02	2	1	1	1	2	3	3
158	http://www.facebook.com/1696934267036503	Carlos Villegas Mendez		Excelente opcion de regalo.	31/1/2018 1:23	2	1	1	1	2	3	3
159	http://www.facebook.com/317099025448305	Patricio PV		Que tarjetas aceptan?	4/2/2018 22:51	2	1	1	1	2	3	3
160	http://www.facebook.com/811314642393506	Eduardo Ramon Niemes		En machala estÃ¡ disponible	1/2/2018 22:38	2	1	1	1	3	3	3
161	http://www.facebook.com/10204321712720109	Juan Carlos Lynch GonzÃ¡lez		Y si lo tienen en stock???	31/1/2018 22:38	2	1	2	2	3	3	3
162	http://www.facebook.com/1593896127345630	Alex Tapia Loaiza		El celular tiene para whatsapp	31/1/2018 22:24	2	1	2	1	3	3	3
163	http://www.facebook.com/1834631419880845	Tatiana Azucena	f	Respondan por favor	31/1/2018 16:58	2	1	2	1	3	3	3

		Rodriguez Espinal										
164	http://www.facebook.com/1834631419880845	Tatiana Azucena Rodriguez Espinal	f	En quÃ© locales lo encuentro	31/1/2018 16:58	2	1	2	1	3	3	3
165	http://www.facebook.com/559412144457553	Jorge Armijos		Hay aquÃ© en machala?	31/1/2018 0:08	2	1	1	1	3	3	3
166	http://www.facebook.com/1718247874904092	Angel Cabrera		Fabricio mira loco, lo que buscas..	2/2/2018 2:10	2	1	1	1	3	3	2
167	http://www.facebook.com/1809690949064057	Maria Jose Merchan Quimis	f	Mira Cris Luzardo Jennifer MerchÃ©n	31/1/2018 1:23	2	1	1	1	3	3	2
168	http://www.facebook.com/932699173575781	Tayde Karys	f	Diego Armando Molina Avila ðŸ˜ƒðŸ˜ƒðŸ˜ƒ	31/1/2018 14:15	2	1	1	1	3	3	2
169	http://www.facebook.com/10211404780105272	Carlos Urresta		Diana Natali	4/2/2018 19:21	2	1	1	1	3	2	2
170	http://www.facebook.com/10213914188676209	Valerie Benitez Sabando	f	Silvia MorÃ©n Ponce	1/2/2018 12:54	2	1	1	1	3	3	2
171	http://www.facebook.com/1593978347358863	Pancho Garzon		Smartwatch si funcionan las aplicaciones como whatsapp llamadas entrantes camara y el resto de las app???? Ya que un smartwatch de su misma mercaderia no valia	1/2/2018 2:43	3	2	3	3	5	3	3
172	http://www.facebook.com/1779819005426566	Riky Ralf Cevallos		Hola como es el telÃ©fono mas reloj cell o vale solo el cell	5/2/2018 1:00	2	1	1	1	3	3	3
173	http://www.facebook.com/563225704056035	Luis Cevallos		La radio q sale tiene co trol	2/2/2018 1:06	3	2	3	3	3	3	3

174	http://www.facebook.com/317099025448305	Patricio PV		En que locales tienen stock?	6/2/2018 0:33	2	1	1	1	2	3	3
175	http://www.facebook.com/10156094412869419	Andres Alexander		tienen aun disponibles ???	5/2/2018 1:48	2	1	1	1	3	3	3
176	http://www.facebook.com/2059203787428446	Joselin Zambrano	f	Buenas tardes, hoy me acerquÃ© al city mall y la empleada me dijo que ya no tenÃ­an memorias en ningÃ©n local! QuerÃ­a que me confirmen en que almacÃ©n tienen de 16gb? Gracias	5/2/2018 20:52	1	1	2	3	3	3	3
177	http://www.facebook.com/10214922599633791	Leonardo Peralta Cabrera		Buenas tardes... seta q si disponene en Cuenca	5/2/2018 23:50	2	1	1	1	3	3	3
178	http://www.facebook.com/10213144022333940	Flavio Gamboa		De 32 gb en q precio y que local disponible??	5/2/2018 22:57	2	1	1	1	3	3	3
179	http://www.facebook.com/1523867481061711	Adrian Chato		Si esta disponible en novicompu en Anbato	5/2/2018 21:16	1	1	2	3	4	3	3
180	http://www.facebook.com/10210296920327659	Cristhiano JimÃ©nez		Que precio la de 32g clase 10 por favor ..??	5/2/2018 20:33	1	1	1	2	3	3	3
181	http://www.facebook.com/1705978512793767	Wil White	f	cual es el whataspp de novicompu en santo domingo	5/2/2018 21:46	2	1	1	2	3	3	3
182	http://www.facebook.com/950928631728645	Armijos Jordy Ldq		Q precio tiene l de 32	5/2/2018 21:35	1	1	1	1	2	3	3
183	http://www.facebook.com/1498746963568503	Andres Altamirano		Que precio tiene la de 32gb clase 10	5/2/2018 20:31	1	1	1	2	3	3	3
184	http://www.facebook.com/325927741247811	Jose Velez		Hasta cuando	5/2/2018 22:36	2	1	2	2	3	3	3
185	http://www.facebook.com/1982666721745397	Alex Noa Chavez		Quiero una	5/2/2018 23:12	1	1	1	1	3	3	3

186	http://www.facebook.com/1760127580728334	Oscar Geovanny Pilco Sanchez		Estan en latacunga gracias	5/2/2018 22:50	1	1	1	3	4	3	3
187	http://www.facebook.com/218782165353514	Javier Rdg		Hacen envÃos a otras parte	5/2/2018 22:31	2	1	1	1	2	3	3
188	http://www.facebook.com/1937558266279255	Fausto Rodrigo Valverde Rivera		Son clase 10 para comprar	5/2/2018 20:04	2	1	1	1	2	3	3
189	http://www.facebook.com/960399194113113	Virgi Acosta De Bustamante	f	Mami Carmen Acosta M DE Vera y ÃaÃ±o Emilio veeee lo q kieren	5/2/2018 23:51	2	1	1	1	3	3	3
190	http://www.facebook.com/1892679930765933	Jairo David Sanchez		Wendy Bravo mira bb	5/2/2018 21:04	2	1	1	1	3	3	3
191	http://www.facebook.com/2023697047655456	Liz Valverde	f	Xavy Veloz BaldeÃ³n	5/2/2018 22:32	2	1	1	1	3	3	3
192	http://www.facebook.com/1493141034118368	Maria Belen Mejia Andrade	f	Javier Ignacio Zambrano Alcivar	5/2/2018 23:10	2	1	1	1	3	3	3
193	http://www.facebook.com/10212680980433315	Alvaro Michael Zambrano		Que tal quisiera saber si en el local de Machala tienen de 32g y que precio	6/2/2018 2:33	2	1	1	1	3	3	3
194	http://www.facebook.com/1629529233808249	AdriÃn Zapata		Lo tienen en la tienda de Ambato?	6/2/2018 0:18	1	1	2	2	3	3	3
195	http://www.facebook.com/2064417473845292	Jorge Esterlin Valencia Macias		Y en machala si hay y hasta cuando la promo	6/2/2018 1:39	2	1	1	1	4	3	3
196	http://www.facebook.com/1993601420966616	Raul CalapiÃ±a Chisaguano		Estimados tal vez tienen en el local del centro comercial el Recreo	6/2/2018 0:32	2	1	1	1	3	3	3
197	http://www.facebook.com/448887122181272	Alava Joaquin		Serviria para 1 samsunj J5 (6) ??	5/2/2018 20:50	3	2	3	3	3	3	3

198	http://www.facebook.com/10211277216309442	Santiago Destruccion		Habra disponibilidad en portoviejo	6/2/2018 0:15	1	1	1	3	4	3	3
199	http://www.facebook.com/1130643247071570	Maria Fernanda	f	disponible aquí en machala	6/2/2018 4:16	1	1	1	1	3	3	3
200	http://www.facebook.com/1697223317019916	Adrian Delgado Arias		Hay disponible en portoviejo?	5/2/2018 22:31	1	1	1	3	4	3	3
201	http://www.facebook.com/1964044753848484	Franklin Jose Dominguez Coyago		Cuanto tiene el costo de env�o gracias	6/2/2018 1:04	2	1	1	1	3	3	3
202	http://www.facebook.com/180138333226280	Luis Tuso		Buenas noches una micro de 64 gigas que presio tiene	6/2/2018 2:02	1	1	1	1	3	3	3
203	http://www.facebook.com/1964719777124224	Jc Pulyxito Dominikano		Hay de mas gigas?	6/2/2018 0:42	2	1	1	1	3	3	3
204	http://www.facebook.com/1964719777124224	Jc Pulyxito Dominikano		Esta disponible en cuenca	6/2/2018 0:42	1	1	1	3	4	3	3
205	http://www.facebook.com/944758989015462	Cami Isa Mis Amores	f	Hola sera que tiene una 32gb	6/2/2018 0:32	1	1	1	1	3	3	3
206	http://www.facebook.com/549153688802120	Josefi Ael	f	Dirven para cualquier teléfono?	6/2/2018 5:29	2	1	1	1	2	3	3
207	http://www.facebook.com/2218190908221829	Proyectos Pereira		Buenas noches disponen de tarjetas U3?	6/2/2018 0:18	1	1	1	3	4	3	3
208	http://www.facebook.com/10211720470431149	Rody Reyes		Dianita Nieto mire	5/2/2018 23:34	2	1	1	1	3	3	2
209	http://www.facebook.com/10208968365521340	Enrique Marquez Villavicencio		Jorge Marquez Mora	5/2/2018 23:33	2	1	1	1	3	3	2
210	http://www.facebook.com/10208569358830852	Lei To		Carga rápida? Est�n seguros? El cargador original del iPhone X se demora como 3 horas en cargar el dispositivo, este cuanto se demora?	28/1/2018 13:03	2	1	1	1	3	3	2

211	http://www.facebook.com/2009104369362406	Mario Fernando Nuñez		Me pueden ayudar con el precio de los audífonos para iPhone	1/2/2018 21:20	2	1	2	2	4	3	3
212	http://www.facebook.com/1578647078890852	Alicia Rosado	f	Buenas noches disculpe me podría decir la dirección donde están ubicados y cuánto cuesta el cargador original del iPhone 5s	26/1/2018 5:57	2	1	2	2	4	3	3
213	http://www.facebook.com/1413786902066719	Rodrigo Guido Mendez Sanchez		precios de locos el cargador original no lo creía completo y muy buena atención para recomendar y regresar	31/1/2018 0:57	1	1	1	1	1	1	1
214	http://www.facebook.com/1657000214357770	Jackeline Castro	f	En machala donde están ubicados y cuánto cuesta el cargador de iPhone 7 el original ayudarme por favor con esto	29/1/2018 11:44	2	1	1	2	2	3	3
215	http://www.facebook.com/1551543948247889	David Cabascango		Me interesa el cargador a ver si me ayudas La direcciones en Ibarra o si me envían en qué tiempo???	28/1/2018 12:23	4	1	2	3	4	3	4
216	http://www.facebook.com/1206488512821679	Adrián David Ruiz Reyes		Vicente Fernando Ruiz Ordoñez mira ve ahí esta barato que ya mismo se me a de dar el cargador	26/1/2018 23:09	2	1	1	2	2	3	1
217	http://www.facebook.com/1945456358798504	Ivan Bombon		Original de Apple el cuadradito más el cable?	2/2/2018 23:16	3	1	1	1	3	3	3
218	http://www.facebook.com/10213511043963976	Luis Mejia		Buenas tardes en Quito lugar al norte donde puede adquirirlos	1/2/2018 21:20	2	1	2	1	3	3	3
219	http://www.facebook.com/1663996213646196	Frank Armando Cunalata		Puede ayudarme con la dirección en Ambato	27/1/2018 17:58	2	1	1	1	2	3	3
220	http://www.facebook.com/1936258913352314	Lhia Ramos	f	Esta vez si es válida la promoción?? Por favor quiero adquirir uno	26/1/2018 13:09	2	1	1	2	3	3	3
221	http://www.facebook.com/1715045685205945	Bryan Alvarado Magallanes		Todo eso es original verdad? Y todavía tienen en stock en machala?	26/1/2018 14:13	2	1	1	2	3	3	3
222	http://www.facebook.com/1752252541475297	Angel Omar Falcon		Cuanto vale un cargador original samsung?	25/1/2018 20:07	2	1	1	2	3	3	3

223	http://www.facebook.com/10213213186622564	Erika Herrera	f	X si acaso tienen el cable para cargar el ipod nano???	26/1/2018 4:17	3	1	2	2	4	3	3
224	http://www.facebook.com/920694101430412	Jose David		Buenas tardes disculpe el precio de solo el cable ?	1/2/2018 23:12	3	1	2	2	4	3	3
225	http://www.facebook.com/10156085248228934	Andrés Jarrán		Necesito uno de urgencia... ¿Añ en estñ a ese precio?	2/2/2018 21:03	2	1	2	2	2	3	3
226	http://www.facebook.com/1687039604667571	Cristian Tamayo		Buenas noches disculpe y solo el cable en q precio????	2/2/2018 2:52	3	1	2	2	4	3	4
227	http://www.facebook.com/1669778333081134	Anyi Moran	f	Buenas noches venden maquina plastificadora	2/2/2018 0:39	3	1	2	2	3	3	3
228	http://www.facebook.com/1684775234948620	Andres Orlando Gonzàlez Laica		Tienen audífonos del iPhone original	26/1/2018 23:26	2	1	1	1	2	3	3
229	http://www.facebook.com/10208436142419937	Jã«sã«nã~ã x Gã¶nzã¶lã« s	f	Buenas tardes es Original???? A ese precio???	2/2/2018 19:12	2	1	1	1	2	2	2
230	http://www.facebook.com/10156128233320126	Gaby Sandoval	f	Tienen disponibilidad en mã¡chala?	1/2/2018 15:33	2	1	2	2	3	3	3
231	http://www.facebook.com/1856289807777366	Danny Moreta Valencia		El cargador es original	26/1/2018 5:09	3	1	1	1	2	3	3
232	http://www.facebook.com/1583871824994448	Eduardo Erreway		Para zony tiene	31/1/2018 23:07	2	1	2	2	4	3	4
233	http://www.facebook.com/1728466730507415	Juan Diego Gonzalez		Donde queda su local	31/1/2018 15:56	3	1	1	2	3	3	3
234	http://www.facebook.com/2238530006164569	Juanjo Hm		\$15 cable y cubo ???? Son originales ?	5/2/2018 0:41	3	1	2	1	4	3	3

235	http://www.facebook.com/1572386232837803	Elizabeth Rodriguez	f	Hola disponen de cargadores para Mack Book ?"	26/1/2018 14:09	3	1	2	2	3	3	3
236	http://www.facebook.com/1418671091589363	Leo Gonzalez Jumbo		Tienen el producto en Loja?	26/1/2018 6:34	2	1	2	2	3	3	3
237	http://www.facebook.com/10213079560356954	Nancy Liliana	f	tienen en el local de Quito?	25/1/2018 21:03	3	1	2	2	3	3	3
238	http://www.facebook.com/10215656673719994	Salli Suñirez	f	Es original el iPhone	26/1/2018 0:17	3	1	2	1	4	3	3
239	http://www.facebook.com/10156442956269063	Christiam Garcia Chevez		En que local los tiene disponible	5/2/2018 21:19	2	1	2	2	4	3	3
240	http://www.facebook.com/1812049658866263	Frank Wgdp		Dirección en Azogues	4/2/2018 2:24	3	1	2	2	4	3	3
241	http://www.facebook.com/586708758327604	Mercedes De Los Angeles Narvaez	f	Que vale un expiria L1	3/2/2018 0:49	3	1	2	2	4	3	4
242	http://www.facebook.com/10214105419463946	Yadira Casanova	f	Es original??	2/2/2018 14:20	3	1	2	1	3	3	3
243	http://www.facebook.com/10213739837921581	Joffre Romero Art Tatoo		Tienen local en machala	2/2/2018 3:12	2	1	2	2	3	3	3
244	http://www.facebook.com/1764071086946625	Jorge Tapia		Tiene Audífonos del iPhone 7 Plus	1/2/2018 17:38	2	1	2	2	3	3	4
245	http://www.facebook.com/1936258913352314	Lhia Ramos	f	Vuelven a tener ??	1/2/2018 13:00	2	1	2	1	3	3	3
246	http://www.facebook.com/1575013742551800	Stefanny Canchigáta	f	En donde se encuentran ubicados	31/1/2018 15:48	3	1	1	2	2	3	3
247	http://www.facebook.com/2025207781095437	Krithian Acosta Maya		El cable es original ???	26/1/2018 16:48	2	1	2	1	2	3	3

248	http://www.facebook.com/870599099787237	Miguelito Mite		Nesecito un router wifi	26/1/2018 5:04	2	1	2	2	3	3	3
249	http://www.facebook.com/10159988757410646	Cindy Alvarez	f	Cual es direccion y horarios??	26/1/2018 2:55	3	1	1	2	2	3	3
250	http://www.facebook.com/10155474885498666	Steven Alarcon Villacres		Es original???	25/1/2018 23:38	3	1	2	2	3	3	3
251	http://www.facebook.com/10213525886975488	Gaonamu±oz Miguel	f	Es original	25/1/2018 20:43	3	1	2	2	3	3	3
252	http://www.facebook.com/2058683744147909	Esteban Marcelo Calderon Riquetti		Cargador original para Samsung J7	25/1/2018 20:23	2	1	2	1	2	3	3
253	http://www.facebook.com/10204641835121395	Michelle Pazmi±o Armas	f	Ah± ta para que vayas a comprar ðŸ˜~' Dulce Myrydan ya es hora	1/2/2018 13:31	2	1	1	1	2	3	1
254	http://www.facebook.com/2156216227729688	Catherine Mart±nez	f	tu crees q sea el original Carolina Mart±nez ðŸŒ”	31/1/2018 16:19	3	1	1	2	2	3	1
255	http://www.facebook.com/2097058856989294	Carlos Bucay		de pronto dispone de palancas genericas del Xbox One	2/2/2018 20:46	2	1	2	2	3	3	3
256	http://www.facebook.com/806206772837236	Andres Cevallos		Disculpen tienen convertidor smartv	30/1/2018 17:57	2	1	2	2	4	3	3
257	http://www.facebook.com/1546274352087494	Byron Villota		AAA	25/1/2018 21:18	4	1	2	2	4	3	4
258	http://www.facebook.com/1909215909390325	Byron O±ate		Melissa Redrob±n Kate Campuzano Ortiz ahi esta la soluci±n jajaja	31/1/2018 0:58	2	1	2	2	2	3	1

259	http://www.facebook.com/2038879509485960	Abigail LÃ³pez	f	Ambar Ochoa mira amiguita	30/1/2018 5:50	2	1	1	2	2	3	1
260	http://www.facebook.com/1846954238708143	Francisco MiÃ±o		Jean Pierre JÃ¡come Arroyo Creo que te puede servir perro	26/1/2018 1:13	3	1	1	1	3	3	1
261	http://www.facebook.com/1808962972482341	Alex PeÃ±a		Jorge Luis Huancayo RodriguÃ©z en el mall pilas	28/1/2018 19:36	3	1	1	1	3	3	1
262	http://www.facebook.com/578034559202866	Dom Riot		Santiago :v	30/1/2018 6:24	2	1	1	1	2	3	3
263	http://www.facebook.com/10156170660068024	Eduardo Davila Sandoval		Paul Molina vea	5/2/2018 1:23	3	1	1	1	3	3	1
264	http://www.facebook.com/10155566832742917	Jesus Garcia Moran		Pilas Lola GarcÃ­a MorÃ¡n	28/1/2018 12:34	3	1	1	2	3	3	2
265	http://www.facebook.com/1664734413583220	Adrian Vega Hadrianvs Rexes		HÃ©ctor AlcÃ¡var mija	28/1/2018 2:05	2	1	1	2	2	3	2
266	http://www.facebook.com/10213663524961464	Paolita Stefania	f	Mira Nicoll Kstillo	26/1/2018 2:42	2	1	1	1	2	3	2
267	http://www.facebook.com/10155181182282231	Geovanna Naranjo	f	Stefany Edithh ðŸ™¸	26/1/2018 21:26	2	1	1	1	2	3	2
268	http://www.facebook.com/10159892364190510	Juan Jose Varas		Pilas Gianna OrdÃ³Ã±ez de Varas	2/2/2018 5:39	2	1	1	1	2	3	2
269	http://www.facebook.com/964063277082683	Israel Acaro		David de la Rosa ðŸ™¸,	25/1/2018 22:19	2	1	1	2	2	3	2
270	http://www.facebook.com/1712554655464030	Tais PeÃ±arrieta		Margarita Dayla Anchundiadia	1/2/2018 14:27	2	1	1	1	2	3	1

271	http://www.facebook.com/232919607250026	Johan Mero		Joseph Merroo	25/1/2018 20:15	2	1	1	2	2	3	1
272	http://www.facebook.com/10213642703295183	Gabriel Rodrigo Rodas		Alcivar Pato	2/2/2018 12:09	2	1	1	2	2	3	1
273	http://www.facebook.com/1664565833580015	Verónica Herrera	f	&Cristina Camacho	27/1/2018 2:31	2	1	1	2	2	3	1
274	http://www.facebook.com/1651693801563745	Fausto Ismaell		Frank Moreira	29/1/2018 6:34	2	1	1	2	2	3	1
275	http://www.facebook.com/2060516457510136	Mari Fer Alulema	f	Sebastian Solis	30/1/2018 17:50	2	1	1	2	2	3	1
276	http://www.facebook.com/1672898939414897	Andres Ibarra		Christian Ibarra Moreira	25/1/2018 18:27	2	1	1	2	2	3	1
277	http://www.facebook.com/362114297600600	Josue Jerez		Accel Moreno	1/2/2018 19:01	2	1	1	2	2	3	1
278	http://www.facebook.com/1774292189283316	Carlos Montaño		Rosy Baldeón	26/1/2018 5:00	2	1	1	2	2	3	1
279	http://www.facebook.com/10214725627110258	Andres Calderon Tobar		Maria Gabriela Calderón Aviles	25/1/2018 23:54	2	1	1	2	2	3	1
280	http://www.facebook.com/10209175687549313	Roger Fajardo		Angie Ximena Fajardo Chalón	26/1/2018 4:10	2	1	1	2	2	3	1
281	http://www.facebook.com/203186197086945	Reyes Lisette	f	Nachy Barragan Proaño	25/1/2018 20:59	2	1	1	2	2	3	1
282	http://www.facebook.com/887689268092853	RosSantos Anchundia	f	Adriana Sánchez León	25/1/2018 23:46	2	1	1	2	2	3	1

283	http://www.facebook.com/10155979514077416	Mary Romero Coronel	f	Tania Benavides	3/2/2018 0:53	2	1	1	2	2	3	1
284	http://www.facebook.com/1765545096854151	Jessenia Alvarado	f	Kstillo Nicoll	27/1/2018 2:38	2	1	1	2	2	3	1
285	http://www.facebook.com/10160221577580268	PaoLa BarBosa	f	Brenda Rios	26/1/2018 0:42	2	1	1	2	2	3	1
286	http://www.facebook.com/10212926838423132	Mishel Ortega	f	Mauricio CaSa	25/1/2018 22:46	2	1	1	2	2	3	1
287	http://www.facebook.com/1967350043278372	Rodrigo Triana		Gabriela GarzÃ³n	2/2/2018 3:49	2	1	1	2	2	3	1
288	http://www.facebook.com/1454373424688717	Christian MartÃnez Alarcon		Vielka Basantes	1/2/2018 4:10	2	1	1	2	2	3	1
289	http://www.facebook.com/2064312766929577	Andres Gallardo		Jefferson Torres	29/1/2018 2:47	2	1	1	2	2	3	1
290	http://www.facebook.com/10215614841714173	Bryan Vega		Gendry Vega	30/1/2018 21:11	2	1	1	2	2	3	1
291	http://www.facebook.com/1730009343686060	Tatiana Campoverde	f	Chris Guerra	2/2/2018 2:04	2	1	1	2	2	3	1
292	http://www.facebook.com/1865371770169390	Raul AF		No sÃ© porque ofrecen cosas que ni tienen, mall del sur pregunte por dicho cargador y lo que me dijeron esque no venden esas cosas ahÃ.... Entonces para que publican algo que no venden...	26/1/2018 23:32	5	2	3	3	5	3	5
293	http://www.facebook.com/1804195852924005	Diego Estrada		Buenas noches, quizÃs dispone de cargador original para huawei mate 8?	27/1/2018 5:05	3	2	3	3	4	3	4

294	http://www.facebook.com/724291551112428	Carolina Estefania Ch Cordovillo	f	Disculpen tienen cargador para macbook air ? Apple	29/1/2018 4:30	3	2	3	3	4	3	3
295	http://www.facebook.com/1579715888762580	Geovanni CuauthÃmo c		Cargador.Samsung? ? De	27/1/2018 1:16	3	2	3	3	4	3	3
296	http://www.facebook.com/1657000214357770	Jackeline Castro	f	Pero el original por quÃ© ese carga muy rapidito	29/1/2018 11:51	3	2	3	3	4	3	3
297	http://www.facebook.com/10214105419463946	Yadira Casanova	f	Es original ????	27/1/2018 0:08	3	2	3	3	4	3	3
298	http://www.facebook.com/1798125333551313	Alexandra Balarezo	f	Disponen para la ciudad de Cuenca	27/1/2018 18:09	3	2	3	3	4	3	3
299	http://www.facebook.com/1588987561191880	Karina Arevalo Ruiz	f	Y para el anterior tiene cargador	26/1/2018 0:19	3	2	3	3	4	3	3
300	http://www.facebook.com/1660272034034132	Di Maldonado	f	Que voltaje tiene el cubo de carga?	5/2/2018 2:32	3	2	3	3	4	3	3
301	http://www.facebook.com/1662255480484563	Edwin Ramos		hay stock en el cc recreo ??	1/2/2018 10:18	3	2	3	3	4	3	3
302	http://www.facebook.com/10215348177281098	Pablo Naranjo Romero	f	PaÃ±ol VillacrÃ©s	6/2/2018 0:20							
303	http://www.facebook.com/1531251846995355	Karla Ormaza	f	Ariel Molineros Macias cÃ³mpreme	6/2/2018 3:33		1					
304	http://www.facebook.com/10156288340348010	Jeancarlo Santin Realpe		Dayanna Herrera	5/2/2018 0:20		1					
305	http://www.facebook.com/1611359158900342	Evelyn Andrea Garcia Vincas	f	Freddy Alfredo CobeÃ±a Andrade ðŸ˜Š	6/2/2018 3:22		1					
306	http://www.facebook.com/1686702908042764	Danna Pacheco	f	Fernanda Pacheco VÃ¡squez	27/1/2018 1:13		1					

307	http://www.facebook.com/1813391342017945	Jorge Eduardo Palacio Moreira		Luis Enrique Palacio Moreira	27/1/2018 20:41		1					
308	http://www.facebook.com/10216784420789984	Stalin Reyes Sevillano		en Quito de la Rio Coca no hay.. me pueden indicar donde hay	30/1/2018 1:40		1					
309	http://www.facebook.com/1413027062140490	Jennifer Y Domenik Zambrano	f	Dãgame si ya llegaron q necesito comprar el viernes fui a la sucursal de patrocinã³ y q no hay dis q llegaba hoy xfa avise para ir	5/2/2018 18:52		1					
310	http://www.facebook.com/1601333846621018	JonaThan AdAir		Me interesa algun local en el centro o sur de Quito y hasta que hora atienden"	1/2/2018 14:51		1					
311	http://www.facebook.com/10156122448489839	Wilmer Ramirez		Me interesa uno de esos parlantes si abran en riobamba y la direccion porfavor	31/1/2018 12:53		1					
312	http://www.facebook.com/1572912766132696	Jose Omar Villamar Carrillo		Todavãa esta la promocion y en Ã©l de 9 de octubre lo tienen	29/1/2018 17:43		1					
313	http://www.facebook.com/1805941972770761	Enrique Rodriguez		Buenas aun tienen la promo en citymall??	29/1/2018 15:41		1					
314	http://www.facebook.com/1413027062140490	Jennifer Y Domenik Zambrano	f	Buenas tiene la promociã³n en portoviejo	29/1/2018 16:23		1					
315	http://www.facebook.com/1827576647312767	Dalton Vera		Direcciã³n en Guayaquil para poder adquirirlo !	29/1/2018 13:37		1					
316	http://www.facebook.com/2128259437403355	Ximena Condor	f	Buenas noches como lo.puedo conseguir gracias?	29/1/2018 2:57		1					
317	http://www.facebook.com/1753496331376104	Maria Lara	f	D y en quito	29/1/2018 14:02		1					
318	http://www.facebook.com/1597078963660974	Diego Viteri		Buenas Noches quã© colores no mã³s tienen	29/1/2018 0:07		1					
319	http://www.facebook.com/1823959460956535	David Cauja		en que local hay en guayaquil?	1/2/2018 5:12		1					

320	http://www.facebook.com/1579857225425547	Segundo Clovis LÃ³pez Zambrano		En manta la direcciÃ³n	30/1/2018 21:49		1					
321	http://www.facebook.com/335167833648361	Luis Fernando		Yooooo quiero hoy voy a ver el mio ðŸ˜˜ðŸ˜˜	30/1/2018 13:08		1					
322	http://www.facebook.com/277779952756337	Aaron Javier		La promociÃ³n hay en el recreo	30/1/2018 0:55		1					
323	http://www.facebook.com/749023668640662	Erick SÃ¡nchez		Novicompu hay en Riobamba ?	29/1/2018 4:27		1					
324	http://www.facebook.com/1481524411958603	SoÃ±ador Ej ChumaÃ±a		Quiero la promo xfa	29/1/2018 0:52		1					
325	http://www.facebook.com/737430656456309	Jess Love	f	Quiero la promocion como hago	29/1/2018 0:57		1					
326	http://www.facebook.com/2020568267958889	Berny Berny		Aun hay la.promo	4/2/2018 18:50		1					
327	http://www.facebook.com/10210831364806219	Adrian Ricardo Cevallos		Esta disponible en cuenca ?	31/1/2018 15:24		1					
328	http://www.facebook.com/1808440572541044	Victor Leonardo Torres Velez		me los compre 100% recomendado	30/1/2018 18:24		1					
329	http://www.facebook.com/2081896612094110	Daniel Mero		DirecciÃ³n portoviejo xf	30/1/2018 0:49		1					
330	http://www.facebook.com/2062686633966606	Joseph Espinoza	f	Ese precio es por los 2....???	29/1/2018 18:38		1					
331	http://www.facebook.com/539910463048678	Lilibeth Zamora	f	La direccion porf	29/1/2018 2:59		1					
332	http://www.facebook.com/1700694816636682	Daniel Fernandez		Donde estan ubicados	29/1/2018 1:43		1					
333	http://www.facebook.com/1958573201070157	Andres Poveda Bonoso		Donde queda	29/1/2018 1:19		1					
334	http://www.facebook.com/1838195796245031	Alejandro Chicaiza		Tiene en otros colores?	29/1/2018 0:41		1					

335	http://www.facebook.com/10214192206214896	Gabriel Tello		Roque Morales compremos ese para los paseos	29/1/2018 13:50		1					
336	http://www.facebook.com/1768831193167093	Martinez David		Ya de una hagamos le Geo Cullis U	29/1/2018 1:07		1					
337	http://www.facebook.com/1149034795239391	Jean David Santana Macias		Alexander Caicedo mira oe compremoslo	29/1/2018 21:48		1					
338	http://www.facebook.com/2004611439816838	Geo Cullis U	f	David	29/1/2018 1:05		1					
339	http://www.facebook.com/964326597052141	Ivan Marcelo		Alejandra Ivanna Valeska	29/1/2018 3:36		1					
340	http://www.facebook.com/2059203787428446	Joselin Zambrano	f	Buenas tardes, hoy me acerquÃ© al city mall y la empleada me dijo que ya no tenÃ­an memorias en ningÃºn local! QuerÃ­a que me confirmen en que almacÃ©n tienen de 16gb? Gracias	5/2/2018 20:52		1					
341	http://www.facebook.com/10214922599633791	Leonardo Peralta Cabrera		Buenas tardes... seta q si disponene en Cuenca	5/2/2018 23:50		1					
342	http://www.facebook.com/10213144022333940	Flavio Gamboa		De 32 gb en q precio y que local disponible??	5/2/2018 22:57		1					
343	http://www.facebook.com/1523867481061711	Adrian Chato		Si esta disponible en novicompu en Anbato	5/2/2018 21:16		1					
344	http://www.facebook.com/10210296920327659	Cristhiano JimÃ©nez		Que precio la de 32g clase 10 por favor ..??	5/2/2018 20:33		1					
345	http://www.facebook.com/1705978512793767	Wil White	f	cual es el whataspp de novicompu en santo domingo	5/2/2018 21:46		1					
346	http://www.facebook.com/950928631728645	Armijos Jordy Ldq	f	Q precio tiene l de 32	5/2/2018 21:35		1					
347	http://www.facebook.com/1498746963568503	Andres Altamirano		Que precio tiene la de 32gb clase 10	5/2/2018 20:31		1					
348	http://www.facebook.com/325927741247811	Jose Velez		Hasta cuando	5/2/2018 22:36		1					
349	http://www.facebook.com/1982666721745397	Alex Noa Chavez		Quiero una	5/2/2018 23:12		1					

350	http://www.facebook.com/1760127580728334	Oscar Geovanny Pilco Sanchez		Estan en latacunga gracias	5/2/2018 22:50		1					
351	http://www.facebook.com/218782165353514	Javier Rdg		Hacen envÃos a otras parte	5/2/2018 22:31		1					
352	http://www.facebook.com/1937558266279255	Fausto Rodrigo Valverde Rivera		Son clase 10 para comprar	5/2/2018 20:04		1					
353	http://www.facebook.com/960399194113113	Virgi Acosta De Bustamante	f	Mami Carmen Acosta M DE Vera y ÃaÃto Emilio veeee lo q kieren	5/2/2018 23:51		1					
354	http://www.facebook.com/1892679930765933	Jairo David Sanchez		Wendy Bravo mira bb	5/2/2018 21:04		1					
355	http://www.facebook.com/2023697047655456	Liz Valverde	f	Xavy Veloz BaldeÃ³n	5/2/2018 22:32		1					
356	http://www.facebook.com/1493141034118368	Maria Belen Mejia Andrade	f	Javier Ignacio Zambrano Alcivar	5/2/2018 23:10		1					
357	http://www.facebook.com/10212680980433315	Alvaro Michael Zambrano		Que tal quisiera saber si en el local de Machala tienen de 32g y que precio	6/2/2018 2:33		1					
358	http://www.facebook.com/1629529233808249	AdriÃn Zapata		Lo tienen en la tienda de Ambato?	6/2/2018 0:18		1					
359	http://www.facebook.com/2064417473845292	Jorge Esterlin Valencia Macias	f	Y en machala si hay y hasta cuando la promo	6/2/2018 1:39		1					
360	http://www.facebook.com/1993601420966616	Raul CalapiÃa Chisaguano	f	Estimados tal vez tienen en el local del centro comercial el Recreo	6/2/2018 0:32		1					
361	http://www.facebook.com/448887122181272	Alava Joaquin		Serviria para 1 samsunj J5 (6) ??	5/2/2018 20:50		1					
362	http://www.facebook.com/10211277216309442	Santiago Destruccion		Habra disponibilidad en portoviejo	6/2/2018 0:15		1					

363	http://www.facebook.com/1130643247071570	Maria Fernanda	f	disponible aquí en machala	6/2/2018 4:16		1					
364	http://www.facebook.com/1697223317019916	Adrian Delgado Arias		Hay disponible en portoviejo?	5/2/2018 22:31		1					
365	http://www.facebook.com/1964044753848484	Franklin Jose Dominguez Coyago		Cuanto tiene el costo de envío gracias	6/2/2018 1:04		1					
366	http://www.facebook.com/180138333226280	Luis Tuso		Buenas noches una micro de 64 gigas que presio tiene	6/2/2018 2:02		1					
367	http://www.facebook.com/1964719777124224	Jc Pulyxito Dominikano	f	Hay de mas gigas?	6/2/2018 0:42		1					
368	http://www.facebook.com/1964719777124224	Jc Pulyxito Dominikano	f	Esta disponible en cuenca	6/2/2018 0:42		1					
369	http://www.facebook.com/944758989015462	Cami Isa Mis Amores	f	Hola sera que tiene una 32gb	6/2/2018 0:32		1					
370	http://www.facebook.com/549153688802120	Josefi Ael	f	Dirven para cualquier teléfono?	6/2/2018 5:29		1					
371	http://www.facebook.com/2218190908221829	Proyectos Pereira		Buenas noches disponen de tarjetas U3?	6/2/2018 0:18		1					
372	http://www.facebook.com/10211720470431149	Rody Reyes		Dianita Nieto mire	5/2/2018 23:34		1					
373	http://www.facebook.com/10208968365521340	Enrique Marquez Villavicencio		Jorge Marquez Mora	5/2/2018 23:33		1					
374	http://www.facebook.com/10215546554956501	Esteban Donoso		Antes eran chévere, ahora que les pas ³ , no p ³ ublica los precios	5/2/2018 11:39		1					
375	http://www.facebook.com/2000366746693712	Henry Alfredo Hernández		Porque ya no ponen precios??? Cuál es el misterio???	5/2/2018 2:39		1					
376	http://www.facebook.com/10208645465894531	Henry Duque		ayudenme con el precio gracias	5/2/2018 5:06		1					
377	http://www.facebook.com/578260382513770	Ariel Velarde		Mi a1.. Cuando les llegan??	5/2/2018 2:15		1					

378	http://www.facebook.com/2019401348331594	Wilmer Tuarez		quiero 1 el precio y lo quiero en Manta uu	5/2/2018 2:51		1					
379	http://www.facebook.com/2257638784262358	Edgar Herrera		CUANTO	5/2/2018 3:30		1					
380	http://www.facebook.com/873953719453489	Luis Pino		Precio	5/2/2018 5:22		1					
381	http://www.facebook.com/10209218747260593	Ronald Navarrete		Que otros modelos ya tienen	5/2/2018 20:15		1					
382	http://www.facebook.com/803971173120011	Vicente Alberto Alvarado Baquerizo		Precio	5/2/2018 17:12		1					
383	http://www.facebook.com/2017806691828327	Frank Caiza		Precio...por favor	5/2/2018 16:46		1					
384	http://www.facebook.com/1339574979480898	Danny Gutierrez		Precio	5/2/2018 14:39		1					
385	http://www.facebook.com/1003995016429956	Pedro Gonzalez		cuanto cuesta	5/2/2018 14:15		1					
386	http://www.facebook.com/2030144300604360	Sergio Macias		Me pueden indicar el valor	5/2/2018 12:23		1					
387	http://www.facebook.com/1964719777124224	Jc Pulyxito Dominikano		EL PRESIO X FAVOR ME INTERESA	5/2/2018 10:46		1					
388	http://www.facebook.com/2006881129327333	Santiago LÃ³pez		precio	5/2/2018 2:45		1					
389	http://www.facebook.com/1424230251019852	SimbaÃ±a Bella		Precio x favor	5/2/2018 2:25		1					
390	http://www.facebook.com/1763185943713460	Jessica Toledo Garcia	f	Precio xf	5/2/2018 2:25		1					
391	http://www.facebook.com/1692554757431880	Fernanda Guillen Salazar		Precio	5/2/2018 2:18		1					
392	http://www.facebook.com/1948434815420970	Jose Niveló		El precio por favor	5/2/2018 2:17		1					

393	http://www.facebook.com/1740308246029561	Mayjo Loor Zambrano		Precio por favor	5/2/2018 2:11		1					
394	http://www.facebook.com/2011506325787753	Eli Romero Choez		Precio	5/2/2018 2:09		1					
395	http://www.facebook.com/2034166990133044	Kevin PaÑtega		QUE PRECIO	5/2/2018 2:06		1					
396	http://www.facebook.com/1215604935236179	Edy Robles		Cuanto esta mi amigo	5/2/2018 16:02		1					
397	http://www.facebook.com/1554143554638753	Bryan Ulco		GarantÑa de que tiempo ?	5/2/2018 17:07		1					
398	http://www.facebook.com/1183079675157091	Allan SalazÑr Quistel		Se puede pagar en cuotas?	6/2/2018 0:04		1					
399	http://www.facebook.com/330762100774255	Darwin Maldonado		Price	5/2/2018 5:49		1					
400	http://www.facebook.com/183606225577675	Alejo Orellana		Precio x favor ?	5/2/2018 4:57		1					
401	http://www.facebook.com/809094505961751	Esteban Cabrera		Precio	5/2/2018 3:29		1					
402	http://www.facebook.com/940617132779399	Beatriz Genith Zambrano Zambrano		Precio por favor	5/2/2018 3:24		1					
403	http://www.facebook.com/1585273204893444	BenjamÑn Guerrero		Precio	5/2/2018 3:06		1					
404	http://www.facebook.com/10214431371754857	Deisy Mendoza		Precio	5/2/2018 2:23		1					
405	http://www.facebook.com/1956292044399691	Xavier Mera		Precio	5/2/2018 2:23		1					
406	http://www.facebook.com/1653309938063329	Diego Vizuite		precio porfavor..?	5/2/2018 2:20		1					
407	http://www.facebook.com/10203994295775007	Dario MuÑoz Mendoza		Precios por favor	5/2/2018 2:04		1					

408	http://www.facebook.com/1557653004284350	CM Mueckay	f	Precio?	5/2/2018 2:03		1					
409	http://www.facebook.com/10212666490431953	Gabriel Manzaba		no te gusta Astrid Alvarado Anchundia	5/2/2018 15:08		1					
410	http://www.facebook.com/1807049082680597	Giovanny Ayala		Que vuelvan a poner los precios asÃ uno ya sabe a que atenerse. GRACIAS	5/2/2018 12:57		1					
411	http://www.facebook.com/10214944624147632	Andres Espinosa		Precio ??	5/2/2018 13:38		1					
412	http://www.facebook.com/1916412092006436	Smallville Bond	f	Pq ya no ponen precios?	5/2/2018 12:44		1					
413	http://www.facebook.com/10215404041513201	Dante Belmonth		Saludos precio por favor	5/2/2018 13:24		1					
414	http://www.facebook.com/1631114300312666	Frankie Mendoza		El precio gracias	5/2/2018 13:39		1					
415	http://www.facebook.com/1767463133321661	Bryam Bermeo		Precio?	5/2/2018 12:33		1					
416	http://www.facebook.com/2019776908063251	Giselle Velasco	f	Cual es el costo?	5/2/2018 15:17		1					
417	http://www.facebook.com/10209540439211415	Francisco Silva Gonza		Antes eran cheveres	5/2/2018 3:29		1					
418	http://www.facebook.com/10214875059851198	Angelica Casanova	f	Edison Corral	5/2/2018 15:31		1					