UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“EL PLAN DE NEGOCIO Y EL SERVICIO DE DELIVERY EN EL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2022”.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

CARIHUA RAMIREZ VERONICA SUSANA

GAVIRIA RIBEIRO CESAR RAMIRO

ASESOR:

DR. PALOMINO OCHOA JUAN JOSE

PUCALLPA- PERÚ

2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMISION DE GRADOS Y TÍTULOS

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Siendo las 10.00 A.M. ....del día martes 06 de setiembre del 2022, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dr. Pedro Julian Ormeño Carmona (Presidente), Dr. Walter Ortiz Meza (Miembro), y Dra. Elizabeth Norma Calixto Arias (Miembro).**

Se realizó la Sustentación de la Tesis Titulada: **"EL PLAN DE NEGOCIO Y EL SERVICIO DE DELIVERY EN EL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2022",** por el/la/los Bachilleres en Administración: **Veronica Susana Carihua Ramirez y Cesar Ramiro Gaviria Ribeiro, EN FORMA PRESENCIAL**:

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
b) Aprobado por unanimidad
c) Aprobado por mayoría
d) Desaprobado..."

El/la defensor (a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

APROBADO POR UNANIMIDAD.

Siendo las 11:20 AM ....del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

Dr. Pedro Julian Ormeño Carmona
Presidente

Dr. Walter Ortiz Meza
Miembro

Dra. Elizabeth Norma Calixto Arias
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali PUCALLPA SECRETARIO

Dr. Alex Davis Astohuaman Huaranga
Secretario Académico

ACTA DE APROBACIÓN

La presente tesis fue aprobada por el Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Dr. Pedro Julian Ormeño Carmona
Presidente

Dr. Walter Ortiz Meza
Miembro

Dra. Elizabeth Norma Calixto Arias
Miembro

Dr. Juan Jose Palomino Ochoa
Asesor

Veronica Susana Carihua Ramirez
Tesista

Cesar Ramiro Gaviria Ribeiro
Tesista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION

SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

Nº V/0445-2022

La **Dirección de Producción Intelectual**, hace constar por la presente, que el Informe final de tesis**, titulado:**

"EL PLAN DE NEGOCIO Y EL SERVICIO DE DELIVERY EN EL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2022".

Autor(es)	:	**CARIHUA RAMIREZ, VERONICA SUSANA.** **GAVIRIA RIBEIRO, CESAR RAMIRO**
Facultad	:	CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Escuela profesional	:	ADMINISTRACIÓN
Asesor(a)	:	Dr. PALOMINO OCHOA, JUAN JOSÉ

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 4%.**

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se firma y se sella la presente constancia.

FECHA 02/08/2022

Mg. JOSÉ MANUEL CÁRDENAS BERNAOLA
Director de Producción Intelectual

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

OEByP - REPOSITORIO INSTITUCIONAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACION DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, VERONICA SUSANA CARHUA RAMIREZ

Autor(a) de la TESIS de pregrado titulada:

"EL PLAN DE NEGOCIO Y EL SERVICIO DE DELIVERY EN EL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CALLERIA, 2022".

Sustentada el año: 2022

Con la asesoría de: DR. JUAN JOSE PALOMINO OCHOA

En la Facultad: CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela profesional: ADMINISTRACIÓN

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [X] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 06 / 09 / 2022

Email: veronicarihuaramirez@gmail.com
Teléfono: 922492599

Firma:
DNI: 47030622

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

OEByP - REPOSITORIO INSTITUCIONAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACION DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, CESAR RAMIRO GAVIRIA RIBEIRO

Autor(a) de la TESIS de pregrado titulada:

" EL PLAN DE NEGOCIO Y EL SERVICIO DE DELIVERY EN EL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE CALLERIA, 2022".

Sustentada el año: 2022

Con la asesoría de: DR. JUAN JOSE PALOMINO OCHOA

En la Facultad: CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela profesional: ADMINISTRACIÓN

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [X] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 06 / 09 / 2022

Email: gaviria2021@gmail.com
Teléfono: 956559897

Firma:
DNI: 73889162

DEDICATORIA

A Dios, a nuestros padres, que con su apoyo y motivación nos brindaron la seguridad de para cumplir con nuestros objetivos.

A la familia, amigos y demás personas que confiaron en nuestras decisiones, que confiaron en el camino que tomamos.

A todos los que hacemos referencia dedicamos este trabajo, gracias a todos por la confianza depositada en nosotros.

Los Tesistas

AGRADECIMIENTO

A la Universidad por las enseñanzas brindadas y por las buenas experiencias que nos permitieron llegar a cumplir nuestro sueño de ser profesionales.

A nuestro asesor Dr. Juan José Palomino Ochoa, por su valioso soporte en el desarrollo de la tesis.

RESUMEN

Objetivo: Analizar el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022; el escenario postcovid, son etapas de generar confianza en los consumidores mediante un plan de negocios que asegure la calidad del producto y concluya con una adecuada entrega a los consumidores, en ese sentido el estudio describe la digitalización del negocio como elemento fundamental para su desarrollo con el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes, por otro lado analiza el control de ventas y pedidos mediante un adecuado control de ventas en línea del servicio de delivery; del mismo modo estudia una mayor exposición de marca del negocio y capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022; la metodología del estudio es descriptiva, básica de diseño transversal no experimental, los resultados de la investigación indican que el plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022; por lo que se concluye que el grado de significancia es de 0.000 por lo tanto el plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Entonces se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula.

Palabras clave: Marca de negocio; Delivery; Restaurantes

ABSTRACT

Objective: Analyze the business plan and the delivery service in the restaurants category of the Callería district, 2022; the postcovid scenario, are stages of generating trust in consumers through a business plan that ensures the quality of the product and concludes with an adequate delivery to consumers, in this sense the study describes the digitalization of the business as a fundamental element for its development with the use of delivery service applications in the restaurant sector, on the other hand, analyzes the control of sales and orders through an adequate control of online sales of the delivery service; In the same way, it studies a greater brand exposure of the business and capitalize on the prestige and trust of the delivery service in the restaurants category of the Callería district, 2022; the methodology of the study is descriptive, basic with a non-experimental cross-sectional design, the results of the research indicate that the business plan contributes to the delivery service in the restaurants category of the Callería district, 2022; so it is concluded that the degree of significance is 0.000, therefore the business plan contributes to the delivery service in the restaurants category of the Callería district, 2022. Then the alternative hypothesis (H1) is accepted and the hypothesis (H1) is rejected. null hypothesis.

Keywords: Business brand; Delivery; Restaurants

INTRODUCCIÓN

La investigación de acuerdo al enfoque tiene como propósito describir de manera sistemática en base al método deductivo los problemas en el contexto general y particular sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

Los acontecimientos macroeconómicos, afectan en el entorno interno lo que el rubro de restaurantes busca mejorar los ingresos a través de estrategias objetivas como un plan de negocios en el corto y mediano plazo, con la finalidad de asegurar su participación en el mercado, de allí que busca nuevos canales de venta y el servicio de delivery, que en los últimos años ha tenido éxito en su implementación con gran aceptación por parte de los consumidores.

La investigación desarrollada sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022, está compuesta por los siguientes capítulos:

Capítulo I:

La investigación cuenta con una descripción del problema, formulación de problemas, objetivos, hipótesis, justificación e importancia del estudio, así como la viabilidad y las limitaciones.

Capítulo II:

En cuanto al marco teórico está compuesta por antecedentes del estudio a nivel global, nacional y local que permite establecer los estudios relacionados en cuanto a sus objetivos o variables; las bases teóricas, las definiciones conceptuales.

Capítulo III:

La metodología del estudio, tipo de investigación, alcance, enfoque, población de estudio y muestra; los instrumentos de recolección de datos.

Capítulo IV:

Resultados de la investigación.

Conclusiones

Sugerencias

ÍNDICE

DEDICATORIA ..... **vii**
AGRADECIMIENTO ..... **viii**
RESUMEN ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
INTRODUCCIÓN ..... **xi**
ÍNDICE ..... **xiii**
ÍNDICE DE TABLAS ..... **xv**
ÍNDICE DE FIGURAS ..... **xvi**
CAPÍTULO I **17**
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN **17**
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA 17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 19
1.2.1. PROBLEMA GENERAL 19
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS 19
1.3. OBJETIVOS 20
1.3.1. OBJETIVO GENERAL 20
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 20
1.4. HIPÓTESIS 20
1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL 20
1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 20
1.5. VARIABLES 21
1.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 21
1.7. LIMITACIONES 22
1.8. VIABILIDAD 22
CAPÍTULO II **23**
2. MARCO TEÓRICO **23**
2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA 23
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES 23
2.2. BASES TEÓRICAS 36
CAPÍTULO III **41**
3. METODOLOGÍA **41**
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN 41
3.2. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN 42
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA 43

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES 43
3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 43
3.6. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN 44
CAPÍTULO IV 46
4. RESULTADOS 46
4.1. DIMENSIÓN: DIGITALIZACIÓN DEL NEGOCIO 46
4.2. DIMENSIÓN: DIGITALIZACIÓN DEL NEGOCIO 48
4.3. DIMENSIÓN: CONTROL DE VENTAS Y PEDIDOS 50
4.4. DIMENSIÓN: CONTROL DE VENTAS Y PEDIDOS 52
4.5. DIMENSIÓN: MAYOR EXPOSICIÓN DE MARCA 54
4.6. DIMENSIÓN: MAYOR EXPOSICIÓN DE MARCA 56
4.7. DIMENSIÓN: USO DE APLICACIONES DELIVERY 58
4.8. DIMENSIÓN: USO DE APLICACIONES DELIVERY 60
4.9. DIMENSIÓN: CONTROL DE VENTAS EN LÍNEA 62
4.10. DIMENSIÓN: CONTROL DE VENTAS EN LÍNEA 64
4.11. DIMENSIÓN: CAPITALIZAR PRESTIGIO Y CONFIANZA 66
4.12. DIMENSIÓN: CAPITALIZAR PRESTIGIO Y CONFIANZA 68
CONCLUSIONES 78
SUGERENCIAS 79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 80
ANEXOS 84
MATRIZ DE CONSISTENCIA 85
INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN 86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Digitalización del negocio – I	46
Tabla 2	Digitalización del negocio – II	48
Tabla 3	Control de ventas y pedidos – I	50
Tabla 4	Control de ventas y pedidos – II	52
Tabla 5	Mayor exposición de marca – I	54
Tabla 6	Mayor exposición de marca – II	56
Tabla 7	Uso de aplicaciones delivery – I	58
Tabla 8	Uso de aplicaciones delivery – II	60
Tabla 9	Control de ventas en línea – I	62
Tabla 10	Control de ventas en línea – II	64
Tabla 11	Capitalizar prestigio y confianza – I	66
Tabla 12	Capitalizar prestigio y confianza – II	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Digitalización del negocio – I	46
Figura 2	Digitalización del negocio – II	48
Figura 3	Control de ventas y pedidos – I	50
Figura 4	Control de ventas y pedidos – II	52
Figura 5	Mayor exposición de marca – I	54
Figura 6	Mayor exposición de marca – II	56
Figura 7	Uso de aplicaciones delivery – I	58
Figura 8	Uso de aplicaciones delivery – II	60
Figura 9	Control de ventas en línea – I	62
Figura 10	Control de ventas en línea – II	64
Figura 11	Capitalizar prestigio y confianza – I	66
Figura 12	Capitalizar prestigio y confianza – II	68

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la actualidad luego de que los negocios hayan sufrido una debacle financieramente se ha reinventado formas de hacer negocio en tiempos de incertidumbre donde los riesgos son exponencialmente altos comparativamente con otras épocas de la vida humana, con una distorsión económica en el mundo que pone inestable la estabilidad monetaria, ciertas restricciones para los ciudadanos que realizan turismo por la complejidad del escenario Covid-19, lo que dificulta una recuperación de la economía a nivel global.

Los negocios en América Latina, después de una perdida en sus ingresos y rentabilidad, buscan mecanismos de mejorar sus ingresos empleando capacidades de expertos en marketing digital con la finalidad de maximizar los resultados a bajos costos que puedan ubicarlos en línea al alcance de los consumidores que masivamente exploran como el Google, Facebook, Instagram y todo tipo de redes sociales, considerando con son herramientas que no generan costo a los emprendedores, el cual permite ampliar horizontes a los negocios, esencialmente en el rubro de restaurantes.

En el país la situación de los negocios en el rubro de restaurantes ha tenido las mismas complejidades por efectos de la pandemia, por ello muchos negocios tuvieron que reinventarse a fin de poder mejorar su liquidez, en ese sentido optaron por diversos canales de ventas como son las redes sociales que permitieron llegar en tiempo real los menús y servicios que

ofrecen, esta estrategia conjugado con el apoyo del marketing interactivo ha logrado que las ventas se realicen por la modalidad de delivery, que contribuyo de manera significativa a generar ingresos, reduciendo costos de atención de manera física a los clientes, el cual representa un aprendizaje en el mundo digital respecto al control de ventas y pedidos.

En ese sentido el problema principal de los negocios del sector de restaurantes ha sido la dificultad en aperturar nuevos canales de ventas, como es la digitalización del o automatización que implica la digitalización del proceso, control y venta, esta implementación del delivery ha sido un reto porque era desconocido el nuevo canal de venta para la gastronomía, para trasladar la experiencia de consumo a los hogares, en qué medida podría ser aceptada la marca, que estrategias podría utilizarse para que la cobertura sea expansiva de los productos, por otro lado era las incertidumbres de medios de pago por supuestos riesgos de pago en línea, como plin, yape, Izipay y que posibilidades existían de incrementar los ingresos reduciendo costos y mejora en la rentabilidad.

Tal como señala (Terry, 2022) que "*El delivery seguirá impulsando la industria gastronómica. El reto para cada emprendedor gastronómico consistirá en cómo trasladar la experiencia de consumo a la intimidad del hogar. El reto del canal delivery no consiste sólo en llevar los alimentos en estado óptimo, también radica en cómo trasladan los valores, la propuesta gastronómica, y la experiencia sensorial utilizando este canal de despacho a domicilio".*

Los negocios de restaurantes en Callería, cuentan con un sistema de ventas delivery que se ha venido posesionando de manera paulatina y ha tenido

una aceptación por los clientes quienes solicitan por este canal de ventas los alimentos, por ello resulta necesario la digitalización del negocio, por otro lado, el control de ventas en línea por pedidos mediante app, la mayor expansión de marca por el aplicativo delivery por el uso los usuarios en la actualidad, la cobertura en el ámbito de influencia del negocio, incremento de la demanda y la reducción de costos que permite encontrar una adecuada rentabilidad en los negocios de restaurantes en Callería.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo un adecuado plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cómo la digitalización del negocio contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022?
- ¿Cómo el control de ventas y pedidos contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022?
- ¿Cómo una mayor exposición de marca del negocio contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir la digitalización del negocio y el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.
- Analizar el control de ventas y pedidos y el control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.
- Estudiar una mayor exposición de marca del negocio y capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

El plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- La digitalización del negocio contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.
- El control de ventas y pedidos contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

- Una mayor exposición de marca del negocio contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

1.5. VARIABLES

1.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: (X)

Plan de Negocio

Dimensiones:

- Digitalización del negocio
- Control de ventas y pedidos
- Mayor exposición de marca

1.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE: (Y)

Servicio Delivery

Dimensiones:

- Uso de aplicaciones delivery
- Control de ventas en línea
- Capitalizar prestigio y confianza

1.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación teórica: El plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes es una investigación que permite que los negocios puedan implementar la digitalización del negocio lo que contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes por otra parte el control de ventas y pedidos contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery y que todo ello genera una mayor exposición de marca del negocio contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de

delivery en el rubro restaurantes, el estudio es un punto de partida para otras investigaciones en función a la planteada.

Justificación Practica: La investigación sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022, desde la perspectiva práctica contribuye a que las empresas denominadas restaurantes puedan implementar la digitalización de los negocios que permita el uso adecuado de los aplicativos mediante las redes sociales y llegar a ofertar los alimentos a diversos segmentos de la población, por otro lado puedan tener un control de pedidos en línea dándole mayor eficiencia en la gestión empresarial.

Justificación metodológica: está justificada porque la investigación desarrollada sobre el plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes, porque es de tipo básica y que profundiza los conocimientos para una mayor exposición de marca del negocio lo que contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022, de enfoque cuantitativa de diseño no experimental transversal.

1.7. LIMITACIONES

La investigación sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes, no presenta limitaciones en cuanto a su desarrollo y aplicabilidad de los instrumentos.

1.8. VIABILIDAD

La investigación desde el aspecto temporal y espacial es viable ya que la investigación sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es de diseño no experimental transversal.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

(Guamán Morocho, 2021), señala que: El presente trabajo de investigación se enfocó en crear un plan de negocio para restaurante temático del centro de bordados Cuenca, mismo que será una guía de los pasos a seguir y un apoyo para la toma de decisiones, con estrategias competitivas para la conservación de las tradiciones, costumbres e identidades del asunto ecuatoriano a través de los trabajos de bordados a mano realizados por mujeres indígenas socias del centro. Para la investigación la población objetiva está compuesta por 10.579 personas, donde se realizó el muestreo aleatorio para la recolección de la información por medio de encuestas.

(Sánchez Estrella , 2021) señala que: El Restaurante "MI CASA/Deus é Bom" nace en tiempos de pandemia por COVID-19, por lo que al no existir negocios de comida en funcionamiento surgió la idea de poder hacerlo, es por eso que se ha pensado en el cliente desde el más pequeño hasta el adulto mayor, pensando aún en la salud de las personas y acorde a las necesidades o peticiones de los clientes que se preparen los alimentos, frescos, nutritivos y sobre todo con precios muy cómodos, nuestras promociones están basadas en las redes sociales, también se cuenta con una página del restaurante en el que la ciudadanía o cualquier persona que visite nuestro cantón

y desee servirse algo de comer, al entrar en el GPS nos podrán hallar con nuestra ubicación, ya que el lugar en el que se ubicará el negocio es un lugar fácil de llegar, por lo que se cuenta que se tendrá una gran acogida. La inversión para este negocio es de $33.262,60 y el objetivo es alcanzar un nivel de ventas de $75.348,00 al año, con un incremento del 2% proyectado a 5 años, mismo que permitirá cubrir la inversión en 1 año 6 meses y 22 días y a partir de ahí se generarán ingresos líquidos, con el propósito de ser un negocio del área de restaurantes reconocidos en el cantón Valencia y alrededores, como también de la provincia.

(Cedeño Rosales, 2021) señala que: El presente proyecto está orientado hacia la creación de unaTrattoria en la ciudad de Guayaquil, se decidió este negocio debido al potencial interés que generan hoy en día los establecimientos con una temática italiana específica, debido a la alta demanda de la población Guayaquileña hacia restaurantes y bares, y también a la creciente aceptación de este tipo de conceptos a nivel nacional, la metodología empleada fue cualitativa y cuantitativa, donde se llegó a utilizar herramientas recopilatorios como la encuesta para la cual la muestra fueron de 384 personas del sector la parroquia Simón Bolívar, de entre los datos encontrados destacan la importancia de las variable precio calidad para los comensales, en cuanto a la viabilidad financiera, el proyecto necesito de una inversión inicial de 20,000 USD de los cuales 10,000 USD provienen como un préstamo bancario y el restante como aportación de los socios, a 5 años con una tasa de interés superior al

20%, que dio como resultado una TIR por encima del 27% y una VAN superior a los 5000 USD, que establece la factibilidad financiera del plan de negocio.

Según **(Valencia Medranda & Quimi Medranda, 2021)** señala que: El presente trabajo de titulación trata de un plan propuesto es el diseño de un restaurante que busca diferenciarse de los demás en la comuna Olón, parroquia Manglaralto gracias a características únicas como la temática sostenible, la calidad del servicio y por supuesto en la comida típica que se ofrece siendo el valor agregado que se ofrecerá al público y la originalidad de sus platos. El turismo gastronómico toma cada vez más importancia, en un mercado creciente en demanda de restaurantes, esto representa una gran oportunidad para hacer negocios. Este restaurante se especializará en comida típica elaborada con productos orgánicos de excelente calidad, además tendrá una temática como antes mencionada, sostenible, estas son características que hacen la diferencia y generan gran ventaja en cuanto a sus competidores.

Según **(Boza Valle & Floril Lara, 2021)** señala que: El proyecto de investigación tiene como finalidad observar el mercado e identificación, la gestión operativa, estrategias o recursos indicados por el emprendedor capaces de liderar, crear y proponer nuevas opciones vinculadas con la gastronomía, por la cual buscan satisfacer al cliente. Bajo la modalidad de verificar la viabilidad los negocios de parrillada , lo cual brinda información relevante sobre el mercado potencial existente en el área de estudio, la competencia directa y los

lineamientos para establecer la búsqueda de los sistemas operativos con servicio a los comensales, pues está basado en un profundo estudio de las necesidades , requerimientos que tienen los turistas nacionales y extranjeros para satisfacer con calidad la necesidad básica como es la alimentación, la factibilidad , la tecnología; después se busca, indagar las preferencias del consumidor, la actividad comercial y determinar las estrategias de los negocios en lo que inciden en la captación de comensales. En un panorama donde lo culinario, los productos locales y las tradiciones son reconocidos como patrimonio cultural inmaterial, se ha generado una fuerte demanda de profesionales en la rama parrillera con capacidad de transformación e innovación gastronómica. Palabras claves: Operativo, emprendimiento, culinario, indagar y consumidor.

Según **(Avilés Estrada, 2021)** señala que: El presente plan de negocios se realizó con el objetivo de presentar al mercado una forma novedosa de dar a conocer a las huecas de la ciudad, por medio de una plataforma digital especializada llamada “Las Huecas de Locos”. Este proyecto se presenta como una oportunidad, ya que luego de los hechos acontecidos a inicios del año 2020, con la pandemia del Covid-19, los restaurantes/huecas de la ciudad se vieron obligados a cerrar sus puertas y por ende dejaron de percibir ingresos, a pesar de que sus gastos básicos se seguían generando. Con esta plataforma, se busca que las huecas tengan más exposición tanto en la App como en redes, y esto traiga como consecuencia un incremento de sus ventas. Por otro lado, los consumidores al no poder salir de sus casas,

sea por restricciones o por miedo, optaron por realizar sus compras por medio de aplicaciones digitales. Este proyecto muestra las especificaciones y características de la plataforma, los diferentes tipos de planes y el valor agregado que se le ofrecerá a los negocios que será el acompañamiento de vídeos realizados por un influencer conocedor de huecas. Se realizaron 2 tipos de encuestas, una a los propietarios de huecas, quienes vieron con buenos ojos estar presentes en una App especializada, y la segunda encuesta a los usuarios finales (clientes), a quienes también les interesaría poder acceder a una App que le facilite encontrar la hueca de su preferencia.

Según (Suquillo Hidalgo, 2021) señala que: Las características geográficas del Ecuador, permiten al país contar con una serie de atractivos que motivan tanto el turismo externo, como interno. Actividades que requieren de productos y servicios como el de alojamiento. Por lo tanto, el presente trabajoplantea como objetivo proponer un plan de negocios para la creación de un hostal con temática colonial en el municipio de Rumiñahui en la parroquia Sangolquí. Para este fin,se plantea una investigación con enfoque cualitativo, tipo descriptivo, que emplea como herramienta el uso de un modelo de encuesta aplicado a los visitantes de los atractivos turísticos de Sangolquí, cuyos resultados permitieron identificar el perfil del cliente, quienes son hombres y mujeres de la ciudad de Quito, con edades entre 25 a 45 años, dispuestos a pagar por noche de alojamiento entre $30 y $40, presentan preferencia por la decoración del lugar y servicios como parqueadero, alimentación y

que sea pet friendl y y desean recibir información a través de redes sociales. Para esto, se plantea la construcción de un hostal dos estrellas con estilo colonial del siglo XVIII, que cuenta con 896 m2de construcción distribuidos entre subsuelo, planta baja, primer piso, segundo piso y tercer piso. Lo cual necesita una inversión inicial de $288,330.16, que con una demanda aproximada de 2,767 personas al año yuna tasa de crecimiento promedio del 6.3% anual genera un Valor Actual Neto negativo de -67,722.41 y una Tasa Interna de Retorno de -35,31%, por lo que el proyecto no es viable.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

De acuerdo a **(Valeriano Quispe & Roque Ramos, 2021)** señala que: El presente Plan de Negocios en la primera característica del servicio que se pretende dar es un restaurante que ofrezca carnes a la parrilla de alta calidad en un solo lugar. El segmento de mercado que va dirigido el restaurante es para un target socioeconómico medio alto a alto que oscilan entre una edad de 10 años a 65 años de género masculino y femenino. Están personas están económicamente activas y viven por el distrito de El distrito de Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa o siempre va de compras. También se realizó un análisis de precios desde el precio de compra de materia prima y costo de producción lo cual nos muestra que el precio de venta será un promedio de triple del precio de compra de materias primas y esto nos beneficia para lograr el objetivo y cubrir los gastos etc. Para la capacidad instalada con la que se iniciará el proyecto y porque se decidió o estimo esa cantidad, debido a factores determinantes y

condicionales. La empresa parrillera estará en el régimen MYPE Tributario, por lo que es recomendable contar con un contador con conocimientos en estos temas, La Estructura legal de la empresa va a ser una Empresa Individual de responsabilidad Limitada ya que existe más control. Los resultados del estudio económico nos muestran que, si existe buena proyección, ya que el COK 5,26% lo que indica el interés positivo por invertir en este plan, por otro lado, el Valor actual neto (VAN) nos da un monto de S/ 37,135.82 soles y un TIR del 26%, con esto queda demostrado que si existe posibilidad de inversión ya que al ser estos indicadores positivos. En cuanto a la decisión de inversión como ya se ha indicado anteriormente para emprender un negocio se necesita hacer inversiones apreciables para hacer posible este negocio por lo tanto se iniciará con el capital de inversión y posteriormente se hará un préstamo al banco.

Según **(Rugel Ruiz, 2021)** señala que: El presente estudio tuvo como objetivo central proponer un plan de negocios para mejorar la satisfacción de la demanda del restaurante “El Warique Tumbesino’’ La Victoria – Lima 2020. La metodología se caracterizó por ser descriptivo – proyectiva y su diseño fue el no experimental, además su población estuvo integrada por 14,324 habitantes que oscilan entre los 18 y 69 años de edad y su muestra estuvo compuesta por los habitantes de la urbanización Santa Catalina, específicamente a 130 personas. Con respecto a la técnica que se utilizó fue la encuesta y el análisis documental mientras que los instrumentos fueron el cuestionario y la guía de análisis documental. Entre los principales

resultados se obtuvo que la propuesta de un plan de negocio se verá reflejado en el crecimiento de la demanda porque se les ofrecerá un servicio de calidad, además se evidenció que, en cuanto a la satisfacción donde se muestra que de forma general se ha obtenido que el 33% estuvo de acuerdo con las preguntas realizadas mientras un 28% dijo estar en desacuerdo con lo planteado en el cuestionario y otro 28% se veía indiferente frente a lo cuestionado. Concluyendo que, El análisis económico financiero para conocer la viabilidad del plan de negocios de mejorar la satisfacción de la demanda del restaurante “El Warique Tumbesino’’ La Victoria – Lima 2020, para realizar este análisis fue necesario verificar y detallar los pasos a seguir de manera eficiente con la finalidad de realizar un buen análisis económico financiero para la empresa con el fin de mejorar sus resultados encada periodo.

Según **(Cala Achahuanco, Chambilla Coaquira, & Perez Flores, 2021)** señala que: El presente trabajo se basa en la investigación para la implementación de un restaurante de comida regional con su delivery propio en la ciudad de Tacna, este proyecto nace a través de los autores de esta tesis, ya que pudimos identificar la oportunidad de insertarnos al mercado tacneño, brindando variedad de platos muy deliciosos que ofrece nuestra región, delivery gratuito, servicios de calidad, buen ambiente, rapidez, responsabilidad, confianza y sobre todo a un precio de consumo bastante razonable hacia los comensales. En cuanto a nuestro estudio de mercado realizado en la ciudad de Tacna, dirigiéndonos básicamente a jóvenes y adultos de

25 a 60 años de edad de ambos sexos, se encuestó un total de 68 personas entre hombres y mujeres dándonos a conocer sus opiniones, gustos y preferencia, así como también respuestas bastantes favorables para la implementación de nuestro negocio. Seguidamente se detalla los platos de entrada, platos de fondo y bebidas, acompañado de eventos o presentaciones en vivo, ya sea los fines de semana o en fechas importantes, dándonos a conocer nuestro punto geográfico, localización y distribución de planta con una capacidad para 40 personas, ofreciendo siempre los pedidos ya sea de forma presencial o mediante delivery, y en la parte legal, nuestro negocio llamado TAKANA RESTAURANT será establecido como una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) y se acogerá al régimen MYPE tributario (RMT). Finalmente se realizó una evaluación en la parte financiera, en donde se determina ya la viabilidad de nuestro proyecto, lo cual nos permitirá una rentabilidad bastante considerable, cuyo resultado ha sido de manera positiva, dándonos a conocer un de 20%, un VAN de 151,162.88 y una TIR de 58%. Así mismo se estima que nuestro periodo de recuperación se dará a partir del año 3. Y finalmente terminado con las recomendaciones, conclusiones y anexos.

Según (Huisa Llamocca & Ticahuanca Gutierrez, 2021) señala que: El presente plan de negocio es una alternativa de inversión ya que el estudio de mercado demuestra que existe un segmento de mercado que necesita una alternativa de un menú saludable por delivery, además de ello se detalla que el segmento de mercado está

dispuesto a pagar el precio por el producto pero que estas estén realizadas con insumos en mayor porcentaje orgánicos, que sean de sabor agradable separándose un poco del concepto insípido que presentan los restaurantes vegetarianos, estas afirmaciones tomadas de las encuestas, consultas a conocedores de nutrición y al modelo Canvas. El presente plan de negocio cuenta con una capacidad instalado de 30 a 40 platos por día, además dispone de un personal capacitado y todos en planilla. El proyecto esta acogida al régimen tributario RER, que es adecuada para el plan de negocio, siendo 1.5% de las ventas. El estudio financiero realizado demuestra que el plan de negocio es viable y rentable para un horizonte de 5 años. con un costo de oportunidad del capital COK de 13%, también obteniendo un VAN de S/. 59,363.88 y un TIR de 48%; estos resultados demuestran que existe una oportunidad de inversión. Palabras clave: Alimentación saludable, nutricional, Servicio, Delivery.

Según (Bocanegra Briones, Cueto Málaga, Ramirez Moreno, & Toledo Alba, 2021) señala que: En los últimos años, llevar un estilo de vida saludable se ha vuelto una tendencia en el mundo y nuestro país no es la excepción. Cada vez más peruanos optan por cuidar de su salud y bienestar, cambiando sus hábitos alimenticios lo cual representa nuevas oportunidades en el rubro de restaurantes. El presente plan de negocio tiene como finalidad determinar la viabilidad de una empresa destinada a la producción y venta de almuerzos saludable es por delivery en la ciudad de Trujillo, todo esto fundamentado en la cultura gastronómica y la coyuntura actual. Se

plantea la creación de un restaurante, el cual ofrece alimentos preparados en base a insumos saludables y con alto valor nutricional, aprovechando los ingredientes y sazón norteña a los que están acostumbrados los consumidores de la región. Los clientes realizarán su pedido a través de nuestra web y redes sociales, el cual se preparará para posteriormente ser distribuido en un empaque 100% ecoamigable. La viabilidad del proyecto se sustenta en el análisis económico financiero, la determinación de costos en cada partida y gastos asociados a la empresa. La evaluación financiera resulta en un VAN de S/ 303,342 una TIR de 49.61% y una relación B/C de 3.03.

Según (Bravo Chavez, Espinoza Dedios, Fernandez Huerta, & Rodriguez Zuñiga, 2021), señala que: El presente modelo de negocio está cimentado sobre la base de la Ley 30884 promulgada por el Congreso de la República que contempla la restricción de envases plásticos de un solo uso para finales del 2021. En este sentido, en medio de un marco económico mundial y local con proyecciones positivas nace esta idea de negocio que aprovecha una coyuntura en la cual las estrictas medidas de aislamiento y distanciamiento social han propiciado que las personas prefieran no salir de sus domicilios y optar por opciones como el delivery y take out de comida; así como el auge de otros modelos de negocio como las “dark kitchen” para comercializar envases biodegradables para el transporte de alimentos en Lima Metropolitana. Así mismo, se aprovechará también la creciente tendencia mundial por el cuidado del medio ambiente que condena el uso de los plásticos por su efecto negativo con la

naturaleza para integrar un valor agregado de servicio que genere diferenciación en este sector, lo anterior en materia de asesoría en publicidad de marca y marketing comunicacional relacionado al concepto “ecofriendly” que aprovechará los espacios de los envases biodegrables para transmitir la propuesta de negocio de nuestros clientes a sus consumidores finales.

Según (Molero Bernal & Gamero Galindo, 2021) señala que: El motivo principal de este plan de negocio es la creación de un restaurante de Comida Saludable en la Ciudad de Chiclayo. El tipo de Investigación fue un diseño propositivo- descriptivo, en la cual para recopilar la información se realizó una encuesta a 350 personas a la Ciudad de Chiclayo. El modelo que se tomó en cuenta fue planteado por Arbaiza (2015), el que se dividen de la siguiente manera: Descripción del Negocio, el análisis del mercado, el estudio del mercado, Planeamiento Estratégico, Plan de Marketing, Plan Operativo e Infraestructura, Plan de Recursos Humanos y por último el Plan de Viabilidad Financiero y Económico. La información de este plan de negocio respalda el proyecto de tesis y a la vez se comprobará el interés que tiene el personal de equipo del trabajo para poder llevarlo a cabo dentro de un corto plazo y así poder mostrar marcar tendencia dentro del mercado y asegurar el éxito del negocio. El servicio de atención se realizará a través de recojo de pedidos en tienda o Vía Delivery, y se implementó el protocolo de seguridad debido a la pandemia surgida por el virus llamado Covid-19. Finalmente, en el plan financiero que obtenemos la Inversión total del

proyecto será de S/.104,778.29 soles. Con un 60% que será financiado de un préstamo bancario con un total de S/.62,866.97 soles y un 40% será de Inversión propia con un total de S/.41,911.32 soles. En donde también hemos realizado el Flujo de caja anual con proyección a 5 años, donde obtendremos un VAN en el préstamo bancario con un total de S/. 49,852.23, un TIR de 35% y en la inversión propia será un VAN de S/. 109,986.02 con un TIR de 46%. Además, se realizó el punto de equilibrio en productos para determinar su ganancia en ventas será a partir de 2,199 productos y el punto de equilibrio en soles será a partir de S/. 43,536 soles para determinar su ganancia. Mientras que el Costo/beneficio será de 1.17 y finalmente el periodo de recuperación será en 2 años con 7 meses y 4 días. Con todos estos datos podemos concluir que si será un negocio viable y a la vez tendremos ganancias.

Según (Rotondo Cabrera, 2021) señala que: La presente investigación se ha realizado con la finalidad de determinar la aceptabilidad que tiene el consumo de la comida tradicional peruana, como servicio de catering “Entre Dulce & Salado”, como una alternativa de alimentación y servicio. Actualmente, los servicios de catering constituyen una solución para las empresas y/o personas naturales que brindan alimentación al personal en un evento. La propuesta del catering tiene la finalidad de brindar un servicio de comida tradicional peruana – criolla integral. El objetivo es determinar la aceptabilidad del servicio de catering como alternativa de solución para incrementar el consumo de la comida tradicional peruana y/o

criolla en el distrito de Bellavista, Callao, se utilizó una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva, con diseño no experimental de corte transversal, la población fue en base a los vecinos del distrito de Bellavista, y se consideró una muestra no probabilístico intencionado o por conveniencia, el cual se aplica bajo una muestra previamente seleccionada, la técnica e instrumento aplicado fue una encuesta, cuya finalidad fue conocer la afinidad o gusto por la comida criolla o tradicional, así como la fidelidad del cliente. Si bien es cierto, que tiene un alto porcentaje de aceptación, el objetivo principal es lograr la total satisfacción del cliente, cubriendo todas las necesidades requeridas, El estudio y análisis realizado, nos muestra que en el mercado existen muchas alternativas de negocio que se diferencian por el tipo de comida, servicio brindado entre otros, las mismas que no requerirán materia prima especial; pero se podrá obtener la preferencia del público al ofrecer un servicio personalizado y con sabores y presentaciones de antaño.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. PLAN DE NEGOCIOS

Planear según (Viniegra, 2007) señala que:

Planear es una forma de anticipar el futuro, al realizar esta acción un empresario, empleado o emprendedor anticipa el entorno al cual se enfrentará su empresa y/o negocio y qué decisiones requiere tomar hoy para determinar la mejor forma de alcanzar sus objetivos, nos permite reducir lo más posible la incertidumbre y los riesgos asociados con el propio entorno del negocio o empresa en el cual se

participa o desea participar. Planear es un proceso que consiste en fijar objetivos y establecer el camino para alcanzarlos. (p.13).

Concepto de Plan de negocios

Respecto al concepto del plan de negocios según (Viniegra, 2007) señala que:

Considerando lo anterior y el punto de vista de una empresa o negocio, esta planeación se ve plasmada en lo que se conoce como un Plan de Negocios, el cual no es otra cosa que la planeación de una empresa o negocio en su conjunto, considerando cada una de sus partes o áreas esenciales) administración, finanzas mercadotecnia, operaciones, etc.) y la interacción de cada una de éstas con los demás.

El plan de negocios no ayuda a visualizar hoy cómo deben operar las distintas áreas del negocio o empresa para que de manera conjunta y sinérgica permitan alcanzar los objetivos deseados de la manera más eficiente posible, esto es, producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos. (p.13).

Según (Weinberger Villarán, 2009) sostiene que:

El empresario es una persona que tiene un estilo de vida muy particular y aunque muchos crean lo contrario, no es una persona que se arriesgue en forma irresponsable, y menos aún que tome decisiones sin haber hecho un análisis previo. Ciertamente, el empresario es una persona que arriesga y toma decisiones, pero antes de poner en marcha su empresa, recoge, procesa y analiza información que le permita evaluar la viabilidad económica, social y

ambiental de cualquier oportunidad de negocio. Este proceso de recopilación y análisis de información que permita evaluar si vale la pena o no acometer una determinada actividad empresarial se presenta en lo que denominamos un plan de negocios. (p.17).

Importancia del Plan de Negocios

El hecho de contar con un Plan de Negocios, asegura a un inversionista o institución crediticia que analizamos nuestra propuesta a detalle, por lo tanto tiene grandes posibilidades de éxito ya que para su desarrollo tuvimos que analizar que realmente el producto y/o servicio que estamos proponiendo tiene un mercado dispuesto a adquirirlo, que es rentable su comercialización y que vamos a operar y administrar la empresa o negocio de una forma tal, que aseguramos su éxito a través del tiempo, lógico que todo lo anterior respaldado con información y en detalle según lo manifestado por (Viniegra, 2007). (p.18).

En este sentido, el plan de negocios es una herramienta de comunicación, que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas, los resultados económicos y financieros esperados y las expectativas de crecimiento de la empresa. Esta herramienta es muy útil tanto para nuevas empresas, como para empresas ya existentes que desean incorporar a su actividad nuevos negocios. Todo empresario hace un plan de negocios, aunque no todos lo hacen con el mismo nivel de detalle y

profundidad en el análisis. Algunos empresarios desarrollan un plan de negocios en una mesa de cafetería, escribiendo en una servilleta los ingresos estimados, la inversión requerida y la utilidad esperada, mientras describen verbalmente los objetivos que quieren alcanzar y las estrategias que emplearán para conseguir los recursos que les permitirán lograr los objetivos trazados. Otros empresarios contratan los servicios de empresas de investigación de mercados y consultores externos, para que les ayuden a elaborar un plan de negocios, que contenga la información relevante, y un profundo análisis de las oportunidades y de la viabilidad del negocio. Tal como señala (Weinberger Villarán, 2009).

2.2.2. SERVICIO DELIVERY

De acuerdo a (Guano Carcelén & Zárate Quinde, 2021) señala que:

"El desarrollo del servicio de entrega a domicilio, se lo puede considerar como una característica propia de la innovación, la cual se adaptó a las condiciones del mercado que impedían la venta física del producto gastronómico, contribuyendo a la canalización de ingresos y cubriendo de esta manera la demanda de un producto que no se vio disminuido, sino totalmente restringido por la necesidad de evitar el contacto entre los ciudadanos".

Derechos del Consumidor:

Según **(Indecopi, 2021)** señala que:

El Indecopi busca proteger los derechos de las y los consumidores y dar cumplimiento a las obligaciones de empresas y repartidores que brindan servicio delivery en la actualidad, principalmente en el rubro de reparto de comida y afines, según las disposiciones legales vigentes.

Calidad de servicio:

Según **(Ramirez Panduro & Rios Gimenez, 2021)** señala que:

A nivel internacional la calidad del servicio, especialmente en el ámbito de la gastronomía son principales tendencias, siendo la condicionante que marca la diferencia y por el cual el cliente siempre es observador, en ese contexto, las grandes empresas a pesar de manejar o incrementar la calidad de sus servicios, como presentación de platillos, infraestructura, atención del personal, también crean programas de fidelización con el fin de que el consumidor se sienta satisfecho y retorne en su próxima visita.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación de acuerdo a (Guerreo Dávila & Guerrero, 2020) señala que:

> *"Podemos pensar que se trata de adquirir conocimientos por uno mismo, indagar, descubrir de manera ordenada y sistemática los hechos, discutir de manera reflexiva acerca de la realidad que conocemos; indagar, elaborar hipótesis, realizar búsqueda empírica, critica, sistemática y controlada de las relaciones entre fenómenos"* (p.5).

En ese sentido la investigación amplia y acrecienta los hechos, fenómenos, teorías y conocimientos respecto al plan de negocios y los servicios de delivery en el sector de restaurantes, tal como sostiene (Carrasco Díaz, 2007) que:

> *"Es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad".* (p.43).

Por otra parte (Palomino Ochoa & et al., 2021) sostiene que:

> *"La investigación básica tiene un proceso lógico no es de aplicación inmediata".* (p.15).

La investigación sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022, es de índole objetivo, en el que se aplican instrumentos para obtener datos mediante la ciencia de la

Estadística, se plantean hipótesis, tal como sostiene (Palomino Ochoa & et al., Métodos de Investigación y Praxis Cuantitativa, 2021) que:

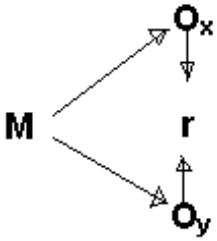
> *"…el enfoque cuantitativo pretende acotar información, medir con precisión las variables del estudio, la dimensión en este enfoque es la realidad a estudiar, existe una realidad objetiva única".* (p.16).

La investigación sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022, es de nivel descriptiva.

3.2. DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño esta contextualizada en el ámbito de las ciencias sociales, por lo que la investigación de acuerdo al tipo y enfoque es no aplicada solo amplia y profundiza conocimientos respecto al plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

El esquema de investigación sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es el siguiente:



Margen: 10%

Nivel de confianza: 99%

Población: 144

Tamaño de muestra: 78

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{(z^2(p*q))}{N}}$$

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
z= Nivel de confianza deseado
p= Proporcion de la poblacion con la caracteristica deseada (exito)
q=Proporcion de la poblacion sin la caracteristica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la poblacion

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. POBLACIÓN

En cuanto al universo o población de estudio se tomó a 144 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

3.3.2. MUESTRA

La muestra es probabilística aleatorio simple por ello se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INSTRUMENTOS
Variable Principal **Plan de negocio**	Digitalización de negocio Control de ventas y pedidos Mayor expansión de marca Uso de aplicaciones delivery	Encuesta Cuestionario Análisis de datos
Variable Secundaria **Servicio delivery**	Control de ventas en línea Capitalizar prestigio y confianza	Encuesta Cuestionario Análisis de datos

3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de recolección de datos utilizados en la investigación sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022, por corresponder a una investigación de enfoque cuantitativa no experimental, ya que solo se ahonda conocimientos y teorías

existentes en la realidad sobre el plan de negocios, asimismo respecto a la variable secundaria son la encuesta y el cuestionario.

La encuesta:

La encuesta es un método que se realiza por medio de técnicas de interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos. Tanto para entender como para justificar la conveniencia y utilidad de la encuesta es necesario aclara que, en un proceso de investigación, en principio, el recurso básico que nos auxilia para conocer nuestro objeto de estudio es la observación, la cual permite la apreciación empírica de las características y el comportamiento de lo que se investiga. (García , 2004) (p.19).

El Cuestionario:

Al respecto (García , 2004) señala que:

El cuestionario, en sentido estricto, es un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, tanto desde el punto de vista lógico como psicológico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, que generalmente responde por escrito la persona interrogada, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador. (p.29).

3.6. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.6.1. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El proceso de recopilación de datos estaba centrado en base a las técnicas e instrumentos que se han empleado en la investigación sobre el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022, estructurado de 18 preguntas y los Ítems se ha optado mediante la escala de Likert de 5 alternativas:

Muy de acuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	4
Muy en desacuerdo	5

3.6.2. TRATAMIENTO DE LOS DATOS

El análisis de datos se efectuó considerando los resultados obtenidos de la aplicación de la técnica e instrumentos teniendo soportes de las tecnologías de información y comunicación, asimismo se tuvo como base el programa SPSS 25,0, el Excel y la chi cuadrada que permitieron dar las conclusiones y sugerencias sobre la investigación el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. DIMENSIÓN: DIGITALIZACIÓN DEL NEGOCIO

Está usted de acuerdo que la digitalización del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

Tabla 1.

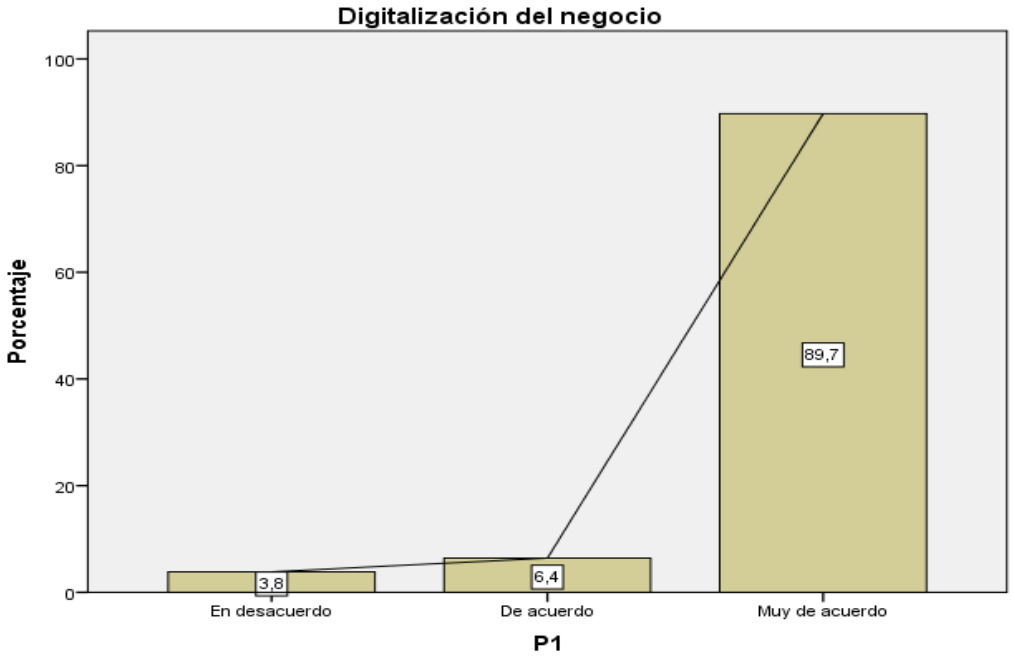
Digitalización del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	3	3,8	3,8	3,8
	De acuerdo	5	6,4	6,4	10,3
	Muy de acuerdo	70	89,7	89,7	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Plan de Negocio

Fuente: Elaboración propia

Figura 1



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo que la digitalización del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 89.7%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo que la digitalización del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 6.4%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo que la digitalización del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 6.4%.

4.2. DIMENSIÓN: DIGITALIZACIÓN DEL NEGOCIO

Está usted de acuerdo que las herramientas digitales contribuyen en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

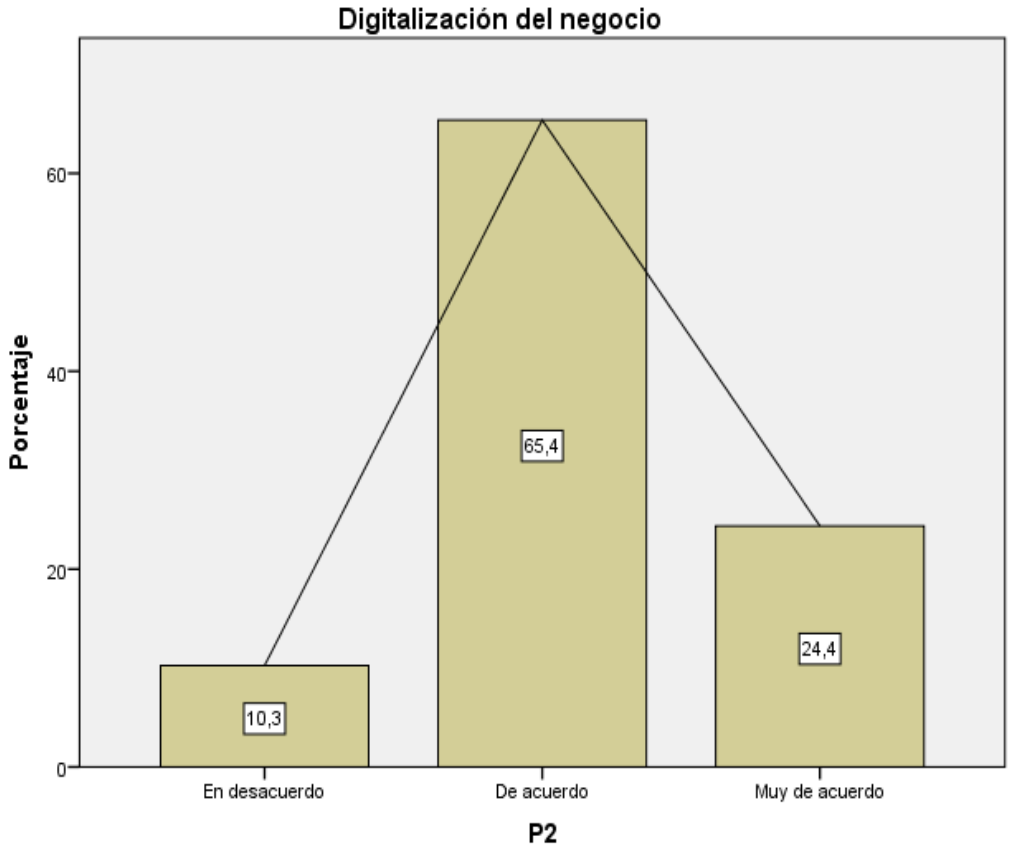
Tabla 2.

Digitalización del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	8	10,3	10,3	10,3
	De acuerdo	51	65,4	65,4	75,6
	Muy de acuerdo	19	24,4	24,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Plan de Negocio
Fuente: Elaboración propia

Figura 2



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo que las herramientas digitales contribuyen en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 24.4%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo que las herramientas digitales contribuyen en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 65.4%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo que las herramientas digitales contribuyen en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 10.3%.

4.3. DIMENSIÓN: CONTROL DE VENTAS Y PEDIDOS

Está de acuerdo que el control de ventas en línea contribuye significativamente en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

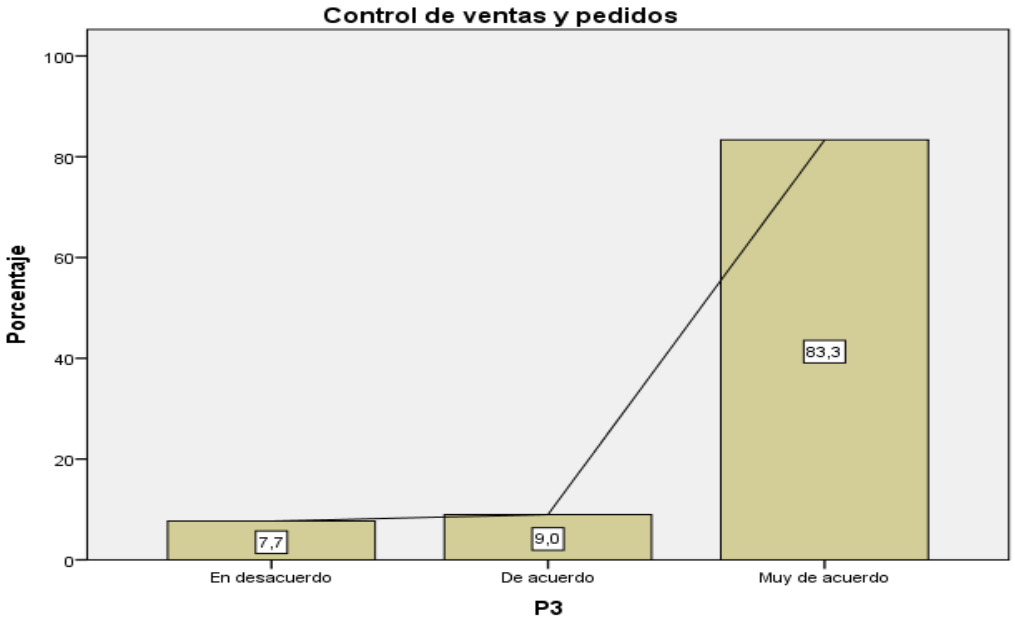
Tabla 3.

Control de ventas y pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	6	7,7	7,7	7,7
	De acuerdo	7	9,0	9,0	16,7
	Muy de acuerdo	65	83,3	83,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Plan de Negocio
Fuente: Elaboración propia

Figura 3



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo que el control de ventas en línea contribuye significativamente en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 83.3%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo que el control de ventas en línea contribuye significativamente en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 9.0%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo que el control de ventas en línea contribuye significativamente en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 7.7%.

4.4. DIMENSIÓN: CONTROL DE VENTAS Y PEDIDOS

Está de acuerdo que el control de pedidos en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

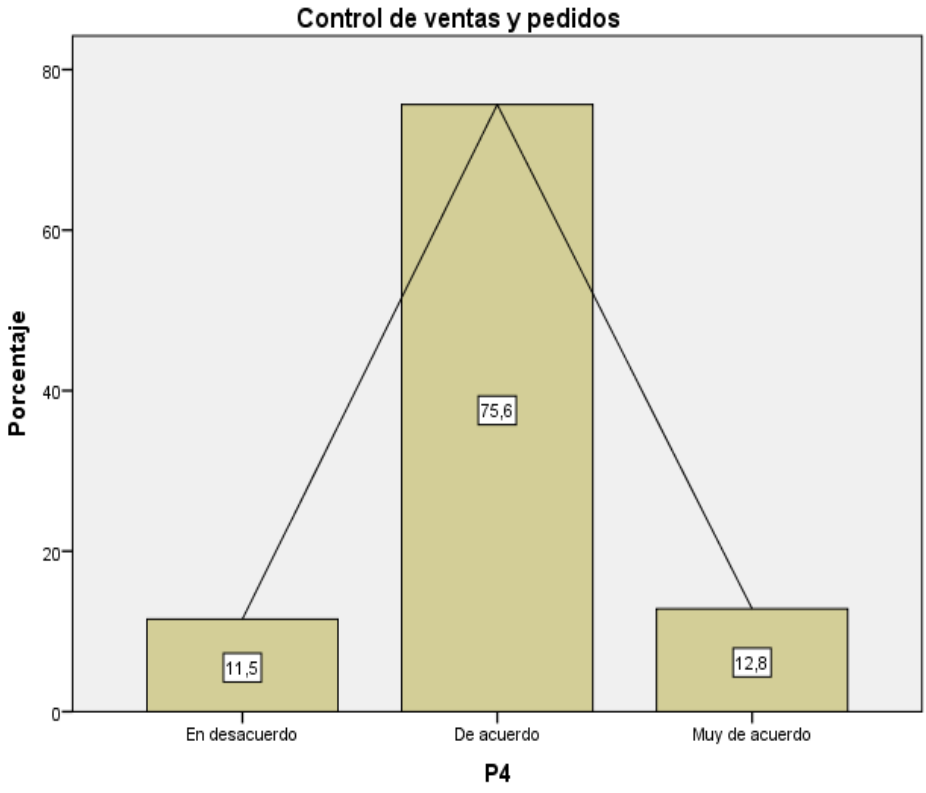
Tabla 4.

Control de ventas y pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	9	11,5	11,5	11,5
	De acuerdo	59	75,6	75,6	87,2
	Muy de acuerdo	10	12,8	12,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Plan de Negocio
Fuente: Elaboración propia

Figura 4



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo que el control de pedidos en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 12.8%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo que el control de pedidos en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 75.6%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo que el control de pedidos en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 11.5%.

4.5. DIMENSIÓN: MAYOR EXPOSICIÓN DE MARCA

Está usted de acuerdo que una mayor exposición de marca del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

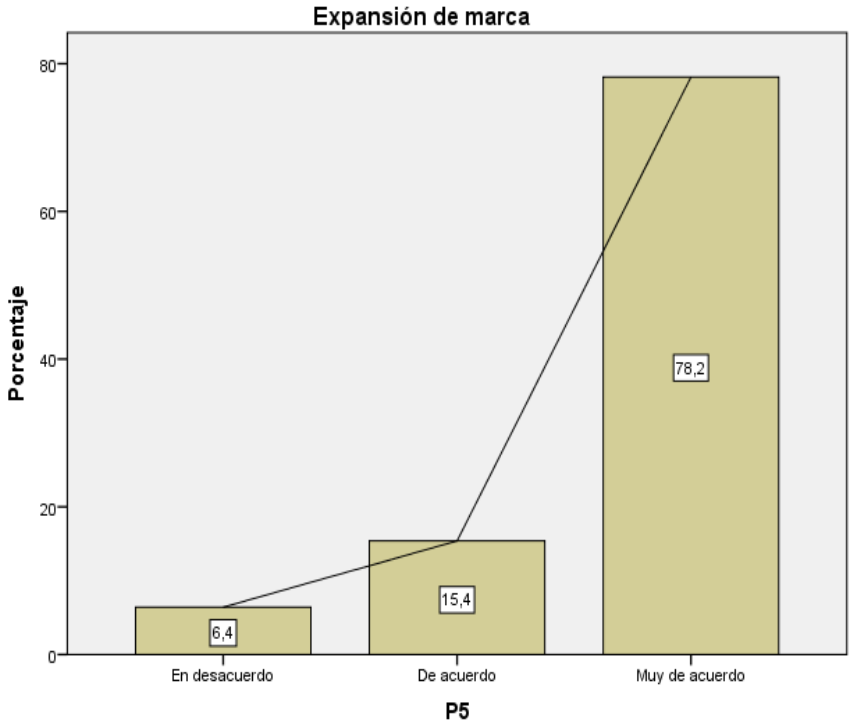
Tabla 5.

Mayor exposición de marca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	5	6,4	6,4	6,4
	De acuerdo	12	15,4	15,4	21,8
	Muy de acuerdo	61	78,2	78,2	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Plan de Negocio
Fuente: Elaboración propia

Figura 5



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo que una mayor exposición de marca del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 78.2%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo que una mayor exposición de marca del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 15.4%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo que una mayor exposición de marca del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 6.4%.

4.6. DIMENSIÓN: MAYOR EXPOSICIÓN DE MARCA

Está usted de acuerdo con la gestión de la marca del negocio para incrementar el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

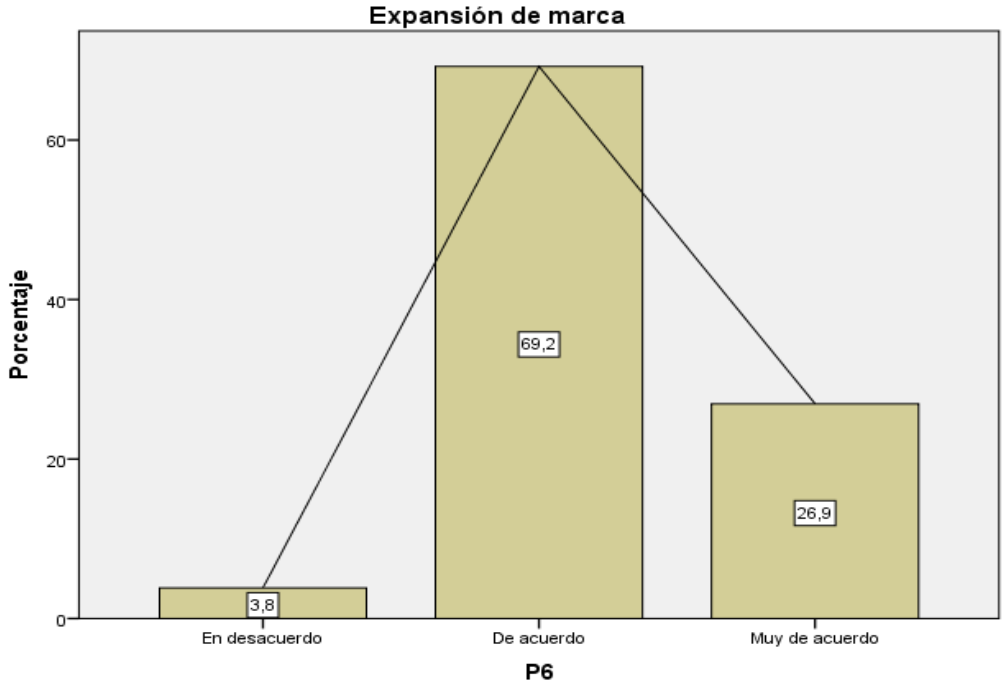
Tabla 6.

Mayor exposición de marca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	3	3,8	3,8	3,8
	De acuerdo	54	69,2	69,2	73,1
	Muy de acuerdo	21	26,9	26,9	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Plan de Negocio
Fuente: Elaboración propia

Figura 6



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo con la gestión de la marca del negocio para incrementar el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 26.9%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo con la gestión de la marca del negocio para incrementar el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 69.2%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo con la gestión de la marca del negocio para incrementar el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 3.8%.

4.7. DIMENSIÓN: USO DE APLICACIONES DELIVERY

Está usted de acuerdo con el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

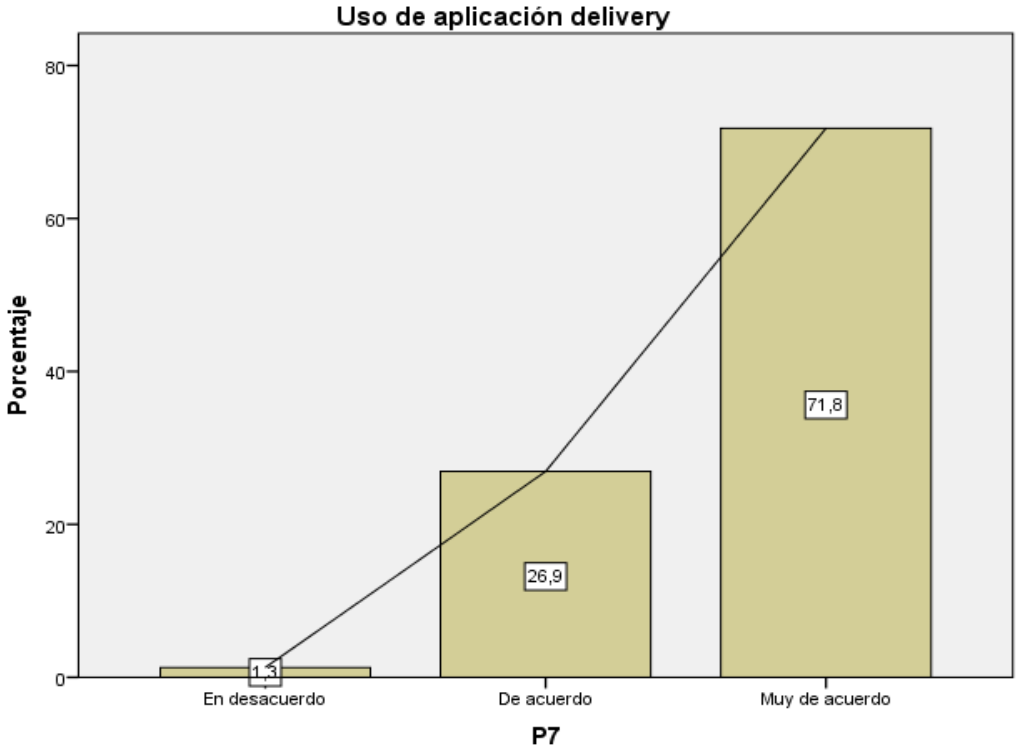
Tabla 7.

Uso de aplicaciones delivery

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	De acuerdo	21	26,9	26,9	28,2
	Muy de acuerdo	56	71,8	71,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Servicio Delivery
Fuente: Elaboración propia

Figura 7



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo con el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 71.8%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo con el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 26.9%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo con el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 1.3%.

4.8. DIMENSIÓN: USO DE APLICACIONES DELIVERY

Está usted de acuerdo con el uso de las apps de entrega a domicilio para fortalecer el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

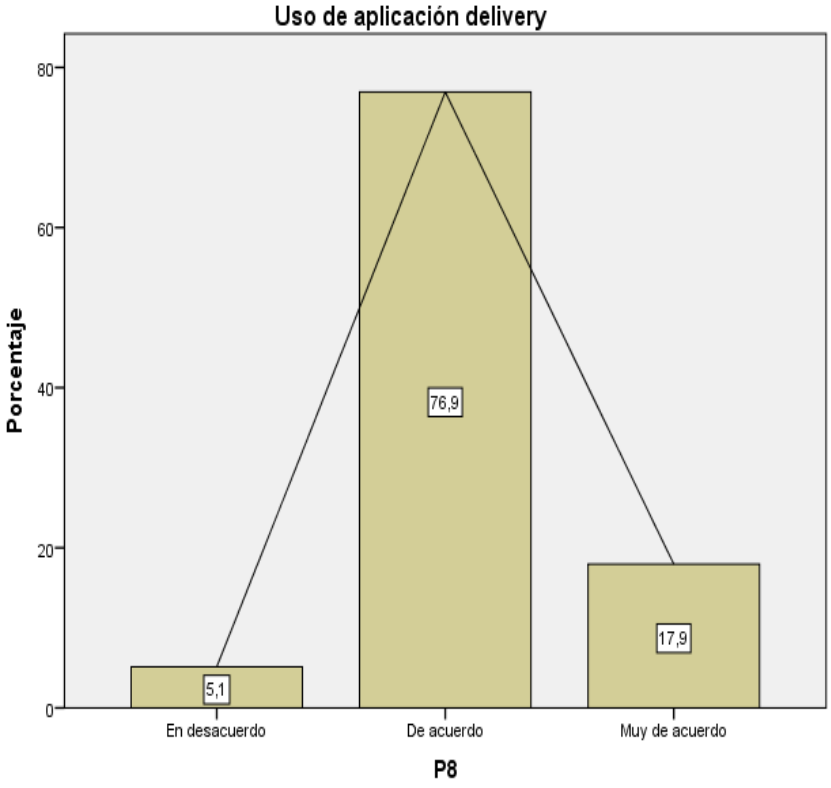
Tabla 8.

Uso de aplicaciones delivery

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	4	5,1	5,1	5,1
	De acuerdo	60	76,9	76,9	82,1
	Muy de acuerdo	14	17,9	17,9	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Servicio Delivery
Fuente: Elaboración propia

Figura 8



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo con el uso de las apps de entrega a domicilio para fortalecer el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 17.9%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo con el uso de las apps de entrega a domicilio para fortalecer el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 76.9%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo con el uso de las apps de entrega a domicilio para fortalecer el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 5.1%.

4.9. DIMENSIÓN: CONTROL DE VENTAS EN LÍNEA

Está usted de acuerdo con el control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

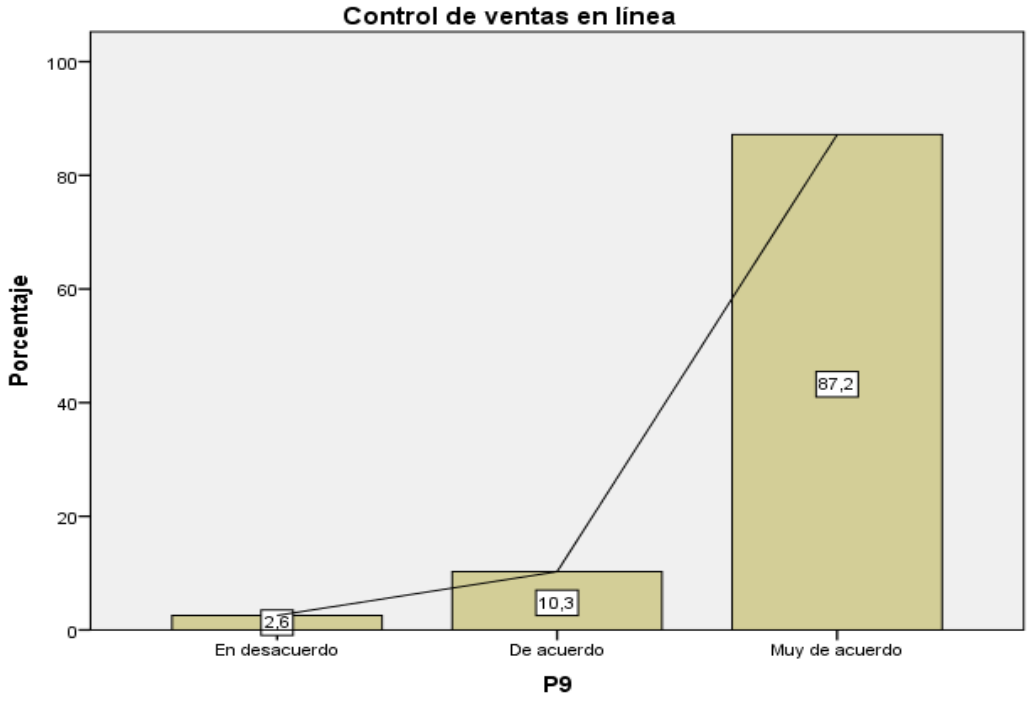
Tabla 9.

Control de ventas en línea

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	2	2,6	2,6	2,6
	De acuerdo	8	10,3	10,3	12,8
	Muy de acuerdo	68	87,2	87,2	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Servicio Delivery
Fuente: Elaboración propia

Figura 9



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo con el control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 87.2%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo con el control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 10.3%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo con el control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 2.6%.

4.10. DIMENSIÓN: CONTROL DE VENTAS EN LÍNEA

Está de acuerdo que un adecuado control de ventas en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

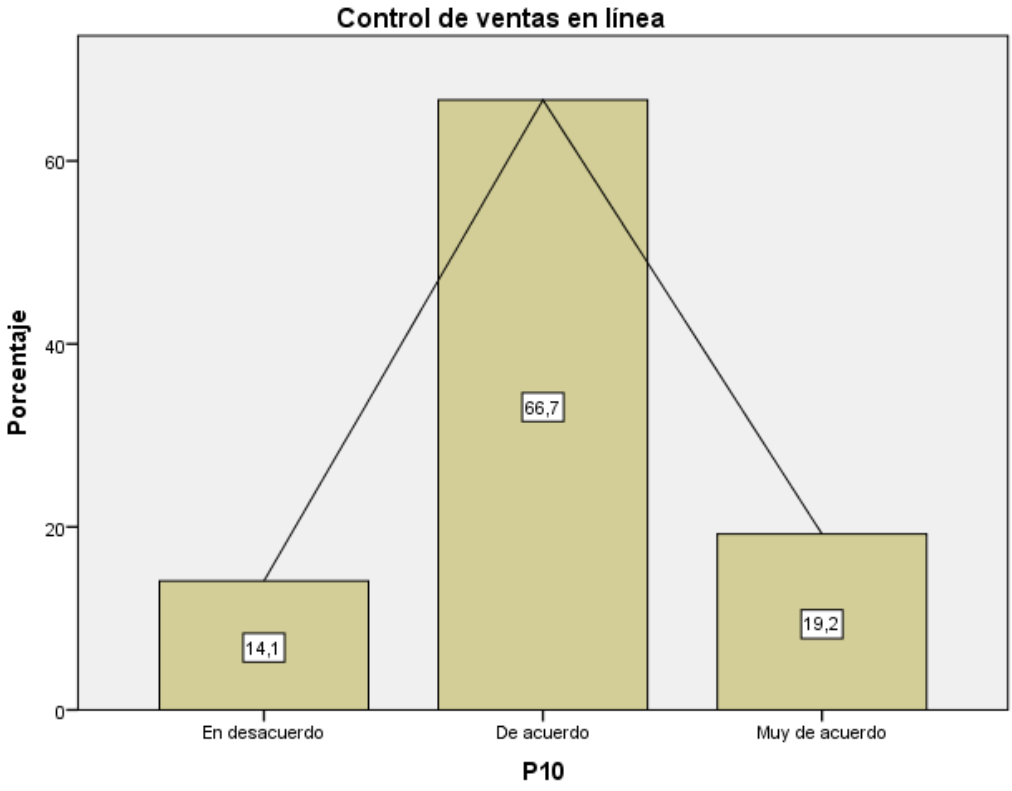
Tabla 10.

Control de ventas en línea

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	11	14,1	14,1	14,1
	De acuerdo	52	66,7	66,7	80,8
	Muy de acuerdo	15	19,2	19,2	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Servicio Delivery
Fuente: Elaboración propia

Figura 10



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo que un adecuado control de ventas en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 19.2%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo que un adecuado control de ventas en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 66.7%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo que un adecuado control de ventas en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 14.1%.

4.11. DIMENSIÓN: CAPITALIZAR PRESTIGIO Y CONFIANZA

Está de acuerdo en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

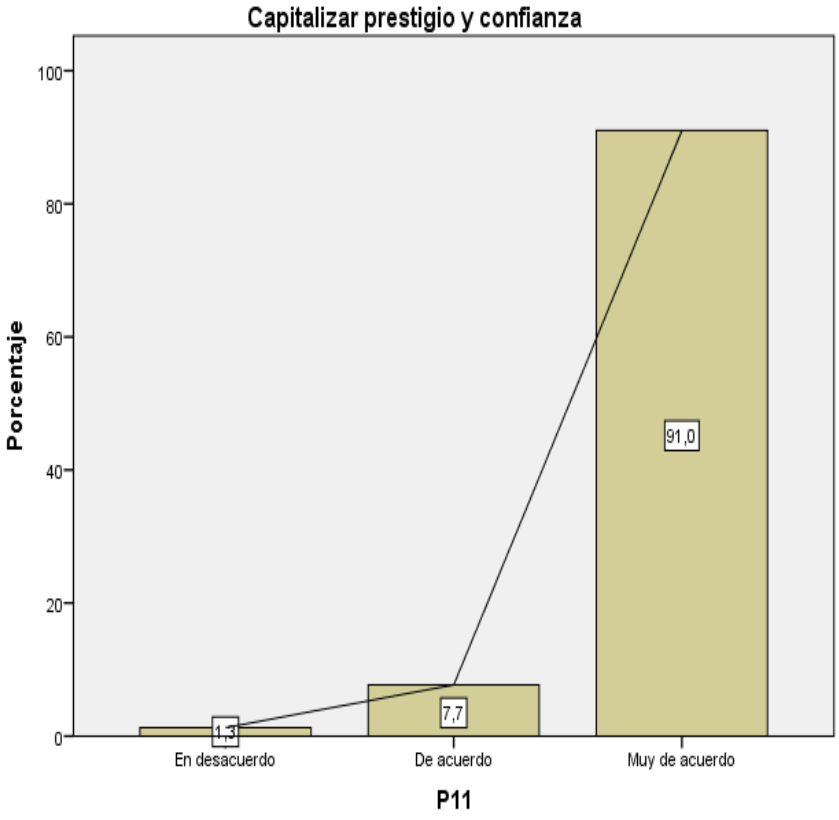
Tabla 11.

Capitalizar prestigio y confianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	De acuerdo	6	7,7	7,7	9,0
	Muy de acuerdo	71	91,0	91,0	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Servicio Delivery
Fuente: Elaboración propia

Figura 11



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 91.0%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 7.7%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 1.3%.

4.12. DIMENSIÓN: CAPITALIZAR PRESTIGIO Y CONFIANZA

Está de acuerdo en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

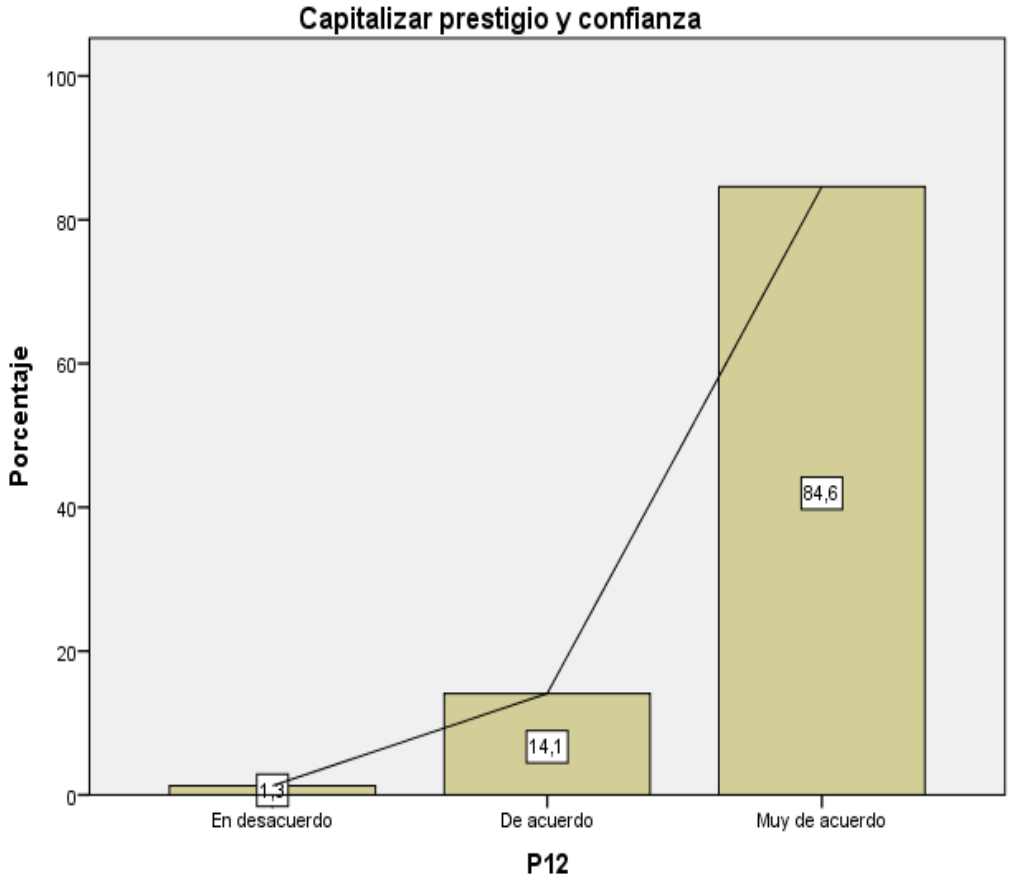
Tabla 12.

Capitalizar prestigio y confianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	De acuerdo	11	14,1	14,1	15,4
	Muy de acuerdo	66	84,6	84,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable Servicio Delivery
Fuente: Elaboración propia

Figura 12



Análisis:

Para el trabajo de investigación se delimito en función a la fórmula de muestreo estadístico a 78 empresas que realizan el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Con los datos obtenidos de la tabla se obtuvo los siguientes porcentajes:

Los colaboradores que están muy de acuerdo en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 84.6%.

Del mismo modo, los colaboradores que están de acuerdo en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 14.1%.

Finalmente, los colaboradores que están de acuerdo en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022 es del 1.3%.

ANÁLISIS INFERENCIAL

PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

H1: El plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

H0: El plan de negocio no contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

Tabla de contingencia Plan de Negocio * Servicio Delivery

			Servicio Delivery		Total
			De acuerdo	Muy de acuerdo	
Plan de Negocio	De acuerdo	Recuento	14	11	25
		Frecuencia esperada	4,8	20,2	25,0
		% del total	17,9%	14,1%	32,1%
	Muy de acuerdo	Recuento	1	52	53
		Frecuencia esperada	10,2	42,8	53,0
		% del total	1,3%	66,7%	67,9%
Total		Recuento	15	63	78
		Frecuencia esperada	15,0	63,0	78,0
		% del total	19,2%	80,8%	100,0%

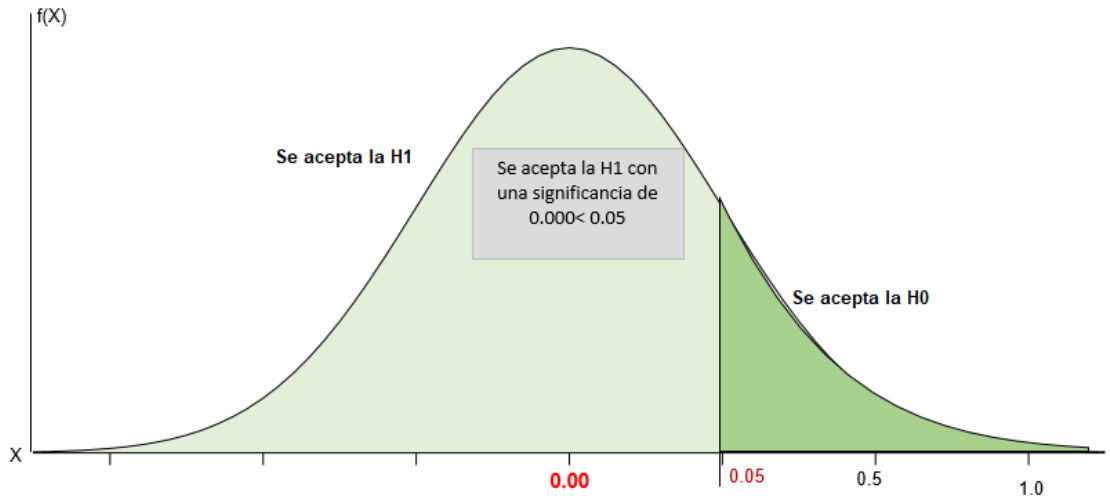
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	32,025[a]	1	,000		
Corrección por continuidad[b]	28,636	1	,000		
Razón de verosimilitudes	32,152	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	31,614	1	,000		
N de casos válidos	78				

INTERPRETACIÓN

El grado de significancia es de 0.000 por lo tanto el plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Entonces se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA



PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

H1: La digitalización del negocio contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

H0: La digitalización del negocio no contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

Tabla de contingencia Digitalización del negocio * Uso de aplicaciones delivery

			Uso de aplicaciones delivery		Total
			De acuerdo	Muy de acuerdo	
Digitalización del negocio	De acuerdo	Recuento	12	4	16
		Frecuencia esperada	5,3	10,7	16,0
		% del total	15,4%	5,1%	20,5%
	Muy de acuerdo	Recuento	14	48	62
		Frecuencia esperada	20,7	41,3	62,0
		% del total	17,9%	61,5%	79,5%
Total		Recuento	26	52	78
		Frecuencia esperada	26,0	52,0	78,0
		% del total	33,3%	66,7%	100,0%

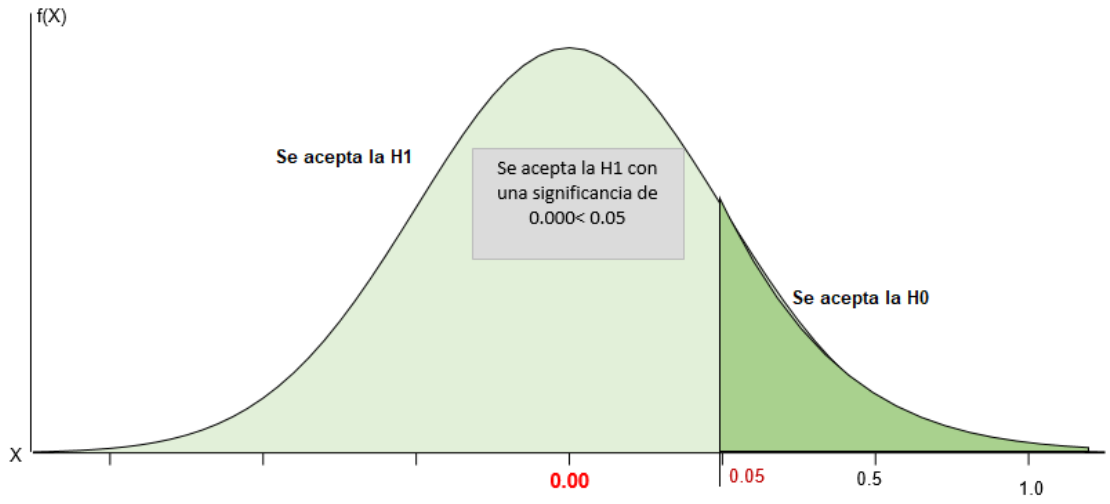
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,726[a]	1	,000		
Corrección por continuidad[b]	13,455	1	,000		
Razón de verosimilitudes	15,066	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	15,524	1	,000		
N de casos válidos	78				

INTERPRETACIÓN

El grado de significancia es de 0.000 por lo tanto la digitalización del negocio contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Entonces se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA



PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

H1: El control de ventas y pedidos contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

H0: El control de ventas y pedidos no contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

Tabla de contingencia Control de ventas y pedidos * Control de ventas en línea

			Control de ventas en línea		Total
			De acuerdo	Muy de acuerdo	
Control de ventas y pedidos	De acuerdo	Recuento	19	3	22
		Frecuencia esperada	5,9	16,1	22,0
		% del total	24,4%	3,8%	28,2%
	Muy de acuerdo	Recuento	2	54	56
		Frecuencia esperada	15,1	40,9	56,0
		% del total	2,6%	69,2%	71,8%
Total		Recuento	21	57	78
		Frecuencia esperada	21,0	57,0	78,0
		% del total	26,9%	73,1%	100,0%

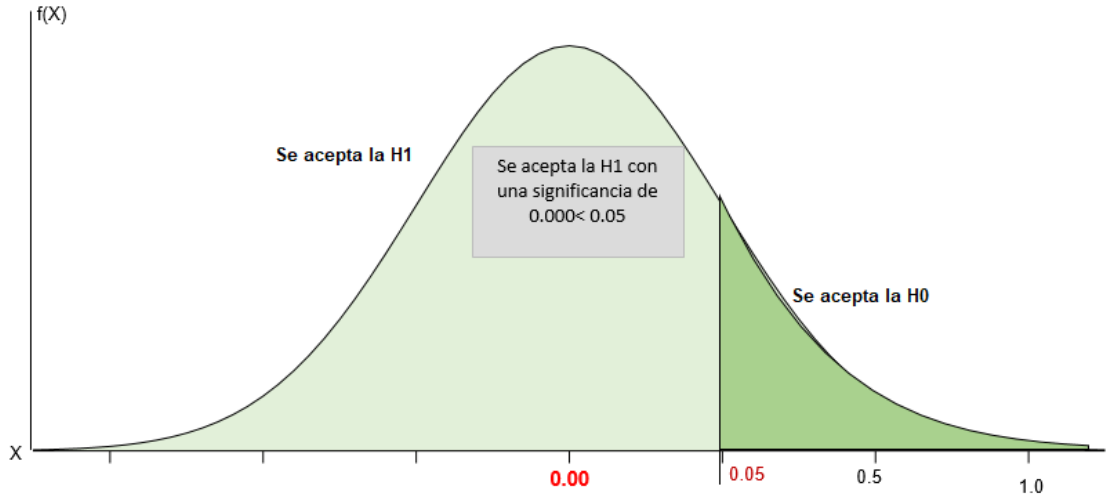
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	55,029[a]	1	,000		
Corrección por continuidad[b]	50,901	1	,000		
Razón de verosimilitudes	56,087	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	54,323	1	,000		
N de casos válidos	78				

INTERPRETACIÓN

El grado de significancia es de 0.000 por lo tanto el control de ventas y pedidos contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Entonces se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA



PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

H1: Una mayor exposición de marca del negocio contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

H0: Una mayor exposición de marca del negocio no contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

Tabla de contingencia Mayor exposición de marca * Capitalizar prestigio y confianza

			Capitalizar prestigio y confianza		Total
			De acuerdo	Muy de acuerdo	
Mayor exposición de marca	De acuerdo	Recuento	2	18	20
		Frecuencia esperada	,5	19,5	20,0
		% del total	2,6%	23,1%	25,6%
	Muy de acuerdo	Recuento	0	58	58
		Frecuencia esperada	1,5	56,5	58,0
		% del total	0,0%	74,4%	74,4%
Total		Recuento	2	76	78
		Frecuencia esperada	2,0	76,0	78,0
		% del total	2,6%	97,4%	100,0%

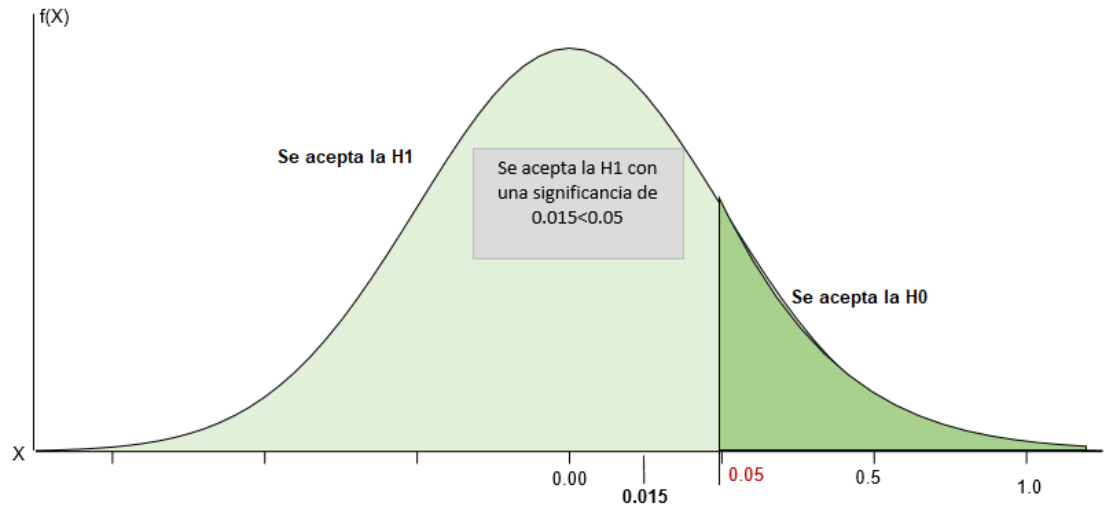
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,953[a]	1	,015		
Corrección por continuidad[b]	2,623	1	,105		
Razón de verosimilitudes	5,599	1	,018		
Estadístico exacto de Fisher				,063	,063
Asociación lineal por lineal	5,876	1	,015		
N de casos válidos	78				

INTERPRETACIÓN

El grado de significancia es de 0.015 por lo tanto una mayor exposición de marca del negocio contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. Entonces se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA



CONCLUSIONES

- La digitalización del negocio contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.
- El control de ventas y pedidos contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.
- Una mayor exposición de marca del negocio contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

SUGERENCIAS

- Los propietarios de los restaurantes deben adoptar la digitalización del negocio de manera permanente porque contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.
- Los propietarios de los restaurantes deben contar con el control de ventas y pedidos para garantizar la eficiencia del servicio contribuyendo significativamente en el control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.
- Los propietarios de los restaurantes deben adoptar estrategias para una mayor exposición de marca del negocio ya que contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Avilés Estrada, M. A. (2021). *Plan de negocios para posicionar el segmento de restaurantes/huecas de la ciudad de Guayaquil a través de una aplicación móvil.* Guayaquil: http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/18172.

Bocanegra Briones, C. N., Cueto Málaga, C. M., Ramirez Moreno, M. V., & Toledo Alba, J. A. (2021). *Plan de negocio para un restaurante de comida saludable en la ciudad de Trujillo.* Trujillo: https://hdl.handle.net/20.500.12640/2617.

Boza Valle, J. A., & Floril Lara, J. F. (2021). *Gestión operativa de los negocios de parrilla y su incidencia administrativa en el proceso de la toma de decisiones año 2020-2021. Plan de negocios para implementación de parrilladas "Flo gourmet.* Quevedo Ecuador: https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6379.

Bravo Chavez, E. E., Espinoza Dedios, A. A., Fernandez Huerta, G. A., & Rodriguez Zuñiga, F. A. (2021). *Propuesta de plan de negocios para la importación, personalización y distribución de envases biodegradables para los restaurantes de pollo a la brasa en Lima Metropolitana.* Lima: https://hdl.handle.net/20.500.12640/2162.

Cala Achahuanco, R. S., Chambilla Coaquira, A. E., & Perez Flores, D. C. (2021). *Formulación de un Plan de Negocios para la Implementación de un Restaurante de Comida Regional con Delivery en la Ciudad de Tacna, 2021.* Tacna: http://repositorio.neumann.edu.pe:8080/xmlui/handle/123456789/335.

Carrasco Díaz, S. (2007). *Metodología de la Investigación Cientifica.* Lima: Editorial San Marcos.

Cedeño Rosales, B. F. (2021). *Plan de negocios para una trattoria en la ciudad de Guayaquil, periodo 2021.* Cuenca: http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/57989.

Fernandez Saldaña, F. E. (2020). *Análisis del impacto en la implementación de servicio delivery en restaurantes de Lima por COVID-19.* Lima: https://hdl.handle.net/20.500.12727/7825.

García , F. (2004). *El cuestionario: Recomendacuiones metodologicas para el diseño de un cuestionario.* México: Editorial Limusa, S.A.

Guamán Morocho, F. E. (2021). *Plan de negocios para el restaurante temático del centro de bordados Cuenca, provincia de Azuay.* Cuenca: http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/15086.

Guano Carcelén, M. E., & Zárate Quinde, E. M. (2021). *Análisis del impacto socioeconómico del servicio delivery en restaurantes de la ciudad de Guayaquil por la pandemia Covid-19.* Guayaquil Ecuador: http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17863.

Guerreo Dávila, G., & Guerrero, M. C. (2020). *Metodología de la Investigación.* México: Editorial La Patria.

Huisa Llamocca, R., & Ticahuanca Gutierrez, E. (2021). *Formulación de un plan de negocios para implementar un restaurante de comida saludable por delivery en la ciudad de Tacna, 2021.* Tacna: https://repositorio.neumann.edu.pe/handle/123456789/394.

Indecopi. (2021). *El Indecopi, municipalidades y restaurantes juntos para cumplir con las obligaciones de empresas y repartidores del servicio delivery.* Lima: http://hdl.handle.net/11724/7805.

Molero Bernal, O. H., & Gamero Galindo, J. F. (2021). *Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Chiclayo.* Chiclayo: https://hdl.handle.net/20.500.12692/77238.

Palomino Ochoa, J. J., & et al. (2021). *Métodos de Investigación y Praxis Cuantitativa.* Huancayo: Corpograf Atlas SAC.

Palomino Ochoa, J. J., & et al. (2021). *Métodos de investigación y práxis cuantitativa.* Huancayo: Corpograf Atlas SAC.

Ramirez Panduro, M. S., & Rios Gimenez, F. L. (2021). *Calidad de servicio para la fidelización del cliente en el servicio de delivery del restaurante Chalet Venezia Tarapoto 2021.* Tarapoto: https://hdl.handle.net/20.500.12692/71446.

Rotondo Cabrera, C. G. (2021). *Plan de negocios de catering "Entre Dulce & Salado", para recuperar el consumo de la comida tradicional peruana - Bellavista, Callao.* Callao: https://hdl.handle.net/20.500.12802/8355.

Rugel Ruiz, M. P. (2021). *Plan de negocios para satisfacer la demanda del restaurante "El Warique Tumbesino'' La Victoria – Lima 2020.* Lima: https://hdl.handle.net/20.500.12802/8945.

Sánchez Estrella , G. A. (2021). *Plan de negocios para la creación del restaurante "MI CASA/Deus é Bom" en el cantón Valencia, provincia de Los Ríos. Año 2021.* Los Rios Eciuador: http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7901.

Suquillo Hidalgo, M. J. (2021). *Plan de negocios para la creación de un hostal con temática colonial en el municipio de Rumiñahui, parroquia Sangolquí.* Quito: https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4646.

Terry, L. F. (2022). *Marketing y gestión Comercial.* Lima: Gestión.

Valencia Medranda, J. A., & Quimi Medranda, B. A. (2021). *Plan de negocio para creación de un restaurante de comida típica con temática sostenible en la*

comuna Olón, provincia de Santa Elena: viabilidad legal. Santa Elena: https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5993.

Valeriano Quispe, F. S., & Roque Ramos, L. M. (2021). *Formulación de un plan de negocios para instalar un restaurante parrillero en la ciudad de Tacna, 2021.* Tacna: http://repositorio.neumann.edu.pe:8080/xmlui/handle/123456789/386.

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios.* Reino Unido: Lulu.com.

Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de Negocios.* Lima: Eduardo Lastra Alejando Arce.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: "El plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	**OBJETIVO GENERAL**	**HIPOTESIS GENERAL**	**VARIABLE INDEPENDIENTE: (X)** Plan de Negocios **Indicadores:** Digitalización del negocio Control de ventas y pedidos Mayor exposición de marca **VARIABLE DEPENDIENTE: (Y)** Servicio delivery **Indicadores:** **Uso de aplicaciones delivery** **Control de ventas en línea** Capitalizar prestigio y confianza	1. **Tipo de Investigación** Básica 2. **Nivel de Investigación** Descriptivo 3. **Método de Investigación** Analítico 4. **Diseño de la Investigación** No experimental 5. **Población** 144 negocios con servicio delivery 6. **Muestra** 78 negocios con servicio delivery 7. **Técnicas** Encuestas Entrevistas Observación 8. **Instrumentos** Encuesta Cuestionarios. Análisis de Datos
¿Cómo un adecuado plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022?	Analizar el plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.	El plan de negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.		
PROBLEMAS ESPECIFICOS	**OBJETIVOS ESPECIFICOS**	**HIPOTESIS ESPECIFICAS**		
• ¿Cómo la digitalización del negocio contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022? • ¿Cómo el control de ventas y pedidos contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022? • ¿Cómo una mayor exposición de marca del negocio contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022?	• Describir la digitalización del negocio y el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. • Analizar el control de ventas y pedidos y el control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. • Estudiar una mayor exposición de marca del negocio y capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022	• La digitalización del negocio contribuye significativamente en el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. • El control de ventas y pedidos contribuye significativamente en control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022. • Una mayor exposición de marca del negocio contribuye significativamente en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.		

INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN

(CUESTIONARIO)

INSTRUCCIONES:

El presente cuestionario, tiene como finalidad recabar información relacionada con la investigación titulada **"**El plan de negocio y el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022**"**.

Responder con una "X", en el recuadro de la derecha a cada pregunta, eligiendo la opción que más se acerque a su opinión, considerando la escala de 1 a 5.

Ítems	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
	3	2	1

Dimensión	Ítem	Características	1	2	3
Digitalización del negocio	I.1	Está usted de acuerdo que la digitalización del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022			
	I.2	Está usted de acuerdo que las herramientas digitales contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
Control de ventas y pedidos	I.3	Esta de acuerdo que el control de ventas en línea contribuye significativamente en el servicio de delivery en el rubro			

		restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
	I.4	Está de acuerdo que el control de pedidos en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
Expansión de marca	I.5	Está usted de acuerdo que una mayor exposición de marca del negocio contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
	I.6	Está usted de acuerdo con la gestión de la marca del negocio para incrementar el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
Uso de aplicación delivery	I.7	Está usted de acuerdo con el uso de aplicaciones de servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
	I.8	Está usted de acuerdo con el uso de las apps de entrega a domicilio para fortalecer el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			

Control de ventas en línea	I.9	Está usted de acuerdo con el control de ventas en línea del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
	I.10	Está de acuerdo que un adecuado control de ventas en línea contribuye en el servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
Capitalizar prestigio y confianza	I.11	en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022.			
	I.12	en capitalizar el prestigio y confianza del servicio de delivery en el rubro restaurantes del distrito de Callería, 2022			

Muchas gracias por su colaboración