

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Construcción de una plataforma digital para la comercialización y entrega de productos de restaurantes PYMES de la ciudad de Guayaquil

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentado por:

SHIRLEY VALERIA ALCIVAR CANTOS

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020

DEDICATORIA

A mi madre Antonia quien con su inconmensurable amor, paciencia, fuerza y sabiduría me ha guiado y empujado a cumplir mis metas, de su mano y con su apoyo incondicional he podido traer a la realidad muchos sueños, a mi padre Guillermo porque con su amor, confianza, valores y educación me ha hecho una mujer fuerte y resiliente sin duda soy su reflejo, los admiro y los amo infinitamente. A mis sobrinos hijos Luis José, Jeremi, Gerald y Axel quienes, por medio de su amor, sus abrazos y sus sonrisas me han regalado cada día fuerzas para no desmayar, a mis hermanas Jessenia y Estefanía a quienes adoro, gracias por nunca abandonarme ser mi cómplice y mi refugio, tenerlas es un privilegio.

AGRADECIMIENTOS

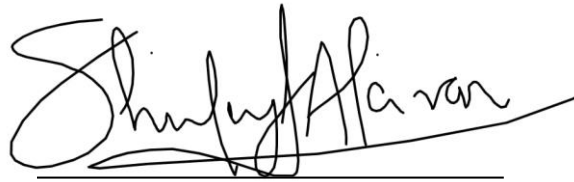
Quiero agradecer a mi gran amigo Ítalo Álvarez por su apoyo durante todo mi proceso universitario, todos estos años de amistad sincera me han demostrado que puedo contar contigo para siempre.

A mis amigas Joselyn, Lissette y Christina sus consejos me han dado luz en muchas decisiones. A los jefes de mis ex trabajos Tomás Quimí y Ariolfo Calle quienes confiaron en mí y me brindaron la oportunidad de flexibilizar mis horarios para culminar con mi carrera.

A mi novio Marcelo por haber sido la compañía ideal durante este proceso, brindarme ánimos, consentirme y encargarse de nuestro emprendimiento en mis ratos indispuestos, gracias por tu comprensión.

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, me corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; y doy mi consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Shuley Alvarez", written over a horizontal line. The signature is fluid and cursive.

Autor

EVALUADORES



M.S.c Ivonne Martin Moreno
PROFESOR DE LA MATERIA



M.S.c Raizza Maquizaca Nájera
PROFESOR TUTOR

RESUMEN

La siguiente investigación está orientada a la operatividad actual los restaurantes PYMES que ofrecen el servicio de comidas preparadas dentro de la ciudad de Guayaquil quienes son los más afectados por la crisis de la emergencia sanitaria a causa del confinamiento y paralización de su actividad económica en consecuencia del Covid-19 y que están tratando de mantenerse vigente mediante la entrega a domicilio, se ha definido como objetivo diseñar un modelo de negocio mediante la construcción de un producto tecnológico analizando procesos de producción, comunicación y mercado brindando desarrollo sostenible para PYMES.

Mediante las entrevistas realizadas a los propietarios de algunos de los establecimientos se pudo analizar la situación económica actual y a través de encuestas se expusieron las necesidades de los clientes en el servicio de delivery para decodificar características que ayuden a la construcción de esta herramienta digital apegada a la modalidad de negocio actual y que cumpla con el rol de resiliencia de la economía de este sector.

Como resultado se obtuvo una aplicación móvil amigable y confiable, con acceso al menú diario de varios restaurantes ya posesionados, sobre todo económica para establecimientos de esta categoría y una plataforma web de similares características para el inventario de productos.

Finalmente podemos concluir evidenciando la transformación de muchos restaurantes PYMES a negocios familiares, una alta demanda de pedidos a domicilio en la etapa de distanciamiento social por lo que el servicio de entrega se ve en la obligación de competir con la oferta.

Palabras Clave: PYMES, Delivery, Restauranteros, APP

ABSTRACT

This research is guided to the current operation of SMEs (Small and medium-sized enterprises) restaurants that offer prepared meals service in Guayaquil city. They are the most affected by the Covid-19 crisis emergency due to the confinement and economic paralysis, so they are trying to stay flowing through home delivery. The investigation objective is to design a business model through the construction of a technological tool analyzing production, communication, and market processes, yielding sustainable development for SMEs.

Through the interviews with some establishments owners, it was possible to analyze the current economic situation. Moreover, the delivery's service customers' needs were exposed in order to decode characteristics through surveys. These instruments helped to build the digital tool being aligned to the current business modality and fulfilling the role of resilience in the economy of this sector.

As a result, a friendly and reliable mobile application was obtained, with access to the daily menu of several already-established restaurants. This application is especially inexpensive for this kind of establishments, and a web platform with similar features for the products' inventory.

Finally, we can conclude by showing the transformation of many SME restaurants to family businesses, high demand for home delivery in the social distancing phase, so the delivery service is forced to compete with the offer.

Keywords: SMEs, delivery, restaurants' owners, app

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	1
RESUMEN	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS	V
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VII
CAPÍTULO 1	I
1. Introducción	I
1.1 Descripción del problema.....	2
1.2 Justificación del problema.....	2
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Objetivo General Multidisciplinario.....	3
1.3.2 Objetivo General.....	3
1.3.3 Objetivos Específicos.....	3
Capítulo 2	2
2. Metodología	2
2.1 Descripción de la metodología aplicada	2
2.2 Procedimientos de la metodología	2
2.2.1 Empatizar.....	17
2.2.2 Definir	18
2.2.3 Idear:.....	23

2.2.4	Prototipar	23
2.2.5	Testear.....	24
Capítulo 3	11
3.	resultados y analisis	11
3.1	Análisis de las entrevistas	11
3.1.1	Entrevista a Los Asados de la Garzota.....	27
3.2	Análisis de las encuestas.....	28
3.2.1	Encuestas al personal del restaurante.....	28
3.2.2	Encuestas para usuarios acerca del servicio a domicilio de comidas preparadas en Guayaquil.....	30
3.3	Análisis de empatizar	32
3.4	Análisis de idear	33
3.5	Matriz y Prototipo	35
3.5.1	Matriz de Impacto	35
3.6	Prototipo.....	36
3.6.1	Validación del Prototipo	36
3.7	Matriz de feedback.....	37
Capítulo 4	39
4.1	Conclusiones.....	39
4.2	Recomendaciones.....	41
BIBLIOGRAFÍA	40
APÉNDICES	42

ABREVIATURAS

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

APPS Aplicaciones Móviles

PYMES Acrónimo que significa pequeña y mediana empresa

COVID 19 Enfermedad Infecciosa causada por el coronavirus

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2.1 Fases del Desing Thinking. Elaboración Propia.	12
Ilustración 2.2 Necesidades del cliente.....	12
Ilustración 2.3 Actores Servicio de delivery. Investigación	18
Ilustración 2.4 Encuesta para usuarios. Elaboración propia.	20
Ilustración 2.5 Encuesta a personal de restaurantes. Elaboración propia. .	22
Ilustración 2.6 Proyección de prototipar. Elaboración Propia.	23
Ilustración 3.1 Mapa de empatía. Elaboración propia.....	33
Ilustración 3.2 Lluvia de ideas. Elaboración Propia.....	34
Ilustración 3.3 Matriz de Impacto. Elaboración Propia.	35
Ilustración 3.4 Ilustración Story Board, Prototipo de uso de la aplicación. Elaboración propia	36
Ilustración 3.5 Matriz de feedback. Elaboración propia.....	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Población Guayas 2010. INEC	14
Tabla 3.1 Restaurantes considerados en el estudio. Elaboración Propia. ..	26

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Durante la emergencia sanitaria global a causa del coronavirus SARS-CoV-2, la mayoría de los gobiernos optaron por el aislamiento social, a través de cuarentenas para mitigar y frenar la propagación de la infección. En este contexto el servicio de entrega de comidas a domicilio (delivery) a través de aplicaciones informáticas (Apps) experimentó un auge.

La investigación se focaliza en la determinación de la operación interna de los restaurantes PYMES con servicio propio no mediado por aplicaciones móvil de recepción de pedidos.

En la actualidad las aplicaciones móviles tienen mayor auge en el campo tecnológico, son las más usadas por las personas que poseen un dispositivo móvil inteligente ya que resulta de fácil acceso para quienes lo prefieren usar y con la ayuda de su sistema operativo nos permiten crear aplicaciones sin ningún problema.

Este proyecto se lo implementará en la ciudad de Guayaquil para los establecimientos de restauración que quieran ser partícipes dentro de esta aplicación.

Por medio de esta app el cliente tendrá acceso a un listado de restaurantes que pueden ser de su preferencia y ordenar el menú que ofrecen cada uno de los establecimientos.

Este es un proyecto multidisciplinario donde participarán estudiantes de otras carreras y mediante sus conocimientos se obtendrá un producto final.

Un aspecto importante es la propuesta de crear una aplicación móvil que responda efectivamente al segmento de restauración antes descrito.

1.1 Descripción del problema

Existen varias aplicaciones móviles orientadas a coordinar la demanda del servicio de entrega de comidas preparadas, las cuales gozan de cierta popularidad y difusión.

Sin embargo, existen varias preguntas como: ¿De qué manera esto resulta conveniente para los proveedores de comidas? ¿Se puede mejorar el servicio para lograr fidelidad por parte de usuarios? **¿Qué posibilidades tienen los restauranteros de mejorar los ingresos usando una aplicación autónoma sin intermediarios?**

El grupo de restaurantes PYMES, que se seleccionó para la investigación se caracteriza por su vinculación a la feria Raíces y cumplir con los requisitos en el contexto de municipal y de la pequeña industria, que requieren de una herramienta tecnológica que ajuste a su oferta y demanda logrando sostenibilidad económica.

1.2 Justificación del problema

La alta demanda de servicios de entrega experimentada durante el contexto de la emergencia sanitaria del COVID-19, obligó la adopción de protocolos sanitarios para evitar la propagación de la enfermedad; sin embargo, el tratamiento de los pedidos, así como los costes han significado una inversión adicional por parte de restauranteros, cuyos negocios se han vuelto de corte familiar al verse disminuidos en su personal. ¿Es factible el desarrollo de una herramienta que permita un control más efectivo de los pedidos y que a la vez propicie una mejor tarifa del servicio, beneficiando a proveedores de comida y satisfaciendo las necesidades de los usuarios del servicio de delivery?

La intención de esta investigación es reflejar el escenario actual económico, social y operacional de los restaurantes del segmento antes mencionado, simultáneamente evidenciar la satisfacción y necesidades de consumidores de comidas preparadas enviadas mediante entrega a domicilio, ya que con la ejecución de este proyecto se va a contribuir a la reactivación económica, al socorro de mantener activo a este tipo de pequeños negocios, a la estabilización de los restaurantes puntualizados anteriormente

así como se va a dar paso a la introducción de nuevas tecnologías viables para ayudar óptimamente al desempeño del servicio al cliente en la restauración , a la adaptación de la nueva normalidad y a sumergirse en dinámica actual de las ventas online.

En vista de que el nivel de pedidos a través de plataformas tecnológicas ha incrementado en comparación con la época antes de la aparición de la pandemia, es importante que estos restaurantes obtengan de manera inmediata una solución tecnológica, cuya plataforma deba adaptarse a su alcance económico y cumplir con las características adecuadas para competir con la evidente innovación que se desarrolla en el sector de la restauración como punto estratégico para no desaparecer y mantenerse en el mercado pese a no poder recibir con aforo del cien por ciento a los clientes.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General Multidisciplinario

Diseñar un modelo de negocio mediante la construcción de un producto tecnológico analizando procesos de producción, comunicación y mercado brindando desarrollo sostenible para PYMES del sector de restauración.

1.3.2 Objetivo General

Determinar las necesidades actuales de la venta de servicio de restauración a domicilio del sector Pymes, de la ciudad de Guayaquil, para la caracterización de la aplicación tecnológica que contribuya a la sostenibilidad económica de este segmento productivo del turismo.

1.3.3 Objetivos Específicos

- Recopilar información de restaurantes PYMES de la ciudad de Guayaquil para la identificación de una muestra que tenga como característica su propio servicio de entrega a domicilio.

- Analizar los procesos operacionales de los restaurantes que se han seleccionado como muestra para entender su flujo operativo.
- Comparar la información recopilada con las opciones de servicio que tienen las aplicaciones tecnológicas más utilizadas en el medio para definir las necesarias en las nuevas plataformas.

1.4 Marco Teórico

El virus SARS-CoV2 y la Covid-19

El virus que ocasiona la enfermedad Covid-19 es el SARS-CoV2 y pertenece a la familia de los coronavirus, llamados así por la forma que tiene su capa exterior. La doctora Brenda Tesini, de la Escuela de Medicina de la Universidad de Rochester, aclara que actualmente se conocen siete coronavirus que causan enfermedades en los seres humanos; cuatro de ellos causan síntomas de resfriado común, y los otros tres causan infecciones respiratorias, teniendo brotes importantes de neumonía mortal en el siglo XXI.

La COVID-19 en el Ecuador

Los primeros casos de la enfermedad se registraron en el mes de febrero de 2020, ambos en personas provenientes del exterior. Ya para los primeros días de marzo se habían confirmado siete casos, la mayoría en la provincia del Guayas. Las autoridades decretaron la cuarentena preventiva a partir del 14 de marzo. La propagación del virus en la ciudad de Guayaquil se extendió a varias áreas, produciendo la enfermedad miles de decesos, especialmente durante el mes de abril. Entre los meses mayo y junio las infecciones por coronavirus y las muertes por COVID disminuyeron en la provincia del Guayas.

El abastecimiento a través de servicios de entrega a domicilio

Durante el tiempo de cuarentena, que abarcó los meses de marzo, abril, mayo e inclusive junio -al menos en la provincia del Guayas- los servicios de entrega (Delivery) tuvieron un aumento en su demanda, especialmente para el abastecimiento de alimentos, compra de medicinas y de comidas preparadas.

Según reporte de diario El Comercio, del 26 de abril de 2020, trabajadores independientes que prestan servicios de *Delivery* a través de aplicaciones digitales móviles (Apps) como Glovo, Uber Eats, Rappi y Tipti, contaban con protocolos sanitarios adecuados para actuar durante la emergencia sanitaria.

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes)

Las MiPymes se encuentran inmersas en todas las actividades productivas de la economía, tales como el comercio al por mayor y al por menor; agricultura, silvicultura y pesca; industrias manufactureras; construcción; transporte, almacenamiento y comunicaciones; bienes inmuebles, entre otros.

Se conoce como MiPymes, a las micro, pequeñas y medianas empresas cuya naturaleza se determina por su orden jurídico (sociedades) o no jurídico (persona natural); volumen de ventas, capital social, número de trabajadores y su nivel de activos, es así como son:

- Microempresa: Aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.
- Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil unos (US \$ 100.001,00) y un millón (USD 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.
- Mediana empresa: Cuya unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.)

El Ecuador, según datos del 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), está constituido por 843.745 empresas, de las cuales las MiPymes representan

aproximadamente el 99.5 % del total de empresas registradas. (Dirección de Comunicación Social del Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2017)

El servicio de restauración en el Ecuador

En el literal a) del artículo 43 del *Reglamento General a la Ley de Turismo* se define a la actividad de alimentos y bebidas de la siguiente manera: “Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento”.

En virtud de lo antes señalado, el Ministerio de Turismo del Ecuador promulgó en 2018 el *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*, con el cual se regula, clasifica, categoriza, controla y establece los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional, a excepción de la provincia de Galápagos.

Dentro de este reglamento se establecen los parámetros de clasificación, los requisitos de categorización, así como el sistema de puntuación para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas. A los restaurantes les corresponde la clasificación C, en la cual se los define de la siguiente manera:

c) Restaurante: Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio. Esta tipología incluye los establecimientos con especialidad de comida rápida. (págs. 15-16)

Así, los lugares que se dediquen a la especialidad de comida rápida, una de las de mayor consumo y demanda, gozan de la categoría de restaurante, pudiendo

acceder a los derechos y obligaciones estipulados en la citada ley y su reglamento, en donde, además se brinda una definición de la misma:

Comida rápida: Modalidad en la que toda la oferta de alimentos y bebidas se encuentra lista para su consumo o requiere de un tiempo reducido de terminación, y donde lo habitual es que la toma de comanda, facturación y la retirada del pedido por el consumidor se realicen en el mostrador. (Pág. 7)

En el caso de los restaurantes que accedieron a esta investigación nos encontramos con los servicios a y d, agregándose el servicio a domicilio debido al contexto de emergencia sanitaria:

a) A la Carta: Utiliza como instrumento de comunicación y venta de la oferta de alimentos y bebidas, un listado de platos, a través del cual el consumidor hace su elección para seleccionar lo que va a consumir. El personal de servicio es el encargado de ejecutar la atención al consumidor a la mesa.

d) Menú fijo: Los alimentos se ofrecen a través de una lista de platos en una oferta rígida que usualmente esta exhibida en el mostrador directamente al consumidor, con un precio fijo, que ofrece pocas posibilidades de cambio.

e) Servicio a domicilio: Servicio cuya característica principal es realizar el pedido a través de diferentes medios sea vía telefónica o internet. A través de la cual el consumidor recibe su orden en el lugar al que fue señalado o la retira directamente en el establecimiento. (pág.19)

Esta ley establece una categorización para los establecimientos de alimentos y bebidas, a través de un sistema de puntuación, de acuerdo con el cumplimiento de unos requisitos obligatorios (nota a pie). En el caso de los restaurantes, éstos se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría.” (pág. 20)

Es importante conocer que el puntaje mínimo a alcanzar, de acuerdo con cada clasificación, es de cuarenta puntos; y que, en caso de no alcanzarse, los establecimientos no obtendrán el registro turístico.

Servicio de entregas a domicilio (Delivery)

Se llama *Delivery* al servicio de reparto que ofrece un comercio para entregar sus productos en el domicilio del comprador. Por lo general los establecimientos dedicados a la elaboración de comidas cuentan con el servicio de entregas a domicilio, el cual suele ser realizado por empleados que se movilizan en motocicleta o en bicicleta, aunque el delivery también puede desarrollarse en automóvil o incluso a pie.

Para que el cliente pueda solicitar el delivery, el comercio debe contar con alguna vía de comunicación. Durante muchos años el teléfono fue el método de contacto más habitual: el comprador llamaba al lugar y un empleado tomaba nota del pedido. Luego, el producto era enviado mediante el responsable del delivery. Actualmente el delivery también puede solicitarse a través de Internet. Desde un formulario en un sitio web hasta una aplicación en un dispositivo móvil, existen distintas herramientas digitales que posibilitan la solicitud de delivery.

El pedido de comida en línea

Un servicio para pedir comida en línea es un servicio en línea que ofrece menús interactivos que permiten a los clientes hacer pedidos a los restaurantes locales. Muy similar a pedir bienes de consumo en línea, muchos de estos permiten a los clientes mantener cuentas con estos para así lograr que sea conveniente pedir con frecuencia. Un cliente buscará un restaurante preferido, escogerá artículos disponibles y escogerá entrega o recogida. El pago puede ser por tarjeta de crédito o en efectivo, con el restaurante devolviendo un porcentaje a la empresa de comida en línea.

Básicamente existen tres tipos de servicios de pedido y entrega de comidas: controlado por el restaurante, el servicio independiente y los menús en línea.

Las compañías independientes para pedir comida en línea suelen ofrecer dos soluciones: 1) un servicio de software por el cual los restaurantes compran software de base de datos y administración de cuentas a la compañía y administran las órdenes en línea ellos mismos; y 2) un servicio basado en la red por el cual los restaurantes firman contratos con una página web para pedir comida en línea que puede manejar órdenes de muchos restaurantes en un área regional o nacional.

Aplicaciones tecnológicas (Apps)

Las APP's son pequeños programas o aplicaciones informáticas que realizan funciones para las que han sido diseñadas: juegos, calculadoras de todo tipo, directorios, glosarios, programas formativos, presentaciones o catálogos de empresas, etc. La palabra App (Application software) es un anglicismo de uso frecuente en los últimos años para referirse a las aplicaciones móviles.

Con la aparición de los últimos años de smartphones y tablets, el uso de estos programas se ha difundido en la sociedad. Desde hace ya bastantes meses existen más de 1 millón de apps en las diferentes tiendas de aplicaciones.

Sus principales características son:

- Simplicidad de uso. La mayoría aprovechan la intuitividad táctil del Android e iOS.
- Facilidad de instalación. Las apps se encuentran en repositorios (Apple Store/ Google Play) desde el cual podemos descargarlas a nuestros terminales.
- Son programas ligeros con funcionalidades muy concretas.
- Aunque existen multitud de apps gratuitas aquellas que son privativas suelen tener precios asequibles.

Las apps se han convertido en uno de los mercados más dinámicos del mundo de los contenidos digitales. En los países desarrollados todos los días se descargan millones de aplicaciones, alrededor de la mitad de las personas usan al día al menos una aplicación y cada ciudadano tiene de media varias decenas de aplicaciones en su smartphone o tableta. Es un sector y un negocio con un enorme protagonismo en la actualidad y con unas expectativas muy necesarias en un mundo que quiere salir de la recesión. Las apps pueden ayudar a ello e incrementar la eficiencia y la productividad de todo tipo de empresas y negocios, así como mejorar la vida de los habitantes del planeta, estén donde estén y gracias a esos dispositivos móviles cada vez más extendidos. (José Miguel Roca)

Aplicaciones tecnológicas para servicios de entrega

Según un informe de Statista, el negocio de entrega a domicilio de comida crecerá un 9.3% de aquí a 2023, para alcanzar los 134.490 millones de dólares. En la actualidad,

el mayor segmento del sector es el de la entrega a domicilio desde restaurantes, con un volumen de mercado de 58.008 millones de dólares en 2019.

A pesar de que parece astronómica, según los actores del sector esta cifra podría alcanzarse mucho antes de 2023, si se atiende a la velocidad a la que está creciendo la demanda de los servicios y apareciendo nuevas aplicaciones de entrega de comida. Pero ¿cómo ha cambiado realmente la forma en que los restaurantes solían llevar a cabo esta actividad?

Las aplicaciones móviles incrementan la rentabilidad del negocio sea más rentable y han puesto a disposición de los usuarios varias funcionalidades que mejoran su experiencia y les conducen a pedir más. (Nirav Shastri, 2019)

Capítulo 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Descripción de la metodología aplicada

En la presente investigación se aplicó la metodología *Design Thinking* definida así por (Brown, 2008) la cual nos permitió evaluar coincidencias entre el modo operacional vigente en restaurantes PYMES de Guayaquil y las necesidades tecnológicas que se han presentado en los últimos 6 meses de este año en curso siendo así que, mediante un proceso de fases durante la recopilación de información se hizo coincidir la situación actual del sector de la restauración con la necesidad de desarrollar una herramienta tecnológica de interconexión basado en la nueva modalidad de negocio de ventas online a propósito de la resiliencia de la economía.

Por consiguiente, se utilizó métodos de investigación cualitativa como la entrevista a expertos, de la misma forma se trabajó con encuesta la cual permitió conocer criterios en distintos ámbitos de clientes.

2.2 Procedimientos de la metodología

Se pudo definir el alcance del proyecto involucrando varias problemáticas encontradas mediante una lluvia de idea, se entablaron algunas posibles soluciones y se sesgaron parámetros en torno a los elementos que se analizaron en la investigación.

Exponiendo todos los datos hacia la proyección del escenario actual de los establecimientos en estudio se utilizó las fases propuestas dentro del *Design thinking*.

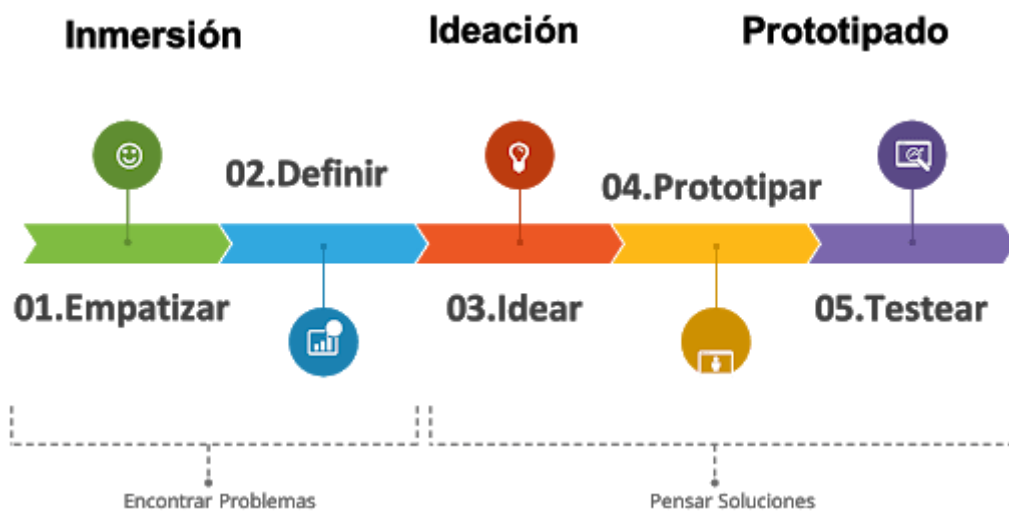


Ilustración 2.1 Fases del Desing Thinking.

Tomado de: <http://giovannycifuentes.com/introduccion-al-design-thinking/>

Con ello el Desing Thinking nos permitirá resolver el problema a partir de las necesidades del cliente.

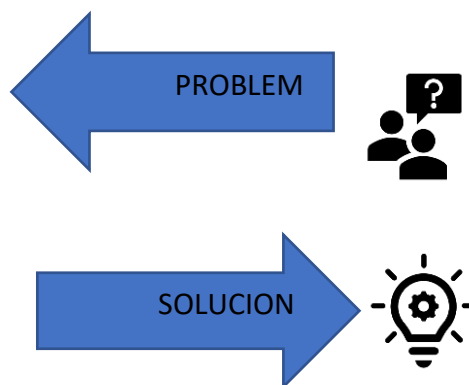


Ilustración 2.2 Necesidades del cliente

Población y muestra

Para la realización de este estudio se observó dos tipos de poblaciones diferentes. La primera se enfocó en las *huecas* de Guayaquil, cuyos usuarios principales se ha determinado como referencia a consumidores entre 20 a 64 años con nivel socioeconómico tipo C y B; Según el Censo Poblacional del 2010, realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) la población de Guayaquil ascendió ese año a los 2'350.915 habitantes, de esta cifra el 55,30% se inscribe en las edades contempladas para esta investigación:

1'300.056; perteneciendo el 34%, es decir 442.0019 personas, a los niveles socioeconómicos destacados. Por otra parte, se estimó la preferencia de los consumidores de asistir a restaurantes en el país en un 5%. De ahí que el universo estimado para este estudio sea de 22.101 personas.

[Un artículo del diario El Universo \(2014\) señala la existencia de 550 huecas](#)

Tabla 2.1 Población Guayas 2010. INEC



FASCÍCULO PROVINCIAL GUAYAS

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9.743	0,3%	2.281	0,1%
De 90 a 94 años	11.995	0,4%	5.712	0,2%
De 85 a 89 años	17.350	0,5%	13.655	0,4%
De 80 a 84 años	25.477	0,8%	25.924	0,7%
De 75 a 79 años	37.182	1,1%	37.219	1,0%
De 70 a 74 años	51.412	1,6%	53.901	1,5%
De 65 a 69 años	45.703	1,4%	56.752	1,6%
De 60 a 64 años	94.293	2,8%	118.685	3,3%
De 55 a 59 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 50 a 54 años	130.270	3,9%	166.684	4,6%
De 45 a 49 años	158.124	4,8%	204.345	5,6%
De 40 a 44 años	200.728	6,1%	220.145	6,0%
De 35 a 39 años	229.555	6,9%	249.779	6,9%
De 30 a 34 años	255.593	7,7%	289.594	7,9%
De 25 a 29 años	276.926	8,4%	307.034	8,4%
De 20 a 24 años	336.609	10,2%	321.308	8,8%
De 15 a 19 años	321.456	9,7%	338.370	9,3%
De 10 a 14 años	332.561	10,1%	373.511	10,2%
De 5 a 9 años	341.476	10,3%	362.896	10,0%
De 0 a 4 años	340.587	10,3%	359.678	9,9%
Total	3.309.034	100,0%	3.645.483	100,0%

3.645.483

Cálculo de la muestra

Esta encuesta fue realizada al personal que trabaja en el área de restauración dentro de la ciudad de Guayaquil.

A continuación, se presenta las fórmulas utilizadas para el cálculo de muestra. Para las huecas se utilizó tipo de muestreo no probabilístico y por conveniencia.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n= Tamaño de la muestra

Z=Representa el nivel de confianza

e= Error de muestreo (10%)

p=probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

N=Tamaño global de la población

Reemplazo de valores:

n=?

N=550

P=0.50

q=0.50

e=0.10

Z=0.70

$$n = \frac{(0.70)^2 * 0.50 * 0.50 * 550}{(0.10)^2(550 - 1) + (0.05)^2 * 0.50 * 0.50}$$

n=90 huecas

Basados en la población finita establecida se desarrolló la siguiente muestra para definir el número de personas a ser encuestadas.

Esta encuesta fue realizada a varias personas de la ciudad de Guayaquil para recopilar información relevante para nuestro proyecto desde su perspectiva como usuarios.

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2x(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$N= 22.101$$

$$P=0.5$$

$$Q=0.5$$

$$e=0.05$$

$$Z= 1.96$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (22.101) * (0.5) * (0.50)}{(0.05)^2x(22.101 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)} =$$

$$n= 378$$

De esta manera se determinó el número de elementos convenientes para la participar de la investigación.

2.2.1 Empatizar

El análisis de actores fue parte de la inmersión para la aproximación al problema. Entre las necesidades del cliente y el escenario crítico de la restauración surgieron cuestionamientos tales como: ¿Por qué existe mayor demanda de servicio a domicilio para los restaurantes PYMES actualmente? ¿Quiénes solicitan este servicio? ¿En qué condiciones operativas se brinda el servicio de delivery? ¿Cuáles son los medios tecnológicos utilizados para tomar pedidos? Para responder a estas inquietudes y ratificar urgencias se revisó información acerca de establecimientos de alimentos y bebidas que operan en la ciudad de Guayaquil que cuentan con servicio a domicilio propio, pertenecientes a las segunda y tercera categoría en la clasificación de restaurantes, que no posean alianzas con intermediarios y que, en efecto, requieran de una solución tecnológica para ofrecer un servicio de comida rápido y seguro.

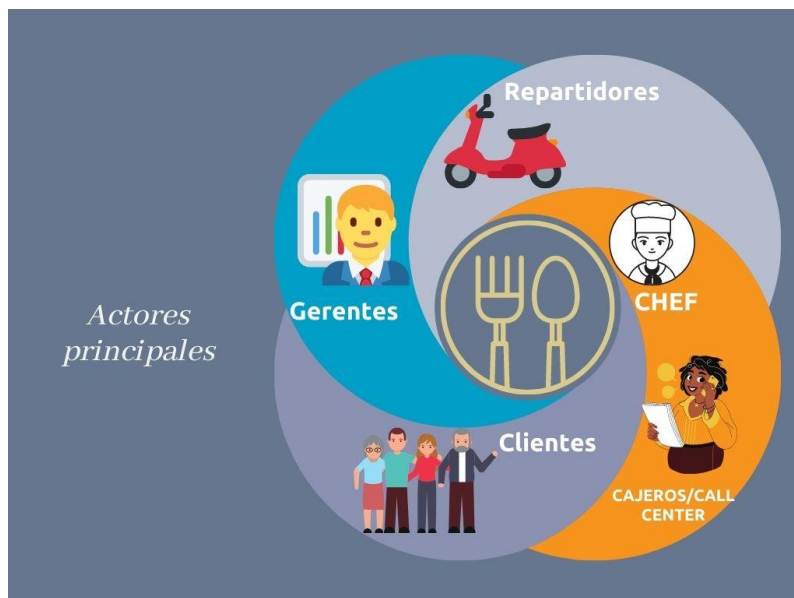


Ilustración 2.3 Actores Servicio de delivery. Investigación

Entrevistas

Con el fin de presentar datos que registren la realidad de nuestros usuarios/clientes se realizó una entrevista de pocos minutos a varios representantes de restaurantes PYMES de Guayaquil. Entre ellos constan los de establecimientos que participaron en 2019 en la *Feria Anual de Raíces*, que es avalada por La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, y se celebra cada año con el objetivo de dar a conocer la sazón y las peculiaridades de las diferentes huecas de comida típica existentes en la ciudad.

2.2.2 Definir

Durante esta etapa se filtra la información que hemos recopilado durante la fase de Empatía y nos quedamos con lo que realmente aporta valor y centrarnos en aquellos aspectos de interés, en pocas palabras identificaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

Luego de analizar los criterios de las entrevistas hechas al grupo de propietarios de restaurantes, se realizó un mapa de empatía, en el cual se identificaron focos de acción sobre la base de las necesidades y urgencias requeridas en aspectos tales como el restablecimiento de las finanzas de este importante sector económico y el reformar, a su vez, la forma operacional del servicio tanto como en otras industrias.

Encuestas

Encuesta a consumidores

Para lograr comprobar las teorías expuestas y descubrir datos esenciales se elaboró un cuestionario con preguntas claves. A la inversa que con los propietarios se exploró indicadores sociológicos en cuanto al servicio, tales como: calidad de alimentos, preferencias y satisfacción; indicadores que indirectamente influyen en la decisión de afrontar competencias y retoma la diferenciación en el servicio propuesto. Mediante la realización de esta encuesta también se quiso obtener opiniones sobre qué piensan los consumidores del servicio, la satisfacción con relación al consumidor. Mediante un análisis de las respuestas se midió a 378 personas quienes ayudaron a analizar diversas características para la aplicación.

Encuesta para usuarios acerca del servicio a domicilio de comidas preparadas en Guayaquil

*Obligatorio

1. Nombre *

2. Ciudad: *

3. Sexo *

Marca solo un óvalo.

Masculino

Femenino

4. ¿A qué rango de edad pertenece? *

Marca solo un óvalo.

De 18 a 25 años

De 26 a 35 años

De 36 a 45 años

Más de 45 años

Ilustración 2.4 Encuesta para usuarios. Elaboración propia.

Encuesta a los asistentes del servicio de restauración

En conjunto con la encuesta realizada a los consumidores se elaboró otra encuesta, limitada a un grupo de 90 personas, la cual estuvo enfocada a servidores dentro del área de la restauración. Mediante ésta se buscó constatar información acerca de la operatividad de estos establecimientos con el fin de contrarrestar expectativas, captar percepciones y decodificar detalles que sirvan al servicio para el respectivo mejoramiento. En este tipo de encuesta se aplicó un *muestreo probabilístico por conveniencia* ya que las personas encuestadas fueron seleccionadas mediante una base de datos encontrada en la quinta edición de la *Guía Gastronómica de Guayaquil es mi destino*, material que contiene información que permitió contactar directamente a los encuestados.

Encuesta a personal de servicio en restaurantes PYMES de Guayaquil

Este proyecto involucra a la parte importante del sector de la restauración como son sus colaboradores, quienes con su criterio e información veraz nos ayudarán a obtener una directriz correcta en este proyecto.

**Obligatorio*

1. Nombres: *

2. Ciudad: *

3. Lugar de trabajo: *

4. Cargo que desempeña *

Marca solo un óvalo.

- Administrador/ gerente
- Mesero(a)
- Call Center/Cajera(o)
- Chef/cocinero
- Motorizado/Delivery

Ilustración 2.5 Encuesta a personal de restaurantes. Elaboración propia.

2.2.3 Idear:

En esta fase del Design Thinking vamos a entender y sintetizar todos los descubrimientos de la fase de inspiración, donde buscamos ideas para resolver el problema de los restaurantes.

En esta etapa existen varias técnicas que se pueden aplicar como la lluvia de ideas o brainstorming que es la más conocida y la que vamos a utilizar.

2.2.4 Prototipar

Para demostrar todo lo que se obtuvo en cada etapa de la investigación, acerca de los datos recopilados entre usuarios del servicio a domicilio, así como de propietarios de restaurantes y servidores del sector de la restauración, se ejecutó una matriz de impacto mediante la cual se expuso de forma visual la comparación de probabilidades y el impacto de riesgos que existen en el desarrollo de esta plataforma digital.

Una forma de prototipar es utilizando Storyboard que es la herramienta que escogimos para este proyecto, ésta representa la interacción del cliente con el producto. Donde se crea una película con cada función dando una solución a las necesidades del cliente. Si bien es cierto que una imagen vale más que mil palabras se podría decir en este caso que un prototipo vale más que muchas imágenes.

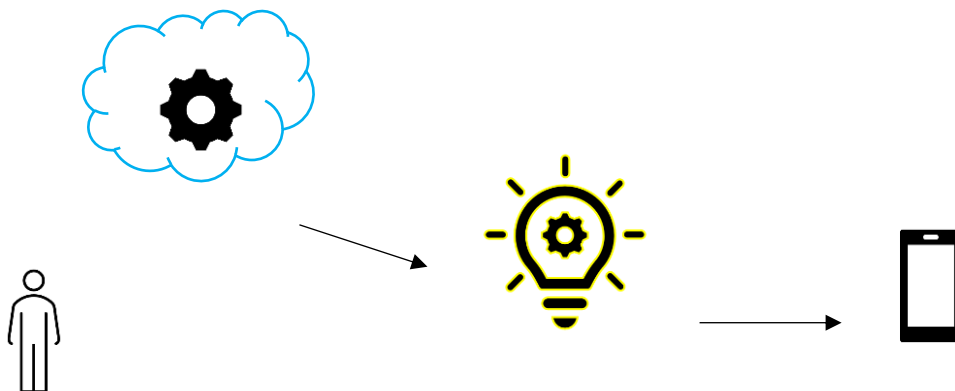


Ilustración 2.6 Proyección de prototipar. Elaboración Propia

2.2.5 Testear

Una vez realizado el prototipo se evaluó mediante una matriz de feedback todas las convergencias tomadas mediante la recopilación de información de los actores principales: operadores del servicio de restauración, propietarios de estos establecimientos y el usuario, con la intención de darle valor a cada idea para aportar en el mejoramiento del proceso en el servicio. En lo que concierne a esta matriz se la diseñó para evaluar el prototipo ya que fue la mejor forma para descartar variables y evaluar las mejores ideas.

Capítulo 3

3. RESULTADOS Y ANALISIS

A continuación, se detalla la lista de los propietarios/administradores de once restaurantes establecidos en la ciudad de Guayaquil a quienes se realizó la entrevista.

3.1 Análisis de las entrevistas

Tabla 3.1 Restaurantes considerados en el estudio. Elaboración Propia.

N°	RESTAURANTES	ENTREVISTADOS	ESPECIALIDAD	AÑOS EN EL MERCADO	SITUACIÓN ECONÓMICA	SERVICIO DELIVERY	OBSERVACIÓN ACERCA DE LA APP
1	Asados de La Garzota	Stalin Guillen	Chuzos	3 años	Durante la pandemia bajaron las ventas y el local como todo negocio se vió afectado. Actualmente si está vendiendo bajo pedidos.	No trabaja con intermediarios pero trabaja con sus propios amigos para hacer las entregas a domicilio, ya que al utilizar este tipo de servicio se debería incrementar el costo de sus platos para poder solventar.	Que sea económico para poder usar la plataforma y de fácil acceso
2	Sabores de Casa María Morena	María Angulo Ibarra	Encocado de Pescado	6 años	Al momento se mantienen estables porque si tienen ventas de 30 platos al día y sus productos tienen un precio accesible al bolsillo del cliente	Implementó este servicio durante la pandemia por la emergencia sanitaria y como su negocio es 100% familiar cuenta con el vehículo de su hijo para hacer las entregas a domicilio. No trabaja con intermediarios por cuestión de costos.	Que esta aplicación sea de fácil acceso tanto para el establecimiento como para el usuario y que pueda ser manejada sin ningún inconveniente.
3	La Sazón de Luchito	Lisette Cortez	Moro y costilla BBQ	3 años	Durante la pandemia cerraron el negocio pero a mediados del mes de mayo empezaron a laborar cumpliendo los protocolos de bioseguridad. Manteniendose algo estable en las ventas.	No trabajan con intermediarios, ellos mismos cuentan con un auto para hacer las entregas a domicilio.	Si está de acuerdo en utilizar la app para contar con el servicio de pedidos a domicilio, ofreciendo el menú que disponen.
4	Husky Fast Food and Drinks	Grace Bailón	Hamburguesas	5 meses	Durante la pandemia contaba con un local alquilado pero lastimosamente tuvo que cerrar y trasladarse a su vivienda. Actualmente las ventas han bajado pero se está manejando con nuevos productos y promociones constantes.	Antes de la pandemia no trabajaban con servicio a domicilio pero a raíz de la situación empezaron a trabajar con conocidos que cuentan con su propia movilización para hacer las entregas.	Que los establecimientos que estan dentro de esta app permita gozar de beneficios tanto a ellos como a los usuarios.
5	Chicho's Grill	Ariolfo Calle	Costillas al Carbón	8 años	Durante la pandemia hubo una gran pérdida del 70% de utilidad por los meses que no trabajaron y cuando ya reabrieron solo se manejaban bajo pedidos a domicilio, sin embargo los usuarios no querian que se les cobre un recargo y a veces no resultaba por tiempo y costo.	No utilizan intermediarios ya que estos cobran comisión de un 25% y el local no tiene para cubrir esos gastos actualmente.	Les interesa poder utilizarla ya que en estos momentos es imposible invertir en una aplicación y estas suelen ser de alto costo.
6	Corozo El Verdadero	Daniel Corozo	Encocado	18 años	Durante la pandemia solo estuvo un mes ausente, luego empezaron a trabajar solo bajo pedido y con servicio a domicilio. En el mes de mayo empezó atender en todas las sucursales cumpliendo las ordenanzas emitidas por el COE.	Antes de la pandemia ya realizaban servicio a domicilio y durante la pandemia, ellos cuentan con movilización para hacer los envíos ya que es un negocio familiar.	Que en la aplicación se pueda hacer un seguimiento desde el momento en que se hace el pedido hasta que este sea entregado con tiempo estimado. También es necesario que tenga el servicio de mensajería para conectarse con el cliente y el proveedor.
7	Aquí está El Colorado	Jorge Macías	Tsunami del colorado	10 años	Actualmente estan trabajando, los clientes piden para llevar o también cuentan con envíos.	Ellos cuentan con delivery propio ya que es un negocio familiar.	Sería bueno que al escoger el restaurante deseado este despliegue su menú con fotos y descripción del producto.
8	Picantería La Culata	Freddy Girón	Encurtido de pescado	8 años	Estuvo cerrado un par de meses pero pese a la pandemia tuvieron que seguir trabajando para sostener el negocio, haciendo bajo pedidos y con envíos.	Cuentan con intermediario como Uber eats pero también cuenta con delivery propio.	Que sea una plataforma sencilla, fácil y rápida. Además que tenga promociones como cupones de descuento para fidelizar clientes.
9	Sazón Manabita	Lucrecia Alvarado	Corvina Frita	8 años	Por la pandemia tuvieron que cerrar por un mes y luego empezaron solo haciendo entregas para retirar en el local y envíos a domicilio. Actualmente existen ventas pero para tratar de recuperarse.	Anteriormente ya contaban con el servicio de delivery propio pero no era tan solicitado y durante la pandemia este servicio incrementó. No tienen intermediarios.	Que la aplicación te de la ayuda de ubicar a los restaurantes que están cerca a tu domicilio, así el tiempo de espera sería menor
10	Las Ricuras de mi Tierra	Nelly Alvarado	La Tonga	6 años	Actualmente están atendiendo en el local pero nos comenta la dueña que ha reducido la clientela por temor al contagio y se encuentra en un proyecto para la reactivación económica y ayuda de la alcaldía.	Cuentan con delivery propio ya que es un negocio familiar, no necesita intermediarios porque la mayoría de sus clientes van al local.	Una buena alternativa para ayudar a los restaurantes a salir de la crisis del covid y exista la posibilidad de subir ofertas y descuentos.

3.1.1 Entrevista a Los Asados de la Garzota

Una vez realizada la entrevista al propietario del establecimiento, Stalin Guillen quien tiene 3 años en el mercado nos comentó que su negocio estaba en proyecto antes de la pandemia para trabajar con servicio a domicilio ya que estaba siendo muy solicitado en el sector norte de la ciudad, pero por varios motivos no se pudo realizar.

Sin embargo, había los servicios motorizados como GLOVO, UBER EATS, etc. Pero que ellos no trabajaban con intermediarios porque el servicio no llegaba en buenas condiciones descalificando la calidad en la que se mantienen.

También nos comentó de una plataforma con una plantilla sencilla de la que está haciendo uso, ya que por varios amigos había sido recomendado siempre y cuando cancelando un valor.

Una vez comentado el propósito de nuestro proyecto el Sr Stalin Guillen nos dijo que si estaba interesado en utilizar una aplicación gratuita para el servicio de delivery automatizado con su respectivo negocio.

Las demás entrevistas la podemos revisar en la parte de anexos con más detalle.

Análisis:

Una vez concluida las entrevistas a los representantes de restaurantes PYMES de Guayaquil podemos decir que durante la pandemia surgió una crisis para los negocios donde los empleados se vieron afectados y que ahora están trabajando como negocio familiar y este incluye el servicio de delivery, que antes no era un servicio tan frecuente por los altos costos generando una demanda muy baja

Todos estos impactos ocasionaron un desfinanciamiento lo que ocasiono en algunos restaurantes la paralización o cierre de algunos negocios.

Para la reapertura de los negocios estos debieron implementar las normas de bioseguridad generando endeudamiento, ya que había que comprar artículos e insumos de limpieza.

Los dueños nos comentaron que les gustaría adquirir una aplicación económica ya que han decidido utilizar su propia movilización para hacer las entregas a domicilio sin intermediarios como UBER EATS, GLOVO, ETC. Ya que cobran una comisión considerable para mantener las ventas

3.2 Análisis de las encuestas

Vamos a proceder realizando un análisis de las encuestas con algunas preguntas que mostraron resultados más relevantes y el detalle de toda la encuesta podemos encontrarla en la sección de anexos

3.2.1 Encuestas al personal del restaurante

De acuerdo con las encuestas realizadas a 50 personas se concluyó lo siguiente:

- La mayoría del personal de servicio trabaja en restaurantes que en cafeterías desempeñando el cargo de cajero/call center.

Pregunta 1: Lugar de trabajo

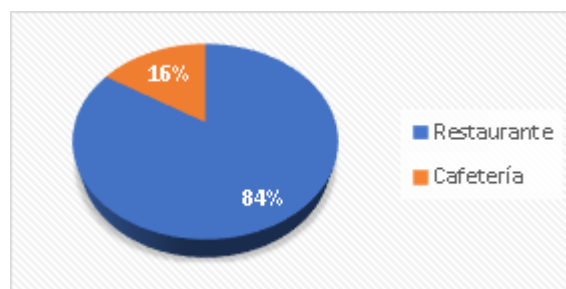


Gráfico 3.1 Lugar de trabajo

- Considerando que durante este último semestre existió aumento en la demanda por servicio a domicilio.
- Los días que más solicitaban del servicio a domicilio eran los fines de semana, donde la hora pico en el establecimiento era de 18h00 a 21h00.

Pregunta 6: ¿Qué días considera que existe más requerimiento de servicio a domicilio?

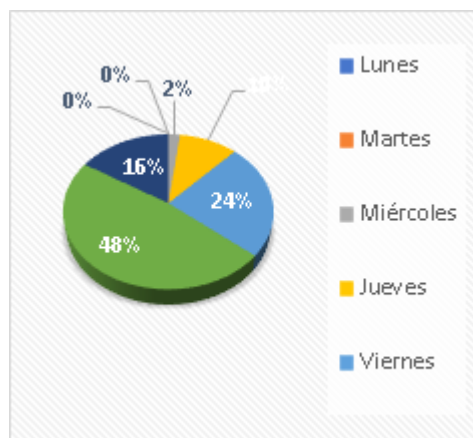


Gráfico 3.2 Días de requerimiento del servicio a domicilio.

Pregunta 7: ¿Qué horario de este enunciado coincide con la hora pico en el restaurante donde se desempeña?

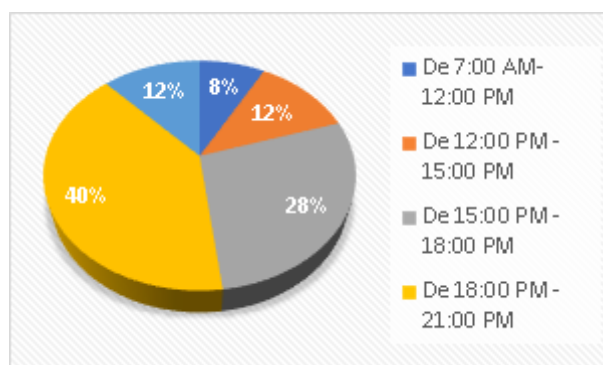


Gráfico 3.3 Hora pico en el restaurante. Elaboración Propia.

- La mayoría de los establecimientos cuentan con 2 repartidores.
- El personal que trabaja día a día considera muy importante las ventas.

3.2.2 Encuestas para usuarios acerca del servicio a domicilio de comidas preparadas en Guayaquil

Esta encuesta se realizó a 120 personas en la ciudad de Guayaquil donde se determinó que:

- La mayoría de las personas que utilizan servicio a domicilio son las mujeres con un rango de edad de 26 a 35 años.
- Usualmente este servicio es más solicitado al norte de la ciudad de Guayaquil.

Pregunta 8: ¿Con qué frecuencia usted solicita alimentos preparados por restaurantes?

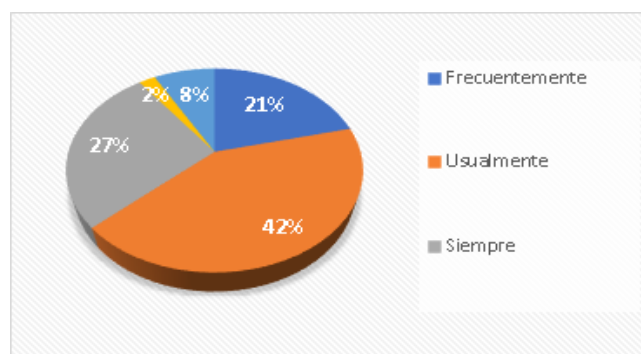


Gráfico 3.4 Frecuencia de solicitud de alimentos. Elaboración Propia.

- Las personas utilizan una aplicación móvil para pedir su comida a domicilio.
- El método de pago más confiable para ellos es en efectivo
- A los usuarios les gustaría ordenar su comida con días u horas de anticipación en el horario establecido del establecimiento preferido.

Pregunta 9: ¿Cómo pide su comida a domicilio?

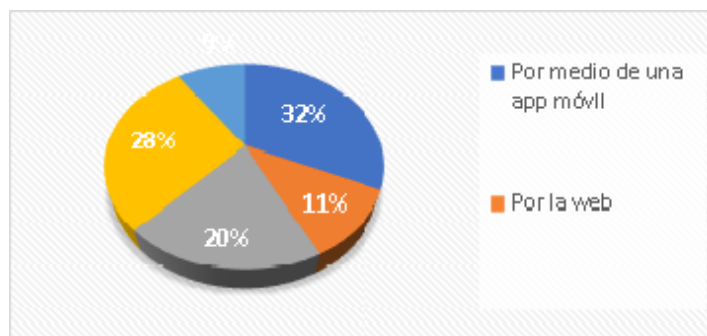


Gráfico 3.5 Cómo pide su comida a domicilio. Elaboración Propia.

Pregunta 12: El método de pago que lo hace sentir en confianza con su compra

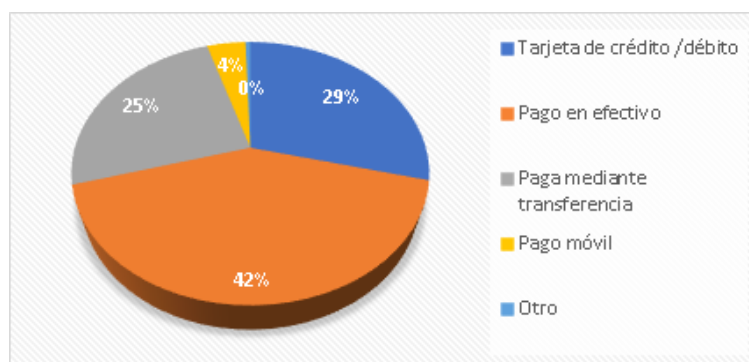


Gráfico 3.6 Método de pago. Elaboración Propia.

Pregunta 15: ¿Le gustaría poder reservar una orden de comida a domicilio con días o con horas de anticipación estableciendo un horario y un día específico?

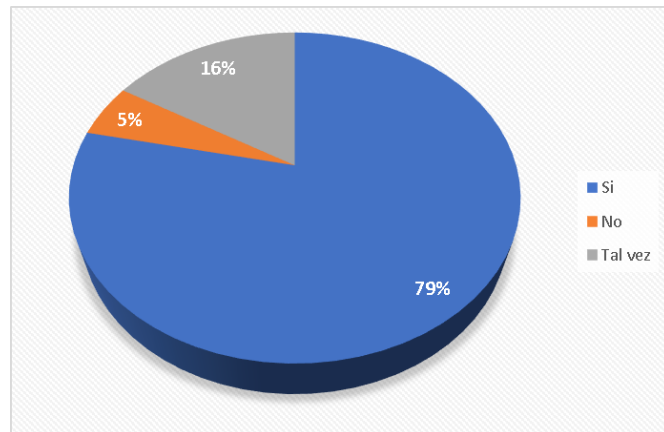


Gráfico 3.7 Reservación con anticipación. Elaboración Propia.

3.3 Análisis de empatizar

Como resultado se obtuvo que:

- Debido a la crisis durante la pandemia a los negocios les tocó adaptarse a la nueva modalidad cumpliendo las normas de distanciamiento social y poder trabajar más que todo porque esta crisis dejó endeudados y tuvieron que innovar.
- También se observó que hubo más emprendedores por lo tanto había más competencia, pero algunos se adaptaron a la herramienta digital ya que había consumo por pedidos a domicilio.
- Sin embargo, algunos locales de restaurantes reconocidos tuvieron que cerrar sus puertas por el nivel de economía que estaba pasando el país.

A pesar de la pandemia algunos optaron por seguir trabajando para poder solventar sus deudas y motivados por su reapertura están conscientes de que todo irá mejorando.

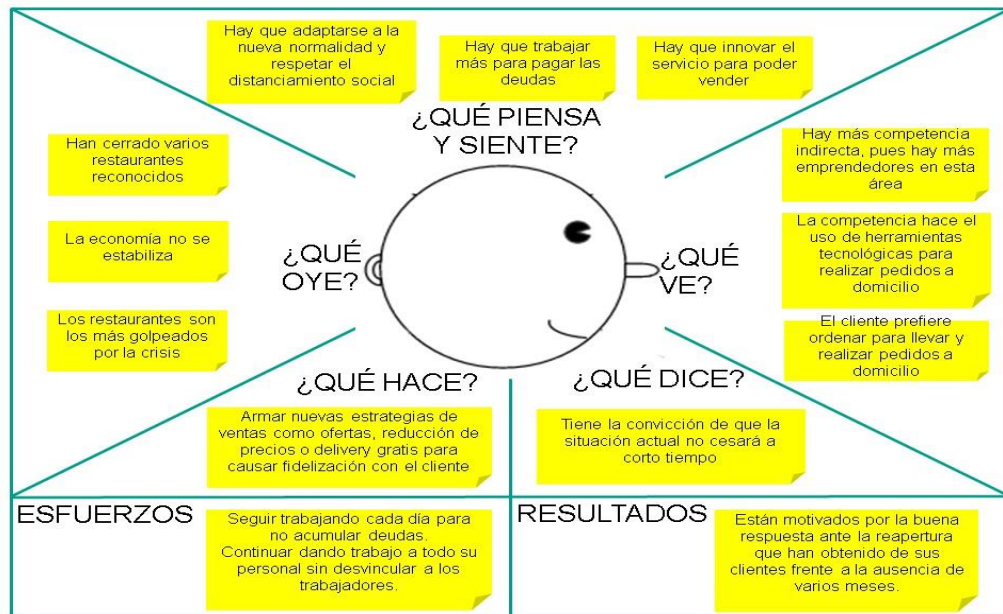


Ilustración 3.1 Mapa de empatía. Elaboración propia.

3.4 Análisis de idear

Cómo resultado de la lluvia de ideas obtuvimos:

- A pesar de la situación por la pandemia hay alta demanda de pedidos a domicilio
- Trabajando arduamente en familia en los negocios con autorización y respetando las nuevas normas de distanciamiento, para poder solventar sus deudas a pesar de la economía actual.
- La innovación sería una herramienta importante para fidelizar clientes siempre y cuando exista actualización de nuevas estrategias.

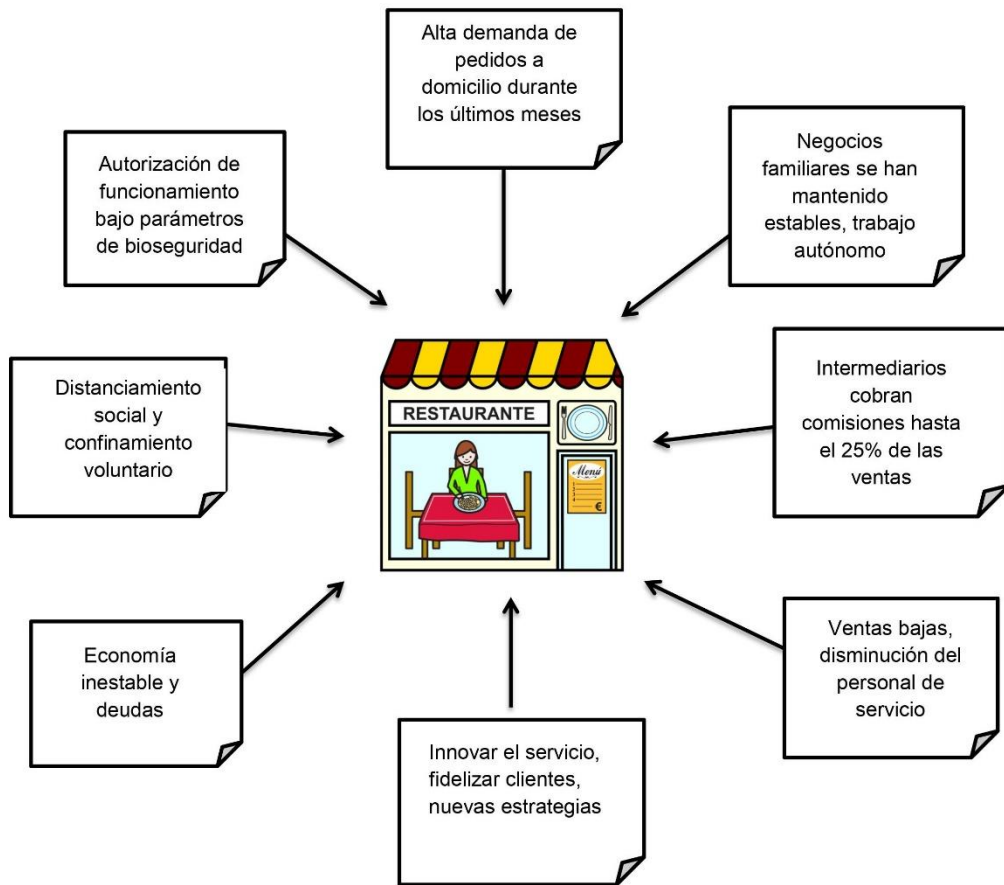


Ilustración 3.2 Lluvia de ideas. Elaboración Propia.

3.5 Matriz y Prototipo

3.5.1 Matriz de Impacto

Como resultado se obtuvo que:

- Para los restaurantes es importante adquirir una plataforma gratis que contribuya a la demanda actual, sin embargo, resulta un poco difícil trabajar 100% con entrega a domicilio sin intermediarios ya que en la actualidad es lo que más existe.
- También nos dimos cuenta de que, utilizando la plataforma, esta resultaría conveniente para los clientes ya que se presentaría un menú surtido y poder ofrecer un servicio rápido y eficiente en el mercado.

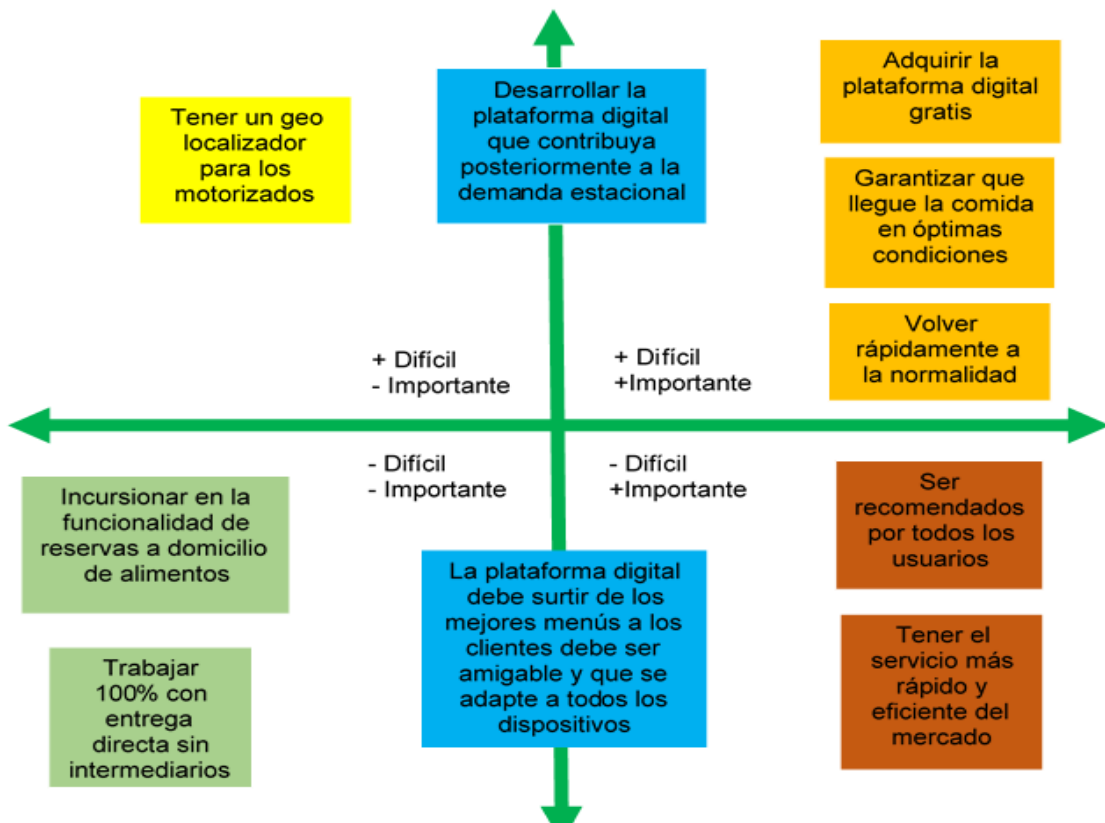


Ilustración 3.3 Matriz de Impacto. Elaboración Propia.

3.6 Prototipo

La herramienta que se utilizó para este proyecto fue el Storyboard, básicamente se creó una serie consecutiva que va generando una narración previa, este es un guion grafico que permite visualizar al cliente.

3.6.1 Validación del Prototipo

La validación se la realizó a Lissette Cortez, propietaria del establecimiento La Sazón de Luchito quien está dentro de mi segmento de clientes.

RUC: 092604400XXX

Correo: liscortez87@gmail.com

Comentarios: Le pareció que la aplicación debería tener un ítem de restaurantes para publicidad con ofertas del día y promociones para que el cliente no solo sienta que está comprando un menú tradicional, sino que además sienta que tiene la opción de adquirir por medio de esta plataforma algunos beneficios como descuentos o cupones.

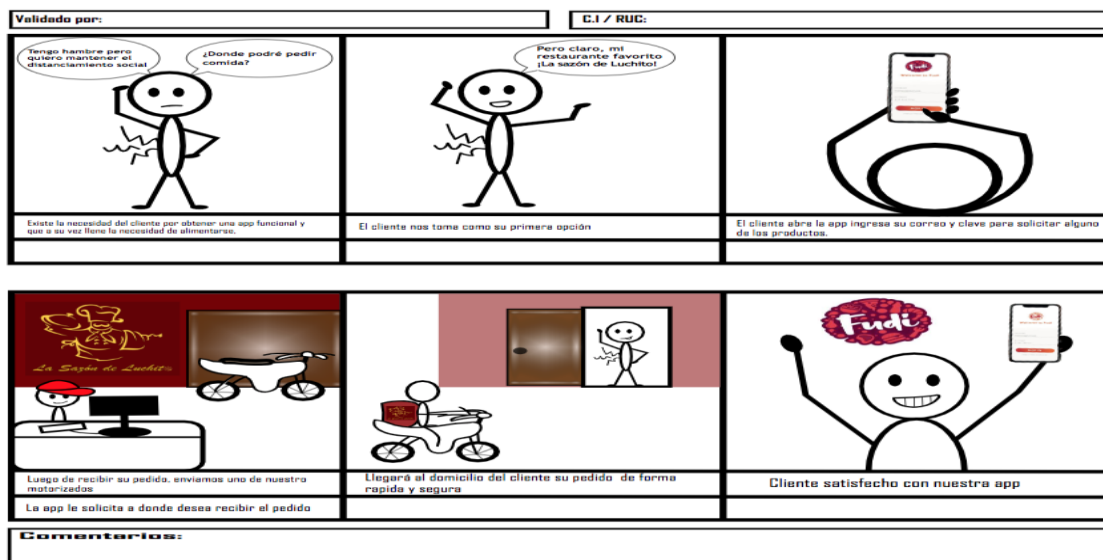


Ilustración 3.4 Ilustración Story Board, Prototipo de uso de la aplicación.

Elaboración propia

3.7 Matriz de feedback

Después de haber realizado la validación del prototipo con los resultados se realizó un feedback.

A continuación, se detalla los siguientes cuadrantes:

Como opiniones positivas y sus razones:

- Dentro de esta alternativa como resultado tenemos que se deberá ayudar a los negocios para poder estabilizar su economía y esta aplicación será exclusivo para un segmento de mercado de alimentos y bebidas. Realizando pedidos con anticipación.

Críticas constructivas:

- Mediante la explicación del uso de la app se crea un tutorial para determinar una línea de precios.

Preguntas, las cuales van surgiendo en este proceso:

- En este punto como resultado nos encontramos de cómo vamos a lograr para que el repartidor llegue al punto exacto sin que se pierda o exista algún percance en su trayecto. Otra de las preguntas con la que nos encontramos fue que si vamos a tener aceptación en el mercado.

Nuevas ideas que aporten al prototipo:

- Como algo innovador para quienes utilicen la app automáticamente les llegaría una notificación de cada restaurante sobre sus ofertas que tienen diariamente. Además de tener un Geo localizador en tiempo real para quienes realicen sus pedidos y este informado sobre el trayecto de su producto.

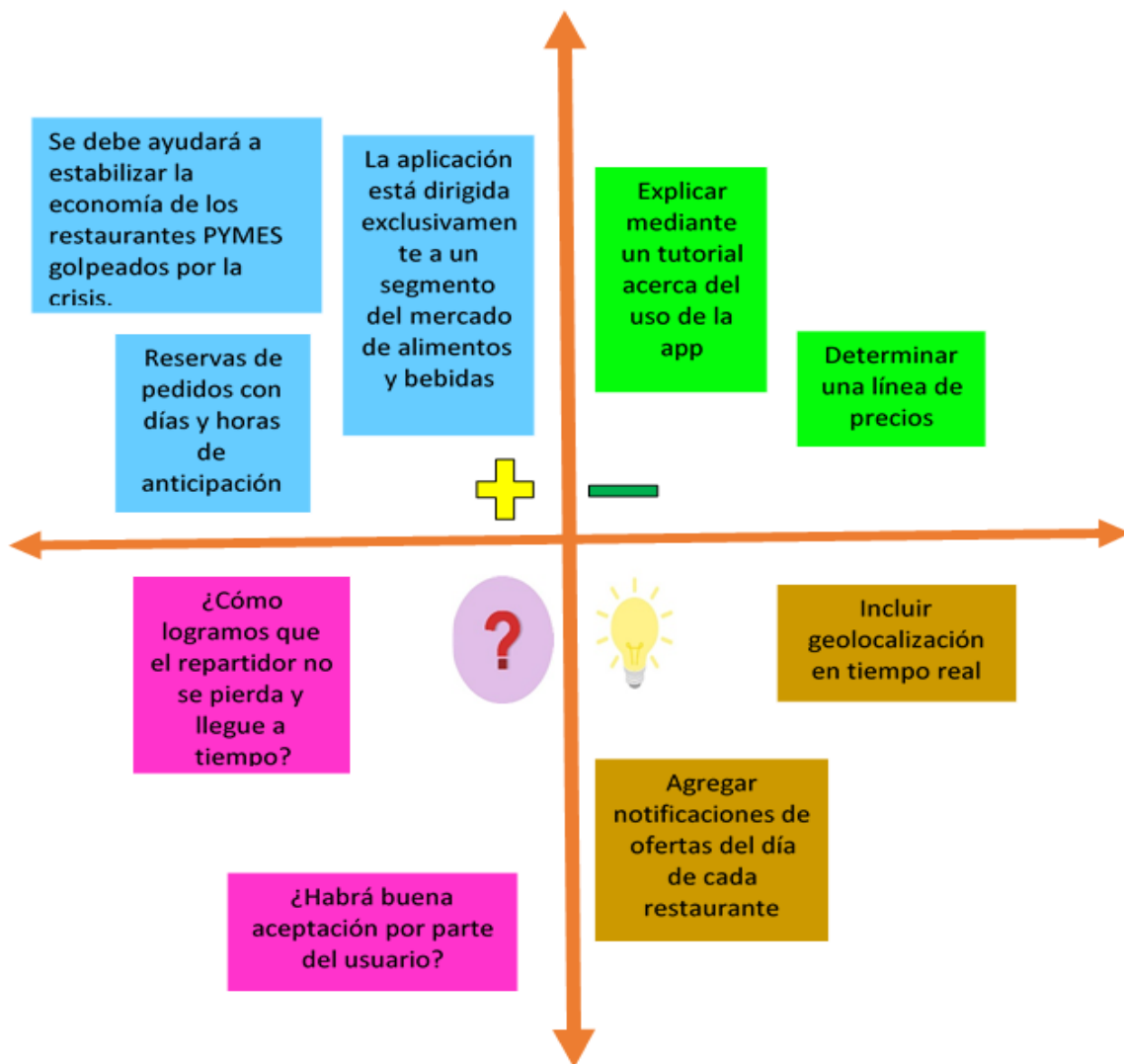


Ilustración 3.5 Matriz de feedback. Elaboración propia

Capítulo 4

4.1 Conclusiones

Este proyecto surgió a través de la necesidad de cada uno de los establecimientos de restauración para obtener un servicio de delivery propio óptimo. Mediante la metodología aplicada a nuestro proyecto pudimos llegar a conocer las necesidades del cliente, así como la del usuario final y validar información con el fin de resolver una necesidad tecnológica impetuosa. Se concluye principalmente en la importancia de la construcción de una herramienta con características dirigidas sobre todo a la demanda actual desde que se toma una orden hasta que el pedido llega al destino.

- Se ha considerado una estrategia costo/ beneficio para la construcción de esta plataforma ya que este sector PYMES de la restauración ha sido golpeado económicamente por la crisis actual.
- La investigación realizada ha demostrado que existe un evidente interés por parte de este sector de la restauración en adquirir una herramienta económicamente factible para mejorar la operación del servicio.
- Durante las opiniones que nos dieron los dueños de los restaurantes mediante las entrevistas consideramos que a todos les interesa utilizar la aplicación móvil para el servicio de delivery propio.
- Los restaurantes PYMES de Guayaquil en su mayoría se han convertido en negocios familiares han compensado los gastos de nómina por inversión en reanudar el negocio considerando la nueva normalidad.

- Existe preocupación de los restaurantes por la oferta actual del expendio de comida preparada por lo que urge una innovación tecnológica para competir dentro la oferta.
- Los usuarios del servicio de delivery son más exigentes, desean obtener un servicio impecable, sin retrasos y económico que garantice una experiencia similar a la que tienen cuando visitan su restaurante favorito.
- Entre los atributos relevantes encontrados durante las encuestas realizadas a los usuarios finales es que debería existir una relación estrecha entre calidad/ producto.
- Las encuestas realizadas tanto como al personal que trabaja dentro de alguna área de la restauración como también a los usuarios del servicio de delivery no se pudieron completar al de la muestra debido a el corto tiempo para la realización de la investigación.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda que al implementar la aplicación móvil para el servicio de delivery automatizado, se aplique un geocalizador que verifique el estado del pedido y ayude al respectivo rastreo desde que comienza el viaje hasta el destino, para causar confiabilidad con el cliente y mantener un servicio eficiente.
- Es necesario que la aplicación móvil utilice un número de contacto que posea la red social WhatsApp para cada restaurante, ya que es considerada la manera más rápida de contactarse con un restaurante para los clientes.
- Es esencial implementar las formas de pago con tarjeta de débito o crédito mediante el trámite pertinente con cada restaurante que esté suscrito a la plataforma.
- Para lograr obtener una herramienta digital más especializada se sugiere realizar el proceso investigativo con un tiempo prudente de antelación previo a la construcción de la plataforma digital para corroborar y estudiar cada detalle arrojado con moderación.
- Por consiguiente, se recomienda que el Ministerio de turismo en coordinación con el Ministerio de salud pública y el Arcsa realicen operativos de control para el cumplimiento de las normas dispuesta en el protocolo de reapertura para establecimientos de alimentos y bebidas durante la emergencia sanitaria del COVID-19.

BIBLIOGRAFÍA

Manual MSD versión para profesionales. 2020. Coronavirus Y Síndromes Respiratorios Agudos (COVID-19, MERS Y SARS) - Enfermedades Infecciosas - Manual MSD Versión Para Profesionales.

<<https://www.msdmanuals.com/es-cr/professional/enfermedades-infecciosas/virus-respiratorios/coronavirus-y-s%C3%ADndromes-respiratorios-agudos-covid-19,-mers-y-sars>> Fecha de consulta: 15 de agosto de 2020.

Salud.gob.ec. 2020. El MSP Informa: Situación Coronavirus Covid-19 (10-09-2020) – Ministerio De Salud Pública.

<<https://www.salud.gob.ec/el-ministerio-de-salud-publica-del-ecuador-msp-informa-situacion-coronavirus/>> Fecha de consulta: 15 de agosto de 2020.

Facultad de Medicina. 2020. Definición De Bioseguridad - Facultad De Medicina.

<<https://medicina.udd.cl/sobre-la-facultad/comite-institucional-de-bioseguridad/definicion-de-bioseguridad/>> Fecha de consulta: 18 de agosto de 2020.

OpenMind. 2020. Cómo Las Aplicaciones Móviles Han Transformado El Sector De La Restauración Y La Entrega A Domicilio.

<<https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/como-las-aplicaciones-moviles-han-transformado-el-sector-de-la-restauracion-y-la-entrega-a-domicilio/>>

Fecha de consulta: 30 de agosto de 2020.

Diario El Mercurio. 2020. 6 Claves Para La Reactivación De Los Restaurantes En El Distanciamiento Productivo | Diario El Mercurio.

<<https://ww2.elmercurio.com.ec/2020/06/15/6-claves-para-la-reactivacion-de-los-restaurantes-en-el-distanciamiento-productivo/>> Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2020.

Turismo.gob.ec. 2020. Ministerio De Turismo Emite Protocolo Para Reapertura De Establecimientos De Alimentos Y Bebidas – Ministerio De Turismo. <<https://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-emite-protocolo-para-reapertura-de-establecimientos-de-alimentos-y-bebidas/>> Fecha de consulta: 18 de septiembre de 2020.

LN Creatividad y Tecnología Blog | Sentimos multimedia. 2020. ¿QUÉ ES DESIGN THINKING? PENSAMIENTO DE DISEÑO. <<https://www.luisan.net/blog/disenio-grafico/que-es-design-thinking>> Fecha de consulta: 18 de septiembre de 2020.

ITMadrid. 2020. Qué Es Y Para Qué Sirve Design Thinking. <<https://www.itmadrid.com/que-es-y-para-que-sirve-design-thinking/>> Fecha de consulta: 18 de septiembre de 2020.

Giovanny Cifuentes | Agile Consultant & Trainer. 2020. Introducción Al Design Thinking.

<<http://giovannycifuentes.com/introduccion-al-design-thinking/>> Fecha de consulta: 20 de septiembre de 2020.

Ecuadorencifras.gob.ec. 2020. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/capitulo_educacion_censo_poblacion_vivienda.pdf> Fecha de consulta: 21 de septiembre de 2020.

Guayaquilesmidestino.com. <<https://www.guayaquilesmidestino.com/sites/default/files/guia-gastronomica-5ta.pdf>> Fecha de consulta: 21 de septiembre de 2020.

Design Thinking. 2020. Herramientas De Design Thinking En español. [online]

<<https://www.designthinking.services/descargar-herramientas-design-thinking/>> Fecha de consulta: 21 de septiembre de 2020.

Giovanny Cifuentes | Agile Consultant & Trainer. 2020. Introducción Al Design Thinking.

<<http://giovannycifuentes.com/introduccion-al-design-thinking/>> Fecha de consulta: 21 de septiembre de 2020

APÉNDICES

Entrevista General a los propietarios de los restaurantes

1. **¿Nombre del establecimiento y cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?**
R/.
2. **¿Qué tipo de comida se ofrece en el negocio?**
R/.
3. **¿Ha participado en ferias, concursos o exposiciones gastronómicas anteriormente?**
R/.
4. **¿Antes de la pandemia, Usted había implementado la modalidad de servicio a domicilio?**
R/.
5. **¿Qué tipo de transporte utiliza para hacer las entregas a domicilio?**
R/.
6. **¿Usted ha hecho uso de aplicaciones móviles con intermediarios para hacer el delivery como Uber Eats entre otras?**
R/.
7. **¿Cuáles son las razones por la que usted cree que una herramienta tecnológica como aplicación móvil ayudaría a mejorar el servicio?**
R/.
8. **¿A usted le gustaría usar una aplicación ya sea en su móvil o computador que permita mejorar el servicio a domicilio siendo automatizado y gratuito?**
R/.
9. **¿Qué características le gustaría que tenga una aplicación móvil para que pueda mejorar este servicio?**
R/.

10. ¿Debido a que usted no ha podido utilizar una herramienta digital?

R/.

Validación del prototipo

Validado por: *Lisette Cortez* C.I / RUC: *0926044XXX / 18/08/2020*

<p>Tengo hambre pero quiero mantener el distanciamiento social! ¿Donde podré pedir comida?</p>	<p>Pero claro, mi restaurante favorito ¡La sazón de Luchito!</p>	
<p>Existe la necesidad del cliente por obtener una app funcional y que a su vez llene la necesidad de alimentarse.</p>	<p>El cliente nos toma como su primera opción</p>	<p>El cliente abre la app ingresa su correo y clave para solicitar alguno de los productos.</p>

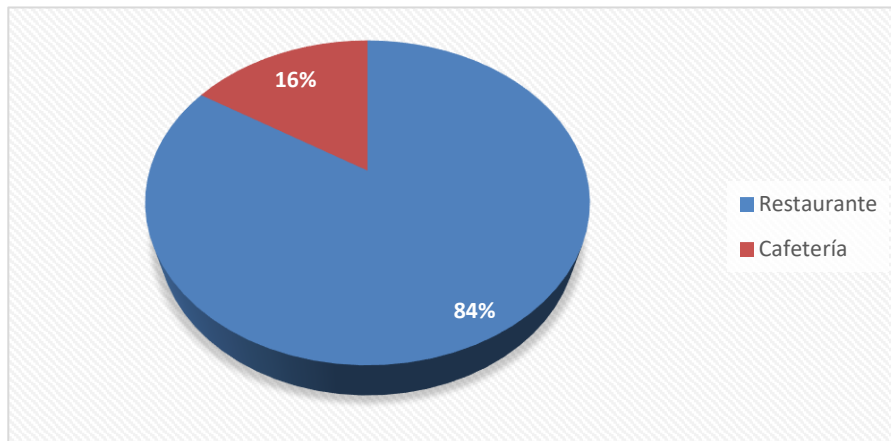
<p>La Sazón de Luchito</p>		<p>Fudi</p>
<p>Luego de recibir su pedido, enviamos uno de nuestros motorizados</p>	<p>Llegará al domicilio del cliente su pedido de forma rápida y segura</p>	<p>Ciente satisfecho con nuestra app</p>

La app le solicita a donde desea recibir el pedido

Comentarios: Notificación con ofertas de los diferentes restaurantes, porque así el cliente sentirá que a pesar de no ir al restaurante está participando de promociones y puede adquirirlas. Contar con un geo-localizador en tiempo real para evitar actos delictivos y que el cliente este informado sobre el estado de su orden.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS DEL PERSONAL DEL SERVICIO DE RESTAURANTES PYMES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

3. Lugar de trabajo

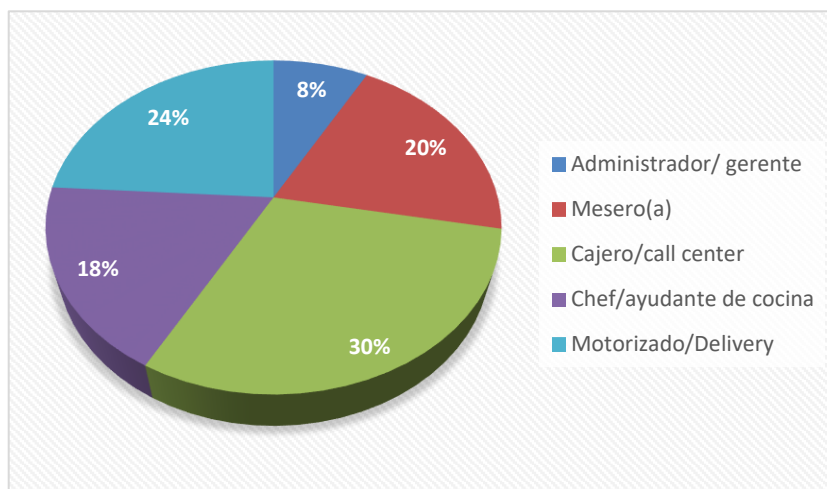


Restaurante	84%
Cafetería	16%

Fuente: Elaborada por la autora

De acuerdo con las encuestas realizada a 50 personas, se puede identificar que el 84% del personal de servicio trabaja en el sector de restaurantes y el 16% trabaja en cafeterías.

4. Cargo que desempeña

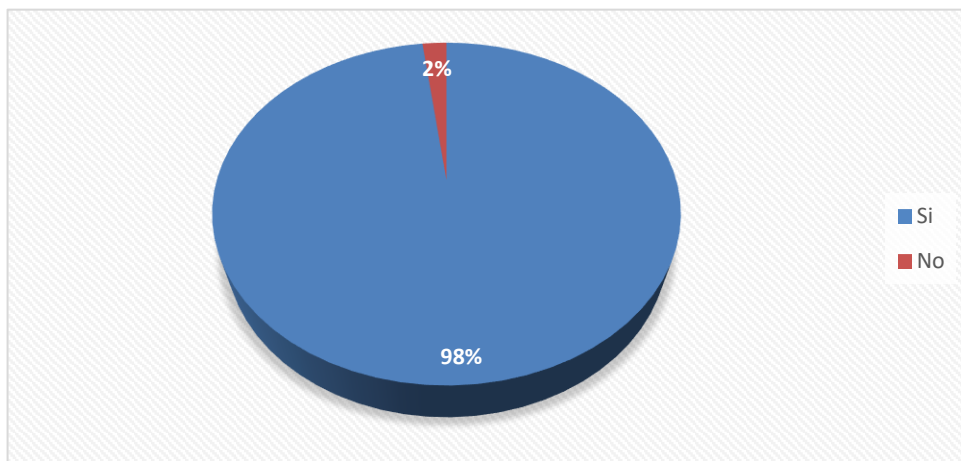


Administrador/ gerente	8%
Mesero(a)	20%
Cajero/Call Center	30%
Chef/ayudante de cocina	18%
Motorizado/Delivery	24%

Fuente: Elaborada por la autora

En base a los resultados obtenidos se puede observar que el 30% desempeña el cargo de Cajero/Call Center, el 24% desempeña las funciones de Motorizado/Delivery, el 20% es Mesero(a), el 18% es Chef/ayudante de cocina y un 8% es Administrador/Gerente.

5. ¿Considera usted que en el último semestre ha existido un aumento en la demanda de servicio a domicilio?

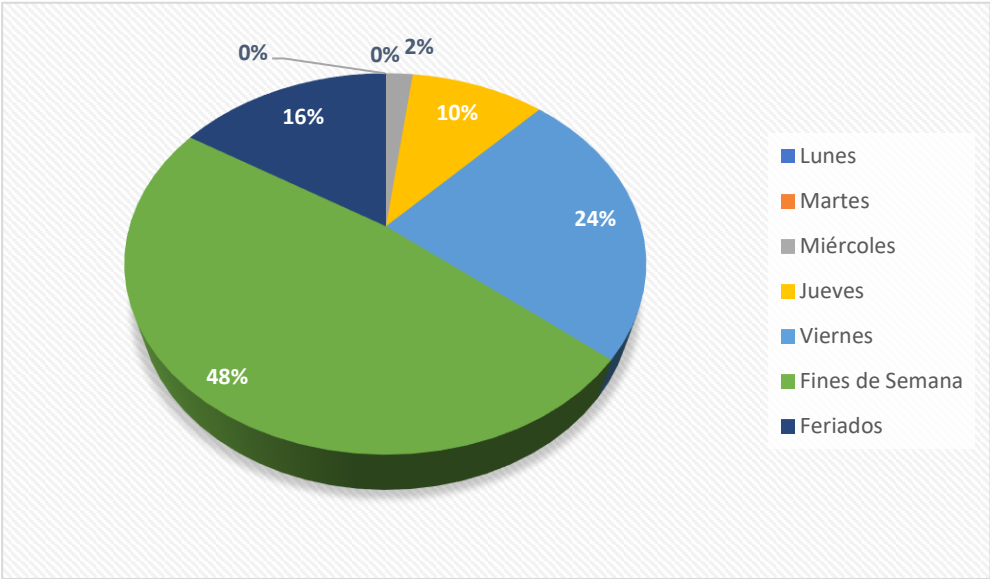


Si	98%
No	2%

Fuente: Elaborada por la autora

El 98% afirma que en el último semestre si ha existido un aumento significativo en la demanda de servicio a domicilio, mientras que solo un 2% respondió que no.

6. ¿Qué días considera que existe más requerimiento de servicio a domicilio?

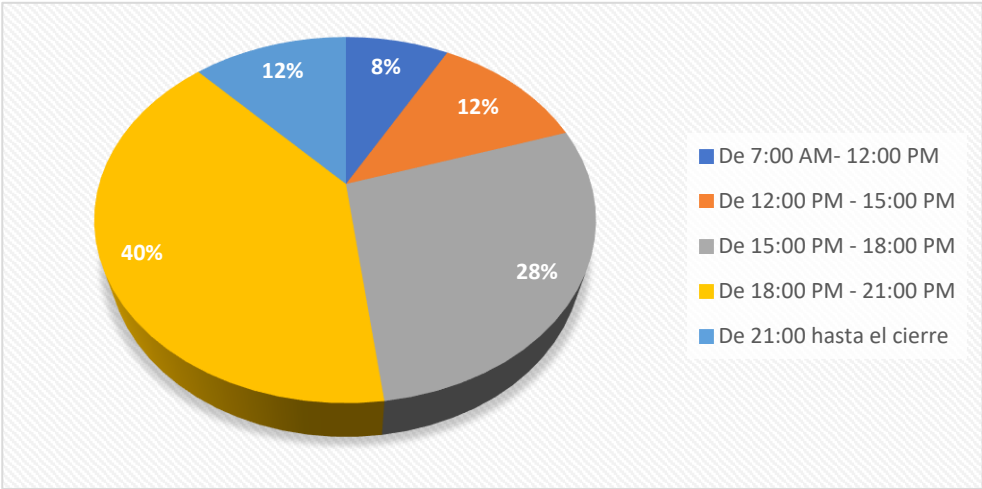


Lunes	0%
Martes	0%
Miércoles	2%
Jueves	10%
Viernes	24%
Fines de Semana	48%
Feriados	16%

Fuente: Elaborada por la autora

El 48% de los encuestados respondieron que los fines de semana consideran que existe más requerimiento de servicio a domicilio, Un 24% dijo que los viernes, un 16% contestó que los feriados, un 10% comentó que los jueves y solo un 2% dijo que los miércoles.

7. ¿Qué horario de este enunciado coincide con la hora pico en el restaurante donde se desempeña?

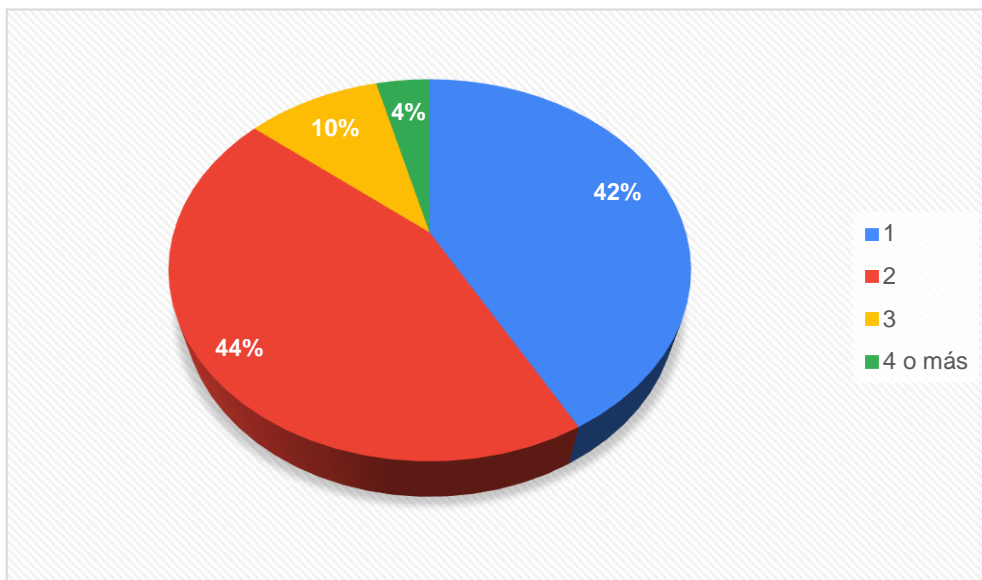


De 7:00 AM- 12:00 PM	8%
De 12:00 PM - 15:00 PM	12%
De 15:00 PM - 18:00 PM	28%
De 18:00 PM - 21:00 PM	40%
De 21:00 hasta el cierre	12%

Fuente: Elaborada por la autora

Un 40% mencionó que en el horario de 18:00 PM - 21:00 PM hay hora pico en los restaurantes que laboran, Un 28% comentó que es de 15:00 PM - 18:00 PM, un 12% dijo que es en los horarios de 12:00 PM - 15:00 PM y de 21:00 hasta el cierre respectivamente y un 8% dijo que es de 7:00 AM- 12:00 PM

8. ¿Con cuántos repartidores cuenta el establecimiento donde trabaja?

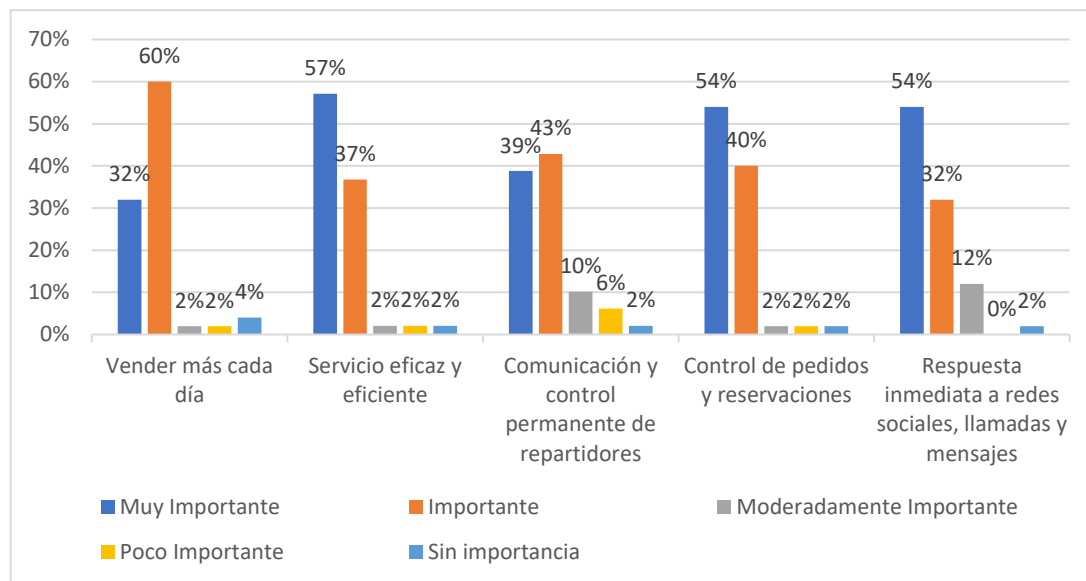


1	42%
2	44%
3	10%
4 o más	4%

Fuente: Elaborada por la autora

En esta pregunta se pudo concluir que el 44% de los establecimientos cuenta con 2 repartidores de delivery, el 42% cuenta con 1 repartidor, el 10% cuenta con 3 repartidores y solo un 4% cuenta con 4 o más repartidores.

9. Basado en su experiencia seleccione el grado de importancia que tiene para usted las siguientes opciones.

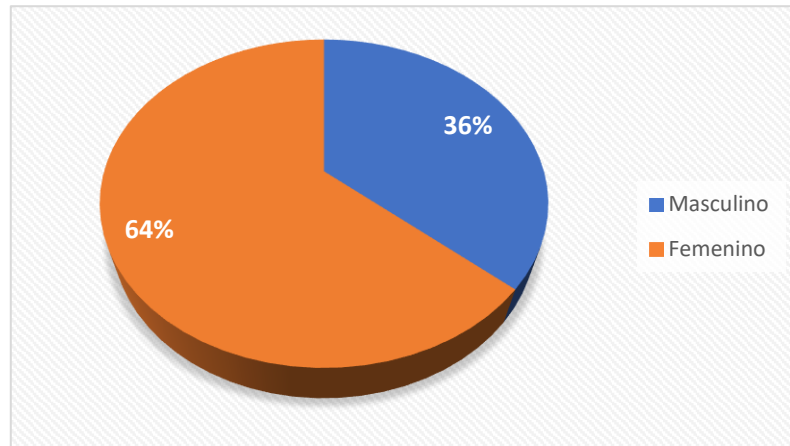


	Muy Importante	Importante	Moderadamente Importante	Poco Importante	Sin importancia
Vender más cada día	32%	60%	2%	2%	4%
Servicio eficaz y eficiente	57%	37%	2%	2%	2%
Comunicación y control permanente de repartidores	39%	43%	10%	6%	2%
Control de pedidos y reservaciones	54%	40%	2%	2%	2%
Respuesta inmediata a redes sociales, llamadas y mensajes	54%	32%	12%	0%	2%

El 60% respondió que considera importante vender más cada día, un 57% dijo que para ellos es muy importante brindar un servicio eficaz y eficiente, un 43% comentó que es importante mantener la comunicación y el control permanente de repartidores, un 54% concuerdan que es muy importante llevar el control de pedidos y reservaciones y dar una respuesta inmediata a redes sociales, llamadas y mensajes respectivamente.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS PARA USUARIOS ACERCA DEL SERVICIO A DOMICILIO DE COMIDAS PREPARADAS EN GUAYAQUIL

3. Sexo

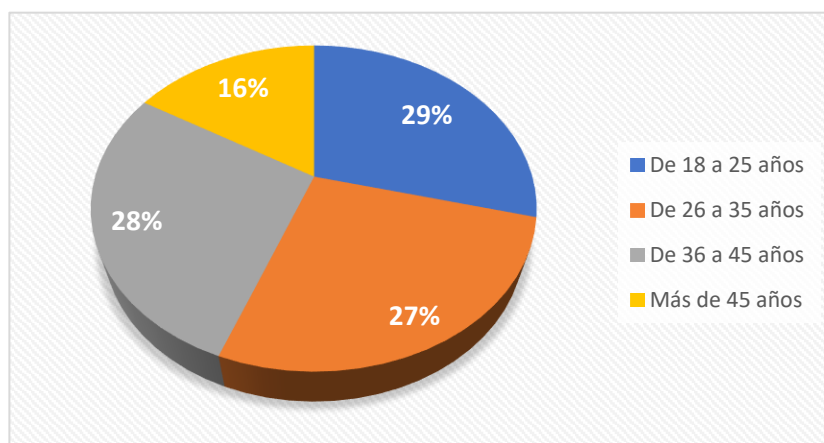


Masculino	36%
Femenino	64%

Fuente: Elaborada por la autora

De acuerdo con la encuesta realizada a 190 personas, se puede observar que el 64% de los encuestados corresponde al Género Femenino y el 36% al Género Masculino.

4. ¿A qué rango de edad pertenece?

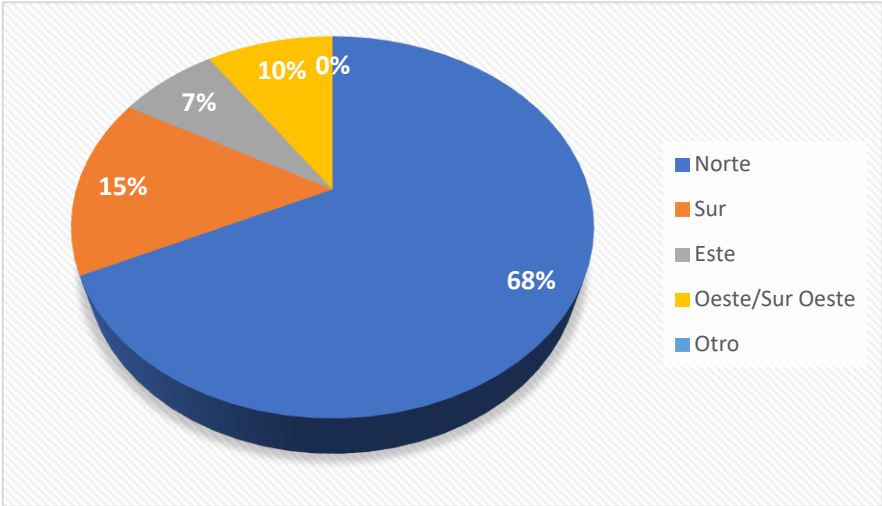


De 18 a 25 años	29%
De 26 a 35 años	27%
De 36 a 45 años	28%
Más de 45 años	16%

Fuente: Elaborada por la autora

Como se puede observar en el gráfico el mayor porcentaje de encuestados se encuentra en el rango etario de 18 a 25 años con un 29%, seguido del grupo de 36 años a 45 años representado por el 28%, el 27% corresponde al rango de 26 a 35 años y el 16% pertenece al rango de más de 45 años.

5. ¿En qué sector de la ciudad vive?

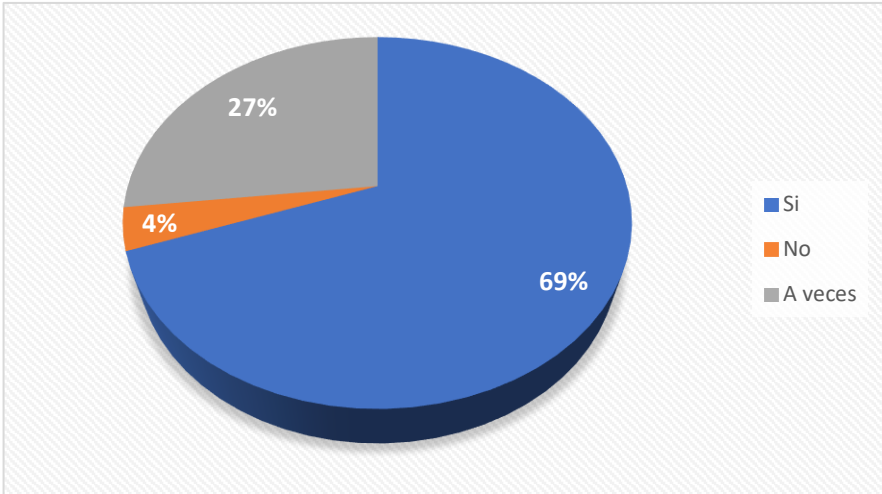


Norte	68%
Sur	15%
Este	7%
Oeste/Sur Oeste	9%
Otro	0%

Fuente: Elaborada por la autora

Con respecto al sector de domicilio la mayoría de encuestados (68%), vive en el Norte de la ciudad, el 15% vive en el Sur, el 9% vive en Sur Oeste y el 7% vive en el Este.

6. ¿Solicita usted servicio de comida preparada a domicilio?

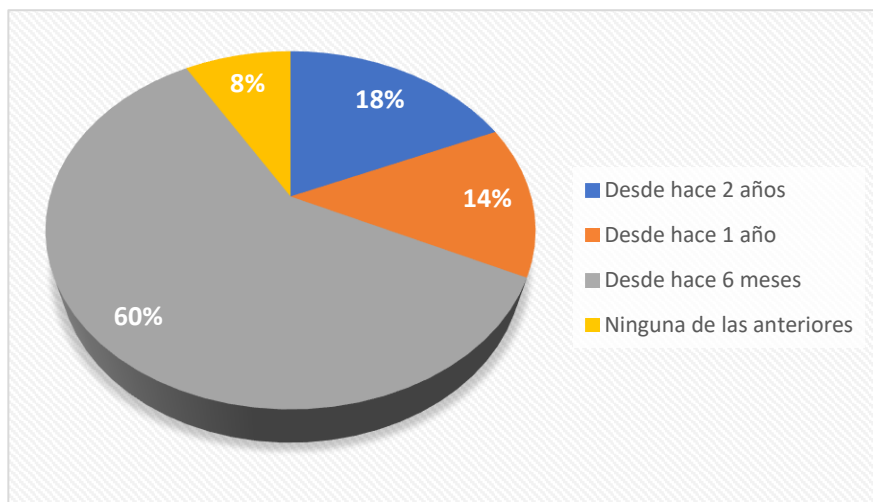


Si	69%
No	4%
A veces	27%

Fuente: Elaborada por la autora

En base a los resultados obtenidos el 69% afirmó que solicita servicio de comida preparada a domicilio, un 27% respondió que lo solicita a veces y tan solo un 4% dijo que no solicitaba este servicio.

7. ¿Hace cuánto tiempo usted utiliza el servicio de comida a domicilio?

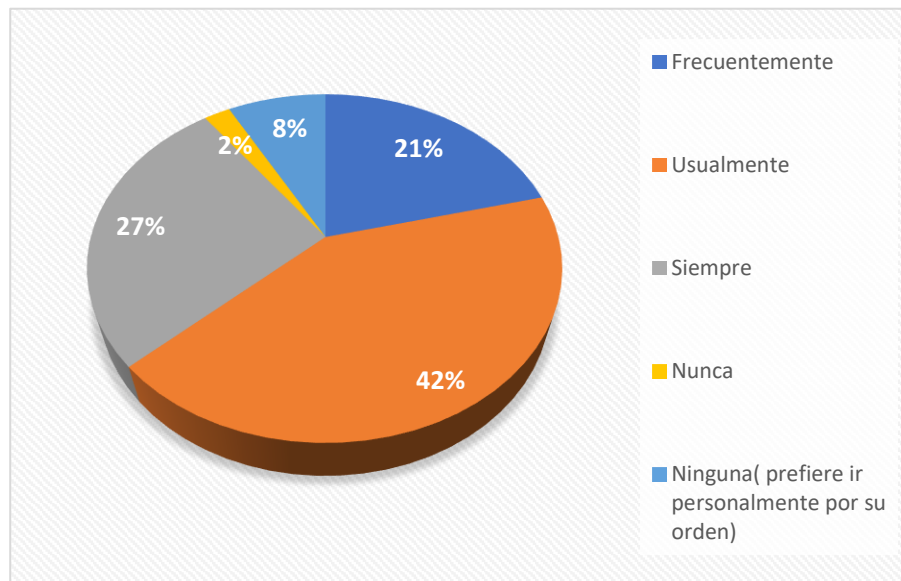


Desde hace 2 años	18%
Desde hace 1 año	14%
Desde hace 6 meses	59%
Ninguna de las anteriores	8%

Fuente: Elaborada por la autora

Un alto porcentaje de los usuarios representado por un 59% contestó que desde hace 6 meses utiliza el servicio de comida a domicilio, el 18% lo utiliza desde hace 2 años, el 14% comentó que lo utiliza desde hace 1 año y el 8% respondió que ninguna de las anteriores.

8. ¿Con qué frecuencia usted solicita alimentos preparados por restaurantes?

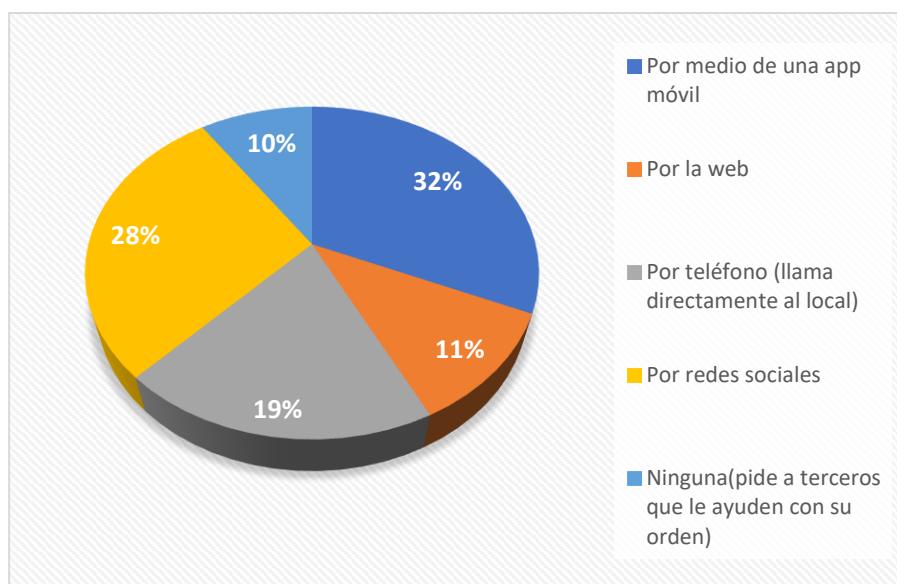


Frecuentemente	21%
Usualmente	42%
Siempre	27%
Nunca	2%
Ninguna (prefiere ir personalmente por su orden)	8%

Fuente: Elaborada por la autora

El 42% respondió que usualmente solicita alimentos preparados por restaurantes, el 27% dijo que lo solicita siempre, el 21% lo pide frecuentemente, el 8% afirmó que prefiere ir personalmente por su orden y solo un mínimo porcentaje del 2% contestó que nunca pide comida a domicilio.

9. ¿Cómo pide su comida a domicilio?

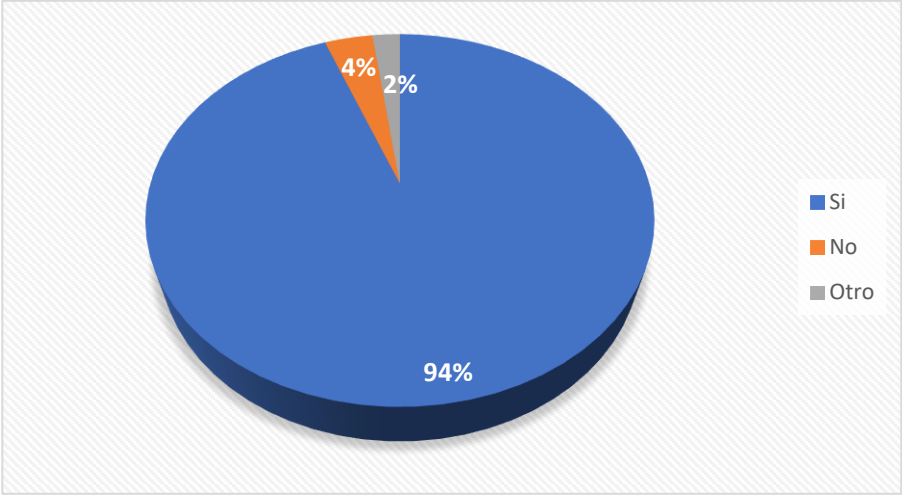


Por medio de una app móvil	32%
Por la web	11%
Por teléfono (llama directamente al local)	19%
Por redes sociales	28%
Ninguna (pide a terceros que le ayuden con su orden)	9%

Fuente: Elaborada por la autora

Un 32% de los encuestados mencionaron que piden su comida a domicilio por medio de una app móvil, el 28% dijo que lo solicita mediante redes sociales, el 19 % lo hace Por teléfono (llama directamente al local) y un 9% contestó que no solicita el servicio por ninguna de las opciones anteriores ya que pide a terceros que le ayuden con su orden.

10. En su opinión ¿La vestimenta de la persona que entrega una orden a domicilio debe identificar la empresa en la que trabaja?

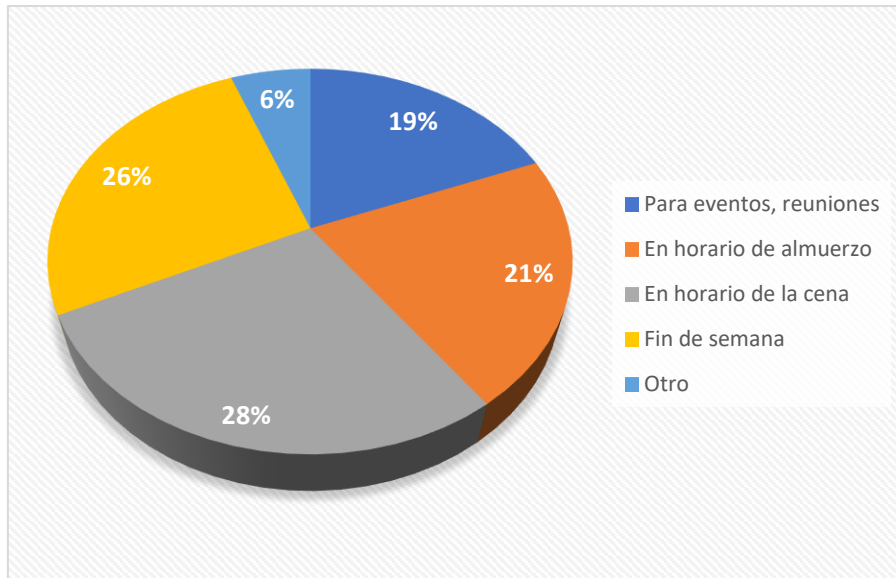


Si	94%
No	4%
Otro	2%

Fuente: Elaborada por la autora

Desde la opinión de los usuarios, casi en su totalidad representado por un 94% consideran que la vestimenta de la persona que entrega una orden a domicilio si debe identificar la empresa en la que trabaja, mientras que un 4% contestaron que no era necesaria la identificación.

11. ¿Cuándo es más probable que usted realice un pedido a domicilio?

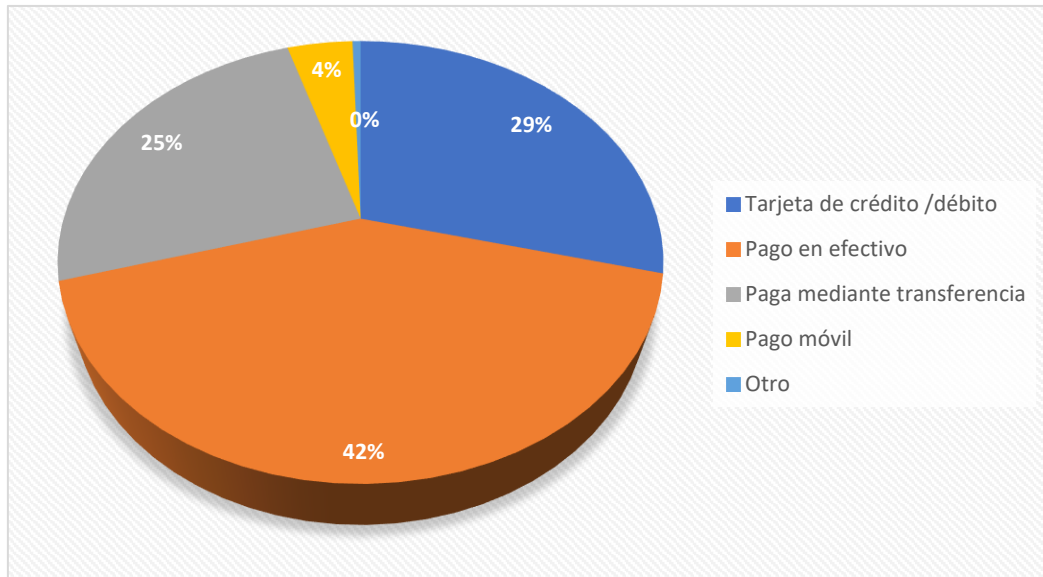


Para eventos, reuniones	19%
En horario de almuerzo	21%
En horario de la cena	28%
Fin de semana	26%
Otro	6%

Fuente: Elaborada por la autora

En esta pregunta se pudo identificar que el 28% de los encuestados tiene más probabilidad de realizar un pedido a domicilio en el horario de la cena, seguido por el 26% que lo solicita el fin de semana, el 21% pide en horario de almuerzo, el 19% lo hace para eventos y reuniones y un 6% lo demanda en otros momentos.

12. Señale el método de pago que lo hace sentir en confianza con su compra

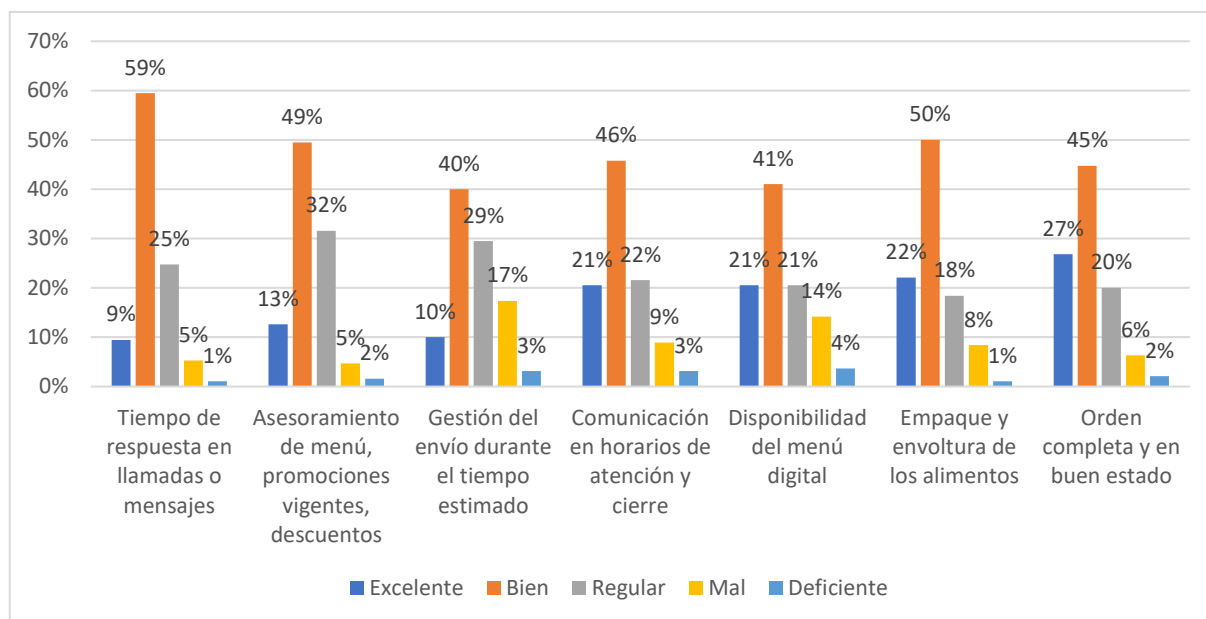


Tarjeta de crédito /débito	29%
Pago en efectivo	42%
Paga mediante transferencia	25%
Pago móvil	4%
Otro	0,53%

Fuente: Elaborada por la autora

Aquí en esta pregunta se puede concluir que principalmente el método que lo hace sentir en confianza a los usuarios con su compra es cancelando mediante pago en efectivo el cual está representado por un 42%, seguido del 29% que considera que se debería realizar los pagos mediante Tarjeta de crédito/débito, un 25% piensa que la paga debería ser mediante transferencia, un 4% cree que debería ser a través de pago móvil y solo un 0,53% es indiferente ya que considera que puede ser por cualquiera de los métodos de pagos antes mencionados.

13. En relación con el servicio a domicilio, marque la repuesta según su experiencia

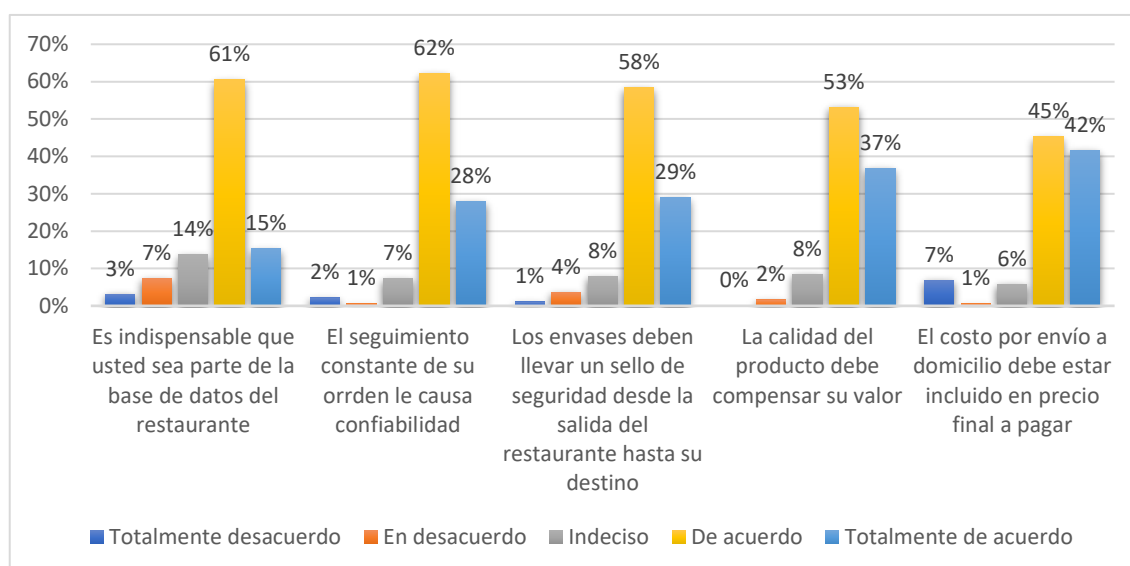


	Excelente	Bien	Regular	Mal	Deficiente
Tiempo de respuesta en llamadas o mensajes	9%	59%	25%	5%	1%
Asesoramiento de menú, promociones vigentes, descuentos	13%	49%	32%	5%	2%
Gestión del envío durante el tiempo estimado	10%	40%	29%	17%	3%
Comunicación en horarios de atención y cierre	21%	46%	22%	9%	3%
Disponibilidad del menú digital	21%	41%	21%	14%	4%
Empaque y envoltura de los alimentos	22%	50%	18%	8%	1%
Orden completa y en buen estado	27%	45%	20%	6%	2%

Fuente: Elaborada por la autora

El 59% considera que está bien el tiempo de respuesta en llamadas o mensaje. De igual manera el 50% cree que estaría bien el empaque y envoltura de los alimentos, el 49% piensa que, si estaría bien el asesoramiento de menú, promociones vigentes, descuentos, el 46% comentó que estaría bien la Comunicación en horarios de atención y cierre, el 45% considera que la orden debe llegar completa y en buen estado y el 41% piensa que si debe estar disponible el menú digital.

14. Señale ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo se siente con relación al servicio al cliente?

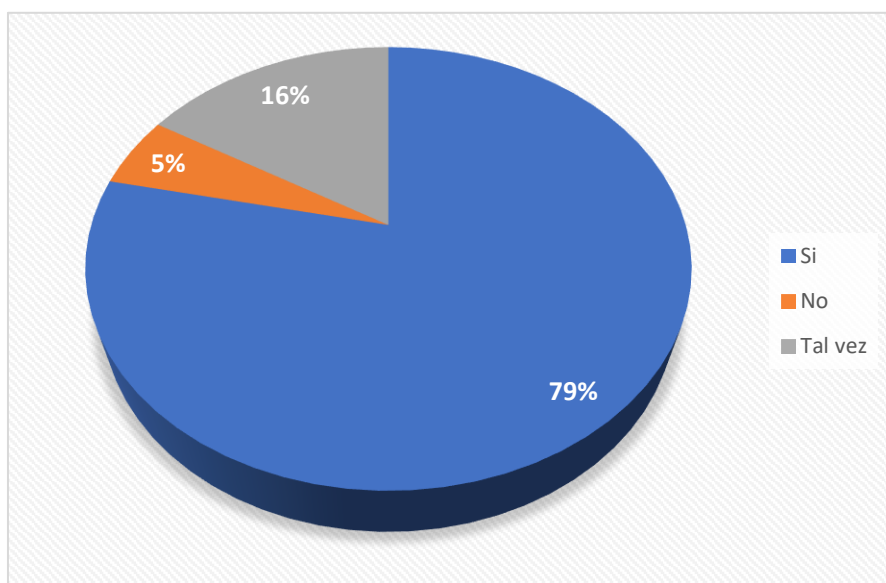


	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Es indispensable que usted sea parte de la base de datos del restaurante	3%	7%	14%	61%	15%
El seguimiento constante de su orden le causa confiabilidad	2%	1%	7%	62%	28%
Los envases deben llevar un sello de seguridad desde la salida del restaurante hasta su destino	1%	4%	8%	58%	29%
La calidad del producto debe compensar su valor	0%	2%	8%	53%	37%
El costo por envío a domicilio debe estar incluido en precio final a pagar	7%	1%	6%	45%	42%

Fuente: Elaborada por la autora

El 62% de las personas encuestadas mencionaron que están de acuerdo realizar el seguimiento constante de su orden ya que les causa confiabilidad, El 61% también están de acuerdo que es indispensable que ellos sean parte de la base de datos del restaurante, el 58% considera que los envases deben llevar un sello de seguridad desde la salida del restaurante hasta su destino, el 53% concuerdan que la calidad del producto debe compensar su valor y un 45% cree que el costo por envío a domicilio debe estar incluido en precio final a pagar.

15. ¿Le gustaría poder reservar una orden de comida a domicilio con días o con horas de anticipación estableciendo un horario y un día específico?

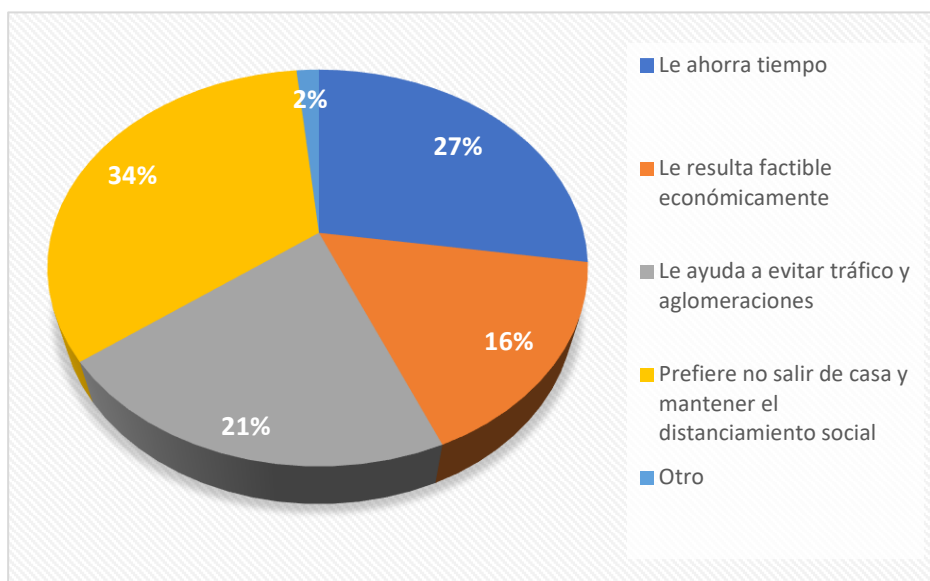


Si	78%
No	5%
Tal vez	16%

Fuente: Elaborada por la
autora

Una gran mayoría de encuestados (78%) afirmaron que, si les gustaría poder reservar una orden de comida a domicilio con días o con horas de anticipación estableciendo un horario y un día específico, un 16% dijo que tal vez haría la reservación de comida y solo un 5% dijo que no.

16. ¿Cuál de estas razones es la primera causa por la que usted solicita o solicitaría comida preparada a domicilio?



Le ahorra tiempo	27%
Le resulta factible económicamente	16%
Le ayuda a evitar tráfico y aglomeraciones	21%
Prefiere no salir de casa y mantener el distanciamiento social	34%
Otro	2%

Fuente: Elaborada por la autora

El 34% de usuarios respondieron que prefieren no salir de casa y mantener el distanciamiento social, el 27% dijo que una de las causas es que les ahorraría tiempo, un 21% respondió que le ayuda a evitar el tráfico y las aglomeraciones, a un 16% le resulta factible económicamente y un 2% considera otras razones.

Logo del Prototipo

