



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
EMPRESARIAL

Plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la
atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniera Empresarial

AUTORA:

Hernandez Tanta, Maria del Pilar (orcid.org/0000-0002-6073-6103)

ASESOR:

Mg. Trujillo Valdiviezo, Guido (orcid.org/0000-0002-3019-6599)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planes de Negocios

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada a Dios por bendecirme y permitirme culminar mi carrera profesional. A mis padres y hermanas por su constante apoyo, sin ellos nada de esto sería posible. A mi esposo por sus palabras de aliento en todo el proceso y a mi hija Abby Antonella, quien es mi más grande motivación para seguir alcanzando cada una de mis metas.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por guiarme y permitirme cumplir este logro académico. A mi madre y a mi padre por ser mi soporte siempre y por demostrarme que confían en mí. A mis hermanas, Yanira y Maricielo por su constante apoyo y palabras de aliento en los momentos más importantes. A mi esposo por su paciencia y amor, a mi hija Abby Antonella, quien me impulsa a seguir adelante. Un especial agradecimiento a mi asesor Mgtr. Guido Trujillo Valdiviezo por sus constantes enseñanzas y soporte académico.

Índice de Contenidos

Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Índice de Contenidos	4
Índice de tablas	5
Índice de figuras	6
Resumen	7
Abstract	8
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	13
III. METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación	19
3.2. Variables y operacionalización	20
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	22
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.5. Procedimiento	24
3.6. Métodos de análisis de datos	44
3.7. Aspectos éticos	45
IV. RESULTADOS	46
V. DISCUSIÓN	51
VI. CONCLUSIONES	53
VII. RECOMENDACIONES	54
REFERENCIAS	55
ANEXOS	59

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Operacionalización de variables</i>	21
Tabla 2. <i>Fiabilidad de instrumento</i>	24
Tabla 3. <i>Competencia Directa</i>	27
Tabla 4. <i>Precios de servicios de delivery</i>	34
Tabla 5. <i>Estudio organizacional, estructural y funcional</i>	36
Tabla 6. <i>Inversión recursos humanos</i>	39
Tabla 7. <i>Inversión tecnológica</i>	39
Tabla 8. <i>Capital de trabajo</i>	40
Tabla 9. <i>Financiamiento</i>	40
Tabla 10. <i>Presupuesto de personal</i>	41
Tabla 11. <i>Presupuesto de tecnología</i>	41
Tabla 12. <i>Presupuesto de ingresos</i>	42
Tabla 13. <i>Fujo de caja financiero</i>	43
Tabla 14. <i>VAN y TIR</i>	43

Índice de figuras

Figura 1. Mapa distrito de Ventanilla. Fuente: Google Maps.	26
Figura 2. Página de Instagram de “APP Ventanilla Delivery”	31
Figura 3. Página de Facebook de “APP Ventanilla Delivery”	32
Figura 4. Página de Instagram de “APP Ventanilla Delivery”	33
Figura 5. Organigrama funcional inicial	37
Figura 6. Organigrama funcional permanente	38
Figura 7. Gráfico pregunta 1	46
Figura 8. Gráfico pregunta 2	46
Figura 9. Gráfico pregunta 3	47
Figura 10. Gráfico pregunta 4	47
Figura 11. Gráfico pregunta 5	48
Figura 12. Gráfico pregunta 6	48
Figura 13. Gráfico pregunta 7	49
Figura 14. Gráfico pregunta 8	49
Figura 15. Gráfico pregunta 9	50

Resumen

La presente tesis detalla un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022, puesto que actualmente en el distrito de Ventanilla los clientes requieren atención por medio del servicio de delivery. El objetivo general de la investigación fue determinar la viabilidad del plan de negocios de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.

Por tal motivo, se detalla previamente los aspectos teóricos, antecedentes y procedimientos. Para el desarrollo del plan de negocio, se realizó un análisis del mercado, de la viabilidad técnica, legal, económica y financiero. Asimismo, una encuesta a los clientes de distintos restaurantes del distrito de Ventanilla con la finalidad de alcanzar los objetivos de la investigación.

El tipo de investigación es aplicada, con diseño de investigación no experimental y su enfoque es cuantitativo. La población de estudio actual incluyó a los clientes de los restaurantes y negocios gastronómicos en el área de Ventanilla. La muestra para este estudio incluyó 100 clientes de los restaurantes y negocios gastronómicos de Ventanilla y el muestreo realizado es no probabilístico, a criterio del investigador. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, la cual fue validada por expertos.

Palabras Claves: Plan de negocio, Demanda, Aplicación Móvil.

Abstract

This thesis details a business plan for a mobile delivery application to meet the demand in the district of Ventanilla, 2022, since currently in the district of Ventanilla customers require attention through the delivery service. The general objective of the research was to determine the viability of the business plan of a delivery mobile application for the attention of the demand in the district of Ventanilla, 2022.

For this reason, the theoretical aspects, background and procedures are previously detailed. For the development of the business plan, an analysis of the market, of the technical, legal, economic and financial feasibility was carried out. Likewise, a survey of customers of restaurant districts in the Ventanilla district in order to achieve the objectives of the research.

The type of research is applied, with a non-experimental research design and its approach is quantitative. The current study population includes customers of restaurants and food businesses in the Ventanilla area. The sample for this study includes 100 clients of the restaurants and gastronomic businesses of Ventanilla and the sample carried out is not probabilistic, at the discretion of the researcher. The data collection technique was the survey, which was validated by experts.

Keywords: Business plan, Demand, Mobile Application.

I. INTRODUCCIÓN

Hace unos años, antes de la existencia de la pandemia, la entrega a domicilio era un servicio que lo realizaban muy pocas empresas o se concentraba en grupo reducido como restaurantes y algunas tiendas y supermercados. Sin embargo, el covid-19 lo ha cambiado todo, y las medidas para limitar la propagación de la infección han llevado a las empresas a consolidar sus servicios de entrega mientras que otras comienzan a crecer y desarrollarse. (Lozano 2021)

Los consumidores de hoy viven, compran y piensan de manera diferente. Los hábitos nos mantendrán vivos durante esta crisis, cambiando para siempre lo que se aprecia, cómo y dónde comprar, cómo vivimos y trabajamos. Un área que se ha visto afectada en todo el mundo son los restaurantes, que argumentan que las medidas de higiene prohíben la reapertura de espacios sociales o cerrados porque son focos de propagación del virus. Esta situación ha llevado a la bancarrota a muchas personas, y con ello las consecuencias de los despidos de todos los empleados que laboran en estas instalaciones. (Reyes et al. 2021)

Como parte de un esfuerzo de adaptación, muchos restaurantes han decidido trasladar o mejorar la visibilidad de las aplicaciones móviles para la entrega de alimentos. Asimismo, las plataformas de comercio electrónico crecieron una media de 300% gracias al aumento de las reservas y de los restaurantes asociados. Por lo que es innegable el impacto que ha tenido el COVID-19 en los productos de consumo, provocando efectos irreversibles. A medida que las empresas crecen, deben pensar en cómo comprender mejor a los consumidores y tratar de sortear la incertidumbre en esta nueva era. (Reyes et al. 2021)

En todo el mundo, el 23 % de las empresas informaron que utilizan herramientas de pedidos digitales, el 16 % herramientas de entrega y el 37 % herramientas de pago digitales. El 36% de los puntos de entrada que utilizan herramientas en línea afirman que están vendiendo todo en línea. Sin embargo, muchas pequeñas empresas también han encontrado formas innovadoras de lograr el éxito durante el COVID-19, desde ingresar a nuevos mercados hasta encontrar nuevas formas de ofrecer sus productos y servicios. Al mismo tiempo, muchas

grandes empresas tecnológicas como Facebook y Google están creando nuevas formas para que las pequeñas empresas se conecten con sus clientes. (Engidaw 2022)

De igual manera, a nivel nacional, el grupo de restaurantes creció 35.43% debido a una mayor demanda de aves, comidas rápidas, restaurantes, cevichería, chifas, restaurantes turísticos, fiambres y parrillas y cafeterías en respuesta al mayor flujo de visitantes producto de la expansión de la apertura de horas, acelerando el proceso de vacunación, aumentando los límites de aforo en plantas y exteriores, ampliando la cobertura de los servicios de delivery, reestructurando instalaciones e implementando nuevas estrategias de social media marketing. (INEI 2022)

Actualmente en el distrito de Ventanilla, la mayoría de consumidores tienen que realizar su pedido de manera presencial, generando malestar e incomodidad, otra opción es realizar un pedido de delivery, es este caso el mismo cliente contrata al motorizado informal, que son contactados porque ellos suelen brindar su número de celular en algunos establecimientos, que es una opción poco confiable. En los establecimientos reciben sus pagos por diferentes medios, tales como en efectivo, transferencias, depósitos, billeteras electrónicas, entre otras.

Debido a lo mencionado, tener una forma diferente de consumo y ventas beneficiará a los consumidores (clientes), brindándoles una opción rápida, amigable y segura para emitir pedidos. Adicionalmente, el plan de negocios propuesto generará ganancias sustanciales por el incremento de pedidos para los negocios gastronómicos y creará nuevos puestos de trabajos.

Asimismo, se define como problema general: ¿Será viable un plan de negocios de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?

Y como específicos:

¿Cuáles son las características del estudio del mercado de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?

¿Cuáles son las características de la viabilidad técnica de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?

¿Cuáles son las características de la viabilidad legal y organizacional de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?

¿Cuál será la viabilidad económica y financiera de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?

El plan de negocio fue justificado desde las siguientes perspectivas:

Como justificación práctica Alfaro et al. (2017) menciona que el uso de teléfonos inteligentes genera grandes beneficios por la gran necesidad de crear y promocionar su contenido de manera real y con fácil acceso. De tal forma, los servicios y productos tradicionales que se ofrece a los consumidores serán visibles a través de la Aplicación (APP), dado que, estarán disponibles en cualquier momento y podrás acceder en donde te encuentres. En consecuencia, la aplicación móvil ayudará a las personas a poder realizar una compra de manera rápida y segura en el momento que lo deseen, es una app de fácil acceso.

Respecto a la justificación social Zurita, Pinos y Apolinario (2018) menciona que las aplicaciones móviles se han vuelto indispensables en la vida cotidiana, ya que se pueden realizar innumerables tareas, como elegir la mejor manera de ir al trabajo, chatear con familiares y amigos, consultar el correo electrónico o pagar facturas, etc. Por esta razón, se puede ver que la aplicación móvil beneficiará a los propietarios de los negocios de servicio de alimentos al aumentar la demanda de pedidos y, por lo tanto, también ha generado mayores ingresos y ha creado muchos empleos nuevos.

Con relación a la justificación económica Zambrano (2021) muestra que el plan de negocios sirve como una guía para el éxito empresarial, no solo para alcanzar logros sino también para incentivar a las organizaciones a apostar por

estrategias competitivas para diferenciarse del mercado y mantenerse en el negocio en el tiempo, obteniendo resultados principalmente en el sector financiero. Su viabilidad está determinada por el hecho de que existe una gran demanda de una aplicación móvil que, además de satisfacer la demanda, también demuestra ser rentable en términos de resultados financieros y económicos.

De lo mencionado, la investigación formula el siguiente objetivo general:

Determinar la viabilidad del plan de negocios de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022

Los objetivos específicos del estudio son los siguientes:

Elaborar el estudio del mercado de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.

Establecer la viabilidad técnica de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.

Establecer la viabilidad legal y organizacional de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.

Determinar la viabilidad económica y financiera de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

El marco teórico de la investigación caracteriza el objeto de estudio como una construcción conceptual, abstracta, que representa el fragmento de realidad que le interesa comprender al investigador de una manera determinada. (Gallego Ramos 2018)

Para respaldar esta investigación, se analizaron los antecedentes nacionales e internacionales que permitieron relacionarse con la presente indagación del proyecto de investigación:

Espinoza y Sandoval (2021) en su investigación tiene como problemática que el tráfico que hace que cada día sea más difícil movilizarse de un lugar a otro en corto tiempo y la inseguridad ciudadana, que hace que la población desconfíe cada vez más de los taxis por aplicativos. Teniendo como objetivo general desarrollar un aplicativo móvil de taxi, cuyo servicio sea entregado por mujeres y para mujeres, que sea viable desde el punto de vista legal y financiero. Es una investigación exploratoria - descriptiva. Como resultado, se pudo identificar que existe un gran número de conductoras que buscan generar ingresos extras sin depender de un horario. En ese sentido, la propuesta de "Taxi Amiga" fue atractiva siempre que cumpla con no descontarles comisiones muy altas. Asimismo, tuvo una gran aceptación, con la que se pudo estimar un mercado meta de 167,384.

Soto y Berenz (2020) en su investigación, buscaron comprender las preferencias de los enólogos y qué hay detrás de sus decisiones comerciales para encontrar una solución práctica; comprender los desafíos que enfrentan en el funcionamiento de sus negocios a diario. Con el objetivo general de evaluar la factibilidad y viabilidad económica de esta herramienta digital y determinar qué factores contribuirán a su éxito y qué necesitamos construir, estrategias para responder a estas situaciones comerciales. Por lo tanto, hemos decidido que las prioridades serán invertir en publicidad digital y desarrollar continuamente características innovadoras y nuevas características de la aplicación. De igual forma, al utilizar una estrategia de marketing digital directo, la app impacta a la app de tal manera que cuenta con al menos 250 empresas en su primer mes de lanzamiento. Estas empresas utilizarán el modo básico completo o gratuito, con

una tasa de retención del 20 %, una tasa de desinstalación de 30 días del 20 %, una tasa de desinstalación de 60 días del 20 % y el incremento mensual es del 20 % en el primer año o 10% mensual en el segundo año o 5% mensual en el tercer y cuarto año.

Carrillo y Bouverie (2020) en su estudio propusieron como objetivo general evaluar la factibilidad económica y financiera de implantar una nueva empresa de reparto en la ciudad de Lima Metropolitana. Métodos de investigación cualitativos. Como resultado, el mercado de suministro peruano aún se encuentra en una fase de crecimiento, se prevé que disminuya en un 50 % durante los próximos 5 años, pero aún mantiene una tasa de crecimiento de dos dígitos, atractiva para entradas con barreras mínimas, entrada existente.

Mauriola (2019) en su investigación abordó el problema de que la educación en el Perú exhibe un bajo nivel óptimo de comprensión lectora de los estudiantes; tienen lagunas en la enseñanza - aprendizaje y en el uso de la tecnología. Con el objetivo general de desarrollar un plan de negocios basado en una aplicación de comprensión lectora para satisfacer las necesidades en la ciudad de Chiclayo. El diseño de este estudio es un diseño previo al ensayo. Como resultado, en la ciudad de Chiclayo se identificaron necesidades de comprensión lectora a través de una encuesta a 384 estudiantes de colegios privados, teniendo como resultado que hoy en día solo el 9% de los estudiantes encuestados no considera importante la lectura el acceso a Internet para sus tareas académicas.

Zuñe y Criollo (2019) en su investigación abordó que el 40% de los residuos sólidos se generan a diario en la ciudad de Chiclayo se recicla, sin embargo, la mayor cantidad de estos residuos reciclables terminan en los botaderos de la ciudad de Reque junto con la materia orgánica, por lo tanto, se tiene como resultado que se recolectan quinientas toneladas de residuos sólidos en hogares de la ciudad de Chiclayo. Con el objetivo general elaborar un plan de negocio de una App de interacción con recicladores para la atención de la demanda en la ciudad de Chiclayo. El diseño es de tipo propositiva aplicativa. Teniendo como resultados que existe acogida por las personas en relación a este aplicativo móvil. Asimismo, se tuvo una inversión inicial de 3,385.00 soles en el cual se calculó los bienes tangibles e intangibles de la propuesta, finalizando se obtuvo

un VAN de 4,646.39 soles y TIR del 12% recuperando lo invertido a partir del octavo mes.

Correa y Figueroa (2019) en su investigación tiene como problemática que cada empresa que vendía algo ofrecía su servicio de entrega por página web, el problema era que la entrega algunas veces no se brindaba, se traspapelaba o no era entregado de la forma como el usuario lo requería. Teniendo como objetivo obtener como mínimo un 5% de cuota de mercado respecto al mercado de conveniencia y recadero donde principalmente participa Glovo, Rappi y algunas empresas pequeñas como Urbaner. Se realizó un tipo de estudio cuantitativo. Se obtuvo como resultado que la entrega es significativamente más asequible que en otras regiones, pero no solo eso, sino que el alcance de los servicios ofrecidos en muchos casos son incomparables, haciendo de la propuesta de entrega bajo demanda muy atractiva. Asimismo, teniendo en cuenta que se tendrá una inversión en activo fijo es S/. 1, 644,720, se optará un préstamo bancario del 50% y el otro 50% estará a cargo de inversionistas que serán los que harán realidad este proyecto.

Quyen (2019) en su investigación tiene como problemática que, es una rutina que la gente vaya directamente a comprar productos comestibles para obtener alimentos frescos para el día, por lo que se tiene en mente el plan para cambiar el conocimiento de las personas sobre la compra de abarrotes. Teniendo como objetivo habilitar las compras online de productos comestibles como alimentos y suministros diarios para los finlandeses a través de una aplicación de plataforma basada en dispositivos electrónicos. Se obtuvo como resultados que se generó un plan de negocios completo para una aplicación de compras en línea de productos comestibles. Asimismo, la empresa estima que el número de usuarios de la aplicación será el 3 % del número total de hogares en estas ciudades, el 90 % de los usuarios comprarán pedidos superiores a 30 € una media de 2 veces al mes para obtener una tarifa de envío más barata, mientras que el resto, el 10% de los usuarios comprará pedidos inferiores a 30 € unas 3 veces al mes, ya que priorizan más su tiempo y la frescura de los productos.

Castro, Esquirva y Sheen (2018) en su investigación encontró que el problema es que hay una gran cantidad de personas que, por diversas razones, no tienen

tiempo para realizar tareas relacionadas con la limpieza de la casa, ya sea un apartamento o una casa. El objetivo general es evaluar el mercado objetivo de los clientes potenciales que viven en las zonas 6 y 7 del complejo de apartamentos Lima, que pretenden contratar y pagar los servicios de limpieza a través de la aplicación. Se realizaron estudios iniciales (encuesta a expertos) e investigaciones finales (encuesta a usuarios y limpiadores). Como resultado, la Cámara de Comercio de Lima estima que el PBI del sector servicios crecerá un 4,9%.

De la Cuba, Maximiliano y Saavedra (2018) en su investigación resolvió el problema de que el aspecto de un estilo de vida saludable todavía se confunde en la retina del ojo humano, ya que equivale a una dieta comúnmente asociada a un plan de alimentación bajo en calorías, bajo en carbohidratos y bajo en grasa que los adultos consumen para mantenerse en forma; pero no se absorbe, lo más importante para reducir el riesgo para la salud. Esto crea una oferta de productos adaptada a esta necesidad particular, limitando la variedad de productos a otros aspectos de la nutrición. Por ello, existe una recomendación alimentaria algo variada para diferentes grupos de edad, físicamente activos, personas con discapacidad e incluso deportistas. Tiene como objetivo determinar si la propuesta y modelo de negocio es viable y genera valor desde el punto de vista económico y financiero, brindando a los inversionistas un retorno del 37% al final del quinto año de operación. Las herramientas de recolección de la investigación desde el punto de vista de los métodos cuantitativos y cualitativos son adecuadas para el propósito. Como resultado, el 91,91% de los encuestados estaría interesado en nuestra oferta comercial, que el 84,09% en este segmento pagará de S/ 0,10 a S/ 0,19 y el 94,32% de los encuestados estaría interesado en utilizar el servicio en la modalidad de membresía y disfrutando de los canales digitales.

Trillo (2018) en su investigación tiene como problemática que el negocio de mejoras en el hogar es un problema clásico en la cual no existe un vínculo laboral, esta se ha tomado un problema ya que muchas familias han migrado a vivir en departamentos debido a que la convivencia en comunidad es lo más apropiado debido a los altos costos fijos que representa un casa. Teniendo como objetivo general proponer un app de requerimientos de servicio domésticos para

amas de casa en Lima Metropolitana, considerando los aspectos del sector del servicio. La investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo de tipo experimental, transversal, descriptivo y explicativo. Como resultado, las estrategias de marketing permiten captar el 21% del mercado potencial durante el primer año, incrementándose la proporción de participación del mercado a razón de 3% anual, en un periodo de cinco años en función al crecimiento de la población.

Para teorías relacionadas con este tema:

Un plan de negocios es una herramienta o estrategia de recopilación de información necesaria para demostrar la viabilidad comercial, técnica, operativa, económica y financiera de una empresa conjunta, idea de negocio o inversión privada específica. Además, reúne en un solo documento toda la información necesaria para evaluar el negocio y recomendaciones generales para la apertura. La presentación del plan es fundamental a la hora de buscar financiación, socios o inversores y sirve de guía a los responsables de la empresa. (Agila, Vizueta y Tello 2018)

Asimismo, Agila, Vizueta y Tello (2018) definen las características del plan de negocios: determinar las diferentes etapas que facilitan la medición de sus resultados, estableciendo objetivos a corto y mediano plazo, determinando claramente el resultado final esperado. Determinando los criterios de medición para averiguar cuáles son sus logros, aprovechan de ellos en sus aplicaciones, gerentes, aquellos que tienen la intención de participar en la aplicación de la aplicación. Identifican al coordinador o asuman la responsabilidad de sus aplicaciones, asegurando que las dificultades puedan surgir y posibles medidas e información de reparación. La necesidad solo se preocupa por el destino de bienes y servicios comprados por casas, gobiernos, empresas y el resto del mundo. Sus componentes son: el consumo privado y público, la acumulación general de capital fijo, la bolsa de valores y la exportación de bienes y servicios. (CEFP 2022)

Con respecto al servicio de delivery, Sornoza, Soto y Moscoso (2021) mencionan que se trata de enviar el producto a la comodidad de la casa de los clientes. Además, señalan que el servicio a domicilio es una de las estrategias de canal

de comercialización de las empresas que les permite reducir costos, mejorar la eficiencia del servicio al cliente y facilitar el proceso de compra de los consumidores. Se trata básicamente de crear mecanismos para entregar un producto o servicio desde el punto de venta hasta el cliente o consumidor final. Por lo tanto, debe especificar los términos o políticas del producto o servicio, el pago y el tiempo que demora en llegar a la parte final del proceso de entrega.

En tecnología, una aplicación móvil es un software que se ejecuta en teléfonos móviles y tabletas. Además, hay dos tipos de aplicaciones nativas que se adaptan a un sistema operativo en particular, ya sea Android, iOS o Windows Phone. Por otro lado, existen aplicaciones híbridas desarrolladas con HTML5, CSS y JavaScript que se delegan en su propio contenedor, como Phonegap/Cordova, que brindan acceso a las capacidades del dispositivo de una manera completamente neutral al sistema operativo, es decir, es un modelo neutro con respecto a la plataforma con máxima portabilidad (Puetate y Ibarra 2020)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación científica gira alrededor de las variables, debido a que la finalidad del trabajo científico es descubrir la existencia de ellas y su magnitud, así como probar las relaciones que las unen entre sí. (Arroyo Valenciano 2022)

El tipo de investigación aplicada es pragmática o utilitaria, en la que se utiliza el conocimiento obtenido de la investigación básica o teórica para comprender y resolver problemas inmediatos. (Sánchez, Reyes y Mejía 2018). En este estudio se considera investigación aplicada porque se tomarán como estándar las teorías relacionadas con el tema y los antecedentes que ayuden a resolver el problema planteado y luego del análisis de mercado encontramos una oportunidad de negocio, la cual cubriremos con el desarrollo de nuestro plan de negocio.

El enfoque del presente plan de negocios es cuantitativo, ya que analizamos los resultados obtenidos en nuestra encuesta y realizamos la debida interpretación luego del respectivo procesamiento de datos.

El nivel descriptivo de investigación es el primer nivel de investigación significativa y tiene como objetivo describir el fenómeno y determinar las características de su estado actual. Esto conduce a características descriptivas y de diagnóstico. (Sánchez, Reyes y Mejía 2018). Se determinó el nivel descriptivo, puesto a que se describirá el plan de negocio planteado.

El diseño de investigación no experimental es para los estudios en los cuales no se aplica el método experimental. Fundamentalmente es de carácter descriptivo y emplea la metodología de observación descriptiva. (Sánchez, Reyes y Mejía 2018). La presente investigación es de diseño no experimental, puesto a que se observa el proceso actual y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

3.2. Variables y operacionalización

La investigación científica gira alrededor de las variables, debido a que la finalidad del trabajo científico es descubrir la existencia de ellas y su magnitud, así como probar las relaciones que las unen entre sí. (Arroyo Valenciano, 2022)

Como variable independiente, se da una definición de plan de negocios, para Agila, Vizqueta y Tello (2018) como una herramienta o estrategia de recopilación de información necesaria para demostrar la viabilidad comercial, técnica, operativa, comercial, económica y financiera de un negocio, idea de negocio o proyecto. Además, reúne en un solo documento toda la información necesaria para evaluar el negocio y recomendaciones generales para la apertura.

El plan de negocio tiene como objetivo fundamental evaluar un negocio e identificar los lineamientos generales para su ejecución. Por tal motivo, es necesario identificar la Viabilidad de mercado, muestra que posibilidades existen que el bien o servicio que vas a ofrecer esté aceptado en el entorno, para lo mencionado se identificó la demanda y oferta para el análisis respectivo.

La viabilidad técnica, para Pérez y Merino (2010) es un factor importante, se fundamenta en demostrar que se cuenta con medios técnicos necesarios para permanecer en el mercado de manera eficiente y generando beneficios.

La viabilidad legal y organizacional, según Morales (2010) se busca establecer validez de normas y reglas legales vigentes que den soporte a la empresa desde el inicio de sus actividades, en el proceso de ejecución y realización del proyecto, velando por su continuidad en el tiempo.

La Viabilidad económica y financiera, se refiere a los bienes financieros que existen para poner en marcha un proyecto, teniendo como prioridad la rentabilidad que se espera obtener, de tal manera se identifica si el proyecto es rentable, siempre buscando el mayor beneficio económico y para identificarlos se hallará el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Escala
Plan de Negocio	Es una herramienta o estrategia de recopilación de información necesaria para demostrar la viabilidad comercial, técnica, operativa, económica y financiera de una determinada empresa conjunta, idea de negocio o inversión. Además, reúne en un solo documento toda la información necesaria para evaluar el negocio y recomendaciones generales para la apertura. (Agila, Vizueta y Tello 2018)	<ul style="list-style-type: none"> ● Definir diversas etapas. ● Establecer metas. ● Definir resultados finales esperados. ● Establecer criterios de medición. ● Identificar posibles oportunidades. ● Involucrar en su elaboración a los ejecutivos. ● Nombrar un coordinador o responsable. ● Prever medidas correctivas. ● Tener programas para su realización. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Estudio del mercado ● Viabilidad técnica ● Viabilidad legal y organizacional ● Viabilidad económica y financiera 	Encuesta	Ordinal
Demanda	Se aplica únicamente al destino final de los bienes y servicios adquiridos por los hogares, los gobiernos, las empresas y el resto del mundo. Sus componentes son: consumo privado y público, formación de capital fijo total, bolsa y exportación de bienes y servicios. (CEFP 2022)	<ul style="list-style-type: none"> ● Consumo privado. ● Consumo público. ● Formación bruta de capital fijo. ● Variación de existencias. ● Exportación de bienes y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Preguntas encuesta 	Encuesta	

Fuente: Elaboración propia

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Una población de estudio es un conjunto de casos definido, limitado y accesible que servirá como criterio para seleccionar una muestra que cumpla con un conjunto predeterminado de criterios. (Arias-Gómez, Villasís-Keever y Miranda-Novales 2016). La definición de una población es un grupo de entidades, descritas como una pregunta de investigación o involucradas en la obtención de conclusiones. (Suárez, 2011). Por tu parte, Sucasaire (2022), lo define como el conjunto de todos los elementos en los cuales se analizarán dichas variables. La población de estudio actual incluyó a los clientes de los restaurantes y negocios gastronómicos en el área de Ventanilla.

Cualquier investigación debe definir claramente el número de participantes que deben considerarse para lograr los objetivos establecidos en primer lugar. Este número se denomina tamaño de muestra estimado o calculado mediante fórmulas matemáticas o paquetes estadísticos. (Arias-Gómez, Villasís-Keever y Miranda-Novales 2016). Para Suárez (2011) una muestra representativa es algún subconjunto de la población. Por su parte, Otzen & Manterola (2017) menciona que una muestra se considera representativa de la población blanco, cuando la distribución y valor de las diversas variables se pueden reproducir con márgenes de error calculables. La muestra para este estudio incluyó 100 clientes de los restaurantes y negocios gastronómicos de Ventanilla.

Los procedimientos de muestreo se dividen en dos grandes grupos: muestreo probabilístico o aleatorio y muestreo de incertidumbre. La diferencia entre ellos es el uso de métodos estadísticos para seleccionar elementos. (Arias-Gómez, Villasís-Keever y Miranda-Novales 2016). Para este estudio se tomó un muestreo no probabilístico a criterio del investigador.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El proceso de recolección de datos sea de toma directa o a través de entornos virtuales, se realiza mediante la aplicación de diversas técnicas e instrumentos previamente definidos en la fase de diseño del proyecto de investigación, es decir que este proceso es pensado por el investigador antes de la ejecución del mismo; sin olvidar que la recolección de los datos para investigaciones

científicas emplea procedimientos estandarizados para obtener referencias certeras de las variables estudiadas, de tal manera que los resultados sean confiables y den respuesta a la pregunta de investigación. (Cisneros et al. 2022)

La encuesta es un método de recopilar información realizando preguntas a terceras personas. Se diferencian en que el cuestionario no establece un diálogo con el encuestado y el nivel de interacción es menor. La encuesta se caracteriza por ser de aplicación única y práctica, por lo que el investigador primero debe establecer la fecha y hora de presentación con el responsable en la empresa, en la fecha de aplicación, el investigador presenta la solicitud presente frente al grupo, presente el cuestionario, siga entregando las herramientas a cada persona y espere a que lo completen, sin intervención no sucederá en el corto plazo y si lo hace, invalidará la fuerza de recolección de datos y la reutilización forzada de herramientas. (Carhuancho et al. 2019). La técnica aplicada en la presente investigación es la encuesta que nos permitió obtener información importante sobre el mercado y posibles consumidores.

La confiabilidad de un instrumento radica en el hecho de que mide lo que se supone que debe medir. Hay tres tipos de importancia: La importancia del contenido se refiere al hecho de que el instrumento indica un atributo particular del contenido de lo que se medirá. Por su parte, el valor predictivo se refiere a los procedimientos en los que se comparan los puntajes de las pruebas de un grupo de individuos con puntajes, calificaciones u otras medidas de desempeño. En última instancia, el constructivismo es un concepto unificador que combina consideraciones sustantivas y de criterio-valor en un marco común para probar hipótesis sobre relaciones teóricamente relacionadas. (Carhuancho et al. 2019). El instrumento utilizado fue el cuestionario que nos permitió obtener información de los posibles consumidores para proyectar los ingresos de la empresa.

La validez que se utilizó fue a través de un juicio de expertos que validó el instrumento utilizado, la aprobación se dio por parte de ingenieros de la Universidad César Vallejo.

La confiabilidad del instrumento de medición fue validada por el alfa de Cronbach. Que, para evaluar la fuerza de la herramienta, asumiendo que los elementos miden la misma textura y están estrechamente relacionados. La razón mide la confiabilidad de un instrumento con base en dos condiciones: el número de ítems (longitud de la prueba) y la razón de la varianza total de una prueba debido a la covarianza interpartidaria (ítems). Esto significa que la fiabilidad depende de la duración del ensayo y de la covarianza entre sus elementos. (Gómez, Cerrada y Rangel 2018)

$$r_{tt} = \frac{k}{(k - 1) \times \left[\frac{1 - \sum S_i^2}{S_t^2} \right]}$$

r_{tt} : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario

k: número de ítems del instrumento

S_t^2 : varianza total del instrumento

$\sum S_i^2$: Sumatoria de las varianzas de los ítems

Tabla 2. *Fiabilidad de instrumento*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,734	6

Fuente: Elaboración propia

3.5. Procedimiento

Referirse al procedimiento en la construcción de cualquier variable significa referirse a la forma en que se hizo la conversión entre su definición conceptual y la expresión final y, posiblemente, que fue implementada por el método. Este estado final de las variables indica que pueden cumplir, al menos, la función básica para la que fueron creadas. Para ello, también será necesario pasar por una transformación de la variante a una forma específica (más o menos estructural) del motor de grabación para poder producir las grabaciones que

forman parte. O todo un acontecimiento, un acontecimiento, una manifestación de la realidad que queremos conocer. (Cohen y Gómez 2019)

La presente investigación utilizó como recurso de recolección de datos un cuestionario diseñado en Google forms, el cual fue aplicado a los clientes de 100 restaurantes y negocios gastronómicos de Ventanilla. Una vez obtenido estos datos por medio de una encuesta, son procesados a través de las herramientas de Excel y SPSS, en donde se obtendrá los resultados estadísticos que permitirá tener una visión más amplia sobre los consumidores. Finalmente, se podrá concluir, realizar una discusión y realizar las recomendaciones necesarias para las futuras investigaciones.

ANÁLISIS DE MERCADO

Aspectos Generales:

- **Descripción:** Aplicación móvil para atender pedidos por delivery.
- **Especificaciones:** Se desarrolló una aplicación móvil para la atención de pedidos por delivery. Donde se puede realizar el seguimiento del pedido y hacer pagos por diferentes medios.
- **Dirigido a:** Consumidores de los restaurantes y negocios gastronómicos del distrito de Ventanilla.
- **Características:** Aplicación móvil desarrollada con lenguaje de programación Java, para sistema operativo Android, con uso de tecnologías de geolocalización.
- **Beneficios:** La aplicación móvil permite a los clientes visualizar la carta de los distintos restaurantes para que puedan realizar su pedido, adicionalmente podrán visualizar en tiempo real el recorrido del motorizado que atenderá su pedido. En cuanto a los restaurantes del distrito de Ventanilla, podrán administrar sus productos y recepcionar todos los pedidos realizados por los consumidores y llevarlos a su domicilio.

Análisis de la demanda:

- **Perfil del consumidor:** Los consumidores por lo general son personas de entre 18 y 40 años de edad, que laboran en casa, tienen hijos menores o están al cuidado de personas mayores de edad.
- **Zona de Influencia:** La zona de influencia es el distrito de Ventanilla, Provincia del Callao. En la siguiente figura se puede apreciar el mapa del distrito de Ventanilla.

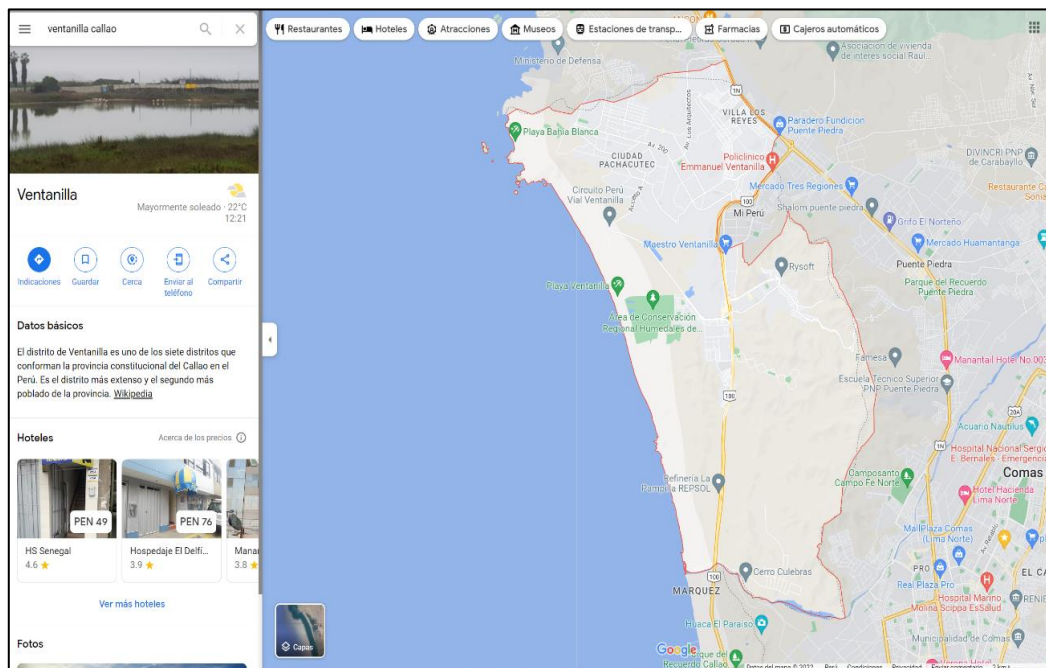


Figura 1. Mapa distrito de Ventanilla. Fuente: Google Maps.

- **Segmento de mercado:** segmento demográfico que incluye personas de 18 a 40 años. En cuanto a los temas socioculturales, el servicio de entrega de la aplicación se enfoca en todas las clases socioeconómicas. En psicología, a la gente le gusta pedir platos diferentes y tener una rutina en casa. Y finalmente, geográficamente, las personas que viven en el área de Ventanilla.
- **Proyección de Demanda:** Dado que la entrega de aplicaciones es nueva en el área de Ventanilla, se estima que el 50% del mercado potencial será atendido dentro del primer año de operación, manteniendo dicho porcentaje los 4 primeros años, a partir del quinto año se proyecta tener un crecimiento del 10% anual, con lo que al




décimo año de funcionamiento alcanzaremos el 100% de la participación del mercado.

Análisis de la Oferta:

- **Identificación de la competencia:** Se identifica como competencia a todos los motorizados que brindan el servicio de delivery en el distrito de Ventanilla.
- **Competencia directa:** La competencia directa son los motorizados independientes que realizan el servicio de delivery de manera informal por medio de WhatsApp. En la siguiente tabla se puede apreciar las empresas informales que realizan el servicio:

Tabla 3. Competencia Directa

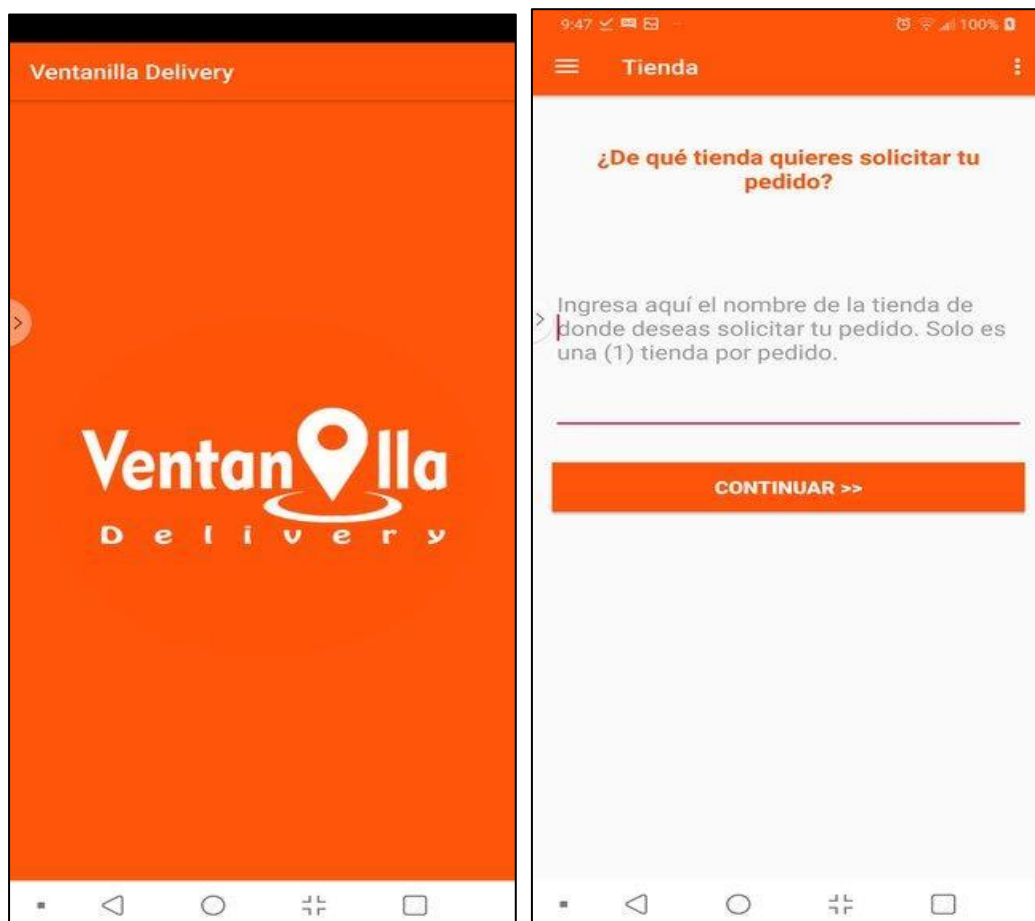
Estado	Empresa	Aplicativo	Logo
Activo	Okey Delivery	No	
Activo	Laky Delivery	No	
Activo	Golden Express	No	
Activo	Go Delivery	No	

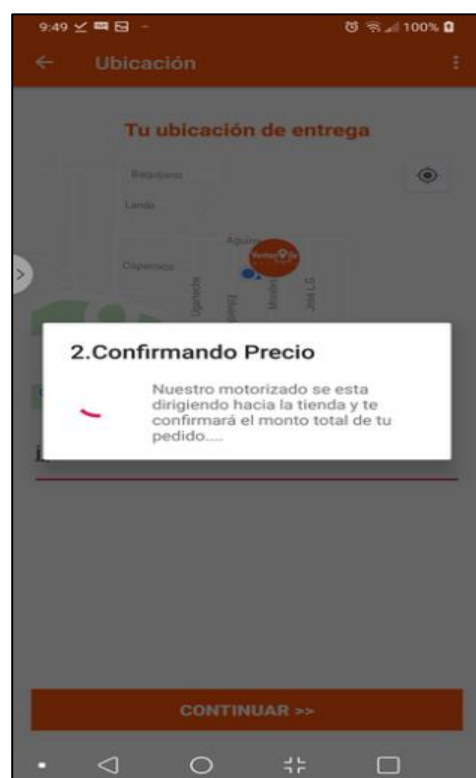
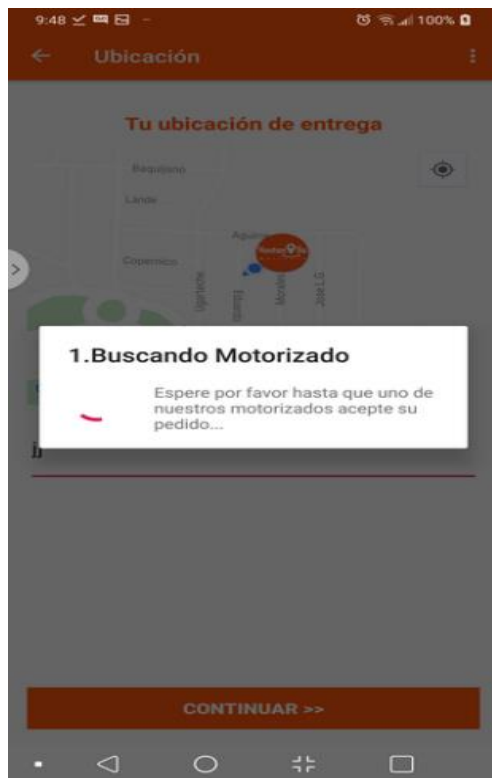
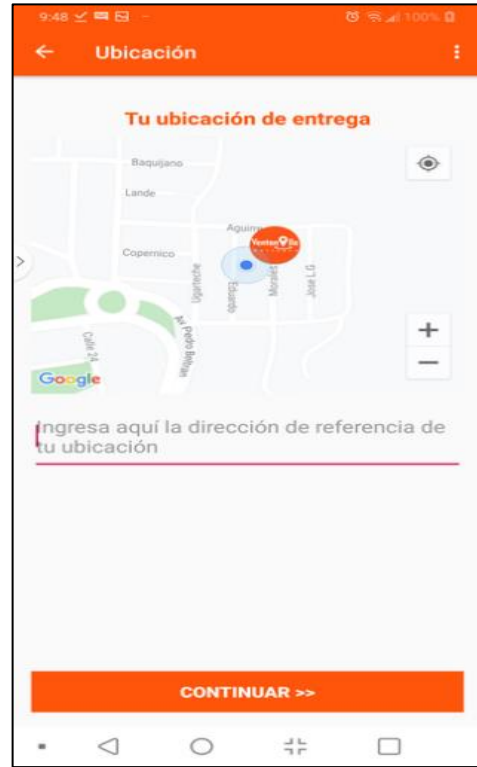
Inactivo	Altokee Delivery	No	 The logo for Altokee Delivery Ventanilla features a black silhouette of a person on a motorbike carrying a box. Below the silhouette, the text 'AL TOKE' is written in orange, followed by 'DELIVERY VENTANILLA' in white. A green WhatsApp icon is next to the phone number '916 969 147'. At the bottom, there are icons for Facebook and Instagram, with the handle '@ALTOKEEDELIVERYVENTANILLA' to the right.
Inactivo	Pide Delivery	No	 The logo for Pide! Delivery consists of the word 'Pide!' in a white, cursive font with an exclamation mark, set against a red background. Below it, the word 'Delivery' is written in a smaller, white, sans-serif font.
Inactivo	Motxi Delivery	No	 The logo for Motxi Delivery Ventanilla features a black silhouette of a helmet. Below the helmet, the word 'MOTXI' is written in a bold, black, sans-serif font. Underneath 'MOTXI', the words 'DELIVERY VENTANILLA' are written in a smaller, black, sans-serif font.

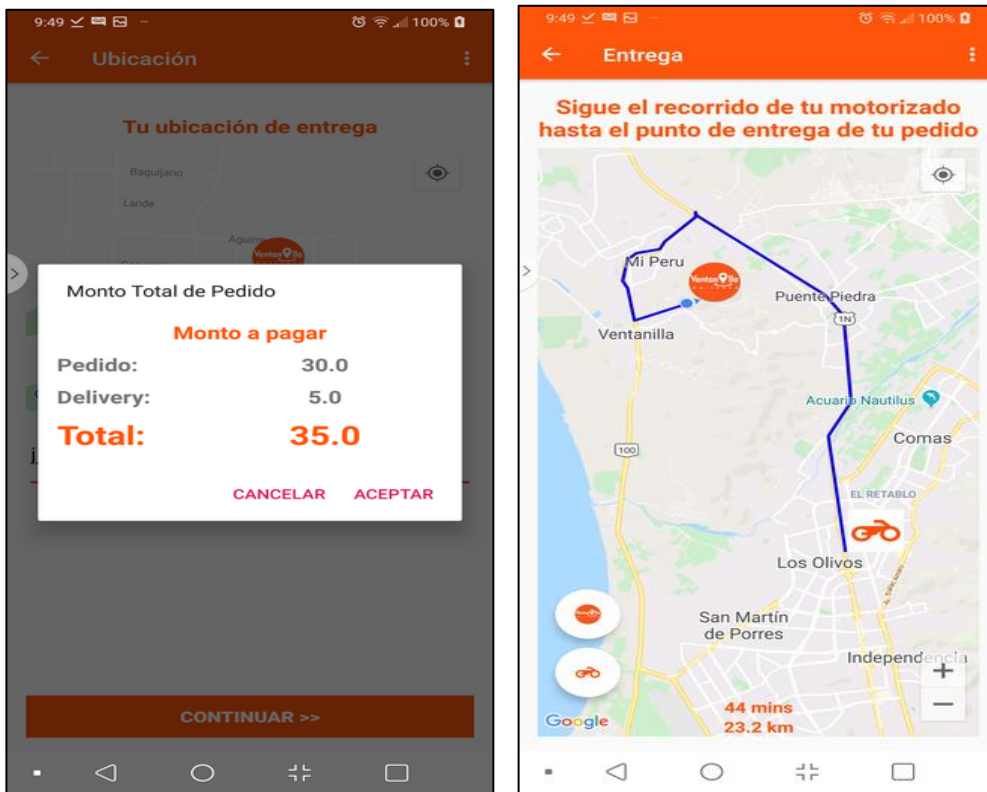
Fuente: Elaboración propia

- **Análisis de la comercialización:** Se ha determinado que los restaurantes han crecido en sus ventas por delivery a raíz de la pandemia del Covid-19. Siendo de gran importancia poder atender a sus clientes por otro medio, como lo es una aplicación móvil. A continuación, se puede visualizar el proceso de uso de la aplicación móvil:

Primero muestra la pantalla de bienvenida, posteriormente si es un cliente nuevo se puede registrar, caso contrario el cliente puede indicar la tienda, seguidamente solicitar su pedido, la ubicación de entrega y su dirección de referencia. Luego un motorizado tomará su pedido y le confirmará el precio total del mismo, para que el cliente acepte. Por último, el cliente podrá ver el recorrido de su pedido en tiempo real por medio de un mapa.







- **Estrategia de comercialización:** La comercialización será a través del Google Play, donde los usuarios (restaurantes y consumidores) podrán descargar, registrarse y hacer uso del servicio.

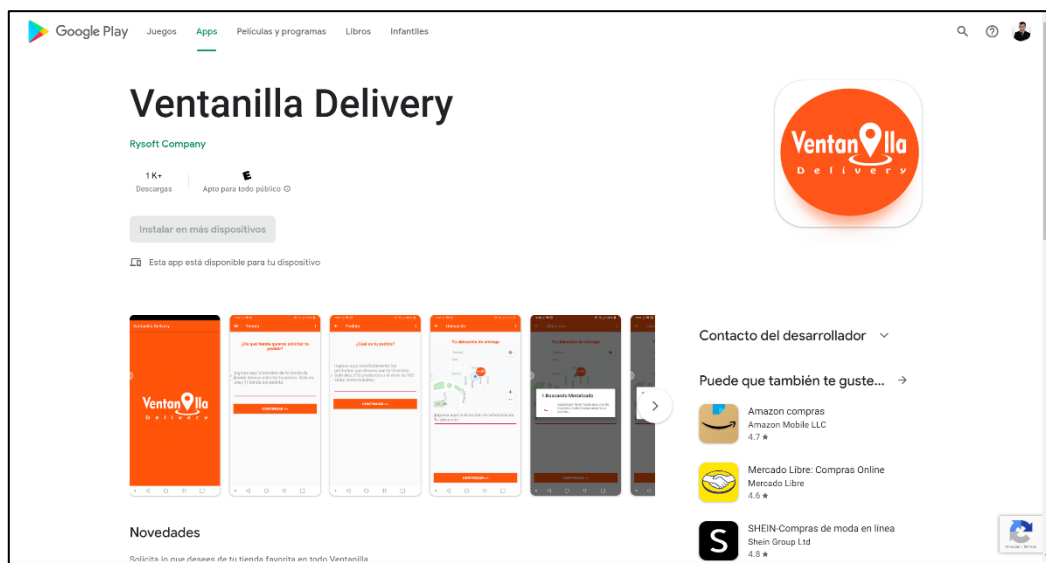


Figura 2. Página de Instagram de “APP Ventanilla Delivery”

- **Objetivos estratégicos:** Cumplir con la demanda y expectativa de los consumidores. Generar mayores envíos de pedidos y por ende ganancias a los motorizados, además de brindarles formalidad a su trabajo. Establecer alianzas estratégicas con los restaurantes, para futuras promociones y entre otras actividades. Incrementar las ventas de los restaurantes.
- **Estrategia genérica:** La estrategia está basada en brindar un servicio seguro y con una diversidad de restaurantes y medios de pago para elegir. Asimismo, se tiene una ventaja al brindar una solución tecnológica como lo es una aplicación móvil.
- **Promoción y propaganda:** La aplicación móvil será promocionada a través de las redes sociales, tales como Facebook e Instagram.

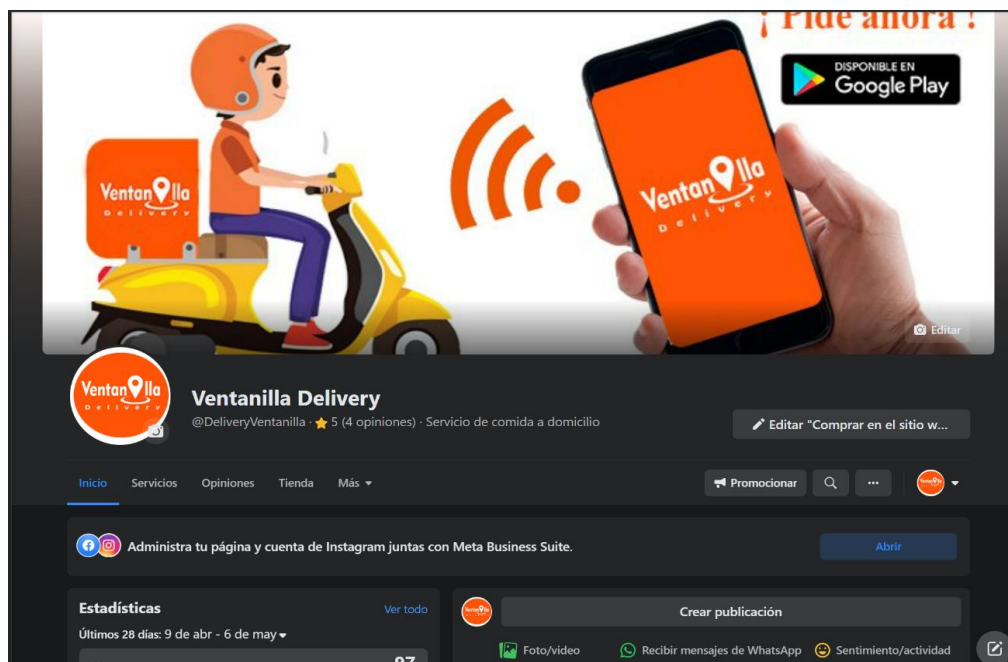


Figura 3. Página de Facebook de “APP Ventanilla Delivery”

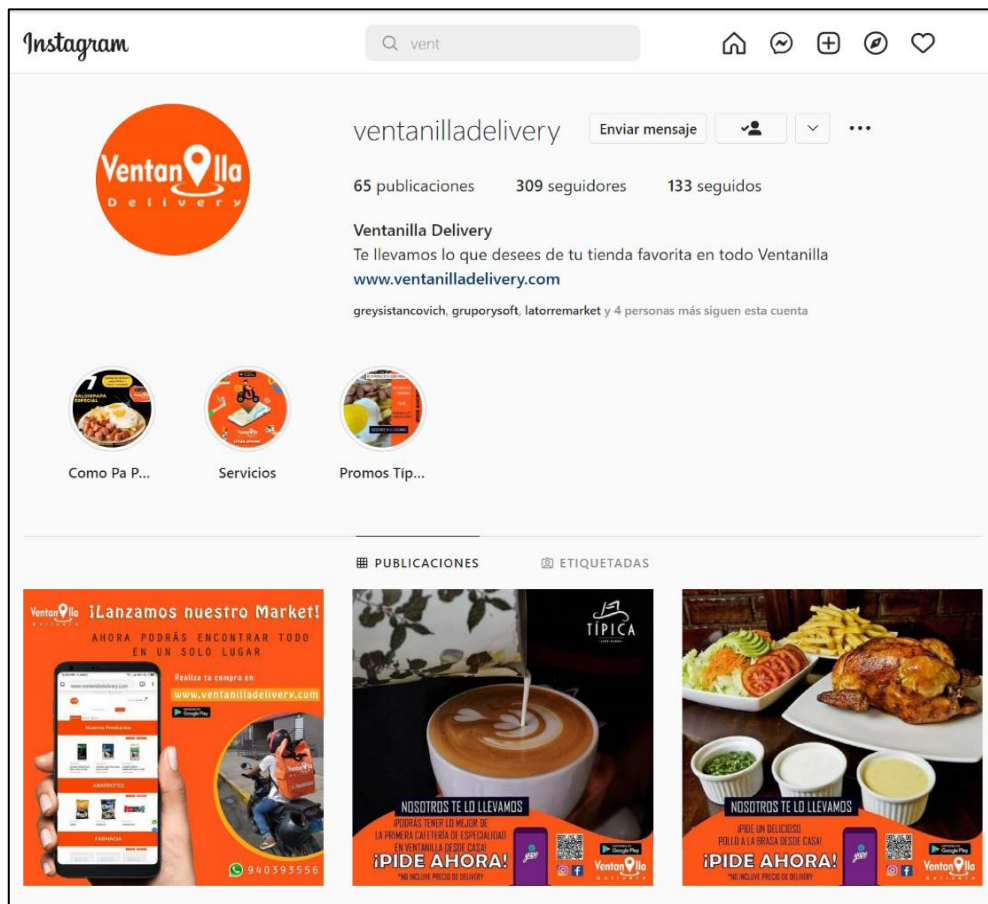


Figura 4. Página de Instagram de “APP Ventanilla Delivery”

Se sabe que las redes sociales son grandes medios por los que se puede publicitar un bien o servicio para que tenga gran acogida, Facebook e Instagram tiene millones de usuarios activos, por lo mencionado nuestra aplicación móvil de delivery es promocionada en ambas redes sociales.

- **Análisis de precios:** Para realizar el análisis de precios nos acercamos al distrito de ventanilla para levantar información de precios. Actualmente los precios que manejan los motorizados que brindan el servicio de delivery de manera informal es en promedio de S/ 10.70 soles. (de acuerdo a las zonas dentro del distrito de Ventanilla). Como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Tabla 4. Precios de servicios de delivery

Estado	Empresa	Lugar	Aplicativo	Precio Promedio
Activo	Okey Delivery	Ventanilla	No	S/ 10.50
Activo	Laky Delivery	Ventanilla	No	S/ 12.00
Activo	Golden Express	Ventanilla	No	S/ 11.00
Activo	Go Delivery	Ventanilla	No	S/ 10.00
Inactivo	Altokee Delivery	Ventanilla	No	S/ 9.50
Inactivo	Pide Delivery	Ventanilla	No	S/ 10.50
Inactivo	Motxi Delivery	Ventanilla	No	S/ 11.50
Promedio				S/ 10.70

Fuente: Elaboración propia

Por lanzamiento se ha establecido comenzar con precios desde los S/ 10.00 (soles), pero brindando una mejor experiencia y seguridad en sus pedidos a través de una aplicación móvil.

VIABILIDAD TÉCNICA

Ingeniería del Proyecto:

- **Android Studio**
Programa para el desarrollo de aplicaciones en plataforma móvil para el sistema operativo Android.
- **Wamp Server**
Servidor web que permite el alojamiento de la base de datos y el servicio de conexión desde la aplicación móvil hacia la base de datos.
- **PHP**
Lenguaje de Programación de código abierto que permite la funcionalidad del sistema web administrativo y, entre aplicación móvil y la base de datos.
- **MYSQL**
Base de datos, que almacenará toda la información que sea generada del proceso del servicio de delivery.

Proceso:

Primero se realizó la implantación del servidor web para alojar la base de datos y el lenguaje PHP que permitirán la conexión y el trabajo con la aplicación móvil. Seguidamente se desarrolla las interfaces de la aplicación móvil (Front-End), posteriormente el desarrollo de la funcionalidad (Back-End). Con esto se hacen las pruebas necesarias en fase de desarrollo, para luego pasarlo a fase de producción, es decir, lanzarla por medio de Google Play, para la descarga de los usuarios finales.

VIABILIDAD LEGAL


Organización legal del Proyecto:

La forma societaria que tomará el plan de negocios será una empresa individual de responsabilidad limitada (VENTANILLA DELIVERY E.I.R.L.), conformada por un único titular-gerente. Cabe señalar que las principales ventajas de contar con este tipo de sociedad es que tiene como objetivo especial permitir que un emprendedor tenga la oportunidad de formar su propia empresa y verla crecer,

pero sin involucrar sus patrimonios personales, sino establecer un capital definido para ello. Se separa el patrimonio de la compañía del patrimonio personal.

Estudio organizacional, estructural y funcional:

Tabla 5. *Estudio organizacional, estructural y funcional*

Datos	Descripción
Razón social	Ventanilla Delivery E.I.R.L.
Razón Comercial	Ventanilla Delivery
Slogan	Lo quieres, te lo llevamos.
Visión	Ser una empresa líder en delivery en la región Callao con el mejor servicio de atención a través de nuestra tecnología, basándonos en la puntualidad, respeto y honradez.
Misión	Atender de forma oportuna a nuestros clientes a través de nuestro servicio de delivery, brindando una alternativa tecnológica con el fin de lograr la plena satisfacción de nuestros clientes.
Valores	<ul style="list-style-type: none"> ● Responsabilidad ● Respeto ● Honradez ● Puntualidad.
Logo:	

Fuente: Elaboración propia

El siguiente organigrama funcional para el inicio de operaciones será de la siguiente manera:

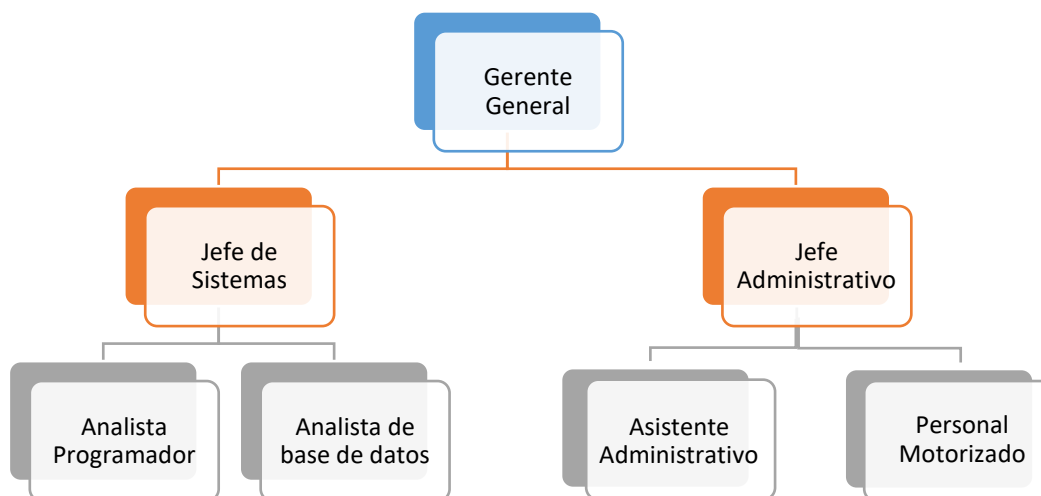


Figura 5. Organigrama funcional inicial

Gerente General: Encargado de planificar, organizar, controlar y liderar el equipo.

Jefe de Sistemas: Encargado de generar propuesta de mejora a nivel tecnológico.

Jefe Administrativo: Encargado de gestionar los acuerdos y contratos con el personal motorizado y empresas asociadas.

Analista Programador: Encargado de desarrollar e implementar las nuevas funcionalidades acordadas con el equipo de sistemas.

Analista de Base de Datos: Encargado de desarrollar e implementar nuevas funcionalidades a nivel de base de datos y realizar reportes de análisis de datos (inteligencia de negocios)

Asistente Administrativo: Encargado de realizar los trámites documentarios necesarios para la correcta difusión de información y acuerdos con nuestros motorizados y empresas asociadas.

Personal Motorizado: Personal encargado de realizar la principal actividad de la empresa, es decir, el servicio de delivery a nuestros clientes.

Luego del arrancar el negocio, se verificó que se puede disminuir el personal administrativo, ya que las funciones de algunos colaboradores podrían ser asumidos por el jefe directo y de esta manera disminuiríamos el presupuesto asignado al personal.

El organigrama funcional una vez iniciada las operaciones de la empresa será de la siguiente manera:

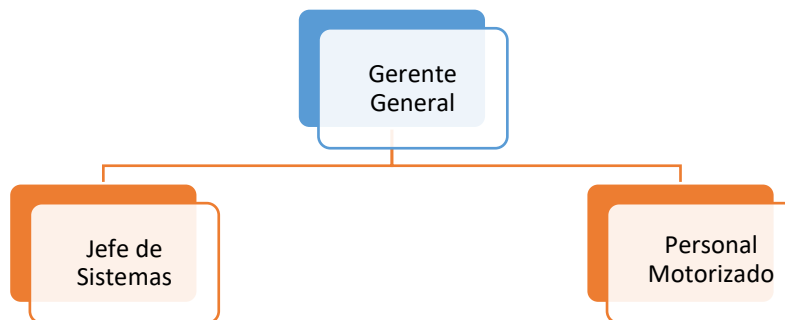


Figura 6. Organigrama funcional permanente

Gerente General: Encargado de planificar, organizar, controlar y liderar el equipo. Encargado de gestionar los acuerdos y contratos con el personal motorizado y empresas asociadas.

Jefe de Sistemas: Encargado de dar mantenimiento al aplicativo móvil y dar soporte tecnológico.

Personal Motorizado: Personal encargado de realizar la principal actividad de la empresa, es decir, el servicio de delivery a nuestros clientes.

VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

Costo del Proyecto:

Como se puede apreciar en la tabla la inversión inicial del proyecto asciende a la suma de S/ 11,200.00. En lo que concierne al capital de trabajo, este asciende a la suma de S/ 40,750.00 que cubre un periodo de operaciones de seis meses.

Tabla 6. *Inversión recursos humanos*

Inversión Recursos Humanos			
Cargo	Cantidad	Costo Inicial (Desarrollo del proyecto)	Costo Mensual
Gerente General	1	S/3,000.00	S/ 2,000.00
Jefe de Sistemas	1	S/2,000.00	S/1,000.00
Jefe Administrativo	1	S/2,000.00	-
Analista Programador	1	S/1,500.00	-
Analista de Base de datos	1	S/1,500.00	-
Asistente Administrativo	1	S/1,200.00	-
Personal Motorizado	5	-	S/ 3,750.00
Total	11	S/11,200.00	S/ 6,750.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. *Inversión tecnológica*

Inversión Tecnológica		
Tecnología	Costo	Frecuencia
Hosting	S/350.00	Anual
Dominio	S/150.00	Anual
Android Studio	-	-
MYSQL	-	-
PHP	-	-
Total	S/500.00	Anual

Fuente: Elaboración propia

Es importante detallar que en la inversión tecnológica Android Studio, MYSQL y PHP son lenguajes de programación abierto, por ende, no tiene un costo que tengamos que considerar, es gratuito.

En cuanto al capital de trabajo, se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 8. Capital de trabajo

Capital de Trabajo			
Tipo	Costo Mensual	Costo Semestral	Costo Anual
Inversión Recursos Humanos	S/ 6,750.00	S/ 40,500.00	S/ 81,000.00
Inversión Tecnológica	S/ 41.67	S/ 250.00	S/ 500.00
Total	S/ 6,791.67	S/ 40,750.00	S/ 81,500.00

Fuente: Elaboración propia

De cuadro anterior podemos apreciar que el costo mensual asciende a S/ 6,791.67 soles, el costo semestral a S/ 40,750.00 soles y el costo anual es un total de S/81,500.00 soles.

Financiamiento:

La inversión que se necesita para implementar el proyecto será financiada al 100% por el aporte del titular-gerente.

Tabla 9. Financiamiento

Fuente	% Inversión Inicial	Monto Inicial
Aporte Titular - Gerente	100%	S/ 11,700.00

Fuente: Elaboración propia

Presupuestos:

a) Presupuesto de personal

Tabla 10. Presupuesto de personal

Recursos Humanos			AÑOS		
Cargo	Cantidad	Total Mensual	2023	2024	2025
Gerente General	1	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00	S/ 24,000.00	S/ 24,000.00
Jefe de Sistemas	1	S/ 1,000.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00
Personal Motorizado	5	S/ 3,750.00	S/ 45,000.00	S/ 45,000.00	S/ 45,000.00
Total	7	S/ 6,750.00	S/ 81,000.00	S/ 81,000.00	S/ 81,000.00

Fuente: Elaboración propia

b) Presupuesto de tecnología

Tabla 11. Presupuesto de tecnología

Recursos Tecnológicos			AÑOS		
Cargo	Cantidad	Costo Anual	2023	2024	2025
Hosting	1	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00	S/ 350.00
Dominio	1	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00	S/ 150.00
Total	2	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00

Fuente: Elaboración propia

c) Presupuesto de ingresos

Tabla 12. *Presupuesto de ingresos*

Concepto	AÑOS			
	2023	2024	2025	2026
Cantidad de pedidos	9000	9000	9000	9000
Costo por pedido	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 10.00
Total Ingresos	S/ 90,000.00	S/ 90,000.00	S/ 90,000.00	S/ 90,000.00

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de ingresos está proyectado en obtener 25 pedidos diarios, al mes tendríamos 750 pedidos considerando 30 días al mes, lo que resultaría un total de 9000 pedidos al año por el costo por pedido que es de S/ 10 soles resultarían un total de ingresos de S/90,000.00 soles al año.

EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA:

Tabla 13. *Flujo de caja financiero*

Flujo de Caja Financiero				
CONCEPTO	AÑOS			
	2023	2024	2025	2026
INGRESOS	S/ 90,000.00	S/ 90,000.00	S/ 90,000.00	S/ 90,000.00
GASTOS	S/ 81,500.00	S/ 81,500.00	S/ 81,500.00	S/ 81,500.00
Presupuesto personal	S/ 81,000.00	S/ 81,000.00	S/ 81,000.00	S/ 81,000.00
Presupuesto tecnológico	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00	S/ 500.00
UTILIDAD	S/ 8,500.00	S/ 8,500.00	S/ 8,500.00	S/ 8,500.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. *VAN y TIR*

TD	10.00%			
#	Concepto	Monto	Tasa de actualización	
0	Inversión Inicial	-S/ 11,700.00	0.00	-S/ 11,700.00
1	2023	S/ 8,500.00	1.10	S/ 7,727.27
2	2024	S/ 8,500.00	1.21	S/ 7,024.79
3	2025	S/ 8,500.00	1.33	S/ 6,386.18
4	2026	S/ 8,500.00	1.46	S/ 5,805.61
			VAN	S/ 9,893.75
			TIR	62.14%

Fuente: Elaboración propia

3.6. Métodos de análisis de datos

En cuanto al análisis de datos para Hernández [et al.] (2014), donde las variables se pueden considerar numéricamente, se realizó un análisis cuantitativo utilizando métodos estadísticos para analizar los datos, probando así las hipótesis de los datos. El método de análisis de datos en este estudio es un método cuantitativo que se prueba primero y proporciona estadísticas para confirmar si la hipótesis es correcta o no.

Las encuestas fueron validadas utilizando las herramientas informáticas SPSS y Microsoft Excel, que permitirán el análisis e interpretación de los resultados de la herramienta de investigación. Los datos obtenidos para cada elemento deben describirse en una escala de recopilación de datos en términos de frecuencia y porcentaje. Sin embargo, la disponibilidad de información suficiente lleva a la necesidad de clasificar por tamaño y nivel. La puntuación consiste en determinar el rango de puntos correspondiente a cada nivel, para ello se debe conocer el número de preguntas y la escala de medición. (Carhuancho et al. 2019)

También, se utilizó la estadística descriptiva que es la parte que permite analizar todo un conjunto de datos, de los cuales se extraen conclusiones valederas, únicamente para ese conjunto. Para realizar este análisis se procede a la recolección y representación de la información obtenida. (Salazar y Del Castillo 2018)

Asimismo, la estadística inferencial la cual pretende obtener conclusiones generales de una determinada población, mediante el estudio de una muestra representativa sacada de ella, dicho de otra manera, lo que se trata es que, con el valor de los estadísticos obtenidos, podamos establecer los valores de los parámetros. Entonces podemos concluir que la estadística inferencial analiza o investiga a una población, valiéndose de los datos y resultados que se obtienen de una muestra. (Salazar y Del Castillo 2018)

3.7. Aspectos éticos

Es fundamental incluir principios éticos básicos en el diseño y la realización de investigaciones con seres humanos. Los principios de la investigación ética son universales y trascienden las fronteras geográficas, culturales, económicas, legales y políticas. (Cohen & Gómez, 2019)

Esta investigación se realiza de acuerdo con principios éticos y profesionales, en los que se cita la propiedad intelectual del autor de los libros, proyectos, tesis, revistas y demás herramientas utilizadas. Para desarrollar el proyecto se respeta que la investigación sea honesta y veraz en comparación con otros estudios.

IV.RESULTADOS

Según el estudio realizado un 36.00% manifestó que muy frecuentemente y frecuentemente ha usado alguna aplicación móvil para solicitar delivery, mientras que un 6,00% manifiesta que raramente.



Figura 7. Gráfico pregunta 1

Según el estudio realizado un 60.00% manifestó que está totalmente de acuerdo en que haya una aplicación móvil de delivery para restaurantes en su distrito, mientras que un 10,00% se manifiesta indeciso.

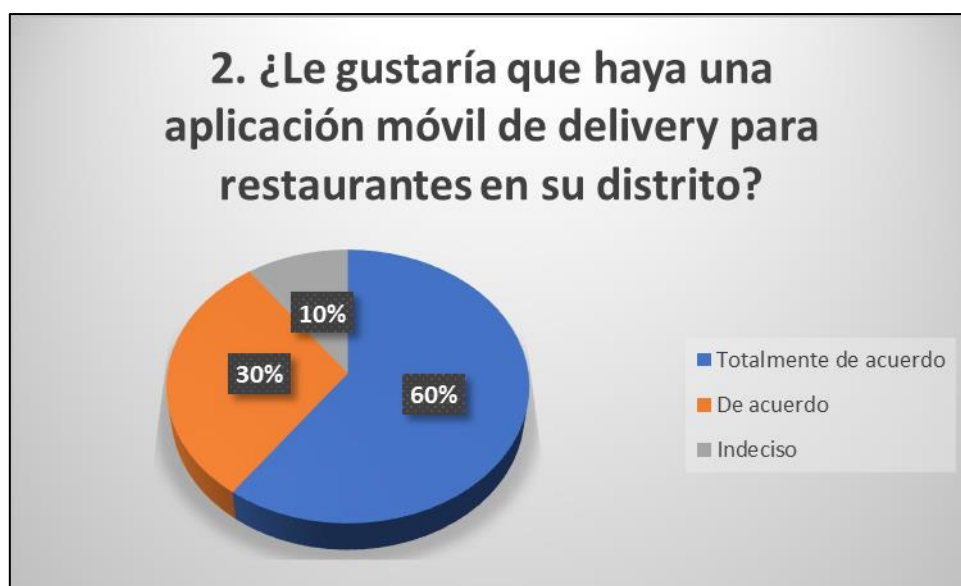


Figura 8. Gráfico pregunta 2

Según el estudio realizado un 58.00% manifestó que frecuentemente realiza consumo en restaurantes, mientras que un 5,00% raramente lo hace.



Figura 9. Gráfico pregunta 3

Según el estudio realizado un 36.00% manifestó que frecuentemente suele consumir en restaurantes por medio de delivery, mientras que un 6,00% nunca lo hace.

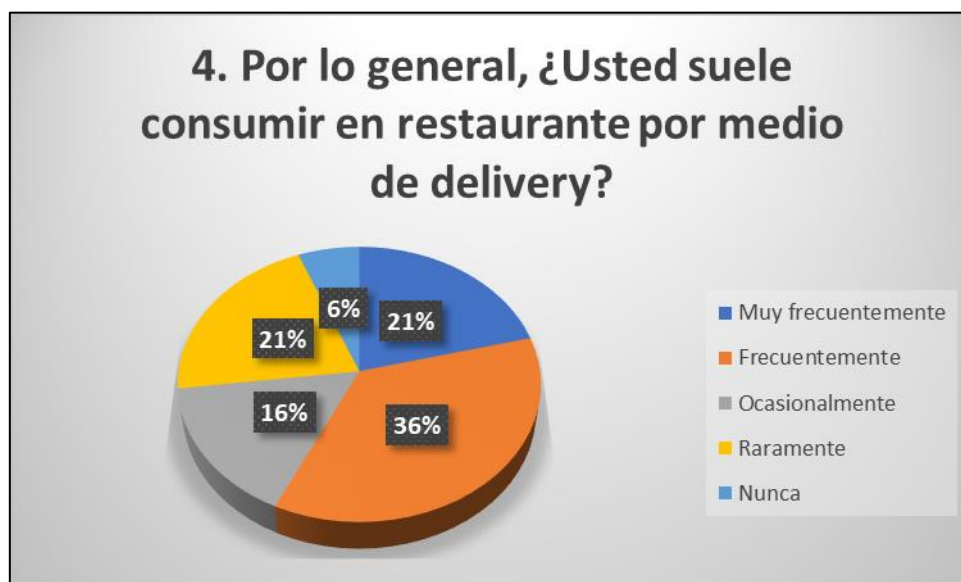


Figura 10. Gráfico pregunta 4

Según el estudio realizado un 67.00% manifestó que casi siempre es probable que use una aplicación móvil para solicitar algún pedido a un restaurante, mientras que un 7,00% usualmente no.



Figura 11. Gráfico pregunta 5

Según el estudio realizado un 49.00% manifestó que está de acuerdo y dispuesto a pagar un monto adicional por el servicio de delivery, mientras que un 11,00% se muestra indeciso.



Figura 12. Gráfico pregunta 6

Según el estudio realizado un 33.00% manifestó que pagaría por el servicio de delivery un monto de 10 soles, un 32.00% pagaría 5 soles, un 20% pagaría de 6 a 7 soles, un 10.00% pagaría entre 8 y 9 soles, y un 5% pagaría entre 11 y 12 soles.



Figura 13. Gráfico pregunta 7

Según el estudio realizado un 31.00% manifestó que le gustaría recibir información sobre la carta de los restaurantes, promociones y más por medio de Facebook, un 21.00% por medio de un aplicativo móvil, mientras que un 6% por medio de correo electrónico.



Figura 14. Gráfico pregunta 8

Según el estudio realizado un 31.00% manifestó realiza su pago al consumir en un restaurante por medio de Yape, un 26.00% por medio de tarjeta, un 21.00% por medio de efectivo, un 16.00% por medio de Plin, mientras que un 6.00% por medio de transferencia.

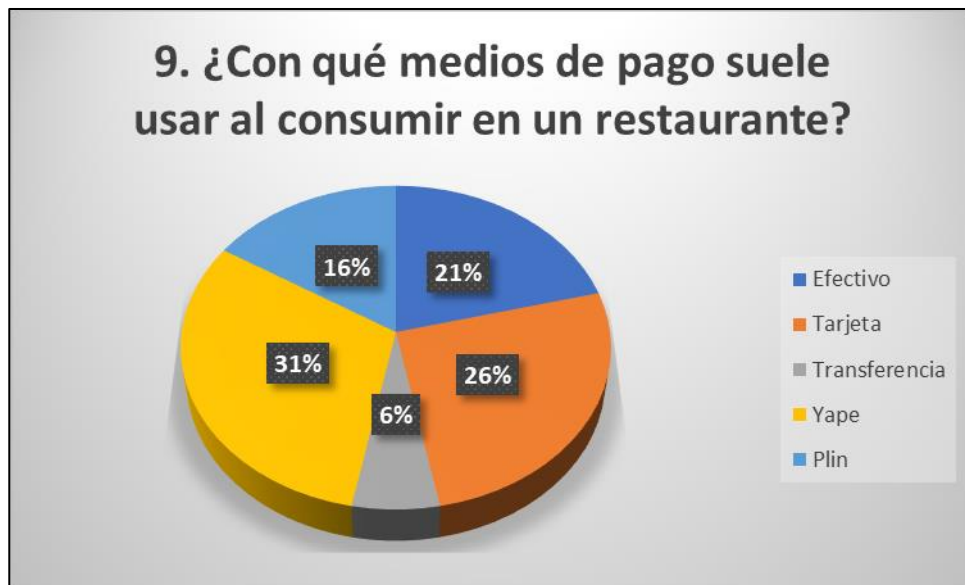


Figura 15. Gráfico pregunta 9

V. DISCUSIÓN

Los objetivos de la investigación fueron alcanzados, puesto a que sus indicadores obtuvieron mejoras considerables.

De acuerdo a la encuesta realizada se puede mencionar que un 36.00% manifestó que muy frecuentemente y frecuentemente ha usado alguna aplicación móvil para solicitar delivery, mientras que un 6,00% manifiesta que raramente. Lo que demuestra que una gran mayoría podrá hacer uso de la aplicación móvil para solicitar su delivery a los restaurantes en el distrito de Ventanilla.

Asimismo, un 60.00% manifestó que está totalmente de acuerdo en que haya una aplicación móvil de delivery para restaurantes en su distrito, mientras que el 30% se mostró de acuerdo y un 10,00% se manifiesta indeciso, lo que refleja que un 90% quisiera que se desarrolle la aplicación móvil en el distrito de Ventanilla, que significa una gran demanda.

Adicionalmente se validó que el 31.00% de clientes le gustaría recibir información sobre la carta de los restaurantes, promociones y más por medio de Facebook, un 21.00% por medio de un aplicativo móvil, un 21% por medio de whatsapp, mientras que un 6% por medio de correo electrónico. Lo que refleja que una gran mayoría le gustaría recibir información por medio de una aplicación móvil para posteriormente realizar sus pedidos a través de la misma.

También, un 58.00% manifestó que frecuentemente realiza consumo en restaurantes, un 11% frecuentemente realiza consumos, 26% ocasionalmente y 5% raramente. Lo que demuestra que la aplicación móvil tendrá una gran acogida en el distrito de Ventanilla.

Según el estudio realizado un 36.00% manifestó que frecuentemente suele consumir en restaurantes por medio de delivery, un 21% frecuentemente, un 16% ocasionalmente y un 21% raramente, mientras que un 6,00% nunca lo hace. Lo que valida que la demanda del servicio de delivery mediante el aplicativo móvil será alto.

De igual forma, el 26% y 67% indica que, casi siempre y usualmente respectivamente usan una aplicación móvil para solicitar algún pedido a un restaurante, que nos confirma el uso del aplicativo móvil de delivery.

De igual manera, un 49.00% manifestó que está de acuerdo y dispuesto a pagar un monto adicional por el servicio de delivery, mientras que un 25,00% se muestra indeciso, así como un 33.00% manifestó que pagaría por el servicio de delivery un monto de 10 soles, un 32.00% pagaría 5 soles, un 20% pagaría de 6 a 7 soles, un 10.00% pagaría entre 8 y 9 soles, y un 5% pagaría entre 11 y 12 soles. Lo que refleja que hay una gran mayoría que estaría dispuesta pagar por el servicio de delivery un monto de 10 soles en su gran mayoría.

Cabe señalar que Carrillo y Bouverie (2020) en su investigación de estudio propusieron como objetivo general evaluar la factibilidad económica y financiera de implantar una nueva empresa de reparto en la ciudad de Lima Metropolitana, como resultados obtuvieron que la tasa de crecimiento de dicho mercado se mantiene en dos dígitos, siendo muy atractiva, al igual que Correa y Figueroa (2019) que en su investigación plantean un servicio de entrega, luego de realizar un estudio de mercado concluyen que la demanda es muy atractiva, lo que concuerda con nuestra investigación donde luego de la encuesta hemos validado que la demanda del servicio de delivery a través de la aplicación móvil sería de un 93%.

Por último, un 31.00% manifestó realiza su pago al consumir en un restaurante por medio de Yape, un 26.00% por medio de tarjeta, un 21.00% por medio de efectivo, un 16.00% por medio de Plin, mientras que un 6.00% por medio de transferencia. Lo que refleja que la gran mayoría consumidores al realizar su pedido por la aplicación móvil, harían uso de pagos digitales.

VI.CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación y la discusión presentada:

Se concluye que, la aplicación móvil permitirá que los clientes de los restaurantes del distrito de Ventanilla, tengan un medio tecnológico como lo es una aplicación móvil para realizar sus pedidos, de forma rápida, segura y confiable.

Se concluye que, luego del análisis previo del estudio de mercado, viabilidad técnica, legal, organizacional, económica y financiera, se evidenció de forma clara que tendrá resultados favorables tanto en lo económico y financiero, teniendo como resultado una utilidad de 8,500 nuevos soles de manera anual, obteniendo como valor actual neto S/9,893.75 nuevos soles y como tasa interna de retorno 62.14% que demuestra que el plan de negocio es viable.

Se concluye que, los clientes están dispuestos a consumir en los restaurantes y pagar un monto por el delivery a través de una aplicación móvil, teniendo a disposición diversos medios de pagos.

Se concluye que, el plan de negocio de la creación de la app móvil "Ventanilla Delivery" resulta beneficiosa tanto para los clientes, restaurantes y creadores de la misma. Puesto que para los restaurantes tendrá un incremento en sus ventas por medio de delivery y podrá atender adecuadamente la demanda de sus clientes.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda que, este plan de negocio se replique en otros distritos con la finalidad de atender y satisfacer la demanda de los clientes de diversos restaurantes,

Se recomienda que, se implemente el servicio para otros rubros de negocio con la finalidad que tengan un medio tecnológico que les ayude en crecer en sus ventas.

Se recomienda que, se desarrolle la aplicación móvil en diversas plataformas adicionales, tales como iOS, Windows Phone, entre otros.

Se recomienda que, se realice una constante actualización de la aplicación móvil con la finalidad de satisfacer nuevas necesidades y/o requerimientos.

REFERENCIAS

- AGILA, M., VIZUETA, S. y TELLO, C., 2018. La elaboración de un Plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial. [en línea], vol. 39. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf>.
- ALFARO, S., BABASTRE, E., DOMINGUEZ, C. y GONZALES, M., 2017. *Plan de negocio para la creación de una empresa que ofrece una aplicación (App) para servicio delivery/courier* [en línea]. S.I.: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10757/655557>.
- ARIAS-GÓMEZ, J., VILLASÍS-KEEVER, M.Á. y MIRANDA-NOVALES, M.G., 2016. El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia Mexico* [en línea], vol. 63, no. 2, pp. 201-206. ISSN 00025151. DOI 10.29262/ram.v63i2.181. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>.
- ARROYO VALENCIANO, J.A., 2022. Las variables como elemento sustancial en el método científico. *Revista Educación* [en línea], vol. 46, pp. 621-631. ISSN 0379-7082. DOI 10.15517/revedu.v46i1.45609. Disponible en: <file:///C:/Users/ROBINSON/Downloads/45609-Texto del artículo-200563-1-10-20211210.pdf>.
- CARHUANCHO, I., NOLAZCO, F., SICHERI, L., GUERRERO, M. y CASANA, K., 2019. *Metodología para la investigación holística* [en línea]. Guayaquil: UIDE. ISBN 9789942363169. Disponible en: <https://n9.cl/t0s2>.
- CARRILLO, C. y BOUVERIE, J., 2020. *EMPRESA DE DELIVERY MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL , LIMA 2019* [en línea]. S.I.: Universidad San Ignacio de Loyola. Disponible en: <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8ea8064e-0764-4899-aa07-95d7ce9623fb/content>.
- CASTRO, E., ESQUIRVA, D. y SHEEN, M., 2018. *Plan de negocios para DepApp* [en línea]. S.I.: Universidad del Pacífico. Disponible en: <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2146>.
- CEFP, 2022. OFERTA Y DEMANDA GLOBAL III TRIMESTRE DE 2021. [en línea], pp. 1-7. Disponible en: <https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/boleco/2022/becefp0012022.pdf>.
- CISNEROS, A., URDÁNIGO, J., GUEVARA, A. y GARCÉS, J., 2022. Techniques and Instruments for Data Collection that Support Scientific Research in Pandemic Times. [en línea], vol. 8, pp. 1165-1185. Disponible en: [file:///C:/Users/ROBINSON/Downloads/Dialnet-TecnicasEInstrumentosParaLaRecoleccionDeDatosQueAp-8383508\(1\).pdf](file:///C:/Users/ROBINSON/Downloads/Dialnet-TecnicasEInstrumentosParaLaRecoleccionDeDatosQueAp-8383508(1).pdf).
- COHEN, N. y GÓMEZ, G., 2019. *Metodología de la investigación, ¿Para qué?* [en línea]. 1. Buenos Aires: s.n. ISBN 9789877231908. Disponible en: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf.

- CORREA, R. y FIGUEROA, B., 2019. *Plan De Negocio: Servicio Delivery Por Conveniencia «2Go»* [en línea]. S.I.: Universidad de Piura. Disponible en: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4233/MDE_1906.pdf?sequence=2&isAllowed=y.
- DE LA CUBA, C., MAXIMILIANO, L. y SAAVEDRA, R., 2018. *Plan de negocio para la implementación de un servicio de entrega de comida saludable* [en línea]. S.I.: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Disponible en: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623565/De la Cuba_bc.pdf?sequence=16&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623565/De%20la%20Cuba_bc.pdf?sequence=16&isAllowed=y).
- ENGIDAW, A.E., 2022. Small businesses and their challenges during COVID - 19 pandemic in developing countries : in the case of Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* [en línea], vol. 3, pp. 1-14. ISSN 2192-5372. DOI 10.1186/s13731-021-00191-3. Disponible en: <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00191-3>.
- ESPINOZA, K. y SANDOVAL, J., 2021. *Plan de Negocios de Servicio de Conexión por aplicativo móvil – TAXI AMIGA* [en línea]. S.I.: Universidad ESAN. Disponible en: https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2379/2021_MAFDC_18-1_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- GALLEGO RAMOS, J.R., 2018. Building the theoretical framework of a research study. *Cadernos de Pesquisa* [en línea], vol. 48, no. 169, pp. 830-854. ISSN 19805314. DOI 10.1590/198053145177. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/cp/a/xpbhxtDHLrGHfLPthJHQNwK/?format=pdf&lang=es>.
- GÓMEZ, A., CERRADA, R. y RANGEL, R., 2018. Validez del Material Educativo de un Programa De Educación Ambiental- Sanitario No Formal. *Educere* [en línea], vol. 22, no. 71, pp. 131-152. ISSN 1316-4910. Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/356/35656002011/35656002011.pdf>.
- HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C. y BAPTISTA, P., 2014. *Metodología de la investigación*. 6. México: s.n. ISBN 9781456223960.
- IENI, 2022. Actividad de restaurantes creció en 29,28% durante diciembre del año 2021. [en línea]. Lima, 21 febrero 2022. Disponible en: <http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-025-2022-inei.pdf>.
- LOZANO, V., 2021. Delivery, una efectiva herramienta de abastecimiento en pandemia. *Diario El Peruano* [en línea]. [Consulta: 30 marzo 2022]. Disponible en: <https://elperuano.pe/noticia/114976-delivery-una-efectiva-herramienta-de-abastecimiento-en-pandemia>.
- MAURIOLA, C., 2019. *Plan de negocio de una app de comprensión lectora para la atención de la demanda, Chiclayo* [en línea]. S.I.: Universidad César Vallejo. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47715/Mauriola_HCE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- OTZEN, T. y MANTEROLA, C., 2017. Sampling techniques on a population study. *International Journal of Morphology* [en línea], vol. 35, no. 1, pp. 227-232. ISSN 0717-9502. DOI 10.4067/S0717-95022017000100037. Disponible en: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>.
- PUETATE, G. y IBARRA, J.L., 2020. *Aplicaciones Móviles Híbridas* [en línea]. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. ISBN 978-9978-375-54-9. Disponible en: <https://www.pucesi.edu.ec/webs2/wp-content/uploads/2021/02/Aplicaciones-Móviles-Híbridas-2020.pdf>.
- QUYEN, C.T.M., 2019. *Business Plan for a grocery shopping application in Finland* [en línea]. S.l.: Hame University Of Applied Sciences. Disponible en: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/261718/Quyen.Cao.BNI16.Final.Thesis.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.
- REYES, F., GÓMEZ, J., VÁSQUEZ, R. y CHÁVEZ, H., 2021. Servicio de Entrega: Tendencia de Hábitos y Consumo de Comida Mediante el uso de Aplicaciones Móviles. *European Scientific Journal ESJ* [en línea], vol. 17, no. 4. ISSN 18577881. DOI 10.19044/esj.2021.v17n4p96. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Helen-Chavez/publication/348863416_SERVICIO_DELIVERY_TENDENCIA_DE_HABITOS_Y_CONSUMO_DE_COMIDA_MEDIANTE_EL_USO_DE_APLICACIONES_MOVILES/links/6029f819299bf1cc26c7edfe/SERVICIO-DELIVERY-TENDENCIA-DE-HABITOS-Y-CONSUMO-DE-C.
- SALAZAR, C. y DEL CASTILLO, S., 2018. *Fundamentos básicos de estadística* [en línea]. 1. Ecuador: s.n. ISBN 9789942306166. Disponible en: [http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13720/3/Fundamentos Básicos de Estadística-Libro.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13720/3/Fundamentos_Básicos_de_Estadística-Libro.pdf).
- SÁNCHEZ, H., REYES, C. y MEJÍA, K., 2018. *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística* [en línea]. 1. Lima: Bussiness Support Aneth S.R.L. ISBN 9786124735141. Disponible en: <http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1480/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- SORNOZA, M., SOTO, D. y MOSCOSO, A., 2021. Comportamiento de los millennials frente al servicio de delivery del sector de restaurantes en tiempos de pandemia. [en línea], vol. 42, no. 19, pp. 50-64. DOI 10.48082/espacios-a21v42n19p05. Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a21v42n19/a21v42n19p05.pdf>.
- SOTO, K. y BERENZ, G., 2020. *Desarrollo de un plan de negocios para aplicación móvil: APP de punto de venta para PYMES en Lima* [en línea]. S.l.: Universidad de Piura. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11042/4895>.
- SUÁREZ, P., 2011. Curso de Metodología de la Investigación. Población de estudio y muestra. [en línea], pp. 36. Disponible en: http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_poblacion%26muestra.pdf.
- SUCASAIRE, J., 2022. *Orientación para la selección y el cálculo del tamaño d*

ela muestra de investigación [en línea]. 1. Lima: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú. ISBN 9786120075470. Disponible en: http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3096/1/Orientaciones_para_seleccion_y_calculo_del_tamaño_de_muestra_de_investigacion.pdf.

TRILLO, G., 2018. *Plan de Negocios para la Implementación de un Aplicativo de Servicios Domésticos para Amas de Casa en Lima* [en línea]. S.l.: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Disponible en: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623980/Trillo_RG.pdf?sequence=12&isAllowed=y.

ZAMBRANO, J., 2021. *Plan estratégico 2022 – 2025, para la empresa Open the Box* [en línea]. S.l.: Universidad Santo Tomás. Disponible en: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/37669/2021JairoZambrano.pdf?sequence=1>.

ZUÑE, L. y CRIOLLO, S., 2019. *Plan de negocio de una App de interacción con recicladores para la atención de la demanda, Chiclayo* [en línea]. S.l.: Universidad César Vallejo. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/49831/Zuñe_BLD-Criollo_VSY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia

Plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022

Problema General	Objetivo General	Variables	Metodología
<p>PG: ¿Será viable un plan de negocios de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?</p>	<p>OG Determinar la viabilidad del plan de negocios de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.</p>	<p style="text-align: center;">Plan de Negocio</p> <p>Población P: La población a estudiar serán los clientes de los restaurantes y negocios gastronómicos del distrito de Ventanilla</p> <p>Muestra M: La muestra para este estudio incluyó 100 clientes de los restaurantes y negocios gastronómicos de Ventanilla.</p>	<p>Tipo de investigación Investigación Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación Nivel Descriptivo</p> <p>Nivel de Investigación Diseño no experimental</p>
Problemas Específicos	Objetivo Específicos		
<p>PE1: ¿Cuáles son las características del estudio del mercado de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?</p> <p>PE2: ¿Cuáles son las características de la viabilidad técnica de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?</p> <p>PE3: ¿Cuáles son las características de la viabilidad legal y organizacional de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?</p> <p>PE4: ¿Cuál será la viabilidad económica y financiera de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022?</p>	<p>OE1: Elaborar el estudio del mercado de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.</p> <p>OE2: Establecer la viabilidad técnica de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.</p> <p>OE3: Establecer la viabilidad legal y organizacional de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.</p> <p>OE4: Determinar la viabilidad económica y financiera de un plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022.</p>		

Anexo 02: Encuesta

1. ¿Ha usado alguna aplicación móvil para solicitar delivery?
 - a. Muy frecuentemente
 - b. Frecuentemente
 - c. Ocasionalmente
 - d. Raramente
 - e. Nunca
2. ¿Le gustaría que haya una aplicación móvil de delivery para restaurantes en su distrito?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
3. ¿Con que frecuencia realiza consumo en un restaurante?
 - a. Muy frecuentemente
 - b. Frecuentemente
 - c. Ocasionalmente
 - d. Raramente
 - e. Nunca
4. Por lo general, ¿Usted suele consumir en restaurante por medio de delivery?
 - a. Muy frecuentemente
 - b. Frecuentemente
 - c. Ocasionalmente
 - d. Raramente
 - e. Nunca
5. ¿Qué tan probable es que usted use una aplicación móvil para solicitar algún pedido a un restaurante?
 - a. Casi siempre verdad
 - b. Usualmente verdad
 - c. Ocasionalmente verdad

- d. Usualmente no verdad
 - e. Casi nunca verdad
6. ¿Estaría usted dispuesto(a) a pagar un monto adicional por el servicio de delivery?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
7. ¿Qué monto pagaría por el servicio de delivery?
- a. 5
 - b. 6 - 7
 - c. 8 -9
 - d. 10
 - e. 11-12
8. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre la carta de los restaurantes, promociones y más?
- a. Aplicación móvil
 - b. Facebook
 - c. Instagram
 - d. WhatsApp
 - e. Correo
9. ¿Con qué medios de pago suele usar al consumir en un restaurante?
- a. Efectivo
 - b. Tarjeta
 - c. Transferencia
 - d. Yape
 - e. Plin

Anexo 03: Validación de Instrumento

Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable "Plan de Negocio"

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DEFINIR DIVERSAS ETAPAS							
1	Estudio de mercado	x		x		x		
2	Viabilidad técnica	x		x		x		
3	Viabilidad legal y organizacional	x		x		x		
4	Viabilidad económica y financiera	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. **Dr/ Mg: De La Cruz De La Cruz Hugo Rafael**.....
 DNI:.....08638600.....

Especialidad del validador :Ingeniero
 Industrial.....

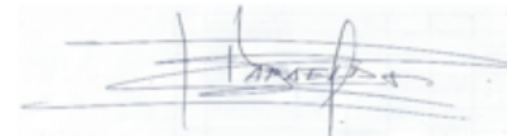
¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima 21.de julio del 2022.....



Firma del Experto Informante.

Anexo 03: Validación de Instrumento

Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable "Demanda"

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	CONSUMO PUBLICO							
1	¿Ha usado alguna aplicación móvil para solicitar delivery ?	x		x		x		
2	¿Le gustaría que haya una aplicación móvil de delivery para restaurantes en su distrito?	x		x		x		
3	¿Con qué frecuencia realiza consumo en un restaurante?	x		x		x		
4	Por lo general, ¿Usted suele consumir en restaurante por medio de delivery ?	x		x		x		
5	¿Qué tan probable es que usted use una aplicación móvil para solicitar algún pedido a un restaurante?	x		x		x		
6	¿Estaría usted dispuesto(a) a pagar un monto adicional por el servicio de delivery ?	x		x		x		
7	¿Qué monto pagaría por el servicio de delivery ?	x		x		x		
8	¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre la carta de los restaurantes, promociones y más?	x		x		x		
9	¿Con qué medios de pago suele usar al consumir en un restaurante?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr/ Mg: De La Cruz De La Cruz Hugo Rafael**.....
DNI: 08638600.....

Especialidad del validador:.....Ingeniero
Industrial.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima 21 de julio de 2022.....



Firma del Experto Informante.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, TRUJILLO VALDIVIEZO GUIDO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Plan de negocio de una aplicación móvil de delivery para la atención de la demanda en el distrito de Ventanilla, 2022", cuyo autor es HERNANDEZ TANTA MARIA DEL PILAR, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 15 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
TRUJILLO VALDIVIEZO GUIDO DNI: 25570359 ORCID 0000-0002-3019-6599	Firmado digitalmente por: GTRUJILLOT el 23-07- 2022 16:51:46

Código documento Trilce: TRI - 0345547