

**VIABILIDAD DE USO DE UNA APP COMO HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA
LA GESTIÓN DE SERVICIOS A DOMICILIOS A ESTABLECIMIENTOS QUE
OFRECEN SERVICIOS GASTRONÓMICOS EN EL PUERTO DEL MUNICIPIO
SABANAGRANDE – ATLÁNTICO**

EVELIO LUIS SANJUANELO OSPINO



**UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
FACULTAD DE INGENIERÍAS
ESPECIALIZACIÓN EN INGENIERÍA DE SOFTWARE
BARRANQUILLA**

2020

**VIABILIDAD DE USO DE UNA APP COMO HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA
LA GESTIÓN DE SERVICIOS A DOMICILIOS A ESTABLECIMIENTOS QUE
OFRECEN SERVICIOS GASTRONÓMICOS EN EL PUERTO DEL MUNICIPIO
SABANAGRANDE – ATLÁNTICO**

EVELIO LUIS SANJUANELO OSPINO

PROYECTO DE GRADO

*Presentado como requisito de grado para optar al título de Especialista en
Ingeniería de Software*

Director

M.Sc Ing. Enrique Martelo López

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR

FACULTAD DE INGENIERÍAS

ESPECIALIZACIÓN EN INGENIERÍA DE SOFTWARE

BARRANQUILLA

2020

Agradecimientos

A Dios, Gloria in excelsis Deo.

A mis padres Evelio Sanjuanelo Reales y Delma Ospino Muñoz, por su apoyo.

A mis hermanos, mi esposa y mi hija, por entender mi ausencia y apoyarme en cada instante a enfrentar mis retos.

A mis asesores Jonathan Ruiz Rangel, Enrique Martelo y Karina Jiménez Vega, por su acompañamiento, por brindarme su conocimiento y orientación.

Gracias a todos

Contenido

1. Tema:.....	5
2. Título.....	7
3. Identificación (Descripción) y formulación del problema	7
4. Justificación del problema y/o de la propuesta	9
5. Objetivos de la investigación y/o del proyecto	10
5.1 Objetivo General:	10
5.2 Objetivos específicos:.....	10
6. Marco referencial / Teórico / Conceptual.....	11
6.2 La App:.....	11
6.3 Ventajas de las Apps:.....	12
6.4 Desventajas de las Apps:	13
6.5 Apps para domicilios:	14
7. Metodología	15
7.1 Tipo de Investigación.....	15
7.2 Métodos de Investigación	16
7.3 Imagen - Encuesta	17
7.4 Gráficas de la Encuesta - Preguntas	18
7.4.1 ¿Cuántos domicilios realizan semanalmente?	18
7.4.2 ¿Manejas internet de banda ancha dentro del negocio?	18
7.4.3 ¿Cuál es el porcentaje de comisión que le brindas a intermediarios?.....	19
7.4.4 ¿Conoces los aplicativos, Rappi y Ifood?.....	19
7.4.5 ¿Tienes disponible para tu negocio un computador o Tablet?.....	20
7.4.6 ¿Usarías una App para ofrecer los servicios de tu restaurante?.....	20
7.4.7 ¿Tiene servicio de domicilio en tu restaurante?	21
7.4.8 ¿De las ventas que realiza cuantas son por domicilio?	21
7.4.9 ¿De las ventas que realiza cuantas son en sitio?.....	22
7.4.10 ¿El domicilio tiene costo?.....	22
7.5 Diagrama genera del proceso de pedidos a domicilios.....	23
8. Conclusiones.....	24
9. Bibliografía.....	25

1. Tema:

La tecnología ha evolucionado constantemente en los últimos tiempos, lo cual ha venido reemplazando los canales clásicos de comunicación por sistemas amigables para todas las personas que cuentan con un Smartphone. Un estudio publicado por eMarketer nos informa que en Latinoamérica Brasil es el país que lidera en el uso de las APPS mientras “Colombia es el cuarto país de Latinoamérica en consumo de aplicaciones móviles, De acuerdo con la agencia de investigación de mercado digital BrandStart y Nestquest” (1). Igualmente, en la publicación se hace hincapié en que los colombianos específicamente el 88% normalmente utiliza con regularidad aquellas apps que hacen parte de las redes sociales, invirtiendo 9,3 horas mensuales (unos 20 minutos diarios) en visitar dichas redes.

El año 2020 fue crucial para la historia del mundo, la pandemia ha afectado todos los aspectos que conciernen al ser humano, la educación, la familia, la salud pública, la forma de recrearse y la economía principalmente, tanto que la mayoría de las naciones a nivel mundial están implementado diversas estrategias que sopesan la catástrofe que surgió, es por ello que el ser humano optimizo el uso de la tecnología, convirtiéndola en un aliado que acerca los procesos que anteriormente solo se realizaban de forma presencial pero ahora tenemos; las teleconsultas, las clases virtuales y los diferentes mercados a nivel global y local virtualizados, con el fin de intentar sostenerse y no desaparecer por la pandemia.

El Covid-19 se ha convertido en un reto para que las empresas logren mantenerse en el mercado, pero al mismo tiempo se ha transformado en un escenario demasiado particular para la transformación de los diferentes negocios existentes, un gran ejemplo de esto es solicitar comida a domicilio lo cual no es nuevo, desde mucho tiempo antes que existieran las aplicaciones móviles, el colombiano utilizaba el teléfono para pedir el domicilio, y actualmente también hacen los domicilios por las app, que facilitan otros canales comerciales consumo.

En Colombia existen cuatro Apps, que han presentado un alto indicador de crecimiento y que actualmente compiten por ingresar al mercado de las principales ciudades del país, que son: Domicilios.com, Rappi, I Food Colombia y Uber Eats; las cuales según en el artículo publicado por la revista Forbes.co en su sección de tecnología “El servicio a domicilio se volvió fundamental tras el coronavirus donde dan a conocer que las plataformas de comercio

electrónico han crecido en promedio 300% durante la pandemia por coronavirus (Covid-19), especialmente las entregas a domicilio, de insumos directos y hasta alimentos para mascotas” (2).

Por el contrario, estas Apps no tienen cobertura en algunos municipios de Colombia, especialmente en Sabanagrande municipio del Atlántico, que se encuentra a 20 kilómetros de Barranquilla y con una cantidad de 31.678 de habitantes. Cuya economía principalmente de los restaurantes, se encuentra estancada al no contar con este tipo de herramientas digitales que pueden aumentar las ventas.

Con el presente estudio se pretende determinar la viabilidad de uso de una App para la gestión de servicios a domicilios para los establecimientos que ofrecen servicios gastronómicos en el puerto del río del municipio Sabanagrande – Atlántico.

2. Título

VIABILIDAD DE USO DE UNA APP COMO HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA LA GESTIÓN DE SERVICIOS A DOMICILIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN SERVICIOS GASTRONÓMICOS EN EL PUERTO DEL MUNICIPIO SABANAGRANDE – ATLÁNTICO

3. Identificación (Descripción) y formulación del problema

Previo a la pandemia producida por el Covid19, el sector de la gastronomía, y según la revista Dinero “Estaba conformaban 700.000 trabajadores directos, en su mayoría mujeres, un (1) millón indirectos y otro millón se estimaba que lo movía la informalidad, que alcanza el 80% del sector a través de 73.000 establecimientos. Solo 17.000 son formales y se integran en franquicias, grupos, cadenas, restaurantes, panaderías, cafeterías y pastelerías.” (3) era uno de los sectores con buena proyección con respecto a los indicadores financieros que ayudaban a equilibrar la economía del país ya que se encuentra dentro de las políticas de la economía naranja abanderada por el estado colombiano.

Actualmente según “La Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres), a la fecha al menos 22.000 de los 99.000 restaurantes que funcionan en territorio colombiano han tenido que cerrar definitivamente sus establecimientos en estos dos últimos meses y de los 700.000 empleos directos formales que genera la industria de restaurantes el sector ya perdió 169.000, siendo uno de los sectores más afectados. Lo cual se ha convertido en un desafío lleno de incertidumbre, desde que el Gobierno Nacional anunciara las diferentes medidas para evitar la propagación del covid-19” (4). Este es uno de los sectores donde se logró evidenciar de forma inmediata el gran efecto negativo en la economía por parte de la pandemia.

“Después del cierre total decretado por el gobierno de Colombia hasta el final de mayo, los establecimientos obtuvieron la autorización de reabrir bajo la condición de no recibir a los clientes en sus locales, por lo que muchos restaurantes hoy en día tomaron la iniciativa de la venta de comida para llevar y domicilios, como también variar sus servicios de acuerdo con las necesidades de las personas y bajar un poco los precios para adaptarse” (4) teniendo en cuenta las políticas de salud pública decretada por el gobierno nacional para mitigar la propagación de

la pandemia los restaurantes les toco cambiar de la atención presencial a domicilio con el objetivo de poder continuar brindando sus servicio.

“La virtualidad aparece ahora cómo el salvavidas del gremio gastronómico, aunque si bien es cierto que en Colombia la venta de comida a domicilio estaba ya bastante desarrollada, muchos restaurantes de gama alta no ofrecían esta posibilidad. La Covid-19 les obligo a reinventarse, como es el caso del restaurante franco-colombiano Sauvage. Victor Lanz, el chef francés, lo describe como "gastronómico, de tipo neobistro basado en la experiencia con el servicio, el ambiente, la atmósfera del lugar con cocina abierta. Y era comida al minuto, se cocinaba en el momento, se ensamblaba y se comía de una vez". Un tipo de servicio que según el chef solo se puede disfrutar sentado en el lugar. Pero después de dos meses de cierre, les tocó reinventarse.”

(4) El sector gastronómico pudo visibilizar en la virtualidad un aliado estratégico para poder innovar y sacar sus negocios adelante, a través, del uso de las apps.

“Hemos repensado totalmente el concepto para lanzar un restaurante virtual 'Sauvage to go', que es como un fast-food premium con los mismos proveedores de productos orgánicos y pesca artesanal, pero para llevar a casa.” (4)

“La tecnología tiene como objetivo cambiar la forma de comunicarse, facilitar y/o mejorar la calidad de vida de las personas que hacen uso de ella, es por ello que se busca desarrollar la App **Retsabana**, con el propósito de crear canales comerciales que ofrezcan ventajas como, disminución de costos, posicionamiento comercial y aumento de ingresos económicos a los establecimientos que ofrecen servicios gastronómicos en el puerto del municipio de Sabanagrande – Atlántico, al poder expandir su nicho de mercado y atender a más clientes o darle otra opción de servicio a los clientes recurrentes.” (1) A través de la tecnología y de la App Retsabana brindar a los establecimientos gastronómicos del municipio de ubicados en el puerto de Sabanagrande una nueva alternativa de poder llegar a nuevos clientes y así aumentar sus ventas.

Es por ello por lo que nos cuestionamos:

¿Podemos adaptar a los establecimientos gastronómicos del puerto, del municipio de Sabanagrande – Atlántico a usar los servicios tecnológicos de una App para la gestión de domicilios y que ofrezcan estos servicios a sus clientes a través de esta plataforma?

4. Justificación del problema y/o de la propuesta

El municipio de Sabanagrande – Atlántico, no es ajeno a la crisis financiera por la cual está atravesando todo el mundo, debido a la pandemia del coronavirus, debido a que dicho municipio el servicio gastronómico que ofrecen los establecimientos comerciales asentados alrededor del Puerto de Río es una de las principales fuentes de ingresos y de empleabilidad con cuenta.

Muchos de estos establecimientos gastronómicos disminuyeron notablemente sus ingresos al tener que cerrar sus puertas desde que el ministerio de protección social y de salud decretó las políticas de salud pública para mitigar el número de contagios por parte del covid-19 y por consiguiente participando en la contribución de los índices de desempleo en el municipio, ya que se generó una reacción en cadena con los demás sectores que indirectamente o directamente contribuyen a la sostenibilidad económica de este sector, como lo es servicio transporte, específicamente las moto taxi, que es el medio de transporte más concurrente que utilizan los comensales para llegar al Puerto de Río y poder disfrutar de la diversidad de los platos típicos de la región que ofrecen sus restaurantes.

Desde a mediados de junio del presente año, los restaurantes de Sabanagrande – Atlántico, al igual que muchos a nivel nacional, volvieron a reabrir sus puertas para la atención al público, pero esta vez conforme a los protocolos de bioseguridad establecidos en los decretos de orden municipal y nacional, con el objetivo de garantizar la salud y tranquilidad del cliente y de los trabajadores del restaurante. Pero que hasta el momento la reactivación económica no ha sido lo esperado y se estima según los propietarios de estos que dicha reactivación no será a corto plazo, razón por la cual los propietarios de los restaurantes junto con la administración municipal, han planteado estrategias para mitigar el impacto negativo de la economía del municipio, como por ejemplo: dar plazos en los pagos de los impuestos municipales con el objetivo de no sobrecargar con gastos administrativos a los establecimientos gastronómicos, pero como tal no son estrategias enfocadas a la reactivación económica, sino, para mitigar del impacto negativo que este pueda tener.

Es por eso que se propone, el determinar la viabilidad de uso de una App que ofrezca los servicios de gestión de domicilios entre clientes y los establecimientos que ofrecen servicios gastronómicos en el puerto del municipio Sabanagrande - Atlántico, y que a través de su uso pueda lograr aumentar las ventas a domicilio, ya que muchas personas por temor de un posible contagio de coronavirus, prefieren disfrutar de la comida que ofrecen estos establecimientos

comerciales, desde la comodidad y seguridad de su casa, por tal motivo, se utilizará como canal de distribución los servicios de transporte de los moto taxista y de esta manera a través de la App propuesta se estarían ejecutando estrategias asertivas, ya que se estarían involucrando todos los sectores que actúan directa o indirectamente en el sector gastronómico del municipio.

5. Objetivos de la investigación y/o del proyecto

5.1 Objetivo General:

Determinar la viabilidad de uso de una App que ofrezca los servicios de gestión de domicilios entre clientes y los establecimientos que ofrecen servicios gastronómicos en el puerto del municipio Sabanagrande - Atlántico.

5.2 Objetivos específicos:

- Determinar si los establecimientos pueden presupuestar una comisión por venta para la App.
- Validar la conectividad con servicios de ancha banda dentro de los establecimientos de comercio.
- Conocer la cantidad de domicilios realizados semanalmente en los establecimientos.
- Conocer si los establecimientos de comercio están familiarizados con herramientas tecnológicas como canal de comunicación para la prestación de servicios a domicilios.

6. Marco referencial / Teórico / Conceptual

El presente estudio se fundamenta en:

6.2 La App:

El término “App” proviene del inglés application y se refiere a software de aplicaciones, básicamente programas que se instalan en un dispositivo móvil y que realizan funciones concretas de ámbito personal o profesional. Es por esto por lo que el objetivo de una App es facilitarnos la consecución de tareas específicas y/o asistirnos en operaciones y gestiones del día a día. Las aplicaciones web permiten tener de forma oportuna cualquier información, bien o servicio que requieran.

Las primeras aplicaciones móviles datan de finales de los 90s, estas eran lo que conocemos como la agenda, arcade games, Los editores de ringtone, etc., cumplían funciones muy elementales y su diseño era bastante simple. Teniendo en cuenta estos procesos se hizo necesario que cada día las Apps se volviesen mucho más específicas y especializadas. La evolución e innovaciones se presentaron igualmente en varios dispositivos digitales como los celulares y tablets, por ende, las tecnologías WAP y transferencia de data (EDGE) incursionaron de manera significativa a través enérgico desarrollo.

“Las Apps son por tanto programas dirigidos fundamentalmente a Smartphone y tabletas y caracterizados por ser útiles, dinámicos, fáciles de instalar (unos pocos clicks) y sencillos de manejar. Algunas de ellas dependen de Internet para funcionar (por ejemplo, las asociadas a redes sociales, las noticias, la información meteorológica, etc.). Dependiendo de su origen, las Apps se pueden descargar de diferentes lugares, aunque normalmente suele hacerse en las tiendas virtuales (App Store), que se encuentran en Internet y a las que, a través de algunos dispositivos móviles, se puede acceder de forma directa desde el menú principal. Un punto importante de las Apps y del acceso para conseguirlas es su precio.” (5) Las App se han convertido en la herramienta digital que facilitan el canal comercial que las personas puedan acceder y conseguir de forma rápida y segura cualquier servicio o bien que requieran de forma oportuna.

“La temática de las Apps puede ser infinita: noticias, juegos, comunicación, comerciales, redes sociales, mensajería instantánea, deportes, salud y dietas, entretenimiento, idiomas, lenguaje, fotografías y cualquier ámbito que se le pueda ocurrir a la mente humana. Las más descargadas suelen ser las de comunicación, correo y redes sociales. 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. Gracias a ello las aplicaciones empiezan a contribuir de forma significativa a la economía de los países y regiones y a generar empleo de alta cualificación, por lo que los Gobiernos y los organismos internacionales han puesto sus ojos en ellas.” (5) Actualmente las Apps hacen parte fundamental de la economía global, ya que son usadas como mecanismos de transferencias financieras, abanderándolas como grandes contribuyentes en la economía de sus países de origen y grandes generadoras de empleabilidad.

“En los últimos años, el número de aplicaciones descargadas viene creciendo de manera exponencial, así como el tiempo que les dedican los usuarios. 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.” (5) debido a la pandemia del covid19 las apps se han convertido en las principales protagonistas como parte de solución a la adquisición de bienes o servicios o información que anteriormente solo se hacían de forma presencial, razón por la cual han logrado incrementar sus indicadores financieros.

6.3 Ventajas de las Apps:

- *Beneficiosas:* “Permiten tener acceso al correo, a las noticias, a la mensajería, música, tiempo, etc. Por lo tanto, se ha convertido en imprescindible y muy conveniente utilizar el móvil como herramienta complementaria, además, las aplicaciones son más prácticas y veloces que los navegadores y las webs.” (6) Las apps son herramientas digitales diseñadas para hacer de forma simple y fácil, las operaciones a través de los dispositivos móviles.
- *Menos costosa/ asequible/ sin conexión*

- *Experiencia atractiva:* “Ofrecen un acceso completo al dispositivo, en software y hardware.” (6) Las apps se han convertido en parte integral de los Smartphone.
- *Facilidad para realizar compras:* “las aplicaciones facilitan y agilizan este tipo de operaciones de compraventa. En general radican en la simplicidad de su uso, así como la inmediatez y cercanía en el acceso a la información o a determinados servicios. También, muchos comercios consiguen potenciar sus líneas de productos y realizar promociones especiales gracias a las Apps móviles.” (6) Las apps son fuentes generadoras de ingresos, debido que en la actualidad muchos negocios se han trasladados a la virtualidad para impulsar sus bienes o servicios, llegando de esta manera a nuevos mercados sin tener que incurrir en gastos directos o indirectos si lo hicieran de forma presencial.
- *“Productivas a nivel empresarial:* Las aplicaciones móviles permite acceder tanto a documentos y herramientas de la empresa, como a servicios de mensajería y correo electrónico que facilitan la comunicación de los empleados, mejorando el flujo de información y el cumplimiento de objetivos, favoreciendo un crecimiento de la productividad en el día a día de la empresa y un ahorro de costes de mantenimiento.”(6) Las app esta diseñadas para la optimización de las empresas ya sea en su parte administrativa como productiva, ya que ofrecen información de forma oportuna y veraz cuando esta sea requerida.
- *“Canales directos:* Las aplicaciones móviles permiten tener un canal directo para realizar notificaciones o realizar gestiones sencillas de forma inmediata.” (6) En la actualidad las App se han convertido en el medio más eficaz para poder contar de forma asertiva para poder hacer cualquier operación o consulta.

6.4 Desventajas de las Apps:

- “Su distribución depende de tiendas en línea (Apple Store, Play Store, etc)
- Debe ser descargada e instalada en los smartphones.
- Es necesario descargar las actualizaciones.
- Una aplicación ocupa un espacio en tu dispositivo.

- Requiere de mayor capital, humano y económico”. (7) Las apps, como cualquier invento hecho por el hombre presentan desventajas pero que son más las ventajas que estas ofrecen.

6.5 Apps para domicilios:

“Las Apps son una de las principales aliadas para los consumidores en medio de la cuarentena porque les evita salir de casa y que se generen aglomeraciones en las grandes superficies, facilitando la llegada de diferentes productos a la puerta del hogar.” (8) Hoy en día este tipo de aplicaciones se han tornado de uso obligatorio en los restaurantes, para poder seguir prestando sus servicios y no ver tan afectada su economía.

Según la más reciente medición de Mobimetrics.co, “Realizada durante la primera semana de julio y en la que a través de la aplicación móvil Mobijob 600 consumidores entregaron su testimonio, Rappi fue la más usada, con un porcentaje de 61%.” (8), Rappi es una de las apps más utilizadas en Colombia para la entrega de domicilios.

“A esta, le siguió en uso la App de Domicilios.com, con 26%; iFood, con 17%; Uber Eats, con 12%; y Merqueo, con 10%. Entre tanto, 26% de los encuestados señaló que no usa ninguna de las plataformas incluidas en la medición.” (8) En Colombia estas apps se encuentran compitiendo por el primer lugar en cada una de las ciudades principales

“Por ciudades, Bogotá es la que presentó un mayor porcentaje de uso de Rappi (67%), seguida de Cali (61%), Barranquilla (55%) y Medellín (48%), zona del país que presentó el mayor índice de no uso de alguna de las Apps mencionadas.” (8) En este informe estadísticos se puede evidenciar el crecimiento que ha tenido la app Rappi en las principales ciudades de Colombia.

“La encuesta resaltó que las categorías más solicitadas a través de estas plataformas son las comidas de los restaurantes afiliados a las aplicaciones, con 82% de preferencia. El listado lo completan los mercados y víveres, con 41%; los licores y bebidas alcohólicas, con 21%; la compra de medicamentos, con 21%; y la ropa y calzado, con 8% de uso.” (8) A través del presente análisis se puede evidenciar que el sector gastronómico es el que tiene mayor demanda en el uso de las apps.

En conclusión, según informe realizado por el diario de larepublica.com, comenta que “Los colombianos están comprando en internet o Apps y dejando el miedo. Esta oportunidad promovió los descuentos y las compras en línea, eso ha mejorado y se ha aumentado el uso de todas estas plataformas.” (8) Las personas han podido ir superando el miedo de las compras por internet, teniendo en cuenta el número de app y las cifras de las transferencias financieras que están mueven a diario.

7. Metodología

En este capítulo se da a conocer el diseño metodológico utilizado en el desarrollo de la investigación, con lo cual se busca determinar la viabilidad de uso de una App que ofrezca los servicios de gestión de domicilios entre clientes y los establecimientos que ofrecen servicios gastronómicos en el puerto del municipio Sabanagrande - Atlántico.

7.1 Tipo de Investigación

El estudio se halla enmarcado en una investigación de tipo cuantitativo, “de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio” (25). Por ello para efectuar diversos estudios enmarcados en lo cuantitativo deben estar fundamentados en una teoría que debe estar construida por ser de carácter deductivo.

“La metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.” (26) Debido a esto en este estudio realizaremos una serie de recolección de datos, a través, de encuestas a los establecimientos gastronómicos ubicados en el puerto de río del municipio de Sabanagrande – Atlántico. “En este sentido, el método cuantitativo de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico”. Este método investigativo nos permitirá analizar de manera estadística si los

establecimientos están preparados para dar el paso al uso de nuevas tecnologías, como en este caso es el uso de la App para la gestión de sus domicilios.

7.2 Métodos de Investigación

Los métodos de investigación utilizados en este estudio son la encuesta y el análisis de datos discriminados de la siguiente manera:

- **Encuesta:** “Las encuestas están diseñadas para legitimar el comportamiento y la confianza de los encuestados. Con mayor frecuencia, las preguntas de escala de calificación constituyen el grueso de las encuestas cuantitativas, ya que ayudan a simplificar y cuantificar la actitud o el comportamiento de los encuestados.” (9). En este estudio se utilizó la encuesta como método de investigación debido a su efectividad comprobada para realizar el proceso de recopilación de la información.
- **Análisis de datos:** son datos que se puede medir y verificar, que nos dan información que puede ser medida y escrito con números.

FASES DE LA METODOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
Fase 1	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los establecimientos gastronómicos ubicados en el puerto de rio del municipio de Sabanagrande - Atlántico - Realizar las encuestas a los restaurantes y clientes - Análisis estadísticos de datos iniciales. - Análisis y desarrollo de la App <i>Retsabana</i>
Fase 2 *	Implementación y puesta en marcha de la App <i>Retsabana</i>
Fase 3 *	Encuesta sobre el uso, desventajas, beneficios de la App <i>Retsabana</i>
Fase 3 *	Análisis de resultados

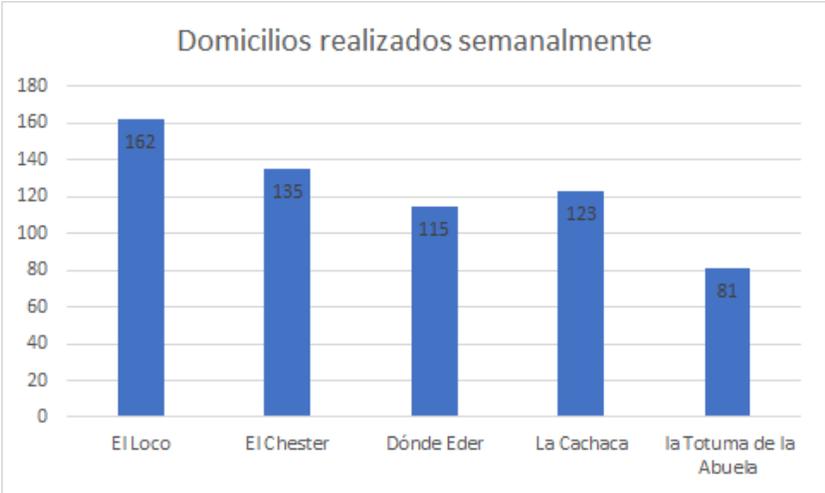
* Esta fase no está contemplada en este caso de estudio.

7.3 Imagen - Encuesta

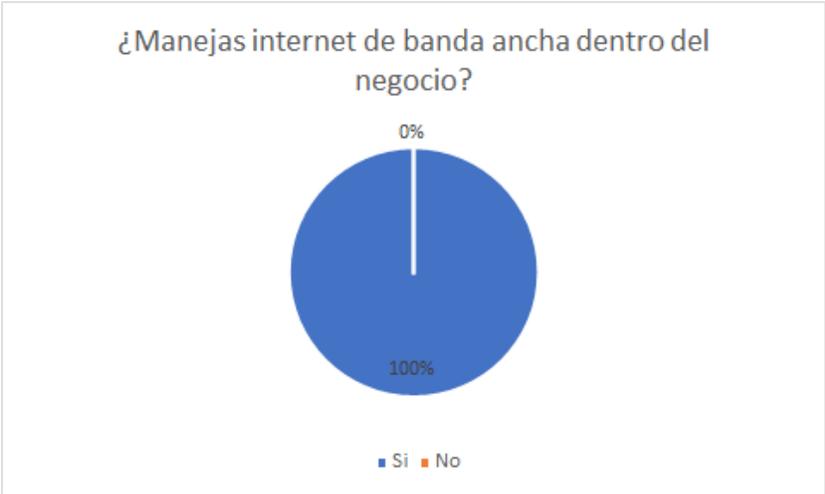
Item	Preguntas	El Loco	El Chester	Dónde Eder	La Cachaca	la Totuma de la Abuela	Promedio o %	Observación
1	¿Cuántos domicilios realizan semanalmente?	162	135	115	123	81	126	El 70% de los pedidos se generan entre el Viernes y el Domingo
2	¿Cuál es el porcentaje de comisión que le brindas a intermediarios?	15%	18%	10%	10%	12%	15%	Sólo el restaurante El Chester tiene intermediario para venta de almuerzos ejecutivos. El porcentaje colocado para los demás restaurantes corresponden al valor que estarían dispuesto pagar de comisión a la plataforma.
3	¿Manejas internet de banda ancha dentro del negocio?	Si	Si	Si	Si	Si	100%	
4	¿Conoces los aplicativos, Rappi y ifood?	Si	Si	Si	Si	No	80%	
5	¿Tienes disponible para tu negocio un computador o Tablet?	Si	Si	Si	Si	No	80%	
6	¿Usaria app para ofrecer tus servicios gastronomicos de tu restaurante	Si	Si	Si	Si	Si	100%	
7	¿Cual es le mecanismo que utiliza para atender la solicitud de domicilios (wsp, celular..)?	Whatsapp	Whatsapp	Whatsapp	Whatsapp	Whatsapp	100%	
8	¿Tiene servicio de domicilio en tu restaurante?	Si	Si	Si	Si	Si	100%	Todos los establecimientos usan whatsapp para gestionar sus pedidos de domicilios
9	¿De las ventas que realiza cuantas son por domicilio?	50%	50%	50%	80%	80%	62%	Los porcentajes son aproximados ya que estos restaurantes no están sistematizadas y no cuentan con información precisa.
10	¿De las ventas que realiza cuantas son en sitio?	50%	50%	50%	20%	20%	38%	Los porcentajes son aproximados ya que estos restaurantes no están sistematizadas y no cuentan con información precisa.
11	¿El domicilio tiene costo?	Si	Si	Si	Si	Si	100%	Los domicilios cercanos al establecimiento no tienen costo. Actualmente no cuentan con domiciliarios propios, por lo que el encargado de las entregas son personas ejerciendo la labor de moto taxi.
12	¿Quien asume el costo (Restaurante o el cliente)?	El Cliente	El Cliente	Los domicilios cercanos al establecimiento no tienen costo. Actualmente no cuentan con domiciliarios propios, por lo que el encargado de las entregas son personas ejerciendo la labor de moto taxi.				

7.4 Gráficas de la Encuesta - Preguntas

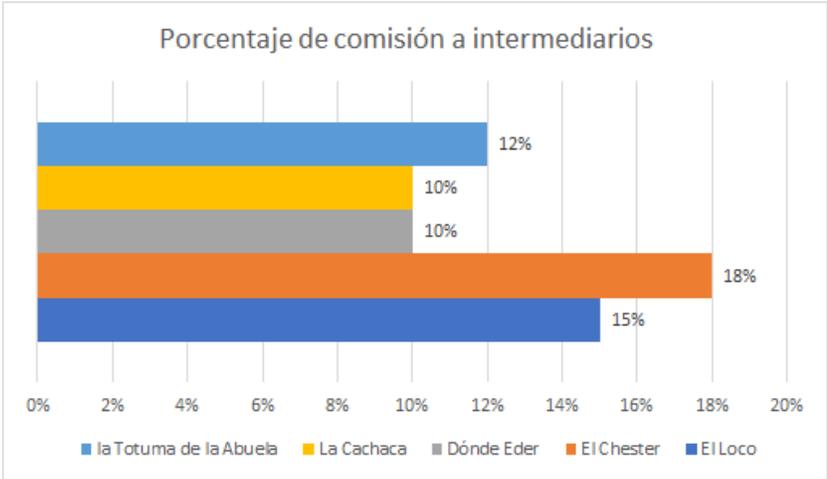
7.4.1 ¿Cuántos domicilios realizan semanalmente?



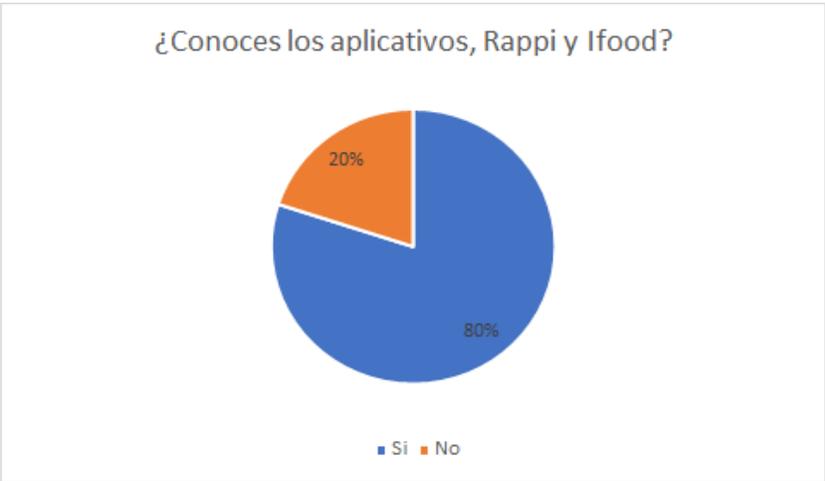
7.4.2 ¿Manejas internet de banda ancha dentro del negocio?



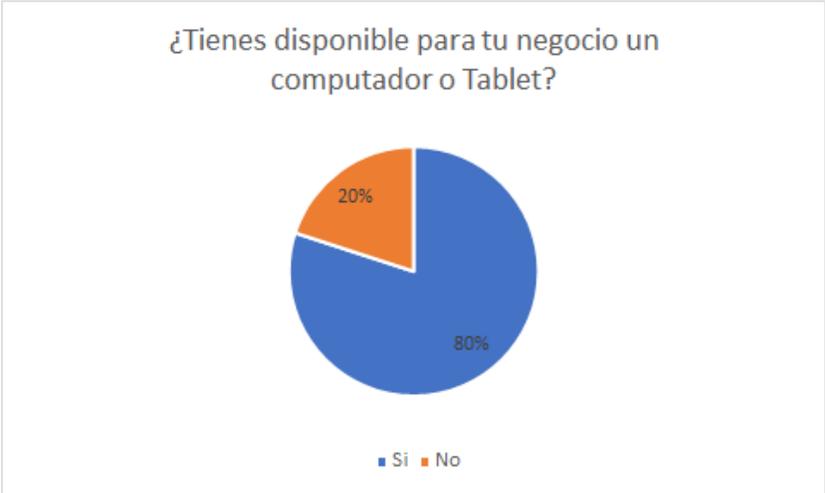
7.4.3 ¿Cuál es el porcentaje de comisión que le brindas a intermediarios?



7.4.4 ¿Conoces los aplicativos, Rappi y Ifood?



7.4.5 ¿Tienes disponible para tu negocio un computador o Tablet?



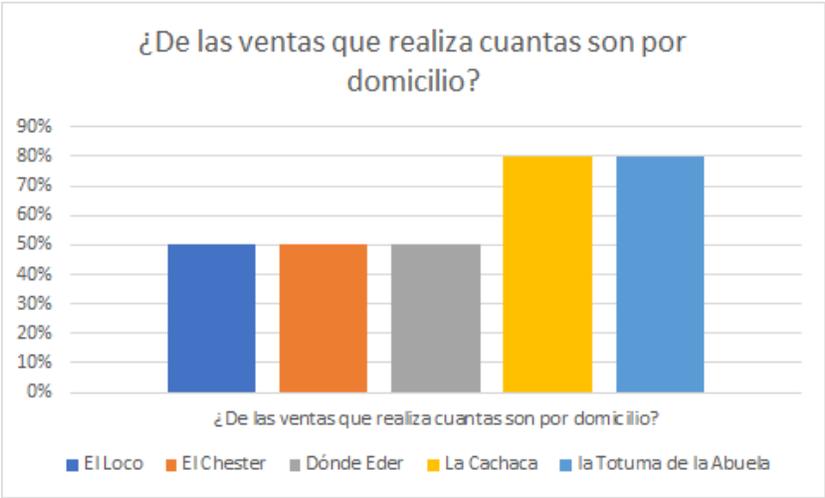
7.4.6 ¿Usarías una App para ofrecer los servicios de tu restaurante?



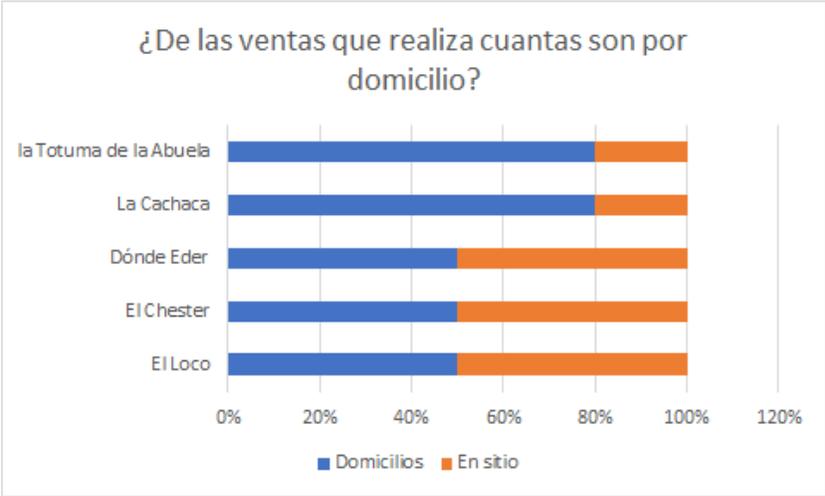
7.4.7 ¿Tiene servicio de domicilio en tu restaurante?



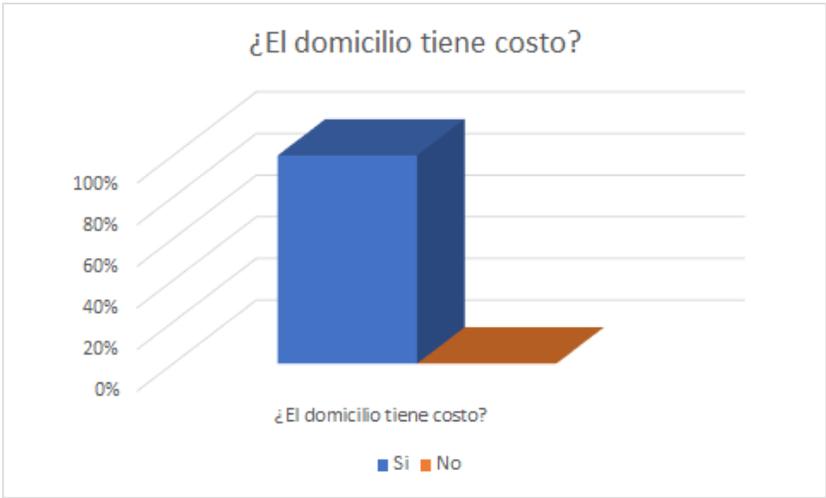
7.4.8 ¿De las ventas que realiza cuantas son por domicilio?



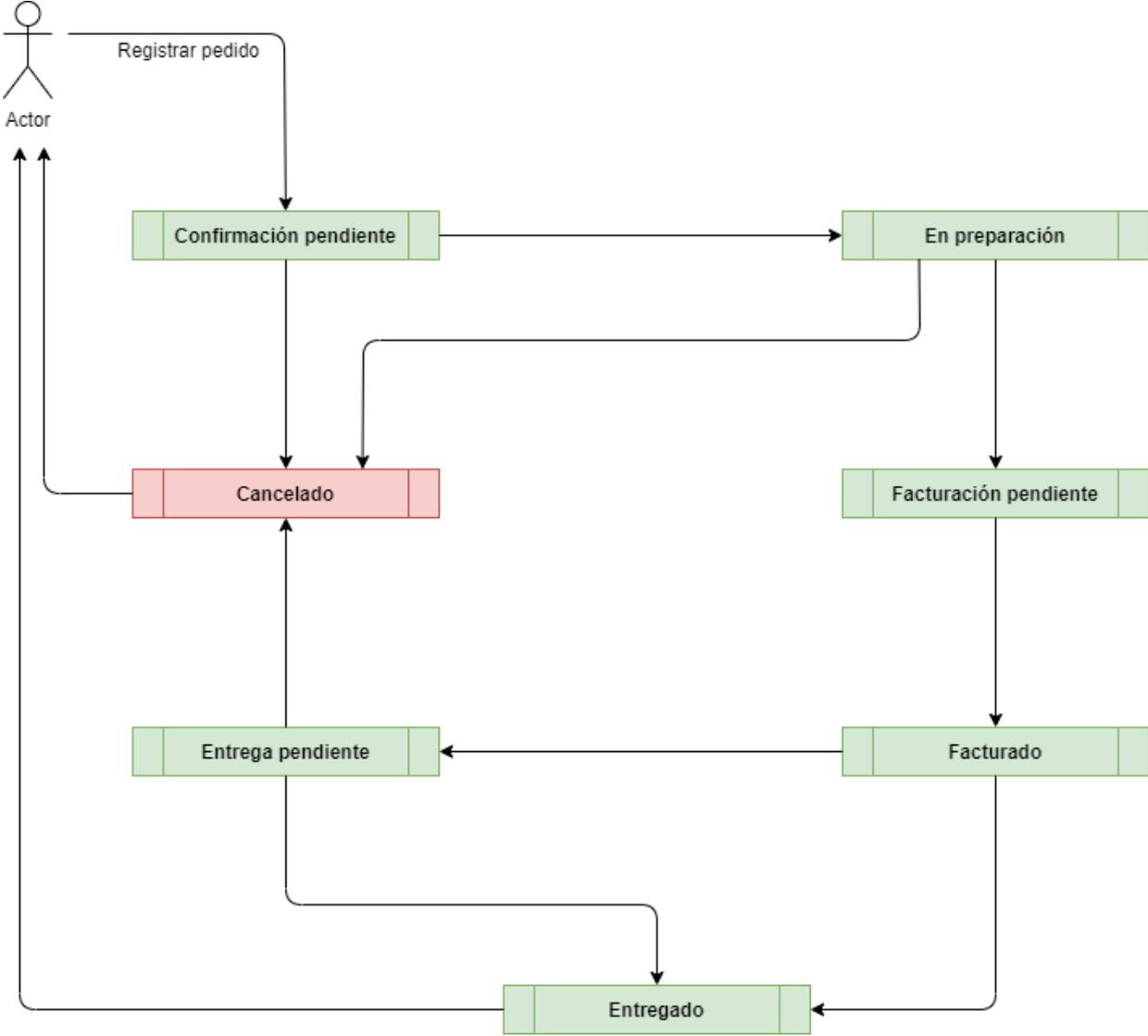
7.4.9 ¿De las ventas que realiza cuantas son en sitio?



7.4.10 ¿El domicilio tiene costo?



7.5 Diagrama general del proceso de pedidos a domicilios



8. Conclusiones

Podemos concluir con la investigación realizada que los restaurantes del sector se encuentran totalmente familiarizadas con este tipo de Apps, y a su vez, este tipo de plataformas en los municipios puede hacer un cambio de transformación digital, tal como ocurrió en las principales ciudades el país cuando empezaron estos proyectos de innovación. Teniendo como variante que hoy día los restaurantes están obligados a vender sus productos sin mantener personal en sus establecimientos, por lo que los domicilios se convierten en su principal aliado más por obligatoriedad que por opción. Esto también es posible debido los programas del gobierno (MINTIC) para brindar servicios de alta velocidad 100% en los municipios del atlántico, ya que la conectividad era uno de los principales problemas para iniciar este tipo de proyectos en estas zonas.

9. Bibliografía

- (1) <https://www.institucionalcolombia.com/top-de-las-4-mejores-aplicaciones-para-pedir-comida-a-domicilio-en-colombia/>
- (2) <https://forbes.co/2020/05/29/tecnologia/el-servicio-a-domicilio-se-volvio-fundamental-tras-el-coronavirus/>
- (3) <https://www.dinero.com/empresas/articulo/restaurantes-en-colombia-y-el-impacto-de-la-cuarentena/287316>
- (4) <https://www.france24.com/es/20200606-lucha-restaurantes-crisis-covid19-colombia>
- (5) <https://www.informeticplus.com/que-es-una-app>
- (6) <https://www.factoriacreativabarcelona.es/blog/ventajas-y-desventajas-de-las-aplicaciones-moviles/>
- (7) <https://blog.agendize.com/es-mx/aplicacion-movil-ventajas-y-desventajas>
- (8) <https://www.larepublica.co/internet-economy/estas-son-las-aplicaciones-de-domicilios-mas-usadas-en-medio-de-las-cuarentenas-3035947>
- (9) <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-cuantitativos/>
- <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/80482:Apps-co-llega-a-departamentos-de-la-region-Amazonica>

- <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Ministerio/Viceministerio-de-Conectividad/5293:MinTIC-entrega-mas-aplicaciones-moviles-al-servicio-de-los-ciudadanos>
- <https://revistaj.pe/estilo-de-vida/las-apps-en-tiempos-de-coronavirus>
- https://investiga.banrep.gov.co/es/dtser_288
- <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/ATLANTICO/MUNICIPIOS/SABANAGRANDE/SABANAGRANDE.htm>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Sabanagrande_\(Atl%C3%A1ntico\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Sabanagrande_(Atl%C3%A1ntico))
- <https://www.elheraldo.co/redes-sociales/10-aplicaciones-que-facilitan-la-vida-en-medio-de-la-crisis-726524>
- <https://www.webfindyou.com.co/blog/consumo-de-aplicaciones-moviles-en-colombia/>
- <https://www.institucionalcolombia.com/4-razones-para-que-usted-utilice-las-apps-de-comida-para-aumentar-las-ventas-de-su-restaurante/>
- <https://www.institucionalcolombia.com/top-de-las-4-mejores-aplicaciones-para-pedir-comida-a-domicilio-en-colombia/>
- <https://www.institucionalcolombia.com/4-razones-para-que-usted-utilice-las-apps-de-comida-para-aumentar-las-ventas-de-su-restaurante/>
- <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/coronavirus-restaurantes-colombianos-que-han-cerrado-por-la-pandemia-513100>

- <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/crisis-en-los-restaurantes-de-colombia-por-causa-de-la-pandemia-del-coronavirus-514658>
- <https://www.eltiempo.com/colombia/restaurantes-en-crisis-por-coronavirus-488820>
- <https://www.elheraldo.co/atlantico/extienden-aislamiento-en-cuatro-municipios-del-atlantico-732129>
- <https://es.ryte.com/wiki/App>
- <https://www.ceupe.com/blog/aplicaciones-moviles-tipos-ventajas-e-inconvenientes.html>
- <http://alejandruplicacionesmoviles.blogspot.com/2015/08/>
- <https://cretuaplicacion.com/ventajas-desventajas-apps/>
-
- https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html
-
- <https://investigaliacr.com/investigacion/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cuantitativa/#:~:text=Los%20principales%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n,datos%20obtenidos%20de%20fuentes%20secundarias.>