

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA  
TOULOUSE LAUTREC**



**APLICATIVO MÓVIL QUE PERMITE UBICAR  
RESTAURANTES CON PRECIOS ACCESIBLES PARA PERSONAS  
CON BAJOS RECURSOS ECONÓMICOS EN LIMA  
METROPOLITANA**

Tesis para obtener el título de licenciado en Dirección y Diseño  
Gráfico

**AUTORES:**  
**HUGO LEOPOLDO ESCALANTE TRESIERRA**  
(0000-0002-4195-536X)

Asesor  
**JONATAN FREDDY SAYAN CHUMBIRIZO**  
(0000-0002-3436-5249)

Lima-Perú  
**Marzo 2023**

## PAPER NAME

Tesis para obtener el t%**C3**%A**D**tulo profesional en Direcci%**C3**%B**3**n y Dise%**C3**%B**1**o Gr%**C3**%A**1**fico - Hugo Leopoldo Escalante Tresierra.pdf

## AUTHOR

-

## WORD COUNT

**6221 Words**

## CHARACTER COUNT

**36044 Characters**

## PAGE COUNT

**42 Pages**

## FILE SIZE

**2.2MB**

## SUBMISSION DATE

**Mar 27, 2023 8:40 PM GMT-5**

## REPORT DATE

**Mar 27, 2023 8:40 PM GMT-5**

● **22% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 20% Internet database
- 4% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 14% Submitted Works database

## ● 22% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 20% Internet database
- Crossref database
- 14% Submitted Works database
- 4% Publications database
- Crossref Posted Content database

### TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	<b>repositorio.tls.edu.pe</b> Internet	5%
2	<b>renati.sunedu.gob.pe</b> Internet	2%
3	<b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> Internet	1%
4	<b>lacienciadejaun.com</b> Internet	1%
5	<b>Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2022-12-17</b> Submitted works	<1%
6	<b>slideshare.net</b> Internet	<1%
7	<b>Universidad Global del Cusco S.A.C. on 2021-09-13</b> Submitted works	<1%
8	<b>researchgate.net</b> Internet	<1%

9	<b>repositorio.uladech.edu.pe</b>	Internet	<1%
10	<b>Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD on 2020-07-13</b>	Submitted works	<1%
11	<b>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas on 2022-07-14</b>	Submitted works	<1%
12	<b>es.scribd.com</b>	Internet	<1%
13	<b>repositorio.utp.edu.pe</b>	Internet	<1%
14	<b>revistas.unal.edu.co</b>	Internet	<1%
15	<b>Universidad de Guayaquil on 2023-03-09</b>	Submitted works	<1%
16	<b>estudiosdemograficosyurbanos.colmex.mx</b>	Internet	<1%
17	<b>repositorio.usmp.edu.pe</b>	Internet	<1%
18	<b>repositorio.une.edu.pe</b>	Internet	<1%
19	<b>Universidad Nacional San Agustin on 2018-01-15</b>	Submitted works	<1%
20	<b>bibliotecaunlz.com.ar</b>	Internet	<1%

21	<b>coursehero.com</b>	Internet	<1%
22	<b>Universidad Catolica De Cuenca on 2019-11-11</b>	Submitted works	<1%
23	<b>repository.unab.edu.co</b>	Internet	<1%
24	<b>Universidad de Alicante on 2022-05-13</b>	Submitted works	<1%
25	<b>upc.aws.openrepository.com</b>	Internet	<1%
26	<b>core.ac.uk</b>	Internet	<1%
27	<b>repositorio.autonoma.edu.pe</b>	Internet	<1%
28	<b>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas on 2014-11-28</b>	Submitted works	<1%
29	<b>journaltocs.ac.uk</b>	Internet	<1%
30	<b>Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec on 2022-12-19</b>	Submitted works	<1%
31	<b>editoracriacao.com.br</b>	Internet	<1%
32	<b>mejorconsalud.as.com</b>	Internet	<1%

33	<b>doaj.org</b>	Internet	<1%
34	<b>es.slideshare.net</b>	Internet	<1%
35	<b>ingcesarduque.wordpress.com</b>	Internet	<1%
36	<b>repositorio.uta.edu.ec</b>	Internet	<1%
37	<b>www1.hcdn.gov.ar</b>	Internet	<1%
38	<b>Universidad EAN on 2022-06-26</b>	Submitted works	<1%
39	<b>bibliotecadigital.udea.edu.co</b>	Internet	<1%
40	<b>buscador.una.edu.ni</b>	Internet	<1%
41	<b>paginas.ufm.edu</b>	Internet	<1%
42	<b>1library.co</b>	Internet	<1%
43	<b>Corporación Universitaria del Caribe on 2021-06-09</b>	Submitted works	<1%
44	<b>Problema Anuario de Filosofía y Teoría del Derecho. "Revista completa...</b>	Crossref	<1%

45	<b>Universidad Internacional SEK on 2023-02-11</b> Submitted works	<1%
46	<b>Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC on 2023-03-25</b> Submitted works	<1%
47	<b>hdl.handle.net</b> Internet	<1%
48	<b>repositorio.ug.edu.ec</b> Internet	<1%
49	<b>worldwidescience.org</b> Internet	<1%
50	<b>mrso-mon.ru</b> Internet	<1%
51	<b>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas on 2022-03-01</b> Submitted works	<1%

## **Dedicatoria**

Esta investigación está dedicada a los miembros de mi familia: Hugo Hermes Escalante Díaz, Violeta Haide Tresierra Aguilar, Violeta del Carmen Escalante Tresierra, Guisella Nini Escalante Tresierra, Walter Michael Alarcón Muñoz, y especialmente a mi sobrino Ignacio Andrés Alarcón Escalante, me impulsas a seguir adelante sin importar lo duro o complicado que se pongan las cosas, por ti se que puedo llegar más lejos.



## Tabla de contenido

Resumen .....	7
Abstract .....	8
Capítulo I: El Problema .....	9
1.1 Planteamiento del Problema .....	9
1.2 Preguntas de investigación .....	10
1.2.1 Pregunta general .....	10
1.2.2 Preguntas específicas .....	10
1.3 Objetivos de Investigación .....	10
1.3.1 Objetivo general.....	10
1.3.2 Objetivos específicos .....	10
Capítulo II: Marco Teórico .....	11
2.1 Mapa de Literatura .....	11
2.2 Antecedentes de Investigación.....	12
2.3 Desarrollo de la Perspectiva Teórica.....	14
Capítulo III: Metodología .....	17
3.1 Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo.....	17
3.2 Diseño de Investigación .....	17
3.3 Operacionalización de Variables.....	18
3.4 Consentimiento Informado.....	19
3.5 Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos.....	20
Capítulo IV: Resultados.....	21
4.1 Análisis de Resultados .....	21
4.2 Discusión de Resultados .....	32
4.3 Recomendaciones .....	33

Referencias.....	34
Anexos .....	36

## Lista de Tablas

**Tabla 1** *Operacionalización de la Variable: Aplicativo móvil* .....18

**Tabla 2** *Operacionalización de la Variable: Restaurantes de venta de “menú del día”* .....19

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa de la literatura de los principales aspectos de los restaurantes de venta de “menú del día” y los aplicativos móviles .....	11
<i>Figura 2.</i> Mapa de la literatura de los factores de los restaurantes de venta de “menú del día” y los aplicativos móviles .....	12
<i>Figura 3.</i> Sexo de los participantes .....	21
<i>Figura 4.</i> Rango de edad de los participantes .....	22
<i>Figura 5.</i> Posesión de un Smartphone .....	22
<i>Figura 6.</i> Familiarización con los aplicativos móviles en el día a día .....	23
<i>Figura 7.</i> Aplicativos más frecuentes .....	23
<i>Figura 8.</i> Sensación que dan los aplicativos .....	24
<i>Figura 9.</i> Percepción de la facilidad de los aplicativos actuales .....	24
<i>Figura 10.</i> Facilidad para la vida de los participantes .....	25
<i>Figura 11.</i> Frecuencia del uso de aplicativos de restaurantes .....	25
<i>Figura 12.</i> Aplicativos dirigidos a sectores de bajos recursos económicos .....	26
<i>Figura 13.</i> Apoyo a sectores de bajos recursos económicos por medio de aplicativo .....	26
<i>Figura 14.</i> Recomendación de aplicativo móvil .....	27
<i>Figura 15.</i> Frecuencia de los participantes en los restaurantes .....	27
<i>Figura 16.</i> Restaurantes con “menú del día” .....	28
<i>Figura 17.</i> Uso del servicio “menú del día” .....	28
<i>Figura 18.</i> Variedad de platillos del servicio “menú del día” .....	29
<i>Figura 19.</i> Atención de los camareros .....	29
<i>Figura 20.</i> Sabor de los platillos .....	30
<i>Figura 21.</i> Costo del servicio “menú del día” .....	30
<i>Figura 22.</i> Experiencia con el “menú del día” .....	31

<i>Figura 23. Comodidad para sectores de bajos recursos económicos</i> .....	31
<i>Figura 24. Recomendación del “menú del día”</i> .....	32

## **Resumen**

La presente investigación propone el desarrollo de un aplicativo móvil enfocado en restaurantes que cuenten con la opción del “menú del día” en Lima Metropolitana con el objetivo de otorgar a los sectores de bajos recursos económicos la facilidad de localizar opciones más accesibles y de calidad. El objetivo de la investigación es recabar información sobre el uso de celulares y aplicativos móviles en la sociedad, como también la experiencia que personas hayan tenido en restaurantes que cuenten con “menú del día” para analizarla y formular ideas que puedan ser de ayuda al desarrollo del aplicativo móvil y sus componentes.

Esta investigación ha aplicado el uso de encuestas simples dirigidas a personas que frecuentan restaurantes con “menú del día” y conocimiento sobre celulares y aplicativos de restaurantes de entre 18 a 70 años para poder desarrollar la propuesta de diseño del aplicativo móvil.

Los resultados de las encuestas demostraron lo común que es la posesión de un smartphone, la sencillez con la que se puede utilizar, como han facilitado la vida en los tiempos actuales, y el alto interés y el apoyo en los aplicativos móviles que puedan ser de ayuda a los sectores de bajos recursos económicos, así como también el amplio conocimiento de restaurantes con “menú del día” en la población, lo común que es llevarse una buena experiencia con el menú y la accesibilidad que ofrecen los menús de la mayoría de restaurantes.

La propuesta plantea un aplicativo móvil fácil de usar, eficaz y con diseño sencillo teniendo como base los participantes de las encuestas y los usuarios al que va dirigido el producto, con esto se busca ayudar a los sectores de bajos recursos económicos a localizar los restaurantes, visualizar los horarios, el contenido, calidad y el rango de precios de sus menús.

**Palabras clave:** Aplicativo, Menú, Económico, Restaurantes, Accesibilidad.

## **Abstract**

This research proposes the development of a mobile application focused on restaurants that have the "menu del día" option in Metropolitan Lima with the aim of giving low-income sectors the facility to locate more accessible and quality options. The objective of the research is to gather information on the use of cell phones and mobile applications in society, as well as the experience that people have had in restaurants that have a "menu del día" to analyze it and formulate ideas that can help development. of the mobile application and its components.

This research has applied the use of simple surveys aimed at people who frequent restaurants with "menu del dia" and knowledge about cell phones and restaurant applications between 18 and 70 years old in order to develop the mobile application design proposal.

The results of the surveys showed how common the possession of a smartphone is, the simplicity with which it can be used, how they have made life easier in current times, and the high interest and support in mobile applications that can be of use. helps low-income sectors, as well as the wide knowledge of restaurants with "menu del dia" in the population, how common it is to have a good experience with the menu and the accessibility offered by the menus of most restaurants .

The proposal proposes a mobile application that is easy to use, effective and with a simple design based on the participants of the surveys and the users to whom the product is directed, with this it seeks to help low-income sectors to locate restaurants, view the schedules, content, quality and price range of their menus.

**Keywords:** Application, Menu, Economic, Restaurant, Accessibility.

## **Capítulo I: El Problema**

En el presente capítulo se indicarán las características, análisis y conclusiones sobre las familias de bajos recursos ante la reducida posibilidad de acceder a servicios óptimos de comida y como los restaurantes con opción al “menú del día” pueden convertirse en una alternativa viable y funcional.

### **1.1.Planteamiento del Problema**

La llegada del COVID-19 ha significado muchas cosas para la humanidad, entre ellas las pérdidas, no solo de vidas humanas sino también las pérdidas de trabajos, negocios, inversiones, emprendimientos, etc. Muchos de los afectados al día de hoy carecen de posibilidades económicas para proveer de una buena alimentación para su hogar.

En el Perú día a día múltiples restaurantes ofrecen platillos a modo de “menú del día”, los cuales preparan en cantidades fijas para el día. Algunos llegan a agotarse, mientras que otros les sobran y terminan por desecharlos. En pocos casos se toman la libertad de vender a menor precio los platillos que sobran una vez alcanzada la hora límite del servicio regular, pero incluso así no logran agotarse por la falta de visibilidad del público objetivo.

Según el reporte hecho por el INEI (2022) se estimó que en el año 2019, en Perú el 25.9% de la población carecía de la economía para alimentarse a diario (Vite, 2022).

Estas cifras demuestran no solo la situación de muchos peruanos y lo que tienen que pasar a diario, si no también la falta de visibilidad de posibles negocios que buscan ofrecer sus últimos platillos a un precio más cómodo a quienes lo necesiten.

Para concluir, se busca que las familias y/o personas de bajos recursos puedan tener al alcance de la mano la posibilidad de poder disfrutar de una saludable, accesible y deliciosa comida en su vida diaria, y a su vez impulsar el apoyo y surgimiento de negocios que cuenten con estos servicios, disminuyendo las pérdidas materiales y económicas.



## **1.2.Preguntas de investigación**

### **1.2.1.Pregunta General:**

¿De qué manera una solución innovadora permite ubicar restaurantes con precios accesibles a personas de bajos recursos económicos en Lima Metropolitana?

### **1.2.2.Preguntas Específicas:**

**P1:** ¿Cuáles son las necesidades de las personas con bajos recursos económicos que se cubrirá con la propuesta del aplicativo?

**P2:** ¿Qué recursos se necesita para desarrollar el diseño visual de un aplicativo móvil para ubicar restaurantes con precios accesibles a personas de bajos recursos económicos?

**P3:** ¿De qué manera se puede facilitar el uso y accesibilidad de aplicativos para las personas con bajos recursos económicos?

## **1.3.Objetivos de Investigación**

### **1.3.1.Objetivo General:**

Desarrollar un aplicativo móvil que permita ubicar restaurantes con precios accesibles a personas de bajos recursos económicos en Lima Metropolitana

### **1.3.2.Objetivos Específicos:**

**O1:** Investigar las necesidades de las personas de bajos recursos económicos , en cuanto a alimentación, se cubrirá en el desarrollo de un aplicativo móvil.

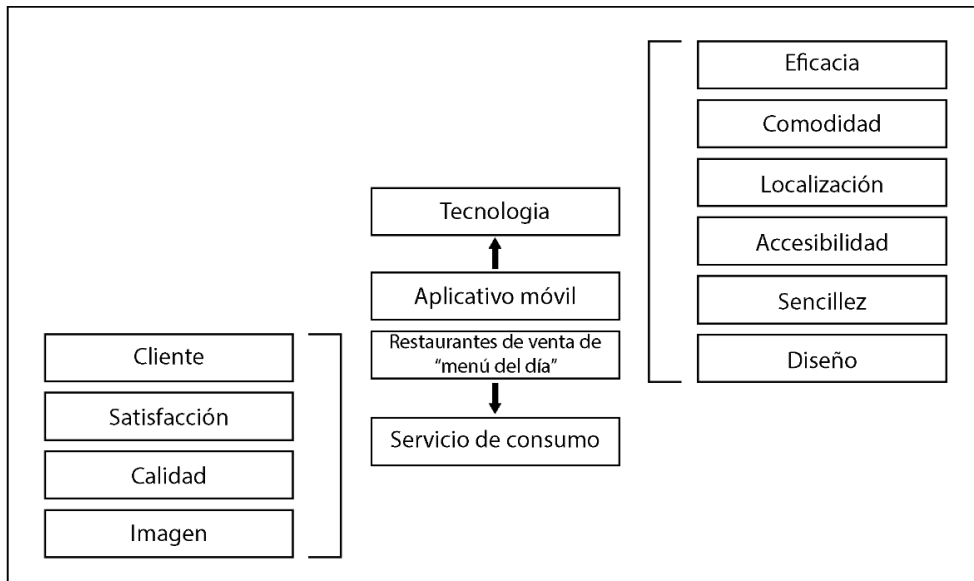
**O2:** Obtener los recursos que se necesitan para desarrollar el diseño visual de un aplicativo móvil para ubicar restaurantes con precios accesibles a personas de bajos recursos económicos.

**O3:** Desarrollar una forma de facilitar el uso de aplicativos y su accesibilidad para las personas con bajos recursos económicos.

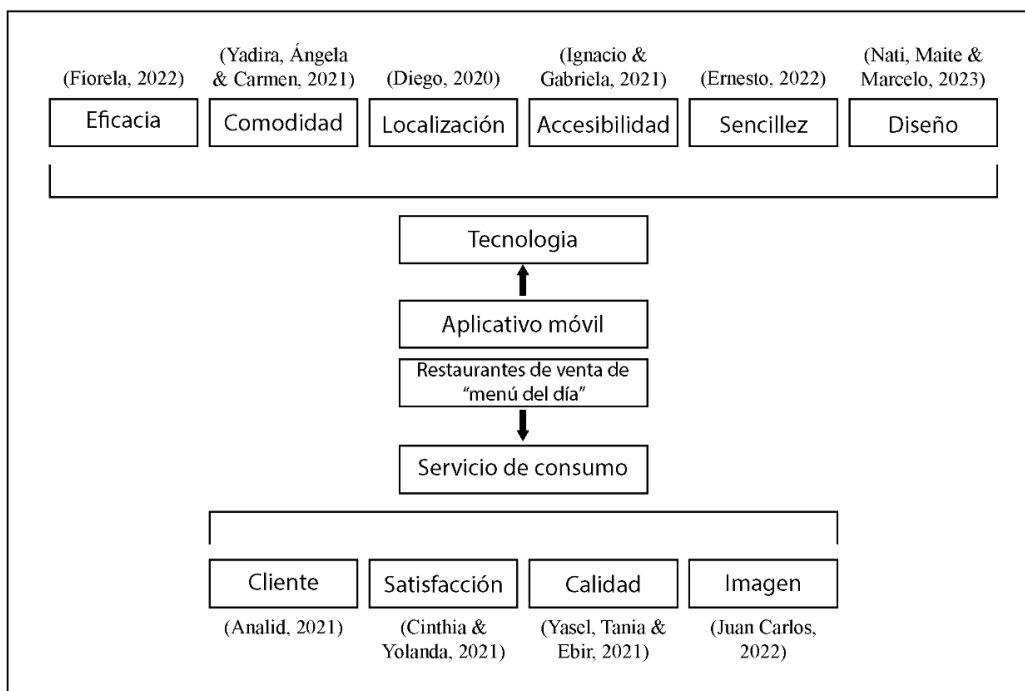
## Capítulo II: Marco Teórico

En el presente capítulo se presentarán y describirán los factores principales de la temática, como también analizar los antecedentes que complementarán y aportarán a la investigación.

### 2.1. Mapa de Literatura



*Figura 1.* Mapa de la literatura de los principales aspectos de los restaurantes de venta de “menú del día” y los aplicativos móviles.



*Figura 2.* Mapa de la literatura de los factores de los restaurantes de venta de “menú del día” y los aplicativos móviles.

## 2.2. Antecedentes de Investigación

Vilchez, Arévalo, Cahuana, Gamarra y Marmolejo (2021) realizaron la investigación “Venga: Aplicación interactiva para reservas de mesas en establecimientos de consumo”, donde propone el desarrollo de un aplicativo móvil que permite a los comensales acceder a información sobre los restaurantes mediante la tecnología indoor con la finalidad de que los clientes puedan reservar sus mesas con conocimiento de lo que ofertan los locales a partir de la reducción de atención a fin de evitar la propagación del virus. La investigación concluye que hubo un buen recibimiento del aplicativo que por medio de sus características, diseño simple y comodidad para el usuario, podía balancear las expectativas con la realidad de ofrecer un servicio óptimo, en tiempo real y de calidad para evitar malas experiencias. La facilidad que proporciona la sencillez de un aplicativo permite la accesibilidad a todo aquel

que no acostumbra a usar un Smartphone, pero que en la actualidad se ve en la necesidad de hacerlo.

Hermoza, Sarco, Vivas, Alvarado y Benites (2020) realizaron la investigación “Proyecto Tu Menú”, donde proponen la creación de un aplicativo móvil para restaurantes en el cual los usuarios podrán reservar el menú del día. La investigación concluye que los aplicativos que posean una interactividad ágil y práctica entre los clientes con los restaurantes, aportan a la mejora de calidad de las siguientes tecnologías para lograr una mayor satisfacción en los usuarios. Esta cercanía entre usuario y servicios son pieza clave para poder entender de mejor forma a todo tipo de público y saber cómo desarrollar un mejor rendimiento en los servicios, para todos los sectores de la sociedad.

Andia, Rocano, Meneses, Choque y Araujo (2020) realizaron la investigación “Ojo al antojo”, donde proponen un aplicativo móvil que ayude a ubicar en los restaurantes los platillos que deseen, con opción de delivery o de reservas de mesa dirigida a las personas que no tienen tiempo para esperar que alguna mesa se desocupe. La investigación concluye que existe mucho interés de diversos restaurantes, en el aplicativo al ver lo efectivo que resulta darse a conocer por medio de esta, al igual que sus platillos y la calidad que ofrecen a los clientes, facilitando el alcance de nuevos usuarios. La eficacia y el interés por proporcionar la calidad esperada por el aplicativo ayuda a que los diversos usuarios y futuros clientes puedan sentirse a gusto y bien recibidos por los diversos negocios relacionados.

Zelada, Tapia, Grandez, Esquivas y Conco (2022) realizaron la investigación “Huariqueando: App de Huariques en Lima Metropolitana”, donde proponen un aplicativo móvil que busca brindar un portafolio amplio de huariques con información completa y actualizada con tal de reducir el tiempo de búsqueda de nuevos lugares y así exponer sus restaurantes y sean conocidos. La investigación concluye con la aprobación de los huariques

al proveer de forma correcta y ágil la información de sus negocios, la ubicación y lo que ofrecen. La practicidad y precisión que ofrece el aplicativo para los negocios pequeños resulta de utilidad para aquellos que también ofrezcan servicios infravalorados o con poco soporte.

### **2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica**

Se conoce el término eficacia, como el nivel o ratio de cumplimiento de los objetivos económicos definidos por una organización. Habitualmente los mismos son recogidos en un plan de negocio (Sánchez, 2020). Poder medir la eficacia de los servicios a partir de registros y encuestas con los usuarios para realizar conclusiones en base a ello resulta de mucha utilidad en cualquier sector laboral o empresarial (Santillan, 2022).

El término comodidad se refiere a lo que se necesita sentirse cómodo (Barrera, 2023). Tener en cuenta este factor es importante para poder acercar a más usuarios y ver a futuro como generar un mejor rendimiento en los servicios a partir de diversas características que permiten la retroalimentación, como serían las sugerencias, identificar las características de los principales consumidores y evaluar las reacciones ante la efectividad de los servicios (Cardozo, Salazar & Escobar, 2021)

La idea de localización se puede vincular a la identificación de un sitio concreto en la superficie del planeta utilizando coordenadas geográficas. Esto significa que, conociendo la latitud y longitud puede colocar un punto en cualquier lugar de la Tierra (Bustos, 2022). Es importante determinar y ubicar los locales óptimos y precisos para cumplir con el servicio establecido, además que gracias a que en los últimos años múltiples ciudades han logrado implementar mejoras en sus medios de distribución e importación y exportación de servicios, múltiples negocios tienen cabida en la sociedad, permitiendo abrir puertas a nuevas posibilidades y a una mejor accesibilidad (Cabrera-Moya, 2020).

La accesibilidad se refiere a la capacidad de integración o adaptabilidad que pueda desarrollar ante los cambios, nuevos elementos o entornos que desconozca o que pueda familiarizar y reconocer características que lo faciliten. Esta característica eje de múltiples debates y discusiones sobre su correcta implementación al día de hoy es la clave para llevar a cabo diversos servicios y funciones, que bajo una dirección óptima y análisis, permite producir nuevas formas de negocio y servicios a más sectores que puedan ayudar a las nuevas generaciones (Belogi & Mera, 2021).

El término sencillez, refiere a aquello que no presente complicaciones o dificultad en gran medida, no requiere mucho análisis, no implique múltiples acciones o simplemente no posea demasiados elementos. Ser capaz de identificar únicamente lo esencial y visionar por su accesibilidad para futuros servicios y la sencillez de su producción debe ser una constante en cualquier proyecto que vea por el desarrollo y el avance. Además del potencial en la reducción de costos e inversión (Cyrulies, 2022).

El diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades (Perez, 2008). A partir del análisis psicológico en la recepción del diseño de múltiples aplicativos de temática similar es posible lograr un estilo visual que permita identificar y familiarizar a los usuarios óptimamente con las funciones y servicios que el aplicativo pueda proveer (Cabrera, Fernández-Ferrer & Fabián, 2023).

Cliente se define como aquella persona que frecuenta algún servicio u compra de producto, ya sea una vez o con frecuencia. Concentrarse en las reacciones o acciones que tome el cliente es fundamental para la retroalimentación del servicio, es muy útil para determinar que se puede mejorar o desarrollar. Pero también es menester considerar no solo

los detalles identificados a corregir, si no tener en cuenta la organización del concepto y producto que se va a manejar, para lograr interesar y acoplar a los clientes de manera óptima (Dubuc-Piña, 2021).

Cuando alguien siente satisfacción por algo, es decir cumple con sus expectativas, deseos, objetivos, entre otros, sentirá indefectiblemente una gratificación. La felicidad del deber cumplido como se dice popularmente (Ucha, 2010). Al día de hoy, cumplir con la satisfacción del cliente se vuelve más óptima gracias a que siempre se busca desarrollar e innovar los servicios actuales y futuros que generen confianza entre el cliente y la empresa (Calderón & Mendoza, 2021).

En cuanto al término calidad, se refiere al valor dado a un objeto u elementos que puedan ser categorizados a partir de sus condiciones, características o detalles y así determinar qué tan importante o indispensable llega a ser a nivel material y emocional. En la actualidad, gracias a los nuevos medios, como también la atención al detalle y el esfuerzo de las nuevas generaciones es posible llegar a nuevos niveles de calidad que permitan ayudar a desarrollar la comodidad y alcance de nuevos clientes a diversos servicios (Valdés, García & Gonzáles, 2021).

La imagen de una marca está compuesta por diversos elementos, tanto tangibles como intangibles, que el consumidor identifica como propios de esta. Entre ellos están, los colores, el logo, los valores, web corporativa, los trabajadores o el trato directo al cliente en caso de haberlo, entre muchos otros (Casanovas, 2018). El progreso en la tecnología y las comunicaciones, así como el esfuerzo en conjunto se han vuelto indispensables para un mejor desarrollo de las imágenes comerciales que presentan muchos de los servicios y productos que consumimos a día de hoy, especialmente cuando se trata de medios digitales que buscan crear un grado de confianza con el consumidor (La Serna, 2022).

## **Capítulo III: Metodología**

En el presente capítulo se desarrollará el tipo de diseño de investigación que se aplicó y los elementos con los que se obtuvo los datos necesarios para el desarrollo de un aplicativo móvil enfocado a ubicar restaurantes con opción de “menú del día” para personas con bajos recursos económicos.

### **3.1. Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo**

Para la presente investigación, se trabajará concretamente con (33) personas que frecuentan restaurantes con “menú del día” y con conciencia sobre los casos de pobreza en el país.

El tipo de muestreo es no probabilístico por conveniencia debido a las características que posee un grupo en particular. De esa forma se podrá hallar muestras con mayor facilidad y así conocer las necesidades básicas de la población seleccionada con el objetivo de definir un diseño cómodo y sencillo para el usuario.

### **3.2. Diseño de Investigación**

Se utilizó un diseño de encuesta para obtener de forma más organizada la información de la población determinada, adquirir datos más precisos y medibles a partir de porcentajes.

La población seleccionada para el muestreo fueron jóvenes y adultos con edades entre los 18 y 70 años.



### 3.3. Operacionalización de Variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de la Variable: Aplicativo móvil*

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición / opciones de respuesta</b>
Aplicativo móvil	Calvo (2022) define que los aplicativos móviles son herramientas de software escritas en distintos lenguajes de programación para teléfonos inteligentes -o smartphones- y tablets.	Se analizará el uso de aplicativos móviles en los jóvenes y adultos por medio de encuestas y así determinar utilidad que tienen en el mundo actual	Funciones de los aplicativos móviles  Utilidad para el usuario	Practicidad al uso  Utilidad en tareas diarias  Variedad de contenidos	Encuesta de opción simple a personas que acostumbren a usar el celular a diario

**Tabla 2***Operacionalización de la Variable: Restaurantes de venta de “menú del día”*

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición / opciones de respuesta</b>
Venta de “menú del día”	Larrosa (2021) define el menú del día como un conjunto cerrado de platos que un establecimiento ofrece al cliente con un precio cerrado.	Se analizará el nivel de satisfacción en jóvenes y adultos al consumir los servicios de “menú del día” por medio de encuestas para determinar las experiencias que generan en las personas.	Servicios que ofrece  Experiencia y satisfacción de los clientes	Comida recién hecha  Atención en el momento  Accesibilidad económica  Variedad culinaria	Encuesta de opción simple a personas que consuman “menú del día”

### **3.4. Consentimiento Informado**

La presente investigación requirió del uso de encuestas para validar las variables identificadas del proyecto. Debido al anonimato otorgado por este medio de obtención de datos no se requirió el consentimiento informado.

### **3.5. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos**

Se aplicó como instrumento de medición para la investigación, dos encuestas en google forms.

Las encuestas fueron dirigidas a personas que frecuentan restaurantes con “menú del día” y conocimiento sobre aplicativos de restaurantes.

Los puntos principales a tomar en cuenta para la obtención de datos fueron los siguientes:

- Experiencia y satisfacción del servicio de restaurantes
- Accesibilidad económica que los restaurantes puedan ofrecer
- Uso de aplicativos y preferencias de los usuarios
- Familiarización con aplicativos de restaurantes por parte de los usuarios

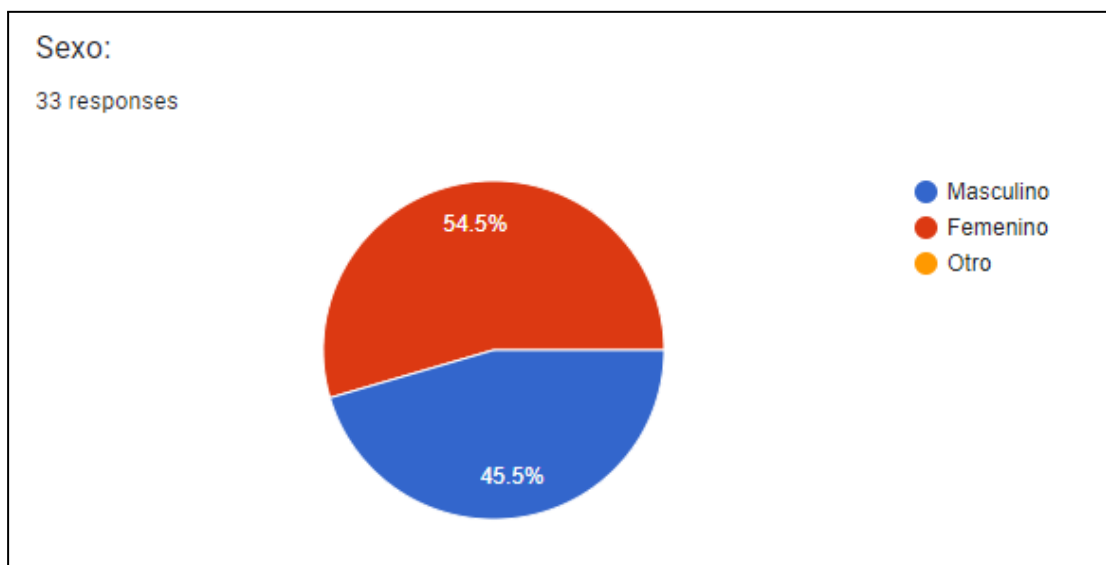
## Capítulo IV: Resultados

En este capítulo se recopila información sobre la experiencia que distintas personas han tenido en restaurantes con “menú del día” y el uso de celulares en su vida diaria. Con base en los datos obtenidos se podrá plantear conclusiones y recomendaciones para el desarrollo de un aplicativo móvil enfocado a ubicar restaurantes con opción de “menú del día” para personas con bajos recursos económicos.

### 4.1. Análisis de Resultados

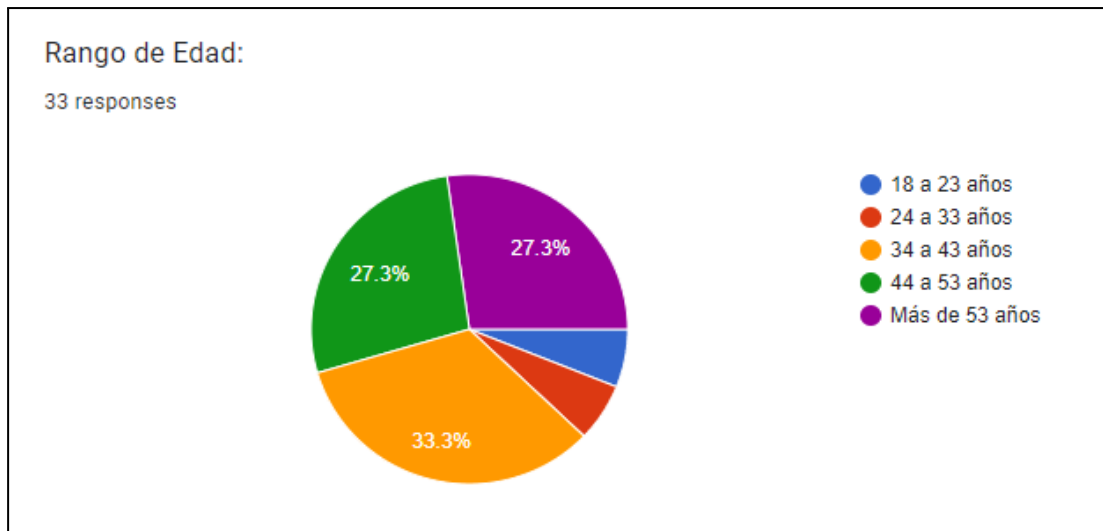
Se aplicaron encuestas de respuesta simple a 33 personas que pudieran otorgar datos relacionados con la experiencia que han tenido en restaurantes con “menú del día” y el uso de celulares en su vida diaria por medio de google forms.

#### Resultados:



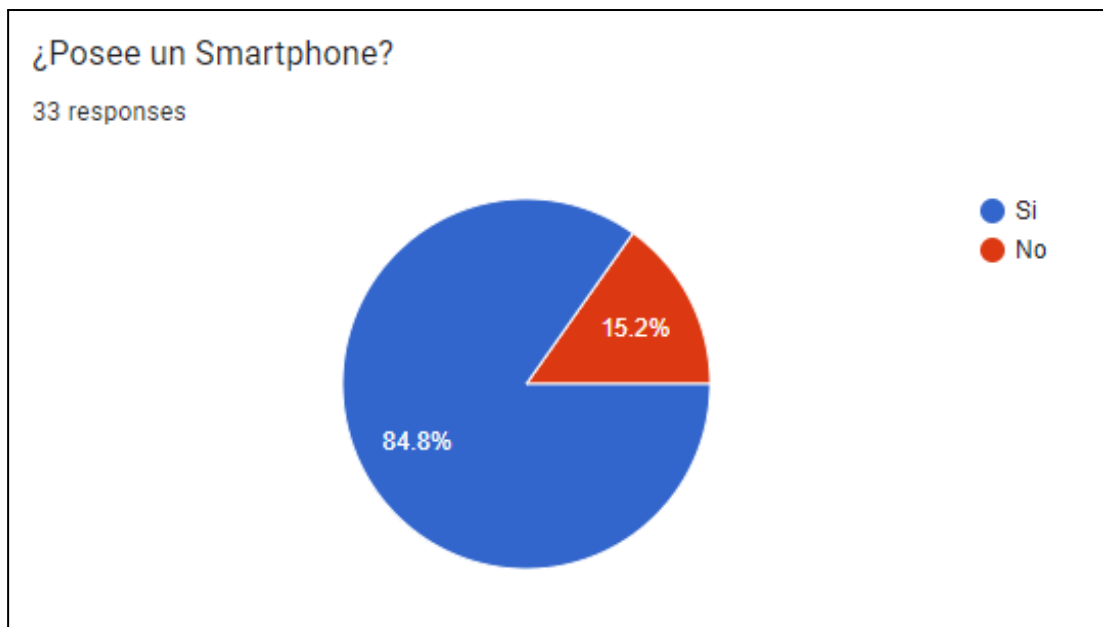
*Figura 3.* Sexo de los participantes

La figura 3 nos muestra que en la encuesta participaron más mujeres, con un total del 54.5%, mientras que el porcentaje de hombres que participaron fue de 45.5%.



**Figura 4.** Rango de edad de los participantes

La figura 4 nos muestra que la edad promedio de las personas que participaron es de entre 34 a 43 años con un porcentaje de 33.3%, seguido de los grupos que tienen entre 44 a 53 años y los que tienen más de 53 años, ambos con un total de 27.3%. Y finalizando con los grupos de entre 18 a 23 años y entre 24 a 33 años, ambos con un porcentaje de 6.1%.



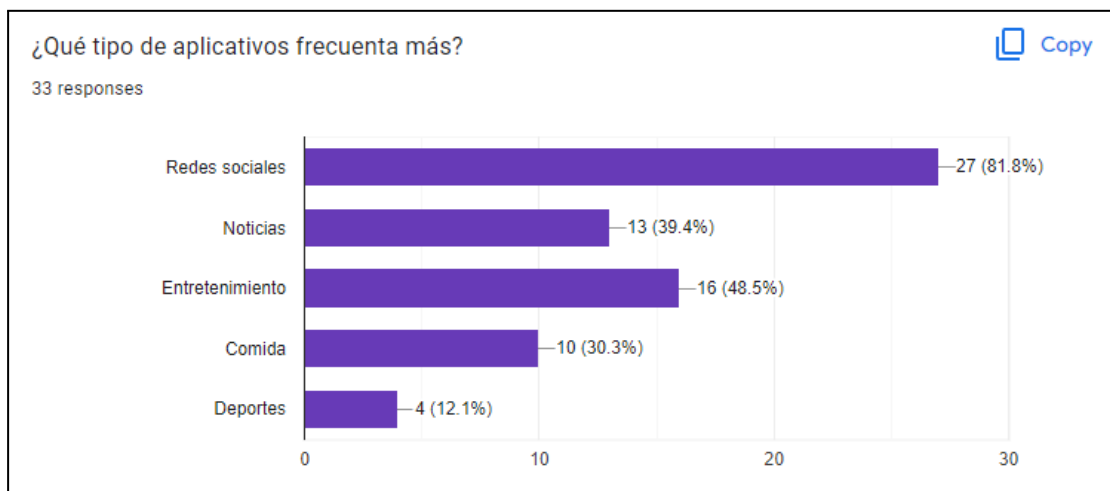
**Figura 5.** Posesión de un Smartphone

La figura 5 nos muestra que el 84.8% de los participantes si poseen un Smartphone, mientras que los que no lo poseen son el 15.2%



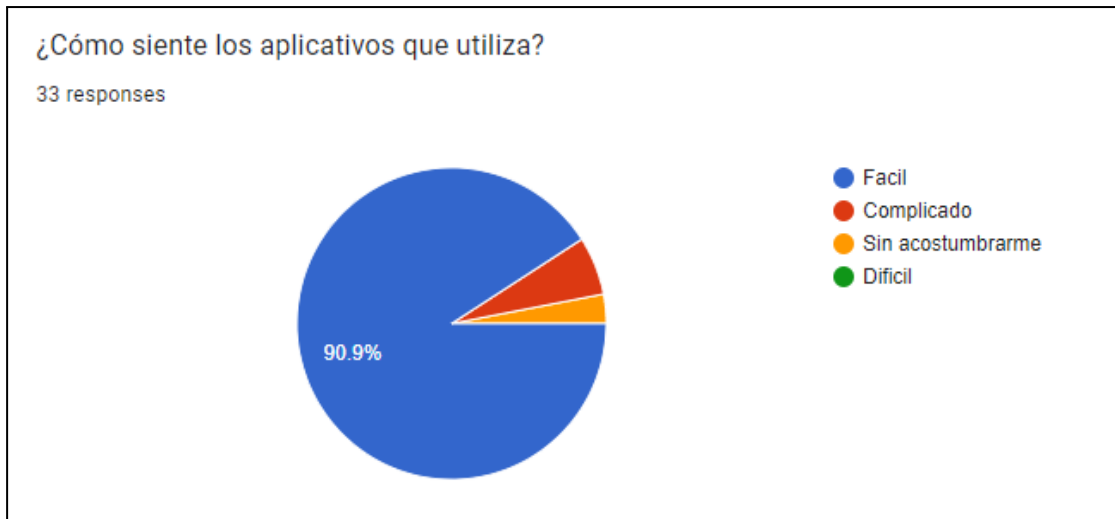
**Figura 6.** Familiarización con los aplicativos móviles en el día a día

La figura 6 nos muestra que el 93.9% de los participantes si se familiarizan con el uso de aplicativos móviles en su día a día, mientras que el 6.1% no se familiarizaron.



**Figura 7.** Aplicativos más frecuentes

La figura 7 nos muestra que el 81.8% de los participantes frecuentan aplicativos de redes sociales, el 48.5% frecuentan aplicativos de entretenimiento, el 39.4% frecuentan aplicativos de noticias, el 30.3% frecuentan aplicativos de comida y el 12.1% frecuentan aplicativos de deportes.



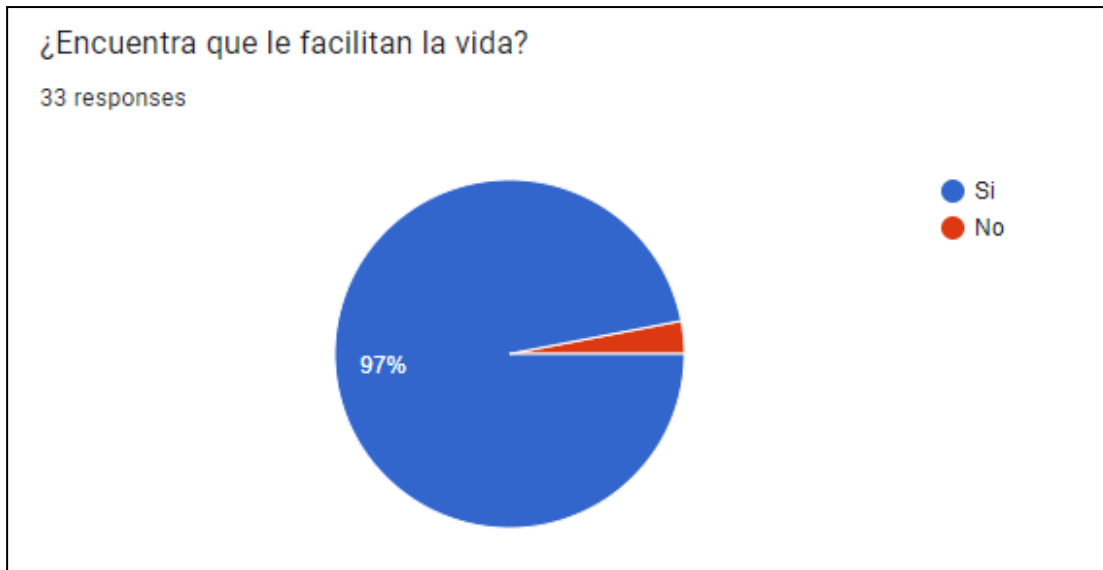
**Figura 8.** Sensación que dan los aplicativos

La figura 8 nos muestra que para el 90.9% de los participantes sienten fácil los aplicativos que utilizan, el 6.1% lo sienten complicado y el 3% no se acostumbran.



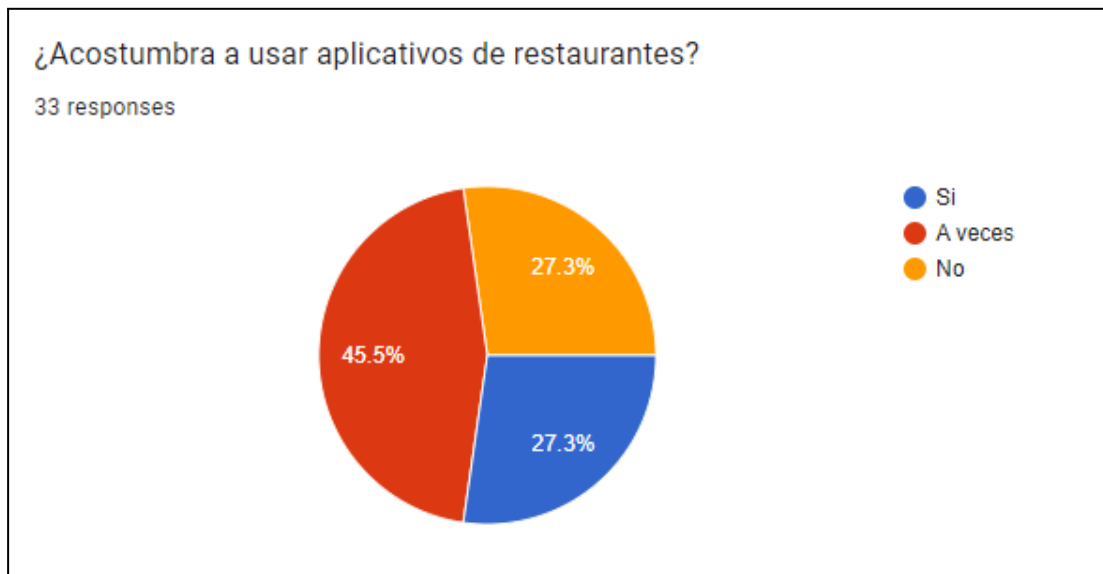
**Figura 9.** Percepción de la facilidad de los aplicativos actuales

La figura 9 nos muestra que el 84.8% cree que los aplicativos móviles se están volviendo más fáciles de usar, mientras que el 15.2% cree que se vuelven más difíciles de usar.



**Figura 10.** Facilidad para la vida de los participantes

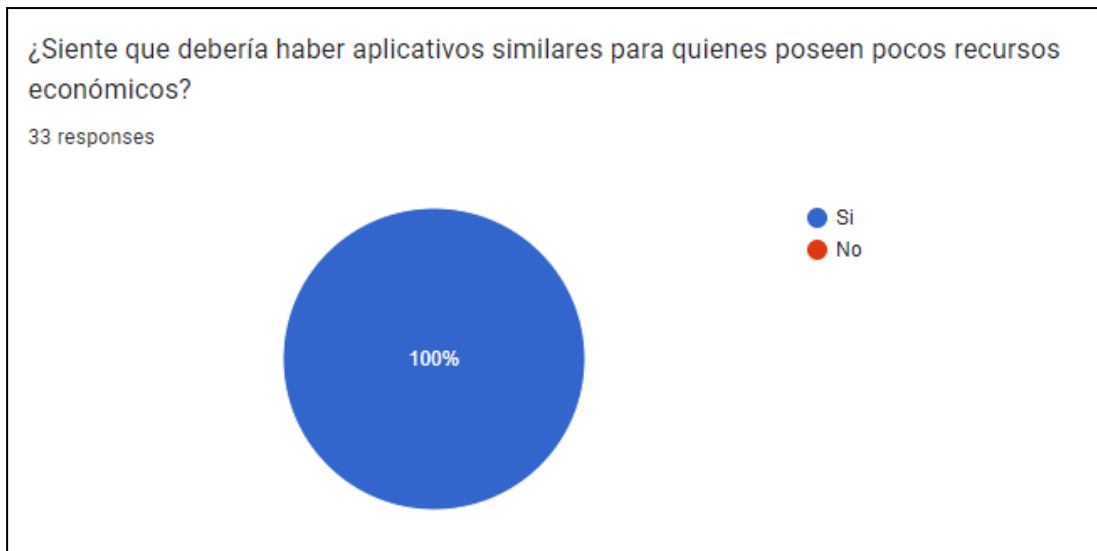
La figura 10 nos muestra que el 97% de los participantes encuentran que los aplicativos móviles les facilitan la vida, mientras que el 3% de los participantes no.



**Figura 11.** Frecuencia del uso de aplicativos de restaurantes

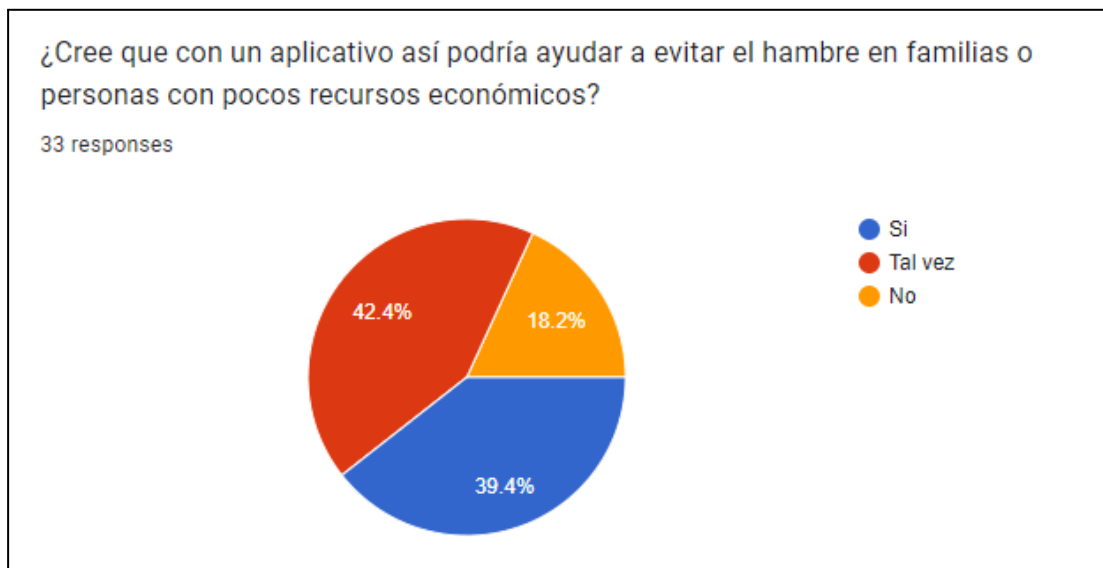
La figura 11 nos muestra que el 45.5% de los participantes a veces usan aplicativos de restaurantes, mientras que 27.3% si usan aplicativos de restaurantes y 27.3% no los usan.





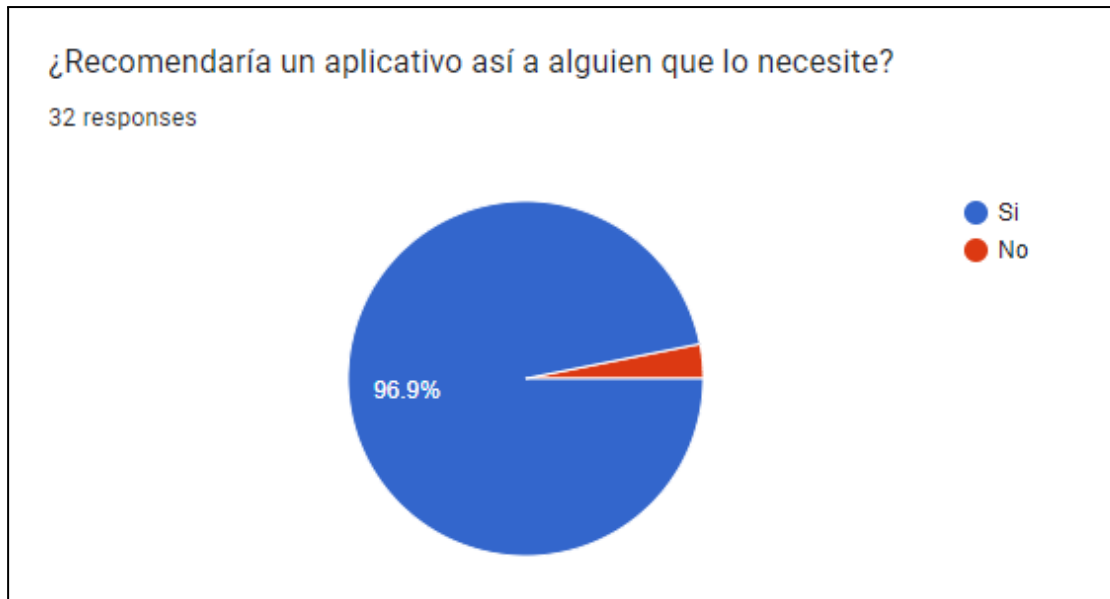
**Figura 12.** Aplicativos dirigidos a sectores de bajos recursos económicos

La figura 12 nos muestra que el 100% de los participantes sienten que debería haber aplicativos de restaurantes similares para quienes poseen pocos recursos económicos.



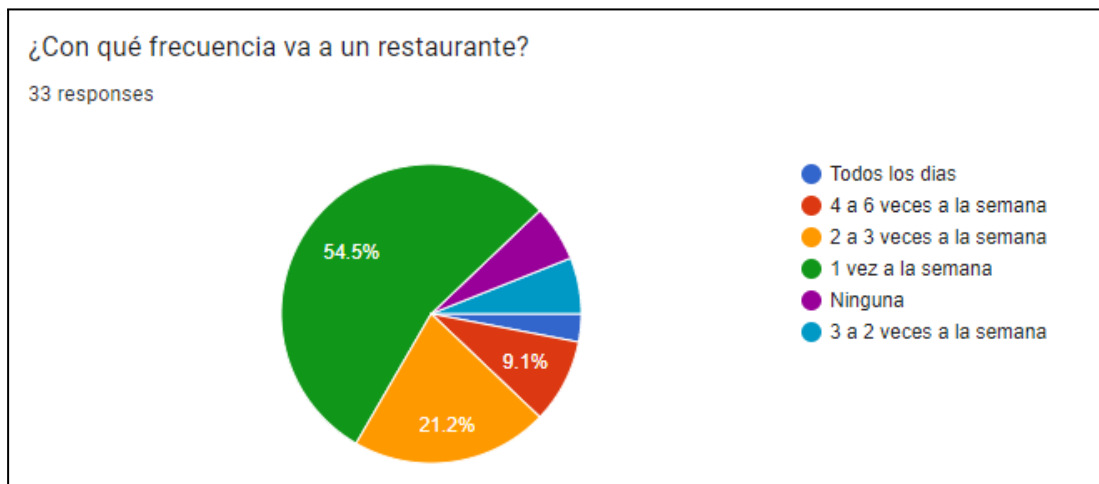
**Figura 13.** Apoyo a sectores de bajos recursos económicos por medio de aplicativo

La figura 13 nos muestra que el 42.4% de los participantes creen que con un aplicativo de restaurantes enfocado en los sectores de bajos recursos económicos tal vez pueda ayudar a evitar el hambre en esos sectores, mientras que el 39.4% cree que si pueda ayudar y el 18.2% no cree que pueda ayudar.



**Figura 14.** Recomendación de aplicativo móvil

La figura 14 nos muestra que el 96.9% de los participantes si recomendaría un aplicativo de restaurantes enfocado en los sectores de bajos recursos económicos a quien lo necesite, mientras que el 3.1% no lo recomendaría.



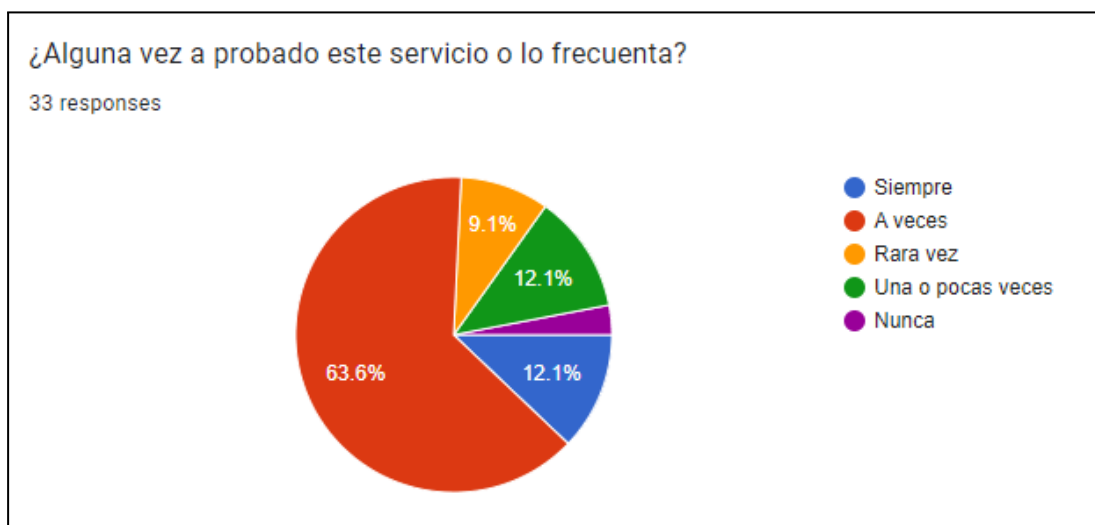
**Figura 15.** Frecuencia de los participantes en los restaurantes

La figura 15 nos muestra que el 54.5% de los participantes van 1 vez a la semana a los restaurantes, mientras que el 21.2% van 2 a 3 veces a la semana, el 9.1% van 4 a 6 veces a la semana, el 6.1% no van ningún día y el 3% van todos los días.



**Figura 16.** Restaurantes con “menú del día”

La figura 16 nos muestra que el 60.6% de los participantes conocen muchos restaurantes que ofrecen “menú del día”, mientras que el 30.3% conocen algunos restaurantes, el 6.1% conocen pocos restaurantes y el 3% no conocen.



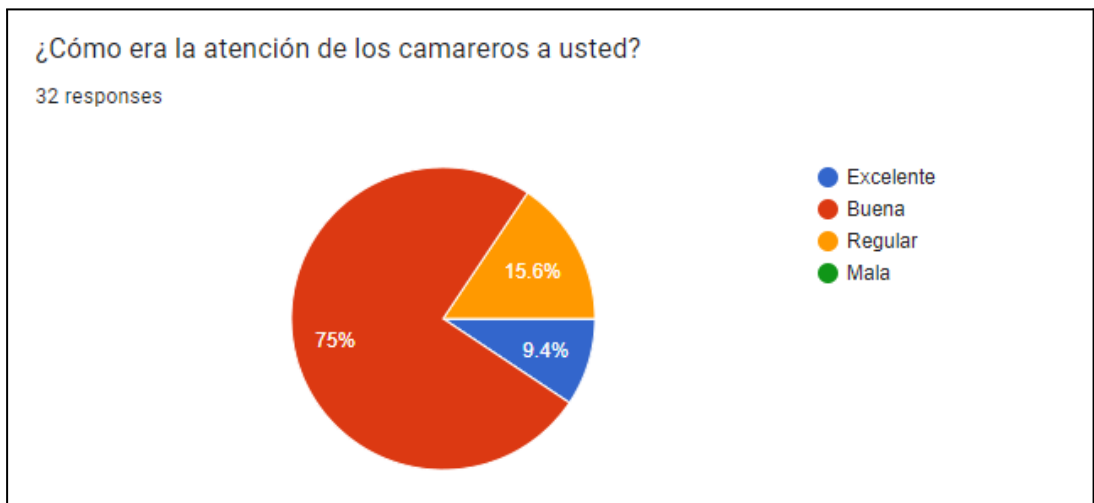
**Figura 17.** Uso del servicio “menú del día”

La figura 17 nos muestra que el 63.6% de los participantes a veces frecuentan el servicio del “menú del día”, mientras que el 12.1% lo frecuentan pocas veces o solo una vez, el 12.1% siempre lo frecuentan, el 9.1% lo frecuentan rara vez y el 3% nunca lo frecuentan.



**Figura 18.** Variedad de platillos del servicio “menú del día”

La figura 18 nos muestra que el 60.6% de los participantes encuentran que el “menú del día” ofrece opciones variadas, mientras que el 39.4% encuentran que ofrece opciones reducidas.



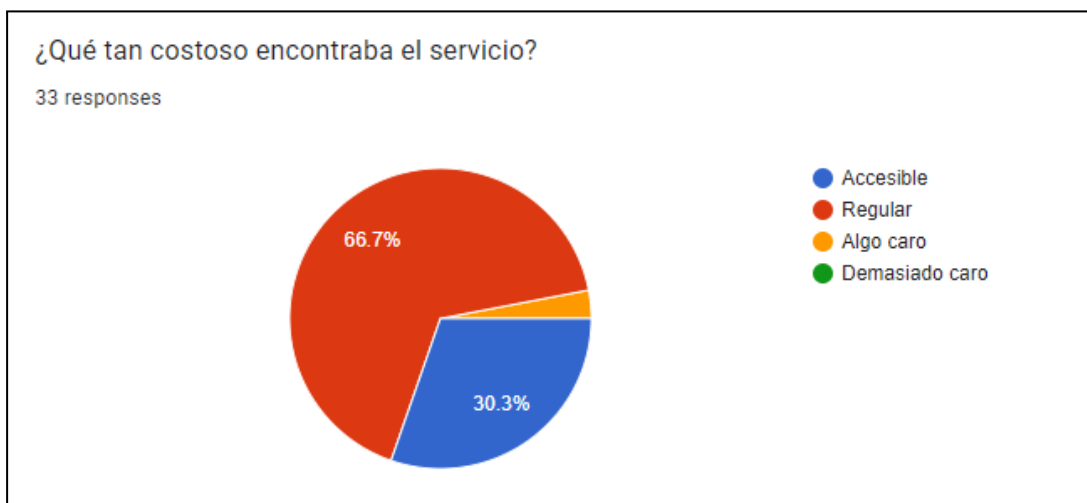
**Figura 19.** Atención de los camareros

La figura 19 nos muestra que el 75% de los participantes encuentran buena la atención de los camareros, mientras que el 15.6% encuentran la atención regular y el 9.4% la encuentran excelente.



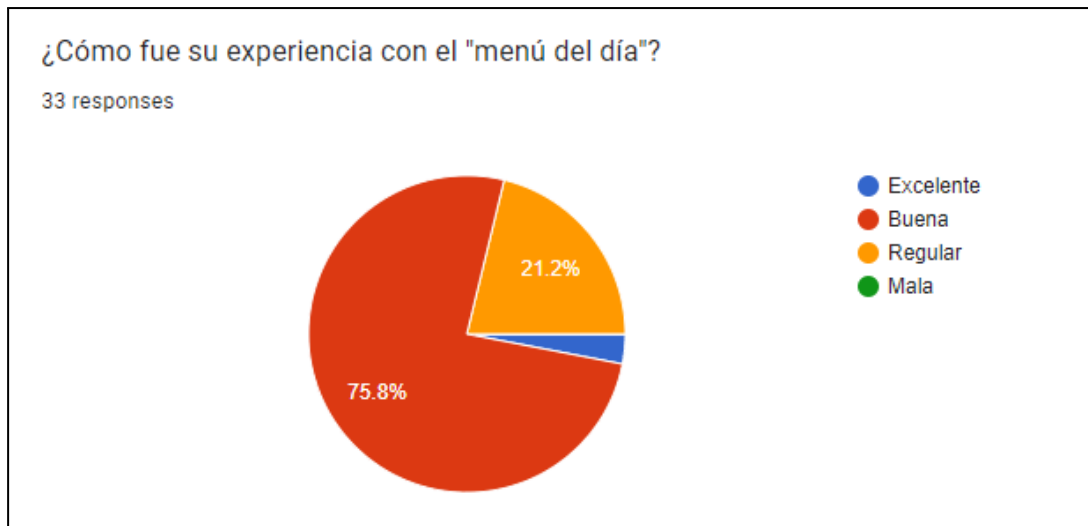
**Figura 20.** Sabor de los platillos

La figura 20 nos muestra que el 69.7% de los participantes encuentran bueno el sabor de los platillos, mientras el 18.2% encuentran decente el sabor y el 12.1% lo encuentra delicioso.



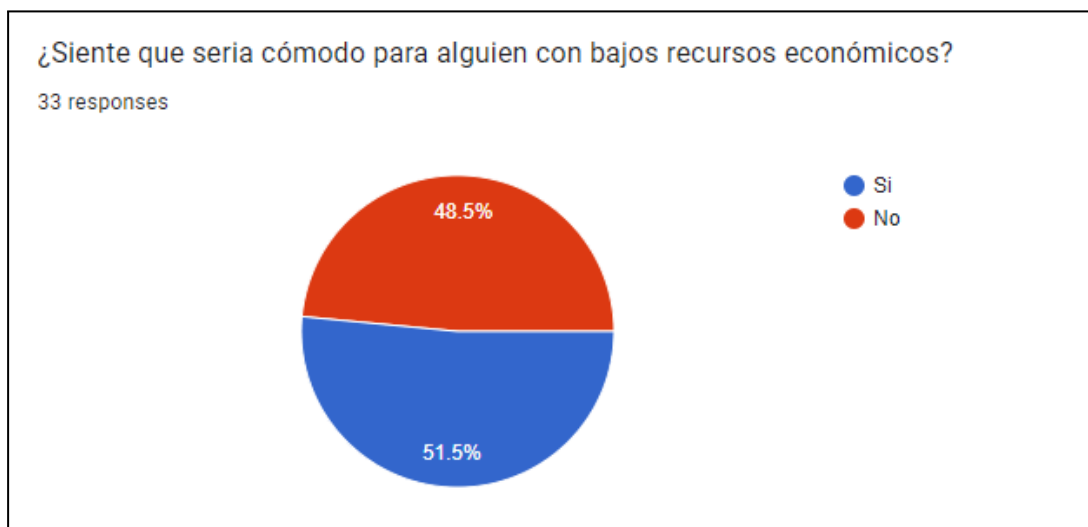
**Figura 21.** Costo del servicio “menú del día”

La figura 21 nos muestra que el 66.7% de los participantes encuentran regular el costo del servicio “menú del día”, mientras que el 30.3% encuentran el costo accesible y el 3% lo encuentra algo caro.



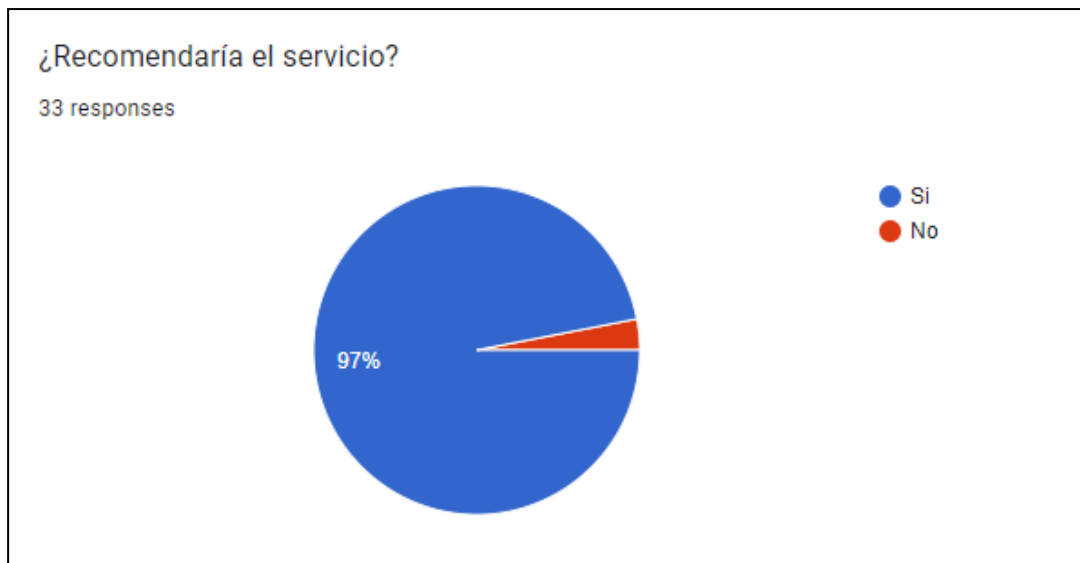
**Figura 22.** Experiencia con el “menú del día”

La figura 22 nos muestra que el 75.8% de los participantes encuentran buena la experiencia con el “menú del día”, mientras que el 21.2% encuentran la experiencia regular y el 3% lo encuentran excelente.



**Figura 23.** Comodidad para sectores de bajos recursos económicos

La figura 23 nos muestra que el 51.5% de los participantes si sienten que el “menú del día” sería cómodo para los sectores de bajos recursos económicos, mientras que el 48.5% no lo sentirían.



**Figura 24.** Recomendación del “menú del día”

La figura 24 nos muestra que el 97% de los participantes si recomendaría el servicio del “menú del día”, mientras que el 3% no lo recomendaría.

#### **4.2. Discusión de Resultados**

Respecto a las preguntas de investigación aplicadas, se realizaron encuestas por medio de Google Forms donde los participantes del grupo estudiado mostraron que hay poco interés o frecuencia con la que usan aplicativos de restaurantes, siendo más común el uso de redes sociales.

Además se registró un alto entendimiento de los participantes con el uso de aplicativos móviles encontrando mucho más fáciles de utilizar en la actualidad y cómo esto les ha permitido facilitar más aspectos de su vida en comparación a años pasados; estos puntos clave resultaran efectivos para desarrollar un interfaz fácil y accesible para todos los usuarios.

También se encontró un alto índice de aprobación en la propuesta del aplicativo móvil para los sectores de bajos recursos económicos al igual que el interés de recomendarlo a quienes lo necesiten, sin embargo las opiniones se ven algo divididas en lo que respecta al apoyo que este aplicativo tendría.

Asimismo se halló un estándar en el servicio del “menú del día” en base a las preguntas de las encuestas que se enfocan en la experiencia y componentes que otorgan los restaurantes al ofrecer dicho servicio, no alcanzando la excelencia pero si sobrepasando la expectativa que los usuarios tuvieran del servicio, adquiriendo las características y necesidades resaltantes para los sectores con bajos recursos económicos.

Por último resaltar que gracias a la recopilación de información por medio de las encuestas, es factible la accesibilidad para los sectores de bajos recursos económicos al servicio del “menú del día” y los puntos clave para el correcto desarrollo de diseño visual del aplicativo móvil.

### **4.3. Recomendaciones**

El objetivo de la investigación fue proponer el diseño de un aplicativo móvil enfocado en localizar restaurantes que ofrecen “menú del día” para los sectores de bajos recursos económicos, recopilar datos que puedan validar la accesibilidad de los usuarios a nivel económico y que puedan validar el diseño del aplicativo. Con los resultados obtenidos se recomienda:

Primero, llevar a cabo estudios a profundidad sobre las costumbres que tiene la sociedad ante los restaurantes con tal de recabar información potencialmente valiosa para diversos emprendimientos, desarrollo o mejora en aplicativos móviles y encontrar formas más económicas de apoyar a los sectores más necesitados del país o a casos especiales.

Y segundo, se recomienda a los profesionales involucrados en el rubro de diseño, de empresas y de marcas aprender de las opiniones y criterio del público estándar para poder enfocar sus proyectos a sectores específicos, además de servir para generar oportunidades de innovación de imagen para múltiples proyectos.



## Referencias

- Andia Gonzales, Juan José Francisco; Rocano Jiménez, Manet Solvy; Meneses Laura, Brigitte Lesly; Choque Condori, Nataly Gaby; Araujo Osco, Magally Elizabeth (2020). Ojo al antojo <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3092971>
- Barrera, Luz María (2023). Definición de comodidad - Qué es, Significado y Concepto <https://lacienciadejaun.com/definicion-de-comodidad-que-es-significado-y-concepto/>
- Belogi, Ignacio; Mera, Gabriela (2021). Transporte y territorio urbano: condiciones de accesibilidad en el aglomerado Gran Buenos Aires <https://www.redalyc.org/journal/258/25872219007/>
- Bustos, Benito (2022). Definición de localización - Qué es, Significado y Concepto <https://lacienciadejaun.com/definicion-de-localizacion-que-es-significado-y-concepto/>
- Cabrera Lanzo, Nati; Fernández-Ferrer, Maite; Fabián Maina, Marcelo (2023). Diseño de una propuesta de autoevaluación para el desarrollo de la autorregulación en educación superior <https://www.redalyc.org/journal/3314/331473090012/>
- Cabrera-Moya, Diego Rafael Roberto (2020). Factores determinantes de la relación entre la localización de las empresas, la dinámica del transporte público tipo BRT y el desarrollo urbano <https://www.redalyc.org/journal/312/31273092003/>
- Calderón Canto, Cinthia Denisse; Mendoza Llaccharimay, Yolanda (2021). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Inversiones Dimen, La Victoria - 2021 <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3368474>
- Calvo, Leticia (2022). ¿Qué es una app, para qué se utiliza y qué tipos existen? <https://es.godaddy.com/blog/que-es-una-app-y-para-que-se-utiliza/>

- Cardozo García, Yadira; Salazar Maya, Ángela María; Escobar Ciro, Carmen Liliana (2021). Significado de la comodidad para pacientes crónicos hospitalizados <https://www.redalyc.org/journal/3595/359572127004/>
- Casanovas, Raquel (2018). Imagen de marca: definición y puntos clave <https://www.novvamarketing.com/blog-marketing-digital/imagen-marca-que-es/>
- Cyrulies, Ernesto (2022). Experiencias de electromagnetismo con un interesante y sencillo motor eléctrico <https://www.redalyc.org/journal/920/92070576002/>
- Dubuc-Piña, Analid de-los-Angeles (2021). Marketing sensorial como estrategia persuasiva para la fidelización del cliente en el sector de servicios <https://www.redalyc.org/journal/5768/576870356003/>
- Hermoza Ramirez, Amira Julissa; Sarco Izquierdo, Luis Stefano; Vivas Abrahamzon, Mariel Alejandra; Alvarado Saavedra, Nicole Alexandra; Benites Gonzales, Mariana Vanessa (2020). Proyecto Tu Menú <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3005127>
- Larrosa, Pachi (2021). Definición de menú y carta <https://www.laverdad.es/gastronomia/preguntas-respuestas/definicion-menu-carta-20070916000000-nt.html>
- La Serna Salcedo, Juan Carlos (2022). Ciudad letrada, empresarios de la imagen y el *País de los Incas*. Registro fotográfico y narrativas patrimoniales del Cusco monumental (1897-1910) <https://www.redalyc.org/journal/1271/127173186012/>
- Pérez Porto, J. (2008). Definición de diseño - Qué es, Significado y Concepto <https://definicion.de/disenio/>
- Sánchez Galán, Javier (2020). Eficacia - Qué es, definición y concepto <https://economipedia.com/definiciones/eficacia.html>

- Santillan Collazos, Fiorela Edelmira (2020). Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las Mypes del sector servicio: caso empresa pollería Aguaytía en la provincia de Padre Abad, 2020  
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3367027>
- Ucha, Florencia (2010). Definición de Satisfacción  
<https://www.definicionabc.com/general/satisfaccion.php>
- Valdes Alonso, Yasel; García García, Tania; Gonzáles Cruz, Ebir (2021). Material de estudio sobre calidad en la construcción para la carrera Ingeniería Civil  
<https://www.redalyc.org/journal/4757/475769827015/>
- Vilchez Garrido, Jenniffer Jazmin; Arévalo Valencia, Valeria Nicole; Cahuana Rodriguez, Cinthya Andrea; Gamarra Mauricio, Andrea Estefany; Marmolejo Medrano, Sandra Ofelia (2021). Venga: Aplicación interactiva para reservas de mesas en establecimientos de consumo <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3100005>
- Vite, Andrea (2022). Impacto de los desperdicios de alimentos  
<https://elperuano.pe/noticia/192993-impacto-de-los-desperdicios-de-alimentos>
- Zelada Aguilar, Jean Franco; Tapia Cirilo, Piero; Grandez Maza, Kevin Justi; Esquives Viacheslav, Nikholai Oulianova; Conco Mendez, Valeria Fernanda (2022). Huariqueando: app de huariques en Lima Metropolitana  
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3216242>

## **Anexos**

**Encuesta sobre el uso de aplicativos móviles y las facilidades que proporcionan en el mundo actual.**

### **1. Sexo**

- Masculino
- Femenino
- Otro

### **2. Rango de edad**

- 18 a 23 años
- 24 a 33 años
- 34 a 43 años
- 44 a 53 años
- Más de 53 años

### **3. ¿Posee un smartphone?**

- Si
- No

### **4. ¿Se familiariza con el uso de aplicativos móviles en su día a día?**

- Si
- No

### **5. ¿Qué tipo de aplicativos frecuenta más?**

- Redes sociales
- Noticias
- Entretenimiento
- Comida
- Deportes

**6. ¿Cómo siente los aplicativos que utiliza?**

- Fácil
- Complicado
- Sin acostumbrarme
- Difícil

**7. ¿Cree que cada vez hacen los aplicativos más fáciles o difíciles de usar?**

- Más fácil
- Más difícil

**8. ¿Encuentra que le facilitan la vida?**

- Si
- No

**9. ¿Acostumbra a usar aplicativos de restaurantes?**

- Si
- A veces
- No

**10. ¿Siente que debería haber aplicativos similares para quienes poseen pocos recursos económicos?**

- Si
- No

**11. ¿Cree que con un aplicativo así podría ayudar a evitar el hambre en familias o personas con pocos recursos económicos?**

- Si
- Tal vez
- No

**12. ¿Recomendaría un aplicativo así a alguien que lo necesite?**

- Si
- No

**Encuesta sobre la experiencia en restaurantes con "menú del día" y la satisfacción del cliente.**

**1. Sexo**

- Masculino
- Femenino
- Otro

**2. Rango de edad**

- 18 a 23 años
- 24 a 33 años
- 34 a 43 años
- 44 a 53 años
- Más de 53 años

**3. ¿Con qué frecuencia va a un restaurante?**

- Todos los días
- 4 a 6 veces a la semana
- 2 a 3 veces a la semana
- 1 vez a la semana
- Ninguna

**4. ¿Conoce restaurantes que ofrecen "menú del día"?**

- Muchos
- Algunos
- Pocos
- Ninguno

**5. ¿Alguna vez ha probado este servicio o lo frecuenta?**

- Siempre
- A veces
- Rara vez
- Una o pocas veces
- Ninguna

**6. ¿La selección de platillos que ofrecía era variada o con pocas opciones?**

- Opciones variadas
- Opciones reducidas

**7. ¿Cómo era la atención de los camareros a usted?**

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

**8. ¿Qué tan bueno era el sabor de los platillos?**

- Deliciosos
- Buenos
- Decentes
- Malos

**9. ¿Qué tan costoso encontraba el servicio?**

- Accesible
- Regular
- Algo caro
- Demasiado caro

**10. ¿Cómo fue su experiencia con el "menú del día"?**

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

**11. ¿Siente que sería cómodo para alguien con bajos recursos económicos?**

- Si
- No

**12. ¿Recomendaría el servicio?**

- Si
- No