

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en los restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil. Caso Glovo

AUTOR (ES):

Castro Villa, Carla Melissa

Quiroga Villamar, Juddy Jeanette

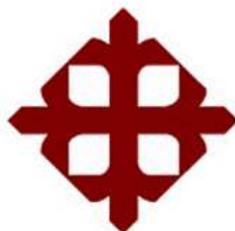
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, 11 de septiembre del 2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Castro Villa, Carla Melissa, y Quiroga Villamar, Juddy Jeanette** como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTOR

Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, 11 de septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Castro Villa, Carla Melissa**

DECLARO QUE:

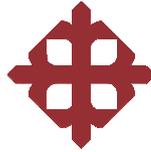
El Trabajo de Titulación: **“Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil. Caso Glovo”**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 11 de septiembre del 2019

LA AUTORA

Castro Villa, Carla Melissa



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Quiroga Villamar, Juddy Jeanette

DECLARO QUE:

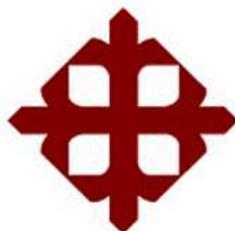
El Trabajo de Titulación: **“Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil. Caso Glovo”**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 11 de septiembre del 2019

LA AUTORA

Quiroga Villamar, Juddy Jeanette



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

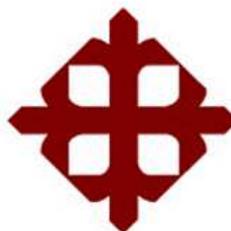
Yo, Castro Villa, Carla Melissa

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil. Caso Glovo”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 11 de septiembre del 2019

LA AUTORA:

Castro Villa, Carla Melissa



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

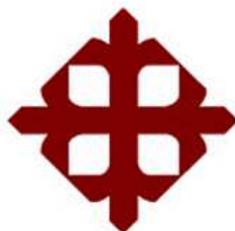
Yo, Quiroga Villamar, Juddy Jeanette

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil. Caso Glovo”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 11 de septiembre del 2019

LA AUTORA:

Quiroga Villamar, Juddy Jeanette



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: **Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil. Caso Glovo**, presentado por las estudiantes **Castro Villa, Carla Melissa** y **Quiroga Villamar, Juddy Jeanette**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (3%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	TT_CastroVilla_QuirogaVillamar.docx (D55088161)
Presentado	2019-08-28 11:58 (-05:00)
Presentado por	juddyquiroga9@gmail.com
Recibido	luis.alban01.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	TT_CastroVilla_QuirogaVillamar Mostrar el mensaje completo
	3% de estas 50 páginas, se componen de texto presente en 12 fuentes.

**Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.
TUTOR**

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la fortaleza para seguir adelante, a mis padres; a mis hermanos, mis compañeros y amigos por apoyarme en todo momento ya que sin ellos, el camino hubiera sido más complicado.

A mi compañera de tesis, Juddy Quiroga, por su amistad, por los buenos y malos momentos que hemos pasado en el transcurso de esta etapa, su apoyo incondicional, y por ser parte de estas experiencias juntas.

Carla Melissa Castro Villa

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios porque sin él, el camino hubiera sido más complejo, a mis padres; Nancy Villa y Alejandro Castro, por desvelarse conmigo y por su apoyo incondicional tanto en la vida estudiantil como personal.

Y, por último, va dedicado a todos mis amigos y compañeros que estuvieron conmigo durante esta etapa universitaria.

Carla Melissa Castro Villa

Agradecimiento

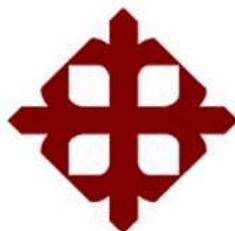
Agradezco a Dios por haberme guiado y acompañado en todo momento, a mis padres Kleber Quiroga y Loida Villamar porque sin ellos no hubiera podido finalizar esta etapa universitaria, a mis compañeros que conocí en el transcurso de mi carrera, y a mis amigos que gracias a ellos tengo buenos momentos en mi memoria. A mi compañera de tesis, Melissa Castro, por su amistad, por los buenos y malos momentos que hemos pasado en el transcurso de esta etapa, su apoyo incondicional, y por ser parte de estas experiencias juntas

Juddy Jeanette Quiroga Villamar

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de Titulación a Dios, a mis padres porque gracias a ellos yo estoy finalizando mi etapa universitaria y por su apoyo incondicional durante esta etapa, a mi hermano, y a mis amigos de la carrera.

Juddy Jeanette Quiroga Villamar



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.

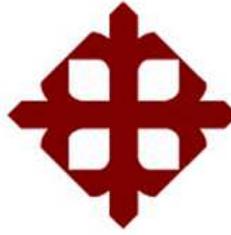
TUTOR

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ec. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Castro Villa, Carla Melissa	
Quiroga Villamar, Juddy Jeanette	

**Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.
TUTOR**

Índice General

Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras	xiii
Apéndices	xv
Introducción	2
Antecedentes	4
Planteamiento del problema.....	7
Formulación del problema	8
Justificación.....	8
Objetivo General	9
Objetivos Específicos.....	9
Capítulo I.....	10
Marco Teórico	10
Modelo de Economía Colaborativa.....	10
Teoría de Calidad: Ciclo de Deming.....	12
Modelo Electronic Service Quality (E-S-QUAL).....	13
Modelo Business to Consumer (B2C).....	16
Modelo Business To Business (B2B)	17
Marco Referencial	18
Lealtad hacia el servicio de entrega de alimentos en línea. Ciudad de Bandung, Indonesia. Modelo E-S-QUAL.	18
Los servicios móviles como herramienta de marketing para mejorar los ingresos de los restaurantes en el centro de Filadelfia y en una universidad del medio oeste de los Estados Unidos.	20

Marco conceptual	22
Marco legal.....	24
Capítulo II	29
Metodología de la investigación	29
Tipo de investigación	29
Enfoque de la investigación	30
Tipo de muestreo.....	30
Herramientas de recolección de datos.....	30
Encuestas.....	31
Entrevistas	33
Población.....	35
Muestra.....	35
Capítulo III.....	38
Análisis.....	38
Análisis de las entrevistas realizadas a administradores y/o dueños de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil.	47
Entrevista a administradores de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, en caso de que el restaurante no cuente con servicio a domicilio. ..	50
Entrevista al personal de la empresa colaborativa Glovo en Ecuador.	52
Preguntas realizadas a María Belén Ubidia – Líder del crecimiento del mercado de la aplicación Glovo en Ecuador.....	53
Aplicación Colaborativa.....	54
Análisis de la Página Web Glovo.....	55
Análisis FODA.....	59

Capítulo IV	61
Propuesta	61
Parámetros para una mejor gestión en el crecimiento de la compañía Glovo en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil.	61
Calidad de información	63
Diseño de página web	63
Seguridad	64
Pago.....	65
Satisfacción del cliente.....	66
Entrega	66
Calidad de los alimentos	67
Servicio al cliente.....	68
Ciclo de Deming	69
Conclusiones	72
Referencias bibliográficas.....	74

Índice de Tablas

Tabla 1. Tabla de ámbitos de la economía colaborativa	5
Tabla 2. Aplicaciones Colaborativas en Guayaquil.	7
Tabla 3. Características de la economía colaborativa	11
Tabla 4. Criterios para el buen Servicio Percibido	14
Tabla 5. Valores percibidos en encuesta sobre lealtad de clientes en línea.	19
Tabla 6. Variables de Resultados de la Encuesta	21
Tabla 7. Puntaje requerido de categorización para cafeterías.	27
Tabla 8. Puntaje requerido de categorización para restaurantes.	27
Tabla 9. Puntaje requerido de categorización para bares y discotecas.	28
Tabla 10. Variables para realizar las encuestas en la ciudad de Guayaquil.	32
Tabla 11. Entrevista dirigida a administradores de Glovo.	33
Tabla 12. Entrevista dirigida a administradores de restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil que utilizan alguna aplicación.	34
Tabla 13. Entrevista dirigida a administradores de restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil que no utilizan alguna aplicación.	35
Tabla 14. Restaurantes ubicados en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil.	37
Tabla 15. Criterios para el Buen servicio percibido.	66
Tabla 16. Parámetros de la aplicaciones colaborativa Glovo a través del modelo del ciclo de Deming.	70

Índice de Figuras

Figura 1. Elementos del Ciclo de Deming. Tomado de Sistema de gestión de la calidad en el laboratorio. Por (OMS, 2016).	12
Figura 2. Electronic Service Quality Model. Tomado de E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. Por (Parasuraman & al., 2005).	15
Figura 3. Modelo de e-service quality basado en el food delivery. Tomado de Key Success Factors of Online Food Ordering Services: An Empirical Study. Por (Kedah, 2015).	16
Figura 4. Modelo B2C. Adaptado de E-Commerce - B2C Model. Por (Point, 2017)	17
Figura 5. Género de los encuestados.	38
Figura 6. Edad de los encuestados.	38
Figura 7. Tipo de ocupación de los encuestados.	39
Figura 8. Ingresos anuales de los encuestados.	39
Figura 9. Número de Adultos en casa.	40
Figura 10. Número de niños en casa.	40
Figura 11. ¿Ha escuchado el término empresa colaborativa?	40
Figura 12. Frecuencia de visita a restaurantes.	41
Figura 13. Conoce aplicaciones móviles.	41
Figura 14. Ha utilizado el servicio de pedidos de comida a domicilio.	42
Figura 15. ¿Con qué frecuencia ha utilizado el servicio de pedido de comida a domicilio?	42
Figura 16. ¿Usted que aplicación usa más?	43
Figura 17. ¿A menudo qué tipo de comida usted solicita a domicilio? Escoja 4 como máximo.	43

Figura 18. ¿Cuánto es el tiempo promedio que suele esperar para recibir su comida a domicilio?.....	44
Figura 19. ¿Usted ha tenido algún problema en el servicio de pedido de comida a domicilio?.....	44
Figura 20. Si su respuesta es Sí, ¿cuál de estos inconvenientes enlistados ha sido? .	45
Figura 21. ¿Cuándo fue a última vez que solicito el servicio de pedido de comida a domicilio?.....	45
Figura 22. ¿Cómo puede calificar su experiencia del servicio de comida a domicilio?	46
Figura 23. ¿Volvería usted a comprar por medio de estas aplicaciones de comida a domicilio?.....	46
Figura 24. ¿Usted recomendaría el uso de estas aplicaciones?	47
Figura 25. Página Glovo	55
Figura 26. Opciones de la página Glovo	56
<i>Figura 27. Relación de confianza</i>	<i>62</i>
Figura 28. Modelo de e-service quality basado en el food delivery. Adaptada de Key Success Factors of Online Food Ordering Services: An Empirical Study por (Kedah, 2015).	62

Apéndices

Apéndice A. Variables para realizar encuestas en la ciudad de Guayaquil.	78
Apéndice B. Entrevista dirigida a Administradores de Glovo.	79
Apéndice C. Entrevista dirigida a administradores de restaurantes de dos tenedores en la ciudad e Guayaquil que utilizan alguna aplicación.	80
Apéndice D. Entrevista dirigida a administradores de restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil que no utilizan alguna aplicación.	81
Apéndice E. Restaurantes ubicados en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil.	82
Apéndice F. Modelo de Encuesta.	83
Apéndice G. Modelo de entrevistas a administradores de Glovo.	86
Apéndice H. Modelo de entrevistas a administradores de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil.	87
Apéndice I. Catastro Nacional 2019.	88

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal generar propuestas para diseñar un manual que ayude a mejorar la gestión en el crecimiento de la compañía Glovo en los restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil. La presente investigación fue realizada mediante un complejo análisis y ejecución de una metodología cuantitativa y cualitativa, junto con herramientas metodológicas, tales como: a) encuestas a mujeres y hombres mayores de 18 años en la ciudad de Guayaquil, b) entrevistas efectuadas a los propietarios o administradores de restaurantes de dos tenedores, y c) al personal de la empresa Glovo. Para el desarrollo de estos procesos se escogieron dos tipos de muestreos: a) por conveniencia y b) muestreo aleatorio simple; que permitió conocer el grado de satisfacción del consumidor en el servicio de comida a domicilio e identificar los aspectos más relevantes de la economía colaborativa y su influencia en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, tal modo que se pueda detectar y establecer los puntos favorables y críticos que requieren atención, por ejemplo inconvenientes en el servicio de comida a domicilio, tiempo promedio de espera, tipo de comida que el consumidor solicita a domicilio, etc. con el propósito de mejorar el proceso de gestión de la aplicación Glovo. Por esta razón se establecen parámetros para el diseño de un manual, para ayudar a implantar confianza entre los propietarios, administradores y clientes, con el propósito de aprovechar las ventajas que ofrece la economía colaborativa y el uso de las tecnologías.

***Palabras Clave:** Economía Colaborativa, Aplicaciones Colaborativas, Glovo, Servicio a Domicilio, Calidad de servicio, Fidelidad del cliente, Expectativas.*

Abstract

The main objective of this research work is to generate proposals to design a manual that helps improve the growth management of the Glovo Company in two-fork restaurants in the city of Guayaquil. The present investigation was carried out through a complex analysis and execution of a quantitative and qualitative methodology, together with methodological tools, such as: a) surveys of women and men over 18 in the city of Guayaquil, b) interviews conducted to the owners or two-fork restaurant managers, and c) the staff of the Glovo Company. For the development of these processes, two types of sampling were chosen: a) for convenience and b) simple random sampling; which allowed to know the degree of consumer satisfaction in the food delivery service and identify the most relevant aspects of the collaborative economy and its influence in the restaurants of two forks in the city of Guayaquil, so that it can be detected and established favorable and critical points that require attention, for example inconveniences in the food delivery service, average waiting time, type of food that the consumer requests at home, etc. with the purpose of improving the management process of the Glovo application. For this reason, parameters are established for the design of a manual, to help establish trust among owners, administrators and clients, in order to take advantage of the advantages offered by the collaborative economy and the use of technologies.

Keywords: *Collaborative Economy, Collaborative Applications, Glovo, Delivery service, Quality Service, Customer Loyalty, Expectative.*

Introducción

La globalización es un proceso de cambio que ha logrado mayor relevancia en estos últimos años, con el uso y desarrollo de nuevas tecnologías, según Cerdas (1997) se refiere a la globalización como “el acelerado proceso de cambio que, a nivel mundial, se ha estado desarrollando en todos los ámbitos del quehacer humano, pero muy particularmente en lo referente a lo militar, lo económico, el comercio, las finanzas, la información, la ciencia, la tecnología, el arte y la cultura”.

Gracias al avance de la tecnología se ha creado diferentes modalidades de consumo en los últimos años tales como: consumo alternativo, consumo sostenible, consumo ecológico, consumo solidario, consumo saludable, etc. Dentro del consumo alternativo se encuentra la economía colaborativa, el cual se basa en alquilar, comprar o vender productos o servicios y experiencias en función de necesidades específicas y a su vez obteniendo un beneficio económico tanto entre el comprador y vendedor.

La economía colaborativa encuentra a su mejor aliado en el uso de la tecnología, esa unión entre economía colaborativa y plataformas tecnológicas es la que está cambiando el modelo económico, buscando nuevas formas productivas y eficientes de obtener un mejor rendimiento económico, en su mayoría, sobre servicios tradicionales en el campo turístico y en los servicios de alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, etc.; permitiendo que los propietarios puedan compartir o negociar un bien o servicio (López, 2017).

Si bien es cierto que la economía colaborativa es una tendencia joven, la primera vez que se utilizó el término de “economía colaborativa” fue en el año 2007 por Ray Algar; ésta lleva pocos años de involucramiento en el mercado, especialmente en el mercado Latinoamericano, en países de Europa como: España, Francia, Reino Unido, Italia y Alemania, los usuarios cada vez optan por este modelo a tal punto que se predice que este modelo se convertirá en la nueva tendencia.

A nivel mundial el impacto de esta economía colaborativa ha logrado un mayor potencial, en países como Estados Unidos, donde existe una predominancia importante de empresas dedicadas a este tipo de negocios, con un valor de mercado superior a los 100 millones de euros. Las dos empresas que encabezan la lista de valor de mercado a nivel mundial en el ámbito de la economía colaborativa están relacionadas con el turismo: Uber con 50.000 millones de dólares estimados, del

sector de transporte de personas y Airbnb con 25.5000 millones de dólares, alojamiento p2p (OSTELEA, 2015). Conjuntamente la empresa colaborativa Glovo con poco tiempo en el mercado (2015), en el año 2018 tuvo ingresos de más de 70 millones de dólares.

Según Price Water House Coopers (PWC), la economía colaborativa factura en la actualidad 15.000 millones de dólares (unos 12.700 millones de euros al cambio de moneda) (EFE, 2016). Así mismo, el informe de “Economía Colaborativa en América Latina”, realizado por el IE Business School de Madrid, España, y el Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin) (2016), señala que los países con más iniciativas de economía colaborativa son: Brasil, México, Argentina y Perú, aunque es un ecosistema muy joven en Latinoamérica, la rapidez en la adopción de tecnologías y la popularización de las plataformas suponen un importante crecimiento para estas iniciativas. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2017), agrega que este modelo en Latinoamérica, ha surgido como una nueva posibilidad de cambio, ya que pueden abrir puertas a nuevas oportunidades de inclusión social y económica.

Según Kimes (2011) en la industria de la restauración se ha desarrollado la disponibilidad de la tecnología del servicio de entrega en línea permitiendo a la industria, que se encuentra en un mercado saturado, optimizar la precisión de los pedidos, aumentar la productividad y mejorar la relación con el cliente. Incluso pueden crear un canal de comunicación y marketing más eficiente y efectivo entre los restaurantes y consumidores, a su vez los restaurantes mejoran la eficacia y la eficiencia, este desarrollo es una oportunidad y un desafío para los restaurantes porque crea una fuerte competencia entre ellos.

Es una tendencia que se ha presentado con gran fuerza en el sector de la restauración y de rápido crecimiento en los últimos años. Las aplicaciones de entrega son sencillas, intuitivas y rápidas de usar, el pago se realiza sin manejar efectivo, y los menús de los restaurantes son digitales y no utilizan hojas. El modelo de negocio de estas aplicaciones colaborativas, consiste en afiliar a restaurantes y reclutar repartidores que buscan un trabajo independiente o generar ingresos adicionales con la condición de que tengan un vehículo, moto o bicicleta para brindar el servicio de entrega a domicilio.

En Ecuador, el servicio de entrega a domicilio, a través de aplicaciones móviles, cobra fuerza poco a poco, la compra de servicios ‘online’ pasó del 69% al

72% en el año 2018, según el informe Situación del Comercio Electrónico en Ecuador 2018, II medición, de la Universidad Espíritu Santo, (Revista Lideres, 2018), convirtiendo a las aplicaciones colaborativas en una economía en aumento, que necesita ser analizado con profundidad, para obtener que los restaurantes se afilien e integren y a la vez alcanzar que los clientes confíen en estas nuevas aplicaciones de economía colaborativa.

El trabajo investigativo tiene como objetivos: a) efectuar una descripción detallada del concepto de economía colaborativa y su desarrollo en el corto tiempo de vida que posee. Además, se profundiza en b) conocer cuál es la influencia de la aplicación Glovo en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil; la evolución de su demanda y oferta, a través de entrevistas y encuestas. Se finaliza el presente trabajo con la propuesta que es, c) con los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas se pretende generar parámetros con el objetivo de incorporar un buen desarrollo entre las empresas colaborativas y los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, buscando así una relación mucho más cercana con el consumidor y una aceptación a esta nueva modalidad.

Antecedentes

La economía colaborativa es un modelo de negocio que se basa en alquilar, comprar o vender productos o servicios y experiencias en función de necesidades específicas y a su vez obteniendo un beneficio económico tanto entre el comprador y vendedor. Este modelo es considerado como una forma actual del trueque; es el método más antiguo de compraventa; se trataba de un intercambio de bienes y servicios entre personas, cuando no existía una moneda oficial, y solo se producía si existía una excedencia de materiales u objetos. El trueque tuvo su aparición en el período Neolítico con el desarrollo de la agricultura y la ganadería, donde se abandona la vida recolectora y aparece el exceso de bienes que no iban a ser consumidos (Lozano, 2019).

A principios de los años 90, empezó a surgir el movimiento de la economía colaborativa con el desarrollo de las nuevas tecnologías y el Internet (Varma et al., 2000) este cambio, tuvo un enorme impacto comercial y cultural. Por otro lado, la economía del siglo XXI está centrada en el consumo colaborativo utilizando la reputación, la comunidad y el acceso compartido; empiezan aparecer iniciativas

comerciales como EBay y Craigslist, con el objetivo principal de basarse en la satisfacción del consumidor y con valores al alcance de las personas.

No obstante, la economía colaborativa surge alrededor del año 2007 por tres sucesos claves. Por un lado, una crisis económica global que pone bajo sospecha el modelo de consumismo basado en la posesión. Como siguiente, una generación emergente de jóvenes buscadores de nuevas experiencias, desapegados de la posesión, cuyo sueño ya no es tener un coche en propiedad sino conectarse globalmente. A ello, también se añade la creación de plataformas tecnológicas y el uso extensivo de internet que permiten la aparición de empresas que conectan a los ciudadanos de una manera más cercana y les gestionan sus interrelaciones.

Los tres sucesos se pueden dividir en cinco ámbitos:

Tabla 1.

Tabla de ámbitos de la economía colaborativa

Culturales	Con la aparición del internet se crearon redes sociales y blogs donde la gente puede compartir experiencias y tener beneficios sociales.
Ambientales	En la actualidad se vive en una etapa en la que hay mucha concienciación sobre temas medioambientales, para aprovechar al máximo la utilidad y vida de los bienes y servicios.
Tecnológicos	El uso extensivo de internet ha permitido poner en contacto a millones de personas desconocidas para resolver necesidades a cambio de un beneficio económico.
Desigualdad	La economía colaborativa intenta poner a las personas en un mismo estatus.
Económicos.	La economía colaborativa tiene una relación directa con la crisis, permite ofertar bienes o servicios que no se utiliza, aprovechando el máximo de su utilidad y así obtener ganancias.

Nota: Ámbitos de la economía colaborativa. Tomado de “La Economía Colaborativa: Factores desencadenantes y comparación con la economía de mercado” (Lozano, 2019).

La crisis financiera ha cambiado los patrones de consumo y surgiendo una nueva organización de compras y consumo de alimentos, en la cual con el pasar del tiempo y el desarrollo de nuevas tecnologías estas economías colaborativas han ganado terreno en servicios tales como: alojamiento, transporte y alimentación; ofrecidos por una persona natural a consumidores que requieren dichos servicios. Por medio de esta crisis surgió la economía colaborativa, donde se ofrece la posibilidad de adquirir productos en buen estado a precios accesibles, poder vender artículos que ya no son utilizados por sus propietarios y obtener un dinero extra.

En Ecuador, esta tendencia poco a poco toma fuerza y uno de los principales sectores que buscan incursionar en modelos de economía colaborativa es el sector turístico: servicios de alojamiento (Airbnb), transporte (Uber) y restauración (Glovo, UberEats). En la ciudad de Guayaquil, el servicio de alimentos y bebidas cuenta con varias aplicaciones de economías colaborativas que ofrecen servicio a domicilio, por ejemplo:

Tabla 2.

Aplicaciones Colaborativas en Guayaquil.

COMPAÑÍA	CEO	COMIDAS OFERTADAS POR EL APLICATIVO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	INGRESOS 2018
Glovo 2015	Oscar Pierre, Barcelona, España.	China, Dulce, Ecuatoriana, Empanadas, Healthy, Helados, Italiana, Latino, Mariscos, Mexicana, Parrilla, Pizza Pollo, Salados, Saludable, Snacks, Sushi, Variadas.	Ingresos De Más De 70 Millones De Dólares En El Año 2018.
UberEats 2014	Travis Kalanick, Los Ángeles, Estados Unidos.	Saludable, Postres, Latinos, Bbq, Mariscos, Cafetería, Pollo, Americano, Pizza, Pescado Y Papas Fritas, Desayuno Y Brunch, Kosher, China, Francesa, Alitas, Peruanas, Italiana, Occidental Pasteles, Sushi, Texmex, Café Y Té, Latina Fusión, Vegetariana, Árabe, Japonesa, Argentina, Bar, Jugos Y Limonadas, Etc.	Ingresos De Más De 2000 Millones De Dólares En El Año 2018.

Nota: Elaboración por autores (2019).

Planteamiento del problema

La economía colaborativa ha inspirado a emprendedores en la creación y desarrollo de aplicaciones que cada vez se vuelven necesarias en la vida cotidiana al solucionar problemas triviales.

Sin embargo, en Ecuador, los estudios de este nuevo tipo de economía colaborativa son de limitada información, causando que no se aproveche al máximo las ventajas que ofrece la aplicación; dado que es un concepto joven; en el caso del sector de restauración, los dueños de establecimientos de alimentos y bebidas desconocen la influencia de la economía colaborativa, ya que no parecen que asimilan adecuadamente el modelo de economía colaborativa; generando desconfianza; de modo que les cuesta adaptarse a esta nueva modalidad, porque se imaginan que en el momento que la aplicación colaborativa comienza a funcionar

empezarán a recibir sobrecarga de pedidos que no alcanzará la oferta disponible para cubrir la demanda, ocasionando que los restaurantes disminuyan su calidad de servicio, llegando a ser menos competitivos en su sector, dando como consecuencia la pérdida de clientes y disminución en sus ventas.

Ecuador siendo un país que está acogiendo esta tendencia de economía colaborativa, e incluso se está beneficiando de ella, se requiere de más investigación porque los datos existentes dentro del país son limitados y así poder mostrar el impacto positivo que está produciendo, en especial en el ámbito de restauración y de alguna forma influir a los dueños de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil a adaptarse e integrarse a estas aplicaciones de economía colaborativa y conseguir que los consumidores se fidelicen con el restaurante y la aplicación colaborativa.

Otro factor positivo es, que a través del uso de plataformas colaborativas, se puede crear o cambiar modelos de consumo, aprovechando al máximo la utilidad y vida de los bienes y servicios, al mismo tiempo manteniendo la producción sostenible. Por lo tanto, las causas y consecuencias expresadas con anterioridad dan pauta a la formulación del problema de qué cual es la influencia de la economía colaborativa en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil, tomando como caso de estudio la aplicación Glovo.

Formulación del problema

Según lo establecido en el problema, se formula la siguiente pregunta: ¿Cómo influye económicamente el modelo de economía colaborativa en restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil? Caso de estudio Glovo.

Justificación

La economía colaborativa es una oportunidad para las empresas para expandirse y atraer a nuevos clientes, además funciona como un mercado de distribución para quienes necesitan un bien, y de esta manera lo adquieren a un precio muy inferior o a cambio de otro bien. Por lo general las empresas de economía colaborativa, están alojadas en plataformas que permiten conectar dinámicamente y en tiempo real la oferta y la demanda, facilitando la entrega y los pedidos de los productos o servicios.

Si bien este tipo de economía colaborativa, ya está consolidada en Europa y paulatinamente Ecuador está acogiendo esta tendencia, la adaptación a estas aplicaciones colaborativas en el país ha sido más compleja, debido a los constantes cambios políticos, económicos y estudios e información limitada acerca de esta nueva modalidad en el país; convirtiéndose en un gran reto para los dueños de restaurantes y consumidores, que miran con desconfianza e inseguridad el uso de estas plataformas.

Por consiguiente, se prevé analizar la influencia de la economía colaborativa y su implicación económica en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil, tomando como caso de estudio Glovo, a través de investigaciones, entrevistas a dueños o administradores de restaurantes, personal encargado de Glovo en Ecuador y encuestas a consumidores con el fin de conseguir que los dueños de restaurantes de dos tenedores dentro de la ciudad de Guayaquil, se adapten y tengan más conocimientos acerca de estas aplicaciones de economía colaborativas y a su vez mejoren sus gestiones, aumenten sus ingresos y tengan un mejor contacto con el consumidor final, aprovechando precisamente las ventajas que ofrece la tecnología.

Objetivo General

Analizar la economía colaborativa y su implicación económica en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, a través de la compañía colaborativa Glovo para que los dueños de restaurantes de dos tenedores dentro de la ciudad, se adapten y a su vez mejoren sus gestiones, aumenten sus ingresos y tengan un mejor contacto con el consumidor final, aprovechando precisamente las ventajas que ofrece la tecnología.

Objetivos Específicos

1. Identificar la base teórica, referencial e información legal para entender la situación en la que se desarrolla la economía colaborativa en restaurantes.
2. Realizar una investigación de mercado que involucre la oferta y demanda que utiliza la empresa colaborativa Glovo.
3. Proponer parámetros para generar una mejor gestión en el crecimiento de la compañía Glovo en los restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil.

Capítulo I

Marco Teórico

La accesibilidad a las plataformas colaborativas como medio de compras; permite a los clientes comprar convenientemente, comparar productos y precios, y realizar la entrega de los productos de una manera inmediata.

Según Kimes (2011), para la industria de restauración, la tecnología en el servicio de entrega en línea permite a la industria, mejorar la precisión al momento de ordenar comida, aumentar la productividad y mejorar la relación con el consumidor, dando como resultado el poder expandir su mercado. De las compras en línea más realizadas, se determina que el pedido de alimentos se ha convertido en las compras preferidas por usuarios incrementando un 12% por año (Chang & et al., 2014). Este desarrollo es una oportunidad y un desafío para los restaurantes debido a que crea una potente competencia, y un ambiente desafiante entre ellos, ya que es imprescindible tener consumidores leales para las empresas de servicio a domicilio. Por lo consiguiente, los modelos y conceptos, descritos a continuación, ayudarán a tener una idea más precisa sobre este tema de las aplicaciones colaborativas.

Modelo de Economía Colaborativa

La economía colaborativa se refiere a una economía en la que existe la posibilidad de utilizar, intercambiar, adquirir o arrendar bienes o servicios. También es llamada consumo conectado, debido a que concede a las personas la oportunidad de conseguir productos a un precio más accesible y de buena calidad, al igual que vender o intercambiar productos con los demás consumidores, a través de las plataformas colaborativas (Lozano, 2019).

La creación de “startups” o empresas de arranque, en la actualidad ha llamado la atención de personas emprendedoras, las cuales permiten iniciar distintos negocios con este método de economía colaborativa, para así desarrollar su propuesta de negocios. Aunque los cimientos de este nuevo modelo de negocio no son recientes, debido a que se basa básicamente en el “trueque”, el cual es tan antiguo para el hombre, el estudio de esta modalidad ha cobrado relevancia en los últimos años debido a surgimiento de diversas actividades, por ello existen varias

definiciones de economía colaborativa, algunas de ellas son más extensas y detalladas que otras.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), establece que: *“la economía colaborativa se trata de un nuevo modelo económico que se basa en el “intercambio entre particulares de bienes y servicios, que permanecían ociosos o infrautilizados, a cambio de una compensación pactada entre las partes”*. Y agrega que la economía colaborativa se basa en cinco características:

Tabla 3.

Características de la economía colaborativa

ECONOMÍA COLABORATIVA	CARACTERÍSTICAS
Creación de mercados	Se basa en el intercambio de bienes y la prestación de nuevos servicios.
Nuevas oportunidades	Mejor aprovechamiento de la capacidad de los recursos.
Facilita el trabajo y el tiempo.	Suaviza las líneas divisorias entre el trabajo a tiempo completo y el trabajo esporádico, entre el trabajo dependiente y el autónomo, entre el trabajo el ocio.
Redes de masas	Se basa en redes de masas en vez de en instituciones centralizadas o jerarquías.
Conexión más directa	Difumina las líneas de separación entre lo personal y lo profesional.

Nota: Elaboración de Autores (2019).

Además, se destaca que un factor clave en el desarrollo y la evolución de la economía colaborativa es la confianza, por lo tanto, la reputación es la clave para construir relaciones de confianza, y en el consumo compartido se construye sobre la base de mecanismos en línea; es decir, se entiende como las valoraciones, puntuaciones y opiniones que los usuarios tienen respecto de una persona o empresa en los sitios web (BID, 2017).

Por consiguiente, el modelo de la economía colaborativa es responsable de que su sostenibilidad se base en los pilares de la reputación, la comunidad y el acceso a los bienes compartidos. El modelo de economía colaborativa se basa además en la resolución de problemas de forma eficiente. Y su éxito es producto de la atención prestada a las necesidades reales de los clientes, más que de las empresas.

Teoría de Calidad: Ciclo de Deming

De acuerdo con la investigación realizada por American Society for Quality Control (Romero & Scherer, 2009) explica que la calidad engloba las características y detalles de un producto o servicio, que deben ser realizados de manera correcta desde el inicio para así brindar una total satisfacción a las exigencias de los consumidores, esto comprende ofrecer total seguridad y garantía a los clientes, a los cuales se les da el servicio y así mismo al personal que está activo en la empresa.

Según Deming (1989) se disminuyen las fallas que se podrían presentar en el transcurso de las labores y de consecuencia el desperdicio de materiales y de los recursos humanos, teniendo además una reducción de gastos para la empresa. Por otro lado, el personal refleja una mejor actitud a la hora de realizar sus actividades.

Deming diseñó el PDCA que consiste en una serie de cuatro elementos que se llevan a cabo sucesivamente:

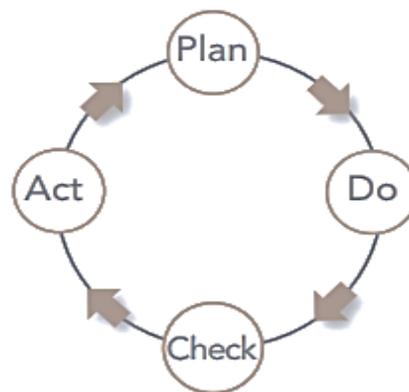


Figura 1. Elementos del Ciclo de Deming. Tomado de Sistema de gestión de la calidad en el laboratorio. Por (OMS, 2016).

Planificar: Identificar áreas de mejora, establecer metas, objetivos y métodos para construir un plan de actuación para la mejora.

Desarrollar (hacer), implementar, elaborar o desarrollar las actividades propuestas.

Comprobar: Analizar los efectos de lo elaborado anteriormente y comprobar si las propuestas se encuentran o no apropiadamente realizadas.

Actuar: Aplicar los resultados obtenidos para identificar nuevas mejoras y reajustar los objetivos. Una vez cubierto el ciclo de mejora se reinicia el proceso puesto que siempre habrá posibilidades para mejorar.

En conclusión, este modelo de ciclo de Deming, es de gran ayuda, ya que con la contratación de terceros en este caso aliarse o afiliarse a estas aplicaciones colaborativas se evitaría el desperdicio de comidas y recursos, asimismo se tendría un acercamiento más directo con el consumidor, por lo tanto, para lograr la fidelización se debe brindar una total satisfacción a las exigencias de los consumidores, esto comprende ofrecer total seguridad y garantía a los clientes a los cuales se les da el servicio y así mismo al personal que se mantiene activo en la empresa.

Modelo Electronic Service Quality (E-S-QUAL)

Este modelo de servicio electrónico se define como, “un servicio de atención al cliente interactivo, centrado en el contenido y basado en el Internet que es impulsado por los usuarios y se integra con el soporte de tecnologías y sistemas ofrecidos por los proveedores de servicios” (Liu, 2012), y más ampliamente “todas las fases de las interacciones de un cliente con un sitio web” (Parasuraman & al., 2005).

La calidad se define como "un estado dinámico asociado con productos, servicios, personas, procesos y entornos que cumplen o superan las expectativas de los consumidores (Goetsch & Davis, 2006). Sobre la base de estas definiciones, la calidad del servicio electrónico puede definirse como la excelencia de la entrega eficiente y efectiva del servicio en sitios web basados en Internet. Es decir, que los clientes evalúen un sitio web no solo por su calidad sino también por las experiencias durante sus interacciones con el sitio e igualmente con el servicio de post-interacción (es decir, cumplimiento, devoluciones) (Parasuraman & al., 2005).

Muchos investigadores han desarrollado varios modelos de calidad de servicios. Según Grönroos (1984) definió la calidad del servicio percibida por los

clientes de manera subjetiva, y la conceptualizó con tres dimensiones: calidad técnica, calidad funcional e imagen. De acuerdo con este modelo, la calidad de servicio percibida se ve afectada por la imagen, que se construye mediante la calidad técnica y funcional del servicio. La calidad técnica es que los usuarios realmente reciban bien el servicio y la calidad funcional, es la forma en que se les entrega el servicio. En el estudio del autor, Grönroos (1988), se identificaron los siguientes criterios para el buen servicio percibido:

Tabla 4.

Criterios para el buen Servicio Percibido

DIMENSIONES	CRITERIOS
Imagen	Reputación y Credibilidad
Calidad Técnica	Profesionalismo y Habilidades
Calidad funcional	Comportamiento y Actitudes, Accesibilidad y Flexibilidad, Confiabilidad y Recuperación

Nota: Criterios para el buen servicio percibido. Tomado de the six criteria of good perceived service quality. Por (Grönroos, 1988).

Cronin y Taylor (1992) argumentaron que las expectativas de los clientes no son claras de identificar, y solo el desempeño que perciben los clientes después de experimentar los servicios entregados muestra la calidad. Por consiguiente, se puede definir a la entrega de productos online o delivery como una actividad que parte de la función logística y tiene por finalidad colocar bienes, servicios, fondos o información directo en el lugar de consumo o uso (Al cliente final). En el ámbito empresarial, la gestión del delivery se preocupa del:

- a) diseño,
- b) planificación,
- c) implementación y
- d) mejoramiento de los flujos asociados a la entrega.

Generalmente sujeta a restricciones de tiempos y costos, además adquiere distintos grados de complejidad dependiendo de la industria donde se aplica, así, otra propiedad del reparto o delivery es la posibilidad de maximizar la interacción humana al final del flujo, con posibilidades de emplearse en la

fidelización de clientes (envío de regalos), estudios de mercado (aplicación de encuestas) u otros fines.

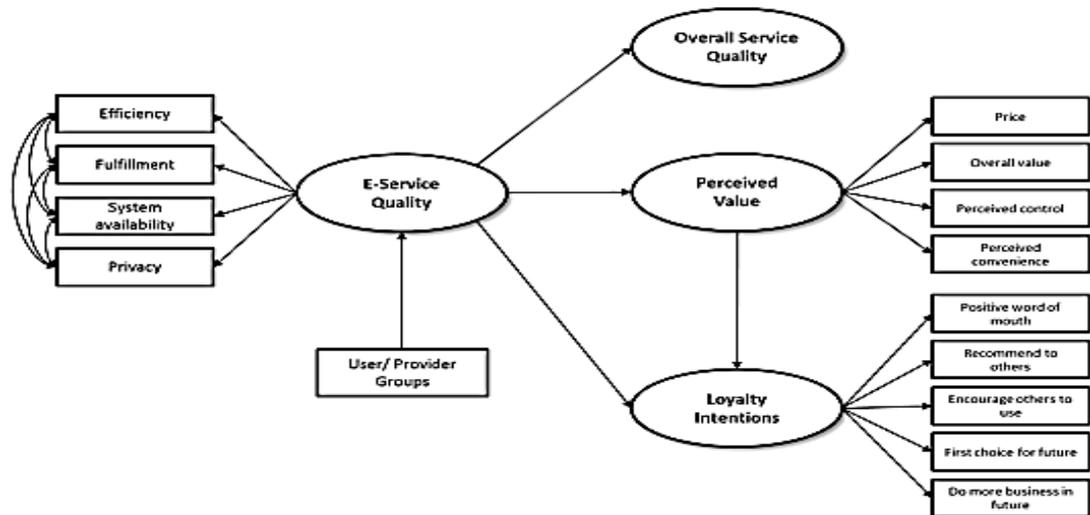


Figura 2. Electronic Service Quality Model. Tomado de E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. Por (Parasuraman & al., 2005).

Estudios acerca del entorno de la restauración (Kedah, 2015), definen que la experiencia y la lealtad del consumidor va conectado con la calidad de los alimentos y la calidad del servicio electrónico. En un ambiente de negocios competitivo y desafiante como es la industria de restauración, la clave para sobrevivir y crecer en este ambiente competitivo es a través de la fidelidad de los clientes. La lealtad en línea es determinado por los servicios de entrega de alimentos a domicilio, se describe como el compromiso que llevan los clientes con el servicio de entrega dando como resultado una recompra y aspectos positivos de los clientes hacia los proveedores de entrega de alimentos en línea.

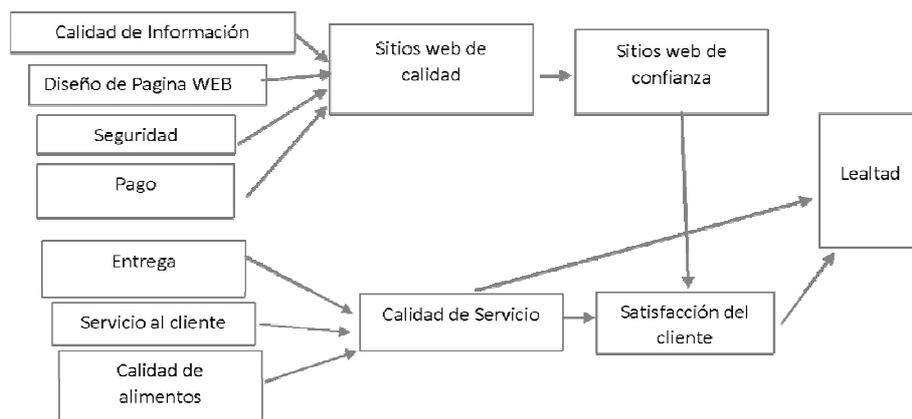


Figura 3. Modelo de e-service quality basado en el food delivery. Tomado de Key Success Factors of Online Food Ordering Services: An Empirical Study. Por (Kedah, 2015).

Con el avance de las tecnologías la calidad de los sitios web ha mejorado exponencialmente, por ejemplo, en la interactividad de los usuarios, personalización de las páginas web, servicios gratuitos, integración técnica, diseño, comunicación, cumplimiento de pedidos comida a domicilio, seguridad, privacidad, promociones, comercialización, velocidad de transacción, seguridad de la calidad de la información y facilidad de uso.

Entre todos estos factores, los clientes suelen esperar tres ventajas de los sitios web que son: calidad del sistema, calidad de la información y servicio; cumpliendo estos factores se conservará la lealtad del consumidor. Como tal se define al modelo E-S-QUAL, como un modelo, que abarca todas las fases de las interacciones de un cliente con un sitio web: la medida en que el sitio web facilita compras, compras eficientes y efectivas, y entrega.

Modelo Business to Consumer (B2C)

En el modelo B2C, indica que un sitio web comercial es un lugar donde todas las transacciones se realizan directamente entre una organización empresarial y un consumidor. Es decir, un consumidor va al sitio web, selecciona un catálogo, ordena el catálogo y se envía un correo electrónico a la organización empresarial. Después de recibir el pedido, las mercancías se envían al cliente.

A continuación, se especifica las características clave del modelo B2C:

- a) Publicidad requerida para atraer clientes.
- b) Altas inversiones en términos de hardware / software.
- c) Soporte o buen servicio de atención al cliente.

El procedimiento de compra de un consumidor es:

- a) Determina el requisito.
- b) Busca artículos disponibles en el sitio web que cumpla con el requisito.
- c) Compara artículos similares por precio, fecha de entrega o cualquier otro término.
- d) Realiza el pedido.
- e) Paga la factura.
- f) Recibe el artículo entregado y lo revisa / inspecciona.
- g) Consulta al proveedor para obtener asistencia técnica posterior o devuelve el producto si no está satisfecho con el producto entregado.

En el comercio tradicional, existen agentes intermediarios como mayoristas, distribuidores y minoristas entre el fabricante y el consumidor. En los sitios web B2C, un fabricante puede vender sus productos directamente a los consumidores potenciales. Este proceso de eliminación de capas de negocios responsables de funciones intermedias se denomina desintermediación.

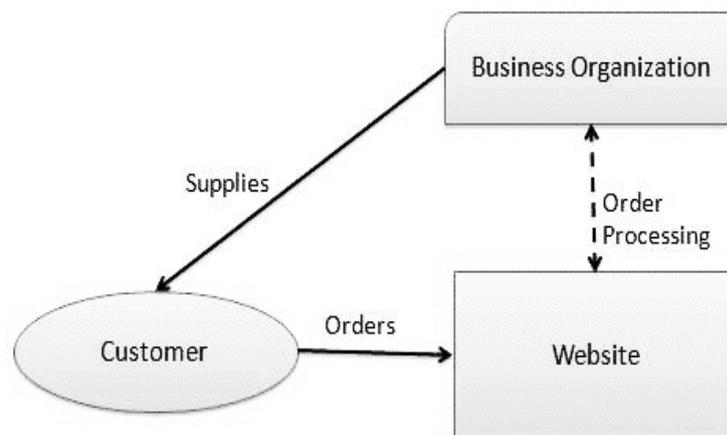


Figura 4. Modelo B2C. Adaptado de E-Commerce - B2C Model. Por (Point, 2017)

Modelo Business to Business (B2B)

B2B se refiere a un modelo de negocio en los que las transacciones de bienes o la prestación de servicios se producen entre dos empresas, es decir, de negocio a negocio y se relaciona principalmente con el comercio mayorista, aunque también puede referirse a prestación de servicios y consumo de contenidos, por ejemplo, los

portales tipo Marketplace, en donde unas empresas especifican sus demandas de productos o servicios y otras los ofertan, o aquellos en los que una empresa no trata de comunicarse con su cliente final sino con distribuidores, partners, importadores u otro tipo de comprador profesional.

En los modelos de negocio B2B, se debe especificar el target a partir de las características de las empresas a las que se quiere comunicar la promoción:

- a) Actividad de la empresa.
- b) Situación geográfica de la empresa.
- c) Ámbito en el que desarrolla su actividad.
- d) Dimensión: trabajadores, red de distribución, facturación, ventas.

Hay aspectos del posicionamiento web que se debe tratar de una forma más específica cuando se trabaja en la optimización de sitios Web B2B:

- a) Valorar la presencia activa en las redes sociales propias del sector y profesionales. Una de las redes sociales por excelencia para el descubrimiento y desarrollo de oportunidades de negocio B2B es LinkedIn.
- b) Generar contenido relacionado, anticipativo, que aporte valor añadido.
- c) •Considerar las diferentes búsquedas que haría cada uno de los perfiles involucrados en la selección de un proveedor –decisor, prescriptor, consumidor, etc. – y preparar páginas de aterrizaje que conecten con sus motivaciones y resuelvan sus objeciones.

Marco Referencial

Lealtad hacia el servicio de entrega de alimentos en línea. Ciudad de Bandung, Indonesia. Modelo E-S-QUAL.

La calidad del servicio electrónico tiene un efecto considerable en la lealtad del cliente, influyendo en la percepción de la calidad de los alimentos, dando como resultado un alto valor percibido y satisfacción que, en última instancia, crea al cliente lealtad hacia el servicio de entrega de comida a domicilio. Kimes (2011) señala que la acción de ordenar los alimentos en línea se denomina autoservicio, un sistema de autoservicio diseñado a través de dispositivos en línea es importante para crear satisfacción, valor percibido y fidelización continua.

Este estudio desarrolló una encuesta donde los cuestionarios fueron distribuidos convenientemente a los clientes que habían comprado alimentos a través de servicios de pedido de comidas a domicilio, dentro de las últimas dos semanas. De los 405 encuestados; reveló que las personas que más utilizan estas aplicaciones son estudiantes universitarios (76%) que tienen entre 21-30 años (66.90%). Dando como resultado que las mujeres son quienes más utilizan estas aplicaciones de food delivery con un (71.04%). También muestra la calidad del servicio electrónico que predice un (37,1%) de la calidad de los alimentos. Tanto la calidad del servicio electrónico como la calidad de la comida explican el (51.4%) del valor percibido y el (52.5%) de la satisfacción. Mientras todo los predictores de lealtad (calidad del servicio electrónico, calidad de los alimentos, valor percibido y satisfacción) predicen el 39.2% de la lealtad del cliente.

Tabla 5.

Valores percibidos en encuesta sobre lealtad de clientes en línea.

Path	Direct		Indirect		Total effect	
	B	t-value	β	t-value	β	t-value
E-service quality \leq loyalty	0.031	0.545	0.428	8.511**	0.459	8.010**
Food quality \leq	0.256	4.146**	0.179	5.102**	0.435	7.428**
E-service quality \leq quality	0.609	11.714**	-	-	0.609	11.714**
E-service quality \leq value	0.335	5.070**	0.281	7.547**	0.616	10.522**
E-service quality \leq	0.304	4.449**	0.325	6.283**	0.629	12.156**
Food quality \leq value	0.462	8.220**	-	-	0.462	8.220**
Food quality \leq	0.230	4.088**	0.139	4.693**	0.369	6.275**
Perceived value \leq	0.300	5.131**	-	-	0.300	5.131**
Perceived value \leq	0.197	3.007**	0.072	2.727**	0.269	4.729**
Satisfaction \leq	0.240	3.700**	-	-	0.240	3.700**

Nota: Valores percibidos en encuesta sobre lealtad de clientes en línea. Tomado de Loyalty toward online food delivery service: the role of e-service quality and food quality. Por (Dwi Suhartanto et al., 2018).

Se revela que, aunque el efecto directo de la calidad del servicio electrónico en la lealtad no es significativo, su efecto total sí lo es. Este hallazgo sugiere que el efecto de la calidad del servicio electrónico en la lealtad es a través del fortalecimiento de la calidad de los alimentos, el valor percibido y la satisfacción del cliente. Mientras que la calidad de los alimentos, impactar directamente en la lealtad del cliente, reforzando el valor percibido y la satisfacción del cliente.

En este estudio se detalla las consecuencias de la calidad de los alimentos y la calidad del servicio en línea sobre el comportamiento posterior a la compra del cliente en el entorno de servicio de entrega de alimentos. Se muestra la importancia de la calidad de los alimentos y cómo influye en la lealtad del cliente con el servicio de entrega de alimentos. Por lo tanto, es importante que los restaurantes que ofrecen el servicio de entrega brinden un servicio de alta calidad que no solo coincidan con las necesidades del cliente, sino que también sean superiores a los de la competencia.

Los servicios móviles como herramienta de marketing para mejorar los ingresos de los restaurantes en el centro de Filadelfia y en una universidad del medio oeste de los Estados Unidos.

A medida que la tecnología móvil continúa avanzando paulatinamente, los usuarios encuentran aplicaciones más interesantes y útiles para acceder y transmitir información. Ciertamente, la gente está dejando de usar teléfonos tradicionales, televisores y computadoras personales, a utilizar dispositivos móviles de alta velocidad como su nueva fuente de información, comunicación y entretenimiento.

Los restaurantes al usar aplicaciones móviles pueden mejorar la efectividad y la eficiencia de sus canales de comunicación con los clientes. De acuerdo a Rasinger, Fuchs y Hopken (2007), si las memorias internas de los consumidores son insuficientes para la toma de decisiones, las actividades de búsqueda de información se expanden a fuentes de información externas. Estas fuentes de información externas se pueden obtener a través de dispositivos móviles, especialmente para aquellos usuarios con situaciones personales que cambian continuamente.

El uso que hacen los restaurantes de los medios móviles como herramienta de marketing no es nuevo, por ejemplo, Starbucks y Domino's Pizza se asociaron recientemente con Air2Web para obtener promociones móviles para atraer clientes, Papa John's, a través de AT&T, instigó un programa de recompensa móvil, y Smoothie King con más de 550 puntos de venta, comenzó a ofrecer promociones de mensajes de texto a sus consumidores. Sin embargo, el movimiento hacia una amplia adopción de tal tendencia aún no está en plena marcha.

Este estudio hizo una encuesta en dos ubicaciones diferentes, una, en un área del centro de Filadelfia, que arrojó 91 cuestionarios utilizables, y el otro en un aula en una universidad del medio oeste de los Estados Unidos que arrojó 87 usos cuestionarios la mayoría de los participantes estaban entre los 20 años (80%). La encuesta consultaba si los participantes deseaban recibir información de restaurantes a través de sus dispositivos celulares, 96 participantes (54%) respondieron “Nunca”. La encuesta les preguntaba qué tipo información deseaban recibir, siendo las más requeridas, información acerca de descuentos de comida, cupones de promoción, etc. Cuando los participantes fueron consultados, cuántas veces por semana les gustaría recibir información a través de sus celulares, el 69% indicó menos de dos veces, 19 de ellos es decir el (20%) dijeron que no les gustaba publicidad en su celular. De acuerdo con las encuestas, las personas prefieren recibir anuncios de descuentos de comida y promociones como los cupones, estas ventajas, ayudarán a mejorar la gestión de la capacidad, especialmente durante las horas de poca actividad, llevando a maximizar sus ingresos.

Tabla 6.

Variables de Resultados de la Encuesta

Razón	Si	%	No	%
Publicidad no necesaria	61	64%	35	36%
Porque no suele comer fuera de casa con frecuencia	81	84%	15	16%
Porque no le gusta recibir anuncios en su celular	19	20%	77	80%
No le gusta información sobrecargada	57	59%	39	41%

Nota: Variables de Resultados de la Encuesta. Tomado de Mobile Services as a Marketing Tool to Enhance Restaurant Revenue: An Exploratory Study. Por (Lee, Hwang, & Hyun, 2010).

Los resultados de la encuesta indican que los usuarios potenciales del móvil no quieren proporcionar información personal como la dirección de domicilio, tarjeta de crédito, números telefónicos, etc., solo el 33% afirmó que estaban dispuestos a dar información. Estos hallazgos proporcionan una visión de una situación

desafiante, ya que deben asegurarse de convencer a sus clientes que su información personal está respaldada, implementando políticas de privacidad; ésta desconfianza tiene su razón de ser, ya que se debe a que la información proporcionada sobre el funcionamiento de las aplicaciones en el ámbito de la restauración es escasa, por lo tanto, los restaurantes se niegan o dudan en afiliarse o integrarse a alguna de ellas, por el temor de perder clientes y tener pérdidas tanto de dinero como de recursos.

Marco conceptual

Plataformas colaborativas: Se define como plataforma online a las herramientas o software en internet desarrollado a partir de tecnología digital, que va más allá de lo que conocemos como página web. Donde gracias a la participación masiva de los usuarios, o conexión en red, se crea contenido y / o se intercambian, se compran, venden, alquilan, o accede y comparte todo tipo de información, conocimiento, servicios o productos (Ricart, 2017).

Economía colaborativa: Modelo de negocio que se basa en el intercambio de bienes y servicios entre productor-consumidor a cambio de una compensación pactada entre ambos sujetos. Concede a las personas la oportunidad de conseguir productos a un precio más accesible y de buena calidad, al igual que vender o intercambiar productos con los demás consumidores para dar una vida más larga a los productos, pensando en la sustentabilidad y aplicando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Codina & et al., 2017).

Glovo: Esta aplicación en línea ofrece el servicio de entrega de los mejores productos de la ciudad al domicilio del usuario, entre estos puede ser medicamentos, comida, artículos de supermercado, regalos, alcohol y bebidas o simplemente encomiendas en general siempre y cuando estén dentro de lo legal y pueda entrar en la maleta del repartidor motorizado (Glovo, 2018).

B2C: Indica que un sitio web comercial es un lugar donde todas las transacciones se realizan directamente entre una organización empresarial y un consumidor. Es decir, un consumidor va al sitio web, selecciona un catálogo, ordena

el catálogo y se envía un correo electrónico a la organización empresarial (Point, 2017).

B2B: se refiere a la expresión business to business, es decir, de negocio a negocio y se relaciona principalmente con el comercio mayorista, aunque también puede referirse a prestación de servicios y consumo de contenidos (Fani Sánchez, 2018).

Calidad: La calidad se define como "un estado dinámico asociado con productos, servicios, personas, procesos y entornos que cumplen o superan las expectativas de los consumidores (Goetsch & Davis, 2006).

Servicio de alimentos y bebidas: Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento" (MINTUR, 2018).

E-S-QUAL: Se define como el servicio de atención al cliente interactivo, centrado en el contenido y basado en Internet que es impulsado por los usuarios y se integra con el soporte de tecnologías y sistemas ofrecidos por los proveedores de servicios (Liu, 2012).

Restaurantes de dos tenedores (Tercera Categoría): En este tipo de restaurantes solo se necesita tener insumos resistentes sin necesidad de ser lujosos, se pueden ofrecer hasta cuatro entradas. De igual forma, la entrada es compartida por clientes y personal, necesita tener baños para hombres y para mujeres. Este sería considerado como un restaurante promedio, sin los lujos de restaurantes más finos, pero manteniendo una buena presentación y precios mucho más accesible. Su mobiliario será apropiado: loza irrompible, plaque inoxidable, cristalería sencilla y en buen estado, servilletas y mantelería presentables. La cocina dispondrá lo necesario para la conservación de productos alimenticios, con una buena ventilación o en su caso, con un extractor de humos (Turismo práctico, 2010).

El personal portará un informe sencillo bien aseado y atenderá a los clientes adecuadamente. Su carta o menú presentará tres o cuatro tiempos de servicio.

Además, contará con las siguientes características:

- Comedor con superficie adecuada a su capacidad
- Teléfono
- Muebles apropiados
- La cocina dispondrá de fregaderos con agua corriente, cámara frigorífica o nevera, despensa, buena batería y extractor de humos si la ventilación no fuese directa al exterior.
- El personal que tenga contacto con el público deberá presentarse, cuando menos, con chaqueta blanca.

Marco legal

El Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas promulgada en el Registro Oficial Edición Especial 575 del 05 de octubre del 2018 (MINTUR, 2018), se enfoca en mejorar la calidad en el servicio, infraestructura y en las buenas prácticas de manufactura, es decir que los establecimientos cumplan con servicios de calidad, espacios adecuados y que respeten las normas para la manipulación de alimentos, de modo que se garantice un buen producto para los turistas, a cuál garantiza el cumplimiento de los siguientes artículos:

Art. 15.- Según el tipo de servicio. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas clasificados como cafetería, bar y restaurante, deberán informar, a través del sistema establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de servicio que brindan de acuerdo a lo siguiente:

- a) Menú
- b) Autoservicio
- c) Buffet
- d) Menú fijo
- e) Servicio a domicilio
- f) Servicio al auto

En caso de que los establecimientos encajen dentro de dos o más tipos de servicio, deberán informar, a través del sistema determinado por la Autoridad Nacional de Turismo, todos los tipos de servicio que ofrecen.

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

b) Autoservicio: Servicio cuya característica es la de presentar los alimentos en mostradores específicos, desde donde el consumidor se sirve asimismo de manera directa. En algunos casos, no hay personal de servicio.

c) Buffet: Servicio cuya característica es la de presentar los alimentos en mostradores específicos, donde los alimentos son servidos por personal especializado a los consumidores, quienes deben acercarse a la zona donde se encuentren los mostradores de los alimentos, para luego dirigirse a sus mesas respectivas a consumirlos. El personal de servicio está encargado de retirar la vajilla utilizada y en algunos casos, sirve las bebidas y postres.

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

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

f) Servicio al auto: Los establecimientos ofertan y expenden los alimentos al consumidor sin la necesidad de salir del vehículo que se traslada.

Art. 18.- Categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo al cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento. Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría;

b) Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría;

c) Los bares y discotecas se categorizarán en: (3) tres, (2) dos y (1) una copa siendo (3) tres copas la mayor categoría y (1) una copa la menor categoría; y,

d) Los establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering se categorizarán como categoría única.

Art. 19.- Requisitos de categorización. - Para obtener una categoría, de acuerdo a su clasificación, deberán alcanzar un mínimo de 40 cuarenta puntos; caso contrario tendrán el plazo determinado según el artículo para alcanzar el puntaje mínimo, de lo contrario no obtendrán el registro turístico.

Art.21.- Del puntaje para categorización. - los requisitos establecidos para cada clasificación, están identificados mediante un puntaje de acuerdo al tipo de requisito, considerando los siguientes parámetros:

✓ Requisitos de buenas prácticas 6 puntos

✓ Requisitos de servicios 4 puntos

✓ Requisitos de infraestructura 2 puntos

Art.22.- Fórmula de cálculo. - para obtener el nivel de cumplimiento requerido por cada categoría se aplicará las siguientes fórmulas de cálculo:

$$\frac{\text{Puntaje obtenido} \times 100}{\text{Puntaje total}} = \text{Puntaje de cumplimiento categoría}$$

Donde:

Puntaje obtenido.- sumatoria del total de puntos obtenidos, respecto a los requisitos establecidos en los anexos del presente reglamento.

Puntaje total.- total de puntos posibles que un establecimiento puede obtener respecto a los requisitos establecidos en los anexos del presente reglamento.

En caso que el puntaje obtenido de la categoría contenga números decimales superiores a cinco décimas, se considerará el puntaje inmediato superior.

a) Para cafeterías

Tabla 7.

Puntaje requerido de categorización para cafeterías.

Establecimientos	Nivel de puntaje requerido
Categoría de 2 taza	Mayor o igual a 71
Categoría de 1 taza	Entre 40 a 70 puntos

Nota: Tabla de Puntaje Requerido de Categorización para Cafeterías. Tomado de Reglamento de Alimentos y Bebidas. Por (MINTUR, 2018).

b) Para restaurantes

Tabla 8.

Puntaje requerido de categorización para restaurantes.

Establecimientos	Nivel de puntaje requerido
Categoría 5 tenedores	Mayor o igual a 91 puntos
Categoría 4 tenedores	Entre 81 y 90 puntos
Categoría 3 tenedores	Entre 80 y 71 puntos
Categoría 2 tenedores	Entre 70 y 61
Categoría 1 tenedor	Entre 60 y 40 puntos

Nota: Tabla de Puntaje Requerido de Categorización para Restaurantes. Tomado de Reglamento de Alimentos y Bebidas. Por (MINTUR, 2018).

c) Para bares y discotecas

Tabla 9.

Puntaje requerido de categorización para bares y discotecas.

Establecimientos	Nivel de puntaje requerido
Categoría 3 copas	Mayor o igual a 81 puntos
Categoría 2 copas	Entre 80 y 71 puntos
Categoría 1 copa	Entre 70 y 40 puntos

Nota: Tabla de Puntaje Requerido de Categorización para Bares y Discotecas. Tomado de Reglamento de Alimentos y Bebidas. Por (MINTUR, 2018).

Capítulo II

Metodología de la investigación

Para realizar una investigación, es necesario definir cuál será la metodología que se va a utilizar. El presente capítulo describe el enfoque, tipo de investigación, fuentes de información, herramientas y técnicas de recolección de datos. Además, se define la población y la muestra, con la finalidad de obtener resultados confiables. Dentro de esta investigación se aplicó el método deductivo con el cual se pudo obtener un análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en los restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil, a través del caso de estudio de la plataforma Glovo. Según Bernal (2010) “este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares”. De tal forma, el resultado que emita el estudio será aplicado de manera general a los restaurantes y a la aplicación que se va a analizar.

Tipo de investigación

La investigación que se plantean son las siguientes: la investigación descriptiva y el estudio de caso. La investigación descriptiva, dentro de este trabajo, se permitió profundizar en la situación actual de las economías colaborativas en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, a través de un diagnóstico por medio de la satisfacción de los consumidores que utilizan aplicaciones colaborativas para el servicio de comida a domicilio, realizando encuestas para la recolección de datos y entrevistas a los administradores de restaurantes y de la aplicación a analizar, para entender así la predisposición de ellos hacia esta nueva modalidad de economía colaborativa. Según Cerda (1998), “Se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás”. Este tipo de investigación se basa en técnicas como la encuesta, entrevista y ficha de observación, etc.,

Según Bernal (2010) “el objetivo de los estudios de caso, mejor conocido como el método del caso, es estudiar en profundidad o en detalle una unidad de

análisis específica, tomada de un universo poblacional”. Por lo cual, este método es útil para poder realizar el análisis al estudio propuesto.

Enfoque de la investigación

En la presente investigación, el enfoque a utilizar es de tipo mixto: cuantitativo y cualitativo. Según para Malhotra (2008) el enfoque cuantitativo busca cuantificar los datos y que, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico, mientras que el enfoque cualitativo se utiliza para generar hipótesis e identificar variables que deberían incluirse en el estudio.

Con la utilización del enfoque cuantitativo, se examinó la situación actual de las economías colaborativas y su implicación económica en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil tomando como caso de estudio Glovo, dicho estudio se basó en el nivel de satisfacción recopilados mediante encuestas efectuadas, a los consumidores. Por otro lado, se utilizó el enfoque cualitativo para examinar la influencia de la misma, a través de entrevistas realizadas a los encargados de los establecimientos de alimentos y bebidas y al personal encargado de manejar la aplicación Glovo, con el objetivo de posteriormente plantear propuestas de acciones que mejoren la gestión entre los restaurantes y las aplicaciones colaborativas.

Tipo de muestreo

Para el presente proyecto se optó por dos tipos de muestreo, primero el muestreo no probabilístico en su forma de muestreo por conveniencia. Según Kinnear y Taylor (1998) “el elemento se autoselecciona o se ha seleccionado debido a su fácil disponibilidad”. Esta forma de muestreo se selecciona con base en la conveniencia del investigador. Y por último el muestreo aleatorio simple, cuando todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra y esta probabilidad es conocida. Por lo tanto, en la presente investigación se utilizará estos dos tipos de muestreo por el acceso y disponibilidad a la información.

Herramientas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos permiten obtener información necesaria y eficaz que será utilizada para buscar los objetivos propuestos. En este estudio se ha

decidido implementar dos herramientas: la entrevista y la encuesta, que permitió hallar resultados para entender la situación de las economías colaborativas y su influencia en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil.

Encuestas

Según Bernal (2010) “la encuesta es una de las técnicas de recolección de información más utilizadas, debido a que se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas”, las encuestas se realizaron a la población de Guayaquil especialmente a personas que utilizan aplicaciones colaborativas, los horarios en los que se efectuaron las encuestas fueron de 10:00 am a 14:00 pm y de 17:00 pm a 21:00 pm, horarios de mayor afluencia de pedidos de comida, debido a que son horas donde más se consumen alimentos, por ser hora de almuerzos, piqueos y cena; adicionalmente se tomó como referencia el modelo E-S-QUAL, para medir la satisfacción de los consumidores hacia estas aplicaciones. El enfoque de este modelo indica que la fidelidad del cliente hacia los servicios de entrega de alimentos se mide por su compra en línea y la tendencia a volver a comprar y recomendar el servicio.

Tabla 10.

Variables para realizar las encuestas en la ciudad de Guayaquil.

VARIABLES	TIPO
Demográfico	Género
	Edad
	Ocupación
	Aplicación más utilizada
	Ingreso Anual
	Cantidad de niños en casa
	Número de Adultos en casa
E-service quality	La aplicación no tiene complicaciones para operar
	El pedido de entrega es el prometido
	Los artículos pedidos se envían puntualmente
	Información personal no es compartida por la web
	La ID de pago está segura con la aplicación
	La oferta de la aplicación es honesta
Alimento	Presentación del plato gastronómico
	Sabor
	Amplitud de la oferta gastronómica
Valor Percibido	Valor económico de la oferta gastronómica
Lealtad	Continuar solicitando alimentos
	Intención de recomendar la aplicación

Nota: Elaboración por autores (2019).

Entrevistas

Dado que el enfoque es mixto, también se realizará entrevistas, según Cólás y Hernández (2001) “la entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s), en el cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador”. En este caso las entrevistas serán realizadas a los administradores de restaurantes y de la aplicación a analizar con el fin de obtener respuestas sobre el manejo de las economías colaborativas y cómo influye económicamente en los restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 11.

Entrevista dirigida a administradores de Glovo.

PLANIFICAR	¿Cuáles fueron los retos al implementar esta aplicación en Ecuador?
HACER	¿Cuáles son las estrategias para formar alianzas con los restaurantes de Guayaquil? ¿Qué ventajas o beneficios tienen los restaurantes afiliados? ¿Usted cree que el precio por entrega es más elevado con respecto a la competencia?
VERIFICAR	¿Qué garantía de cumplimiento ofrecen a sus clientes en cada pedido? ¿Qué producto o servicio tiene mayor demanda?
ACTUAR	¿Cuál cree usted que son las claves del éxito y la diferenciación con sus competidores?

Nota: Elaboración por autores (2019)

Tabla 12.

Entrevista dirigida a administradores de restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil que utilizan alguna aplicación.

	¿Cuál ha sido el mayor reto al aliarse a estas aplicaciones?
PLANIFICAR	¿Usted cree que le ha resultado beneficioso aliarse a estas aplicaciones colaborativas de servicio a domicilio?
	¿Qué estrategias realiza para atraer a los clientes a través de las aplicaciones en línea?
HACER	¿Cuáles son los cambios que ha tenido el servicio de restauración con la presencia de las aplicaciones colaborativas?
	¿Usted cree que el personal está capacitado para cubrir la demanda de los pedidos de comida a domicilio que se realizan por medio de aplicaciones?
VERIFICAR	¿Qué productos tienen mayor demanda en el servicio a domicilio?
	¿Cómo ha logrado la fidelidad de su clientela?
ACTUAR	¿Usted cree que sus ventas han incrementado al aliarse a aplicaciones colaborativas?

Nota: Elaboración por autores (2019)

Tabla 13.

Entrevista dirigida a administradores de restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil que no utilizan alguna aplicación.

	¿Cuál sería el mayor reto al aliarse a estas aplicaciones?
PLANIFICAR	¿Usted cree que le resultaría beneficioso aliarse a estas aplicaciones colaborativas de servicio a domicilio?
HACER	¿Qué estrategias aplicaría para atraer a los clientes a través de las aplicaciones en línea?
VERIFICAR	¿Usted cree que el personal está capacitado para cubrir la demanda de los pedidos de comida a domicilio que se realizan por medio de aplicaciones? ¿Qué productos tienen mayor demanda?
ACTUAR	¿Cómo ha logrado la fidelidad de su clientela? ¿Usted cree que sus ventas incrementarían al aliarse a aplicaciones colaborativas?

Nota: Elaboración por autores (2019).

Población

Para realizar las encuestas se consideró a hombres y mujeres, mayores de 18 años que residan en la ciudad de Guayaquil. Para efectuar las entrevistas, se planteó la entrega de cartas, dirigidas a administradores de restaurantes de dos tenedores, y de personal encargado de manejar Glovo en la ciudad de Guayaquil.

Muestra

Personas mayores de 18 años que hagan uso de aplicaciones colaborativas en la ciudad de Guayaquil, partiendo de la población de las encuestas. Según Morales (2012), para extrapolar a poblaciones muy grandes utilizamos la siguiente fórmula para obtener el tamaño de la muestra:

$$N = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

En el cual:

N: número de elementos de la muestra (2`644.891 habitantes de la ciudad de Guayaquil)

Z: nivel de confianza = 1.96

p: probabilidad de éxito = 0.50

q: probabilidad de fracaso = 0.50

e: margen de error = 5%

$$N = \frac{1.96 (0.5) (0.5)}{0.05}$$

$$N = \frac{(3.8416) (0.25)}{0.0025}$$

$$N = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$N = 384 \text{ personas a encuestar}$$

Para obtener la muestra con el fin de realizar las entrevistas, se optó por el muestreo no probabilístico en su forma de muestreo por conveniencia. Según Kinnear y Taylor (1998) “el elemento se autoselecciona o se ha seleccionado debido a su fácil disponibilidad”. En este caso son 870 restaurantes de dos tenedores registrados en el Catastro Nacional del año 2019, de los cuales se seleccionó 64 restaurantes, los mismos que están ubicados en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 14.

Restaurantes ubicados en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil.

NORTE	
Noroeste	Noreste
Palacio Verde, Don Chuzo, D'Miley, El Balconcito, Cangrejo Club, Benchos Ribs & Chicken, Santi Club, Rachy's, Palacio del Cangrejo, Pollo a la Brasa Tarantini, Carboncito, Mamma Mia, Parrilla del Sol, La Criollita, Italian Deli, Cachame	Menestra de la Pocha, Parrillada Punta del Este, Tenedor de Oro (Terminal T), Parrillada Cajape, Típicos del Norte, Don Peña, La Antorcha y Algo más, Menú de la Abuela, Papipollo Express, Flor de Canela, Corvina de Sauces 8, Poli-2, Los Ídolos, Selva Tropical, Catering Coffee, Rinconcito Paisa,
Gran Hong Kong, El Puma, Chifa Men Chu, , Asadero El Ídolo, Cangrejo Don Lucho, El Puma, Pollos a la Brasa Chanito Jr., Mi pollito sabrosón, Chifa Paz, Pollo a la Brasa la esquina de Alex, Chifa Long Meng, Chifa Lai Kong, Chifa Tauro, Chifa Campeón, Asadero Emelec, Cevichería Rosita.	Aquí esta Marcelo, El Astillero, Gluglu Beer, Dolce Vitta, Pollo brostizado, Pollo Pollo, Chifa Felicidad, Chifa ChaoJing, Sabor del Sur, El Portugués, Chifa Época 2 El Paradero Sur, Chifa Palacio Imperial, Chifa Wen Wei, D'Elisa, A Comer al Carbón.
Suroeste	Sureste
SUR	

Nota: Elaboración por autores (2019).

Capítulo III

Análisis

Análisis de las encuestas realizadas en los siguientes restaurantes de la ciudad de Guayaquil.

Para realizar el análisis, se efectuó encuestas a 400 personas, dentro y fuera de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil; basándose en el Catastro del Ministerio de Turismo del año 2019; ubicados en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil. Los días 3, 4, y 5 de julio del 2019, de 10:00 am a 14:00 pm y de 17:00 pm a 21:00 pm, horarios de mayor afluencia de pedidos de comida, por ser horas de almuerzos, piqueos y cena.

Las encuestas arrojaron como resultados que el 54% de los encuestados fueron mujeres, el 46% hombres.

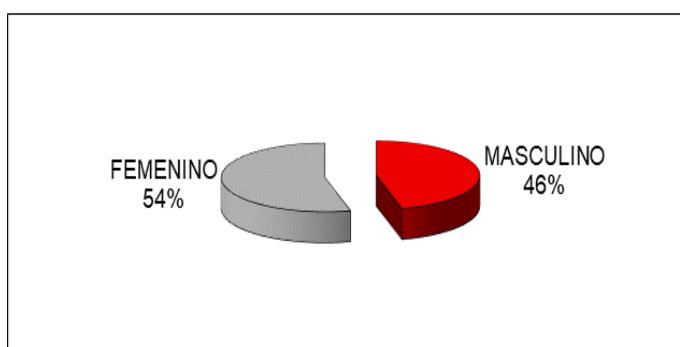


Figura 5. Género de los encuestados.

Así mismo señala que el 54% de los encuestados tienen una edad entre 21 y 30 años, el 19% entre 31 y 40 años, el 16% entre 17 y 20 años y el 12% más de 40 años.

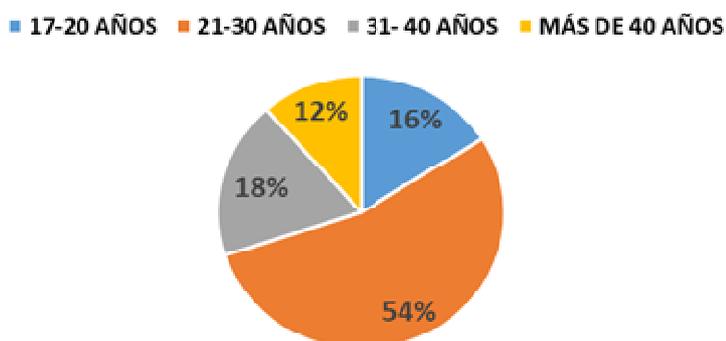


Figura 6. Edad de los encuestados.

Respecto al tipo de ocupación de los encuestados, el 47% son estudiantes universitarios, el 27% profesionales.

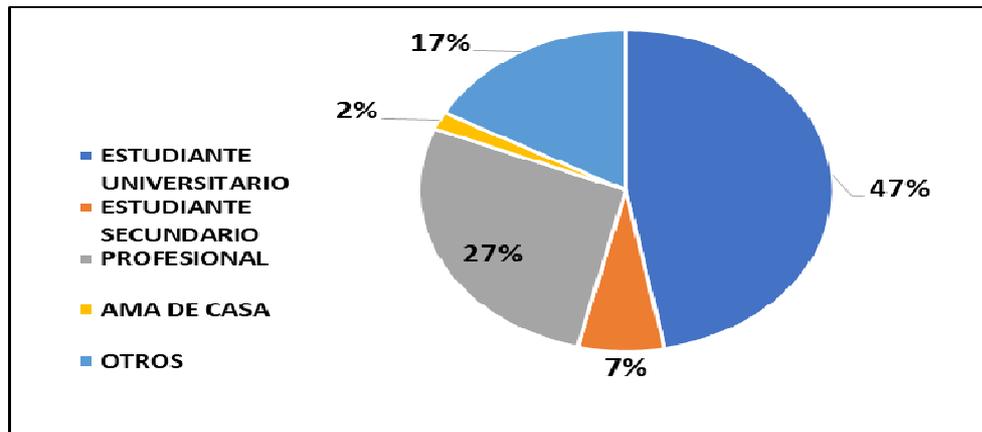


Figura 7. Tipo de ocupación de los encuestados.

Además, los resultados arrojaron que el 68% de los encuestados tienen ingresos anuales de menos de \$5000, el 24% de \$5000 a \$10000 y el 8% más de \$10000.

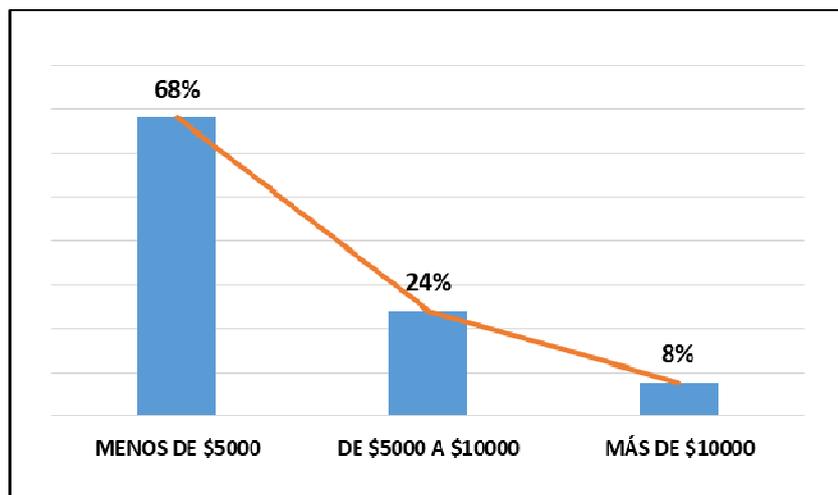


Figura 8. Ingresos anuales de los encuestados.

Con respecto a cuanto es el número de adultos en casa, los resultados arrojaron que el 33% convive con tres adultos, el 29% con dos, el 14% con tres y cinco o más adultos y por último solo el 11% con uno adulto en casa.

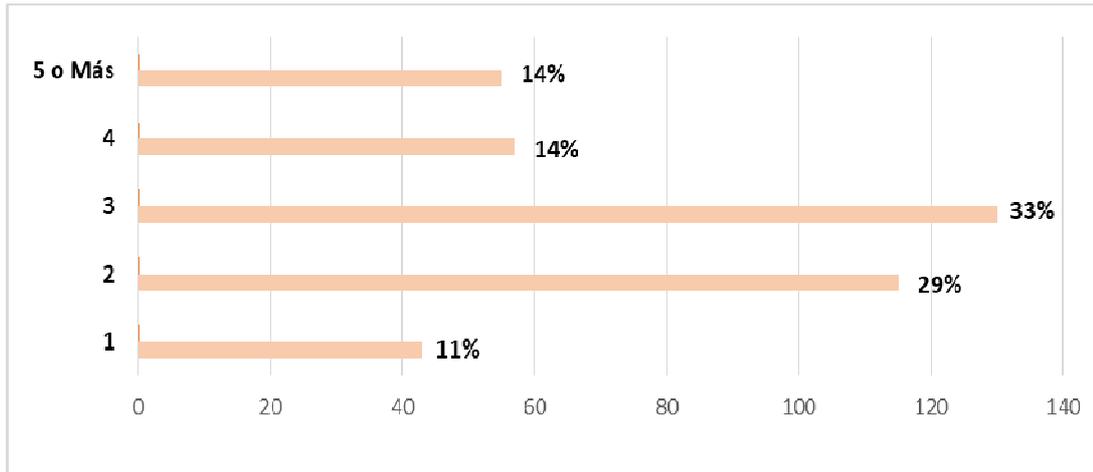


Figura 9. Número de Adultos en casa.

Igualmente se consultó sobre cuánto es el número de niños en casa, y los resultados fueron los siguientes el 32% convive con tres niños, el 26% no conviven con niños, el 20% con uno, el 14% con dos y el 8% conviven con cuatro o más.

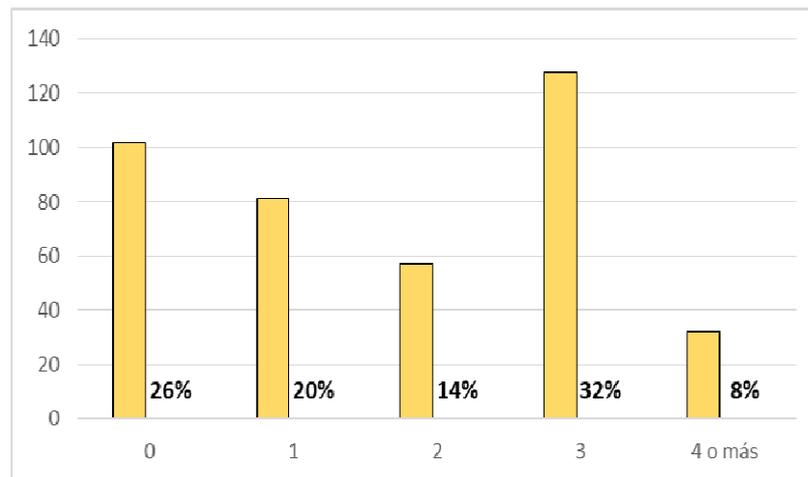


Figura 10. Número de niños en casa.

Conocimiento de la sociedad sobre el término de empresa colaborativa

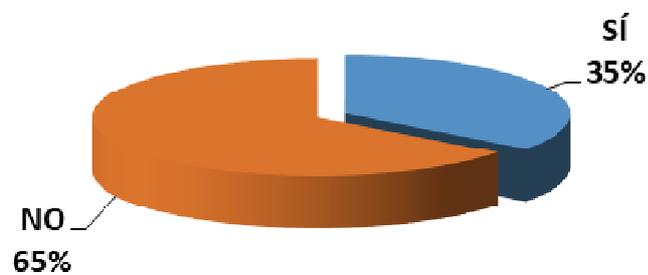


Figura 11. ¿Ha escuchado el término empresa colaborativa?

Con los resultados obtenidos de las encuestas, en el gráfico anterior se puede

apreciar que el 65% de los encuestados tienen desconocimiento acerca del término “empresa colaborativa”.

Frecuencia de visita de los consumidores a restaurantes de la ciudad de Guayaquil.

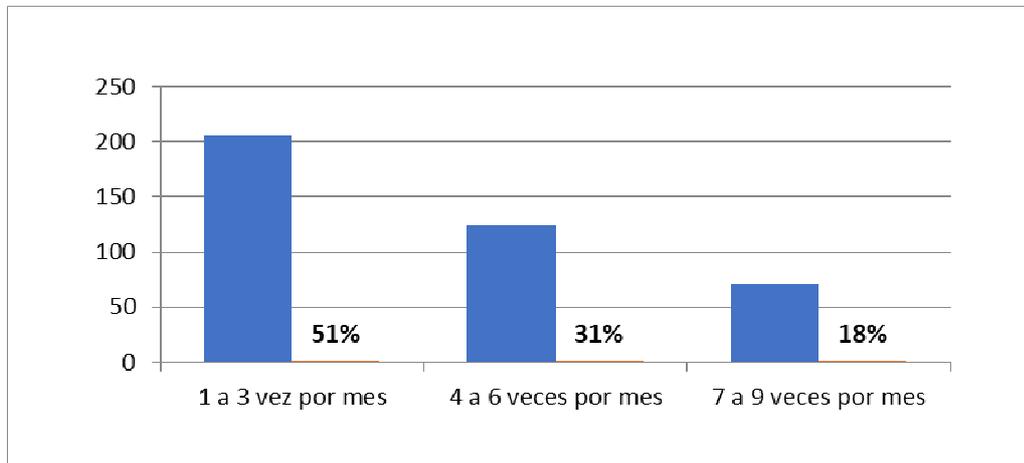


Figura 12. Frecuencia de visita a restaurantes.

Según la encuesta realizada, el 51% visitan restaurantes una a tres veces por mes, el 15% cuatro a seis veces por mes y el 18% de siete a nueve veces por mes, el resultado de esta encuesta ayudará a determinar la modalidad de compra de los clientes en restaurantes de la ciudad de Guayaquil.

Conocimiento de la sociedad sobre las aplicaciones móviles que trabajan con el servicio de pedidos de comida a domicilio.

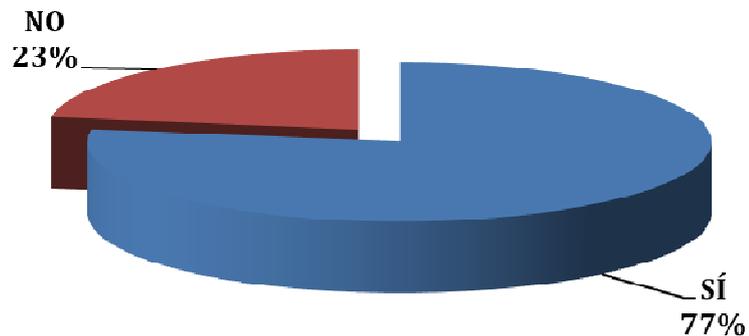


Figura 13. Conoce aplicaciones móviles.

Según la encuesta realizada el 77% de las personas afirmaron conocer alguna aplicación móvil de servicio de pedidos de comida a domicilio, mientras que el 23%

señaló que no; dando a entender que las aplicaciones de economía colaborativa han llegado a consolidarse en la mente del consumidor.

Uso del servicio de pedidos de comida a domicilio en la ciudad de Guayaquil.

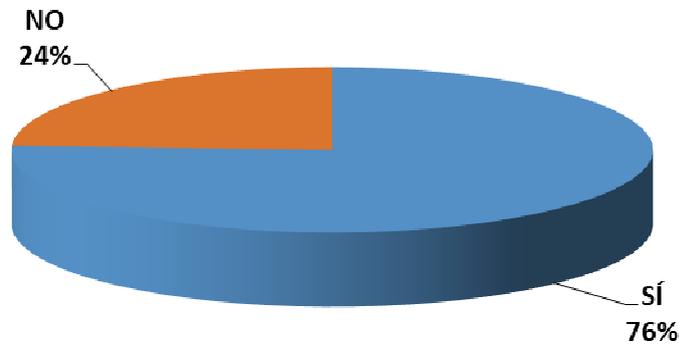


Figura 14. Ha utilizado el servicio de pedidos de comida a domicilio.

De acuerdo con la gráfica anterior de los 400 encuestados solo 303 personas, o sea el 76 %, ha utilizado el servicio de pedidos de comida a domicilio.

Frecuencia de uso del servicio de pedidos de comida a domicilio en la ciudad de Guayaquil.

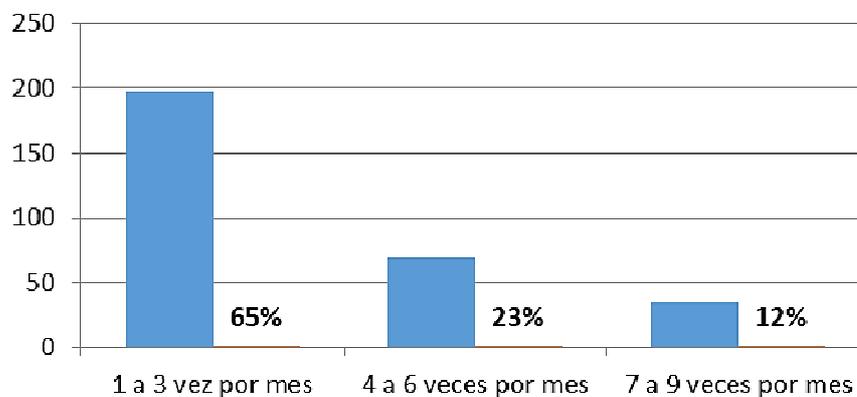


Figura 15. ¿Con qué frecuencia ha utilizado el servicio de pedido de comida a domicilio?

Según los datos obtenidos el 65% de los usuarios, utilizan estas aplicaciones de uno a tres veces por mes, el 23% cuatro a seis veces por mes y el 12% siete a nueve veces por mes. Por lo cual se concluye que el uso de estas aplicaciones están en auge entre los consumidores que cada día solicitan el pedido de comida a domicilio y además saber la modalidad de compra de los usuarios.

Aplicación colaborativa más utilizada

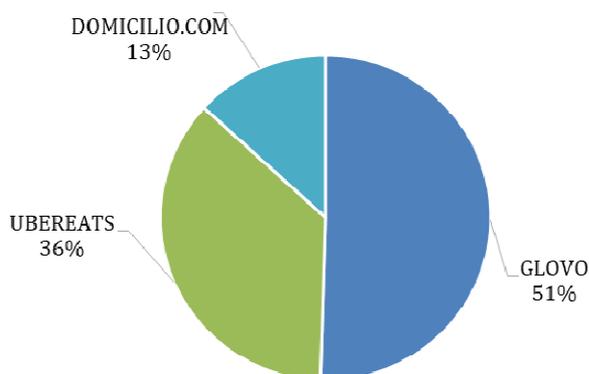


Figura 16. ¿Usted que aplicación usa más?

De acuerdo con las encuestas realizadas el 13% ha utilizado alguna vez Domicilio.com, el 36% UberEats y el 51% Glovo, convirtiendo a esta última en la aplicación más utilizada a pesar del corto tiempo de implementación que tiene en Ecuador.

Tipo de comida que el consumidor solicita a domicilio.

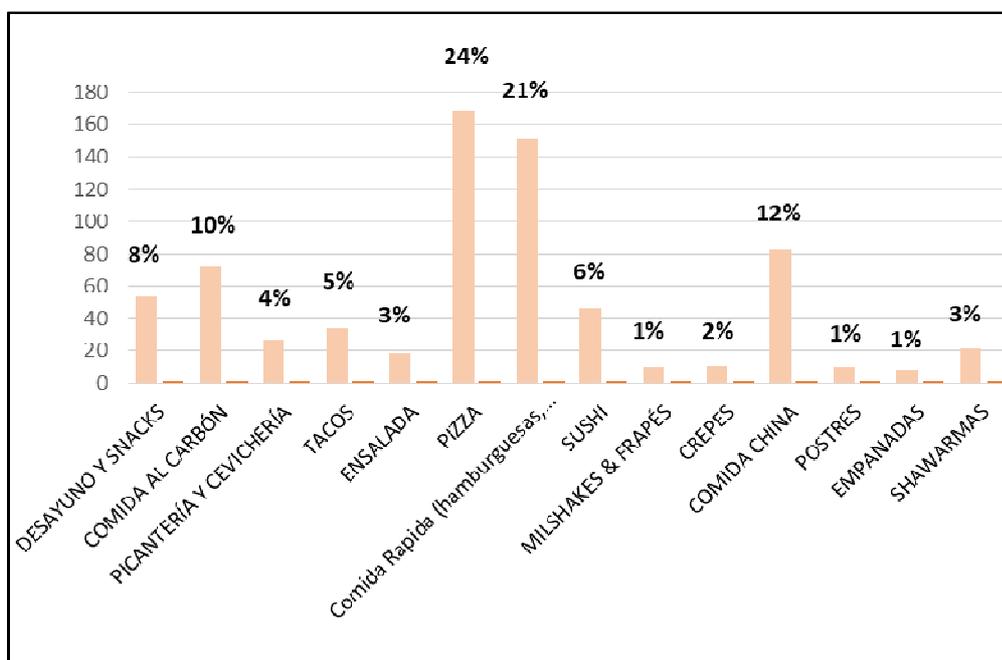


Figura 17. ¿A menudo qué tipo de comida usted solicita a domicilio? Escoja 4 como máximo.

De los 303 encuestados que han solicitado el servicio de pedido de comida a domicilio el 24% ha pedido pizzas a través de estas aplicaciones, mientras el 21% comida rápida (hamburguesas, nuggets, papas fritas, etc.), y el 12% comida china,

dando como resultados que estos alimentos sean los más pedidos gracias a su fácil y rápida preparación.

Tiempo promedio de espera para recibir el servicio de pedidos de comida a domicilio.

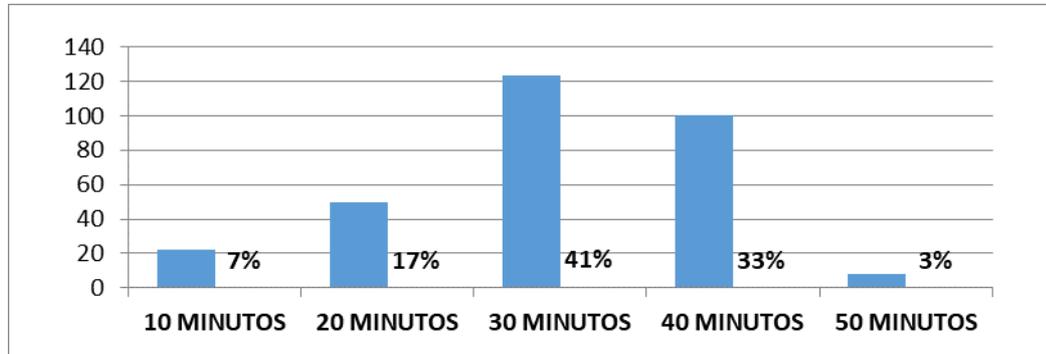


Figura 18. ¿Cuánto es el tiempo promedio que suele esperar para recibir su comida a domicilio?

De acuerdo a estos resultados el promedio de espera para recibir la comida a domicilio es de 30 minutos con un 41%, un 33% es de 40 minutos, el 17% a 20 minutos, el 7% a 10 minutos y el 3% a 50 minutos, lo cual permite ver el tiempo promedio que prometen estas aplicaciones, sin embargo, el tiempo de espera aceptable para satisfacer al consumidor es de 30 minutos.

Problemas en el servicio de pedido de comida a domicilio.

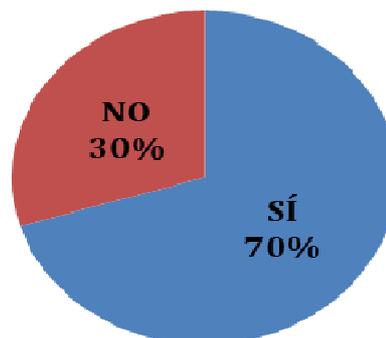


Figura 19. ¿Usted ha tenido algún problema en el servicio de pedido de comida a domicilio?

De acuerdo con los resultados de los 303 encuestados que han utilizado estas aplicaciones, 213 personas o sea el 70% ha tenido problemas en el servicio de pedido de comida a domicilio, lo cual representa un punto positivo en la propuesta ya que se buscara estrategias para atenuar el problema y así lograr la confianza de los dueños de restaurantes y clientes.

Lista de inconvenientes que han presentado los consumidores al usar aplicaciones de servicio de pedido de comida a domicilio.

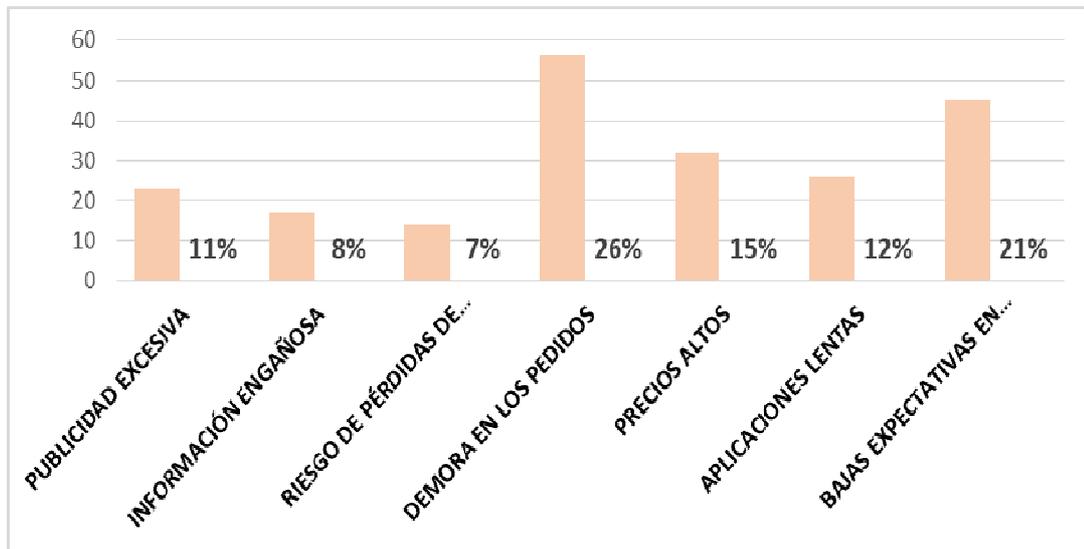


Figura 20. Si su respuesta es Sí, ¿cuál de estos inconvenientes enlistados ha sido?

De acuerdo con los resultados de las encuestas, los problemas que más han tenido los 213 encuestados que usan este tipo de aplicaciones, es la demora de pedidos con un 26%, seguido de bajas expectativas en la presentación de las comidas con un 21%, el 15% precios altos, el 12% aplicaciones lentas, 11% publicidad excesiva, el 8% información engañosa y el 7% riesgo de pérdidas de datos personales; aunque son factores negativos, estos problemas ayudarán a saber con más claridad donde se debe enfocar la propuesta para amortiguar estos problemas.

Última vez que el consumidor solicitó el servicio de pedido de comida a domicilio.

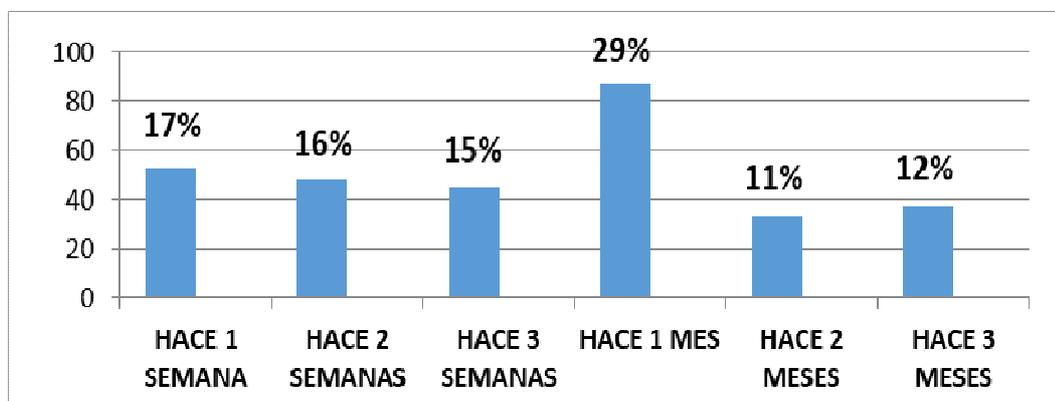


Figura 21. ¿Cuándo fue a última vez que solicitó el servicio de pedido de comida a domicilio?

De acuerdo con las encuestas realizadas, el 29% respondió que han solicitado el servicio de pedido de comida a domicilio hace un mes, el 17% hace una semana, el 16% hace dos semanas, el 15% hace tres semanas, el 12% hace tres meses y el 11% hace dos meses; por lo tanto, este resultado da entender como es la modalidad de uso que tienen los clientes hacia este tipo de aplicaciones.

Experiencia del consumidor en el uso del servicio de pedido de comida a domicilio.

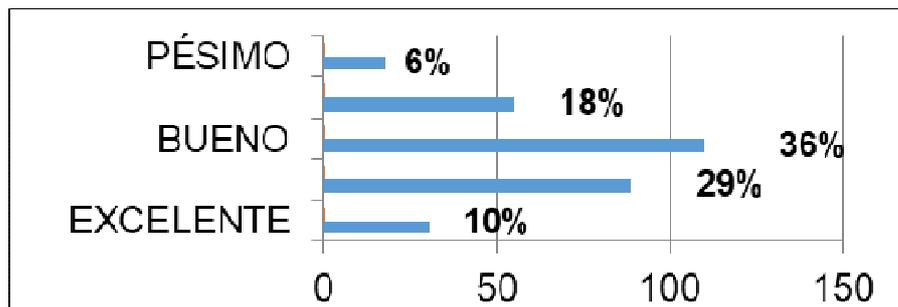


Figura 22. ¿Cómo puede calificar su experiencia del servicio de comida a domicilio?

De acuerdo a las encuestas realizadas el 36% calificó su experiencia del servicio de comida a domicilio como buena, el 29% muy buena, el 18% como regular, el 10% como excelente y el 6% pésimo; por lo tanto, para conseguir la fidelización de los clientes, se debe obtener que los mismos tengan experiencias satisfactorias y sigan utilizando la aplicación e incluso recomendarla.

Intención de compra de los usuarios por medio de las aplicaciones colaborativas del servicio de pedido de comida a domicilio.

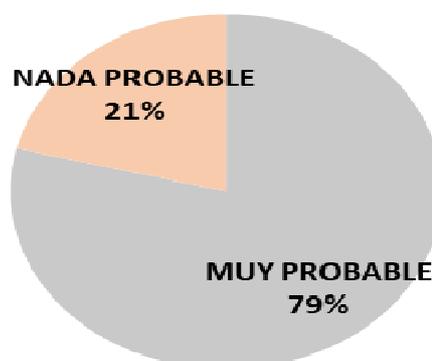


Figura 23. ¿Volvería usted a comprar por medio de estas aplicaciones de comida a domicilio?

De acuerdo con las encuestas realizadas, 239 personas o sea el 79% están dispuestos a volver a comprar por medio de estas aplicaciones de comida a domicilio mientras que el 21% no volvería a comprar.

Recomendación de aplicaciones colaborativas.

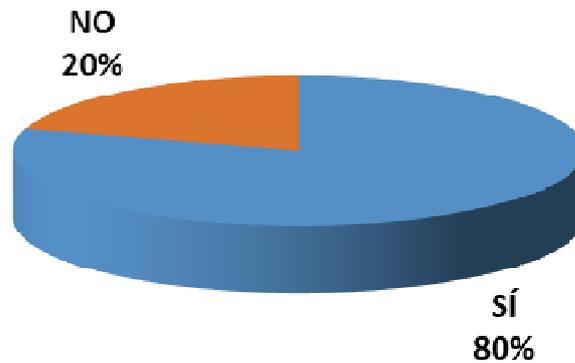


Figura 24. ¿Usted recomendaría el uso de estas aplicaciones?

Según los datos de las encuestas realizadas, el 80% de las personas están dispuestas a recomendar el uso de estas aplicaciones, por tanto, es un factor positivo para la propuesta que se quiere ejecutar y que se debe tomar en cuenta, para solucionar o aminorar los posibles problemas y así ganar la confianza de los dueños de restaurantes y obtener su afiliación.

Análisis de las entrevistas realizadas a administradores y/o dueños de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil.

Realizar entrevistas para trabajos o proyectos de investigación es de gran beneficio, debido que permite tener un diálogo directo con la persona que se desea entrevistar. Para la recopilación de información fue necesaria la entrevista a los dueños y/o administradores de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, se realizó entrega de escritos a 64 restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil ubicados en varios de la urbe, de los cuales dos restaurantes aprobaron la entrevista por medio de correos electrónicos, en este caso se efectuó la entrevista a dos restaurantes que son: El Toro Asado y Tenedor de Oro, entre las fechas del 17 y 18 de julio del presente año. Con el propósito de conocer su situación actual con relación al uso y afiliación de las aplicaciones colaborativas.

A continuación, se explicarán los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas:

En primer lugar, se encuentra el restaurante El Toro Asado que optó por el uso de servicio a domicilio, en el año 2018, teniendo como resultado un aumento en sus ventas, y una apertura a un nuevo segmento de mercado que en su mayoría son jóvenes, coincidiendo con el resultado de las encuestas realizadas, que arrojaron que el 54% de los encuestados son personas entre 21 y 30 años. También señaló que a adquiridos nuevos clientes, puesto que ellos ven el uso de esta plataforma como una forma de comodidad, disponibilidad y accesibilidad, de realizar el pedido desde su hogar, trabajo o cualquier otro destino. Los platos más solicitados son las hamburguesas sencillas y el plato tradicional que lleva arroz con menestra sea esta de carne, chuleta o pollo, dependiendo de la preferencia y elección del consumidor, demostrando que las personas piden comidas de fácil y rápida preparación tal como lo indica en los resultados de las encuestas realizadas en este proyecto de investigación.

En conclusión, el servicio de comida a domicilio por medio de estas aplicaciones colaborativas, tiene ventajas que ayuda a los dueños o administradores de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil; en este caso el restaurante El Toro Asado está categorizado como restaurante de dos tenedores dentro del Catastro Nacional de Ministerio de Turismo del año 2019; entre las ventajas se encuentra que estos restaurantes tienen un contacto más cercano con el consumidor final, incluso el consumidor tiene la facilidad de que el pedido de servicio de comida a domicilio llegue a su trabajo, casa, etc., generando más comodidad a los clientes, adquiriendo la fidelización y satisfacción del mismo y además ayuda a expandir su mercado hacia nuevos consumidores y a incrementar sus ventas.

Entrevista al administrador del restaurante “El Toro Asado”.

Nombre: Administrador Carlos Calle Berni.

El restaurante se encuentra ubicado en el Edificio Gran Pasaje, Blvd. 9 de octubre 424, en el centro de la ciudad de Guayaquil.

Horario de Atención: Lunes a Domingo de 11h00 a 23h30.

Fecha de la entrevista: 18 de Julio del 2019

Esta entrevista forma parte de la investigación del proyecto de titulación cuyo tema es: “Análisis de la economía colaborativa y su implicación en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas. Caso GLOVO.”

La información será confidencial y usada solo para este trabajo académico.

1. ¿Ha resultado beneficioso aliarse a estas aplicaciones colaborativas?

Sí, ya que da apertura a que los establecimientos lleguen a nuevos mercados, nosotros al estar en la plataforma podemos llegar no sólo a los clientes fidelizados, sino que apelamos a nuevos clientes. Esto no solamente incrementa las ventas, sino que da a apertura a un nuevo segmento de mercado.

2. ¿Sus ventas han incrementado al aliarse a estas aplicaciones colaborativas?

Sí, gracias a que los clientes tienen la comodidad de hacer el pedido desde su hogar, trabajo o cualquier otro destino, eso ha generado más demanda para nosotros.

3. ¿Cuál ha sido el mayor reto al aliarse a estas aplicaciones?

La aceptación de platos y llegar a un nuevo público que tal vez no nos conocía.

4. ¿Qué productos tienen mayor demanda en el servicio a domicilio?

Los platos fuertes y hamburguesas son los que más solicitan los clientes debido a se encuentran en un rango de precio accesible una vez añadido el precio de entrega.

5. ¿El personal está capacitado para cubrir la demanda de los pedidos de comida a domicilio que se realizan por medio de aplicaciones?

El personal es competente para manejar una cantidad de pedidos considerable y completarlas con calidad.

6. ¿Qué cambios ha tenido el servicio en su restaurante debido a la presencia de las aplicaciones colaborativas?

Recibimos más cantidad de clientes “jóvenes” que nos conocieron por medio de la aplicación y ahora acuden al lugar físico.

7. ¿Cómo ha logrado la fidelidad de su clientela?

Nos enfocamos en la constancia de poder mantener el mismo sabor y calidad desde 1987, eso ha generado una fidelización durante generaciones en familias guayaquileñas que nos visitan semana a semana.

8 ¿Qué estrategias realiza para atraer a los clientes a través de las aplicaciones en línea?

Las promociones siempre dan resultados positivos, otorga al cliente un producto a un precio bajo satisfaciendo sus necesidades y/o requisitos.

Entrevista a administradores de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, en caso de que el restaurante no cuente con servicio a domicilio.

La siguiente entrevista fue realizada a la Señora Bella Sol Herrera, propietaria del restaurante y Marisquería “Tenedor de Oro”, que posee varios restaurantes ubicados en distintos sectores de la ciudad de Guayaquil, por ejemplo, en el patio de comidas del Terminal Terrestre, en el Malecón 2000, y en el centro comercial Riocentro Sur. A diferencia de la entrevista con el administrador de El Toro Asado; la Sra. Bella Sol no ha implementado el servicio de comida a domicilio en sus restaurantes y la razón principal es la falta de conocimiento sobre el tema de las aplicaciones de las economías colaborativas, por el motivo que le da temor a la hora de implementar el servicio a domicilio y no pueda cubrir la demanda de pedidos.

También manifiesta que el personal no se encuentra capacitado para cubrir los pedidos y que necesitaría capacitación sobre el tema de las aplicaciones colaborativas para así tener más confianza y poder afiliarse a las mismas, y reconoce que su mayor reto al afiliarse a estas aplicaciones sería los costos del servicio de comida a domicilio, la logística es decir que tanto demora el producto en llegar al cliente y hasta donde se extiende el servicio de comida a domicilio.

Por lo tanto, este proyecto de investigación ayudaría a los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil que todavía tienen dudas acerca de este nuevo tipo de economía colaborativa, a tener mayor conocimiento sobre la influencia y las ventajas que tiene el uso de estas aplicaciones de economía colaborativas en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil.

No obstante, la propietaria del restaurante “Tenedor de Oro” manifiesta que sí desea imponer esta nueva modalidad de pedidos de comida a domicilio por medio

de estas aplicaciones colaborativas en sus locales de comida, puesto que sería una ventaja porque se estaría expandiendo hacia un nuevo tipo de clientes de tal manera vería un incremento en sus ventas.

Nombre: Sra. Bella Sol Herrera.

Cargo: Propietaria de Restaurante “Tenedor de Oro”.

El Restaurante Tenedor de Oro presenta variedades para todos los gustos, desde carnes hasta mariscos. Tiene presencia en varios puntos de la ciudad de Guayaquil entre ellos se encuentran: Centro Comercial Malecón 2000, Patio de Comidas de Riocentro Sur y Patio de Comidas del Terminal Terrestre.

La entrevista fue realizada en el local del Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaquil.

La información será confidencial y usada solo para este trabajo académico.

Horario de Atención: Lunes a Domingo de 08h00 a 22h00

Fecha de la entrevista: 17 de Julio del 2019

1. ¿Le resultaría beneficioso aliarse a estas aplicaciones colaborativas de servicio a domicilio?

Sí, porque se adquiere otro tipo de clientes que no se ha tenido previamente.

2. ¿Usted cree que sus ventas incrementarían al aliarse a aplicaciones colaborativas?

Sí, porque les daría un servicio adicional a los clientes y las ventas se incrementaría.

3. ¿Cuál sería su mayor reto al aliarse a estas aplicaciones?

Los costos, conocer la logística sobretodo que tanto demorara el producto al llegar al cliente, y hasta donde se va a extender el servicio, es decir a que sectores en específico va abarcar

4. ¿Qué productos tienen mayor demanda?

Los platos más solicitados son: Pollo al horno, lambada de mariscos, arroz marinero, y Filete de Pescado apanado, debido a que son los más accesibles al bolsillo de las personas.

5. ¿Qué estrategias aplicaría para atraer a los clientes a través de las aplicaciones en línea?

Brindarles un pequeño postre de obsequio para incentivar a las personas que también soliciten sus pedidos a domicilio, cupones, descuentos, etc.

6. ¿Cómo ha logrado la fidelidad de su clientela?

Ofreciendo un buen servicio de calidad y cantidad, es decir brindar la misma presentación del plato que se ha visualizado, no presentaciones falsas, respetar el horario de atención al cliente, ya que el objetivo principal es que los consumidores regresen, y se encuentren satisfechos con todo el servicio completo.

7. ¿Usted cree que el personal está capacitado para cubrir la demanda de los pedidos de comida a domicilio?

Por el momento no, porque no se le ha enseñado al personal; si quisiera implementar el servicio a domicilio tiene que contactarse con alguien especializado en el tema, es decir buscar el medio para aprender y realizarlo.

Entrevista al personal de la empresa colaborativa Glovo en Ecuador.

La empresa Glovo al ser una aplicación de economía colaborativa con un año dentro del país, se ha convertido en la aplicación más utilizada con un 51% según la encuesta que se realizó en esta investigación, captando la atención de los restaurantes que buscan en ellos una forma de abrirse a otros mercados, aumentar sus ingresos y tener nuevos consumidores. Según lo que ella comunica la propuesta de valor de la aplicación colaborativa Glovo es entregar cualquier producto en 45 minutos conectando a la gente que tiene tiempo con la que no, para ayudarlos a cumplir sus tareas diarias. Y agrega que siempre se identifica a partners clave que cuenten con la excelente calidad que caracteriza a Glovo.

Incluso entre sus ventajas se encuentra que los partners (restaurantes) tienen acceso a la información de sus ventas en tiempo real, lo cual les da visibilidad de su desempeño dentro de la industria de la restauración y crecimiento de la empresa. Además, Glovo comunica lanzamientos, promociones y menús o productos especiales a través de sus canales de pedidos de comida a domicilio, captando clientes y consiguiendo su fidelización ya que como se ha indicado anteriormente la satisfacción y lealtad del cliente depende mucho de cómo se maneja la aplicación

colaborativa. La operación clave para la sustentabilidad de esta aplicación es cumplir con los requisitos de entrega, es decir cumplir con un buen servicio al cliente ya que no solamente está en juego la reputación de la aplicación sino también la del restaurante. Como ella manifestó en la entrevista es siempre una alianza ganar-ganar, donde tanto el partner (restaurantes) como Glovo crecen mutuamente al trabajar en conjunto y el consumidor al final obtiene su servicio o producto en sus manos.

Preguntas realizadas a María Belén Ubidia – Líder del crecimiento del mercado de la aplicación Glovo en Ecuador.

1. ¿Cuál cree usted que son las claves del éxito y la diferenciación con sus competidores?

Glovo es la aplicación de multidelivery líder del Ecuador que se enfoca en conectar usuarios con posibilidades al entregar “lo que sea” en menos de 45 minutos. La propuesta de valor de Glovo se enfoca en conectar a la gente que tiene tiempo con la que no, para ayudarlos a cumplir sus tareas diarias.

La agilidad de la App en funcionalidad y posibilidades (se puede pedir lo que sea) ha sido fundamental para dinamizar el uso de la aplicación y la ejecución de transacciones reales. Cada vez más personas utilizan y confían en la tecnología para resolver necesidades cotidianas.

2. ¿Porque implementaron la empresa en Ecuador?

Es un mercado lleno de oportunidades. Glovo apuesta por Ecuador.

3. ¿Cuáles fueron los retos al implementar esta aplicación en Ecuador?

Como en todos los países, entender el mercado local y adaptarse al entorno. Glovo cuenta con un equipo local que marca la diferencia.

4. ¿Cuáles son las estrategias para formar alianzas con los restaurantes de Guayaquil?

Siempre se identifica a partners clave que cuenten con la excelente calidad que caracteriza a Glovo y la operación clave para cumplir con los requisitos de entrega de los productos. Es siempre una alianza ganar-ganar, donde tanto el partner como Glovo crecen mutuamente al trabajar en conjunto.

5. ¿Qué propósitos tiene la empresa para los próximos años?

Lograr más alianzas y partners para seguir creciendo y expandiendo la cobertura. Traer nuevas innovaciones al país y seguir apostando por el desarrollo dentro de Ecuador.

6. ¿Qué ventajas o beneficios tienen los restaurantes afiliados?

Glovo le otorga a sus partners exposición dentro de la aplicación, donde miles de usuarios tienen acceso a sus productos. Al ser una app multidelivery, Glovo tiene todo en un mismo lugar, esto significa que el usuario que ingresa para hacer un pedido de Courier, puede fácilmente pedir algo del supermercado o un restaurante. Asimismo, un usuario que ingrese para pedir un restaurante de una cadena grande, en su siguiente compra puede encontrar un nuevo restaurante más pequeño que probablemente nunca hubiese encontrado si no estaba en Glovo. Los partners tienen acceso a la información de sus ventas en tiempo real lo cual les da visibilidad de su desempeño dentro de la industria y crecimiento. Adicionalmente, Glovo comunica lanzamientos, promociones y menús o productos especiales a través de sus canales, los cuales tienen un alcance de miles de usuarios activos.

7. ¿Qué producto o servicio tiene mayor demanda?

Normalmente depende del horario, fecha y varios otros factores externos que pueden afectar el comportamiento de la demanda. Sin embargo, los pedidos de "comida" son los más solicitados a través de nuestra aplicación.

8. ¿Qué garantía de cumplimiento ofrecen a sus clientes en cada pedido?

Glovo tiene la propuesta de valor de entregar todos los pedidos en menos de 45 minutos.

Aplicación Colaborativa

Glovo, es una aplicación colaborativa creada en el 2015 en Barcelona, España, por Óscar Pierre, la aplicación de mensajería instantánea promete llevar objetos de pequeña dimensión (aprox. 40x40cm) en menos de 45 minutos al lugar que el usuario indique. Por ejemplo: comida, medicamentos u objetos olvidados por los usuarios como cuadernos carpetas, llaves, etc., siendo estos transportados hasta el punto de entrega. Glovo entró al mercado ecuatoriano el 15 de junio del 2018, hasta

el momento Glovo se encuentra en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca. La ciudad con más pedidos es Guayaquil, seguido de Quito. Por lo general los usuarios son mayores de 18 años, se pueden registrar a través de redes sociales como Facebook, Instagram, etc. Los métodos de pagos son con tarjeta de crédito y efectivo.

Además, Glovo está legalmente constituida en Ecuador y cuenta con empleados administrativos que trabajan de forma directa con la firma. Pero el directivo aclara que no emplea a personas que usan la aplicación para generar ingresos extras, ya que es solo una aplicación que conecta a los usuarios con los repartidores independientes. Arévalo recalca que esta empresa no emplea a repartidores independientes, pero cuenta con una póliza de accidentes y de responsabilidad civil.

Análisis de la Página Web Glovo



Figura 25. Página Glovo

Al iniciar la aplicación, lo primero que se puede visualizar es un gráfico de varios círculos en el cual detalla las diferentes funciones o servicios que se puede tomar con Glovo. En vez de tener ese estilo, se podría hacer un roll-up vertical en donde esté de manera de lista los servicios que ofrece la aplicación. Así mismo, el ícono de regalo en la parte superior derecha, no está muy clara de entender, por lo que en esa esquina podría ir la lupa que indique buscar cualquier servicio que necesite. Al momento de marcar en GPS, muchas veces falla, por lo que es mejor

que la app empiece con servidores más precisos para no tener problemas a la hora de marcar la ubicación, lo que sí es bueno de resaltar es que tiene un mapa, en el cual muestra de color verde el área donde están disponible.



Figura 26. Opciones de la página Glovo

Al momento de elegir el restaurante, no se diferencian con claridad los bloques de uno de los otros, la propuesta es que agreguen pestañas dentro del restaurante en donde se pueda seleccionar que tipo de comida se quiere, en el caso del restaurante selecto, que es el Pez Azul podría tener pestañas de (a) Encebollado, (b) Cazuela, (c) Ceviche, (d) Bebidas y más dependiendo de la oferta que se ofrezca y por supuesto que cada plato cuente con su foto.

Al momento de ya realizar el pedido, sale una ventana emergente en la cual se pregunta si se desea agregar algo más a la compra, es una muy buena estrategia para vender. A los restaurantes de dos tenedores les puede resultar interesante esta opción ya que se puede poner bebidas que no se vendan mucho en el local y así este no se queda con el stock. Así mismo en los platos, debe de haber una pestaña que diga sugerencias o recomendaciones dentro del mismo restaurante para que ahí sean establecidos los platos que el restaurante desea sacar con más facilidad por falta de ventas en el local, y se aprovecharía todos los recursos al máximo para que no haya desperdicios.

Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos de las entrevistas y las encuestas, se podrá analizar cuál es la influencia de la economía colaborativa y su implicación económica en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, con el fin de crear confianza entre los dueños y propietarios de restaurante para que se afilien a la plataforma colaborativa, y mejoren sus ingresos, adopten nuevos consumidores, etc.

De los resultados obtenidos en la entrevista con María Belén Ubidia - Marketing Growth Lead EC at Glovoapp se puede deducir que la propuesta de valor de ellos es entregar el producto en 45 minutos con el objetivo de resolver problemas de problemas de forma eficiente. Por tanto, el éxito de las aplicaciones de economía colaborativa se expresa en la atención prestada a las necesidades reales de los clientes, más que las de las empresas, por ende, tanto Glovo como los partners deben trabajar en conjunto para que el consumidor final obtenga su servicio o producto en buenas condiciones.

Glovo se enfoca en conectar a la gente que tiene tiempo con la que no, para ayudarlos a cumplir sus tareas diarias. La agilidad de la aplicación en funcionalidad y posibilidades (se puede pedir lo que sea) ha sido puntal fundamental para dinamizar el uso de la aplicación y la ejecución de transacciones reales.

Para satisfacer las necesidades de los consumidores la aplicación Glovo cuenta con más de 800 glovers (repartidores) distribuidos por la ciudad de Guayaquil, los 'glovers' ganan por comisión, según la distancia del servicio y el tiempo de espera para recoger el pedido. El costo de envío de la aplicación Glovo es de \$1.90, este precio se lo suma con el costo del producto que el consumidor solicita. El dinero que gana depende del tiempo que se dedique a esta actividad. Cada 15 días los repartidores pagan \$10 dólares a la empresa por el uso de la 'app', que le permite recibir las notificaciones de los pedidos.

A más de entrevistar al líder de marketing de Glovo Ecuador, se entrevistó a administradores de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, por un lado el administrador del restaurante El Toro Asado explicaba que para él ha sido una ventaja afiliarse a estas aplicaciones de la economía colaborativa porque han aumentado sus ventas y ha captado nuevos clientes que en especial son jóvenes y por lo general están más activos en la tecnología. Adicional a esto, el propietario de los

Tacos de la Vieja Kennedy, Marcelo Terán manifestó que sus ventas en el local han incrementado un 20%, gracias a la aplicación y a esto se suma las ventas presenciales en el local, que son de 100 platos al día, es decir tiene un ingreso promedio de 700 dólares al día, siendo una ventaja para el restaurante ya que sus ingresos han aumentado y ha llegado a un nuevo segmento del mercado. Aunque manifestó que las ventas a través de aplicaciones dependen de las promociones que la aplicaciones ofrezca, del clima, etc.

Por otro lado, está la dueña del restaurante Tenedor de Oro que, a diferencia del primer caso, la propietaria del restaurante no se ha atrevido a afiliarse a alguna aplicación porque tiene nulo conocimiento acerca del uso de estas aplicaciones de economía colaborativa, debido al temor de que a la hora de implementar el servicio a domicilio no pueda cubrir la demanda. Incluso comentaba que el personal no se encuentra capacitado, agregó también que, en su restaurante al día venden hasta 25 platos de su especialidad; pescado con ensalada, adicionalmente el restaurante vende almuerzos, y otras especialidades, aunque declaró que sí le gustaría afiliarse a alguna aplicación para generar más ingresos de los que ya tiene de forma presencial y acercarse a un nuevo segmento de mercado.

En el presente trabajo de investigación, no se realizó entrevistas a todos los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, debido a que no confirmaron su participación en este proyecto, a pesar de que se entregó cartas de autorización para realizar entrevistas, además algunos argumentaban que no podían brindar información ya que era confidencial.

Adicionalmente, se realizaron encuestas, donde se reveló que Glovo es una de las aplicaciones más utilizadas con un 51% seguido de UberEats con 36%, sin embargo, cuando se les preguntó si sabían lo que significaba el término empresa colaborativa el 65% desconocía sobre el tema lo cual es algo positivo para el proyecto de investigación que se está realizando, porque incentiva que se pueda desarrollar más estudios acerca de este tema de la economía colaborativa. Sin embargo aunque las personas desconocen sobre el término de empresa colaborativa, suelen utilizar aplicaciones colaborativas tales como: Glovo, UberEats, etc., como lo reveló en las encuestas realizadas, el 76% de los encuestados ha utilizado alguna vez el servicio de pedidos de comida a domicilio. Y otros datos que revelaron las

encuestas realizadas, fueron que quienes más utilizan las aplicaciones son las mujeres con un 54%, que están entre las edades de 21 y 30 años (47%).

En las encuestas también se comprobó que las comidas de fácil y rápida preparación son más requeridas por los usuarios con un 24% pizza, 21% comida rápida (hamburguesas, sandwiches, etc.), 12% comida china y 10% comida al carbón. Sin embargo, según los usuarios de estas aplicaciones de economía colaborativa manifestaron que los problemas más comunes que han tenido son: 21% bajas expectativas en la presentación de las comidas, 15% precios altos y 12 % aplicaciones lentas, 26 % demora en los pedidos, información de mayor relevancia para la realización de este proyecto.

Por lo tanto, este proyecto ayudará a los restaurantes que todavía tienen dudas acerca de este nuevo tipo de economía colaborativa, a obtener más conocimientos sobre la influencia y las ventajas que tiene el uso de estas aplicaciones de economía colaborativa en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil. Al mismo tiempo, elaborar estrategias para satisfacer al consumidor final para que tanto la aplicación y los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, obtengan crecimiento tanto en ventas, como en usuarios.

Análisis FODA

Fortalezas

Glovo es una de las aplicaciones de servicio a domicilio más destacadas en la ciudad de Guayaquil, cuenta con un aproximado de 155 restaurantes afiliados, por lo tanto, las fortalezas encontradas fueron las siguientes: a) es reconocida a simple vista por sus colores llamativos; amarillos y verde. b) La interfaz es dinámica y de fácil accesibilidad en los dispositivos móviles, c) al momento de ingresar se puede registrar desde una red social como Facebook, o desde un correo electrónico, d) los restaurantes ofertados son de comida variable y algunas pertenecen a franquicias de renombre tales como Burger King, Mc Donald's, KFC, etc. e) se puede realizar pagos en efectivo y en tarjeta, f) Los restaurantes afiliados tienen acceso a la información de sus ventas en tiempo real lo cual les da visibilidad de su desempeño dentro de la industria y crecimiento, g) Glovo comunica lanzamientos, promociones y menús o productos especiales y h) cuenta con una red amplia de glovers; más de

800 repartidores; que están por toda la ciudad esperando recoger el pedido para ser entregado al cliente.

Oportunidades

Las ventajas son las siguientes: (a) relación directa con los restaurantes, ya que los Glovers son encargados de personalmente recibir los productos, y transportarlo hacia los clientes (b) Adquieren nuevos clientes, que se suman a través de la fidelidad que tienen por restaurantes de preferencia, (c) los fines de semana empezando desde el día Viernes, son los días con mayor poder adquisitivo, porque existe mayor demanda de consumidores, los usuarios ecuatorianos muestran los domingos como su día preferencial de consumo, seguido del sábado y viernes en un rango de horario entre las 19h00 a 21h00, (d) los restaurantes ven como una oportunidad de incremento en sus ventas.

Debilidades

Como debilidades se encontró que a) los Glovers no presentan un uniforme apropiado, ya que su vestimenta es muy informal a la hora de las entrega de los productos, b) Ciertos glovers dan mala imagen al llevar en moto a otra persona en el momento de entregar el servicio de pedido de comida a domicilio, c) Existen ocasiones donde su medio de transporte (motos, bicicletas.), tiene fallas en su mecanismo, afectando a la entrega del servicio de pedido de comida a domicilio.

Amenazas

Las falencias externas dirigidas a la aplicación colaborativa son: (a) el tránsito de la ciudad de Guayaquil, en especial en horas de almuerzo de 12:00pm a 2:00pm y horas pico de 17h00pm a19h00, b) la competencia con otras aplicaciones colaborativas, c) la presentación de la comida elaborada por los colaboradores donde existen ocasiones que el diseño del plato no se encuentra en perfectas condiciones.

Capítulo IV

Propuesta

Parámetros para una mejor gestión en el crecimiento de la compañía Glovo en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil.

Este modelo en Latinoamérica, ha surgido como una nueva posibilidad de cambio, porque pueden abrir puertas a nuevas oportunidades de inclusión social y económica. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2017), las plataformas digitales son modelos efectivos y escalables.

A nivel mundial existen dos grandes aplicaciones que ofrecen el servicio de pedido de comida a domicilio y que han tomado el market share, éstas son, Glovo y Uber Eats. En Guayaquil el panorama no es muy diferente, según las encuestas realizadas por este proyecto de investigación Glovo tiene una participación en el mercado de 51% y Uber Eats de un 36%, sin embargo en el mercado mundial, quien genera más ingresos es Uber Eats con más de 2000 millones de dólares, mientras tanto Glovo genera más de 70 millones de dólares, demostrando que Uber Eats tiene un mejor nivel de eficiencia.

No obstante en el mercado local existe desconocimiento acerca del impacto e influencia que han causado estas aplicaciones en la ciudad, situación que se vio reflejada en el transcurso de este proyecto de investigación, ya que luego de algunos intentos para obtener información, el personal a cargo de estas aplicaciones siempre manifestaban que no podían dar información porque era confidencial o que aún estaba en desarrollo, por eso en esta investigación los datos obtenidos son por observación directa y recopiladas en varias páginas web, periódicos, papers, etc.

Se destaca que un factor clave en el desarrollo y la evolución del consumo colaborativo es la confianza, por lo tanto, la reputación es la clave para construir relaciones de confianza. En este caso, para que se pueda construir una relación de confianza entre Cliente-Glovo-Restaurante.

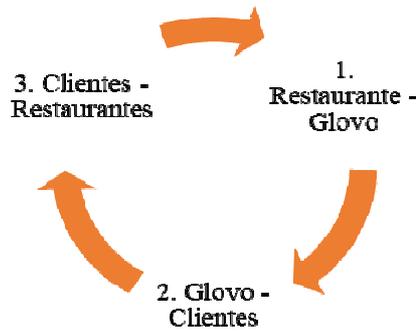


Figura 27. Relación de confianza

Básicamente el consumo compartido se construye sobre la base de mecanismos en línea; es decir, se entiende como las valoraciones, puntuaciones y opiniones que los usuarios tienen respecto de una persona o empresa en los sitios web. (BID, 2017). Para desarrollar la propuesta que es proponer parámetros para una mejor gestión en el crecimiento de la compañía Glovo en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, se analizará el modelo E-S-QUAL basado en el food delivery.

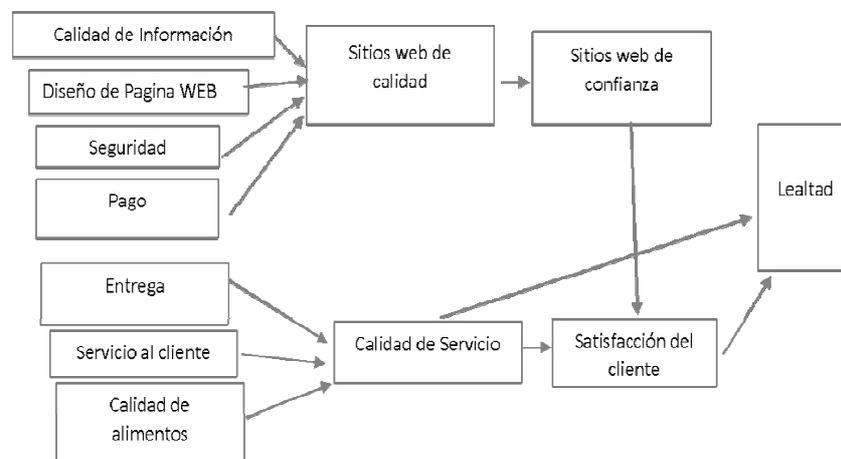


Figura 28. Modelo de e-service quality basado en el food delivery. Adaptada de Key Success Factors of Online Food Ordering Services: An Empirical Study por (Kedah, 2015).

El modelo E-S-QUAL se define como un servicio de atención al cliente interactivo, centrado en el contenido y basado en el internet, que es impulsado por los usuarios y se integra con el soporte de tecnologías y sistemas ofrecidos por los proveedores de servicios, es decir que los clientes evalúan un sitio web no solo por su calidad sino también por las experiencias durante sus interacciones con el sitio e igualmente con el servicio de post-interacción.

Todas estas dimensiones (calidad de información, diseño de página web, seguridad, pago, entrega, servicio al cliente y calidad de los alimentos) son las que espera el cliente y los restaurantes (proveedores), con el fin de generar confianza y satisfacción al cliente, además de incentivar a que los restaurantes se afilien a la aplicación. Para generar confianza se debe tomar en cuenta las siguientes fases: calidad de información, diseño de página web, seguridad, pago y para conseguir la satisfacción del cliente se toma en cuenta las últimas fases: entrega, servicio al cliente y calidad de los alimentos.

Calidad de información

Según la información recopilada en el proyecto de investigación, se notó que Glovo posee aproximadamente 800 repartidores en Guayaquil, y tiene registrado a aproximadamente 155 restaurantes a diferencia de Uber Eats que posee más de 1000 repartidores y aproximadamente 160 restaurantes afiliados; estos datos fueron sacados por observación directa y recopilada; por lo cual esta diferencia hace que Glovo baje su nivel de eficiencia, y por ende los restaurantes duden en afiliarse a esta aplicaciones.

Además, la escasa información oficial, limita a los restaurantes conocer acerca la influencia y el impacto que está produciendo Glovo en Guayaquil, por ejemplo, brindar datos de las ventas que tienen los restaurantes con la aplicación y cómo la alianza con Glovo incrementaría las ventas en estos establecimientos. Por tanto, Glovo debe desarrollar una información más completa y oficial (estadísticas, ingresos, cuántos repartidores, etc.) con el propósito de que los restaurantes conozcan las ventajas competitivas que esta ofrece.

Con la información brindada, los restaurantes tienen la posibilidad de incrementar sus ventas, expandiéndose hacia otros lugares donde la aplicación no tiene alcance, beneficiando al cliente, porque ve una oportunidad de satisfacer sus necesidades, y por ende los clientes tendrían la oportunidad de tener más opciones de pedido, generando comodidad y fidelización.

Diseño de página web

Gracias a la calidad de la información, Glovo tiene la ventaja de que los restaurantes se afilien, logrando que la pagina obtenga más diversidad de

restaurantes. La categorización en Glovo es bastante simplificada y uniforme, lo cual no es adecuado, ya que mientras más categorizaciones tengan, mejor para los restaurantes porque pueden afiliarse de varios estilos y tipos.

Glovo actualmente cuenta con aproximadamente 155 restaurantes categorizadas por especialidad; tienen más de 20 especialidades, sin embargo, UberEats cuenta con más de 160 restaurantes categorizados por especialidad, a diferencia de Glovo; Uber Eats cuenta con más de 30 especialidades, entonces con la información de calidad que Glovo genere; se espera que los restaurantes se afilien y por tanto, la aplicación abra nuevas categorización. Al abrir nuevas categorizaciones, los clientes tienen más opciones de pedir el servicio de comida a domicilio. Además, Glovo y los restaurantes se expanden hacia nuevos clientes que antes no había prestado atención, por ejemplo, clientes que degusten de la comida japonesa, coreana, francesa, kosher; etc.

Como punto adicional e importante; Glovo debe considerar invertir en hardware y software para evitar e congestión en el sistema, durante las horas picos, (horas de más pedidos), ya que según las encuestas realizadas en este proyecto de investigación, los encuestados manifestaron que han tenido inconvenientes por las aplicaciones lentas (12%), demostrando su descontento con la aplicación, porque en muchas ocasiones, el sistema se congestiona, volviendo lenta el desarrollo de la aplicación.

Seguridad

La seguridad debe estar presente en todas las fases del servicio de pedido de comida a domicilio, resguardando la seguridad de las personas o entes involucrados.

- Glovo: debe verificar que los restaurantes cumplan con normas de registros sanitarios, para operar antes de ser admitidos en la aplicación o actualizar los requisitos, además verificar quienes son los posibles candidatos a repartidores.
- Ciberseguridad: brindar seguridad a los clientes a la hora de registrar tarjetas de créditos o débitos, si hay un ciberataque avisar a los clientes con anticipación si hay una actividad inusual, tal como lo hace Google o enviar un mensaje de texto, antes de actualizar datos, con el fin de resguardar la confidencialidad de clientes, evitando el fraude online.

- Restaurantes: Glovo debe ofrecer información a los restaurantes sobre quiénes son los repartidores registrados para evitar problemas a futuro. Además los restaurantes afiliados deben mostrar que son una organización real, es decir agregar información actualizada, añadir foto reales del lugar y de los platos, dirección, número de teléfono, etc.
- Para los socios repartidores, es importante que se les tome en cuenta pues ellos están más expuestos a los peligros de las calles, por eso es necesario que haya un botón de llamado al 911, a través de la aplicación, en caso de emergencia, mostrando la ubicación actual del repartidor, para compartirla ágilmente a las autoridades locales que opere el 911.

Con los parámetros o estrategias dadas, se pretende que la seguridad sea eficaz y eficiente, obteniendo la confianza y fidelización del cliente. Es trascendente, que la información oficial de los repartidores, restaurantes y la aplicación sea verídica, oficial y actualizada, logrando que potenciales clientes confíen en los servicios de pedido de comida a domicilio.

Pago

Aunque en la encuesta realizada por este trabajo de investigación demuestra que los precios altos (15%), como uno de los inconvenientes que más han presentado los clientes. Precisamente Glovo maneja un monto de envío económico (\$1.90), incluso tiene la ventaja competitiva de que acepta como método de pago efectivo y tarjetas de crédito y débito. A diferencia de UberEats que el monto de envío es de \$2.25.

El monto de envío de Glovo, juega un papel primordial en los pedidos que hacen los clientes en los restaurantes, ya que el monto no es muy significativo y el alce de los productos no se ve del todo afectado. En cuanto a los repartidores, ellos cada quince días, deben cancelar \$10 dólares a la empresa, por el uso de la 'app', que le permite recibir las notificaciones de los pedidos. Cuando se produzca una incidencia como consecuencia del pago de los bienes o servicios por vía electrónica, el Usuario podrá contactar con el servicio de atención de Glovo para comunicar la citada incidencia, comprometiéndose Glovo a realizar las gestiones necesarias con el fin de verificar el origen de la misma y en su caso derivar la resolución de la misma al responsable.

Satisfacción del cliente

La calidad del servicio percibida por los clientes se presenta de manera subjetiva, en el servicio de pedido de comida a domicilio la calidad del servicio que perciben los clientes es más directa, por tanto, más personal, por eso Grönroos (1988), la conceptualizó en tres dimensiones: calidad técnica, calidad funcional e imagen.

De acuerdo con este modelo, la calidad de servicio percibida se ve afectada por la imagen, que se construye mediante la calidad técnica y funcional del servicio. Es decir, la calidad técnica es la forma en que los realmente reciban bien el servicio y la calidad funcional, es la forma en que se les entrega el servicio, con el fin de lograr la satisfacción del cliente, Grönroos (1988), identifica los siguientes criterios para el buen servicio percibido:

Tabla 15.

Criterios para el Buen servicio percibido.

Dimensiones	Criterios
Imagen	Reputación y Credibilidad
Calidad Técnica	Profesionalismo y Habilidades
Calidad funcional	Comportamiento y Actitudes, Accesibilidad y Flexibilidad, Confiabilidad y Recuperación

Nota: Criterios para el buen servicio percibido. Tomado de the six criteria of good perceived service quality. Por (Grönroos, 1988).

Para identificar el buen servicio percibido es necesario tener claro que las expectativas de los clientes no son claras de identificar, y solo el desempeño que perciben los clientes después de experimentar los servicios entregados muestran la calidad.

Entrega

La propuesta de valor de Glovo, es que el tiempo de espera es de 45 minutos, este tiempo lo establecieron como un tiempo promedio, puesto que en muchos casos los pedidos de comida a domicilio son más elaborados, sin embargo, este factor en

muchas ocasiones les juega en contra y por eso deben tener ciertos parámetros para que no afecte la reputación de la aplicación ni la del restaurante.

Los tiempos de entrega van muy relacionado con la distancia que tenga el restaurante del punto donde el cliente haga el pedido. Para reducir el tiempo de 45 minutos que es la política de Glovo se considera los siguientes parámetros:

- En la aplicación poner un comando interno, que solo se pueda pedir restaurantes de hasta máximo 4 km a la redonda de donde se encuentre el cliente.
- Crear más spots de glovers para que ellos tengan más facilidad de llegar al local y así mismo donde el cliente.
- Los glovers deben de conocer rutas alternas para que llegue con mayor agilidad el producto.

Según las encuestas realizadas por este trabajo de investigación, el inconveniente que más han presentado los clientes es la demora de los pedidos, o sea la entrega, con un 26%, entonces con la información dada anteriormente se prevé que Glovo las despliegue, y las comparta con los restaurantes y clientes para que tengan conocimientos sobre cuáles son los parámetros, a la hora de realizar el pedido de comida a domicilio y evitar inconvenientes en la entrega de los pedidos, ya que esta fase es importante para definir la satisfacción del cliente, según las expectativas percibidas en la entrega del pedido.

Calidad de los alimentos

La calidad o presentación de los alimentos juega un papel importante en el servicio de pedido de comida a domicilio. La calidad de los alimentos es el conjunto de cualidades que hacen que los alimentos sean favorables hacia los consumidores; depende de la calidad y presentación de los alimentos, si el consumidor final vuelve o no a utilizar la aplicación y en muchos casos vuelve a solicitar los alimentos por medio de un restaurante.

Este factor depende del tiempo de espera del servicio a domicilio, en muchas ocasiones, los alimentos pierden el aroma, la temperatura o los sabores se mezclan, consiguiendo que el consumidor final no disfrute del verdadero sabor del alimento. Hay que tomar en cuenta que los alimentos destacan especialmente por sus

propiedades organolépticas; particularidades que se miden a través de análisis sobre las sensaciones que producen. Este análisis sensorial parte de cuatro parámetros básicos: color, sabor, textura y aroma y otras características como la temperatura, el tamaño, la evocación de un momento, el sonido en boca, etc. Por eso es necesario que Glovo asuma parámetros acerca de la calidad de los alimentos y darlos a conocer entre los restaurantes que están afiliados o los que están por afiliarse, con el propósito de que manejen un mejor control de cómo se debe establecer la entrega del pedido.

- Los restaurantes deben colocar en envases diferentes cada alimento para que estos no se mezclen y obtener un mejor sabor de los mismos a la hora que el cliente reciba el producto.
- La comida debe ser empaquetada en el momento que el Glover (repartidor) llega al punto de entrega del alimento.
- Indicar al Glover (repartidor) lo que lleva dentro de los envases para que pueda tener cuidado al momento de manejar.
- La empresa colaborativa Glovo debería cambiar la mochila térmica de plástico, por una caja térmica electrónica, donde se pueda mantener la comida caliente en todo el recorrido.

En las encuestas realizadas en esta investigación, la baja expectativa en la calidad de los alimentos, representa un 21%, situación que Glovo debe prestar más atención, porque no solo está en juego la reputación de la marca, sino también la del restaurante, entonces es de vital importancia, implantar estos parámetros y darlos a conocer entre los restaurantes afiliados. Al final el cliente es quien se beneficia de estos parámetros, y quien da visto el bueno a la entrega, a los alimentos, o sea al servicio. Porque que esperan que sus expectativas se cumplan o se superen, favoreciendo a los restaurantes y a Glovo, puesto que ellos son la clave para que el servicio alcance su nivel más alto de eficiencia y además puedan recomendar a otros clientes.

Servicio al cliente

En las encuestas realizadas en el presente trabajo de investigación, se encuentra información importante que beneficiara a Glovo y a los restaurantes; en las encuestas efectuadas se revela que las personas que más utilizan el servicio de pedido de comida a domicilio son las mujeres con un 54%, con una edad promedio

de entre 21 y 30 años (54%). Respecto al tipo de ocupación de los encuestados, en su mayoría son estudiantes universitarios 47% y el 27% profesionales. Además, los resultados de las encuestas arrojaron que el 68% de los encuestados tienen ingresos anuales de menos de \$5000, entonces con los datos obtenidos, Glovo y los restaurantes pueden enfocar su target de manera más concreta, y realizar promociones, descuentos o cupones, con el propósito de generar ventas, fidelización y una propaganda boca a boca apropiada. Por ejemplo, si se incluye una oferta especial en un correo electrónico, páginas sociales, mensajes de texto, etc., será fácil de reenviar y así promoverás la divulgación de la información. Tratar de agregar un elemento de diversión, misterio o emoción (con un producto o mensaje de marca incorporado) y las recomendaciones de boca en boca comenzarán de inmediato.

Como dato de vital importancia para que el servicio al cliente sea más eficiente, es la presencia de los glovers, ellos deben mostrar limpieza y pulcritud, por lo general, en Guayaquil los glovers (repartidores) visten de forma informal, dependiendo del tiempo y el clima de la ciudad, sin embargo, el aspecto de los repartidores es un factor primordial a la hora de realizar el servicio de pedido de comida a domicilio, porque el cliente siente desconfianza al notar la mala presentación del Glover.

Ciclo de Deming

La calidad y mejora de los procesos se convierten en pieza clave para trabajar día a día para cumplir las necesidades de los clientes, con el fin de que la aplicación Glovo gestione sus funciones y procedimientos y así obtener grandes resultados, mediante la implementación de parámetros que permitan estructurar la gestión y mejora continua de la aplicación.

El ciclo de Deming o PDCA, más conocida como el sistema de mejora continua, siendo su autor Edwards Deming, tiene como objetivo principal la autoevaluación, mediante un análisis realizado de las fallas existentes y áreas en las que debe actuar. Se compone de 4 etapas cíclicas, es decir que una vez terminada la etapa final, se debe regresar a la primera etapa, y a su vez repetir el ciclo de nuevo. De esta manera, las organizaciones se podrán replantear los problemas corregidos para seguir evaluando e incorporando nuevas mejoras.

Aplicando esta teoría, se implementaría políticas y parámetros para una mejor gestión en el crecimiento de la compañía Glovo, tanto en servicio como en producto, estas políticas ayudarán de manera positiva a Glovo y a los restaurantes afiliados y a los que están por afiliarse, y que este sea un ciclo que se cumpla constantemente, incluso para poder evaluar las fallas que se presenten.

Tabla 16.

Parámetros de la aplicación colaborativa Glovo a través del modelo del ciclo de Deming.

PLANIFICAR	<p>Planes estratégicos de ubicación para los glovers en varios sectores de la ciudad.</p> <p>Capacitar restaurantes para establecer parámetros sobre la calidad y preparación de los alimentos.</p> <p>Desarrollar una mejor interfaz en la aplicación.</p> <p>Capacitación a los glovers (repartidores) sobre el servicio del cliente.</p> <p>Compartir más información sobre las ventajas de afiliarse a Glovo.</p>
HACER	<p>Charlas acerca de cuáles son las políticas y parámetros de Glovo para los restaurantes de dos tenedores.</p> <p>Contar con la cantidad de glovers necesarios para cubrir la demanda.</p> <p>Optimizar de la aplicación.</p>
VERIFICAR	<p>Observar que los glovers cuenten con un medio de transporte ya sea moto, bicicleta en buen estado.</p> <p>Cumplir con los tiempos de entrega.</p>
ACTUAR	<p>Comprobar que los restaurantes y la aplicación cumplan con los parámetros para generar una mejor gestión entre los dos.</p> <p>Realizar el seguimiento y los procesos, respecto a políticas, parámetros, objetivos y requisitos del producto o servicio e informar los resultados convenientemente.</p>

Nota: Elaboración Propia (2019).

Por lo tanto, la propuesta de esta investigación además de proponer parámetros para mejorar la gestión de la compañía Glovo, también es compartir más información acerca de las ventajas de afiliarse a la aplicación colaborativa, con el propósito de que los restaurantes tengan más conocimiento sobre la aplicación que quieren afiliarse o se han afiliado, aprovechando precisamente las ventajas de las tecnologías.

Con toda la información recopilada; por medio de observaciones; en este proyecto de investigación, le conviene a los restaurante afiliarse a Glovo, ya que sus ventas incrementaría hasta un promedio de 20%, porque es una de las aplicaciones más usada en la ciudad de Guayaquil, además con una mejora en la calidad de la información de parte de Glovo, los restaurantes confiarían más en la aplicación, permitiendo la expansión de los restaurantes y de Glovo, porque abriría nuevos segmentos de mercado tanto en la aplicación como en los restaurantes, llegando a establecerse en lugares donde no tienen mucho alcance.

Conclusiones

Gracias a la accesibilidad del servicio a domicilio en estos últimos años por medio de aplicaciones móviles, los clientes tienen a su alcance los productos o alimentos seleccionados en poco tiempo sin necesidad de movilizarse hacia restaurantes u otros establecimientos, logrando comodidad y ahorro de tiempo en los clientes, de tal forma que se produce una economía colaborativa donde además de ganar el cliente, también gana el restaurante y la aplicación ya que aumentan sus ingresos y se amplía su segmento de mercado. En este caso, los *glovers*, deben ser personas competentes que tengan la habilidad para llegar en el tiempo establecido, y a su vez responder de inmediato a las sugerencias o consultas del usuario.

Al aplicar las teorías de administración, como el ciclo de Deming, este sistema aportará de manera positiva, en los restaurantes de dos tenedores para generar una mejor gestión en el crecimiento de la compañía Glovo. Además, con la teoría de la economía colaborativa se ayudará a que los restaurantes de dos tenedores se afilien ya que existen muchos restaurantes de dos tenedores que por falta de conocimiento desconocen sobre como afiliarse hacia estas empresas colaborativas, siendo conscientes que obtendrían otro tipo de clientela y esto ayudará a que los restaurantes obtengan mejores ventas y a la vez evitar el desperdicio de los recursos.

Recomendaciones

Con el objetivo de implementar el servicio a domicilio de la aplicación colaborativa Glovo a los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil se tomará en cuenta:

a) Realizar planes estratégicos de ubicaciones en varios sectores de la ciudad, y segmentar a los glovers hacia diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil para que cada restaurante tenga suficientes repartidores.

b) Promocionar los restaurantes por medio de las redes sociales como Facebook e Instagram con el fin de atraer nuevos clientes.

c) Contratar personal competente y con determinación, que presente licencia para conducir (moto y vehículo) y tengan conocimientos sobre servicio al cliente; capacitar a los glovers.

d) Compartir más información acerca de las aplicaciones, para que los restaurantes tengan más conocimiento sobre la aplicación que quieren afiliarse o se han afiliado.

d) Invertir en términos de hardware/software para un mejor diseño en la página web.

e) Informar a los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil y a la empresa Glovo sobre los parámetros que se espera establecer.

Referencias bibliográficas

- BID. (2017). *Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 18 de Agosto de 2019
- CONSUMER, E. (9 de Julio de 2016). Recuperado el 18 de Agosto de 2019, de <https://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/propiedades-organolepticas-de-los-alimentos.html>
- Vanguardia, L. (28 de Febrero de 2017). Recuperado el 18 de Agosto de 2019, de <https://www.lavanguardia.com/natural/20170228/42356450720/economia-colaborativa-desperdicio-alimentos-tierras-agricolas-agua.html>
- Barà, M. (30 de Junio de 2019). *EAE Business School*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/que-es-la-economia-colaborativa-y-cuales-son-sus-beneficios/>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Recuperado el 30 de Junio de 2019
- CECE. (Noviembre de 2017). Obtenido de Cámara de Comercio Electrónico: <https://drive.google.com/file/d/1zA1A8R3yq--2dv2qztMx18Z8afERgldi/view>
- Chang, & et al. (2014). Evaluation of satisfaction and repurchase intention in online food group-buying, using Taiwan as an example. *British Food Journal*, 116, 44-61. doi: <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2012-0058>
- Codina, N. B., & et al. (Diciembre de 2017). Modelos de negocios basados en el concepto de economía colaborativa: análisis de factores característicos y casos ilustrativos. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 101-123. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de [http://www.spentamexico.org/v12-n3/A8.12\(3\)101-123.pdf](http://www.spentamexico.org/v12-n3/A8.12(3)101-123.pdf)
- Cronin, & Taylor. (Julio de 1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68. doi:10.2307/1252296
- Deming, Edward. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Recuperado el 12 de Agosto de 2019.
- Dorantes, R. (22 de Agosto de 2018). *Entrepreneur*. Recuperado el 13 de Julio de 2019, de <https://www.entrepreneur.com/article/304376>
- Dwi Suhartanto et al. (2018). Loyalty toward online food delivery service: the role of e-service quality and food quality. *Foodservice Business Research*. doi:<https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1546076>
- EFE, A. (31 de Julio de 2016). *La economía colaborativa alcanzará los 300.000 millones en 2025, según PwC*. Obtenido de Agencia EFE: <https://www.efe.com/efe/espana/efeempresas/la-economia-colaborativa-alcanzara-los-300-000-millones-en-2025-segun-pwc/50000908-3000226>
- Evaluación y análisis de Eficacia y Eficiencia en Restaurantes. Caso: Restaurante especializado en Comida Internacional. (2012). En Palacios. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de <file:///C:/Users/Michelle/Downloads/DialnetEvaluacionYAnalisisDeEficaciaYEficienciaEnRestaura-4095250.pdf>

- Gastronomía*. (12 de Enero de 2019). Recuperado el 30 de Junio de 2019, de Tipos de Restaurantes: <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>
- Glovo. (2018). *Glovo*. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de <https://glovoapp.com/es/outofbounds>
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2006). *Quality Management. Introduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Services*. Recuperado el 30 de Junio de 2019
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44. doi:<https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Grönroos, C. (1988). Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived Service Quality. *Review of Business*, 10-13. Recuperado el 30 de Junio de 2019
- Gutiérrez, M., & Máñez, G. (2016). *Matchmaking: el surgimiento de la economía colaborativa*. Madrid: Desarrollando Ideas.
- Ha, J., & Jang, S. (2010). Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. *International Journal of Hospitality Management*, 520-529. doi:10.1016/j.ijhm.2009.12.005
- Inversiones, F. M., & SCHOOL, I. B. (Abril de 2016). *Economía Colaborativa en América Latina*. Obtenido de <http://informeeconomicolaborativa.latam.ie.edu/informe-economia-colaborativa.pdf>
- Kedah, Z. (2015). Key Success Factors of Online Food Ordering Services: An Empirical Study. *Malaysian Management Review*, 50. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de <https://www.mim.org.my/wp-content/uploads/2016/08/Pages-from-MMRJuly-Dec2015Vol50NO2-Keys-Success-Factor-of-Online-Food-Ordering-Services-page-19-36.pdf>
- Kimes. (2011). Customer perceptions of electronic food ordering. *Cornell Hospitality Report*, 6-15. Recuperado el 30 de Junio de 2019
- Lasica. (2007). The mobile generations: Global transformations at the cellular level. *Report of the 15th Annual Aspen Institute Roundtable on Information Technology*. Recuperado el 30 de Junio de 2019
- Lee, S., Hwang, J., & Hyun, M. Y. (28 de Mayo de 2010). Mobile Services as a Marketing Tool to Enhance Restaurant Revenue: An Exploratory Study. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. doi:10.1080/19368623.2010.482829
- Liu, T.-H. (2012). *Effect of E-Service Quality on Customer Online Repurchase Intentions*. Recuperado el 30 de Junio de 2019
- López, J. M. (2017). La economía colaborativa. En J. M. López, *La economía colaborativa* (págs. 57-58). Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-LaEconomiaColaborativa-6108227.pdf>
- Lozano, N. M. (30 de Junio de 2019). *La Economía Colaborativa: Factores desencadenantes y comparación con la economía de mercado*. Obtenido de <http://repositorio.upct.es/xmlui/bitstream/handle/10317/5788/tfg-sal-eco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Maldonado, & Sarmiento. (18 de Marzo de 2019). *Propuesta de plan de mejoras para la producción gastronómica de los restaurantes de tercera categoría en la parroquia de Vilcabamba*. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8762/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-366.pdf>
- Malhotra. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). Recuperado el 30 de Junio de 2019, de [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/\[PD\]%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/[PD]%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf)
- MINTUR. (5 de Octubre de 2018). *Reglamento de Alimentos y Bebidas*. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/RO-Reglamento-Alimentos-y-Bebidas.pdf>
- Morales, F. (30 de Junio de 2019). *GLOBALIZACIÓN: CONCEPTOS, CARACTERÍSTICAS Y CONTRADICCIONES*. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-Globalizacion-4796216%20(1).pdf
- OMS. (2016). *Sistema de Gestión de la calidad en el laboratorio*. Recuperado el 13 de Julio de 2019, de <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/252631/9789243548272-spa.pdf;jsessionid=DB3822F9CF29C19C04102F59F0471D0F?sequence=1>
- OSTELEA. (2015). *EL TURISMO DE NEGOCIOS EN ESPAÑA: CONTEXTO INTERNACIONAL Y NACIONAL*. Barcelona.
- Parasuraman, A., & al., e. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 213-233. doi: 10.1177/1094670504271156
- Pee, & et al. (2018). E-store loyalty: Longitudinal comparison of website usefulness and satisfaction. *International Journal of Market Research*, 1-17. doi:10.1177/1470785317752045
- Point, T. (2017). *E-Commerce - B2C Model*. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de https://www.tutorialspoint.com/e_commerce/e_commerce_b2c_mode.htm
- Privitera, D. (Abril de 2016). DESCRIBING THE COLLABORATIVE ECONOMY: FORMS OF FOOD SHARING INITIATIVES. *ECONOMIC SCIENCE FOR RURAL DEVELOPMENT*. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de http://lufb.llu.lv/conference/economic_science_rural/2016/Latvia_ESRD_43_2016-92-98.pdf
- Ramos, X. (07 de Julio de 2019). *El Universo*. Recuperado el 13 de Julio de 2019, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/07/03/nota/7408176/comida-que-se-pierde-se-alimentaria-15-millones-ecuador>
- Rasinger, Fuchs, & Hopken. (Septiembre de 2007). Information search with mobile tourist guides: A survey of usage intention. *Information Technology & Tourism*, 177-194. doi:10.3727/109830507782166962
- Ricart, S. (2017). *PYME AL DIA*. Recuperado el 30 de Junio de 2019, de <https://www.pimealdia.org/es/economia-colaborativa-y-economia-plataformas/>

- Rocío Rodríguez et al. (2017). Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias. *Market Economics and Business Journal*, 255-274.
- Rodríguez et al. (2016). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 88.
- Romero, & Scherer. (2009). El cliente y la calidad en el servicio / Quality Customer Service. Recuperado el 30 de Junio de 2019
- Taller de turismo práctico*. (2010). Recuperado el 6 de Julio de 2019, de <https://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>
- Telégrafo, E. (11 de Noviembre de 2018). *Ecuador calcula cuánta comida desperdicia*. Obtenido de <https://www.elselegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/ecuador-desperdiciodecomida-locales-toneladas>

Apéndices

Apéndice A. Variables para realizar encuestas en la ciudad de Guayaquil.

VARIABLES	TIPO
Demográfico	Género
	Edad
	Ocupación
	Aplicación más utilizada
	Ingreso Anual
	Cantidad de niños en casa
	Número de Adultos en casa
E-service quality	La aplicación no tiene complicaciones para operar
	El pedido de entrega es el prometido
	Información personal no es compartida por la web
	La ID de pago está segura con la aplicación
	La oferta de la aplicación es honesta
Alimento	Presentación del plato gastronómico
	Sabor
	Amplitud de la oferta gastronómica
Valor Percibido	Valor económico de la oferta gastronómica
Lealtad	Continuar solicitando alimentos
	Intención de recomendar la aplicación

Apéndice B. Entrevista dirigida a Administradores de Glovo.

PLANIFICAR	¿Cuáles fueron los retos al implementar esta aplicación en Ecuador? ¿Cuáles son las predicciones de crecimiento de esta aplicación en este año?
HACER	¿Cuáles son las estrategias para formar alianzas con los restaurantes de Guayaquil? ¿Qué ventajas o beneficios tienen los restaurantes afiliados? ¿Usted cree que el precio por entrega es más elevado con respecto a la competencia?
VERIFICAR	¿Qué garantía de cumplimiento ofrecen a sus clientes en cada pedido? ¿Qué producto o servicio tiene mayor demanda?
ACTUAR	¿Cuál cree usted que son las claves del éxito y la diferenciación con sus competidores?

Apéndice C. Entrevista dirigida a administradores de restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil que utilizan alguna aplicación.

PLANIFICAR	¿Cuál ha sido el mayor reto al aliarse a estas aplicaciones? ¿Usted cree que le ha resultado beneficioso aliarse a estas aplicaciones colaborativas de servicio a domicilio?
HACER	¿Qué estrategias realiza para atraer a los clientes a través de las aplicaciones en línea? ¿Cuáles son los cambios que ha tenido el servicio de restauración con la presencia de las aplicaciones colaborativas?
VERIFICAR	¿Usted cree que el personal está capacitado para cubrir la demanda de los pedidos de comida a domicilio que se realizan por medio de aplicaciones? ¿Qué productos tienen mayor demanda en el servicio a domicilio?
ACTUAR	¿Cómo ha logrado la fidelidad de su clientela? ¿Usted cree que sus ventas han incrementado al aliarse a aplicaciones colaborativas?

Apéndice D. Entrevista dirigida a administradores de restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil que no utilizan alguna aplicación.

PLANIFICAR	¿Cuál sería el mayor reto al aliarse a estas aplicaciones? ¿Usted cree que le resultaría beneficioso aliarse a estas aplicaciones colaborativas de servicio a domicilio?
HACER	¿Qué estrategias aplicaría para atraer a los clientes a través de las aplicaciones en línea?
VERIFICAR	¿Usted cree que el personal está capacitado para cubrir la demanda de los pedidos de comida a domicilio que se realizan por medio de aplicaciones? ¿Qué productos tienen mayor demanda?
ACTUAR	¿Cómo ha logrado la fidelidad de su clientela? ¿Usted cree que sus ventas incrementarían al aliarse a aplicaciones colaborativas?

Apéndice E. Restaurantes ubicados en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil.

NORTE

Noroeste

Palacio Verde, Don Chuzo, D'Miley, El Balconcito, Cangrejo Club, Benchos Ribs & Chicken, Santi Club, Rachy's, Palacio del Cangrejo, Pollo a la Brasa Tarantini, Carboncito, Mamma Mia, Parrilla del Sol, La Criollita, Italian Deli, Cachame

Noreste

Menestra de la Pocha, Parrillada Punta del Este, Tenedor de Oro (Terminal T), Parrillada Cajape, Típicos del Norte, Don Peña, La Antorcha y Algo más, Menú de la Abuela, Papipollo Express, Flor de Canela, Corvina de Sauces 8, Poli-2, Los Ídolos, Selva Tropical, Catering Coffee, Rinconcito Paisa,

Gran Hong Kong, El Puma, Chifa Men Chu, , Asadero El Ídolo, Cangrejo Don Lucho, El Puma, Pollos a la Brasa Chanito Jr., Mi pollito sabrosón, Chifa Paz, Pollo a la Brasa la esquina de Alex, Chifa Long Meng, Chifa Lai Kong, Chifa Tauro, Chifa Campeón, Asadero Emelec, Cevichería Rosita.

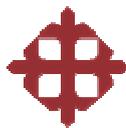
Suroeste

Aquí esta Marcelo, El Astillero, Gluglu Beer, Dolce Vitta, Pollo brostizado, Pollo Pollo, Chifa Felicidad, Chifa ChaoJing, Sabor del Sur, El Portugués, Chifa Época 2 El Paradero Sur, Chifa Palacio Imperial, Chifa Wen Wei, D'Elisa, A Comer al Carbón.

Sureste

SUR

Apéndice F. Modelo de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de titulación: Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil, provincia de Guayas. Caso GLOVO.

Encuesta dirigida a los usuarios de aplicaciones colaborativas en la ciudad de Guayaquil.

La presente encuesta se realiza con la finalidad de conocer su opinión acerca del uso de las aplicaciones colaborativas.

Sexo:

Masculino

Femenino

Edad: 17-20

21-30

31-40

Más de 40 años

Ocupación:

Estudiante de secundaria

Universitario

Ama de casa

Profesional

Otros: _____

Ingreso anual: Menos de \$5000

De \$5000 a \$10000

Más de

\$10000

Número de Adultos en casa: _____

Cantidad de niños en casa:

Por favor, marque con una X según su criterio.

1. ¿Usted ha escuchado hablar sobre el término “empresa colaborativa”?

Sí

NO

2. ¿Con que frecuencia visita restaurantes?

- 1 a 3 vez por mes
- 4 a 6 veces por mes
- 7 a 9 veces por mes

3. ¿Conoce usted alguna aplicación móvil que trabaje con el servicio de pedidos de comida a domicilio?

Sí

No

4. ¿Usted ha utilizado el servicio de pedidos de comida a domicilio?

Sí

No

5. ¿Si su respuesta es Sí con qué frecuencia ha utilizado el servicio de pedidos de comida a domicilio?

- 1 a 3 vez por mes
- 4 a 6 veces por mes
- 7 a 9 veces por mes

6. ¿Usted qué aplicación usa más?

 **Domicilios.com**

 **Glovo**

 **Uber Eats**

7. ¿A menudo qué tipo de comida usted solicita a domicilio? Escoja 4 como máximo.

- Desayunos & Snacks
- Comida al carbón
- Picantería & Cevichería
- Tacos
- Ensaladas
- Pizza
- Comida Rápida
- Sushi
- Milkshakes & Frapés
- Crepes
- Comida China
- Empanadas
- Shawarmas

8. ¿Cuánto es el tiempo promedio que suele esperar para recibir su comida a domicilio?

- 10 minutos
- 20 minutos
- 30 minutos
- 40 minutos
- 50 minutos a más

9. ¿Usted ha tenido algún problema o experiencia en el servicio de pedido de comida a domicilio?

Sí

No

10. Si su respuesta es Sí, ¿cuál de estos inconvenientes enlistados han sido?

- Publicidad excesiva
- Información engañosa
- Riesgo de pérdidas de datos personales
- Demora en los pedidos
- Precios altos
- Aplicaciones lentas
- Bajas expectativas en la presentación de las comidas

11. ¿Cuándo fue la última vez que solicito el servicio de pedido de comida a domicilio?

- Hace 1 semana
- Hace 2 semanas
- Hace 3 semanas
- Hace 1 mes
- Hace 2 meses
- Hace 3 meses

12. ¿Cómo puede calificar su experiencia del servicio de comida a domicilio?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Pésimo

13. ¿Volvería usted a comprar por medio de estas aplicaciones de comida a domicilio?

Muy probable

Nada probable

14. ¿Usted recomendaría el uso de estas aplicaciones?

Sí

No

Apéndice G. Modelo de entrevistas a administradores de Glovo

1. ¿Cuál cree usted que son las claves del éxito y la diferenciación con sus competidores?
2. ¿Porque implementaron la empresa en Ecuador?
3. ¿Cuáles fueron los retos al implementar esta aplicación en Ecuador?
4. ¿Cuáles son las estrategias para formar alianzas con los restaurantes de Guayaquil?
5. ¿Cómo van las ganancias comparadas con el año anterior?
6. ¿Cuáles son las predicciones de crecimiento de esta aplicación en este año?
7. ¿Qué propósitos tiene la empresa para los próximos años?
8. ¿Qué ventajas o beneficios tienen los restaurantes afiliados?
2. ¿Qué producto o servicio tiene mayor demanda?
3. ¿Crees que el precio por entrega es más elevado con respecto a la competencia?
4. ¿Qué garantía de cumplimiento ofrecen a sus clientes en cada pedido?

Apéndice H. Modelo de entrevistas a administradores de restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil.

1. ¿Ha resultado beneficioso aliarse a estas aplicaciones colaborativas?
2. ¿Sus ventas han incrementado al aliarse a estas aplicaciones colaborativas?
3. ¿Cuál ha sido el mayor reto al aliarse a estas aplicaciones?
4. ¿Qué productos tienen mayor demanda en el servicio a domicilio?
5. ¿El personal está capacitado para cubrir la demanda de los pedidos de comida a domicilio que se realizan por medio de aplicaciones?
6. ¿Qué cambios ha tenido el servicio en su restaurante debido a la presencia de las aplicaciones colaborativas?
7. ¿Cómo ha logrado la fidelidad de su clientela?
8. ¿Qué estrategias realiza para atraer a los clientes a través de las aplicaciones en línea?

Apéndice I. Catastro Nacional 2019.

nombre comercial	actividad	clasificacion	categoria	provincia	canton
PICANTERIA LA CASA DEL SABOR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PRANZO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLERIA GUZ-MAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ALAMOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MAMA CUCHARA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PIACERE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
NOSTRA CASA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TUNEL DEL MALECON EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MENU DE LA ABUELA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SIGO SIENDO EL REY DEL LOMO A LO POBRE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CUCHIFRITO DE DON LUCHO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL CUCHIFRITO DE DON LUCHO DOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASTILLERO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ANGELLO TARQUI EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ESQUINA GUAYACANES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SOLLER'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COMEDOR MI SOCIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SABOR DEL HOT BURGER Y ALGO MAS EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PALACIO DEL CANGREJO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FRITADAS D' TITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CIELO AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
AQUI ES CARMITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

PAPI POLLO EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
QUIHUBOLE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA OLLA SABROSA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TODO RICO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SABOR DE SOFFI EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
AKOMER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MACAREÑO COMIDAS TPICAS EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
JOVITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CIROS 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GLU GLU BEER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FLOR DE LA CANELA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA CORVINA DE SAUCES 8	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
A LO TÍPICO Y TRADICIONAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLO DORADO EL GERENTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COME HERE RESTAURANT	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA MORENITA GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DEL MARISCO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA HORMIGA DE ORO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SAMARCANDA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE JUANITA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BROSTER MICKY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLO A LA BRASA TARANTINI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DON LUCHO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

1 CARBONCITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2 MAMMA MIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 NELLY " S DEGUSTACIONES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2 COMIDAS HOMERO MORA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 LA PARRILLA D'SOL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CUMBRE LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 CHIFA MENG CHU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 CHANITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 POLLO A LA BRASA SANSON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 ESQUINA DEL MARISCO LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 NATURASOL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 SEMILLA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 LOLITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CONCHA ASADA LA No 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 MI TOLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 MAC ROBERT	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7 ESQUINA TIPICA "MARIANITA"	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 PAJA TOQUILLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 CAFE ARABE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 EL RESTAURANTE DEL PUERTO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 DOS HERMANOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2 ARAÑA MARINA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 AQUI ES MARCELO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

1	DON TORRES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	CANGREJAL OCHIPINTI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	SOPHY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	RINCÓN TÍPICO CARMITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	PICANTON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	GUATITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	BUEN SABOR DE CASA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	LAURITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	COMEDOR DON LUCHO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	CRIOLLITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	MB LOUNGE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	CAFE SUIZO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	HORA SABROSA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	CANGREJO BOHEMIO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	EL CORSARIO AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	CANGREJAL DJ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	DOLCHEVITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	MARISQUERIA EL PIRATA AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	JUNGLA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	POLY-2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	PETITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	XPONTANEO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	PALADARES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

	POLLO BARCELONA JUVENIL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	REENCUENTRO & ALGO + EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	RINCON PORTEÑO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	FLIPPER LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	RICURAS LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	NIÑO LUCHO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	LO NUESTRO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	CHANITO DE BERTHITA NO. 2 EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	CUSINE EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	COMEDOR CRIOLLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	COTI COMIDA TIPICA ECUATORIANA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	TIPICOS Y MAS...	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	POMPI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	CORDERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	BARCA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	DON RUFO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	DELI SWAMI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	PRIMA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	HOT WOK	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	FLAMINGO HOT WOK No. 1	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	NUEVO SARITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	MECHITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	AQUI ES ANDRES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

	DELICIAS DEL MAR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	RINCON DE CARLO "OCHIPINTI JR." EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	TIPICO Y SABROSO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	ESQUINITA DEL SABOR LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	BANDERA AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	DON CARLOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	PARRILLADA RIOPLATENSE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	ITALIAN DELI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	RINCON ORIENTAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	POLI DESCANSO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	FARO DEL CERRO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	AQUI ES VICTOR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	D' MILENA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	SPA QUEDARSE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	PORTAL MANABITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	BANDERA AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	POLLOS A LA BRASA BARCELONA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	JOSYMAR ANDRADE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	FRITADA DE ROSITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	PARRILLADA EL SABROSON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	OYOLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	CACHAME EL OJO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	MARY'S CANGREJOS Y MARISCOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

A COCINA DE VICKY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MUNDO AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARCO POLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MEZ AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE JAVIER EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
THE OYSTER CATCHER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TEVICHES DE LA FLACA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DIAN ROD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ANGOSTA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ATIANA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARTEN D' MARIA ROSA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
JYUAN EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
OLGUITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
UPER PIZZAS Y PASTAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ONDE ELENA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ARBOLITOS LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TIPICO BALLEZ AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TEFANNY PRISCILA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL DOLARITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
OS IDOLOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3RCHefs	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ICANTITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GRAN HONG KONG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

5) PORKY S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
6) CANGREJAL SONERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7) PARADERO RUSTICO LA CASA DEL CANGREJO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
8) PARRILLADA PUNTA DEL ESTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9) DE LA UE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
10) MADRINA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
11) BROSTI POLLO HELEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
12) COMIDAS DE CASA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
13) COSTEÑITA ALL GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
14) COROZO EL VERDADERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
15) SELVA TROPICAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
16) TERRAZA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
17) MARIA ISABEL 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
18) D' RAQUEL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
19) COOPERATIVAS LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
20) AQUI SE COME RICO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
21) BARCELONA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
22) RACHY S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
23) PUMA 2 EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
24) PUMA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
25) CHIFA PAQUIN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
26) CAFE RIO RESTAURANT	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
27) POP SANDWICH	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

MANABA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE MILLY EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GELEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO DE LILITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LOS CHELINES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MANABA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARINO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MESON DE BARON EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL GRAN MANATI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHUZOS DALLY S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SUSHI TSU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
D TWINS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARISQUERIA EL LECHON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ISLA VERDE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BLASS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PIAVE NO 1 EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COLORADO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAJAPE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE BLANQUITA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GRAN FOGATA DE FRESITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PUERTO HABANA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PIZZA SICILIANA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIAS DEL MAR MARISQUERÍA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

0	JAVETH JIRETH	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	D' EMILIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	PICADILIS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	PARADERO DEL SABOR EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9	CUBANO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	EL CHAPARRAL DE LA GARZOTA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	MADURO Y VERDE DE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	EDUARDITO DE PASCUALES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	POLLO BROASTIZADO POLLO POLLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9	GRIN LIGHT FOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
0	CATERING COFFE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	CHIO'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	SUR PICANTERIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	D' ANTOJOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	RINCONCITO PAISA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	MEROGUERO MEX	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	ASADEROS POLLOBOX	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	ODALYS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
0	ESQUINA DEL ABUELO LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	DRAGON DORADO EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	SABOR DEL SUR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	BENDICIONES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	MISTER GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

0	TRES FERNANDES LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	PREMIER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	CARIBELEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	BOSSA BISTRO CLUB	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	COMIDAS TIPICAS AROMAS DE GUAYAO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	RINCON D' PIKEO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9	EMPANADAS DE ALI LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	EL GRAN PIRATA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9	PICANTERÍA OLGUITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	FIESTA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	VERDE CON CAFE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	DARCHY'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	AQUI ES MANOLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	LATINO SHREK	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	DON CAYO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	KARINA BONITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	SON LEY CHIFA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
4	MIAMI ICE CREAM	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
8	BROSTIZADOS LUCY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9	K-FE-80'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
0	TUCAN EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	LUPITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	MARISQUERIA ELBITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

	CHIFA PENG YOU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	FRITADA DEL CENTRO LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	VIEJOTECA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	ASADERO PICO RICO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	POLLOS A LA BRASA CHANITO JUNIOR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	CHEF EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	FARANDULA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	MI BARRIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	APPLE GREEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	POLLITO SABROSON Y ALGO MAS MI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	CASITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	AUTENTICO OCHIPINTI EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	ANNHELO'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	ZOE'S BROCHETAS Y MENESTRAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	GATO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	LA PREFERIDA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	PLACER DEL REY EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	HORNERO REY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	SAZON DE PAULA MARIA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	KLAS'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	CANGREJAL DE MANNY'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	LOUNGE EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
	CAFE DEL ROSSY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

1	CHICHO'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	PEPE'S LUNCH	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	RESTAURANTE MARCELITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CAMPEON EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	SANDRA Y SUS AMIGOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	RINCON TIPICO CARMITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	DOS HERMANOS FLORES MACIAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	JOE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	DELICIAS DE MONICA LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	IL COLOSSEO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	SAN FRANCISCO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CANGREJAL 712-	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	DON PEÑA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	EL CISNE REAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CISNE REAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	SABOR GUAYACO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CLARITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	OLGUITA LA AUTENTICA DEL PESCADO FI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	OLGUITA LA AUTENTICA DEL PESCADO FI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	EL MANABA NORTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	OH QUE BUENO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	PARRILLADA CAJAPE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	SAZON DE MAMI ROSA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

1	DON JUAN 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	CAFÉ PORTEÑO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	SANTI CLUB	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	PARRILLADA EL DORADO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	PEZ ELECTRICO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	COSTILLITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	AQUI ES PEDRITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	MI GRAND RESTAURANT	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	POLLOS Y COSTILLA DE CHICHO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	BLACK COFFEE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	FILP 4/13	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	UNICA COLORADA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	TIPIKAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	ROSA ELENA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	PHAMARY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	GRAN EJECUTIVO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	MI TIERRA LINDA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	REY DEL SANDUCHE EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CUCHARA CALIENTE LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	ALLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	TIPICO DE DRAKE LO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	ACONCAGUA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	POLLOS MANABA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

1	SAZON DE BELGY LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	MI COLOMBIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	ESTANCIA DE GALVAN LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CANGREJO CLUB	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	ASADERO EL IDOLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	TOQUE Y SABOR COMIDA TIPICA ECUAT	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	EJECUTIVO JUNIOR EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	LA CASA DEL TIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	PICANTERIA EL MANABA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CASA BOLÓN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	MARIANGE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	EL BALCONCITO COMIDA TÍPICA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CUCHARON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CANGREJAL ELVIA MARIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	GRAN FORTUNA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	GLENDITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	ITZELITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	SABOR & BRASAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	ROSA NAUTICA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	MARISQUERIA EL BOHIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	LORD CAMARÓN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CANGREJAL OCHIPINTI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	BALLENA AZUL LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

DESCANSO DEL PIRATO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
NUEVO PESCADO FRITO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COMIDAS DE SANDRI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA ESQUINA DEL TIGRILLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON LOJANO RAISA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TIMBALERO SALSA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FONDA GUAYAQUILEÑA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PASCUALITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MR. PARRILLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CANGREJAL CAPRICHOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL POLLO ROJO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DIABOLO ROSSO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PRESTO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ACAPELLA NO. 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
AMERICANO # 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHERIA CHIO' S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
D' MILEY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MONO Y EL PAISA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COMIDAS D' IKER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA VACA PICADA DE DON CHOEZ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CANGREJO CUBANO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TOQUE DE LA PARADITA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
D'LA TIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

SIRENA SAU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL GRILLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BARCELONETA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA CASA DEL MARISCO SEA FOOD DELIC	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CANGREJAL DON LUCHO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COCKTEL D' MARISCOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAFE DE MIA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BARANDUA Y CANGREJAL J.J.	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RYCAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
OKI DOKI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SABROSITO JR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PIZZAMORE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EMPANADAS LEITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLOS A LA BRAZA BARCELONA JR.	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL PORTUGUES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LAS BROCHETAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BEBIDAS Y COMIDAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PICANTERIA ESTRELLA DEL SUR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
VELEZ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SUPER SECOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL MESÓN DE DON SUCO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON TROPICAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CUCHARA BRAVA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

7 MOAI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 COROZO EL VERDADERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5 DON CHUZO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5 MOROS Y MENESTRAS DEL SUR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9 SAN VICENTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 LA CACEROLA TIPICA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2 JULIO GABRIEL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 SALAT-MIX	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5 SABORCITO DE IVONNE EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
8 DELICATE FLAVOR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9 A'CAPELLA 1	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 SUPER NUTRION 1	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
0 ASADERO DE POLLOS LA ESQUINA DE DIE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 PALACIO VERDE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5 PEZ AZUL EXPRESS JUNIOR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5 PARRILLADA EL TIMON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 MEY MEY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
4 SABORES DE LA COSTA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 HAMBURGUESAS COKI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
4 DELFIN EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 CHIFA PAZ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
0 TIME FOR LUNCHE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 CANGREJAL DE MARCELO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

PRIMOS LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EMBAJADA PAISA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
REVOLVER ROCK & GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
NIKO'S CABAÑA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BARCA AZUL PLATOS TIPICOS Y ALGO MAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE JOHNNY EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA SAZON DE LA MAMA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TOQUE MANABITA DOS EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TOQUE MANABITA 3 EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LOS ARBOLITOS 2 PORTAL AL SOL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MORDISCON EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SABOR DE CASA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MANGUERA DE GUERRERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLOS A LA LEÑA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
KING LUNCH	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SU PICANERIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA 555	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CANGREJO CLUB	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MONSTER FRIES GRILLED FOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COMIDAS VEGETARIANAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
A COSTILLAS DE KIKE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARLEY'S SUBS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COMBO MANIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

LA CULATA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA CULATA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAFÉ & BANANAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SEÑOR DE LA JUSTICIA Y PORTERIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL OASIS DE ISAIAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE JUANITA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHARLOT	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PEZ AZUL EXPRESS NUMERO 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BENCHOS RIBS & CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LLULAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LOS CANGREJOS DE PEPE LOZA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GRILL BAMBU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SOCIEDAD DEL CANGREJO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHRISTIAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHERIA CENTENARIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CARNES AL CARBÓN BBQ Y GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CRUZ YADIRA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PICANERIA ISABEL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GOOD TIME UNO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FARO DE MADERA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE LAS DELICIAS EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ADDICTION'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BRISTO ARAMA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

1	EL PARADERO SUR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	PAISA DE GERARDO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9	CAFÉ CONVERSO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	CANGREJAL MIRAFLORES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	LE ZUCCINNI GOURMET	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	OPIPARO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9	GRAN RUBÍ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	JARDIN EL NO 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	LOS CEVICHE DE LA CICLOVIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	ANTIGUA ROMA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
0	LA ISLA DEL CANGREJO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	CEVICHERIA D' JERONIMO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	CANGREJO PICANTOSO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	KOI ROLLS & SEAFOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
9	D' CORALIN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	PIZZA Y FOCACCIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	PUMA CRIOLLO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	CHIFA GUANZHOU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	CHIFA GUANGZHOU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	CAIDA Y LIMPIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	POLLO A LA BRASA LA ESQUINA DE ALEX	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7	BODEGA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
5	SABOR CASERO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

CHIFA PALACIO REAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SHUNFA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHERÍA PEPE 3	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA COSTA DELI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GUA IN ZHAI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA SOL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL BODEGON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHI CHA RRON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
88	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA 88	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO EL ASAITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ROJO VIP	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAPTAN BOB	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA LONG MENG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA WEN ZHEN 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHEXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SAM SAM	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MANA DE GUAYAQUIL EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MI CASITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
OLIVE DELI CAFE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA LONG SHENG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA EPOCA II	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
XING WHA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

LOMO A LO POBRE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARELY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA LAI KONG CHENG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA LON LEE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PICANTERIA ISRAEL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAPRICHOS DE MAR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA LAI HUA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIAS AL SHATE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PUERTO SAN FRANCISCO MARISQUERIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON VERDE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LI WAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA ZHONG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SALCHICHERIA LA FUENTE 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA KENNEDY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA MING ZHU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA FELICIDAD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA MUNDO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA PRIMERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA AMEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BUEN SARTEN EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA IMPERIAL WONG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PARRILLADA ASADERO EL PORTAL D' YO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA MING YUAN CHINA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

FUENTE DEL DRAGON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
KOI ROLL & SEAFOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COFFEE LUNCH & DINNER	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL GRAN CAMPANARIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TIPICOS DEL NORTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
D'LUIS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ANTUCA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RIO SOL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHE D' MARCELO LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PICANTERIA NIÑA KHRISTEL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ANTORCHA Y ALGO MAS LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHERIA PABLITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MR DELI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GRAN YATE EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PALACIO DEL SABOR EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TIPICO DE RICHARD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TIERRA D' MI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TOQUE DEL SABOR DE DEVORA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CIRO'S 1	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SAM WOO EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BUEN APETITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POCCHOS LOCAL BRUNCH	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MIL DELICIAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

LOMO A LO POBRE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARELY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA LAI KONG CHENG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA LON LEE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PICANTERIA ISRAEL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAPRICHOS DE MAR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA LAI HUA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIAS AL SHATE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PUERTO SAN FRANCISCO MARISQUERIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON VERDE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LI WAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA ZHONG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SALCHICHERIA LA FUENTE 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA KENNEDY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA MING ZHU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA FELICIDAD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA MUNDO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA PRIMERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA AMEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BUEN SARTEN EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA IMPERIAL WONG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PARRILLADA ASADERO EL PORTAL D' YO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA MING YUAN CHINA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

WAN LI CHINA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ENTRETENEDORES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA HAO ZAI LAI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
JABUGO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RONG CHANG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SHAN XING 1	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA HERMANO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SOL NACIENTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SOL NACIENTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SALSA PARRILLA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA FLORIDA DE PASCUALES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
THE GARAGE CHARBROILED STEAKS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA XING JING XUAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA TOMMY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CANGREJAL MARTHITA #4	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GAM FUK	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TIPICAS COLOMBIANAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA COSTA DRAGON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL CHEVERISIMO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DIGOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA PROGRESO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MUNDO DE LAS DELICIAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA JIANG WAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

3 CHIFA PALACIO IMPERIAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CHIFA ORIENTE SABOR CANTONÉS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CHIFA TONG FUK	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CHIFA YOUHUI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 CHIFA JARDIN CENTENARIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2 LALA'S LUNCH	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 SABADO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CHIFA TOOSON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CHIFA 7 ELEVEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 LA SABROSA COMIDA DE XU WENLIN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7 BUFFET CHIFA SABOR CHINA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CHIFA CIELO AZUL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CHIFA OKA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 ROYAL YIN OU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 CHIFA BAHIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 YA ALMUERZOS Y MERIENDAS MICHELL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 CHIFA EL PRINCIPE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 MARIO DELICIOSO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 WEN WEI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3 MINGSHENG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2 CHIFA RICO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1 CHIFA ZUYING	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
7 CHIFA DRAGON NACIENTE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

CHIFA MING HAO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA CHAO DONG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ANGEE HUANG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAJING	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
YONG XING	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA FORTALEZA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARISQUERIA 5 HERMANOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MANZOKU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
KAFO CENTRO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE MIS SUEÑOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA JIN FELIZ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HAO XANG LAI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA FELICES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA GRAN ROYAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIOSA ORIENTAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA HIMALAYA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA HIMALAYA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL CANGREJO CERVECERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ARABITO II	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PARADA DE JAIMITO LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA ZHONG HUA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TRATTORIA MARIANI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
AL SULTAN GRILL MEDITERRANEAN CUIS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

CHIFA PLANCHA CHAULAFAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HAVANA ABREU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA SHENG FENG 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA NUEVA HAI JING	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HORA SABROSA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
OLGUITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MAMA MIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SANDUCHE AL PASO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
YADIRA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PICANTERIA LUCHITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TOQUE MANABITA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
WASHINGTON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GUATITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA CANTON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA MUNDO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EDUARDO S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA PEKIN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HUEQUITO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DOLCE VITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CABAÑITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON ORIENTAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
NUEVA INTERNACIONAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FLOR DE LA CANELA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

LISTO GOURMET	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA CAMPEON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ENCANTO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DON JULIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAPICUA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO EL TITAN (EL GIGANTE DE LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DON JUAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BODEGON DE LA HABANA EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MOROS EN LA COSTA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COMIDAS DE VICTOR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PEPIN CANGREJAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLOS BARCELONA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLOS BARCELONA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL CHALAN EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TOPISUSHI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RACHY'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BLUES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
D' ELISA CALDOS DE SIEMPRE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MUCHA PIZZA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHARLY ALBERTY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EXQUICOMSA COMIDAS EXQUISITAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO PORTETE 3	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO PORTETE 5	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

TIMBUSHKA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PAELLA EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SURKYS FOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PIZZA SALINERITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLO AL PASO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
VEGETARIANO KRISHNA EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HEBRA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIKEN & CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
D'LEÑA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHES D' MARCELO LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHES D' MARCELO LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA FOGATA DELICIAS AL CARBON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LAS DELICIAS DEL GUAYAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EMPANADAS DE NICO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COSTILLAS DE NICO LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COOKBAQ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TORO ASADO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CARAPACHOS SEA FOOD	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RODO'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HOT CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HOT CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BOMBAI MONGOLIAN GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA FONDA DE MI APA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

MIYAKO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LUTHER QUINTO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
REINA PEPIADA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MOM'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
NAGUARA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ZOLLERS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ECU-SAZON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HABICHUELAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
AKOMER AL CARBON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
STAV POLLO HORNEADO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TENEDOR DE ORO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COSTILLA GRILL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
HAPPY VERDE GUAYAQUIL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MONALISA CUCINA ITALIANA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SIGA VARON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MIRAFLORES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLO A LA BRASA EL CANDIL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PLAYA BRAVA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIAS DE ANTAÑO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COFFE & RESTAURANT LILLIE'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MAGNO YOGURT	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARABU-SERVICIOS DR BUFFET	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
THOMAS SERVI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

GUAIBA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
JEHOVA ES MI ROCA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MONTURA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SELENE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CAPRICORNIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PACIFICO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
D MARY MARISCOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIAS LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLO DORADO CHANITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
GLORIA A DIOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
REGALO DE DIOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LA CASITA DEL SABOR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHUZOS YESHUA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
AUTENTICA OMEGA 3 LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
717	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CASA DE CAMPO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
D' NENA COSITAS RICAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CON MUCHO GUSTO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LUCHO'S KAFE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POSADA DEL GUAYAS LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FONDA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ESQUINA DEL BUEN COMER LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ACAPULCO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

BEEF'S AND SALAD'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
100% CHONERO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TIKE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHUZOS DON RA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SECRETO DE MAMITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
NARCISA DE JESUS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO BABY POLLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SABOR TIPICO MANABITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SAZON CRIOLLA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO ELIZABETH S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SAZON CRIOLLA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TARJETA ROJA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DE MARY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO EMELEC	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PRODUCTOS Y PIQUEOS MANABITAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHAMPANG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DIVINO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PARRILLADA D'ELLEN LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PICANTERIA EL COLORADO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MARISCOS EXPRESS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LIMON & SAL CEVICHERIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL RASPADITO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ESQUINA DE ALES LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

ASADERO LA ESQUINA DE ALES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
BON APPETIT RENÁN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO LA ESQUINA DE ALES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PORTTO'S PIZZA Y CAFE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO D`SAIR	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MEN YUAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TONGA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COSTILLA DE PORTETE LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA CAMPEON J	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PURO MANABA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CEVICHERIA EL REFUGIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PORTODELICIAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ESQUINA DE ALES LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
OLLA MANABA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADERO D`MELANY	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SAL PRIETA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIAS DE MANUEL LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TOMY'S	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA RUBI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
POLLO A LA LEÑA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CANGREJAL DE MAMI SUSI EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
TOMYS LAS COSTILLAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
YAPI EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

MARIO BROSS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RINCON DE ENGELS EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SECO DE PATO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ASADOS DEL TORO LOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PARRILLADA D' DARIO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FLOR DE MAYO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PARRILLADA PICANTERÍA COLOMBIA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA JUMBO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
REY POLLO DE MARCELO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA JHON HUA EL MAGNATE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA TAI TONG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
URUGUAYO EL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COSTILLAS DE PACO LAS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FRAGATA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ISRAEL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DRAGON DE ORO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
COFFEE & LUNCH	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
JARDIN IMPERIAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
EL AREPASO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MI BITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
SON GA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
FLAMINGO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
REAL	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

CHIFA CAMPEON No 1	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
ATLANTICO 2	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DIVINO FOGÓN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
LORENABO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
MR. QUEEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
JENNOSO CHEF	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHUZIN CHUZON	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA NUEVO SIGLO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PALACIO DE LA CHULETA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA HUA YAN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA GAMFUK	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA HAIBO ZHONG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA HONG FU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA RONG XING	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA SING SING	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA MEI HUA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA XI YING MEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
RESABRO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
PARRILLADA PORTETE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA CHICHIBU	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
CHIFA HENG CHANG	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIAS ORIENTALES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
DELICIAS ORIENTALES	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL

7	SR. CEVICHE DEL PERÚ	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	SEÑOR CEVICHE	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	AREPA CAFÉ Y ALGO MÁS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	CALEÑA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	KENTUCKY FRIED CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	KENTUCKY FRIED CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	KENTUCKY FRIED CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	KENTUCKY FRIED CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	KENTUCKY FRIED CHICKEN	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	RISZAV (STAV)	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	RISZAV (STAV)	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	LOS CEVICHE DE LA RUMIÑAHUI	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	AMBATEÑITA LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	CEVICHERIA ROSITA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	TE PARTO LA PATA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	D MARCOS	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
2	ESQUINA DE PEREZ LA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	TOTY SODA RESTAURANT	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	MATHAM COMIDA LIBANESA	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
3	LA SAZON DE BISTRO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL
1	RANCHO CHICO	Alimentos y Bebidas	Restaurante	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Castro Villa, Carla Melissa** con C.C: #0930817853 y **Quiroga Villamar, Juddy Jeanette** con C.C: #0923162432 autoras del trabajo de titulación: **Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en los restaurantes de dos tenedores en la ciudad Guayaquil. Caso Glovo** previo a la obtención del título de **INGENIEROA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de septiembre del 2019

Castro Villa, Carla Melissa

C.C: 0930817853

Quiroga Villamar, Juddy Jeanette

C.C: 0923162432



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en los restaurantes de 2 tenedores en la ciudad de Guayaquil. Caso Glovo.		
AUTOR(ES)	Carla Melissa Castro Villa y Juddy Jeanette Quiroga Villamar		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Econ. Luis Fernando Albán Alaña, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	11 de septiembre del 2019	No. DE PÁGINAS:	101
ÁREAS TEMÁTICAS:	Economía Colaborativa, Ciclo de Deming, Modelo E-S-QUAL		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Economía colaborativa, Glovo, Servicio a Domicilio, Calidad de servicio, expectativas, clientes		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal generar propuestas para diseñar un manual que ayude a mejorar la gestión en el crecimiento de la compañía Glovo en los restaurantes de dos tenedores en la ciudad de Guayaquil. La presente investigación fue realizada mediante un complejo análisis y ejecución de una metodología cuantitativa y cualitativa, junto con herramientas metodológicas, tales como: a) encuestas a mujeres y hombres mayores de 18 años en la ciudad de Guayaquil, b) entrevistas efectuadas a los propietarios o administradores de restaurantes de dos tenedores, y c) al personal de la empresa Glovo. Para el desarrollo de estos procesos se escogieron dos tipos de muestreos: a) por conveniencia y b) muestreo aleatorio simple; que permitió conocer el grado de satisfacción del consumidor en el servicio de comida a domicilio e identificar los aspectos más relevantes de la economía colaborativa y su influencia en los restaurantes de dos tenedores de la ciudad de Guayaquil, tal modo que se pueda detectar y establecer los puntos favorables y críticos que requieren atención, por ejemplo inconvenientes en el servicio de comida a domicilio, tiempo promedio de espera, tipo de comida que el consumidor solicita a domicilio, etc. con el propósito de mejorar el proceso de gestión de la aplicación Glovo. Por esta razón se establecen parámetros para el diseño de un manual, para ayudar a implantar confianza entre los propietarios, administradores y clientes, con el propósito de aprovechar las ventajas que ofrece la economía colaborativa y el uso de las tecnologías.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-993702879 +593-986337450	E-mail: juddyquiroga9@gmail.com melivic_2695@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			