



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

TÍTULO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE COREANO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTOR (A):

SON HWANG, YOUNG MIN

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
INGENIERO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TUTOR:

MSC. VENTURA CHANCAY, MARTHA AZUCENA

Guayaquil, Ecuador

2014



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **YOUNG MIN SON HWANG**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero (a) en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR (A)

Msc. Martha Azucena Ventura Chancay

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar de Guzmán, Mgs.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Young Min Son Hwang**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE COREANO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, previa a la obtención del **Título de Ingeniero (a) en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

EL AUTOR(A)

Young Min Son Hwang



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Young Min Son Hwang

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE COREANO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

EL (LA) AUTOR(A)

Young Min Son Hwang

AGRADECIMIENTO

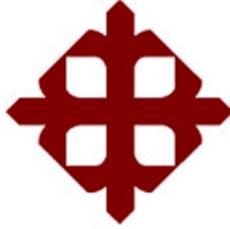
Agradezco a mis padres, quienes han dedicado sus vidas para entregarme siempre lo mejor.

YOUNG MIN SON HWANG

DEDICATORIA

Para mi amiga Inés Mancero, quien me enseñó el amor al turismo.

YOUNG MIN SON HWANG



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

CALIFICACIÓN

Son Hwang, Young Min	Nota final del Tutor

Msc. Martha Azucena Ventura Chancay

TUTOR (A)

INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE GRAFICOS	xi
INDICE DE ILUSTRACIONES	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
1.1 JUSTIFICACIÓN.....	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
1.4 CONTRIBUCIÓN.....	3
CAPITULO 2	4
MARCO CONTEXTUAL	4
2.1 GENERALIDADES	4
2.1.1 Cultura Culinaria Coreana	4
1.1.2 Los modales y arreglo de mesa coreana	6
2.2 MARCO TEÓRICO.....	7
2.2.1 Restaurante.....	7
2.2.2 Hábitos Alimenticios.....	7
2.2.3 La alimentación saludable	8
2.2.4 Comida coreana	9
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	11
2.3.1 Gastronomía	11
2.3.2 Restaurante.....	11
2.3.3 Interculturalidad	12
2.2.4 Fermentación	13
2.4 MARCO LEGAL	14
2.5 MARCO REFERENCIAL.....	16

CAPITULO 3.....	17
MARCO METODOLÓGICO	17
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
3.1.1 Enfoque.....	17
3.1.2 Tipos de Investigación.....	17
3.1.3 Métodos	17
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	18
3.3 HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	20
3.3.1 Encuestas.....	20
CAPÍTULO 4.....	21
DIAGNÓSTICO	21
4.1 ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	21
4.1.1 Análisis mediante observación.....	21
4.1.2 Análisis mediante encuesta.....	21
4.1.3 Análisis Situacional	32
Actualmente la ciudad de Guayaquil cuenta con restaurantes asiáticos de comida china y japonesa, no existe ningún restaurante coreano al momento.	32
Sin embargo, las telenovelas coreanas como “Escaleras en el cielo”, y el K-pop que es un género musical ha tenido impacto en el país, sobre todo con el género femenino y en los jóvenes respectivamente.	32
4.1.4 Análisis de Mercado.....	32
4.2. ANALISIS FINAL DE DATOS.....	32
CAPÍTULO 5.....	33
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	33
5.1 PROPUESTA	33
5.2 OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO DE PROPUESTA.....	33
5.2.1 Análisis FODA.....	34
5.2.2 Organigrama	35
5.2.3 Misión	36
5.2.4 Visión.....	36
5.3 Plan de Marketing.....	36
5.3.1 Producto.....	36

5.3.2 Precio	40
5.3.3 Plaza.....	41
5.3.4. Promoción	41
5.4 Pasos para la apertura del Restaurante Coreano en la ciudad de Guayaquil.....	42
5.4.1 Propuesta de imagen: nombre, logo, eslogan	42
5.4.3 Permisos y requisitos.....	44
5.4.4 Equipamiento y diseño del ambiente	45
5.5 Estudio Financiero.....	46
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	53
Anexo 1: Catastro de varios restaurantes asiáticos en la ciudad de Guayaquil	53
ANEXOS	56
Anexo 2: Encuesta utilizada	56

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Detalle fórmula Vivanco	18
Tabla 2: Rango de edad de los encuestados	22
Tabla 3: Género de los encuestados	23
Tabla 4: Sector de residencia de los encuestados.....	24
Tabla 5: Personas que buscan comida internacional	25
Tabla 6: Frecuencia con que comen comida internacional.....	26
Tabla 7: Gasto promedio en comida internacional	27
Tabla 8: Observación de cultura mesa coreana	28
Tabla 9: Interés en la forma de comer comida coreana.....	29
Tabla 10: Otros factores importantes.....	30
Tabla 11: Otros factores importantes.....	31
Tabla 12: Análisis FODA.....	34
Tabla 13: Costo de producción Bulgogui	41
Tabla 14: Inversión.....	47

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Rango de edad de los encuestados.....	22
Gráfico 2: Género de los encuestados.....	23
Gráfico 3: Sector de residencia de los encuestados	24
Gráfico 4: Personas que buscan comida internacional.....	25
Gráfico 5: Frecuencia con que comen comida internacional.....	26
Gráfico 6: Gasto promedio en comida internacional	27
Gráfico 7: Observación de cultura mesa coreana	28
Gráfico 8: Interés en la forma de comer comida coreana.....	29
Gráfico 9: Otros factores importantes además de la seguridad	30
Gráfico 10: Otros factores importantes.....	31
Gráfico 11: Estructura organizativa.....	35

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapa ubicación geográfica de Corea.....	5
Ilustración 2: Logo	42
Ilustración 3: Localización del restaurante.....	43
Ilustración 4: Diseño del Restaurante	45

INDICE DE FOTOS

Foto 1: Kimchi	5
Foto 2: Arreglo de mesa coreana.....	6
Foto 3: Kimbap	37
Foto 4: Mandú.....	37
Foto 5: Bulgogui.....	38
Foto 6: Bibimbap.....	38
Foto 7: Denyang jjigue.....	39
Foto 8: Sopa Ramen.....	39
Foto 9: Kimchi como acompañante.....	40
Foto 10: Piso del comedor privado.....	46

RESUMEN

La ciudad de Guayaquil, es una de las ciudades principales del Ecuador, conocido como el puerto comercial más importante del país, en donde la afluencia de los turistas en los últimos años ha ido incrementando. Esta dinámica ha causado impacto cultural a los ciudadanos.

Esta ciudad está en constante crecimiento y aprendizaje, sedienta por la globalización. Una propuesta interesante para favorecer este desarrollo es por medio de la gastronomía internacional.

Por lo tanto, se propone brindar otra cultura culinaria asiática a la ciudad de Guayaquil, además de la existente cocina China y Japonesa, la exquisita cocina Coreana conocida mundialmente como una de las más saludables.

El presente trabajo trata sobre un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante Coreano en la ciudad de Guayaquil. Este proyecto plantea básicamente ofrecer otra alternativa gastronómica para la ciudad Guayaquil y sus habitantes.

Palabras Claves:

Gastronomía internacional, globalización, cultura, desarrollo, turismo, cultura culinaria, cocina, asiático.

ABSTRACT

The city of Guayaquil is one of the main cities of Ecuador, known as the most important commercial port of the country, where the affluence of the tourists in the last years has been increasing. This dynamic has caused cultural impact on their citizens.

This city is in constant growth and learning, thirsty of globalization. An interesting proposal to favor this development is by international gastronomy.

Therefore, this proposal intends to offer another Asian culinary culture to Guayaquil city, besides the existing Chinese and Japanese cuisine, the exquisite Korean cuisine universally known as one of the healthiest.

The present work is about a study of feasibility for the creation of a Korean restaurant in the city of Guayaquil. This project set out basically in offering another gastronomical alternative for the city Guayaquil and its inhabitants.

Key words:

International gastronomy, globalization, culture, development, tourism, culinary culture, cuisine, Asian.

INTRODUCCIÓN

La gastronomía, es una forma interesante de conocer la cultura de otros países por su presentación de colores, olores y sabores, que viene acompañado de costumbres y tradiciones. A través del arte culinario, explotando diferentes sentidos, evocan al ciudadano el interés de experimentar y aprender sobre otra cultura.

Cuando se habla comida asiática en el Ecuador, automáticamente se lo relaciona con la comida china con el conocido “chaulafán” y con la actualmente creciente inclinación por el “sushi” de la comida japonesa. Sin embargo, muchos desconocen de la comida coreana, y las diferencias tanto culinarias como culturales que existen entre estos tres países vecinos siendo peculiares y distintos entre sí.

En el capítulo uno, se explica el por qué del estudio de la factibilidad de un restaurante coreano, como parte de la justificación. Luego se detalla el planteamiento del problema y los objetivos de la propuesta.

En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico, conceptual, referencial y legal. Seguido del tercer y cuarto capítulo, que describe la metodología de la investigación y análisis de los resultados presentando los datos recopilados, fundamentando la factibilidad de la creación de este restaurante. En el quinto capítulo, se muestra la propuesta con los detalles y procedimientos. Finalmente se dan las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO 1

1.1 JUSTIFICACIÓN

Se presenta este estudio de la factibilidad para la creación de un restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil, desde la perspectiva de la cultura coreana para despertar curiosidad positiva, incentivándola convertirse en una ciudad multicultural.

Por lo tanto con la introducción de ésta cocina en la ciudad, se presenta otra alternativa gastronómica asiática, diferente a la ya conocida cocina china y japonesa.

Además crea beneficios para la sociedad, genera plazas de trabajo, imparte conocimientos, ya que de esta forma se puede difundir y compartir una alimentación sana, contribuye al mismo tiempo su desarrollo cultural, dando a conocer tradiciones de otro país asiático a través del arte culinario.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ciudad de Guayaquil, es una las tres ciudades más importantes del Ecuador, y considerada una de las ciudades más grandes de América Latina. Siendo su población aproximada de 3 millones de habitantes, en donde se encuentran establecimientos de comida internacional especializada pero limitada.

En cuanto a la gastronomía asiática existentes en Guayaquil, tan solo se encuentran los restaurantes de comida china, popularmente conocido como chifa, donde generalmente el platillo más conocido es el modificado y adaptado “chaulafán” que fue creado especialmente para los ciudadanos ecuatorianos, dejando de ser una receta propiamente de China, y la comida japonesa con el acogido sushi.

Con la limitada oferta de otras alternativas gastronómicas asiáticas, la presentación de la factibilidad de la creación de un restaurante coreano en la ciudad de

Guayaquil, permitirá despertar la curiosidad de los habitantes en conocer otra cultura, sus costumbres, tradiciones y lo que conlleva la preparación y presentación de los platos coreanos, de esta manera obtener una idea más clara sobre estos países y su distinción entre unos y otros.

¿De qué manera la implementación del restaurante coreano aporta al desarrollo de la cultural internacional en la ciudad de Guayaquil?

1.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un estudio de la factibilidad de la creación de un restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil, incentivando a sus ciudadanos y habitantes acoger a la interculturalidad y convertirla en una ciudad multicultural.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Demostrar la importancia de la gastronomía coreana en torno a la cultura.
- Promover cultura y alimentación sana a través del restaurante coreano.
- Identificar el nivel de la aceptación de la propuesta mediante la aplicación de herramientas de recolección de datos.
- Proponer el diseño del estudio de la creación de un restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil.

1.4 CONTRIBUCIÓN

Este estudio de factibilidad de creación de un restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil, va dar una nueva alternativa gastronómica asiática, que viene conjuntamente con sus tradiciones y costumbres, de esta manera impartirá conocimientos, promoviendo una alimentación sana, aportando económicamente y culturalmente para el desarrollo de una ciudad multicultural.

CAPITULO 2

MARCO CONTEXTUAL

2.1 GENERALIDADES

Corea del sur, es un país conocido mundialmente por sus innovaciones tecnológicas, K-pop (género musical), las famosas telenovelas, y por su singular y característica cocina como tendencia global, presentándose con una alimentación sana, incentivada por una filosofía y creencia que la comida es medicina para el cuerpo y mente.

2.1.1 Cultura Culinaria Coreana

La Cultura Culinaria Coreana, se ha ido moldeando por medio de su entorno natural. Corea es una península, que está ubicado en la parte de mediana altitud del hemisferio norte y pertenece a una zona fría, bordeada de mares por los tres lados donde se encuentran las dos corrientes, frías y cálidas creando un ambiente ideal para la existencia de variedad de peces. Sin embargo, el 70% del territorio coreano comprende de zona montañosa. Su masa pluvial anual promedio es de 1.150 mm en Corea del Sur, lo cual beneficia notablemente a la agricultura, brindando una condición ideal para el cultivo de variados vegetales. El 40% a 60% de la masa pluvial anual se da en la estación de verano (entre los meses de junio y septiembre). Es la época de mayor actividad, centrándose en el cultivo de arroz, sectores con clima menos favorables se dedican al cultivo de otros granos como el frejol, uno de los ingredientes favoritos para agregar en los platos cocinados como al arroz cocido al vapor, siendo el plato más conocido y popular de Corea (Kim Hyung Yoon, 1998).

Corea goza de las cuatro estaciones: primavera, verano, otoño e invierno, los cambios estacionales producen diferentes productos. Uno de los platos de acompañamiento más conocidos es el Kimchi, un vegetal llamado col, repollo o nabo chino, que tiene aspecto de lechuga, es el alimento fermentado complementario más representativo en Corea.

Ilustración 1: Mapa ubicación geográfica de Corea



Fuente: Korean Overseas Culture and Information Service 1998

Foto 1: Kimchi



Fuente: Young-min Son 2014

1.1.2 Los modales y arreglo de mesa coreana

Desde épocas antiguas, los coreanos han utilizado cucharas y palitos como utensilios para comer. El uso de la cuchara para arroz, sopa, caldo y palitos para la variedad de platos complementarios. Los coreanos a diferencia de los chinos y japoneses utilizan palitos de metal. Los coreanos son preparados desde su niñez para utilizar correctamente la cuchara y palitos. Es considerado mala educación usar ambos al mismo tiempo. Durante la Dinastía Choson, predominó el uso de la mesa baja debido un sistema de calefacción del piso que estaba de moda en esa época. Todavía muchas familias utilizan estas mesas bajas y comen en el suelo (Kim Hyung Yoon, 1998).

Foto 2: Arreglo de mesa coreana



Fuente: blogexperto (web)

La mesa coreana siempre se muestra con numerosas guarniciones o acompañantes en el centro de la mesa para ser compartida, éstos son llamados “banchan” compuestos por diferentes verduras sazonadas como espinacas, berenjenas, brotes de soya, también están las conservas de pescado, anchoas, y encurtidos, papas cocidas en salsa de soya entre otros. Su tradición culinaria se basa en compartir estas guarniciones y su característica es que todos los platos se sirven al mismo tiempo.

2.2 MARCO TEÓRICO

Actualmente la gastronomía se considera una parte elemental de la cultura y ocio, es una forma de presentar la cultura a través del arte culinario. El público busca nuevas experiencias y placeres degustando diferentes alimentos en un espacio placentero especialmente creado para disfrutar esta actividad.

2.2.1 Restaurante

Desde los banquetes y bacanales de las antiguas civilizaciones griega y romana, comer en un lugar público en compañía de más personas se ha asociado frecuentemente con el ocio y con el disfrute de representaciones artísticas...Sin embargo, la realidad nos demuestra que los lugares públicos materializados en forma de restaurantes a los que la gente acude en busca de placer y entretenimiento han surgido más recientemente. (Ryder, B. 2004, p.7)

Menciona Ryder, que el gastrónomo Jean-Anthelme Brillant-Savarin documentó en 1826 en su escrito titulado *The Physiology of Taste* (La fisiología del sabor), que fue a mediados del siglo XVIII en Francia cuando comenzó la aparición de lo que hoy conocemos como restaurante. Con la evidencia de la proliferación de los restaurantes después de casi 200 años, termina afirmando lo que el gastrónomo indicó en su obra, que el hombre que instauró el restaurante como tal era un genio dotado de un profundo conocimiento de la naturaleza humana.

2.2.2 Hábitos Alimenticios

Los hábitos alimenticios se han ido moldeando y alterando a lo largo de la historia y seguirá transformando a través del tiempo, ya que es una necesidad que varía de acuerdo a su entorno por aspectos como: los gustos, la sociedad, las costumbres, cantidad de información externa además de la aplicación de nuevas tecnologías. Por ejemplo, se puede alterar la alimentación enseñando a una sociedad de cómo hacerlo más sano y apropiado, mostrando los beneficios sobre nutrición. (Martínez, 2011)

A medida que la ciencia avanza, se puede sugerir variaciones en los hábitos culinarios hasta obtener una dieta balanceada pudiendo ser general o específica de acuerdo al entorno en donde viva un individuo, basados por estudios y análisis.

Los hábitos dependen de varios factores según Martínez:

- 1) Internos, que están relacionados con carácter físico del ser humano, es decir, el funcionamiento de su organismo.
- 2) Externos, que están relacionados con el entorno físico y sus condiciones naturales del terreno en el que habitamos, minerales, clima, suelo sus deficiencias y bondades.
- 3) El individuo, es decir la persona, su edad, sexo, actividad, religión, costumbres y tradiciones.

Actualmente, los cambios recomendados en cuanto a los hábitos alimentarios se resumen en:

- Aumento en consumo de alimentos ricos en carbohidratos complejos.
- Incremento en consumo en legumbres.
- Aumento en consumo de frutas, verduras y hortalizas.
- Evitar el exceso del consumo de grasa y cambio del tipo de grasa.
- Disminución del consumo de harinas (productos de pastelería y bollería).
- Disminución del consumo de alcohol.
- Disminución del consumo de sal.

2.2.3 La alimentación saludable

Martínez (2001) afirma: “Cada día existe un mayor interés por la relación existente entre nuestra alimentación y la salud...Una alimentación saludable puede ser definida como aquella que es variada, completa, suficiente, equilibrada y segura” (p. 86).

Actualmente el gobierno ecuatoriano está promoviendo la alimentación sana, y busca revalorizar la gastronomía ecuatoriana, ya que busca generar una vida sana para todos los ciudadanos en función de construir la sociedad del Buen Vivir (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013).

Si bien es cierto que estos proyectos del estado son para revalorizar la gastronomía ecuatoriana, la alternativa de la comida coreana en la ciudad de Guayaquil como otra opción para alimentarse sanamente sigue siendo parte del objetivo, que es el de promover salud a sus ciudadanos.

El Ministerio de Cultura y Patrimonio está cultivando estos hábitos de alimentación sana y establecen que el sistema alimentario está ligado al resto de sistemas: económico, político, familiar y cultural. Expresan que el alimento es patrimonio y es la herencia cultural, por lo tanto con esta alternativa gastronómica coreana, tendríamos la oportunidad de conocer otra cultura por medio de una alimentación sana.

2.2.4 Comida coreana

La comida coreana es reconocida mundialmente como una de las más saludables por su diversidad de alimentos y técnicas de preparación.

La Organización de Turismo de Corea declara, que la cocina coreana ofrece una extensa lista de variedad alimentos con diferentes tipos de carnes, pescados, vegetales y que mantiene sus tradicionales comidas con preparación por fermentación, como el conocido “Kimchi”, que es un col o repollo picante fermentado, también están los condimentos como el “doenjang” la pasta de soya, que es a base de soya fermentada para sopas y para acompañar otros platos, también están los mariscos fermentados “jeotgal”, para preparación de otros platos. Estas comidas fermentadas y preservadas tienen un alto contenido de bacterias saludables aportando valor nutricional.

La fermentación es una de las técnicas que utilizan para preparar algunos condimentos, vegetales y licores que nació de la necesidad de conservar los alimentos durante los fuertes inviernos, una tradición que se ha mantenido hasta el día de hoy otorgando un alto valor nutritivo ya que al fermentar los alimentos crecen y se multiplican los probióticos que son las bacterias benéficas, estos ayudan a preservar la salud del tracto intestinal y son un auxiliar para la digestión y que al mismo tiempo ayudan a mantener bajo control los organismos potencialmente dañinos que se encuentran en el intestino, además aumentan el sistema inmunológico (Agencia EFE, 2012).

Como ejemplo tenemos el plato acompañante estrella: “Kimchi”, que es el repollo, col o conocido como nabo chino, fermentado picante, la revista estadounidense Health, menciona este ícono coreano, como uno de los cinco alimentos más saludables del mundo, entre los mencionados están el aceite de oliva español, el yogurt griego, las lentejas indias y el natto (soya) japonés.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Gastronomía

Javier Martínez Monzó (2011), define la Gastronomía como:

El estudio de la relación del ser humano con su alimentación y todo lo relativo a ésta en su entorno ambiental, geográfico, social y cultural. La gastronomía además permite: la sublimación de la alimentación y convertir el acto de comer en un placer para los sentidos y para el intelecto. Saber apreciar todos los atractivos que ofrece una buena mesa, cuyos ingredientes principales deben ser los alimentos que se sirven. (p.44).

García & Mario (2011) detalla en el glosario del libro Operaciones básicas y servicios en restaurante y eventos especiales como:

Gastronomía: Del griego gastros (estómago) y nomos (ley o tratado). El estudio de la relación entre cultura y alimento destaca varios componentes culturales tomando como eje central la comida. Son propias de un gastrónomo actividades tales como degustar, transformar, historiar, narrar, descubrir, vincular, entender, conocer, contextualizar, experimentar e investigar los alimentos. Así pues, la gastronomía se debe entender como una actividad interdisciplinaria. (p. 321).

Por otra parte, (Martínez, 2011) indica que la gastronomía ya no se trata sólo de comer, es una forma de disfrutar los sentidos degustando y deleitando la variedad de ingredientes que componen un platillo.

2.3.2 Restaurante

En el Diccionario de la Lengua Española, define la palabra restaurante como establecimiento donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local.

Restaurante es aquel establecimiento cuya función principal es servir alimentos y bebidas en una zona denominada “sala o comedor” para ser consumidos a cambio de un precio cerrado, en el caso de una comida o cena de tipo “menú”, o un precio abierto y diferenciado por productos a la “carta”, e ingeridos en ese mismo lugar, en una franja horaria de apertura determinada. (Guerreo, 2012, p. 2)

Por otro lado, Ma. Isabel Castellano (2012) manifiesta:

Los términos restauración y restaurante provienen del galicismo restaurant. Esta denominación comenzó a utilizarse en los años sesenta con una significación de servicios de alimentos y bebidas a cambio de un aporte económico. El origen de la palabra restaurante para nombrar las casas de comidas, lo encontramos también en Francia. Según esta segunda versión, un mesonero llamado Boulanger, al inaugurar la que se podría considerar la primera casa de comidas puso el siguiente eslogan en la entrada: “Venite ad me vos qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos”, que al castellano, podríamos traducir como: Venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré. De esa última palabra derivaría el nombre restaurante. (p. 12)

2.3.3 Interculturalidad

Como concepto y práctica, la interculturalidad significa “entre culturas”, pero no simplemente un contacto entre culturas, sino un intercambio que se establece en términos equitativos, en condiciones de igualdad. Además de ser una meta por alcanzar, la interculturalidad debería ser entendida como un proceso permanente de relación, comunicación y aprendizaje entre personas, grupos, conocimientos, valores y tradiciones distintas, orientada a generar, construir y propiciar un respeto mutuo, y a un desarrollo pleno de las capacidades de los individuos, por encima de sus diferencias culturales y sociales. (Ministerio de Educación, 2005)

2.2.4 Fermentación

La palabra fermentación viene de la acción y efecto de fermentar según define el Diccionario de la Lengua Española (2001) y la acción fermentar lo describe (1) Dicho de los hidratos de carbono: degradarse por acción enzimática, dando lugar a productos sencillos, como el alcohol etílico; (2) dicho de los ánimos: agitarse o alterarse; (3) hacer o producir la fermentación.

2.4 MARCO LEGAL

Ecuador es un país que está respaldado por leyes que promueven el desarrollo económico, ambiental y sociocultural de sus ciudadanos.

Las Leyes de Turismo declara a la promoción y desarrollo de las actividades turísticas en el país, siendo parte de los objetivos: conseguir el desarrollo del sector turístico, la consecución del buen vivir de los ecuatorianos, colaboración del resto de entidades públicas en la ejecución de programas de interés turístico para el país.

La Constitución de la República establece entre los derechos y garantías constitucionales que, las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre (Art. 24). Además en la quinta sección con relación a la cultura reconoce que, se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad (Art. 383).

Los objetivos de estas leyes son el de garantizar la protección de los derechos al buen vivir de los ecuatorianos y de los turistas que se encuentren en el territorio nacional, y ofrecer mayores oportunidades de empleo e ingreso a través de una oferta de servicios de calidad, operados por la empresa privada, las comunidades, cooperativas y en general, todas las formas constitucionales de organización de la producción.

El Plan Nacional del Buen Vivir, elaborado por la SENPLADES (Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa), impulsado por el gobierno actual, forma parte de la Constitución en dentro del Régimen de desarrollo, y establece con el artículo 280: El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de

los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

El Objetivo 5 del Plan Nacional del Buen Vivir establece, construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. Y en sus políticas y lineamientos mencionan garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa; Fortalecer la coordinación entre la institución rectora de la política cultural y demás instituciones del Estado para potenciar la política cultural y la interculturalidad en todos los sectores; Garantizar una educación intercultural para todas y todos los ciudadanos, en todos los niveles y modalidades, y con pertinencia cultural para comunidades, pueblos y nacionalidades; Promover la interculturalidad en el fortalecimiento del sistema económico.

Por lo tanto, este estudio de factibilidad de la creación de un restaurante coreano, sigue la orientación al desarrollo de las actividades turísticas, presentándose como un servicio turístico de alimentos y bebidas, ya que se presta para cumplir el principio de inclusión social, económica y cultural.

2.5 MARCO REFERENCIAL

En ciudades de otros países vecinos como Lima y Bogotá, existen variedades de alternativas a escoger para degustar la comida internacional.

Por ejemplo en la ciudad de Lima se encuentran desde comida vasca, brasileña, alemana, francesa, tailandesa, vietnamita, suiza, irlandesa hasta africana y dentro de la comida asiática están la china, japonesa y coreana (Tripadvisor, 2014).

Esta diversidad de alternativas gastronómicas, prueba la existencia de interculturalidad en estos países. Es una forma de intercambio cultural que se obtiene compartiendo experiencias a través de la comida.

Actualmente en Quito existen tres restaurantes coreanos: BonGa, Ko Hyang Jip, y Miso. (Asociación de los Coreanos, 2014).

En la ciudad de Guayaquil, contamos con restaurantes asiáticos como son los conocidos “chifas” haciendo referencia a los restaurantes de comida china siendo una comida, no del todo tradicional, traída y adaptada al paladar ecuatoriano. Existen también los de la comida japonesa reconocidos y buscados por el “sushi”, un plato que consiste en pequeños bocados a base de arroz cocido, acompañado por mariscos crudos o cocidos, muchos de estos establecimientos ofrecen platos fusionados.

Con más alternativas gastronómicas en la ciudad de Guayaquil, los habitantes podrían gozar de la interculturalidad, experimentar la convivencia y adquirir conocimiento de otras culturas que forman parte del mismo entorno.

CAPITULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Enfoque

El enfoque utilizado para el desarrollo de este estudio fue mixto. Cualitativo mediante recopilación de información no cuantificada y cuantitativo porque se analiza por medio de estadísticas con datos medibles (Vara Horna, 2010).

3.1.2 Tipos de Investigación

Se emplea la investigación exploratoria que ayuda, mediante la obtención de información y datos de diferentes fuentes, a comprender e identificar el problema para llegar a un diagnóstico y la investigación descriptiva que ayuda con datos concretos relacionados al presente estudio.

3.1.3 Métodos

Para el desarrollo del presente estudio se utilizaron los siguientes métodos de investigación: documental y de campo.

3.1.3.1 Investigación Documental

Es aquella búsqueda en documentos escritos o narrados por expertos en el tema sobre el cual queremos conocer más. Al recopilar la información obtenida en ellos, se pueden comenzar a analizar de forma tal, que podamos determinar hacia dónde nos orienta la información que hallamos, es decir, si necesitamos profundizar más hacia un tema en específico, si hay algún tema nuevo sobre el

cual podemos comenzar a indagar, etc. Es importante mencionar, que cuando hablamos de investigación documental, nos referimos a algo que ya tenemos planificado y lo hacemos de una forma ordenada hacia cumplir un propósito (Lisi, 2012).

Se utilizó este tipo de investigación ya que se buscó la base y soporte para presentar este estudio por medio de conceptos, descripciones e información provenientes de diferentes textos y publicaciones actuales para el análisis del actual entorno y poder respaldar el respectivo diagnóstico.

3.1.3.2 Investigación de Campo

Se empleó este tipo de investigación, ya que posibilita conocer el entorno mediante observaciones y diálogo para analizar la situación actual donde se realiza el estudio. A partir de este esto, el investigador está cerca de la realidad de los sujetos para descubrir sus características sociales, físicas, etc.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

El presente estudio dirigido para la ciudad de Guayaquil, que cuenta con 2,350.915 habitantes según datos obtenidos por (INEC, 2010).

Se toma una parte de la población como muestra representativa, utilizando la técnica del muestreo probabilístico, considerando la población infinita (más de 100.000 habitantes), para determinar el tamaño de la muestra con la fórmula (Vivanco, 2005)

Tabla 1: Detalle fórmula Vivanco

$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N-1) e^2 + Z^2 pq}$	
n	Tamaño de la muestra
p	Es la probabilidad de ocurrencia del hecho, éxito 50%

q	Es la probabilidad de no ocurrencia del hecho, fracaso 50%
e	Es el margen de error o precisión 5%
z	Es el nivel de confianza 95 % = 1,96
N	Población (habitantes en Guayaquil)

Fuente: Muestreo Estadístico Diseños y aplicaciones 2005

Tabla elaborada por Young-min Son

Fórmula aplicada:

Figura 1: Fórmula Muestreo Estadístico

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 2,350.915}{(2 \cdot 350.915 - 1) \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5 \times 2,350.915}{2 \cdot 350.914 \times 0,0025 + 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{2257819}{5878,245}$$

$$n = 384,0974$$

Elaborada por Young-min Son

3.3 HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1 Encuestas

Se utiliza una aplicación de encuesta llamado Monkey Survey, por medio de la red social se envía la encuesta inmediata vía electrónica, para la recolección de información. La encuesta está compuesta por 10 preguntas para conocer y determinar la acogida de un restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil.

Las preguntas están relacionadas con características de los potenciales consumidores, sus hábitos de visitas a los restaurantes internacionales, el promedio de gasto por visita, conocimiento general sobre cocina asiática, y su aceptación e inclinación a las costumbres de mesa coreanas.

CAPÍTULO 4

DIAGNÓSTICO

4.1 ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1.1 Análisis mediante observación

Se exploraron mediante visitas a diferentes establecimientos de alimentos y bebidas, y se pudo observar la afluencia de consumidores se diferentes sectores y horarios.

Se recogieron datos realizando visitas a entidades públicas sobre los pasos a seguir para la obtención de los permisos para la apertura de un restaurante y se pudo evidenciar la falta de acceso a la información uniforme y concreta entre ellos.

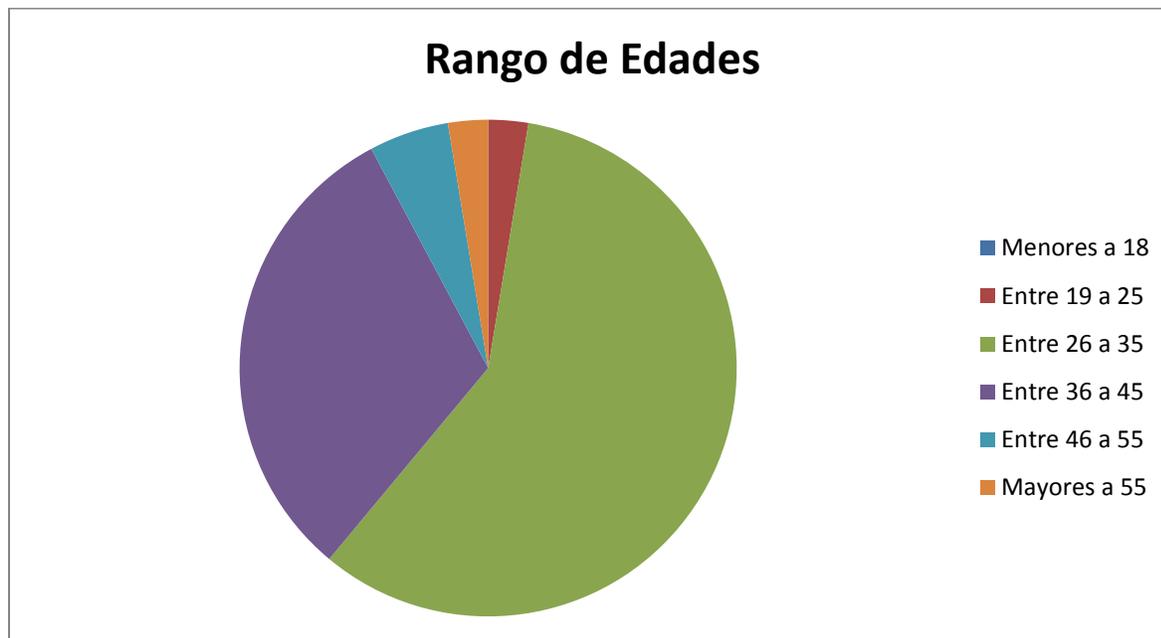
Se obtiene precios actuales, por medio de cotizaciones de arrendamiento, equipos de cocina, mano de obra para la implementación de estructuras, diseños entre otros mediante visitas a los diferentes establecimientos. Posteriormente estos datos con precios son enlistados y registrado

4.1.2 Análisis mediante encuesta

A continuación se detallan las preguntas utilizadas en la encuesta que se realizó exclusivamente para residentes de Guayaquil y presentan los resultados obtenidos mediante respectivos gráficos y tablas:

Pregunta 1. ¿A qué rango pertenece su edad?

Gráfico 1: Rango de edad de los encuestados



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 2: Rango de edad de los encuestados

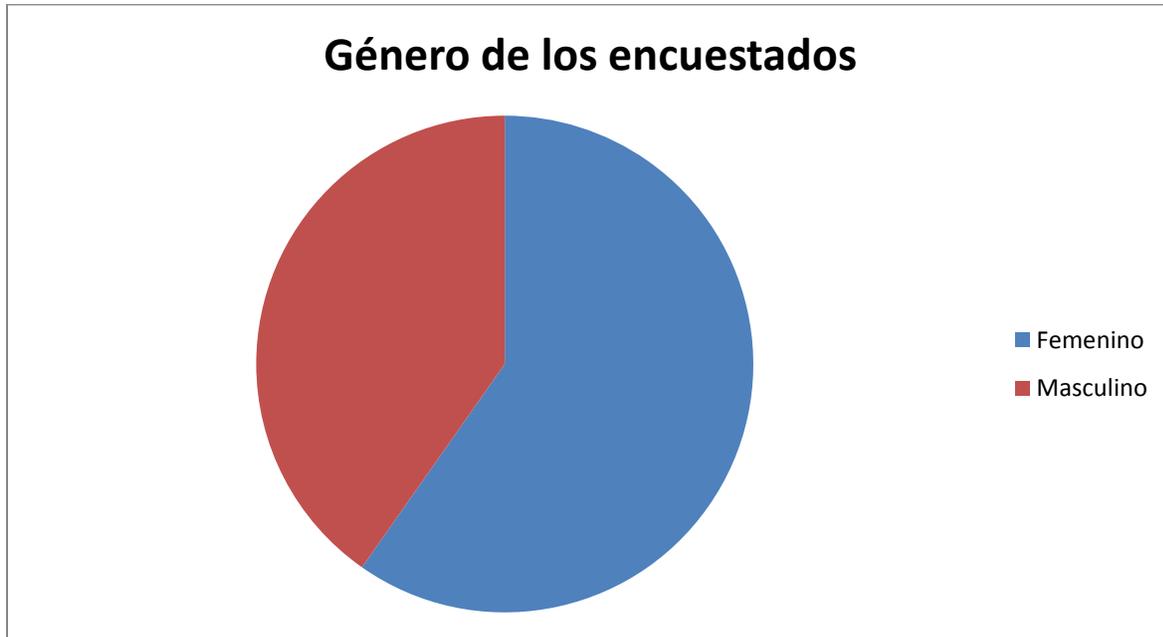
Edades	Encuestados
0 – 18	0
19 – 25	10
26 – 35	225
36 – 45	120
46 – 55	20
55 – más	10

Elaborado por: Young-min Son

La mayoría de los encuestados pertenecen al grupo de personas que actualmente trabajan y generan ingresos. El mayor porcentaje de las personas que respondieron la encuesta equivalen a los que pertenecen al rango de edades entre 26 a 35 con 58% seguido por el rango de edades entre 36 a 45 con un 31%.

Pregunta 2. ¿Cuál es su género?

Gráfico 2: Género de los encuestados



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 3: Género de los encuestados

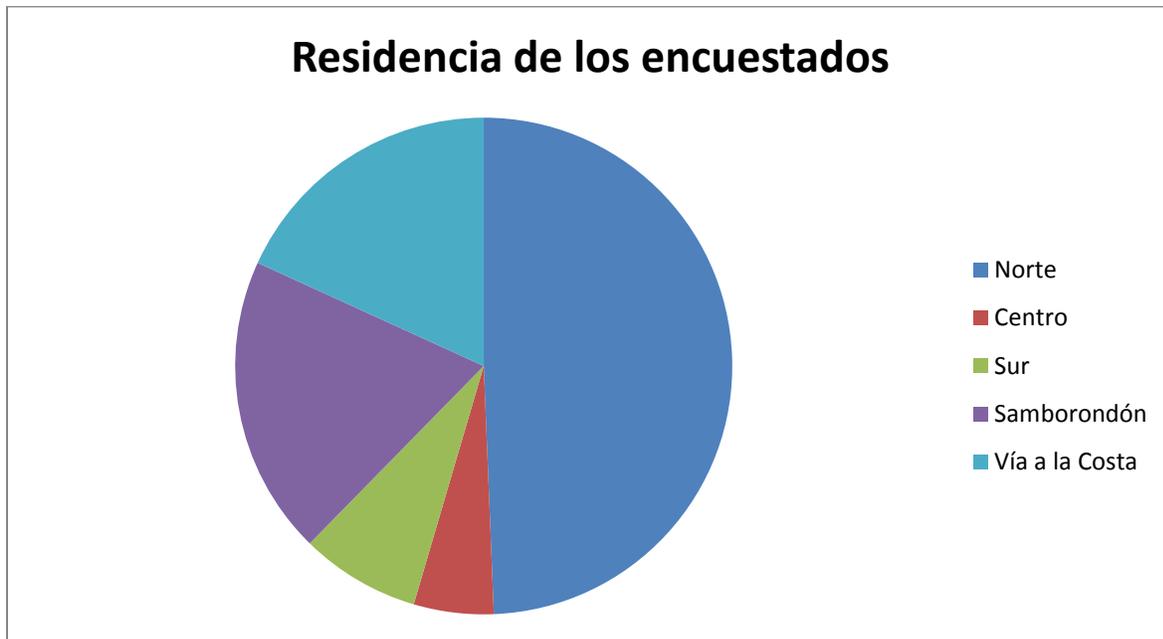
Género	Encuestados
Femenino	230
Masculino	155

Elaborado por: Young-min Son

Los resultados de este gráfico nos refleja, que un 65% que respondieron son de género femenino mientras que el 35% corresponde al género masculino. En análisis específico podemos observar que la demanda potencial se ubica más en las mujeres por lo que se debe tener en cuenta este aspecto al momento de elaborar la propuesta.

Pregunta 3. ¿En qué sector de la ciudad reside?

Gráfico 3: Sector de residencia de los encuestados



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 4: Sector de residencia de los encuestados

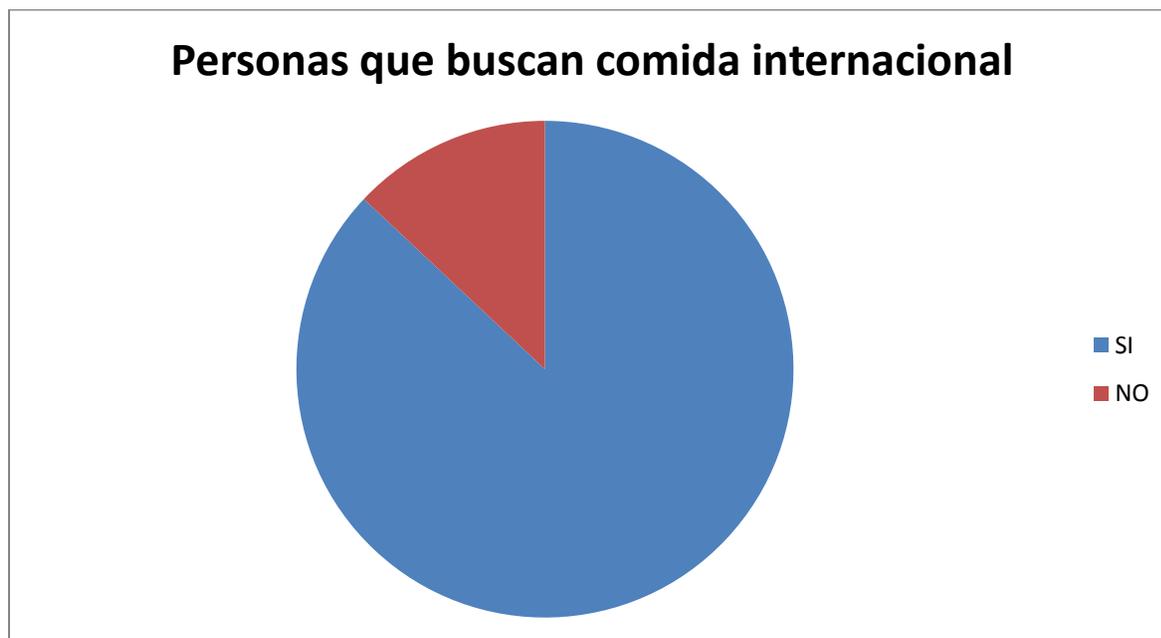
Sectores	Encuestados
Norte	190
Centro	20
Sur	30
Samborondón	75
Vía a la Costa	70

Elaborado por: Young-min Son

El mayor porcentaje de los encuestados residen en el norte de la ciudad siendo un 49%, seguido de los residentes en Samborondón con el 19% y aquellos que residen vía a la costa con un 18%.

Pregunta 4. ¿Suele comer en restaurantes comida internacional? (si su respuesta es “no”, continúe con la pregunta # 7)

Gráfico 4: Personas que buscan comida internacional



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 5: Personas que buscan comida internacional

Opciones	Encuestados
SI	335
NO	50

Elaborado por: Young-min Son

El resultado de este gráfico nos refleja que el 88% de los encuestados suelen comer comida internacional. En este punto vemos que hay una tendencia considerable debido a la oferta ya presente en la ciudad.

Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia lo hace?

Gráfico 5: Frecuencia con que comen comida internacional



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 6: Frecuencia con que comen comida internacional

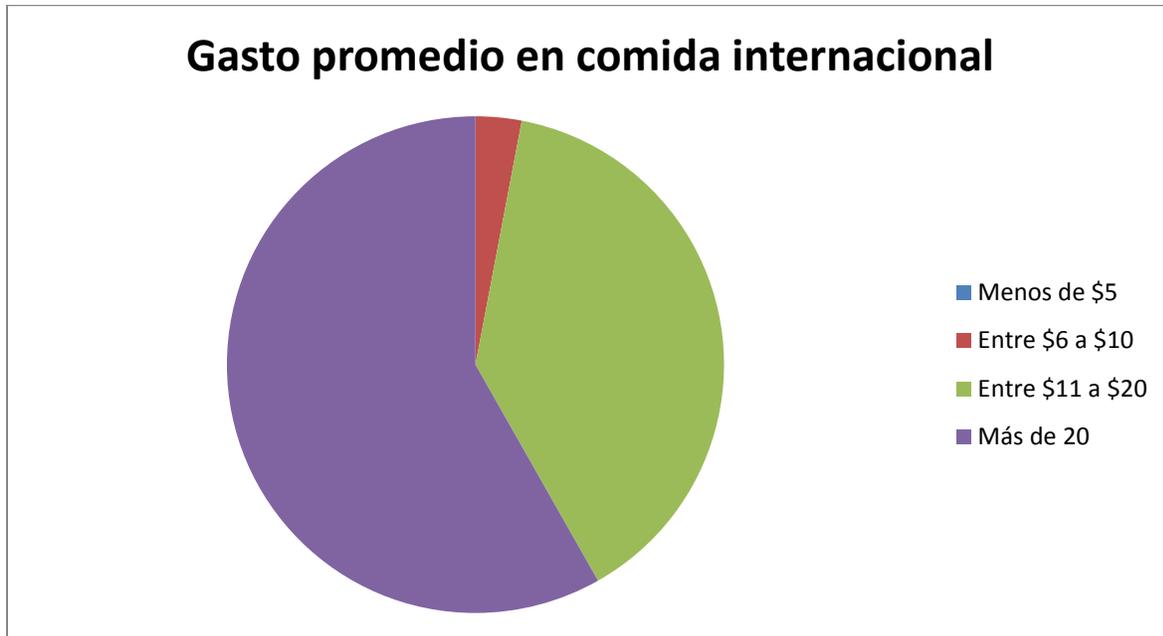
Frecuencias	Encuestados
2 veces por semana	35
1 vez por semana	40
1 vez cada dos semanas	80
1 vez al mes	180

Elaborado por: Young-min Son

El gráfico refleja un 55% del 88% de los encuestados quienes afirmaron ir a restaurantes de comida internacional por lo menos una vez al mes. Y un 23% representan aquellos que frecuentan dos veces al mes.

Pregunta 6. ¿Cuánto gasta en promedio por visita en un restaurante de comida internacional?

Gráfico 6: Gasto promedio en comida internacional



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 7: Gasto promedio en comida internacional

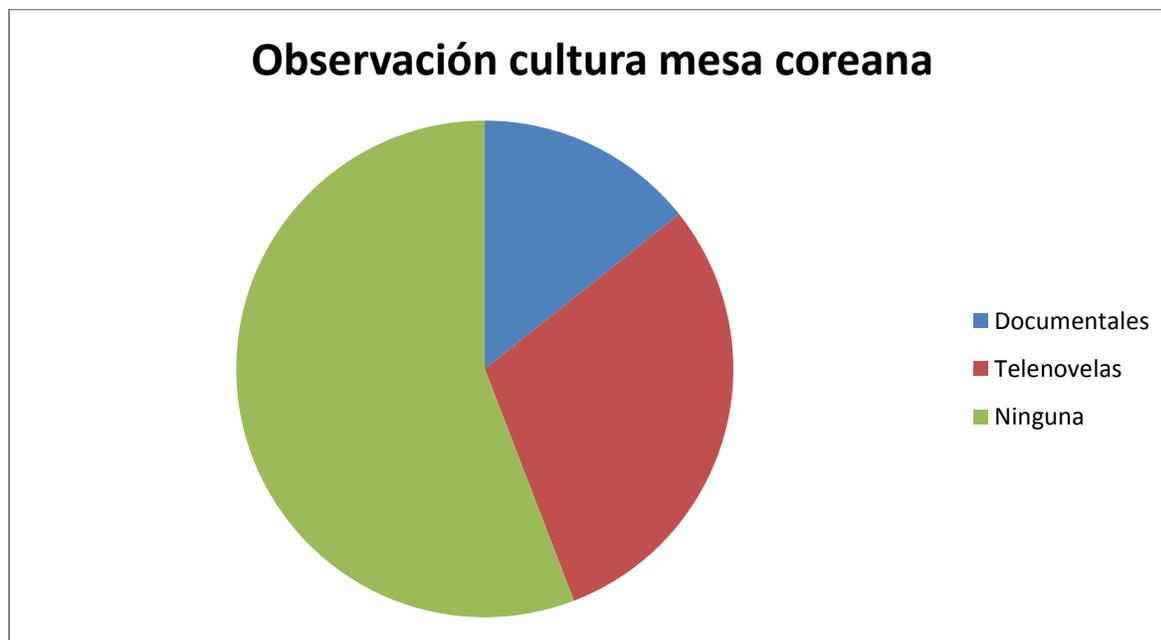
Promedio de gastos	Encuestados
Menos de \$5	0
Entre \$6 a \$10	10
Entre \$11 a \$20	130
Más de \$20	195

Elaborado por: Young-min So

En esta pregunta, de los encuestados quienes afirmaron visitar restaurantes de comida internacional siendo el 88%, 195 personas que corresponden el 39% respondieron gastar más de \$20 por persona, seguido un 26% quienes gastan entre \$11 a \$20.

Pregunta 7. Alguna vez ha podido observar cómo comen los coreanos por telenovelas, documentales o no ha observado.

Gráfico 7: Observación de cultura mesa coreana



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 8: Observación de cultura mesa coreana

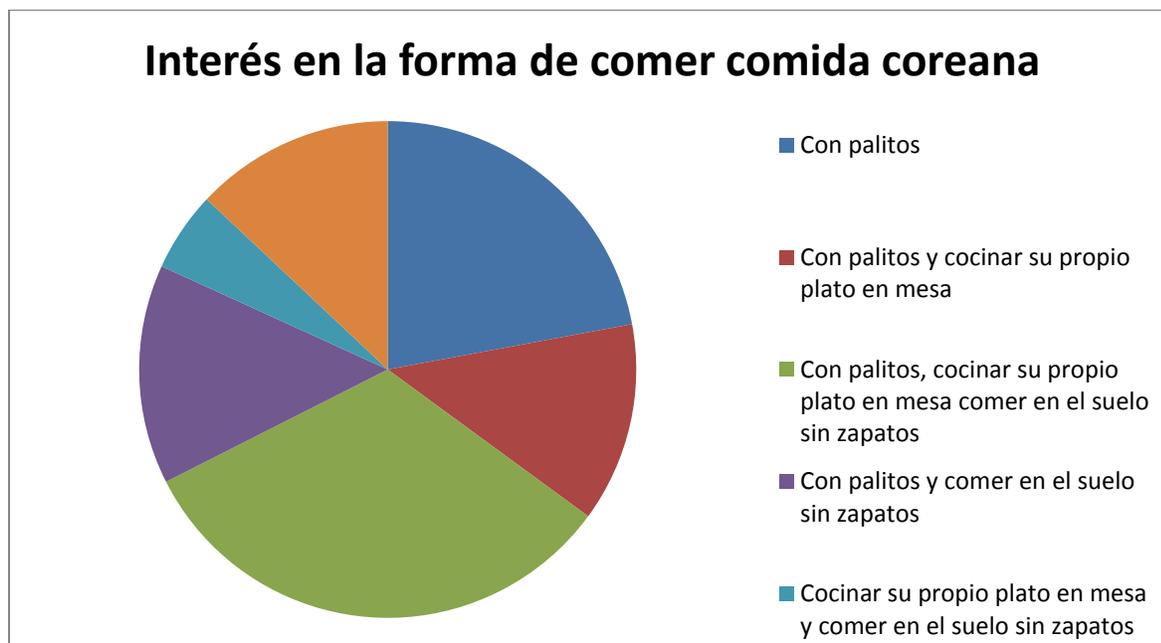
Opciones	Encuestados
Documentales	55
Telenovelas	115
Ninguna de las anteriores	215

Elaborado por: Young-min Son

Este gráfico nos indica, que más de la mitad de los encuestados, desconocen las costumbres culinarias coreanas, siendo un 56%. Y un 30% (115 personas), han podido observar por medio de telenovelas estas costumbres.

Pregunta 8. ¿Cómo le gustaría probar comida coreana?

Gráfico 8: Interés en la forma de comer comida coreana



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 9: Interés en la forma de comer comida coreana

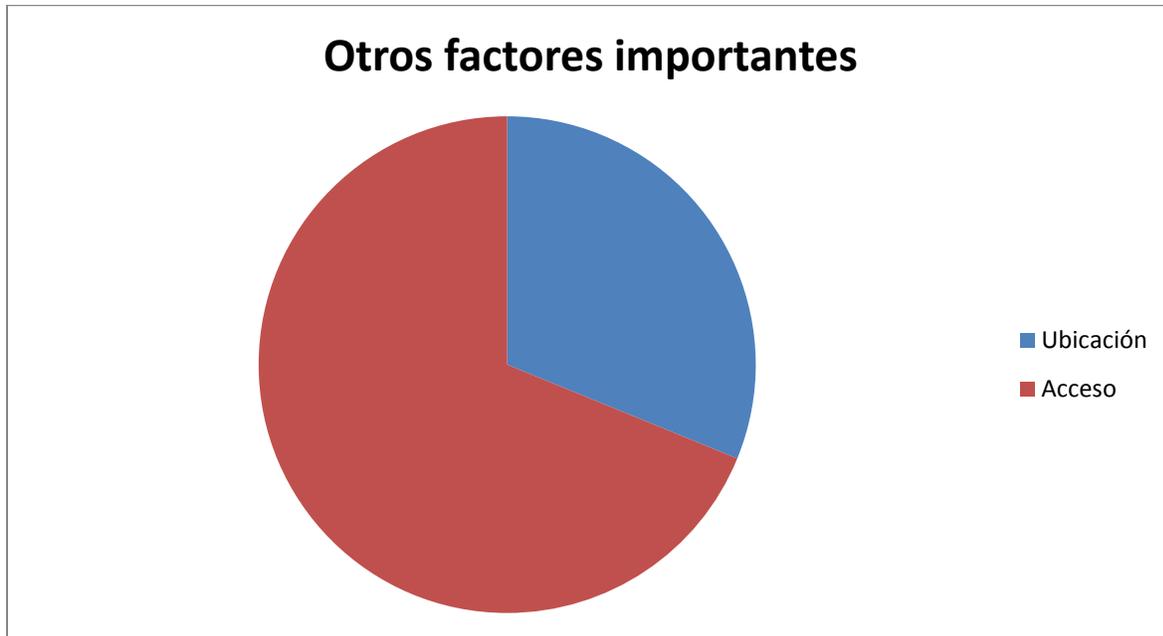
Intereses	Encuestados
Con palitos	85
Con palitos y cocinar su propio plato en mesa	50
Con palitos, cocinar su propio plato en mesa comer en el suelo sin zapatos	125
Con palitos y comer en el suelo sin zapatos	55
Cocinar su propio plato en mesa y comer en el suelo sin zapatos	20
Comer en el suelo sin zapatos	50

Elaborado por: Young-min Son

Los detalles de la tabla anterior indican, que el 33% de los encuestados desean experimentar todas las formas tradicionales y costumbres de mesa coreana. Se evidencia el interés que existe de parte de los encuestados en probar diferentes costumbres y tradiciones coreanas.

Pregunta 9. Si tuviera que escoger entre las dos opciones, qué es más importante para usted además de la seguridad:

Gráfico 9: Otros factores importantes además de la seguridad



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 10: Otros factores importantes

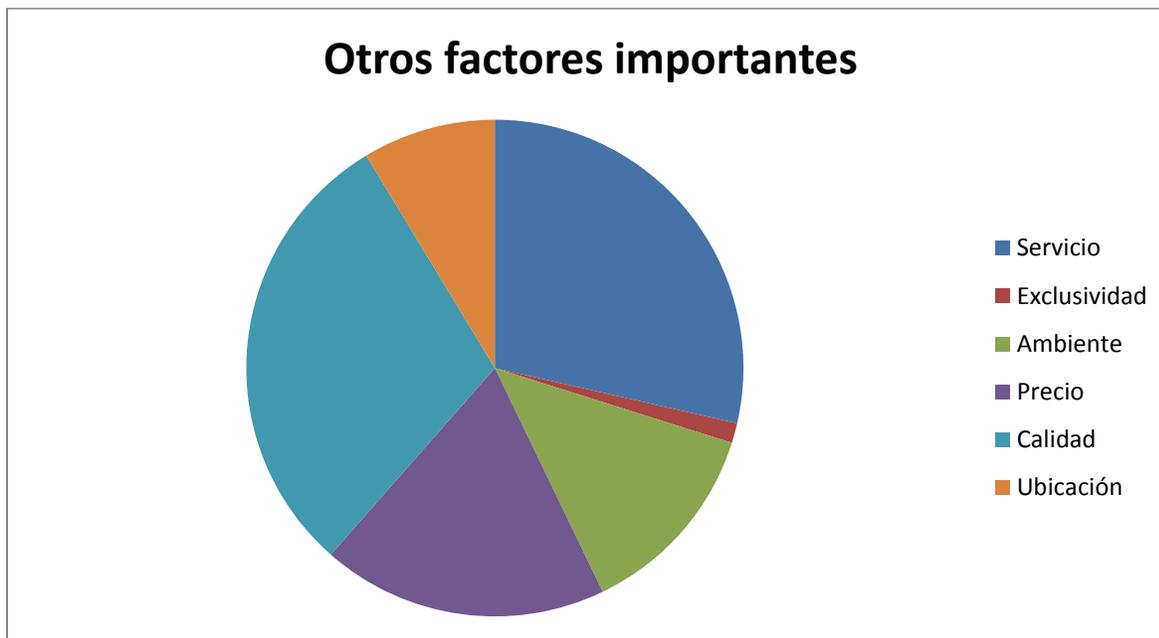
Otros factores	Encuestados
Ubicación	120
Acceso	265

Elaborado por: Young-min Son

El gráfico de la pregunta 9, indica que un 69% de los encuestados prefieren, además de la seguridad, el fácil acceso y parqueo más que su ubicación entre otros restaurantes del mismo nivel.

Pregunta 10. Marque los tres factores que usted considere más importantes en un restaurante.

Gráfico 10: Otros factores importantes



Elaborado por: Young-min Son

Tabla 11: Otros factores importantes

Otros factores	Encuestados
Servicio	330
Exclusividad	15
Ambiente	150
Precio	215
Calidad	345
Ubicación	100

Elaborado por: Young-min Son

La pregunta 10 refleja que los tres factores más importantes que consideran al momento de escoger un restaurante son: calidad, servicio y precio mostrándose en ese orden de importancia.

4.1.3 Análisis Situacional

Actualmente la ciudad de Guayaquil cuenta con restaurantes asiáticos de comida china y japonesa, no existe ningún restaurante coreano al momento.

Sin embargo, las telenovelas coreanas como “Escaleras en el cielo”, y el K-pop que es un género musical ha tenido impacto en el país, sobre todo con el género femenino y en los jóvenes respectivamente.

4.1.4 Análisis de Mercado

Luego de obtener los resultados de las encuestas y basándonos en ello, la mayoría de los encuestados desconoce sobre la gastronomía coreana y sus tradiciones. Sin embargo se muestran curiosos y con interés en probar la comida coreana de forma tradicional.

4.2. ANALISIS FINAL DE DATOS

Con los resultados obtenidos mediante las observaciones, acopio de información de cotizaciones, visitas y con los resultados de las encuestas, se concluye que el proyecto es viable y que tiene la aceptación de la demanda potencial. Un indicador que llama la atención en esta investigación es la forma de introducción de la comida coreana que llamó la atención de los encuestados ya que esta situación suponía una barrera o incomodidad para la demanda potencial pero con los resultados se comprobó lo contrario lo que le da la viabilidad necesaria para su aplicación.

CAPÍTULO 5

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1 PROPUESTA

Un restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil, proporciona un espacio tanto para los ciudadanos como para los turistas a disfrutar de otra alternativa gastronómica. De esta manera podrán deleitarse de una gastronomía diferente y compartir los beneficios de una alimentación saludable.

Este establecimiento recreado con ambiente oriental siendo tradicional y moderno, invitará a los degustadores transportarse por un momento a Corea mientras disfrutan por medio de los sentidos al saborear, observar diferentes colores, percibir el aroma, sentir su textura y al escuchar diferentes melodías.

Un espacio en donde la comida autóctona coreana, estará acompañada de un ambiente acogedor y diferente, su decoración será con imágenes y artes que aluden al país, sus mesas adaptadas al estilo coreano para sentarse en el suelo con cojines como muchos restaurantes en Corea, y esta forma experimentarán toda una vivencia oriental.

5.2 OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO DE PROPUESTA

- Elaborar un análisis FODA.
- Elaborar un organigrama.
- Plan de Marketing
- Presentación de pasos para la apertura del restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil.
- Elaborar un presupuesto para la creación del restaurante.

5.2.1 Análisis FODA

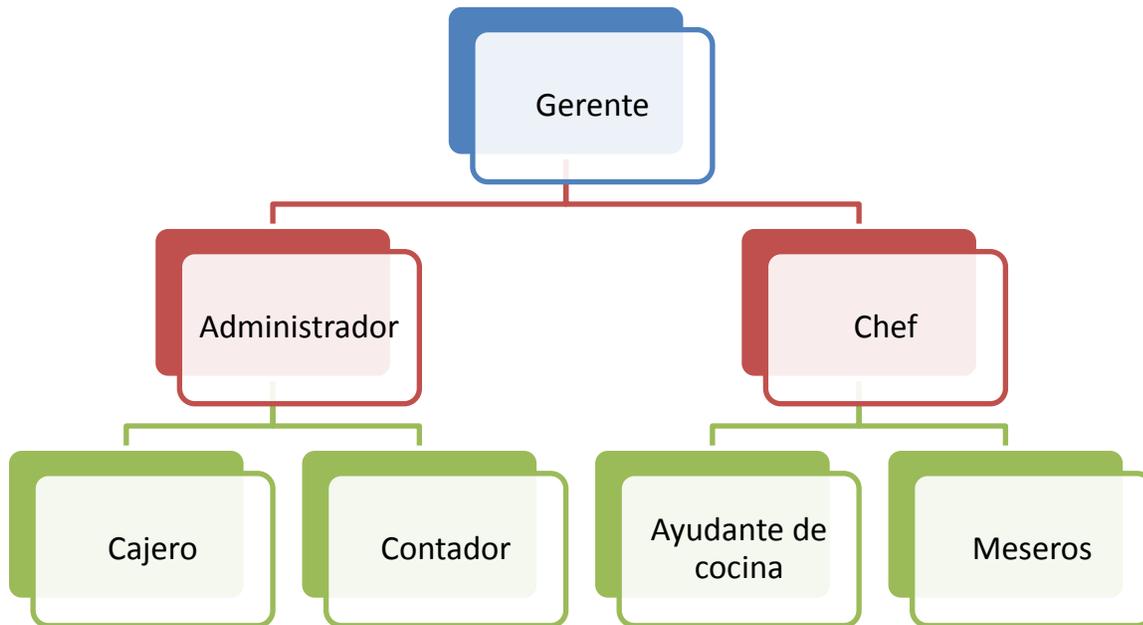
Tabla 12: Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Actualmente no existen competencias (no hay restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil).• Existe interés en los ciudadanos y turistas en probar diferentes comidas y tendencias.• Comida coreana es saludable.	<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento sobre la cultura asiática, distinción entre Corea, China y Japón. Diferencias culturales.• Personal limitada con conocimiento sobre comida coreana (chef, cocineros).• Falta de acceso a la información organizada, actualizada y homogénea (online, documentada, vía telefónica), de parte de los entes reguladoras gubernamentales para la apertura de un restaurante.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación de fácil acceso donde existe movimiento, actividad comercial.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de ingredientes• Facilidades de importación. (factor político, aranceles muy altos).• Inestabilidad política y económica.

Elaborado por: Young-min Son

5.2.2 Organigrama

Gráfico 11: Estructura organizativa



Elaborado por: Young-min Son

El restaurante, requiere de dos departamentos fundamentales, la administrativa con personal responsable de la parte contable y el departamento operativo en donde está el personal bajo responsabilidad del Chef en la parte operativa.

El Gerente o propietario está encargado de todo el manejo del restaurante, responsable administrar el negocio y el recurso humano estableciendo las normas laborales.

El administrador es la mano derecha del gerente en el departamento administrativo, quien supervisa la parte financiera (compras, ventas, los ingresos y egresos respectivamente).

El chef es la mano derecha del gerente en el departamento operativo, quien maneja prácticamente a todo el recurso humano. Los ayudantes de cocina y meseros son parte de su equipo.

5.2.3 Misión

Ser un restaurante que reciba al cliente para brindarles algo más que solo comida, sino que comparta una experiencia. Preparar los platos con dedicación utilizando productos de buena calidad y ofrecer una atención personalizada.

5.2.4 Visión

Ser uno de las alternativas más buscadas como comida internacional asiática en la ciudad de Guayaquil.

5.3 Plan de Marketing

5.3.1 Producto

Existen muchos restaurantes de comida china y japonesa en la ciudad de Guayaquil para elegir. El restaurante coreano presentará una nueva tendencia gastronómica con una alternativa diferente.

La comida coreana se compone de una variedad de platos tradicionales compuesto por diferentes tipos de mariscos, carnes, vegetales y granos. Se utilizan muchos ingredientes a base soya como la salsa de soya o pasta de soya, también se utilizan condimentos picantes como pasta de ají, jengibre, ajo. El arroz integral con granos cocinado al vapor y sus acompañantes fermentados y encurtidos son los más apetecidos y conocidos en Corea.

Considerando que el cliente potencial es ecuatoriano, se proponen platos tradicionales coreanos a la carta, que sean de provocativos que tengan buena acogida y satisfagan el gusto del paladar ecuatoriano.

A continuación se describen varios platos tradicionales coreanos apetecidos y conocidos por su sabor, textura y colores en otras ciudades como Quito y Lima.

- **Kimbap:** roles de arroz envueltas en hoja de algas parecidos al sushi, compuesta de ingredientes como pepino encurtido, tortilla de huevo, carne de res, salchicha, papanabo en vinagre. Este plato se presenta en el menú como entrada o acompañante).

Foto 3: Kimbap



Fuente: (Top chef korea, 2011) Web

- **Mandú:** Especie de empanadas pequeñas de masa fina de harina rellenas de carne con vegetales. Plato de entrada en el menú.

Foto 4: Mandú



Fuente: Young-min Son 2014

- **Bulgogui:** Carne de res marinada en salsa de soya dulce con verduras salteadas con la misma salsa. (Plato fuerte en el menú acompañado de arroz).

Foto 5: Bulgogui



Fuente: (Embajada Corea en Santiago de Chile) Web

- **Bibimbap:** Variedades de vegetales como pepino, espinaca, zanahoria, brotes de soya, aliñados sobre arroz blanco cocinado al vapor y con un huevo frito. (Plato fuerte en el menú).

Foto 6: Bibimbap



Fuente: (Kpopideaskari blogspot, 2014)Web

- **Denyang jjigue:** Sopa de soya (a base de pasta de soya fermentada), con tofu, papas, hongos y verduras.

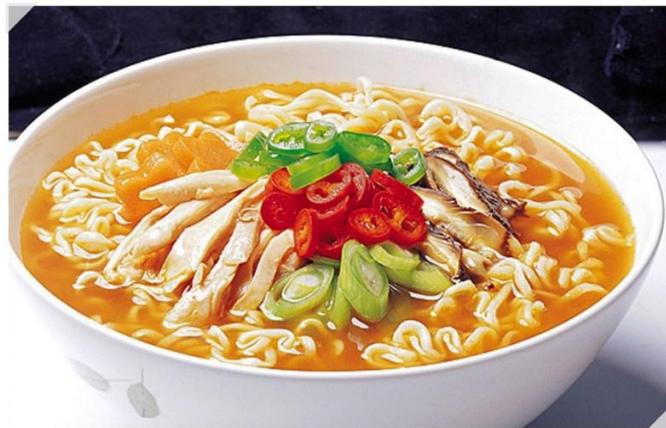
Foto 7: Denyang jjigue



Fuente: (Embajada Corea en Santiago de Chile) Web

- **Ramen:** Sopa de fideos picante con vegetales.

Foto 8: Sopa Ramen



Fuente: (Soompi, 2013) Web

- **Kimchi:** Col o nabo chino fermentado picante, acompañante.

Foto 9: Kimchi como acompañante



Fuente: (Embajada Corea en Santiago de Chile) Web

5.3.2 Precio

Los precios de los platos varían dependiendo del plato, ya que dependen de los ingredientes y productos necesarios para la preparación.

Se establecen precio desde \$6 dólares para entradas y desde \$13 a \$16 dólares para platos fuertes, se obtuvo un promedio del gasto que realiza una persona en los restaurantes de comida internacional en cada visita, según análisis de las encuestas..

Se detalla el costo unitario de la materia prima de uno de los platos más conocidos en el arte culinario coreano. Bulgogui, que es el lomo fino marinado, que se sirve con guarniciones como lechuga y arroz.

Tabla 13: Costo de producción Bulgogui

Plato	Ingredientes	Unidad/Gramos	Precio
Bulgogui	Carne de lomo fino	200g	2.50
	Salsa de soya	2 cucharas (20ml)	0.30
	Ajo	1 cuchara (15g)	0.10
	Azúcar	1 cuchara (15g)	0.03
	Cebolla	1 unidad (80g)	0.08
	Pimiento	2 unidades (150g)	0.25
	Lechuga Orgánica	5 hojas	0.10
	Arroz	150g	0.25

Elaborado por: Young-min Son

Total Costo Plato: \$3.61

5.3.3 Plaza

Su ubicación será en el norte de la ciudad, alrededor de centros comerciales y otros negocios similares, su accesibilidad será lo más importante como indicaron los encuestados.

5.3.4. Promoción

Se propone contratar servicios publicitarios a través de las redes sociales. Siendo un producto comestible, se sugiere utilizar redes sociales que manejen herramientas visuales, fotografías, videos como facebook, twitter, instagram.

También utilizar otros medios como la radio, prensa, periódicos, revistas de mayor circulación. Se pueden realizar canjes o intercambios de beneficios para obtener descuentos o gratuidades para promover por este medio.

Tener presente las festividades, para realizar menús especiales, para cautivar la atención de los clientes potenciales.

Ofrecer descuentos y beneficios para celebraciones especiales, utilizando herramientas informativos como volantes, habladores, correos electrónicos.

5.4 Pasos para la apertura del Restaurante Coreano en la ciudad de Guayaquil

5.4.1 Propuesta de imagen: nombre, logo, eslogan

Ilustración 2: Logo



Elaborado por: Young-min Son
Diseñado por: Young-min Son

Se propone el nombre “Sabor a Korea” para el restaurante, ya que tiene relación directa con la gastronomía coreana, la palabra “sabor” relaciona a la comida y hace mención del país, generalmente los coreanos escriben Korea con “K” al ser traducido en inglés.

Los colores son mezcla de varios colores entre cálidos y frescos mostrándose modernos, para representar la nueva tendencia del arte culinario coreano siendo tradicional al mismo tiempo.

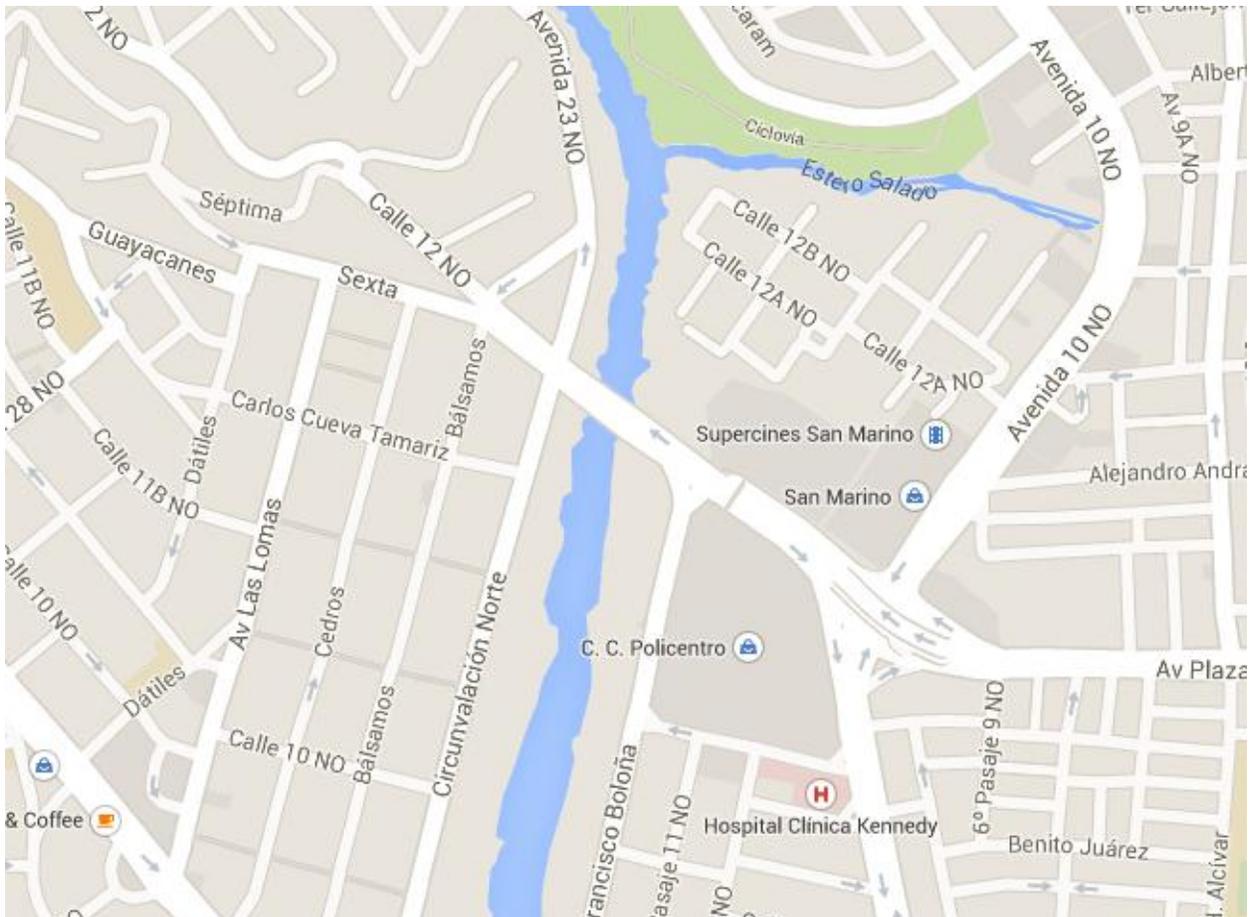
El eslogan “Rica experiencia”, tiene doble significado que se refiere a la enriquecedora experiencia de comer comida coreana de forma tradicional con palitos en el suelo como lo hacen los coreanos y al sabor rico de su comida.

Una vez definido los detalles de la imagen, se busca el lugar para determinar la capacidad del restaurante y poder adquirir los equipos y elementos necesarios de acuerdo al espacio con que se cuenta para las instalaciones y adecuaciones respectivas.

5.4.2 Localización

La propuesta para la ubicación del restaurante es en el sector norte de la ciudad, en la Av. Las Lomas y calle sexta, cerca de centros comerciales y otras actividades afines al restaurante, en donde se tiene facilidades de acceso y alcance para todos los clientes potenciales.

Ilustración 3: Localización del restaurante



Fuente: Google maps (web)

Luego de determinar el lugar en donde se establecerá el restaurante, se toma sus dimensiones para saber con más claridad el aproximado de la inversión que involucra el proyecto.

Tomando en cuenta un local en esta zona con dimensiones de 120m², con dos baños y aérea de cocina, se considera una capacidad de 50 personas.

5.4.3 Permisos y requisitos

Se propone obtener los siguientes documentos en el orden detallado para conseguir los permisos y cumplir los requisitos legales, una vez que se encuentra el local deseado. Algunos trámites se van solicitando una vez realizada las adecuaciones e instalaciones.

1. Contrato de alquiler (en caso de arrendamiento).
2. Contrato de suministro de energía eléctrica.
3. Ruc, registro en el SRI.
4. Permiso de Bomberos.
5. Solicitud de búsqueda fonética (Instituto de la propiedad intelectual).
6. Certificado del Ministerio de Turismo (registrar y pagar tasa).
7. Certificado de trampa grasa (solicitar inspección).
8. Permiso Municipal (pago de tasa de habilitación y patente).
9. IESS, registro como empleador, enrolar al personal.
10. Registro de contratos (Ministerio de Relaciones Laborales).
11. Certificado de Arcsa (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).
12. Block de facturas.

5.4.4 Equipamiento y diseño del ambiente

La dimensión del local, se presta para proponer en diseñar dos áreas de comedor, uno siendo más tradicional con mesas de 30cm de alto para sentarse en cojines al nivel del piso siendo privado para reuniones y eventos. La otra área con mesas regulares, pudiendo distribuir un total de 11 mesas, 4 mesas para 6 personas, 6 mesas para 4 personas y 1 mesa para 2 personas.

Se plantea crear un ambiente cálido empleando luces, cuadros, adornos, elementos como palitos, platos pequeños y música coreana, para recrear un espacio oriental y de esta manera transportar al comensal a Corea mientras degustan su gastronomía.

Ilustración 4: Diseño del Restaurante



Elaborado por: Young-min Son
Diseñado por: Young-min Son

Para el piso del área de cocina se considera colocar un material antideslizante siguiendo los requisitos del municipio, mientras que para el área del comedor privado se coloca un material de madera en tablones con un nivel diferente al piso tomando en cuenta un zapatero o lugar para guardar los zapatos y el área del comedor general unas baldosas cerámicas.

Foto 10: Piso del comedor privado



Fuente: zomato(web)

Se propone un diseño de mueble, una especie de bar en donde cuenta con botellas de licor, y en una esquina del mismo se ubica la caja y el resto tiene función aparador, para colocar materiales importantes para el servicio como: menú, servilletas, cubiertos, palitos entre otros.

El área de cocina, se distribuye para el lavabo, cocina de seis hornillas, freidora y plancha, y para colocar la mesa de trabajo en el centro. Se considera el espacio cerca de la mesa de trabajo para colocar la refrigeradora y el congelador.

Posteriormente se realiza las cotizaciones buscando los equipos y elementos de acuerdo al espacio y diseño determinado, y la mano de obra para el levantamiento del mismo.

5.5 Estudio Financiero

Se realizó cotizaciones con diferentes proveedores y consultas con diferentes maestros, abogados, diseñadores y en base a la información recopilada se presentan los siguientes valores:

Tabla 14: Inversión

INVERSIÓN INICIAL	MONTO
Arriendo más 2 meses de garantía	\$ 4800.00
Servicios Básicos	\$ 550.00
Total	\$ 5350.00
MUEBLES, EQUIPOS, UTENSILIOS	
Cocina, freidora, plancha, campana, lavadero	\$ 2,900.00
Ducto galvanizado, instalación de ducto y extractor de humo	\$ 200.00
Extractor	\$ 250.00
Trampa grasa	\$ 350.00
1 Mesa de trabajo en acero inoxidable con dos repisas, 1 Mesa de trabajo 90x90	\$ 2300.00
Central de CO2	\$ 350.00
Central de Gas, válvula reguladora, válvula olla de arroz	\$ 1,250.00
Materiales para estructura donde se guarda el tanque de gas	\$ 250.00
Cilindro CO2 y extintores, maguera acople	\$ 430.00
A/C Piso techo marca Carrier y A/C ducto marca Frigostar	\$ 3,430.00
Materiales Pie de Amigo para A/C	\$ 98.00
Materiales para instalación A/C, cintas, tuberías cobre	\$ 524.00
Parlantes, cables	\$ 55.85
Lámparas, farol, focos (4 lámparas, 4 focos 25W, farol, 3 focos 20W)	\$ 250.25
Mampara, candados, manija	\$1,234.00
Muebles 11 mesas y 26 sillas	\$ 5,500.00
Mueble bar aparador	\$ 1,600.00
Cojines 30 unidades	\$ 450.00
Decorativos (pergaminos, alfombras, bamboo)	\$ 1,102.00
Piso Flotante, rastrates, cierre, uniones, material protector debajo, limpiador	\$ 694.56
Productos para Baños: espejos, tope puertas, tachos	\$ 96.17
Letrero	\$ 650.00
Refrigeradora	\$ 1023.06
Congelador	\$ 885.04

Tanque de gas	\$ 168.00
Vajillas, cristalería (50 platos arroz, 100 platos guarnición, 50 platostendidos)	\$ 530.70
Olla arrocera gas 16 libras fritega	\$ 380.00
Electrodomesticos (mini-picador, licuadora, dispensador de agua combo)	\$ 187.86
TV 42 pulgadas con soporte tv	\$ 10,285.88
Microonda, DVD combo	\$ 240.07
Papelería (Cartas menú y tarjetas de presentación) (blocks factura y pedido)	\$ 375.00
Total	\$ 38,040.38
Otros gastos	
Uniforme (chef city 6 delantales, 5 gorros, 12 camisetas polo bordado)	\$ 151.76
Publicidad (Agencia publicitaria-paquete publicitario)	\$660.00
Total	\$ 811.76
Presupuesto otros gastos	
Arreglos físicos (mano de obra)	\$ 2500.00
Gastos legales	\$780.00
Movilización	\$ 250.00
Total	\$ 3,530.00
TOTAL	\$ 47,883.90

Elaborado por Young-min Son

Para la apertura de un restaurante con instalaciones y decoraciones con estética y ambientación tradicional con capacidad de 50 personas, en una zona con mucha afluencia y movimiento comercial, se requiere mínimo un capital aproximado de \$50.000 para dar inicio a la operación del mismo.

CONCLUSIONES

La propuesta de este estudio de factibilidad para la creación de un restaurante coreano en la ciudad de Guayaquil, surge con la idea de ofrecer a los ciudadanos y habitantes otra alternativa gastronómica asiática en donde se pueda realizar un intercambio cultural.

El objetivo de promover una alimentación sana practicando la interculturalidad por medio de la gastronomía coreana en esta ciudad resulta viable, el análisis de los resultados por medio de las encuestas, muestra interés y aceptación de parte de los potenciales clientes.

Este restaurante comparte la cultura coreana por medio de un menú colorido y equilibrado, destacando la importancia de lo sano y natural, ofreciendo la posibilidad de vivir y conocer un poco de Corea por medio de experiencias sensoriales.

Es importante que la ciudad de Guayaquil siendo una de las más importantes del país, tenga establecimientos de gastronomía internacional ya que beneficia, globaliza y enriquece a la sociedad para su desarrollo cultural.

RECOMENDACIONES

Para la realización de este proyecto, es necesario tener en cuenta las facilidades que pueden obtener por medio de la comunidad coreana y la embajada coreana, quienes podrán cooperar en cuanto a difusión y publicidad. Además se podrían organizar o participar actividades culturales con estas instituciones representantes de Corea.

Uno de los factores más importantes para la ejecución del proyecto es el de conseguir el recurso humano con perfil apropiado. Se sugiere contratar un chef coreano en sus inicios, el resto del personal a contratar deben conocer sobre la cultura coreana, sus valores y tradiciones, ya que es la imagen que deben proyectar y traspasar a los clientes.

En caso de no existir o tener facilidad de adquisición de ciertos productos ingredientes coreanos, (a pesar a que en la ciudad de Guayaquil existen actualmente proveedores con productos asiáticos), siempre existen alternativas de suplirlo con ingredientes nacionales.

BIBLIOGRAFÍA

- AMERISE, A. (11 de Noviembre de 2012). *Agencia EFE S. A.* Obtenido de Agencia EFE S. A.:
<http://www.efesalud.com/noticias/fermentados-coreanos-sabor-y-salud/>
- Asociación de los Coreanos. (2014). *Guía telefónica*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Castellano, M. I. (2012). *Procesos de Servicio en restaurante*. Madrid: Síntesis.
- Embajada Corea en Santiago de Chile. (s.f.). *Embajada Corea Chile Cultura Comida*. Obtenido de
<http://www.embajadacorea.cl/cultura/comida.php>
- García, F., Pedro, G., & Mario, G. (2011). *Operaciones Básicas y Servicios Especiales*. Madrid: Paraninfo .
- Google. (s.f.). *Google maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-2.1705325,-79.9045782,16z>
- Grajales, T. (2000). *Tipos de Investigación*. Obtenido de tgrajales.net:
<http://www.tgrajales.net/investipos.pdf>
- Guerrero, R. (2012). *Técnicas Elementales de Servicio*. Madrid: Paraninfo.
- INEC. (2010). *Estadísticas del Censo de Población y Vivienda: Ciudad de Guayaquil*. Obtenido de
<http://www.inec.gob.ec/cpv/>
- Kim Hyung Yoon. (1998). *A Handbook of Korea* (10ma ed.). Seoul, Korea: Korean Overseas Culture and Information Service.
- Kpopideaskari blogspot. (29 de julio de 2014). *menu coreano*. Obtenido de
<http://kpopideaskari.blogspot.com/>
- Latincoreano blogspot. (5 de julio de 2014). Obtenido de
<http://latincoreano.blogspot.com/2014/07/comida-coreana.html>
- Lisi, S. (25 de Enero de 2012). *Investigación Documental, Definición y Ejemplos*. Obtenido de Flujo informacion : <http://flujoinformacion.blogspot.com/2012/01/investigacion-documental-definicion-y.html>
- Martínez, J. (2011). *Gastronomía y nutrición*. Madrid: Síntesis S. A.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (26 de octubre de 2013). *Gastronomía ecuatoriana, un patrimonio cultural emblemático*. Obtenido de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/1-Patrimonio-Alimentario-LUNES-21.pdf>

Ministerio de Educación. (2005). *La interculturalidad en la educación*. Perú: Unicef. Obtenido de http://www.unicef.org/peru/_files/Publicaciones/Educacionbasica/peru_educacion_interculturalidad.pdf

Ministerio de Educación. (2012). *Constitución del Ecuador*. Obtenido de <http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

Organización de Turismo de Corea. (s.f.). *Organización de Turismo de Corea*. Obtenido de Organización de Turismo de Corea: http://spanish.visitkorea.or.kr/spa/FO/FO_SP_6_1_1.jsp

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Madrid.

Ryder, B. (2004). *Restaurantes Exclusivos*. Madrid: H Kliczkowski.

Soompi. (15 de mayo de 2013). Obtenido de <http://www.soompi.com/2013/05/15/do-you-know-your-korean-ramen-part-1/>

Top chef korea. (2011). Obtenido de Top Chef Korea: <http://topchefkorea.com/2011/04/05/kimbap/>

Tripadvisor. (2014). Obtenido de Tripadvisor: http://www.tripadvisor.co/Restaurants-g294316-c22-Lima_Lima_Region.html

Vara Horna, A. D. (2010). *7 pasos para una tesis exitosa*. Lima, Peru: Universidad San Martin de Porres.

Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadístico: Diseños y aplicaciones*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Zomato. (s.f.). Obtenido de zomato.com: https://d2z9qv80fklwtv.cloudfront.net/data/pictures/0/3400/a7657aa06a51b7714b029a46fa640050_200_thumb.jpg

ANEXOS

Anexo 1: Catastro de varios restaurantes asiáticos en la ciudad de Guayaquil

Actividad Turística	Registro	Nombre	Propietario	Dirección	Categoría	Mesas Total
COMIDAS Y BEBIDAS	901508790	NOE SUSHI BAR	SUSHICORP S.A.	KENNEDY, CALLE PLAZA DAÑIN S/N Y FCO. DE ORELLANA, CC SAN MARINO LOCAL 31, 32 Y 33	PRIMERA	20
COMIDAS Y BEBIDAS	901500954	JOUN YEP	CORPORACION JOUN YEP CIA. LTDA.	LOS CEIBOS CALLE 4a.	PRIMERA	20
COMIDAS Y BEBIDAS	901501004	RESTAURANTE CANTONES EXPRESS	WILSON LEON LEE	SUCRE 208 Y PICHINCHA	PRIMERA	12
COMIDAS Y BEBIDAS	901500945	CHIFA ASIA	ASIAR RESTAURANTE ASIA C. A.	ALBORADA ETAPA IX MZ. 902	PRIMERA	21
COMIDAS Y BEBIDAS	901500948	FU JHOU	WAY KUN HUOK	AV. BENJAMIN CARRION MZ. 911 VILLA 7	PRIMERA	21
COMIDAS Y BEBIDAS	901500946	CHIFA ASIA	PASTRYDUL S. A.	ALBOCENTRO 1 LOCAL # 34 ALBORADA ETAPA 4	PRIMERA	15
COMIDAS Y BEBIDAS	901503636	RESTAURANTE GRAN CHEF	CHIEFTAIN.S.A.	CDLA. KENNEDY NORTE, AV. FCO. DE ORELLANA Y AV. ALEJANDRO	PRIMERA	87
COMIDAS Y BEBIDAS	901504023	MAY FLOWER	GRUPO MAY FLOWER BUFFALO ´S PROCESADORES DE ALIMENTOS S.C.C G	AV. 25 DE JULIO CC. MALL DEL SUR LOCAL #270	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901503922	CHINA WOK	INFRUCEL S.A	AV. 25 DE JULIO C.C. RIOCENTRO SUR LOCAL C-8	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901503957	CHINA WOK	INFRUCEL S.A	AV. 25 DE JULIO Y JOSE DE LA CUADRA C.C MALL DEL SUR LOCAL 263	PRIMERA	10

COMIDAS Y BEBIDAS	901504283	MATSURI	AGROFOOD S.A.	URDESA CENTRAL, AVDA. V.E. ESTRADA S/N Y LAS MONJAS, EDIFICIO FONTANA. LOCAL 1	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901506808	SALON ASIA	COMPAÑIA ASIA EN URDESA S.A. ASIENUR	URDESA CENTRAL, VICTOR EMILIO ESTRADA #508 Y LAS MONJAS	PRIMERA	25
COMIDAS Y BEBIDAS	901507218	MAYFLOWER (MALL DEL SOL)	PRODALMACO S.A.	AV. JUAN TANCA MARENGO Y JOAQUIN ORRANTIA C.C. MALL DEL SOL LOCAL # 13	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901507220	MAYFLOWER (SAN MARINO)	PRODALMACO S.A.	FRANCISCO DE ORELLANA S/N Y CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN EDIFICIO SAN MARINO SHOPPING PISO DOS LOCAL 6	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901507221	MAYFLOWER (MALL DEL SUR)	PRODALMACO S.A.	AV. 25 DE JULIO Y JOSE DE LA CUADRA C.C. MALL DEL SUR LOCAL # 270	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901507036	NAGAO	BONAVENTO S.A	CDLA URB LOS OLIVOS PRIMERA ETAPA SOLAR 3 MZ 2 EDIFICIO OLIVOS BUSINESS CENTER VIA SALINAS KM. 5.5.	PRIMERA	9
COMIDAS Y BEBIDAS	901507257	CHINA WOK	SHEMLON S.A.	AV. 25 DE JULIO, C.C. MALL DEL SUR LOCAL #263	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901507262	PALACIO MEIMI	BIGYENSA S.A.	CDLA URDESA CENTRAL AV. LAS MONJAS # 212 Y CALLE PRIMERA	PRIMERA	36
COMIDAS Y BEBIDAS	901507195	CHINA WOK	SHENLON S.A.	AV. DEL BOMBERO S/N VIA SECUNDARIA RIOCENTRO LOS CEIBOS LOCAL # 5 KM 6 Y 7	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901507197	CHINA WOK	SHENLON S.A.	AV. 25 DE JULIO C.C. RIOCENTRO SUR LOCAL # 8	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901507219	MAYFLOWER (TERMINAL TERRESTRE)	PRODALMACO S.A.	BENJAMIN ROSALES Y JAIME ROLDOS , TERMINAL TERRESTRE LOCAL, # 64	PRIMERA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901507196	CHINA WOK	SHENLON S.A.	AV. DE LAS AMERICAS S/N AEROPUERTO JOSE JOAQUIN DE OLMEDO OFICINA PB	PRIMERA	10

COMIDAS Y BEBIDAS	901508055	CHIFA SION LUNG	KAM HO KATHIA	URDESA CENTRAL - AV. VICTOR EMILIO ESTRADA #621 Y FICUS	PRIMERA	37
COMIDAS Y BEBIDAS	901508570	CANTONES INTERNACIONAL	RESTAURANTE CANTONÉS INTERNACIONAL E.C.I.S.A.	CDLA. EL CONDOR - AV. FCO. DE ORELLANA S/N Y GUILLERO PAREJA ROLANDO - C.C. RIOCENTRO NORTE	PRIMERA	15
COMIDAS Y BEBIDAS	901508736	NOE SUSHI BAR	SUSHICORP S.A.	CC MALL DEL SOL OF T 116 AV JOAQUIN ORRANTIA S/N Y JUAN TANCA MARENGO	PRIMERA	0
COMIDAS Y BEBIDAS	901509281	DAVAO SUSHI FUSION	THELMA GARCÍA VILLAROSA	KM. 11.5 VÍA A LA COSTA, URB. PORTOFINO, MZ. 211, SOLAR 1, C.C. BLUECOAST, LOCAL 28	PRIMERA	7
COMIDAS Y BEBIDAS	901508871	CHIFA DINASTIA SUR	REST - RCOA S.A.	CHIMBORAZO # 3409 Y AZUAY	SEGUNDA	26
COMIDAS Y BEBIDAS	901508843	MAYFLOWER	PRODALMACO S.A.	AV. FELIPE PEZO S/N Y BENJAMIN CARRION, C.C. CITY MALL, LOCAL FC-012	SEGUNDA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901508845	QUEEN 'S DIM SIM	ZHENG HUI ZHEN	CDLA. BOLIVARIANA, MZ. K, SOLAR 3	SEGUNDA	21
COMIDAS Y BEBIDAS	901508850	AKAI	SUSHIEXPRESS S.A.	AV. FCO. DE ORELLANA # 100, C.C. SAN MARINO, PISO 2, LOCAL N2-1-20	SEGUNDA	10
COMIDAS Y BEBIDAS	901508654	ZHEN SHENG	ZHANG LIN SHENGXIAO	BAQUERIZO MORENO #1115 Y AV. 9 DE OCTUBRE	SEGUNDA	21
COMIDAS Y BEBIDAS	901508411	CHIFA FU - HUA	LUO XU CARLOS ROBERTO	CDLA. MIRAFLORES, SOLAR #4-A, MZ. 5	SEGUNDA	15

Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador

ANEXOS

Anexo 2: Encuesta utilizada



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

1. ¿A qué rango pertenece su edad?

- Menor a 18 ()
- Entre 18 a 25 ()
- Entre 26 a 35 ()
- Entre 36 a 45 ()
- Entre 46 a 55 ()
- Mayor 55 ()

2.Cuál es su género:

- Femenino ()
- Masculino ()

3. ¿En qué sector de la ciudad reside?

- Norte ()
- Centro ()
- Sur ()
- Samborondón ()
- Vía a la costa ()

4. ¿Suele comer en restaurantes comida internacional? (si su respuesta es “no”, continúe con la pregunta # 7)

- Sí ()
- No ()

5. ¿Con qué frecuencia lo hace?

- 2 veces por semana ()
- 1 vez por semana ()
- 1 vez por dos semanas ()
- 1 vez al mes ()

6. ¿Cuánto gasta en promedio por visita en un restaurante de comida internacional?

- Menos \$5 ()
- Entre \$6 a \$10 ()
- Entre \$11 a \$20 ()
- Más de \$20 ()

7. Alguna vez ha podido observar cómo comen los coreanos por telenovelas, documentales o no ha observado.

- Telenovelas ()
- Documentales ()
- No he observado ()
- ()

8. ¿Cómo le gustaría probar comida coreana?

- Con palitos ()
- Con palitos y cocinar su propio plato en mesa ()
- Con palitos, cocinar su propio plato en mesa y comer en el suelo sin zapatos ()
- Con palitos y comer en el suelo sin zapatos ()
- Cocinar su propio plato en mesa y comer en el suelo sin zapatos ()
- Comer en el suelo sin zapatos ()

9. Si tuviera que escoger entre las dos opciones, qué es más importante para usted además de la seguridad:

- Su ubicación (cerca de otros restaurantes de su mismo nivel). ()
- Su acceso (facilidades de acceso y parqueo). ()

10. Marque los tres factores que usted considere más importante.

- 11. Servicio ()
- 12. Exclusividad ()
- 13. Ambiente ()
- 14. Precio ()
- 15. Calidad ()
- 16. Ubicación ()