



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

TEMA:

**Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en
gastronomía y cultura Guayaquileña**

AUTORAS:

Páez Espinoza, Carolina Anais
Icaza Ordóñez, Valeria Valentina

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADO EN TURISMO

TUTORA:

Lcda. Pinos Guerra, Mariela Ercilia, Mgs.

Guayaquil, Ecuador
02 de setiembre del 2024



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

CARRERA DE TURISMO

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Páez Espinoza, Carolina Anais y Icaza Ordóñez, Valeria Valentina** como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

TUTOR (A)

Lcda. Pinos Guerra, Mariela Ercilia, Mgs.

Guayaquil, a los 02 días del mes de septiembre del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Páez Espinoza, Carolina Anais**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y cultura Guayaquileña** previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, 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, a los 02 días del mes de septiembre del año 2024

EL AUTOR (A)

Páez Espinoza, Carolina Anais



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Icaza Ordóñez, Valeria Valentina**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y Cultura Guayaquileña** previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, 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, a los 02 días del mes de septiembre del año 2024

EL AUTOR (A)

Icaza Ordóñez, Valeria Valentina



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Páez Espinoza, Carolina Anais

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y Cultura Guayaquileña**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 02 días del mes de septiembre del año 2024

EL (LA) AUTOR(A):

Páez Espinoza, Carolina Anais



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Icaza Ordóñez, Valeria Valentina

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y Cultura Guayaquileña**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 02 días del mes de septiembre del año 2024

EL (LA) AUTOR(A):

Icaza Ordóñez, Valeria Valentina



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado

Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y Cultura Guayaquileña presentado por las estudiantes **Carolina Anais y Valeria Valentina Icaza Ordóñez** fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

**TT PAEZ ESPINOZA CAROLINA - ICAZA
ORDOÑEZ VALERIA**

0%
Textos
sospechosos

2% Similitudes
(ignorado)
< 1% similitudes
entre comillas
< 1% entre las
fuentes
mencionadas
1% Idiomas no
reconocidos
(ignorado)

Nombre del documento: TT PAEZ ESPINOZA CAROLINA - ICAZA
ORDOÑEZ VALERIA.docx
ID del documento: 66227fa11bb49a363c1e5d33edfacc6357ac75a2
Tamaño del documento original: 6,1 MB
Autores: []

Depositante: Mariela Ercilia Pinos Guerra
Fecha de depósito: 20/8/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 20/8/2024

Número de palabras: 19.221
Número de caracteres: 134.438

Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

Deseo expresar un profundo agradecimiento a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por brindarme la oportunidad de crecer académicamente y permitirme ser parte de su comunidad.

A mis docentes por las enseñanzas impartidas a lo largo de estos años

A mis padres, a mi hija y a mis suegros por estar siempre para mí, por su amor y apoyo incondicional.

Finalmente, mi más sincero agradecimiento a mi tutora, Mariela Pinos Guerra, por ser una guía constante y un apoyo esencial en la realización de mi trabajo de titulación.

Carolina Anais Páez Espinoza

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por brindarme la oportunidad de formarme académicamente y por proporcionar un entorno de aprendizaje propicio para el desarrollo de mis habilidades y conocimientos. Agradezco a los profesores y personal administrativo por su dedicación y apoyo constante a lo largo de mi trayectoria universitaria.

A mi familia, a mis amigos por estar a mi lado.

A mi tutora, por su paciencia y apoyo constante en la realización de este trabajo de titulación.

Valeria Valentina Icaza Ordóñez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi querida hija Scarlet, cuya sonrisa y amor incondicional son mi mayor inspiración y fortaleza. Este logro es tan tuyo como mío, por cada sacrificio y por cada momento compartido. Gracias por darme la fuerza para seguir adelante y recordarme siempre el propósito de cada paso que doy.

Dedicado también a mi mamá Manuela por su amor, su entrega, por apoyarme incondicionalmente a lo largo de mi carrera, a mi papá Antonio, por ser una ayuda idónea y enseñarme que el que persevera alcanza.

A mis suegros, Iván y Miriam quienes han sido como segundos padres para mí, gracias por su constante respaldo y apoyo. Su confianza en mí ha sido un pilar fundamental en este recorrido.

Carolina Anais Páez Espinoza

Este trabajo va dedicado a mi querida familia, por su amor incondicional, comprensión y apoyo a lo largo de estos años. Ustedes han sido mi mayor fuente de inspiración y fortaleza. Este logro no habría sido posible sin su constante aliento.

A mis amigos, que han estado conmigo en cada paso de este camino. Gracias por los momentos de alegría, las palabras de ánimo y por ser un pilar de apoyo en los momentos difíciles. Sus risas y compañía hicieron de esta experiencia un recuerdo inolvidable.

Valeria Valentina Icaza Ordóñez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.

TUTOR

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Aline Gutierrez Northia, Mgs

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Fabiola Alexandra Murillo Paladines, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Páez Espinoza Carolina Anais	
Icaza Ordóñez Valeria Valentina	

Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.

TUTOR

ÍNDICE

RESUMEN	XVI
ABSTRACT.....	XVII
INTRODUCCIÓN	2
Antecedentes	3
Planteamiento del problema	5
Pregunta de investigación	6
Justificación	6
Objetivos.....	7
Objetivo General.....	7
Objetivos específicos	7
CAPÍTULO I.	9
Marco Teórico.....	9
1.1. Bases teóricas.....	9
1.1.1. Teoría de Modelo de Negocio	9
1.1.1.1. <i>Modelo de negocios CANVAS</i>	9
1.1.2. Teoría de la experiencia del cliente	12
1.1. 3. Teoría de la cultura gastronómica	13
1.2. Marco Conceptual	14
1.3. Marco legal	17
1.3.1. Constitución de la República del Ecuador	17
1.3.2. Plan Nacional de Turismo	18
1.3.3. Plan de Creación de oportunidades 2021 - 2025.....	18
1.3.4. Estrategias para la Promoción de la Gastronomía Local	19
1.3.5. Plan de Desarrollo para el nuevo Ecuador.....	20
1.3.6. Ley de Defensa del Consumidor	21
1.3.7. Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Restaurantes y Afines	21
1.3.8. Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización).....	21
1.3.9. Patentes Municipales y Permisos	22
1.3.10. Reglamento turístico de alimentos y bebidas	22
1.4. Marco Referencial.....	24
1.4.1. Casos de Éxito.....	24
CAPITULO II.....	30
2.1. Diagnóstico de tradiciones culinarias	30

2.1.1. Investigación bibliográfica – documental.....	30
Libro “La cocina guayaquileña: Tradiciones y sabores” de Carlos Pérez (2018)	34
Libro “ElBulli 2005-2011”	34
Libro Cuisine and Empire: Cooking in World History” (2013).	35
Libro Food in Early Modern Europe (2003).....	36
Artículo científico de Ana Morales (2020), “Influencia cultural en la gastronomía de Guayaquil”	36
Gastronomía guayaquileña y su impacto sociocultura.....	37
“Inventario del patrimonio gastronómico de Guayaquil”	39
“La evolución de la cocina guayaquileña”	40
2.2. Investigación de campo.....	42
2.2.1 Entrevistas.....	42
CAPÍTULO III	50
Metodología.....	50
3.1. Diseño de la investigación.....	50
3.2. Tipo de investigación	50
3.3. Enfoque de la investigación	51
3.4. Métodos de la investigación	52
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
3.6. Población y muestra	53
3.6.1. Población.....	53
3.6.2. Muestra	55
3.7. Análisis e interpretación de los instrumentos de la investigación	56
CAPÍTULO IV	76
La propuesta	76
4.1. Título de la propuesta.....	76
4.2. Objetivos.....	76
4.2.1. Objetivo General	76
4.2.2. Objetivos específicos.....	76
4.3. Factibilidad de la propuesta.....	76
4.4. Beneficiarios	77
4.5. Desarrollo de la propuesta.....	79
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	92
REFERENCIA.....	93
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales estudios relacionados con esta investigación.....	31
Tabla 2. Valores en la escala de Likert	53
Tabla 3. Delimitación de la población	54
Tabla 4. Análisis FODA.....	79
Tabla 5. Metodología CANVAS	80
Tabla 6. Inversión total del proyecto	81
Tabla 7. Desglose de la inversión inicial	81
Tabla 8. Inversión en publicidad	82
Tabla 9. Gastos de constitución	82
Tabla 10. Inversión en propiedad, planta y equipo	82
Tabla 11. Fuentes de financiamiento del proyecto.....	83
Tabla 12. Préstamo al Banco	83
Tabla 13. Sueldos del personal.....	84
Tabla 14. Proyección de compras de insumos	84
Tabla 15. Costos de cada plato.....	85
Tabla 16. Ventas proyectadas	86
Tabla 17. Depreciación	87
Tabla 18. Estado de PyG.....	88
Tabla 19. Flujo de caja proyectado	89
Tabla 20. VAN y TIR	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de negocios Canvas.....	10
Figura 2. Experiencias que se viven en Bocavaldivia	24
Figura 3. Experiencias que se viven en Yakumanka	26
Figura 4. Experiencias que se viven en Tutul Xiu	27
Figura 5. Género de los encuestados	56
Figura 6. Edad de los encuestados	56
Figura 7. Estado civil de los encuestados	57
Figura 8. Nivel de educación de los encuestados	58
Figura 9. Preferencia de restaurantes de los encuestados	59
Figura 10. Frecuencia de visita de restaurantes	60
Figura 11. Interés de conocer gastronomía guayaquileña.....	61
Figura 12. Opinión sobre la ambientación y decoración de un restaurante	62
Figura 13. Disponibilidad para pagar más por una experiencia gastronómica única	63
Figura 14. Preferencia de restaurantes que utilizan ingredientes locales.....	64
Figura 15. Importancia de que un restaurante refleje cultura y tradiciones locales	65
Figura 16. Interés en asistir a eventos gastronómicos.....	66
Figura 17. Preferencia de platos tradicionales con toque moderno	67
Figura 18. Importancia de la calidad de servicio	68
Figura 19. Importancia de la calidad de los ingredientes	69
Figura 20. Me gustaría que los restaurantes ofrezcan descuentos y ofertas	70
Figura 21. Me gustaría que se pueda realizar reservas en línea y confirmaciones rápidas.....	71
Figura 22. Me gusta que haya eventos especiales y en vivo	72
Figura 23. Es importante que el personal esté capacitado y ofrezca buen servicio.	73
Figura 24. Me interesa que haya entregas a domicilio	74
Figura 25. Recomendaría un restaurante especializado en gastronomía guayaquileña	75

RESUMEN

La ciudad de Guayaquil, reconocida por su rica tradición culinaria, ofrece un entorno ideal para la implementación de un restaurante que resalte los sabores típicos de la región y contribuya al desarrollo económico local. Este trabajo de investigación responde a la creciente necesidad que existe de ofrecer experiencias gastronómicas auténticas que reflejen la identidad cultural de Guayaquil, en un escenario donde la industria de los restaurantes está en constante expansión. El objetivo de este estudio fue definir un modelo de negocio para un restaurante enfocado en la gastronomía y cultura guayaquileña con el fin de contribuir al desarrollo económico local y fortalecer el turismo. La investigación utilizó una metodología que combina enfoques cualitativos y cuantitativos. Se llevó a cabo un análisis de mercado para identificar las preferencias y necesidades de los consumidores locales y turistas, mediante encuestas y entrevistas a posibles clientes y expertos del sector gastronómico. Los resultados del análisis financiero revelan un VAN de \$126.052,83 y una TIR de 45%, lo que indica que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero y ofrece un retorno atractivo sobre la inversión. El estudio concluye que la creación de un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña en Guayaquil es una oportunidad rentable y sostenible. Este proyecto no solo contribuirá al fortalecimiento del turismo y la economía local, sino que también ayudará a preservar y difundir la rica herencia cultural del país.

Palabras claves: Modelo de negocios, Restaurante, comida típica, cultura guayaquileña, Canvas.

ABSTRACT

The city of Guayaquil, renowned for its rich culinary tradition, offers an ideal environment for the implementation of a restaurant that highlights the typical flavours of the region and contributes to local economic development. This research responds to the growing need to offer authentic gastronomic experiences that reflect the cultural identity of Guayaquil, in a scenario where the restaurant industry is constantly expanding. The objective of this study was to define a business model for a restaurant focused on Guayaquil's gastronomy and culture in order to contribute to local economic development and strengthen tourism. The research used a methodology that combines qualitative and quantitative approaches. A market analysis was carried out to identify the preferences and needs of local consumers and tourists, through surveys and interviews with potential customers and experts in the gastronomic sector. The results of the financial analysis reveal an NPV of \$126,052.83 and an IRR of 45%, indicating that the project is financially viable and offers an attractive return on investment. The study concludes that the creation of a restaurant specializing in Guayaquil cuisine and culture in Guayaquil is a profitable and sustainable opportunity. This project will not only contribute to strengthening tourism and the local economy, but will also help to preserve and disseminate the country's rich cultural heritage.

Keywords: Business model, restaurant, eat, process, Canvas

INTRODUCCIÓN

Más allá de su función básica de sustentar la vida, la alimentación también debe ser agradable al paladar y a la vista, un aspecto que, con el tiempo, se ha transformado en una forma de arte. La gastronomía, en este sentido, se ha convertido en una disciplina en la que profesionales especializados aplican diversas técnicas para crear experiencias culinarias únicas, que trascienden lo material y se convierten en expresiones de sentimientos y cultura.

El creciente interés por la gastronomía ha generado un perfil de cliente cada vez más exigente, familiarizado con los sabores, colores y texturas que ofrece la comida, influenciada por mercados globales que facilitan el intercambio de productos, frutas y especias de todas partes del mundo. Esto ha permitido que la preparación de alimentos se convierta en una amalgama de ingredientes locales y culturales, creando experiencias culinarias verdaderamente únicas.

En respuesta a estas tendencias, los emprendimientos gastronómicos han proliferado en todo el mundo, destacando las características de la cocina tradicional en entornos gourmet. Ecuador, con sus riquezas naturales, culturales y gastronómicas, ofrece un escenario ideal para la implementación de restaurantes gourmet de alta calidad, aprovechando la afluencia turística y la estabilidad económica que proporciona la dolarización, vigente desde hace más de 15 años.

La gastronomía ecuatoriana representa un valioso legado cultural, heredado de generaciones pasadas. Este patrimonio culinario, conocido tanto a nivel nacional como internacional, se distingue por su notable diversidad, sabor y textura (Torres, Romero, & Viteri, 2018). Actualmente, el país experimenta un significativo desarrollo en el ámbito de las microempresas, muchas de las cuales se dedican al comercio. Según

datos del INEC, en la ciudad de Guayaquil existen aproximadamente 81,598 microempresas, que emplean entre 1 y 9 trabajadores, quienes perciben la remuneración básica unificada.

Desde este punto de vista, la ciudad de Guayaquil es un destino turístico de gran afluencia, el cual es reconocido por su cultura, su identidad, su calidez, su deliciosa comida. En específico, la cultura de Guayaquil es famosa por la vitalidad y las tradiciones que ofrece a los visitantes, lo cual se hace ideal para un restaurante que resalte la gastronomía ecuatoriana.

La idea de implementar un restaurante gourmet que reúna en un solo espacio los sabores más emblemáticos de la gastronomía y la cultura guayaquileña representa una doble oportunidad: promover el emprendimiento y satisfacer a un cliente que busca experiencias culinarias que estimulen todos los sentidos. Este proyecto ha sido desarrollado con una metodología de trabajo que incluye la definición de un marco teórico, el uso de instrumentos de investigación como encuestas, y la recopilación de opiniones de potenciales usuarios, lo que ha permitido identificar las necesidades y expectativas en torno a la alimentación.

Antecedentes

Ecuador ha tenido una importante pausa financiera, especialmente a partir de 2016, debido a diversas variables como se retrata en la Memoria Institucional del (Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2018):

12). Entre las más significativas están:

[...] la disminución del costo del petróleo, así como el entusiasmo por el dólar estadounidense, además, la irritante variable creada por el sismo de abril de ese año, se reflejó en una caída en el Producto nacional total, Producto interno bruto en PIB (Producto Interior Bruto) en un - 1,2%. [...]. La forma de

comportarse del producto interior bruto es un factor importante debido a su debilidad ante los choques exógenos y endógenos. Por cuenta de los anteriores, se reflejan en emergencias mundiales, variedades en el coste del petróleo, ..., mientras que, por cuenta de la última opción, se reflejan en emergencias mundiales, variedades en el coste mientras que los choques endógenos se reflejan en eventos cataclismos, precariedad política, entre otros. [...]. (p.8-12)

En el año 2020, la pandemia generada por el Covid ha incitado una tremenda emergencia monetaria, social y de bienestar en el planeta y Ecuador no está exento de este efecto. Esta pandemia ha provocado una recesión económica en nuestro país con graves repercusiones financieras y sociales. Entre las más significativas están el costo del petróleo, que se desplomó durante mucho tiempo, debido a una sólida disminución popular. Los contratos de perspectivas WTI, en la reunión del lunes 21 de abril de 2020 en EE.UU., cerraron con un notable descenso y curiosamente entraron en calidades negativas, dejando el coste del barril de petróleo estadounidense en 37,63 USD, lo que claramente provocará el fin de los créditos para combustible, incrementos de cargos, emergencias sociales, entre otros, entre otros (Bermúdez, 2020).

Ante esta perspectiva el único camino que le quedaba al país para conseguir el tan anhelado desarrollo económico era, producir con eficiencia en sectores que otros países tiene debilidades competitivas frente a nosotros, eliminar de raíz la corrupción y permitir que los gobiernos de turno creen un ambiente de confianza para la inversión extranjera. En este contexto que vive el país, nace la idea de emprender y crear un negocio de comida que permita generar empleo que tanto necesita el Ecuador y sobre todo la ciudad de Guayaquil.

La ciudad de Guayaquil, Perla del Pacífico una de las tres ciudades más grandes e importantes del Ecuador y uno de los puertos más importantes de Sudamérica, en la actualidad denota un acelerado crecimiento en lo que a negocios de

expendio de alimentos se refiere. Para llegar a obtener un gran volumen de ventas, en éste tipo de negocios, se depende mucho de la buena ubicación que tenga el negocio, del modelo de negocio, del buen manejo de marketing que se presente ante el público en general y del precio del producto.

Guayaquil, en los últimos años ha visto un notable aumento en la creación de restaurantes, lo cual ha impulsado el crecimiento económico de la ciudad además de la demanda por las diversas opciones gastronómicas que sean de calidad e innovadoras. Este desarrollo ha hecho que la ciudad se convierta en un centro culinario, donde los emprendedores han encontrado oportunidades para combinar la rica tradición guayaquileña con las tendencias culinarias actuales. La inauguración de nuevos restaurantes no solo busca satisfacer los gustos de los habitantes locales, sino que también fortalece la economía local al crear empleos y fomentar el turismo.

Planteamiento del problema

En Guayaquil, la oferta culinaria ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, gracias a la aparición de una amplia variedad de restaurantes que intentan satisfacer las necesidades de un mercado en continua transformación. No obstante, a pesar de este auge, se observa una clara falta de locales que se enfoquen de manera exclusiva en la promoción y valorización de la cultura y la gastronomía guayaquileña de forma auténtica e integral. La mayoría de los restaurantes en la ciudad presentan una combinación de propuestas internacionales y platos tradicionales, sin un enfoque claro en la riqueza cultural y gastronómica local. Esta situación provoca una desconexión entre los residentes y su patrimonio culinario, y representa una oportunidad sin explotar para posicionar a Guayaquil como un referente gastronómico tanto a nivel nacional como internacional.

La falta de un enfoque técnico hace que se limite la capacidad de los restaurantes locales para destacar entre la competencia de restaurantes guayaquileños, entre los cuales se encuentran diversidad de platos, de infraestructura, entre otros aspectos importantes para los clientes. Esto repercute en la sostenibilidad de la cocina guayaquileña, sino que también crea efectos negativos en la economía de la ciudad ya que no deja que se desarrolle el negocio en todo su potencial.

Por ello, es necesario crear un modelo de negocio que permita diseñar un restaurante que no solamente ofrezca exquisitos platos, sino que también sirva para difundir la cultura guayaquileña con el fin de promover el turismo, mezclar sabores, técnicas y tradiciones culturales que realcen la identidad guayaquileña.

Pregunta de investigación

¿Cuál es el modelo de negocio ideal para la creación de un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña?

Justificación

El presente trabajo de titulación se basará en fundamentos teóricos del conocimiento tales como la teoría de modelo de negocios, planificación estratégica, mejoramiento continuo, creación de negocios, análisis financieros, lo cual se realizará mediante la búsqueda de fuentes bibliográficas mediante textos físicos y digitales, artículos de revistas indexadas, tesis realizadas a lo largo del tiempo y otras herramientas necesarias para el correcto sustento teórico de este proyecto.

Para lograr los objetivos propuestos se empleará el uso de herramientas, metodologías, normativas para su desarrollo tales como: Lluvia de ideas, métodos de observación directa, información de la ciudad de Guayaquil, encuestas aplicadas a

clientes potenciales, entrevista con expertos, etc. las que permitirán el levantamiento de información previa de datos, los cuales serán analizados posteriormente para establecer una propuesta en base a los resultados obtenidos.

El presente proyecto contempla la propuesta para el diseño de un modelo de negocios basado en la metodología CANVAS utilizando sus nueve bloques con el fin de crear un restaurante que ofrezca y resalte la cultura y gastronomía guayaquileña. Esta investigación ayuda a identificar las causas principales que pueden originar el problema, se pretende crear un negocio innovador mediante la correcta gestión de los recursos y por ende brindar productos de excelente calidad a los clientes y así establecer estrategias de mejora continua con el fin de aplicarlas en la empresa.

Objetivos

Objetivo General

Determinar el modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña para contribuir al desarrollo económico local y fortalecer el turismo.

Objetivos específicos

- Diagnosticar las tradiciones culinarias y costumbristas de Guayaquil, incluyendo platos tradicionales, ingredientes característicos, influencias culturales y aspectos socioculturales relevantes para comprender los elementos esenciales que deben incorporarse en el restaurante y garantizar su atractivo cultural.
- Analizar el mercado para identificar la demanda potencial de un restaurante especializado en gastronomía guayaquileña, así como también analizar a la competencia existente en el sector gastronómico local e identificar sus fortalezas y debilidades.

- Diseñar un modelo de negocio detallado para el restaurant especializado en gastronomía y cultura guayaquileña basado en la metodología Canvas.

CAPÍTULO I.

Marco Teórico

1.1. Bases teóricas

1.1.1. Teoría de Modelo de Negocio

Un modelo de negocios es la estrategia que una empresa utiliza para generar ingresos en el entorno comercial actual. Este modelo incluye las características clave de la estructura y operación de la empresa, así como la forma en que genera ingresos y obtiene beneficios. En términos simples, un modelo de negocios exitoso implica ofrecer un producto o servicio que se pueda vender de manera rentable, es decir, que los ingresos superen a los costos y gastos (Quijano, 2018).

1.1.1.1. Modelo de negocios CANVAS

El modelo de negocios CANVAS, desarrollado por Alexander Osterwalder, es una estructura innovadora compuesta por nueve bloques que describen de manera lógica cómo las organizaciones crean, entregan y capturan valor. A diferencia de un plan de negocios tradicional, el modelo CANVAS es un prototipo dinámico, un mapa funcional que puede adaptarse y rediseñarse para lograr beneficios empresariales (Osterwalder & Pigneur, 2005).

Para Osterwalder, este modelo de negocios se enfoca en la capacidad de las empresas para generar valor. Se inicia con la búsqueda de respuestas a preguntas fundamentales, como si existe una oferta predeterminada, si se cuenta con infraestructura, si se ha forjado un portafolio de clientes y si se dispone de recursos financieros para llevar a cabo el proyecto. A continuación, se muestra el lienzo CANVAS con los nueve bloques que lo conforman: Segmento de Clientes, Propuesta de Valor, Relación con los Clientes, Recursos Claves, Actividades Claves, Aliados

Claves, Canales, Estructura de Ingresos y Estructura de Costos.

Figura 1.

Modelo de negocios Canvas



Elaborado por: (Osterwalder & Pigneur, 2005).

Segmento de clientes

Este bloque es el que define al grupo de personas que va dirigido el negocio, los clientes son la verdadera razón por la que la empresa o proyecto sale adelante, es por ello que se debe dirigir a quienes busquen el tipo de producto o servicio que se ofrece (Alonso, 2022).

Propuesta de valor

Es el producto o servicio que se ha diseñado para ofrecer al segmento de clientes seleccionado, es aquello que creará valor para poder venderlo al mejor precio posible, diferenciándonos de la competencia, haciendo que nadie más pueda brindarle esto a nuestros clientes, en este bloque se encuentran la exclusividad, selectividad, novedad, diseño, accesibilidad, conveniencia, es decir, la efectividad en la generación de valor para los clientes (Osterwalder & Pigneur, 2005).

Relaciones con los clientes

Para Quijano (2018) este bloque contiene los tipos de relaciones que se establecerán con los distintos segmentos de clientes, a nivel de tiempo y dinero. Para mantener una buena relación con los clientes, lo ideal sería que estos sepan las ventajas de aportar valor, diferenciación en los servicios que le ofrece, servicios de garantía, seguimiento.

Actividades claves

Fundamentalmente, es aquello a lo que se dedicará la organización. En otras palabras, el conjunto de actividades que se dedicarán a la acción productiva que se realice. En este sentido, es igual de esencial que la propuesta de valor, como se ha dicho, se debe crear estrategias para crear la propuesta de valor, es imperativo tener un esquema de las tareas que debe realizar una organización (Quijano, 2018).

Recursos claves

Los recursos claves son aquellos con los que cuenta la compañía para llevar a cabo su actividad económica, estos recursos pueden ser de tipo material, intelectual, humano y financiero. Es necesario saber que recursos necesita la propuesta de valor para poder ser ejecutada de forma correcta (Facchin, 2022).

Canales de distribución

“Los canales serán muy similares a los medios utilizados en la relación con los clientes, entre los cuales utilizaremos: web, correo electrónico, teléfono y redes sociales” (Osterwalder y Pigneur, 2005, p. 14).

Alianzas estratégicas

Estas representan a las personas, empresas, afiliaciones, organizaciones que estén del lado de nosotros para ayudarnos e impulsarnos a mejorar nuestro negocio, por ello es necesario tener en cuenta con quienes nos vamos a afiliar desde el primer momento e incluso desde que se va a crear el negocio (Mora & Cano, 2020).

Estructura de costos

Son los posibles costes derivados de la ejecución del proyecto, desde la publicidad hasta los salarios de los empleados. En la estructura de costos se puede ver la equidad que existe en cuanto a su posición con las fuentes de ingresos, esto se da porque representa la búsqueda del equilibrio financiero (Delgado, 2020).

Flujo de ingresos

En este bloque se incorporan los niveles de ingresos, de qué se generan y cuál sería el monto aproximado esperado. En caso de que su organización no produzca ingresos, no saldrá adelante. De esta manera, es clave que, junto con la estructura de costos, tengas claro cómo será el número de ingresos. Hay varias formas de producir ingresos, una puede ser el marketing colaborativo, ofertas, cargos por uso o afiliación, alquiler, autorización o incluso estimación única.

1.1.2. Teoría de la experiencia del cliente

La teoría de la experiencia del cliente es aquella que busca brindar lo mejor al cliente de tal forma que puedan interactuar con la empresa a lo largo de su compra, estos clientes ofrecerán lealtad y fidelidad a la organización a largo plazo. Según Rodríguez y Fajardo (2021) “la experiencia del cliente se define como el resultado de la interacción entre un cliente y una empresa a lo largo del tiempo” (p. 37). Se debe trabajar en que la experiencia del cliente sea óptima desde el inicio hasta después de

la venta.

La experiencia del cliente también se relaciona con la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente. Según (Kotler & Keller, 2012) la gestión de la experiencia del cliente implica entender las expectativas y necesidades de los clientes, diseñar procesos y servicios que superen esas expectativas, y medir y mejorar continuamente la satisfacción del cliente. En este sentido, la experiencia del cliente se convierte en un elemento clave de la estrategia empresarial, ya que puede ser un diferenciador competitivo importante.

Es necesario tener en cuenta diversos aspectos para poder brindar una excelente experiencia al cliente, entre ellas la personalización, el seguimiento post venta, la coherencia de todas las actividades y la experiencia de compra, la empatía del cliente – vendedor y la capacidad de respuesta de la empresa. Para ello es necesario que la empresa diseñe las pistas tangibles que creen empatía con el cliente y eliminar las posibles fricciones que puedan crear una mala experiencia.

En resumidas cuentas, la teoría de la experiencia del cliente es aquella que se enfoca en la búsqueda de la creación de experiencias memorables y positivas en los clientes a lo largo de su compra y después de la misma, para ello es necesario crear conexiones emocionales y momentos mágicos que sirvan como estrategia de fidelización del cliente y con ello se obtenga beneficios tanto para la empresa como para el cliente.

1.1. 3. Teoría de la cultura gastronómica

La teoría de la cultura gastronómica es un campo de estudio que explora la relación entre la comida y la cultura. Según (Jonston & Baumann, 2019) la comida es “un lenguaje simbólico que expresa la identidad y los valores culturales de una sociedad” (p. 7). Este enfoque considera que la comida es más que una necesidad

biológica, ya que también desempeña un papel fundamental en la forma en que las personas se relacionan con su entorno cultural.

La experiencia gastronómica abarca muchos aspectos, entre ellos, los ingredientes, las técnicas culinarias, las ceremonias que se utilizan para preparar la comida, las normas de inocuidad alimentaria ya que la comida es “un elemento simbólico complicado que refleja la identidad de una comunidad o representa su cultura” (Petridou & Poulakidakos, 2017, pág. 15).

1.2. Marco Conceptual

Alimento. - Se denomina a cualquier sustancia que puede ser asimilada por el organismo y usada para mantener las funciones vitales (Jonston & Baumann, 2019).

Alianzas estratégicas. - Las alianzas estratégicas implican identificar personas, afiliaciones u organizaciones que puedan ayudar, impulsar o complementar el negocio. Es crucial considerarlos desde el inicio de la empresa u organización. Estas alianzas pueden variar según los objetivos de la organización, incluyendo replanteamiento, consolidaciones o adquisiciones de activos. Es importante hacerse preguntas como quiénes son los aliados clave y proveedores, qué ventajas aportan y qué ejercicios clave realizan (Osterwalder & Pigneur, 2005).

Canales de distribución. - se refiere a los canales por medio de los cuales se comunicará la empresa con el cliente, como la web, correo electrónico, teléfono y redes sociales, que coinciden con los medios utilizados en la relación con los clientes. Este bloque describe la estrategia de comunicación y distribución de la compañía para alcanzar su segmento de clientes (Quijano, 2018).

Cultura. - La cultura se caracteriza por sus tradiciones, costumbres y manifestaciones artísticas, reflejando la identidad y el patrimonio histórico de la región (Pérez M. , 2019). g

Estrategias de Marketing. - Son planes diseñados para promocionar productos o servicios y alcanzar los objetivos comerciales mediante el análisis del mercado y la segmentación de clientes (Armstrong & Kotler, 2018).

Estudio de mercado. - Un estudio de mercado es el proceso de recopilar, analizar e interpretar información sobre el mercado, incluidos los clientes, la competencia y el entorno de la industria (Burns & Bush, 2014).

Factibilidad. - La factibilidad evalúa la viabilidad técnica, económica y operativa de un proyecto (Savitz, 2019).

Gastronomía Guayaquileña. – Representa a la variedad de comida típica que representa la cultura de Guayaquil (Ramírez, 2021).

Modelo de negocio. - Un modelo de negocios es el método que utiliza una empresa para generar ingresos en un entorno altamente competitivo. Un modelo de negocios más sencillo implica proporcionar un bien o servicio que se pueda vender de tal manera que los ingresos superen a los costos y gastos (Quijano, 2018).

Metodología CANVA. - Un modelo de negocio es un plan que una empresa utiliza para generar ingresos, detallando la propuesta de valor, los clientes, los canales, y las estrategias de monetización (Osterwalder & Pigneur, 2005).

Propuesta de valor. – Es el conjunto de beneficios y valores que una organización busca entregar a sus clientes para cumplir con sus expectativas e incluso sobrepasarlas.

Segmento de clientes. - Este identifica al grupo de personas al que se dirige el negocio, siendo los clientes cruciales para su éxito. Es esencial entender los diferentes tipos de mercados: masivo, especializado y ampliado, para caracterizar adecuadamente el mercado objetivo (Alonso, 2022).

Relaciones con los clientes. - El bloque de relaciones con los clientes implica establecer diversos tipos de relaciones con los diferentes segmentos de clientes, considerando aspectos temporales y económicos. Algunos puntos clave para mantener una relación sólida incluyen la diferenciación en los servicios, envíos gratuitos por compras mínimas, disponibilidad de mensajería las 24 horas, servicios de garantía, seguimiento postventa, atención al cliente de calidad e interacción en redes sociales.

Estructura de costos. - La estructura de costos comprende los gastos asociados con la ejecución del proyecto, como publicidad y salarios. Representa la búsqueda de equilibrio financiero y se relaciona con las fuentes de ingresos. En el modelo Canvas, se deben considerar costos fijos, variables, economías de escala y outsourcing (Alonso, 2022).

Flujo de ingresos. - El bloque de flujo de ingresos es fundamental para determinar los niveles y fuentes de ingresos, así como el monto esperado. Se pueden emplear estrategias como marketing colaborativo, ofertas, cargos por uso o afiliación, alquiler, autorización o estimación única. Para desarrollar esta sección, es útil preguntarse qué valor están dispuestos a pagar los clientes, por qué pagan actualmente, cómo pagarían ahora, cómo les gustaría pagar y cuánto ascendería cada flujo de ingresos (Osterwalder & Pigneur, 2005).

Restaurante. – es un sitio donde se preparan y sirven comidas y bebidas para que se consuman en el mismo lugar, estos sitios ofrecen variedades de menús y platos que se clasifican según la cultura, autor y otros factores (Ramírez, 2021).

Sostenibilidad. - se refiere a la capacidad del negocio para mantenerse en el tiempo sin agotar los recursos disponibles (Savitz, 2019).

Alimentos y bebidas. – es la industria que brinda todo tipo de alimentos y

bebidas relacionadas con la producción, distribución y comercialización de productos alimenticios para el consumo humano. Esta industria incluye todo tipo de negocio de comidas como restaurantes, cafeterías, resto – bar, panaderías, catering, delivery, entre otros. Estas empresas buscan satisfacer las necesidades alimentarias de las personas ofreciendo diferente variedad y calidad de alimentos y bebidas (Martínez, 2019).

1.3. Marco legal

En este apartado se muestra el marco legal, mismo que es fundamental para el desarrollo de cualquier negocio, ya que establece las bases y normativas que regulan su funcionamiento. En este caso, se abordarán las leyes y regulaciones aplicables a la propuesta de un modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña en Ecuador.

1.3.1. Constitución de la República del Ecuador

En el artículo 13 de la Constitución de la República del Ecuador se expresa que todas las personas tienen derecho a acceder y consumir alimentos sanos, seguros, nutritivos de tal forma que deben cumplir con los estándares sanitarios mínimos y de preferencia deben ser producidos en el país (Asamblea Constituyente, 2008).

En la sección Segunda (Ambiente Sano) en el artículo 14 se indica que toda la población tiene el derecho de vivir en un ambiente sano, con el fin de garantizar su bienestar que se alinee con el “sumak kawsau” (Asamblea Constituyente, 2008, p.14).

Según el artículo 66 de la Constitución de la República del Ecuador “Se reconoce y garantiza a las personas, el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental” (Asamblea Constituyente, 2008, p.32).

1.3.2. Plan Nacional de Turismo

El Plan Nacional de turismo, es una ley que “tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios” (Ministerio de turismo del Ecuador, 2019, pág. 27).

Según el Plan Nacional de Turismo, varios principios guían la actividad turística en Ecuador. Primero, se destaca la importancia de la iniciativa privada como elemento clave del sector, subrayando su papel en la inversión directa, generación de empleo y promoción tanto nacional como internacional.

La conservación de los recursos naturales y culturales es otro principio fundamental, al igual que la participación de las comunidades indígenas, campesinas, montubias y afroecuatorianas en la preservación de su identidad y ecosistema, así como en la provisión de servicios turísticos (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019, p. 28).

En el artículo 5 del mencionado plan, en el literal e, se hace énfasis a que el servicio de alimentos y bebidas se considera como una actividad turística, misma que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas (Ministerio de turismo del Ecuador, 2019).

1.3.3. Plan de Creación de oportunidades 2021 - 2025

Objeto del plan

Según Senplades (2021), el Plan Nacional de Creación de Oportunidades 2021-2025 se centra en fomentar el desarrollo sostenible y la creación de empleo en

Ecuador. Dentro de este marco, se identifican varias áreas estratégicas que son relevantes para la industria de la gastronomía y los restaurantes:

Fomento al Turismo y la Cultura: El plan promueve el desarrollo del turismo como una herramienta para el crecimiento económico y la promoción de la identidad cultural. Esto incluye la promoción de la gastronomía local como un atractivo turístico. La valorización de la cocina tradicional guayaquileña puede ser una ventaja competitiva para atraer turistas y fortalecer la identidad cultural.

Seguridad Alimentaria y Nutricional: Una de las prioridades del plan es garantizar la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición de la población. Esto incluye el apoyo a la producción local de alimentos, lo cual es relevante para un restaurante que desee utilizar ingredientes frescos y locales, promoviendo así la economía circular y la sostenibilidad (Senplades, 2021).

1.3.4. Estrategias para la Promoción de la Gastronomía Local

El plan establece algunas estrategias que tienen relación con el presente trabajo de investigación Senplades (2021), a continuación, se muestran las que se consideran de mayor relevancia:

Promoción de Productos Locales: El plan establece estrategias para impulsar el consumo de productos locales, lo que puede incluir incentivos para restaurantes que utilicen ingredientes producidos en la región. Esta práctica no solo apoya a los agricultores locales, sino que también garantiza la frescura y calidad de los alimentos.

Capacitación y formación profesional: Se brinda capacitaciones en cocina, de forma técnica y profesionalizan te cumpliendo con los estándares mínimos requeridos por los restaurantes.

Sostenibilidad e innovación: Uno de los objetivos del plan es promover la adopción de prácticas innovadoras y sostenibles para los diferentes sectores lo cual se puede traducir en reducción de desperdicios de alimentos, sostenibilidad y cuidado medioambiental.

1.3.5. Plan de Desarrollo para el nuevo Ecuador

Este plan se creó bajo la presidencia de Daniel Noboa en el año 2024 con el fin de hacer énfasis en 4 ejes estratégicos que son el eje social, desarrollo económico, Infraestructura, Energía y Medio Ambiente, e Institucionalidad y Gobernanza. Este plan tiene como objetivo mejorar los servicios públicos y gestionar mejor el territorio, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

Dentro del eje de desarrollo económico, se pretende fomentar la productividad, la competitividad y la generación de un empleo digno para todas las personas, lo cual se alinea con el presente proyecto que es la creación de un restaurante. En cuanto al eje de infraestructura, energía y medio ambiente, se impulsa la construcción de mejoras en los locales en este caso en los establecimientos de comida (Senplades, 2024).

Además, el plan contempla una inversión significativa, con un presupuesto de USD 1.600 millones solo para el año 2025, destinando una considerable cantidad de recursos al ámbito social, lo cual puede incluir programas de apoyo a pequeños y medianos empresarios en el sector de la restauración.

Estos elementos del plan de desarrollo son cruciales para cualquier nuevo negocio, ya que ofrecen un marco de apoyo y desarrollo económico favorable para la creación y sostenibilidad de emprendimientos en el sector de la gastronomía y cultura guayaquileña.

Estrategias para la Promoción de la Gastronomía Local

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo, existen estrategias específicas para fomentar la gastronomía local como un motor de desarrollo turístico y cultural. Esto incluye apoyar a los pequeños productores y promover la cocina tradicional como parte de la identidad cultural (Senplades, 2024).

Además de estos planes que se ha mencionado con anterioridad, se presentan las leyes que tienen relación directa con este trabajo de investigación y las cuales se aplicarán para la creación de un restaurante especializado en gastronomía en gastronomía y cultura guayaquileña.

1.3.6. Ley de Defensa del Consumidor

La Ley de Defensa del Consumidor establece las normas para proteger los derechos de los consumidores, garantizando que los productos y servicios ofrecidos sean seguros y de calidad. Para un restaurante, esto implica cumplir con estándares de higiene y seguridad alimentaria.

1.3.7. Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Restaurantes y Afines

Este reglamento especifica los requisitos sanitarios que deben cumplir los establecimientos de comida. Incluye normas sobre la manipulación de alimentos, la limpieza del local, y la capacitación del personal en prácticas de higiene.

1.3.8. Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización)

Las normas INEN son estándares nacionales que aseguran la calidad y seguridad de los productos y servicios. En el caso de los restaurantes, es importante cumplir con las normas relacionadas con los utensilios de cocina, almacenamiento de alimentos y otros aspectos técnicos.

1.3.9. Patentes Municipales y Permisos

Patente Municipal de Funcionamiento

Para operar un restaurante, es necesario obtener una patente municipal. Este permiso es otorgado por el gobierno local y certifica que el establecimiento cumple con las normativas locales y está autorizado para operar.

Permisos de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública

El Ministerio de Salud Pública requiere que los restaurantes obtengan un permiso de funcionamiento, el cual asegura que el establecimiento cumple con las condiciones sanitarias necesarias para operar.

Permisos de Uso de Suelo y Zonificación

Es esencial verificar que el local donde se ubicará el restaurante cumpla con las normativas de uso de suelo y zonificación establecidas por el municipio. Esto incluye asegurarse de que la ubicación es adecuada para un establecimiento de comidas.

1.3.10. Reglamento turístico de alimentos y bebidas

Este reglamento clasifica y categoriza los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, define los requisitos de higiene y seguridad alimentaria, y promueve la capacitación del personal. También establece la colaboración con autoridades locales y nacionales para la gestión de permisos y licencias. Estos aspectos asegurarán que el restaurante cumpla con las normativas, garantizando su operatividad y éxito en el mercado guayaquileño.

En el artículo dos relacionado con el ámbito de aplicación del (Reglamento turístico de alimentos y bebidas, 2023) se dice que “las disposiciones del presente reglamento son de aplicación y observancia obligatoria para quienes se dediquen al ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional excepción de la provincia de Galápagos” (p.3).

En el artículo 14 de este reglamento, se ve la clasificación, categorización de los locales de comida:

Cafetería: Se expenden alimentos de elaboración rápida o precocinada, fríos o calientes, y bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Bar: Se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y alimentos ligeros como bocaditos, picadas, y sandwich, entre otros, sin área de baile.

Restaurante: Se elaboran y/o expenden alimentos preparados, con posibilidad de comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y ofrecer servicios de cafetería y comida rápida.

Discoteca: Para escuchar música grabada y/o en vivo, bailar, y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, con pista de baile.

Establecimiento móvil: Se elaboran, expenden y/o sirven alimentos preparados, y bebidas alcohólicas y no alcohólicas, con servicios itinerantes.

Plazas de comida: Agrupan diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas fuera de un centro comercial, regulados como establecimientos móviles (Reglamento turístico de alimentos y bebidas, 2023).

1.4. Marco Referencial

1.4.1. Casos de Éxito

1.4.1.1. *Bocavaldivia*

El restaurante Boca Valdivia en Puerto Cayo, Manabí, Ecuador, ofrece una experiencia culinaria única y memorable. La experiencia comienza con una ambientación mágica donde las cenas son servidas a la luz de las velas con una vista impresionante al mar, creando un entorno íntimo y romántico.

En este restaurante se puede ver un ambiente muy acogedor, acompañado con música jazz y bossa nova, lo cual hace que la atmosfera sea relajante y sofisticada. Los meseros son muy cuidadosos en su vestuario y además entregan los platos con una sincronización única, lo cual hace que los comensales sientan un espectáculo culinario.

Figura 2.

Experiencias que se viven en Bocavaldivia



Fuente: <https://www.bocavaldivia.earth/>

La cultura en la que se basa Bocavaldivia es un homenaje tanto a Boca, un pequeño pueblo olvidado de la zona, como a la cultura Valdivia, una de las civilizaciones más antiguas de América. Esta inspiración cultural se refleja en cada aspecto del restaurante, desde la decoración hasta la elección de los ingredientes, que

son locales y frescos. El chef Rodrigo Pacheco combina técnicas culinarias modernas con tradiciones ancestrales, lo que resulta en platos innovadores que resaltan los sabores tradicionales ecuatorianos. La cocina de Bocavaldivia es un puente entre el pasado y el presente, donde se honra la historia y la naturaleza de Ecuador (Diario El Comercio, 2015).

Bocavaldivia forma parte del hotel Las Tanusas y su ubicación estratégica hace que las personas que lo visitan tengan maravillosas experiencias por la linda vista al mar que tiene, el espacio del local es elegante, con decoraciones sofisticadas y que resalta la belleza natural de los alrededores, lo cual permite a los comensales relajarse mirando el mar mientras degustan los deliciosos platos que este lujoso restaurante ofrece. Los menús son únicos ya que se realizan con la pesca del día a día, lo cual brinda una experiencia llena de dinamismo para los visitantes.

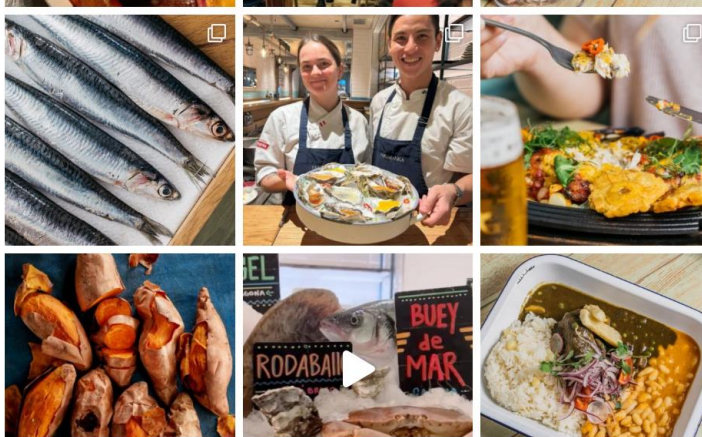
Bocavaldivia se diferencia de la competencia ya que se enfoca en la sostenibilidad y el cuidado del ambiente, los productos que se utilizan son locales y sobretodo frescos porque la mayoría de ingredientes vienen directamente del mar, haciendo que los platos tengan un sabor único, además ofrece la opción de que los comensales puedan participar en la pesca artesanal y recolección de alimentos, de tal forma que puedan sentirse parte de la familia.

Cuentan con una filosofía denominada “360 grados de honor” lo cual hace que el equipo de Bocavaldivia garantice que cada experiencia es diseñada cuidando los detalles para hacer de la experiencia del cliente algo inolvidable (Bocavaldivia, 2023).

2. Yakumanka

Figura 3.

Experiencias que se viven en Yakumanka



Fuente: <https://www.yakumanka.com/>

Yakumanka, uno de los renombrados restaurantes del chef Gastón Acurio, ofrece una experiencia culinaria que transporta a los comensales a la costa peruana. Este restaurante se especializa en mariscos y pescados frescos, presentados en un ambiente vibrante y acogedor. La experiencia comienza desde el momento en que los visitantes entran al local, donde son recibidos por una decoración colorida y marítima que evoca el espíritu de los mercados de pescado de Lima. Los sabores auténticos y las presentaciones innovadoras hacen de cada visita una verdadera celebración de la cocina peruana (Yakumanka, 2023).

Yakumanka tiene una cultura que se arraiga a las tradiciones peruanas, los platos se inspiran en recetas familiares que se han ido transmitiendo y mejorando por generaciones aplicando mejoras cada día para resaltar los ingredientes locales, estos son importados desde Perú para que sus sabores sean auténticos.

El ambiente del restaurante refleja alegría a los comensales dando a conocer que así es la gente peruana, siempre alegre y predispuesta a disfrutar. Este lugar se inspiró desde el amor y la pasión por la cocina peruana de su Chef Gastón Acurio,

quien promueve la diversidad culinaria y cultural de su país brindando platos exquisitos con un toque único tales como el ceviche peruano hasta tiraditos.

En cuanto al vestuario del personal de Yakumanka, se puede decir que se enfoca en la cultura que se desea transmitir, es decir, no puede faltar ese toque peruano. Los uniformes son elegantes pero cómodos y los colores se inspiran en las costas peruanas con tonos azules, celestes y blancos que indican el color del mar y la frescura que se brinda en el restaurante. Esto es un valor agregado que hace que los comensales se sientan bien en el lugar.

Un aspecto importante de Yakumanka es el compromiso que tiene con el medio ambiente y la responsabilidad social corporativa, una forma de hacerlo es teniendo como proveedores de mariscos a los pescadores locales para brindar apoyo económico y con ello asegurar que los productos sean frescos, del mar a la mesa (Dueñas, 2024)-

3. Tutul Xiu

Figura 4.

Experiencias que se viven en Tutul Xiu



Fuente: <https://dbe.rah.es/biografias/100369/tutul-xiu-o-chi>

Al ir a México y no visitar Tutul Xiu es como si no hubieras ido a una de las playas de Cancún. Este restaurante, ubicado en la hermosa Riviera Maya, específicamente en el municipio de Maní, Yucatán (Galvez, 2018).

Este encantador restaurante brinda una experiencia autentica y única que se centra en la herencia culinaria de la región. Tutul Xiu es conocido por su enfoque en la cocina yucateca tradicional, pero con un toque innovador, brindando un ambiente de calidez y hospitalidad inspirado en los mayas con decoraciones que utiliza elementos rústicos con un toque moderno que brinda relax a los comensales.

La esencia de Tutul Xiu está profundamente entrelazada con las tradiciones y costumbres de la península de Yucatán. Los platillos que se sirven child una verdadera celebración de los sabores y técnicas culinarias ancestrales de la región. La elaboración de los alimentos se adhiere a las recetas tradicionales, utilizando ingredientes frescos y regionales, muchos de los cuales child cultivados en huertos propios o comprados a agricultores de la zona.

Tutul Xiu se inspira en el deseo de promover y preservar a lo largo del tiempo la cocina de Yucatán, por ello sus fundadores se han dedicado a realizar investigaciones de recetas tradicionales a las cuales le han agregado otros ingredientes para satisfacer paladares modernos, pero sin perder el toque original. Cada uno de sus platos cuenta una historia, esto se da desde la aplicación de los ingredientes hasta la cocción de tal forma que los comensales puedan gozar de una experiencia educativa que los lleva al pasado y presente de Yucatán.

Otro de los aspectos de relevancia de este restaurante, es la atención de su personal, estos están altamente capacitados para ofrecer un servicio de calidad al cliente, son atentos y sirven de guías culinarios contando la historia de cada plato, sus

ingredientes y demás, logrando así captar la atención de los comensales asegurando que se convierta en una experiencia gastronómica memorable.

En cuanto al vestuario, los meseros de Tutu Xiu es llamativa, son trajes tradicionales de Yucatán con telas frescas ideales para la Riviera Maya, los colores son los alineados a la cultura yucateca, lo que hace que se brinde ese toque autentico que destaca la cultura con enriquecimiento gastronómico.

El menú, sin duda alguna es el toque secreto de la maravillosa experiencia que se genera al visitar Tutul Xiu, los platos que más se venden son cochinita pibill, sopa limeña, apdzules, ceviches, todos con ingredientes de gran calidad y frescos con especias locales que realzan el sabor de la cocina yucateca.

Resumiendo, Tutul Xiu brinda una experiencia a sus visitantes única, pues complementa la gastronomía con la decoración y el ambiente acogedor propio de los yucateños, haciendo de cada aspecto una memorable experiencia. La diferenciación radica en la frescura de los ingredientes al preparar sus platos, más el servicio al cliente que brindan los meseros (Galvez, 2018).

CAPITULO II

2.1. Diagnóstico de tradiciones culinarias

Para realizar el presente capítulo utilizaremos las siguientes herramientas:

1. **Revisión Bibliográfica:** Revisión exhaustiva de la literatura académica y fuentes confiables sobre la gastronomía y cultura de Guayaquil. Buscando libros, artículos de revistas especializadas, investigaciones previas, y documentos oficiales que describan la gastronomía local, los platos tradicionales, los ingredientes característicos, las influencias culturales y los aspectos socioculturales relevantes.
2. **Investigación de Campo:** Investigaciones de campo. Entrevista a expertos en gastronomía local, chefs reconocidos, historiadores locales, y miembros de la comunidad para obtener información de primera mano sobre los elementos esenciales de la gastronomía y cultura guayaquileña.

2.1.1. Investigación bibliográfica – documental

La presente investigación se enfoca en desarrollar una propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía guayaquileña. Con el fin de fundamentar este proyecto, se ha realizado una revisión exhaustiva de la literatura académica y fuentes confiables que describen la gastronomía local, los platos tradicionales, los ingredientes característicos, las influencias culturales y los aspectos socioculturales relevantes.

Además, la evolución de la cocina guayaquileña y las tendencias actuales se analizan en trabajos como los de María Fernández (2021) y Elena García (2022), proporcionando una comprensión integral de cómo estas influencias pueden integrarse en un modelo de negocio exitoso. Documentos oficiales como el inventario del

patrimonio gastronómico de Guayaquil (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2017) ofrecen una base sólida sobre los ingredientes y platos tradicionales que deben incorporarse para garantizar autenticidad y atractivo cultural.

La revisión se ha enriquecido con fuentes internacionales que permiten comparar y contextualizar la gastronomía guayaquileña en un marco más amplio. Autores como Gastón Acurio (2020) y Ferran Adrià (2022) aportan perspectivas sobre la innovación y la documentación de la gastronomía local, mientras que investigaciones de Julián Estrada Ochoa (2021) y Patricia Quintana (2018) exploran la relación entre gastronomía y cultura en contextos similares de Colombia y México.

Esta recopilación de fuentes no solo ofrece un panorama detallado de la gastronomía guayaquileña, sino que también proporciona herramientas y estrategias para su implementación efectiva en el modelo de negocio propuesto. Así, la presente tesis se basa en una sólida fundamentación teórica y práctica que asegura la autenticidad y el éxito cultural y comercial del restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña.

Tabla 1.

Principales estudios relacionados con esta investigación

Autor	Tema de la Investigación	Fecha	Objetivo	Metodología	Relación con esta Tesis
Carlos Pérez	“La cocina guayaquileña: Tradiciones y sabores” (Libro)	2018	Documentar y analizar las tradiciones culinarias de Guayaquil	Revisión documental y entrevistas con chefs locales	Proporciona una base teórica sobre los platos tradicionales e ingredientes característicos.

Ferran Adrià	"ElBulli 2005-2011" (Libro)	2014	Documentar la innovación culinaria en el restaurante ElBulli	Revisión documental y análisis de recetas	Proporciona inspiración sobre la innovación en la cocina y cómo aplicar técnicas avanzadas en la gastronomía guayaquileña.
Michel Laudan	"Cuisine and Empire: Cooking in World History" (Libro)	2013	Analizar cómo las cocinas se desarrollaron y se expandieron globalmente	Revisión documental y análisis histórico	Ofrece un contexto histórico sobre la evolución de las cocinas, relevante para entender la evolución de la cocina guayaquileña.
Ken Albala	"Food in Early Modern Europe" (Libro)	2003	Investigar las tradiciones culinarias en la Europa Moderna	Revisión histórica y análisis documental	Proporciona información sobre influencias europeas en la gastronomía de América Latina y Guayaquil.

Ana Morales	"Influencia cultural en la gastronomía de Guayaquil" (Artículo Científico)	2020	Examinar las influencias culturales en la cocina guayaquileña	Análisis cualitativo y revisión histórica	Ayuda a comprender cómo las diversas culturas han influido en la gastronomía guayaquileña.
Juan Rodríguez	"Gastronomía guayaquileña y su impacto sociocultural" (Ensayo)	2019	Explorar el impacto de la gastronomía en la identidad cultural de Guayaquil	Análisis sociocultural y entrevistas	Ofrece perspectivas sobre la importancia sociocultural de la gastronomía en Guayaquil.
Instituto Nacional de Patrimonio Cultural	"Inventario del patrimonio gastronómico de Guayaquil" (Documento oficial)	2017	Catalogar y preservar el patrimonio gastronómico de Guayaquil	Recolección de datos y entrevistas	Brinda información oficial y detallada sobre los ingredientes y platos tradicionales de Guayaquil.
Elena García	"La evolución de la cocina guayaquileña" (Artículo científico)	2022	Analizar cómo ha evolucionado la cocina guayaquileña en las últimas décadas	Revisión documental y entrevistas	Ayuda a entender las tendencias actuales y cómo incorporarlas en el modelo de negocio

Elaborado por: Las autoras

Libro “La cocina guayaquileña: Tradiciones y sabores” de Carlos Pérez (2018)

La obra de Carlos Pérez, “La cocina guayaquileña: Tradiciones y sabores”, ofrece una exploración exhaustiva de las tradiciones culinarias de Guayaquil. Pérez documenta cómo la gastronomía de la ciudad ha evolucionado a lo largo de los años, preservando sus raíces ancestrales y adaptándose a las influencias modernas. Este libro es fundamental para entender la identidad culinaria guayaquileña, ya que analiza platos emblemáticos como el encebollado, el ceviche y la guatita, destacando sus ingredientes característicos y las técnicas de preparación tradicionales. La rica herencia culinaria descrita por Pérez proporciona una base teórica esencial para un restaurante que busca especializarse en la gastronomía local, asegurando que la oferta gastronómica sea auténtica y culturalmente relevante (Pérez C. , 2018).

En el libro de Pérez se resalta cada uno de los ingredientes más importantes y más utilizados en la cocina guayaquileña, tal como el plátano verde, el pescado y otros mariscos, además se pueden ver las diferentes técnicas culinarias que son esenciales para la preparación de un buen plato.

Libro “ElBulli 2005-2011”

El libro “ElBulli 2005-2011” de Ferrán Adrià es un testimonio de la innovación culinaria que transformó el panorama gastronómico mundial. Adrià documenta detalladamente las técnicas y enfoques creativos que definieron al restaurante ElBulli, resaltando la importancia de la experimentación y la reinvención constante. Este enfoque puede ser una fuente de inspiración significativa para un restaurante especializado en gastronomía guayaquileña, permitiendo que las tradiciones locales se fusionen con técnicas vanguardistas para crear experiencias culinarias únicas y sorprendentes (Adrià, 2014).

En esta obra el autor inserta una gran variedad de técnicas de cocina avanzada de tal forma que transforman la presentación de los platos además de su textura y sabor, ofreciendo nuevas sensaciones, la implementación de estas técnicas en la cocina guayaquileña harán que el comensal sienta una delicia en su paladar.

“El Bulli” es una filosofía de trabajo que representa la creatividad de las personas que son apasionadas por la cocina brindando a más de un recetario, un libro donde brinda sus secretos culinarios, lo cual puede ser aplicado en el contexto de la cocina guayaquileña para dar un toque especial a los platos.

Libro Cuisine and Empire: Cooking in World History” (2013).

En este libro, su autor Rachel Laudan, hace una exploración de como las cocinas han ido desarrollándose a lo largo del tiempo a nivel mundial, este análisis ha permitido que conozca las técnicas de la alta cocina y es muy relevante para el contexto de la cocina guayaquileña. Laudan enseña cómo la influencia de una cultura puede moldearse a una práctica culinaria de tal forma que se identifiquen sus raíces y se transformen en platos tradicionales de Guayaquil, por lo cual es necesario comprender la historia de la herencia guayaquileña (Laudan , 2015).

Laudan en su libro, indica las formas en que se ha ido adaptando diferentes culturas en la cocina guayaquileña, tales como africanas, española, colombiana, dando un toque especial a cada comida.

Esta perspectiva es invaluable para un restaurante que busca especializarse en la gastronomía local, ya que permite apreciar y valorizar la complejidad y riqueza de la cocina guayaquileña. Además, este análisis histórico puede inspirar la creación de platos que no solo respeten las tradiciones, sino que también innoven mediante la incorporación de elementos de otras cocinas, manteniendo la autenticidad cultural.

Libro Food in Early Modern Europe (2003)

El libro “Food in Early Modern Europe” de Ken Albala y Robert Allen ofrece una investigación exhaustiva sobre las tradiciones culinarias durante la Europa Moderna. Albala explora cómo las prácticas alimentarias europeas de los siglos XVI al XVIII sentaron las bases de muchas tradiciones culinarias contemporáneas. Esta obra es fundamental para comprender las influencias europeas en la gastronomía de América Latina y, específicamente, en la cocina guayaquileña. Analizar estas raíces europeas permite identificar cómo se han integrado y adaptado a las realidades locales, aportando una comprensión más profunda de la evolución culinaria en Guayaquil.

Albala y Allen documentan las técnicas, ingredientes y recetas que se popularizaron en Europa durante la Edad Moderna y cómo estas prácticas fueron exportadas a América Latina durante la colonización. Las influencias españolas, en particular, jugaron un papel crucial en la transformación de la gastronomía guayaquileña. Platos tradicionales guayaquileños, como la cazuela y el seco de chivo, tienen sus raíces en recetas europeas que fueron adaptadas a los ingredientes y gustos locales. Este análisis permite apreciar la manera en que la cocina guayaquileña ha evolucionado a partir de una rica mezcla de herencias culturales (Allen & Albala , 2003).

Artículo científico de Ana Morales (2020), “Influencia cultural en la gastronomía de Guayaquil”

El artículo científico de Ana Morales, titulado “Influencia cultural en la gastronomía de Guayaquil” (2020), se enfoca en el análisis de las diversas influencias culturales que han moldeado la cocina guayaquileña a lo largo de la historia. Su objetivo principal fue examinar estas influencias a través de un análisis cualitativo y una revisión histórica, proporcionando una visión profunda de cómo las culturas que

han interactuado en esta región han dejado una huella indeleble en su gastronomía (Morales , 2020).

En la metodología, se empleó un enfoque cualitativo por medio de la aplicación de instrumentos de investigación como la entrevista, la cual permitió conocer los diferentes puntos de vista de expertos acerca de la cocina y la contribución de las diferentes culturas como la china, española, italiana, etc.

Los resultados demostraron que la cocina guayaquileña es amplia y en ella se ve reflejada su diversidad cultural, al combinarlo con los ingredientes más consumidos como el plátano, el cacao y los mariscos y utilizando las diversas técnicas culinarias de la alta cocina, se puede obtener un plato exquisito y llamativo, de tal forma que se atrae a clientes nacionales y extranjeros.

En cuanto a la fusión de los platos, se indica en este artículo que se combina la comida china con la comida guayaquileña al brindar platos como el tallarín saltado y arroz chaufa, mientras que la fusión española podría ser el arroz con menestra y el encebollado. Esta autora concluye que es necesario conocer la influencia de la cultura guayaquileña para enriquecer el conocimiento y además para impulsar el turismo gastronómico de la ciudad.

Gastronomía guayaquileña y su impacto sociocultura

El ensayo de Juan Rodríguez titulado “Gastronomía guayaquileña y su impacto sociocultural” (2019) se dedica a explorar el impacto de la gastronomía en la identidad cultural de Guayaquil. Con el objetivo de proporcionar una comprensión profunda de cómo la cocina local contribuye a la formación y perpetuación de la identidad cultural, Rodríguez utiliza un análisis sociocultural complementado con entrevistas, ofreciendo valiosas perspectivas sobre la importancia sociocultural de la gastronomía en esta vibrante ciudad ecuatoriana.

El autor en esta investigación utilizó un enfoque metodológico que se desarrolló bajo el alcance sociocultural aplicando entrevistas a diferentes actores guayaquileños, así como chef historiadores y posibles clientes esto permitió captar diferentes puntos de vistas opiniones y experiencias haciendo énfasis en Cómo la gastronomía guayaquileña sirve para preservar la identidad cultural de la ciudad.

Rodríguez indica en su estudio que la gastronomía guayaquileña no solamente sirve para manifestarse e inspirar la cultura culinaria guayaquileña sino también para crear una identidad local los platos emblemáticos como el encebollado, el ceviche, el bolón de verde, el tigrillo no solamente dan una exquisitez al paladar sino que también que te transportan a Guayaquil y su cultura de generación en generación estos alimentos son simbólicos y crean sentido de pertenencia crucial para las festividades locales reforzando así la diversidad cultural.

Este estudio resalta como la gastronomía guayaquileña puede traer el pasado hacia el presente haciendo una conexión a los guayaquileños con sus raíces históricas mientras se adaptan a los ingredientes modernos. El autor observa que la globalización ha hecho que se incluyan nuevos ingredientes y técnicas avanzadas de cocina, pero no se pierde la identidad de la cultura guayaquileña y su esencia original.

Para finalizar Rodríguez concluye que la gastronomía de Guayaquil es fundamental para crear una identidad cultural moderna en su estudio se revela que la comida no solamente Define a Guayaquil en el ámbito local sino también se lo reconoce a nivel internacional tanto así que la gastronomía no solamente alimenta el cuerpo sino que da placer y sensaciones de emoción Al momento de degustarlas ya que enriquece el paladar y además crea experiencias exquisitas

“Inventario del patrimonio gastronómico de Guayaquil”

El documento oficial titulado “Inventario del patrimonio gastronómico de Guayaquil” (2017) del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural se centra en catalogar y preservar el patrimonio gastronómico de Guayaquil, este documento se realizó con el fin de obtener información exhaustiva y precisa de los ingredientes y platos tradicionales de la ciudad, este trabajo emplea una meticulosa recolección de datos y entrevistas, ofreciendo una fuente oficial y detallada de información sobre la riqueza culinaria guayaquileña.

Este método permitió la identificación y catalogación de una amplia variedad de ingredientes autóctonos, técnicas culinarias ancestrales y platos emblemáticos que forman parte del patrimonio gastronómico de Guayaquil.

El documento destaca la importancia de los ingredientes locales en la conformación de la identidad culinaria de Guayaquil. Productos como el plátano, el maíz, el cacao y los mariscos son fundamentales en la cocina guayaquileña y están presentes en una variedad de platos tradicionales.

Además, en este inventario se destaca la diversidad de platos tradicionales que hacen a Guayaquil diferente a las demás ciudades, desde el encebollado hasta el ceviche y el arroz con menestra con sus diferentes acompañantes, el Seco de pollo, el Tigrillo y el bolón son platos exquisitos que ofrecen variedad al paladar de los comensales. Este documento ofrece descripciones detalladas de cada plato Incluyendo los ingredientes exactos que se necesitan para su preparación los métodos de cocción y las variaciones de cada región esta información es relevante para crear recetas innovadoras y asegurar que la siguientes generaciones puedan disfrutar del patrimonio gastronómico de la ciudad de Guayaquil.

Para el Instituto Nacional de patrimonio cultural es importante Resaltar la dimensión gastronómica de Guayaquil punto ya que las prácticas culinarias no solo llegan a satisfacer necesidades alimenticias sino que también son importantes en las festividades, celebraciones y fiestas sociales de los guayaquileños la comida actúa como un vínculo entre las personas creando placer y una conexión emocional, de tal forma que al documentar estas prácticas se revitaliza y se preserva la identidad de Guayaquil.

Finalmente, el documento oficial concluye que la preservación del patrimonio de la gastronomía de Guayaquil es esencial para mantener la cultura guayaquileña. Este inventario no solamente sirve como un recurso educativo para aprender recetas y técnicas de cocina, sino que también para promover la valorización de la gastronomía local tanto en el país como fuera del mismo así mismo se pretende proteger y celebrar el patrimonio gastronómico guayaquileño transmitiendo las técnicas y cultura gastronómica a futuras generaciones.

“La evolución de la cocina guayaquileña”

El artículo científico de Elena García, titulado “La evolución de la cocina guayaquileña” (2022), se enfoca en analizar cómo ha evolucionado la cocina guayaquileña en las últimas décadas. Con el objetivo de proporcionar una comprensión profunda de las tendencias actuales y su incorporación en el modelo de negocio gastronómico, García emplea una metodología basada en la revisión documental y entrevistas, brindando una perspectiva detallada sobre los cambios y continuidades en la gastronomía de Guayaquil.

Para desarrollar esta investigación García utilizó la combinación de la revisión documental y las entrevistas a expertos en cocina tal como chefs restauradores y

expertos en gastronomía para alcanzar la comprensión de la evolución de la cocina en Guayaquil. La revisión documental por su parte abarca una amplia gama de fuentes desde libros de cocina tradicional hasta artículos científicos en diferentes países permitiendo a la autora identificar cuáles son las tendencias modernas y los cambios que se han venido dando en las prácticas culinarias a lo largo del tiempo por su parte las entrevistas proporcionaron un complemento altamente valioso ofreciendo información primaria acerca de las experiencias y percepciones de los profesionales del sector culinario (García, 2022).

El análisis de García revela que la cocina guayaquileña ha experimentado una notable transformación en las últimas décadas, impulsada por factores como la globalización, la innovación culinaria y el resurgimiento del interés por los ingredientes locales. La autora destaca cómo la introducción de técnicas modernas y la fusión de sabores internacionales han enriquecido la oferta gastronómica de la ciudad, sin perder de vista la esencia de la cocina tradicional. Platos como el ceviche, el encebollado y el bolón de verde han sido reinterpretados y presentados de maneras innovadoras, atrayendo tanto a locales como a turistas.

Según lo indica García la cocina guayaquileña ha experimentado grandes transformaciones en las últimas décadas lo cual ha sido impulsado por factores como la globalización, la innovación y el resurgimiento del interés de ingredientes locales. Esta autora destaca cómo al introducir técnicas de cocción modernas y fusión de sabores internacionales hace que se cree una experiencia culinaria única que aporta hacia el desarrollo de un futuro prometedor de la comida Guayaquileña.

2.2. Investigación de campo

2.2.1 Entrevistas

2.2.1.1. Entrevista dirigida a Chef del restaurante

Objetivo de la Entrevista: Diagnosticar las tradiciones culinarias y costumbristas de Guayaquil, incluyendo platos tradicionales, ingredientes característicos, influencias culturales y aspectos socioculturales relevantes para comprender los elementos esenciales que deben incorporarse en el restaurante y garantizar su autenticidad y atractivo cultural.

Fecha: 05/07/2024

Nombre del Chef Entrevistado: Manuel Aristega (Lapetitenoir)

Entrevistador: Carolina Paez

1. ¿Cuáles considera que son los platos más representativos de la gastronomía guayaquileña y por qué?

Los platos más representativos de la gastronomía guayaquileña por lo regular son el encebollado, los bolones, la comida tradicional sobre todo guatita, caldo de bola.

2. ¿Qué ingredientes característicos de la región se utilizan con mayor frecuencia en la cocina guayaquileña?

En la comida guayaquileña se usa bastante lo que es verde, pescado, pollo, carnes, en especial la cebolla colorada y la cebolla perla.

3. ¿Cómo describiría la influencia de otras culturas en la gastronomía de Guayaquil?

Considero que sí ha sido muy importante. Por ejemplo, la gastronomía guayaquileña ha influido bastante en la gastronomía manabita y esmeraldeña.

4. ¿Qué aspectos socioculturales cree que deben ser considerados al crear un menú auténtico guayaquileño?

Se debería considerar sobre primero a qué público está orientado el menú que quiere usar. Si es un menú guayaquileño y dependiendo del sector podemos implementar un menú.

De comidas típicas o de comidas tradicionales: Dentro de las comidas tradicionales, como le mencionaba, tenemos encebollados, como desayunos, tenemos bolones, tenemos tigrillos, tortillas, tenemos panes tostados. En cambio, como platos fuertes, tenemos también caldos de comida típica, caldos de bola, guatita, etc.

5. ¿Cómo ha evolucionado la gastronomía guayaquileña en los últimos años?

Al haber bastante influencia e inmigración de otras culturas hacia la costa y obviamente en Guayaquil ha habido bastante influencia en los platos. Anteriormente, en la comida, en la cultura guayaquileña no se comía mucho el encocado o el manizado y esas son influencias de las otras culturas que han migrado hacia esta ciudad.

6. ¿Qué técnicas culinarias tradicionales de Guayaquil son esenciales para preservar la autenticidad de sus platos?

Técnicas culinarias como tal, podríamos indicar que tenemos los sofritos que se preparan, qué tiempo demora la preparación.

Si uno quiere preparar un encocado, la técnica que yo uso es que el cangrejo se lo pone vivo. Hay otras técnicas que dicen que se lo debe congelar, otras técnicas dicen que se lo debe matar antes de prepararlo.

Otra técnica es que se debe mantener de un día a otro las carnes magras, en remojo en leche, para humedecer para que las fibras se hagan mucho más blandas. Obviamente, influye bastante. Y también en el tipo de corte que uno vaya a utilizar.

7. ¿Qué importancia tiene la presentación y el emplatado en la cocina guayaquileña?

Yo soy de las personas creyentes de que la presentación influye mucho, así sea la comida que no tenga un sabor agradable. Pero si la presentación es muy agradable, influye muchísimo.

8. ¿Indíquenos una anécdota o historia que se relacione con la gastronomía Guayaquileña que resulte relevante para la cultura local?

Bueno, en mi caso la primera vez que yo comí caldo de salchicha no me agradaba la presentación.

Por eso influye bastante en la presentación y el emplatado, pero cuando lo probé fue muy agradable.

9. ¿Cómo influye la gastronomía en la identidad cultural de Guayaquil?

Por ejemplo, nos identifica bastante al ser un área costera, que es por lo regular en nuestros mayores platos, Tenemos mariscos es lo más primordial en nuestras comidas, Corvinas, el encebollado como tal.

Ha habido otros platos que han ido poco a poco arraigando a nuestra cultura, por la migración de las otras culturas de la sierra. Por ejemplo, el caldo de pata, que no es una comida tradicional de la costa. Entonces, sí influye bastante el sector que se prepara y las raíces de la persona que está preparando los alimentos.

10. ¿Qué recomendaciones nos daría para asegurar que nuestro restaurante mantenga la autenticidad y atractivo cultural de la gastronomía guayaquileña?

Mi recomendación es que nunca se cambie al cocinero principal, la persona que tiene su toque, mantenga su toque y no varíe mucho en las recetas o en la manera de preparar los alimentos.

Lo más recomendable es que se mantenga humildemente, Y que se agregue más recursos, talento humano a su cocina, que mantengan su estilo, pero que nunca lo varíen.

11. ¿De qué forma la gastronomía guayaquileña atrae turistas y visitantes de otras regiones?

Bueno, la gente siempre se hace conocer aquí en Guayaquil por el famoso encebollado, que es el plato más tradicional de Guayaquil, Y es el plato que más se hace en el país, es el plato que atrae bastante a los extranjeros por los galardones que ha tenido.

Entonces, si en un restaurante de comida típica sería lo primordial tener ese plato, producto, pero influir también con una característica propia de ustedes, que lo caracterice puntual.

Por ejemplo, el encebollado que tenga alguna preparación adicional o algún toque específico para su presentación.

12. ¿Cuál es la visión sobre la gastronomía Guayaquileña y cuáles son las tendencias que usted cree que se verán en los próximos años?

Se ha escuchado de comidas con elementos más químicos que vegetales. Por ejemplo, ahora se ven platos con láminas de oro para darles otro sabor, más que sabor es presentación.

Entonces, sí está influyendo bastante el uso de minerales comestibles, laminados para los productos o las presentaciones de los platos.

13. ¿Cómo se debe decorar o ambientar el local para que un restaurante represente la cultura guayaquileña?

Podríamos tener presentación típica, que las meseras se vistan como criollas bonitas o que usen un traje de la época, de la comida tradicional guayaquileña.

14. ¿Cómo se puede integrar los elementos que representen la cultura y tradición de Guayaquil en la experiencia gastronómica de Guayaquil?

Ofreciendo presentaciones de música y danza típicas de la región.

15. ¿Indique sugerencias para crear un ambiente y una decoración que refleje la autenticidad de la cultura guayaquileña?

Podríamos empezar con un ambiente que sea un restaurante al aire libre, pero que tenga presentación rústica, que llame la atención, que tenga que ver con toques de cómo se caracteriza Guayaquil. Por ejemplo, nosotros somos una ciudad costera, podemos tener que nuestras mesas sean tipo forma de barco o algo represente al ambiente marino.

Fecha: 04/07/2024

Nombre del Chef Entrevistado: Julio Alejandro Asunción Peralta (Ocean Club)

Entrevistador: Carolina Paez

1. ¿Cuáles considera que son los platos más representativos de la gastronomía guayaquileña y por qué?

- La guatita
- El arroz con menestra
- El encebollado
- La cazuela.

2. ¿Qué ingredientes característicos de la región se utilizan con mayor frecuencia en la cocina guayaquileña?

- El Cilantro
- El pescado albacora
- Mondongo
- Cebolla
- Tomate riñón

Pimiento 3. ¿Cómo describiría la influencia de otras culturas en la gastronomía de Guayaquil?

Es muy importante ya que la influencia de otras culturas ayuda a implementar ingredientes a la gastronomía guayaquileña

4. ¿Qué aspectos socioculturales cree que deben ser considerados al crear un menú auténtico guayaquileño?

Si el menú va de acorde al mercado, Si es del gusto familiar o personal

5. ¿Cómo ha evolucionado la gastronomía guayaquileña en los últimos años?

La gastronomía guayaquileña ha evolucionado tanto en técnicas como en ingredientes como en decoración y complementos para los diferentes tipos de salsa

6. ¿Qué técnicas culinarias tradicionales de Guayaquil son esenciales para preservar la autenticidad de sus platos?

- El sofreír
- El hervir

7. ¿Qué importancia tiene la presentación y el emplatado en la cocina guayaquileña?

En todo aspecto la presentación y el emplatado es lo más importante en la gastronomía 3n general además del sabor

8. ¿Podría mencionar alguna anécdota o historia relacionada con la gastronomía guayaquileña que considere relevante para la cultura local?

Una anécdota como tal es que la mayoría de los usuarios o clientes desean calidad, buenos emplatados y buena sazón

9. ¿Cómo influye la gastronomía en la identidad cultural de Guayaquil?

La gastronomía guayaquileña es muy importante para todos los ciudadanos ya que por ende nos reconocen mucho por el encebollado o el arroz con menestra

10. ¿Qué recomendaciones nos daría para asegurar que nuestro restaurante mantenga la autenticidad y atractivo cultural de la gastronomía guayaquileña?

Mantener ideas innovadoras de emplatados y buena sazón de los alimentos eso Ayudaría a mantener la autenticidad

11. ¿Cómo cree que la gastronomía guayaquileña puede atraer a turistas y visitantes de otras regiones o países?

Manteniendo la sazón de uno de sus platos internacionales como lo es el encebollado que mantiene un lugar muy importante en lo que respecta a sopas

12. ¿Cuál es su visión sobre el futuro de la gastronomía en Guayaquil y qué tendencias cree que se verán en los próximos años?

Tendencias hacia la fusión de sabores locales e internacionales, comidas saludables, etc.

13. ¿Qué tipo de ambiente o decoración considera adecuado para un restaurante especializado en gastronomía guayaquileña?

Debe tener una decoración que refleje la cultura local, mobiliario rústico, música tradicional para crear un ambiente auténtico.

14. ¿Cómo podemos integrar elementos culturales y tradicionales de Guayaquil en la experiencia gastronómica del restaurante?

Pueden ofrecer platos típicos, decorar con arte y fotos locales, vestir al personal con trajes tradicionales, etc.

15. ¿Qué sugerencias tiene para la creación de un ambiente y una decoración que reflejen la autenticidad de la cultura guayaquileña?

Murales de paisajes de Guayaquil, y detalles como sombreros de paja toquilla y artesanías locales para crear un buen ambiente.

CAPÍTULO III

Metodología

La investigación es parte fundamental de todo conocimiento, consiste en la revisión de métodos, técnicas y procedimiento utilizado en los procesos investigativos. La metodología se ocupa del enfoque cuantitativo, debido al problema y los objetivos a conseguir con la ejecución, además, porque en el proceso del desarrollo se utilizan técnicas de investigación numéricas para la comprensión y descripción de los hechos que permiten manipular las variables propuestas en el estudio realizado.

3.1. Diseño de la investigación

Para el presente estudio se cuenta con un diseño de investigación cuantitativo porque implica a la población en estudio para obtener datos relevantes relacionados al tema de estudio, y posteriormente utilizar los resultados obtenidos para poder establecer alternativas de solución (Álvarez, 2017).

3.2. Tipo de investigación

Investigación bibliográfica y documental. - Se utilizaron diferentes textos y material electrónico para poder tener una investigación con fuentes relevantes. Para (Baptista, Hernández, & Sampieri, 2017) “es un tipo de investigación documental; ya que se realizan consultas de diferentes textos ya sean éstos revistas, periódicos, fuentes estadísticas, documentos personales, de prensa, resultados de investigaciones anteriores y artículos de internet; con la finalidad de poder establecer un marco lógico conceptual” (p.85).

Investigación descriptiva. - Es de tipo descriptiva porque dio a conocer las características que se observaron en la situación de la problemática. Para (Rush, 2018) indica que “las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas, la investigación descriptiva, por tanto, lo que hace es definir,

clasificar, dividir o resumir. Por ejemplo, mediante medidas de posición o dispersión” (p.1).

Este estudio es de tipo descriptivo ya que tiene como objetivo detallar el modelo de negocio especializado en gastronomía y cultura guayaquileña por ello se busca describir exhaustivamente cuáles son los componentes del modelo de negocio tal como el menú, los ingredientes, la ambientación, las estrategias de mercadotecnia, entre otros elementos importantes de tal forma que se pueda identificar los gustos y preferencias de los consumidores potenciales.

Investigación de campo. - Es de campo porque implica la recolección de datos directamente en el entorno donde se desarrollará el restaurante. Se realizarán encuestas a potenciales clientes, entrevistas con expertos y visitas a competidores y proveedores locales. Este enfoque permite obtener una comprensión profunda y práctica del mercado, validando las hipótesis y ajustando el modelo de negocio en función de la retroalimentación obtenida de los actores involucrados y del análisis del entorno real de Guayaquil. La interacción directa con la comunidad y los stakeholders locales es fundamental para asegurar la relevancia y viabilidad del modelo propuesto.

3.3. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo debido a que se busca analizar las variables independientes del modelo de negocio con las variables dependientes del éxito y rentabilidad del restaurant, de tal forma que usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante la estadística. Se utilizan herramientas estadísticas, censos nacionales y cifras emitidos por instituciones, también se realiza encuestas a con un cuestionario estructurado sobre las variables objetos del estudio.

3.4. Métodos de la investigación

La presente investigación se desarrolla de manera descriptiva, puesto que será de esta manera que se obtendrá la información necesaria para determinar el modelo de negocio adecuado para la creación de un bar restaurante de cultura típica Guayaquileña, además se trabaja en base a los siguientes métodos:

Analítico – sintético. - Este método permite separar los elementos de determinado fenómeno para luego analizarlos y componerlos con el fin de establecer conclusiones que favorezcan a la investigación por medio de la demostración del por qué ocurre tal situación. En análisis permite descomponer un todo en partes para poder estudiar con exactitud el comportamiento de cada parte; la síntesis permite unir estas partes para establecer relaciones o conclusiones válidas (Rodríguez & Pérez, 2016).

Estadísticos. - A través de este método se ha podido tabular la información procedente de la aplicación de encuestas a los clientes potenciales del restaurante (Rodríguez, et al., 2016).

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

De acuerdo con Tamayo y Silva (2017), la técnica de recopilación de datos hace referencia a las herramientas a utilizarse con el fin de obtener información relevante para la toma de decisiones del modelo de negocio. Entre estas se encuentran las entrevistas, encuestas, focus group, observación, entre otros. (Citado por Pozo, 2018). Para la presente investigación de mercado se dio lugar a las encuestas tomando un formato de preguntas que permitan obtener respuestas concisas e información relevante para el presente estudio.

Esta técnica de investigación es la más aplicada para las investigaciones de tipo cuantitativo que cualitativo, esta técnica tiene como objetivo conocer los puntos de

vista de las personas sometidas al estudio, en este caso los clientes potenciales, exponen su opinión en relación a la problemática presente. Es necesario recalcar que el instrumento utilizado para esta técnica es el cuestionario (ver anexo), mismo que está compuesto por 18 preguntas cerradas de opción múltiple evaluadas mediante escala de Likert, misma que fue creada por Rensis Likert en 1981. Esta escala se detalla a continuación:

Tabla 2.

Valores en la escala de Likert

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Nota: Tomado de Rensis Likert

El cuestionario fue diseñado por medio del diseño de un cuestionario de preguntas cerradas en las que se incluya preguntas sobre preferencias gastronómicas, frecuencia de visitas a restaurantes, expectativas sobre la gastronomía guayaquileña y disposición a pagar, con el fin de evaluar el interés y la disposición de los consumidores a visitar un restaurante especializado en gastronomía guayaquileña.

El análisis de estas se hará mediante herramientas estadísticas para analizar los datos obtenidos, identificando patrones y tendencias que indiquen la demanda potencial.

3.6. Población y muestra

3.6.1. Población

Según Larson, Harold (2014) “La población hace referencia al conjunto total de individuos o elementos que poseen una o varias características similares que son esenciales conocer y analizar por parte del investigador; de acuerdo a su densidad, esta puede ser finita o infinita” (p. 63).

La población serán los habitantes de la ciudad de Guayaquil, que en la actualidad es de 2'746.403 habitantes según el último censo realizado por el INEC en el año 2022 (Diario El Universo, 2023).

Para delimitar la población se tiene lo siguiente:

Tabla 3.

Delimitación de la población

Delimitación	Proceso
Área de Investigación	Turismo
Lugar	Guayaquil
Población	Finita
Número de Población a estudiar	2'746.403 personas
Tipo de muestra	Probabilística
Determinación del tamaño de la muestra (Fórmula):	$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$

Elaborado por: Las autoras

Se trabajará con un muestreo probabilístico, mismo que es “una técnica de muestreo en la que un investigador establece una selección de unos pocos criterios y elige al azar a los miembros de una población” (Baptista, Hernández, & Sampieri, 2017, pág. 171).

3.6.2. Muestra

Se aplicará la fórmula de la muestra para poblaciones finitas, que es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Se toma en cuenta lo siguiente:

- **Z:** Nivel de confianza. - Se trabajó con un 95% de nivel de confianza para que se encuentre definido dentro del intervalo de confianza, por lo tanto, el coeficiente sería $Z = 1,962$
- **D:** Error de confianza. - Es de 0,05, es decir, un margen de error del 5%
- **p:** Probabilidad de éxito que en este caso es; $p = 0.50$
- **q:** Probabilidad de fracaso que en este caso es, $q = 1-p$ es 0.50
- **N:** 2'746.403 personas

Aplicando la fórmula, tenemos:

$$n = \frac{2746.403 * 1.962^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (2746.403 - 1) + 1.962^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{2694221.34}{6866.986}$$

$$n = 396.3444$$

Las encuestas se aplicarán a 396 personas

3.7. Análisis e interpretación de los instrumentos de la investigación

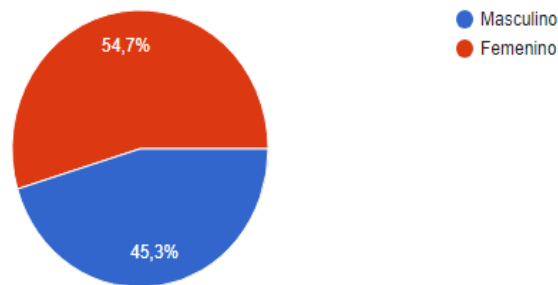
Análisis de las encuestas aplicadas a los clientes potenciales

Figura 5.

Género de los encuestados

I. Género

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de Resultados

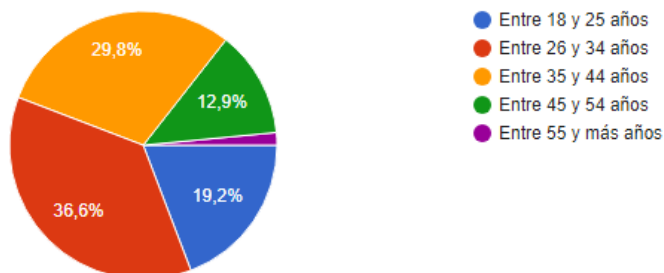
De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede observar que el 54,7% de los encuestados fue de género femenino y el 45,3% masculino, quedando claro que la mayor parte de clientes potenciales son mujeres.

Figura 6.

Edad de los encuestados

II. Edad

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

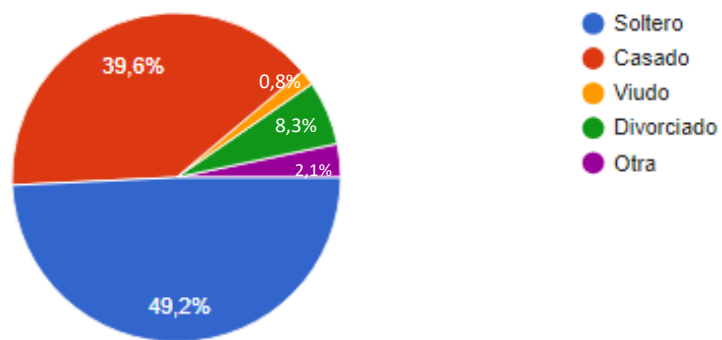
De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede observar que el 36,6% de los encuestados se encontró en un rango de edad comprendido entre los 26 y los 34 años de edad, el 29,8% entre 35 y 44 años, el 19,20% entre 18 y 25 años, el 12,9% entre 45 y 55 años y el 1,5% de 55 años a más. Estos resultados indican que, la mayor parte de los clientes potenciales están entre los 26 y 34 años.

Figura 7.

Estado civil de los encuestados

III. Estado civil

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

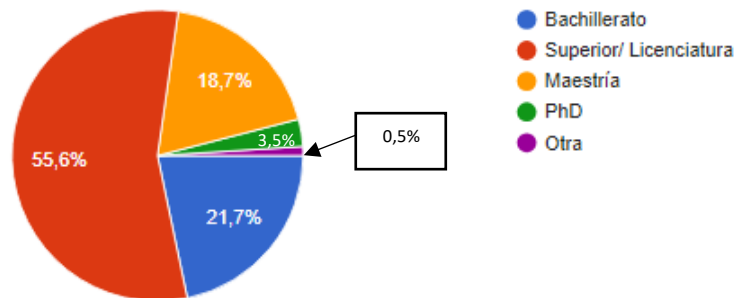
De acuerdo a los resultados obtenidos, el 49,2% de los encuestados indicó ser soltero, el 39,6% casado, el 8,3% divorciado, el 2,1% otro y el 0,8% viudo. Estos resultados indican que, la mayor parte de los clientes potenciales son solteros.

Figura 8.

Nivel de educación de los encuestados

IV. Nivel de educación

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a la información obtenida, se observa que el 55,6% de encuestados, tiene un nivel de educación superior, el 21,7% posee un título de bachillerato, 18,7% de los encuestados tiene una maestría, el 3,5% de los encuestados posee un PhD y un mínimo porcentaje (0,5%) tiene otra profesión. Estos resultados indican que la muestra de encuestados está compuesta mayoritariamente por personas con un alto nivel de educación formal, lo que puede influir en sus opiniones y respuestas, especialmente en temas que requieren un cierto grado de conocimiento.

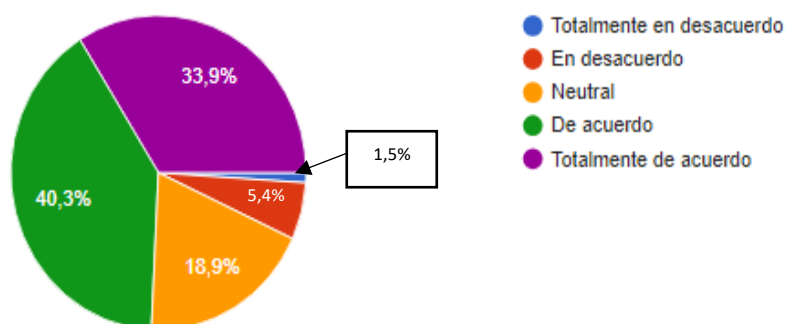
Preguntas específicas

Figura 9.

Preferencia de restaurantes de los encuestados

1. Prefiero comer en restaurantes que ofrezcan comida típica de la región

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

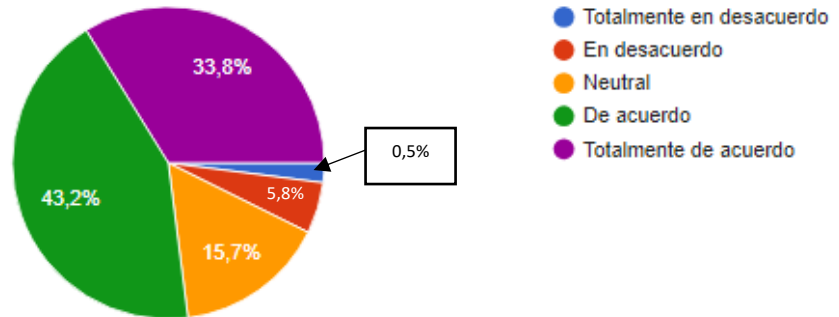
De acuerdo a la información obtenida, se observa que el 40,3% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que un 33,9% está totalmente de acuerdo. Por otro lado, un 18,9% de los encuestados se mantiene neutral, en cuanto a las opiniones negativas, un 5,4% de los encuestados está en desacuerdo y un 1,5% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que la mayoría de la muestra tiene una opinión positiva, lo que podría reflejar un consenso general o una percepción favorable hacia el tema tratado.

Figura 10.

Frecuencia de visita de restaurantes

2. Visito restaurantes al menos una vez por semana

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

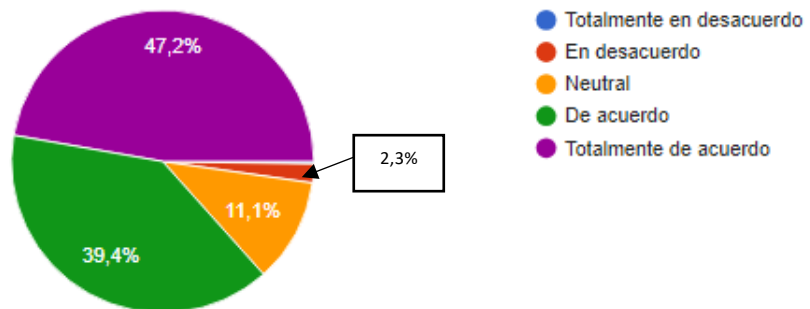
De acuerdo a la información obtenida, se observa que el 43,2% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que un 33,8% está totalmente de acuerdo. Por otro lado, un 15,7% de los encuestados se mantiene neutral, en cuanto a las opiniones negativas, un 5,8% de los encuestados está en desacuerdo y un 1,5% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que la mayoría de la muestra visita restaurantes al menos una vez por semana.

Figura 11.

Interés de conocer gastronomía guayaquileña

3. Me interesa conocer más sobre la gastronomía guayaquileña

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

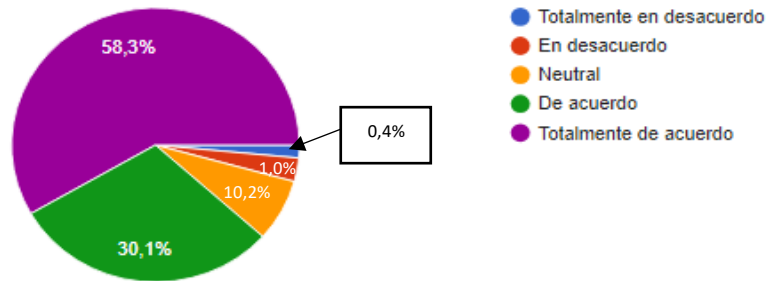
De acuerdo a la información obtenida, se observa que el 47,2% de los encuestados está totalmente de acuerdo con el interés en conocer más sobre la gastronomía guayaquileña, mientras que un 39,4% está de acuerdo. Un 11,1% de los encuestados se mantiene neutral, el 2,3% de los encuestados está en desacuerdo, lo que representa una minoría muy reducida que no comparte el mismo nivel de interés por la gastronomía guayaquileña. Estos resultados indican que la gastronomía guayaquileña despierta un gran interés entre los encuestados, lo que puede ser un reflejo de la importancia cultural y la atracción que genera este tema en la población.

Figura 12.

Opinión sobre la ambientación y decoración de un restaurante

4. La ambientación y decoración de un restaurante influye en mi decisión de visitarlo.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

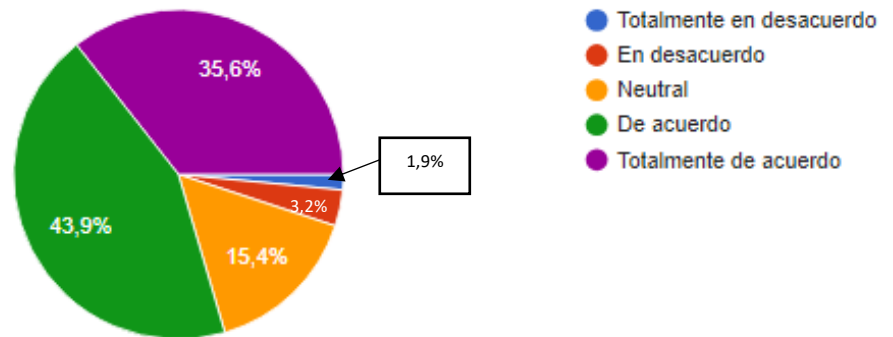
De acuerdo a la información obtenida, se observa que el 58,3% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la ambientación y decoración de un restaurante influye en su decisión de visitarlo, mientras que un 30,1% está de acuerdo, el 10,2% de los encuestados se mantiene neutral, el 1,0% está en desacuerdo y el 0,4% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que la gran mayoría de los encuestados valora significativamente la ambientación y decoración de un restaurante al momento de tomar la decisión de visitarlo, lo cual es beneficioso ya que demuestra que la estética y la atmósfera del lugar son elementos clave para atraer a los clientes.

Figura 13.

Disponibilidad para pagar más por una experiencia gastronómica única

5. Estoy dispuesto a pagar más por una experiencia gastronómica única y de alta calidad.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

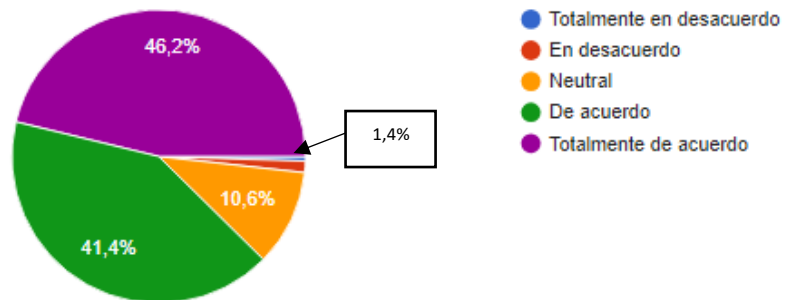
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 43,9% de los encuestados está de acuerdo en pagar más por una experiencia gastronómica única y de alta calidad, mientras que un 35,6% está totalmente de acuerdo, el 15,4% de los encuestados se mantiene neutral, el 3,2% en desacuerdo y el 1,9% totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que una gran mayoría valora la calidad y la exclusividad en la gastronomía, lo que resalta la importancia de ofrecer experiencias excepcionales para captar y satisfacer a los clientes dispuestos a invertir más en su experiencia gastronómica.

Figura 14.

Preferencia de restaurantes que utilizan ingredientes locales

6. Prefiero restaurantes que utilizan ingredientes locales y frescos en sus platos.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

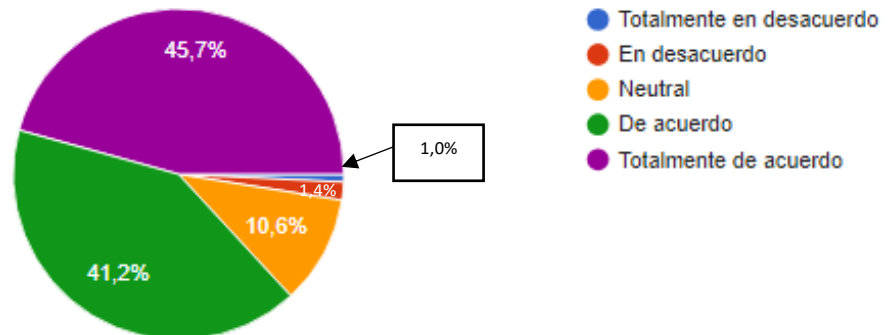
De acuerdo con la información obtenida, se observa que un 41,4% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que prefieren restaurantes que utilizan ingredientes locales y frescos en sus platos, mientras que un 46,2% está de acuerdo, el 10,6% de los encuestados se mantiene neutral, el 1,0% está en desacuerdo y un 0,4% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados tiene una fuerte preferencia por ingredientes frescos y locales, lo que resalta la importancia de incorporar estos elementos en el menú para atraer y satisfacer a los clientes.

Figura 15.

Importancia de que un restaurante refleje cultura y tradiciones locales

7. Considero importante que un restaurante refleje la cultura y tradiciones locales.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

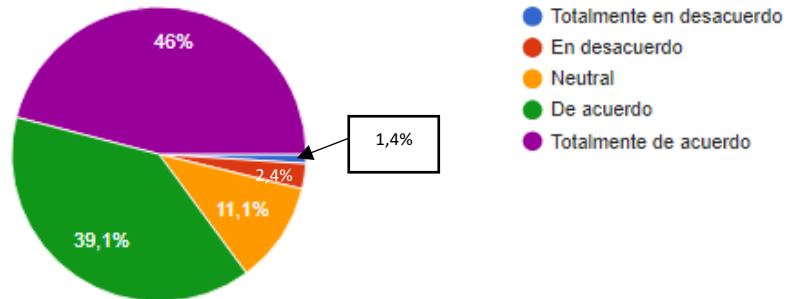
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 45,7% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que es importante que un restaurante refleje la cultura y tradiciones locales, mientras que un 41,2% está de acuerdo, el 10,6% de los encuestados se mantiene neutral, mientras que el 1,4% está en desacuerdo y el 1,1% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que una gran mayoría de los encuestados valora que los restaurantes reflejen la cultura y tradiciones locales, lo que subraya la importancia de integrar estos aspectos en el diseño y la oferta gastronómica para atraer y conectar con los clientes.

Figura 16.

Interés en asistir a eventos gastronómicos

8. Estoy interesado/a en asistir a eventos culturales y gastronómicos organizados por restaurantes.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

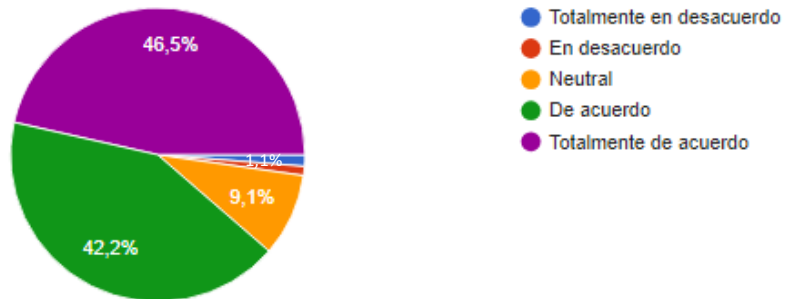
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 46% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que están interesados en asistir a eventos culturales y gastronómicos organizados por restaurantes, mientras que el 39,1% está de acuerdo. El 11,1% de los encuestados se mantiene neutral. Por otro lado, un 2,4% está en desacuerdo y un 1,4% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que hay un interés considerable en eventos culturales y gastronómicos organizados por restaurantes, destacando una oportunidad para que estos establecimientos creen y promuevan experiencias que atraigan a clientes interesados en la combinación de cultura y gastronomía.

Figura 17.

Preferencia de platos tradicionales con toque moderno

9. Me gustaría que el restaurante ofrezca platos tradicionales guayaquileños con un toque moderno.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

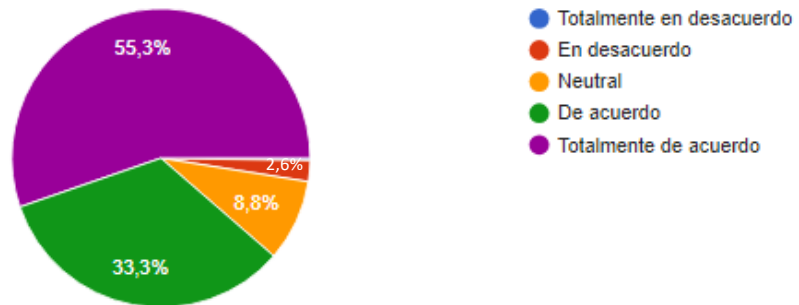
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 46,5% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que les gustaría que el restaurante ofreciera platos tradicionales guayaquileños con un toque moderno, mientras que un 42,2% está de acuerdo, el 9,1% neutral, el 1,1% en desacuerdo, el 1,1% totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que una gran mayoría de los encuestados aprecia la propuesta de platos tradicionales guayaquileños con un toque moderno, lo que resalta la oportunidad para que los restaurantes desarrollen menús que mezclen la autenticidad local con innovaciones culinarias para atraer a una clientela interesada en esta combinación.

Figura 18.

Importancia de la calidad de servicio

10. La calidad del servicio es un factor decisivo para mí al elegir un restaurante.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

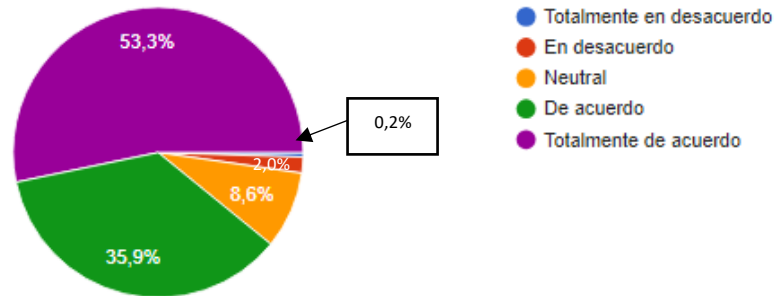
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 55,3% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la calidad del servicio es un factor decisivo a la hora de elegir un restaurante, mientras que un 33,3% está de acuerdo, el 8,8% de los encuestados se mantiene neutral, el 2,6% está en desacuerdo, y no se reporta ningún encuestado que esté totalmente en desacuerdo, lo que muestra que la gran mayoría valora significativamente la calidad del servicio. Estos resultados destacan que, para la mayoría de los encuestados, un servicio excelente es esencial al elegir un restaurante, lo que subraya la importancia de brindar un servicio de alta calidad para atraer y mantener a los clientes.

Figura 19.

Importancia de la calidad de los ingredientes

11. La calidad de los ingredientes utilizados en los platos es crucial para mi experiencia gastronómica.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

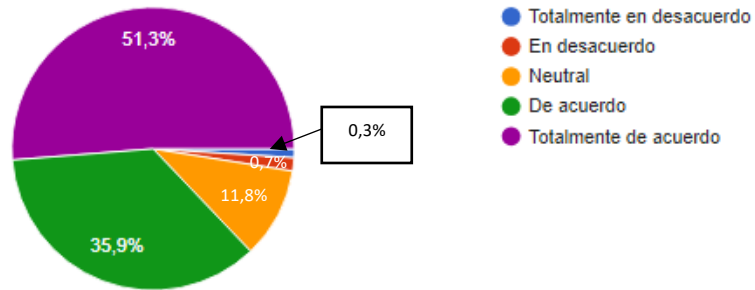
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 53,3% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la calidad de los ingredientes utilizados en los platos es crucial para su experiencia gastronómica, mientras que un 35,9% está de acuerdo, el 8,6% de los encuestados se mantiene neutral. Por otro lado, un 2,0% está en desacuerdo y un 0,2% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados resaltan que, para la mayoría de los encuestados, la calidad de los ingredientes es fundamental para una experiencia gastronómica satisfactoria, subrayando la importancia de emplear ingredientes frescos y de alta calidad en la oferta culinaria.

Figura 20.

Me gustaría que los restaurantes ofrezcan descuentos y ofertas

12. Me gusta que los restaurantes ofrezcan programas de fidelización (descuentos, promociones especiales)

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

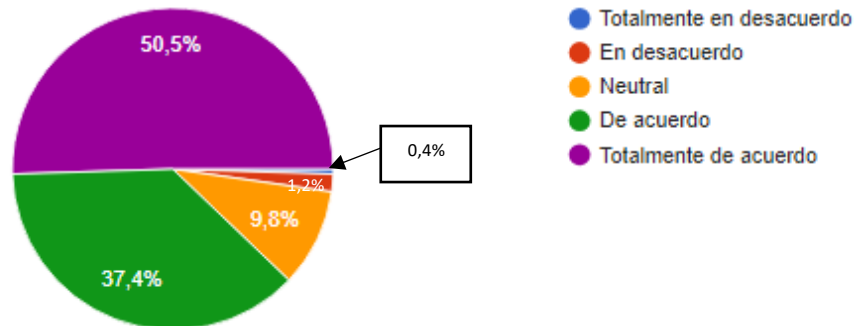
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 51,3% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que les gusta que los restaurantes ofrezcan programas de fidelización, como descuentos y promociones especiales, mientras que un 35,9% está de acuerdo, el 11,8% de los encuestados se mantiene neutral, sugiriendo que una pequeña proporción no tiene una postura clara sobre estos programas. Por otro lado, un 0,7% está en desacuerdo y un 0,3% está totalmente en desacuerdo, representando una fracción menor que no encuentra atractivos estos incentivos. Estos resultados destacan que una mayoría considerable de los encuestados aprecia los programas de fidelización en restaurantes, lo que subraya la importancia de implementar estrategias de descuentos y promociones para atraer y retener clientes.

Figura 21.

Me gustaría que se pueda realizar reservas en línea y confirmaciones rápidas

13. La posibilidad de realizar reservas en línea y recibir confirmaciones rápidas es importante para mí.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

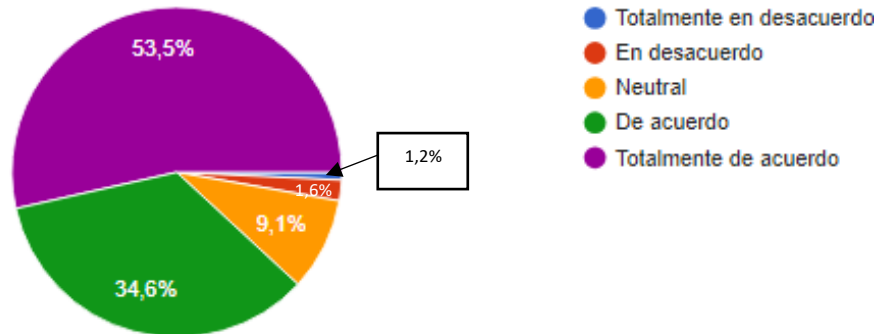
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 50,5% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que la posibilidad de realizar reservas en línea y recibir confirmaciones rápidas es importante para ellos, mientras que el 37,4% está de acuerdo, el 87,9% de la muestra valora significativamente la opción de hacer reservas en línea con confirmaciones rápidas, el 9,8% de los encuestados se mantiene neutral, lo que sugiere que una pequeña proporción no tiene una postura clara sobre la importancia de esta funcionalidad. Por otro lado, un 1,2% está en desacuerdo y un 0,4% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados subrayan que una gran mayoría de los encuestados aprecia la conveniencia y eficiencia de las reservas en línea con confirmaciones rápidas, destacando la importancia de ofrecer estos servicios para mejorar la experiencia del cliente.

Figura 22.

Me gusta que haya eventos especiales y en vivo

14. Valoro la presencia de eventos especiales y culturales (música en vivo, exposiciones de arte) en un restaurante.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

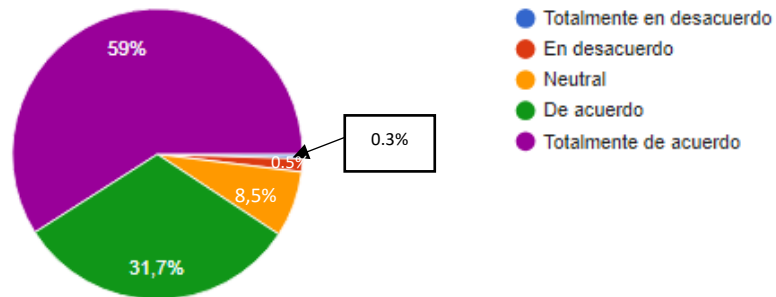
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 53,5% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que valoran la presencia de eventos especiales y culturales, como música en vivo y exposiciones de arte, en un restaurante, mientras que el 34,6% está de acuerdo, el 9,1% de los encuestados se mantiene neutral. Por otro lado, un 1,6% está en desacuerdo y un 1,2% está totalmente en desacuerdo, representando una fracción menor que no encuentra relevantes estos aspectos. Estos resultados destacan que una gran mayoría de los encuestados valora la oferta de eventos especiales y culturales en los restaurantes, subrayando la oportunidad para que los establecimientos diversifiquen su oferta y enriquezcan la experiencia del cliente con actividades culturales.

Figura 23.

Es importante que el personal esté capacitado y ofrezca buen servicio

15. Considero esencial que el personal del restaurante esté bien capacitado y ofrezca un servicio excepcional

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

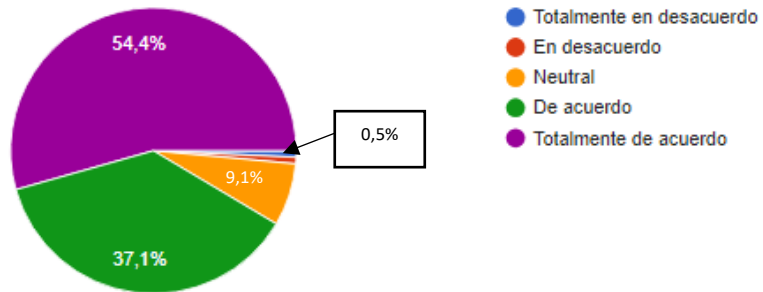
Según información obtenida, se observa que un 59% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que consideran esencial que el personal del restaurante esté bien capacitado y ofrezca un servicio excepcional, mientras que un 31,7% está de acuerdo, el 8,5% de los encuestados se mantiene neutral, sugiriendo que una pequeña proporción no tiene una postura definida sobre la importancia de la capacitación del personal. Por otro lado, un 0,5% está en desacuerdo y un 0,3% está totalmente en desacuerdo, representando una fracción mínima que no considera crucial la capacitación y el servicio excepcional del personal. Estos resultados destacan que una gran mayoría de los encuestados considera fundamental que el personal del restaurante esté bien capacitado y brinde un servicio de alta calidad, subrayando la importancia de invertir en la formación del personal para asegurar una experiencia gastronómica satisfactoria.

Figura 24.

Me interesa que haya entregas a domicilio

16. Me interesa que el restaurante ofrezca opciones de entrega a domicilio y para llevar

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

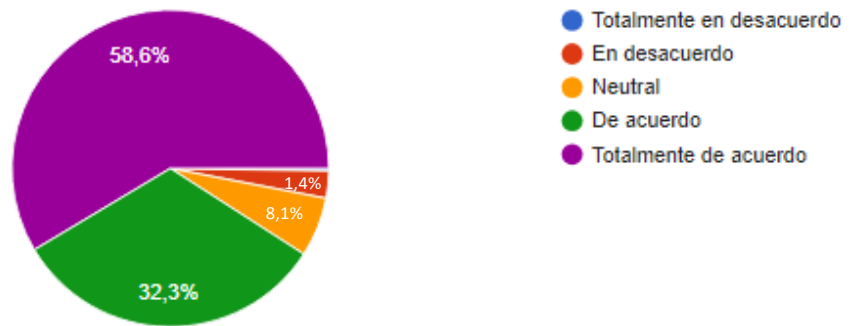
De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 54,4% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que les interesa que el restaurante ofrezca opciones de entrega a domicilio y para llevar, mientras que un 37,1% está de acuerdo, el 9,1% de los encuestados se mantiene neutral, el 0,5% está en desacuerdo y el 0,4% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados destacan que una gran mayoría de los encuestados aprecia la oferta de opciones de entrega a domicilio y para llevar, subrayando la importancia de proporcionar estos servicios para satisfacer las necesidades de los clientes y mejorar la experiencia gastronómica.

Figura 25.

Recomendaría un restaurante especializado en gastronomía guayaquileña

17. Estoy dispuesto/a a recomendar un buen restaurante especializado en gastronomía local a mis amigos y familiares.

396 respuestas



Elaborado por: Las autoras

Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a la información obtenida, se observa que un 58,6% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que están dispuestos a recomendar un buen restaurante especializado en gastronomía local a sus amigos y familiares, mientras que un 32,3% está de acuerdo, el 8,1% de los encuestados se mantiene neutral y el 1,4% está en desacuerdo. Estos resultados destacan que una gran mayoría de los encuestados valoraría la recomendación de restaurantes especializados en gastronomía local, lo que subraya la importancia de ofrecer una experiencia gastronómica destacada para fomentar la boca a boca positivo y la fidelización de los clientes.

CAPÍTULO IV

La propuesta

4.1. Título de la propuesta

Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y cultura Guayaquileña.

4.2. Objetivos

4.2.1. Objetivo General

Desarrollar un modelo de negocio viable para un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña, que integre la identidad cultural local con una oferta culinaria distintiva y de alta calidad.

4.2.2. Objetivos específicos

1. Realizar un análisis FODA para diagnosticar el entorno interno (fortalezas y debilidades) y el entorno externo (oportunidades y amenazas) del negocio.
2. Diseñar un modelo de negocio bajo la metodología CANVA.
3. Evaluar la viabilidad financiera del modelo de negocio, incluyendo costos de inversión, proyecciones de ingresos y análisis de rentabilidad.

4.3. Factibilidad de la propuesta

4.3.1. Factibilidad tecnológica

El restaurante es factible desde el punto de vista tecnológico, ya que cuenta con una gran capacidad de innovación gracias a la accesibilidad de los avances actuales para los ejecutivos, como los sistemas de punto de venta (POS) y la programación de existencias y reservas. Estos instrumentos tienen en cuenta una actividad competente y fluida, disminuyendo los errores y desarrollando aún más la experiencia del cliente.

Además, la innovación culinaria de alto nivel garantiza la consistencia y la naturaleza de los platos típicos de Guayaquil, manteniendo la autenticidad cultural y trabajando con la planificación de recetas habituales.

4.3.2. Factibilidad humana

Los recursos humanos accesibles en Guayaquil son adecuados y suficientes para este proyecto, admitiendo cocineros y personal preparado en gastronomía local, así como expertos en atención al cliente que comprendan y estimen el estilo de vida guayaquileño. Además, será muy importante la formación y preparación constantes en métodos culinarios y de administración, que garanticen que el grupo está alineado con los objetivos del restaurante y puede ofrecer una experiencia genuina y estupenda a los comensales.

4.3.3. Factibilidad financiera

El análisis financiero inicial muestra que la empresa es viable, con un plan financiero que se hace cargo de los gastos subyacentes del establecimiento, el equipo, los suministros y la preparación del personal. El restaurante tiene un potencial de ingresos estable, dado el interés creciente en la gastronomía local y la cultura guayaquileña, lo que favorece una recuperación de la inversión en un plazo razonable. La posibilidad de conseguir financiación adicional o acuerdos clave también se considera factible, lo que refuerza la viabilidad monetaria del negocio a largo plazo.

4.4. Beneficiarios

Clientes locales y turistas. - Estos serán los primeros favorecidos en degustar los platos Únicos del restaurante Guayaquil gourmet ya que tendrán una experiencia única

que destaca la gastronomía y la cultura guayaquileña con ingredientes frescos y Auténticos en un ambiente que celebra la identidad local de Guayaquil.

Proveedores locales. - Los proveedores de insumos y materia prima son unos de los beneficiarios directos de nuestro restaurante ya que se les se adquirirá la materia fresca de la región esto no solo fomentará la economía local, sino que también la sostenibilidad.

Personal del restaurante. - el personal es el factor más importante de la empresa Ellos tendrán la oportunidad de tener estabilidad laboral y un trato de calidad además recibirán formación continua en gastronomía y servicio de atención al cliente para potenciar sus habilidades y su crecimiento personal y profesional

Ciudadanos guayaquileños. - la población guayaquileña será un beneficiario directo porque contará con un lugar que fomente la cultura y gastronomía de la ciudad además de participar en alternativas comunitarias y actividades socioculturales que contribuirán a fortalecer la identidad y orgullo de los habitantes locales.

Inversionistas y propietarios. - Los inversores y propietarios del restaurante obtendrán beneficios del retorno financiero a través de un modelo de negocio que une la autenticidad cultural con la rentabilidad comercial. Un restaurante que tenga éxito en este nicho no solo generará ingresos, sino que también establecerá una marca sólida en el mercado.

4.5. Desarrollo de la propuesta

4.5.1. Analisis FODA

Tabla 4.

Análisis FODA


Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Identidad cultural fuerte• Uso de ingredientes locales• Disponibilidad de materia prima• Personal capacitado• Recetas innovadoras	<ul style="list-style-type: none">• Alianzas estratégicas• Crecimiento del turismo• Tendencia a la gastronomía sostenible• Crecimiento del mercado• Condiciones ambientales favorables
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de la marca por ser nuevos en el mercado• Dependencia de proveedores• No tener clientes fidelizados• Costos iniciales elevados• Falta de experiencia en el sector	<ul style="list-style-type: none">• Competencia en el sector• Cambios en gustos y preferencias de los clientes• Factores económicos adversos• Dependencia del turismo• Nueva pandemia

Elaborado por: Las autoras

4.5.1. Modelo de negocios CANVAS

Tabla 5.

Metodología CANVAS

<p>Aliados/Partners Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Municipio de Guayaquil Evento Raíces: Corresponde a una feria gastronómica que se realiza cada año con el apoyo del Municipio de Guayaquil; donde participan todas las huecas de Guayaquil. Proveedores: a través de líneas de crédito de la materia prima y material de plástico cuando la empresa lo requiera. Instituciones Financieras: BNF que financiaría parte de la inversión inicial del proyecto 	<p>Actividades claves de nuestra propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> *Almacenamiento de la materia prima *Elaboración de los platos con cultura guayaquileña *Entrega del producto en base a los pedidos de clientes *Marketing y ventas: a través de redes sociales, volantes, ferias, eventos, ventas realizadas en el local, publicidad en radio *Servicio al cliente: atención personalizada <p>Recursos Clave</p> <p>Recursos Intelectuales Marca</p> <p>Recursos Materiales Espacio físico, materia prima, vehículos, equipos, enseres, etc</p> <p>Recursos Organizacionales Misión, Visión, Valores, Objetivos</p> <p>Recursos Humanos Colaboradores</p> <p>Recursos Económicos Inversión Inicial</p>	<p>Propuesta de Valor Valor que entregamos al cliente:</p> <p>Innovación culinaria Ambiente único Sostenibilidad Atención personalizada Platos gourmet</p> <div data-bbox="730 667 1050 884" style="text-align: center;">  <p>Para un paladar especial!</p> </div>	<p>Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> *Seguimiento post-venta *Ánfora de sugerencias *Promociones a clientes para incrementar la fidelidad <p>Canales</p> <p>Ventas A través del local Delivery</p> <p>Comunicación Redes sociales Radio Volantes Página web (aplicación gratuita)</p>	<p>Segmentos de clientes</p> <p>Personas Naturales Turistas locales e internacionales Sexo: indistinto Edad: 18-55 años Clase Social: media – media alta Zona de influencia: Centro de Guayaquil</p>
<p>Estructura de Costos</p> <p>Costos Variables: materia prima, mano de obra directa</p> <p>Costos Fijos: salarios administrativos, alquiler, servicios básicos, movilización, publicidad, depreciación de activos y financieros (intereses de préstamo bancario)</p>		<p>Flujos de ingresos</p> <p>Ventas de productos en el local Ventas de productos en línea</p>		

Elaborado por: Las autoras

4.5.3. Analisis financiero

4.5.3.1. Inversión inicial

Tabla 6.

Inversión total del proyecto

Total Inversión	
Obra Física	\$ 2.400,00
Maquinaria y Equipo	\$ 48.175,78
Intangibles	\$ 2.074,00
Capital de operación (3 meses)	\$ 41.726,20
Total	\$ 94.375,98
Imprevistos 10%	\$ 4.621,00
INVERSION TOTAL	\$ 98.996,98

Elaborado por: Las autoras

Desglose de inversión inicial

Tabla 7.

Desglose de la inversión inicial

Descripción	Inversión
Materia prima (3 meses)	\$ 20.740,50
Suministros	387,45
Salarios y Beneficios	\$ 12.977,70
Servicios Básicos	\$ 810,00
Transporte	\$ 1.050,00
Publicidad (3 meses)	\$ 6.148,00
Capital de Operación	\$ 41.726,20

Elaborado por: Las autoras

Tabla 8.

Inversión en publicidad

Descripción	Publicidad
Volanteo	\$ 1.500,00
Tarjetas de presentación	\$ 1.000,00
Radio Disney y publicidad redes	\$ 3.648,00
Total de Intangibles	\$ 6.148,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla 9.

Gastos de constitución

Descripción	Inversión
Inscripción o concesión de derecho de Marca	\$ 208,00
Inscripción o concesión de derecho de Nombre	\$ 208,00
Inscripción o concesión de derecho de Lema	\$ 208,00
Gastos de constitución	\$ 1.300,00
Registros y permisos de bomberos	\$ 150,00
Total de Intangibles	\$ 2.074,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla 10.

Inversión en propiedad, planta y equipo

Descripción	Inversión
Vehículo	\$ 25.000,00
3 Computadoras PC	\$ 2.187,18
Impresora	\$ 150,00
1 Archivador	\$ 800,00
3 Escritorios	\$ 510,00
1 Mostrador	\$ 1.200,00
3 Sillas corporativas	\$ 300,00
3 sillas de espera	\$ 220,00
12 mesas metálicas redondas	\$ 1.440,00
5 mesas metálicas altas	\$ 750,00
2 mesas metálicas pequeñas	\$ 160,00
32 sillas metálicas	\$ 937,60
6 sillas altas	\$ 252,00
8 sofás puff	\$ 760,00
4 Taburetes para mostrador	\$ 480,00
8 Cuadros variados	\$ 160,00

2 Extintores de CO2	\$ 1.200,00
1 Rastillo para tarjetas de créditos inalámbrico	\$ 1.000,00
2 cocina industrial	\$ 3.000,00
2 Maquinas molidoras de verde	\$ 800,00
1 Caja registradora	\$ 500,00
Menaje de cocina	\$ 1.200,00
1 Refrigerador vitrina	\$ 1.300,00
4 Dispensadores de jugos	\$ 1.000,00
2 Cafeteras	\$ 240,00
2 Aires acondicionados	\$ 1.500,00
1 Campana extractora de olores	\$ 1.129,00
Total de maquinaria, vehículo y Equipo	\$ 48.175,78

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.2. Fuentes de financiamiento

Tabla 11.

Fuentes de financiamiento del proyecto

Financiamiento		
Capital Propio	\$ 39.598,79	40%
Deuda	\$ 59.398,19	60%
Total	\$ 98.996,98	100%

Elaborado por: Las autoras

Tabla 12.

Préstamo al Banco

Monto	\$ 59.398,19	
Tasa	11,20%	anual
Periodos	60	meses

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.3. Sueldos

Tabla 13.

Sueldos del personal

Cargo	Salario	Subtotal anual	13	14	Vacaciones	Aporte patronal	Anual	#	TOTAL
Administrador	\$ 1.500	\$ 18.000	\$ 700	\$ 354	\$ 350	\$ 2.187	\$ 21.591	1	\$ 21.591
Supervisor calidad BPM	\$ 1.200	\$ 14.400	\$ 500	\$ 354	\$ 250	\$ 1.750	\$ 17.254	1	\$ 17.254
Chef	\$ 900	\$ 10.800	\$ 400	\$ 354	\$ 200	\$ 1.312	\$ 13.066	1	\$ 13.066
Ayudante de cocina	\$ 550	\$ 6.600	\$ 400	\$ 354	\$ 200	\$ 802	\$ 8.356	2	\$ 16.712
Cajero contador	\$ 600	\$ 7.200	\$ 400	\$ 354	\$ 200	\$ 875	\$ 9.029	1	\$ 9.029
Meseros	\$ 550	\$ 6.600	\$ 400	\$ 354	\$ 200	\$ 802	\$ 8.356	3	\$ 25.068
Guardia de seguridad	\$ 700	\$ 8.400	\$ 700	\$ 354	\$ 350	\$ 1.021	\$ 10.825	1	\$ 10.825
Proyección anual de salarios y beneficios									\$ 51.911
Proyección mensual de salarios y beneficios									\$ 4.326

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.4. Proyección de compras de insumos

Tabla 14.

Proyección de compras de insumos

Productos	Costo	Unidades	Total mensual
Racimos de verde	\$ 4,30	100	\$ 430,00
Frejol (libras)	\$ 3,80	150	\$ 570,00
Carne (libras)	\$ 4,50	70	\$ 315,00
Pollo (pechugas)	\$ 4,20	80	\$ 336,00
Pescado	\$ 2,80	50	\$ 140,00
Chuleta	\$ 3,50	100	\$ 350,00
Queso (libras)	\$ 1,60	70	\$ 112,00
Sofrito (kg)	\$ 3,50	150	\$ 525,00
Aceite (galón)	\$ 8,20	50	\$ 410,00
Mayonesa (galón)	\$ 6,50	30	\$ 195,00
Especias varias y aliños (botella)	\$ 1,50	30	\$ 45,00
Frutas varias	\$ 2,50	50	\$ 125,00
Salsa de tomate (galón)	\$ 2,60	30	\$ 78,00

Arroz (kg)	\$ 1,20	250	\$ 300,00
Azúcar (lb)	\$ 0,50	100	\$ 50,00
Chocolate (kg)	\$ 2,30	40	\$ 92,00
Café (frasco)	\$ 2,70	15	\$ 40,50
Material indirecto (platos, servilletas, etc.)	\$ 2,50	1000	\$ 2.500,00
Aguas (botellas)	\$ 0,50	600	\$ 300,00
Proyección mensual de compras	\$ 59,20	2965	6913,50

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.5. Proyección de costos por plato/producto

Tabla 15.

Costos de cada plato

Productos	Precio	Unidades	Total mensual
Arroz con menestra y chuleta	\$ 3,50	450	\$ 1.575,00
Arroz con menestra y carne	\$ 3,25	450	\$ 1.462,50
Arroz con menestra y pollo	\$ 3,35	450	\$ 1.507,50
Churrasco	\$ 3,50	390	\$ 1.365,00
Seco de pollo	\$ 3,00	300	\$ 900,00
Guatita	\$ 3,00	90	\$ 270,00
Cazuela	\$ 3,50	240	\$ 840,00
Caldo de bola	\$ 3,50	300	\$ 1.050,00
Arroz con pollo salteado	\$ 3,00	360	\$ 1.080,00
Piqueo mediano GuaGourmet	\$ 11,00	150	\$ 1.650,00
Piqueo familiar GuaGourmet	\$ 15,00	60	\$ 900,00
Encebollado	\$ 2,50	300	\$ 750,00
Jugos	\$ 1,80	450	\$ 810,00
Aguas (botella)	\$ 0,50	450	\$ 225,00
Café	\$ 0,60	150	\$ 90,00
Proyección mensual de ventas		3540	\$ 13.350,00

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.6. Proyección de ventas

Tabla 16.

Ventas proyectadas

Productos	Precio	Unidades	Total mensual
Arroz con menestra y chuleta	\$ 4,50	450	\$ 2.025,00
Arroz con menestra y carne	\$ 4,25	300	\$ 1.275,00
Arroz con menestra y pollo	\$ 4,50	360	\$ 1.620,00
Churrasco	\$ 4,50	390	\$ 1.755,00
Seco de pollo	\$ 4,00	150	\$ 600,00
Guatita	\$ 4,50	90	\$ 405,00
Cazuela	\$ 4,00	240	\$ 960,00
Caldo de bola	\$ 4,50	300	\$ 1.350,00
Arroz con pollo salteado	\$ 4,00	360	\$ 1.440,00
Piqueo mediano GuaGourmet	\$ 14,00	150	\$ 2.100,00
Piqueo familiar GuaGourmet	\$ 18,00	60	\$ 1.080,00
Encebollado	\$ 3,50	300	\$ 1.050,00
Jugos	\$ 2,00	450	\$ 900,00
Aguas (botella)	\$ 1,00	450	\$ 450,00
Café	\$ 1,25	150	\$ 187,50
Proyección mensual de ventas		3150	\$ 15.660,00

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.7. Depreciación

Tabla 17.

Depreciación

Maquinaria vehículo y Equipo	Valor	Años Depreciación	Depreciación	Dep. Año 2	Dep. Año 3	Dep. Año 4	Dep. Año 5
Vehículo	\$ 25.000,00	7	\$ 3.571,43	\$ 3.571,43	\$ 3.571,43	\$ 3.571,43	\$ 3.571,43
3 Computadoras PC	\$ 2.187,18	5	\$ 437,44	\$ 437,44	\$ 437,44	\$ 437,44	\$ 437,44
Impresora	\$ 150,00	3	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00		
1 Archivador	\$ 800,00	5	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00		
3 Escritorios	\$ 510,00	8	\$ 63,75	\$ 63,75	\$ 63,75		
1 Mostrador	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
3 Sillas corporativas	\$ 300,00	10	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00		
3 sillas de espera	\$ 220,00	10	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00
12 mesas metálicas redondas	\$ 1.440,00	10	\$ 144,00				
5 mesas metálicas altas	\$ 750,00	10	\$ 75,00				
2 mesas metálicas pequeñas	\$ 160,00	10	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
32 sillas metálicas	\$ 937,60	10	\$ 93,76	\$ 93,76	\$ 93,76		
6 sillas altas	\$ 252,00	10	\$ 25,20	\$ 25,20	\$ 25,20		
8 sofás puff	\$ 760,00	10	\$ 76,00				
4 Taburetes para mostrador	\$ 480,00	10	\$ 48,00				
8 Cuadros variados	\$ 160,00	1	\$ 160,00				
2 Extintores de CO2	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00				
1 Rastillo para tarjetas de créditos inalámbrico	\$ 1.000,00	10	\$ 100,00				
2 cocina industrial	\$ 3.000,00	5	\$ 600,00				
2 Maquinas moladoras de verde	\$ 800,00	2	\$ 400,00				
1 Caja registradora	\$ 500,00	2	\$ 250,00				
Menaje de cocina	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00				

1 Refrigerador vitrina	\$ 1.300,00	5	\$ 260,00				
4 Dispensadores de jugos	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00				
2 Cafeteras	\$ 240,00	3	\$ 80,00				
2 Aires acondicionados	\$ 1.500,00	5	\$ 300,00				
1 Campana extractora de olores	\$ 1.129,00	3	\$ 376,33				
Depreciación anual de activos	\$ 48.175,78		\$ 8.018,91	\$ 4.589,57	\$ 4.589,57	\$ 4.166,86	\$ 4.166,86
Depreciación mensual de activos			\$ 668,24	7			

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.8. Estado de Pérdidas y ganancias

Tabla 18.

Estado de PyG

	Año 1
Proyección Ventas	\$ 187.920,00
Materiales Directos	\$ 52.962,00
Materiales Indirectos	\$ 30.000,00
Mano de Obra Directa	\$ 29.778,00
Utilidad Bruta	\$ 104.958,00
Gastos Administrativos	
Sueldos y Salarios	\$ 22.132,80
Gastos de publicidad	\$ 24.592,00
Servicios Básicos	\$ 3.240,00
Gastos de Movilización	\$ 4.200,00
Gastos de Depreciación	\$ 8.018,91
Gastos Financieros	
Pago de Interés préstamo	\$ 6.180,36
Utilidad antes de Impuestos a trabajo	\$ 36.593,93
15% de impto. a los trabajadores	\$ 5.489,09
Utilidad antes de impto. a la renta	\$ 31.104,84
22% de Impto. a la renta	\$ 6.843,07
Utilidad Neta	\$ 24.261,78
Margen de Utilidad Neta	12,91%
% de Costos Variables	28,18%

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.9. Flujo de caja proyectado

Tabla 19.

Flujo de caja proyectado

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Inversión	-98.996,98					
Capital propio						
Deuda						
Flujo Operacional						
Proyección Ventas		\$ 187.920,00	\$ 214.980,48	\$ 245.459,39	\$ 280.546,71	\$ 320.038,21
Proyección Compras		\$ 82.962,00	\$ 1.262,98	\$ 1.432,90	\$ 1.614,40	\$ 1.840,42
Flujo Operacional Neto		\$ 104.958,00	\$ 213.717,50	\$ 244.026,48	\$ 278.932,30	\$ 318.197,78
Flujo Administrativo						
Sueldos y Salarios		\$ 51.910,80	61381,728	64397,7144	67564,50012	70889,62513
Gastos de ventas (publicidad)		\$ 24.592,00	\$ 25.575,68	\$ 26.598,71	\$ 27.662,66	\$ 28.769,16
Servicios Básicos		\$ 3.240,00	\$ 3.369,60	\$ 3.504,38	\$ 3.644,56	\$ 3.790,34
Gastos de Movilización		\$ 4.200,00	\$ 4.368,00	\$ 4.542,72	\$ 4.724,43	\$ 4.913,41
Flujos Financieros						
Pago de capital		9.388,35	10.495,54	5.703,19	13.117,03	14.663,95
Pago de Interés préstamo		\$ 6.180,36	\$ 5.073,17	\$ 2.081,17	\$ 2.451,68	\$ 904,76
Pago de impuestos		\$ 12.332,16	\$ 36.854,24	\$ 46.611,22	\$ 56.857,84	\$ 69.005,34
Flujo Neto	-98.996,98	\$ (6.885,67)	\$ 66.599,55	\$ 90.587,38	\$ 102.909,61	\$ 125.261,19

Elaborado por: Las autoras

4.5.3.10. VAN y TIR

Tabla 20.

VAN y TIR

VAN	\$ 126.052,83
TIR	45%

Elaborado por: Las autoras

El análisis financiero del proyecto para la creación de un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña arroja un Valor Actual Neto (VAN) de \$126.052,83. Este resultado indica que, tras descontar todos los flujos de caja esperados a lo largo de la vida del proyecto, el valor presente neto de los ingresos supera los costos por esta cantidad. En otras palabras, el proyecto generará un valor adicional significativo sobre la inversión inicial, lo que sugiere que es financieramente rentable y que los inversionistas pueden esperar obtener un retorno atractivo sobre su inversión.

Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida es del 45%. Este porcentaje es considerablemente superior al costo de capital o la tasa de descuento utilizada en el análisis, lo que refuerza aún más la viabilidad del proyecto. La TIR representa la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de caja futuros con la inversión inicial, y en este caso, una TIR del 45% indica que el proyecto no solo es rentable, sino que ofrece un retorno muy competitivo en comparación con otras alternativas de inversión. Esto hace que el restaurante sea una oportunidad atractiva tanto para los inversionistas como para los emprendedores interesados en el sector gastronómico.

En conjunto, un VAN positivo y una TIR elevada evidencian que la creación del restaurante no solo es factible desde un punto de vista financiero, sino que también tiene el potencial de generar beneficios significativos. Estos indicadores respaldan la decisión de avanzar con el proyecto, considerando que las proyecciones apuntan a un rendimiento sustancial y un riesgo controlado, factores clave para asegurar el éxito en el competitivo mercado de la restauración en Guayaquil.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el presente trabajo de titulación, se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- Se logró conocer tradiciones culinarias y costumbristas de Guayaquil, incluyendo platos tradicionales, ingredientes característicos, influencias culturales y aspectos socioculturales relevantes para comprender los elementos esenciales que deben incorporarse en el restaurante y garantizar su atractivo cultural.
- Se pudo aplicar un estudio de mercado para identificar la demanda potencial de un restaurante especializado en gastronomía guayaquileña, así como también analizar a la competencia existente en el sector gastronómico local e identificar sus fortalezas y debilidades.
- Se logró diseñar un modelo de negocio detallado para el restaurant especializado en gastronomía y cultura guayaquileña basado en la metodología Canvas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda integrar elementos como las tradiciones culinarias y culturales de Guayaquil en el restaurante, como lo es la decoración del local, la presentación de los platos, la vestimenta del personal, la organización de eventos culturales que celebren a Guayaquil, así como noches temáticas y exposiciones de arte de artistas guayaquileños.
- Una vez analizada la competencia, se recomienda que el restaurante desarrolle una estrategia de diferenciación que haga que se destaque de la competencia debido a su variedad de platos y la exquisitez de los mismos, incluso se podría adoptar ingredientes autóctonos y poco comunes en la ciudad.
- Se recomienda revisar constantemente el modelo de negocios Canvas para adaptarlo a los cambios del entorno y del mercado, de tal forma que se realice evaluación periódica de las alianzas estratégicas, actividades claves y la propuesta de valor con el fin de que el negocio sea competitivo y se ajuste a las expectativas de los clientes potenciales.

REFERENCIA

- Adriá, F. (2014). El Bulli 2005-2011. España: Giron. Obtenido de https://gironinsabarcelona.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/10/brochure_elbf.pdf
- Allen, R., & Albala, K. (2003). Food in Early Modern Europe (Food through History). EE.UU: Greenwood.
- Alonso, M. (12 de Octubre de 2022). Modelo Canvas: para qué sirve y cómo hacerlo paso a paso. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>
- Álvarez. (2017). Metodología de la investigación. Bolivia: ENSANUT.
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2018). Memoria Institucional . Obtenido de <https://www.biess.fin.ec/files/memorias-institucionales/MEMORIA%20INSTITUCIONAL%202018.pdf>
- Baptista, Hernández, & Sampieri. (2017). Metodología de la investigación. Libro en línea. Sexta edición. Obtenido de <https://barchitec.com/2017/12/18/definiendo-el-alcance-de-una-investigacion-exploratoria-descriptiva-correlacional-o-explicativa/>
- BBC. (2022). Explorando Perú a través de la gastronomía. Obtenido de <https://www.bbc.com/central-peru-gastronomia>
- Bermúdez, Á. (21 de Abril de 2020). Caída del precio del petróleo: 3 razones por las que el crudo estadounidense WTI se vendió a precio negativo y cómo afecta a América Latina”. Obtenido de BBC NEWS MUNDO: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52362340>
- Berry, L., & Carbone, L. (2017). Build loyalty through experience management. Quality Progress, 40(9), 77-79.
- Bocavaldivia. (14 de Agosto de 2023). Restaurant Bocavaldivia, experiencias. Obtenido de <https://www.bocavaldivia.earth/experiences>
- Cannon. (14 de Noviembre de 2018). Estrategia de servicio al cliente: Qué es y cómo crear una eficaz. Obtenido de <https://www.uplead.com/sales-strategy/>
- Delgado, W. (2020). Propuesta de estructura de costos para optimizar los resultados económicos financieros para la corporación Perla del Pacífico. [Tesis de Grado, UST]. Obtenido de https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7242/Delgado%20V%C3%A1squez%20Walter_.pdf?sequence=6&isAllowed=y

- Diario El Comercio. (23 de Septiembre de 2015). BocaValdivia ofrece experiencias gastronómicas únicas y 'sin libreto'. págs. 15-18. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/bocavaldivia-gastronomia-cocina-ecuador-rodrigopacheco.html>
- Diario El Universo. (21 de Septiembre de 2023). Guayaquil sigue siendo el cantón más poblado de Ecuador, según datos del último censo del INEC. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/guayaquil-sigue-siendo-el-canton-mas-poblado-de-ecuador-segun-datos-del-ultimo-censo-del-inec-nota/>
- Dueñas, C. (11 de Febrero de 2024). El restaurante YAKUMANKA de Gastón Acurio se consolida como faro de la gastronomía peruana en Barcelona. Obtenido de <https://catalunyagastronomica.com/el-restaurante-yakumanka-de-gaston-acurio-se-consolida-como-faro-de-la-gastronomia-peruana-en-barcelona/>
- Facchin, J. (Febrero de 2022). ¿Qué es el Modelo Canvas y cómo crear tu propio lienzo o plantilla Business Model Canvas? Panamá: Later .
- Forbes. (2019). El Celler de Can Roca: Innovación y tradición en la gastronomía mundial. Obtenido de <https://www.forbes.com/el-celler-de-can-roca-innovacion-tradicion>
- Galvez, L. (15 de Marzo de 2018). El Príncipe Tutul-Xiu. Obtenido de <https://dreamgolive.wordpress.com/2011/10/18/el-principe-tutul-xiu/>
- García, E. (2022). La evolución de la cocina guayaquileña. ResearchGate, 12(4), 145-168. doi:<https://doi.org/10.18226/21789061.v9i2p200>
- González, J. (2020). Editorial ABC. Obtenido de Industria de Alimentos y Bebidas: Perspectivas y Desafíos.
- Jonston, J., & Baumann, S. (2019). Food and culture: A reader (4th ed.). Washington: Routledge.
- Juan, R. (2019). Gastronomía guayaquileña y su impacto sociocultural. Guayaquil: Holguín.
- Kotler, & Keller. (2012). Marketing management ((14th ed.) ed.). Panamá: Pearson Education.
- Laudan , R. (2015). Cuisine and Empire: Cooking in World History. EE.UU.: California Studies in Food and Culture.
- Long, L. M., et al. . (2017). Food and culture: A social history of food habits. . México: Routledge.
- Martínez, L. (2019). El Sector de Alimentos y Bebidas en la Economía Global.
- Ministerio de turismo del Ecuador. (2019). Plan Nacional de Turismo 2030. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

- Mora, C., & Cano, P. (2020). De lo tradicional a un nuevo enfoque de microempresas: Modelo conceptual de alianzas estratégicas. *Scielo*, 29, 1-13. doi:<https://doi.org/10.15174/au.2019.2285>
- Morales, A. (2020). Influencia cultural en la gastronomía Guayaquileña. *UTEG*, 8(3), 123-138.
- Osterwalder, A., & Pigneur, N. (2005). *Business Model Generation*. EE.UU.: Wiley.
- Pérez, C. (2018). *La cocina Guayaquileña: Tradiciones y sabores*. Guayaquil: Ed- Holguín.
- Pérez, M. (2019). *Cultura Guayaquileña: Tradiciones y Costumbres*. (Séptima ed.). Guayas: Editorial Guayas.
- Petridou, E., & Poulakidakos, S. (2017). The social and cultural significance of food and eating. In A. Delgado-Fernandez (Ed.), *Handbook of research on food trends*. Petridou, E., & Poulakidakos, S. (2017): IGI Global.
- Quijano, R. (13 de Febrero de 2018). *Modelo de negocios, conceptualización e importancia*. Guadalajara: BBVA.
- Ramírez, P. (2021). *Gastronomía de Guayaquil: Sabores y Saberes*. (2da ed.). Guayaquil: Ediciones Culinarias.
- Reglamento turístico de alimentos y bebidas. (13 de Octubre de 2023). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/10/2023-Reglamento-de-Alimentos-y-Bebidas.pdf>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2016). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Rev. EAN*, 82(2), 179-200. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>
- Rodríguez, H., & Fajardo, K. (2021). *Gestión de ventas y transferencia del conocimiento de Marketing digital en PYMES*. [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil]. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/56991/1/GESTION%20DE%20VENTAS%20Y%20TRANSFERENCIA%20DEL%20CONOCIMIENTO%20DE%20MARKETING%20DIGITAL%20EN%20PYMES%2c%20PROVINCIA%20DE%20LOS%20RIOS%2c%20A%20C3%91O%202021.pdf>
- Rush, E. (11 de Diciembre de 2018). *Investigación descriptiva*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Savitz, A. (2019). Midiendo la factibilidad en el negocio. *Readly*, 4(8), 123-134.
- Senplades. (2021). *Plan de Creación de oportunidades 2021 -2025*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- Senplades. (2024). *Plan de desarrollo para el nuevo Ecuador - Daniel Noboa*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/02/PND2024-2025.pdf>

The World's 50 Best Restaurants. (2023). Noma: El mejor restaurante del mundo. Obtenido de <https://www.theworlds50best.com/noma>

Torres, F., Romero, G., & Viteri, M. (2018). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 44, 1-13. doi:<https://doi.org/10.15198/seeci.2017.44.01-17>

Torres, W. (15 de Agosto de 2023). Forbes. Obtenido de <https://www.forbes.com.ec/lifestyle/nando-parrado-wines-grupo-disco-ya-ofrecen-sus-vinos-premium-uruguay-n55001>

Yakumanka. (10 de Marzo de 2023). El cebiche peruano en Barcelona. Obtenido de <https://www.yakumanka.com/>

ANEXOS

Anexo I. Formato de entrevista

2.1. Entrevista dirigida a Chef y expertos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Tema de la Tesis: Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña.

Objetivo de la Entrevista: Diagnosticar las tradiciones culinarias y costumbristas de Guayaquil, incluyendo platos tradicionales, ingredientes característicos, influencias culturales y aspectos socioculturales relevantes para comprender los elementos esenciales que deben incorporarse en el restaurante y garantizar su autenticidad y atractivo cultural.

Fecha:

Nombre del Chef Entrevistado:

Entrevistador:

1. ¿Cuáles considera que son los platos más representativos de la gastronomía guayaquileña y por qué?

2. ¿Qué ingredientes característicos de la región se utilizan con mayor frecuencia

en la cocina guayaquileña?

3. ¿Cómo describiría la influencia de otras culturas en la gastronomía de Guayaquil?

4. ¿Qué aspectos socioculturales cree que deben ser considerados al crear un menú auténtico guayaquileño?

5. ¿Cómo ha evolucionado la gastronomía guayaquileña en los últimos años?

6. ¿Qué técnicas culinarias tradicionales de Guayaquil son esenciales para preservar la autenticidad de sus platos?

7. ¿Qué importancia tiene la presentación y el emplatado en la cocina guayaquileña?

8. ¿Podría mencionar alguna anécdota o historia relacionada con la gastronomía guayaquileña que considere relevante para la cultura local?

9. ¿Cómo influye la gastronomía en la identidad cultural de Guayaquil?

10. ¿Qué recomendaciones nos daría para asegurar que nuestro restaurante mantenga la autenticidad y atractivo cultural de la gastronomía guayaquileña?

11. ¿Cómo cree que la gastronomía guayaquileña puede atraer a turistas y visitantes de otras regiones o países?

12. ¿Cuál es su visión sobre el futuro de la gastronomía en Guayaquil y qué tendencias cree que se verán en los próximos años?

13. ¿Qué tipo de ambiente o decoración considera adecuado para un restaurante

especializado en gastronomía guayaquileña?

14. ¿Cómo podemos integrar elementos culturales y tradicionales de Guayaquil en la experiencia gastronómica del restaurante?

15. ¿Qué sugerencias tiene para la creación de un ambiente y una decoración que reflejen la autenticidad de la cultura guayaquileña?

Anexo II. Formato de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Encuesta a Potenciales Clientes

Estimado/a encuestado/a:

Estamos desarrollando un modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña. Nos gustaría conocer sus preferencias y expectativas para ofrecerle la mejor experiencia posible. Agradecemos mucho su colaboración al responder las siguientes preguntas.

Instrucciones: Para cada afirmación, marque la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo o desacuerdo. Use la siguiente escala:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutral
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Información demográfica

I. Género

- a) Femenino ()
- b) Masculino ()

II. Edad Promedio

- a) De 18 a 25 años ()
- b) De 26 a 34 años ()
- c) De 35 a 44 años ()
- d) De 45 a 54 años ()
- e) De 55 a más años ()

III. Estado civil

- a) Soltero (a) ()
- b) Casado (a) ()

- c) Divorciado (a) ()
- d) Viudo (a) ()

IV. Nivel de educación

- a) Bachillerato ()
- b) Superior ()
- c) Maestría ()
- d) PhD ()

Pregunta	1	2	3	4	5
1. Prefiero comer en restaurantes que ofrezcan comida típica de la región.					
2. Visito restaurantes al menos una vez por semana.					
3. Me interesa conocer más sobre la gastronomía guayaquileña.					
4. La ambientación y decoración de un restaurante influye en mi decisión de visitarlo.					
5. Estoy dispuesto a pagar más por una experiencia gastronómica					

única y de alta calidad.					
6. Prefiero restaurantes que utilizan ingredientes locales y frescos en sus platos.					
7. Considero importante que un restaurante refleje la cultura y tradiciones locales.					
8. Estoy interesado/a en asistir a eventos culturales y gastronómicos organizados por restaurantes.					
9. Me gustaría que el restaurante ofrezca platos tradicionales guayaquileños con un toque moderno.					
10. La calidad del servicio es un factor decisivo para mí al elegir un restaurante.					

11. La calidad de los ingredientes utilizados en los platos es crucial para mi experiencia gastronómica.					
12. Me gusta que los restaurantes ofrezcan programas de fidelización (descuentos, promociones especiales)					
13. La posibilidad de realizar reservas en línea y recibir confirmaciones rápidas es importante para mí.					
14. Valoro la presencia de eventos especiales y culturales (música en vivo, exposiciones de arte) en un restaurante.					
15. Considero esencial que el personal del restaurante esté bien capacitado y ofrezca un servicio excepcional.					

<p>16. Me interesa que el restaurante ofrezca opciones de entrega a domicilio y para llevar.</p>					
<p>17. Estoy dispuesto/a a recomendar un buen restaurante especializado en gastronomía local a mis amigos y familiares.</p>					

Elaborado por: Las autoras

Muchas gracias por su colaboración



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Páez Espinoza, Carolina Anais** con C.C: # **0922611082** y **Icaza Ordóñez, Valeria Valentina** con C.C: # **0943851154** autoras del trabajo de titulación: **Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y cultura Guayaquileña** previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN TURISMO** 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, a los 02 días del mes de septiembre del año 2024

Páez Espinoza Carolina Anais

C.C: 0922611082

Icaza Ordóñez Valeria

C.C: 0943851154



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de modelo de negocio para un restaurante especializado en gastronomía y cultura Guayaquileña		
AUTOR(ES)	Páez Espinoza Carolina Anais Icaza Ordóñez Valeria Valentina		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Turismo		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado/a en Turismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	02/10/2024	No. DE PÁGINAS:	105 p.
ÁREAS TEMÁTICAS:	Promoción turística, Turismo, Crecimiento socioeconómico		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Modelo de negocios, Restaurante, comida típica, cultura guayaquileña, Canvas, valor agregado.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>La ciudad de Guayaquil, reconocida por su rica tradición culinaria, ofrece un entorno ideal para la implementación de un restaurante que resalte los sabores típicos de la región y contribuya al desarrollo económico local. Este trabajo de investigación responde a la creciente necesidad que existe de ofrecer experiencias gastronómicas auténticas que reflejen la identidad cultural de Guayaquil, en un escenario donde la industria de los restaurantes está en constante expansión. El objetivo de este estudio fue definir un modelo de negocio para un restaurante enfocado en la gastronomía y cultura guayaquileña con el fin de contribuir al desarrollo económico local y fortalecer el turismo. La investigación utilizó una metodología que combina enfoques cualitativos y cuantitativos. Se llevó a cabo un análisis de mercado para identificar las preferencias y necesidades de los consumidores locales y turistas, mediante encuestas y entrevistas a posibles clientes y expertos del sector gastronómico. Los resultados del análisis financiero revelan un VAN de \$126.052,83 y una TIR de 45%, lo que indica que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero y ofrece un retorno atractivo sobre la inversión. El estudio concluye que la creación de un restaurante especializado en gastronomía y cultura guayaquileña en Guayaquil es una oportunidad rentable y sostenible. Este proyecto no solo contribuirá al fortalecimiento del turismo y la economía local, sino que también ayudará a preservar y difundir la rica herencia cultural del país.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 988971447	+593	E-mail: carolina.paez@cu.ucsg.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: teresa.knezevich@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):			