



**PROYECTO INTEGRADOR PARA LA CREACIÓN DEL  
RESTAURANTE “EL CANGREJO AZUL”, UBICADO EN LA  
PROVINCIA DE ESMERALDAS, PARROQUIA LAS PALMAS,  
MEDIANTE LA ESTRUCTURA DEL MODELO DE NEGOCIO  
CANVAS.**

**CARLOS EDUARDO VERA VÉLEZ**

Director:

Ing. Christian Carvajal M.I.

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología Superior en  
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional

Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 10 marzo de 2024

## DEDICATORIA

A mis padres, quienes han sido mi inspiración, mi apoyo incondicional y mi motivación constante a lo largo de este camino. Cada logro alcanzado es el resultado de su amor, sacrificio y dedicación. A ustedes les dedico este logro con todo mi corazón.

A mis hijas Lianna e Isabella, quienes han sido mi razón de ser y mi mayor fuente de alegría. Cada paso que doy lo hago pensando en su futuro y en ser un ejemplo para ustedes. Gracias por ser mi inspiración y mi motor para seguir adelante.

Especialmente, a Karina Célleri, pilar fundamental en mi vida, por su amor incondicional, su apoyo constante y su sabiduría que siempre me guía en cada decisión. Tu presencia ha sido una luz en mi camino y te agradezco profundamente por estar siempre a mi lado.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia, por su amor incondicional, comprensión y apoyo inquebrantable en cada paso que he dado. A mis amigos, por su compañía, ánimo y alegría que han llenado mi camino de momentos inolvidables. A mis profesores, por su dedicación, conocimiento y guía constante que han contribuido en mi formación académica y personal. A todos quienes han sido parte de este camino, ¡gracias! Este logro no habría sido posible sin ustedes.

## **CARTA DE AUTORÍA**

Yo, Carlos Eduardo Vera Vélez autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**Carlos Eduardo Vera Vélez**

D.M. Quito, 10 marzo 2024

**Msc. Fernando Razo**

**Tutor de Trabajo de Titulación**

## CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Fernando Razo Cajas M.I.

D.M. Quito, 10 marzo 2024

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Ing. Fernando Razo Cajas M.I.** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr **Carlos Eduardo Vera Vélez** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. **Carlos Eduardo Vera Vélez** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto Integrador Para La Creación Del Restaurante “El Cangrejo Azul”, Ubicado En La Provincia De Esmeraldas, Parroquia Las Palmas, Mediante La Estructura Del Modelo De Negocio Canvas”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Fernando Razo Cajas M.I.**

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Fernando Razo Cajas M.I.** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr **Carlos Eduardo Vera Vélez**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto Integrador Para La Creación Del Restaurante “El Cangrejo Azul”, Ubicado En La Provincia De Esmeraldas, Parroquia Las Palmas, Mediante La Estructura Del Modelo De Negocio Canvas”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**Ing. Fernando Razo Cajas M.I.**

**Carlos Eduardo Vera Vélez**

D.M. Quito, 10 marzo 2024

## Índice

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
CARTA DE AUTORÍA.....	4
CERTIFICACIÓN.....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA .....	6
Índice de gráficos .....	12
Índice de tablas.....	13
Índice de ilustraciones.....	14
Resumen ejecutivo .....	15
Capítulo I.....	17
Tema.....	17
Marco contextual- antecedentes.....	17
Ubicación geografía .....	19
Aspectos demográficos .....	19
Platos tradicionales.....	19
Turismo .....	20
Comercio.....	21
Análisis involucrados.....	21
Formulación de problema .....	25
Definición del problema.....	25
Variables.....	26
Variable dependiente.....	26
Variable independiente.....	26
Objeto de estudio y campo de acción.....	26
Campo de acción.....	26
Justificación.....	28
Objetivos .....	29
Objetivo general.....	29
Objetivos específicos .....	29
CAPÍTULO II .....	31
MARCO TEÓRICO.....	31

Introducción al Emprendimiento en el Sector de la Restauración .....	31
Definición y Características del Emprendimiento Gastronómico.....	31
Importancia Económica y Cultural de los Restaurantes .....	31
Importancia Gastronómica y Económica de los Cangrejos .....	32
Gestión de Recursos y Sostenibilidad.....	33
Precios y Mercado Gastronómico .....	33
Regulaciones y Vedas.....	33
Tipos de cangrejos.....	34
Cangrejo Azul ( <i>Callinectes sapidus</i> ): .....	34
Cangrejo de Río ( <i>Astacoidea</i> ): .....	35
Modelo de gestión empresarial CANVAS .....	35
Oportunidades del Modelo Canvas para "El Cangrejo Azul" .....	37
Modelo Canvas.....	37
Segmentos de mercado.....	37
Definición:.....	37
Tipos de Segmentación: .....	37
Propuestas de valor .....	38
Experiencia Gastronómica Única:.....	38
Variedad y Frescura de Productos: .....	38
Ambiente Acogedor y Temático:.....	39
Atención Personalizada y Cálida: .....	39
Compromiso con la Sostenibilidad: .....	42
Innovación en Presentación y Sabores:.....	43
Eventos y Promociones Especiales: .....	43
Accesibilidad y Comodidad: .....	43
Canales .....	44
Canales de Comunicación:.....	44
Canales de Distribución: .....	45
Integración de Canales: .....	45
Relaciones con clientes .....	46
Estrategias de Relacionamiento: .....	47
Administración de Relaciones (CRM):.....	47
Fidelización de Clientes: .....	48

Manejo de Problemas y Reclamos: .....	48
Fuentes de ingresos .....	49
Ingresos por Ventas de Alimentos y Bebidas: .....	49
Servicios de Catering y Eventos Especiales: .....	49
Productos y Merchandising:.....	50
Experiencias Gastronómicas Especiales: .....	50
Programa de Membresía y Beneficios: .....	50
Recursos clave.....	51
Recursos Físicos:.....	51
Recursos Humanos:.....	51
Recursos Intelectuales:.....	52
Recursos Tecnológicos:.....	52
Recursos Financieros: .....	52
Alianzas Estratégicas: .....	53
Sistema de Gestión de Calidad e Higiene: .....	53
Actividades clave .....	53
Preparación Gastronómica: .....	54
Operaciones de Cocina:.....	54
Servicio al Cliente:.....	54
Gestión Administrativa: .....	54
Marketing y Promoción: .....	54
Mantenimiento del Ambiente:.....	55
Gestión de la Experiencia del Cliente: .....	55
Desarrollo y Formación del Personal:.....	55
Negociación y Alianzas:.....	55
Gestión Tecnológica:.....	56
Asociaciones clave .....	56
Proveedores de Mariscos: .....	57
Agricultores y Productores Locales: .....	57
Empresas de Logística y Distribución: .....	57
Asociaciones Gastronómicas Locales: .....	57
Alianzas con Empresas de Eventos:.....	57
Empresas de Marketing y Relaciones Públicas:.....	57

Empresas de Tecnología:.....	58
Colaboraciones con Instituciones Educativas: .....	58
Patrocinios y Colaboraciones Locales: .....	58
Alianzas con Empresas de Turismo: .....	58
Estructura de costos.....	59
Costos Fijos:.....	60
Costos Variables:.....	60
Costos de Recursos Clave: .....	60
Reserva para Contingencias: .....	60
Costos de Marketing y Promoción:.....	61
Costos de Tecnología e Innovación:.....	61
Costos de Sostenibilidad y Responsabilidad Social:.....	61
Costos Administrativos: .....	61
CAPÍTULO III .....	62
INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA .....	62
Antecedentes diagnósticos .....	62
Tipos de investigación.....	63
Explorativa:.....	63
Metodología de investigación .....	63
Cualitativa: .....	63
Técnicas e instrumentos de investigación.....	64
Encuesta: .....	64
Plan de muestreo .....	64
Muestreo Probabilístico .....	66
Muestra.....	67
Evaluación de la campaña.....	68
Presentación gráfica de resultados y análisis de resultados. ....	69
Pregunta 1.....	69
Pregunta 2.....	71
Pregunta 3.....	73
Pregunta 4.....	75
Pregunta 6.....	79
Pregunta 7.....	81

Pregunta 8.....	83
Pregunta 9.....	85
Pregunta 10.....	87
Pregunta 11.....	89
Pregunta 12.....	91
Pregunta 13.....	93
CAPÍTULO IV .....	97
PROPUESTA .....	97
Tema.....	97
Datos informativos.....	97
Antecedentes de la propuesta.....	98
Justificación.....	99
Objetivos.....	101
Análisis de factibilidad Modelo CANVAS .....	102
Permisos y requisitos de funcionamiento.....	105
Activos diferidos.....	111
Recursos operativos .....	115
Sueldos .....	111
Flujo de ventas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Inversiones .....	115
Capital de trabajo .....	112
Material de limpieza.....	117
Depreciación .....	113
Total, inversión.....	108
Tabla de amortización .....	114
Punto de equilibrio .....	118
Conclusiones .....	121
Recomendaciones.....	123
Anexos.....	124
Bibliografía .....	130

## Índice de gráficos

Gráfico 1.....	24
Gráfico 2.....	69
Gráfico 3.....	71
Gráfico 4.....	74
Gráfico 5.....	75
Gráfico 6.....	78
Gráfico 7.....	79
Gráfico 8.....	81
Gráfico 9.....	83
Gráfico 10.....	85
Gráfico 11.....	87
Gráfico 12.....	90
Gráfico 13.....	92
Gráfico 14.....	94
Gráfico 15.....	96
Gráfico 16.....	97

## Índice de tablas

Tabla 1 .....	23
Tabla 2 .....	37
Tabla 3 .....	66
Tabla 4 .....	106
Tabla 5 .....	115
Tabla 6 .....	111
Tabla 7 .....	112
Tabla 8 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 9 .....	115
Tabla 10 .....	112
Tabla 11 .....	117
Tabla 12 .....	113
Tabla 13 .....	109
Tabla 14 .....	114
Tabla 15 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 16 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 17 .....	120

**Índice de ilustraciones**

Ilustración 1.....	34
Ilustración 2.....	35
Ilustración 3.....	102

## Resumen ejecutivo

El presente documento detalla el proyecto para la creación del restaurante "El Cangrejo Azul", un emprendimiento gastronómico ubicado en la provincia de Esmeraldas, parroquia Las Palmas, que ofrecerá una experiencia culinaria única basada en platos elaborados con Cangrejo Azul y otros mariscos frescos de la región. El proyecto se basa en el modelo de negocio Canvas, una herramienta que permite analizar y estructurar los diferentes componentes clave para el éxito del emprendimiento.

Ecuador, cuenta con una rica tradición pesquera y un alto consumo de mariscos en todo el país. Sin embargo, en la provincia de Esmeraldas, existe una oportunidad para aprovechar la abundancia de cangrejo azul y otros mariscos locales mediante la creación de un restaurante temático que ofrezca una propuesta gastronómica innovadora y atractiva para residentes y turistas.

Se abordan conceptos clave sobre el emprendimiento en el sector de la restauración, su importancia económica y cultural, así como la definición y características del emprendimiento gastronómico. Además, se destaca el papel de los restaurantes como catalizadores de la identidad cultural y la preservación de la herencia culinaria local.

Se presenta una investigación exploratoria y descriptiva para comprender el contexto actual del mercado de restaurantes en Esmeraldas, las preferencias de los consumidores y los factores clave para el éxito del proyecto. Se utilizarán técnicas como encuestas, entrevistas y observación para recopilar información valiosa.

Se analizará la viabilidad del proyecto desde diferentes perspectivas, incluyendo estudios de mercado, técnicos, organizacionales, legales y financieros. Esto permitirá evaluar la factibilidad y rentabilidad del emprendimiento, así como identificar posibles riesgos y estrategias para mitigarlos.

Utilizando el modelo Canvas, se definirán los aspectos clave del negocio, como la propuesta de valor, segmentos de clientes, canales de distribución, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios estratégicos y estructura de costos.

Finalmente, se presentarán las conclusiones derivadas del análisis realizado y se brindarán recomendaciones para la implementación exitosa del proyecto, considerando factores críticos como la gestión eficiente de recursos, la estrategia de marketing, la capacitación del personal y el cumplimiento de normativas y regulaciones aplicables.

## Capítulo I

### Tema

PROYECTO INTEGRADOR PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “EL CANGREJO AZUL”, UBICADO EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS, PARROQUIA LAS PALMAS, MEDIANTE LA ESTRUCTURA DEL MODELO DE NEGOCIO CANVAS.

### Marco contextual- antecedentes

Ecuador, como país costero, goza de una amplia variedad de productos marinos que abastecen tanto a la población local como a los mercados internacionales. Desde camarones hasta langostinos y diversas especies de pescados, la oferta de mariscos en Ecuador es abundante y diversa (Ecuador, Instituto Nacional de Pesca, 2020). Sin embargo, es importante destacar que la economía ecuatoriana no solo se basa en la industria pesquera, sino también en la agricultura, que juega un papel crucial en la generación de ingresos y empleo en varias provincias del país (Banco Mundial, 2019)

El consumo de mariscos en Ecuador no se limita únicamente a las regiones costeras, sino que se extiende a lo largo y ancho del país. A pesar de que las zonas costeras tienen una mayor disponibilidad y variedad de mariscos frescos, las ciudades del interior también cuentan con una amplia oferta de estos productos, gracias a los sistemas de distribución y transporte eficientes que permiten llevar los productos del mar a diferentes partes del país (Ecuador, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, 2018)

De acuerdo con datos del Ministerio de Acuacultura y Pesca, el consumo per cápita de productos del mar en Ecuador ha ido en aumento en los últimos años, alcanzando un promedio de 22 kilogramos por persona al año. Este aumento se debe en parte a la creciente popularidad de los mariscos como una opción saludable y deliciosa en la dieta ecuatoriana, así como a la disponibilidad y accesibilidad de estos productos en los mercados locales (Ministerio de Acuacultura y Pesca, 2021)

La industria pesquera en el Ecuador contempla:

El procesamiento y la exportación de productos marinos representan la principal actividad económica de la provincia de Manabí. Manta, la capital, se destaca como el principal puerto pesquero del Pacífico Oriental y cuenta con una abundante variedad de recursos marinos que son fundamentales para la alimentación, el empleo y la economía local. Estos productos marinos son una excelente fuente de proteínas de alta calidad, fácilmente asimilables por el organismo humano, y están enriquecidos con nutrientes como fósforo, potasio, hierro, magnesio, sodio, ácido fólico y vitaminas esenciales para la salud ocular. (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2012)

Según (El Comercio, 2015), los mariscos son el pilar de la gastronomía esmeraldeña, reconocida en todo el país por su exquisito sabor. Tanto los habitantes locales como los turistas que visitan los destinos costeros de Esmeraldas disfrutan de estos manjares. Se observa un aumento en el consumo de mariscos entre personas procedentes de la Sierra Andina ecuatoriana y visitantes extranjeros que acuden a los

balnearios de Esmeraldas, según lo reportado por la Asociación de Cevicheros de Atacames.

### **Ubicación geografía**

Esmeraldas, la provincia más septentrional de la costa ecuatoriana, se distingue por su paisaje llano, salpicado por pequeñas colinas que no superan los 30 metros sobre el nivel del mar. Su clima abarca desde el tropical subhúmedo hasta el subtropical muy húmedo, con una temperatura promedio de 23°C. Esta región, rica en biodiversidad y recursos naturales, ha capturado la atención tanto de locales como de visitantes por sus condiciones geográficas y climáticas particulares (Rebotier, Metzge, & Pigeon, 2023).

### **Aspectos demográficos**

Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos del Ecuador (INEC) en el censo realizado en 2022, la provincia de Esmeraldas alberga una población total de 553,900 habitantes. Esta cifra refleja el dinamismo demográfico de la región y su importancia como uno de los centros poblacionales más significativos del país (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022)

### **Platos tradicionales**

La provincia de Esmeraldas, se distingue por una rica tradición culinaria que resalta la diversidad y frescura de sus productos estrella, entre los que se destacan los pescados y mariscos, así como las carnes y una variedad de frutas tropicales como el coco, el plátano verde y maduro, y la exquisita chillangua. Entre los platos típicos

más emblemáticos de la región se encuentran los ceviches, el pescado frito acompañado de arroz y patacones, la reconfortante sopa marinera, el tradicional caldo de bagre, el sabroso arroz con camarón, el exquisito arroz con concha, los cangrejos encocados, el apetitoso arroz marinero, los encocados de guanta, y una amplia gama de otros platos que deleitan hasta los paladares más exigentes (Cedeño Bueno & Chiriguaya Segura, 2018) Esta exquisita variedad gastronómica refleja la riqueza cultural y culinaria de Esmeraldas, siendo un fiel reflejo de la identidad y el sabor de la región.

### **Turismo**

Esmeraldas, conocida popularmente como "la provincia verde", se encuentra ubicada en la costa noroccidental de Ecuador, y sus impresionantes playas son, sin duda alguna, uno de sus mayores atractivos. A tan solo 30 kilómetros al sur de la ciudad de Esmeraldas se encuentra Atacames, un destino turístico que recibe visitantes durante todo el año. Esta localidad costera es famosa entre los habitantes de Quito, la capital del país, quienes la han bautizado como "la playa de los Quiteños" debido a su cercanía con la capital (Ecuador, Gobierno Autonomo Descentralizado de Esmeraldas, 2018).

La belleza natural de Esmeraldas y la diversidad de sus playas ofrecen a los visitantes una experiencia única, donde pueden disfrutar del sol, la arena y el mar, así como de una amplia variedad de actividades recreativas y deportivas.

## **Comercio**

En el cantón, las ocupaciones mayoritarias se dividen principalmente entre trabajos elementales, agricultores y trabajadores calificados. Les siguen en importancia los oficiales, operarios y artesanos, mientras que los trabajadores de servicios y vendedores también juegan un papel destacado en la economía local (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022)

## **Análisis involucrados**

El cuadro presenta un análisis de los principales involucrados en el proyecto de creación del restaurante "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas.

Se identifican 4 grupos de involucrados:

- Clientes
- Dueño del restaurante
- Proveedores
- Competencia directa

Para cada grupo se analizan:

- Intereses en la investigación: qué buscan o esperan obtener del proyecto.
- Problemas percibidos: principales problemas, dificultades o riesgos que visualizan con la puesta en marcha del negocio.
- Recursos y mandatos: qué recursos pueden aportar al proyecto y qué normas o requerimientos deben cumplir.

Este análisis permite comprender a profundidad los intereses, motivaciones, recursos y limitaciones de cada actor clave.

A partir de esta información, el dueño del restaurante puede desarrollar estrategias efectivas para satisfacer las expectativas de clientes y proveedores, cumplir con normativas, y posicionarse frente a los competidores.

Tabla 1

*Análisis involucrados*

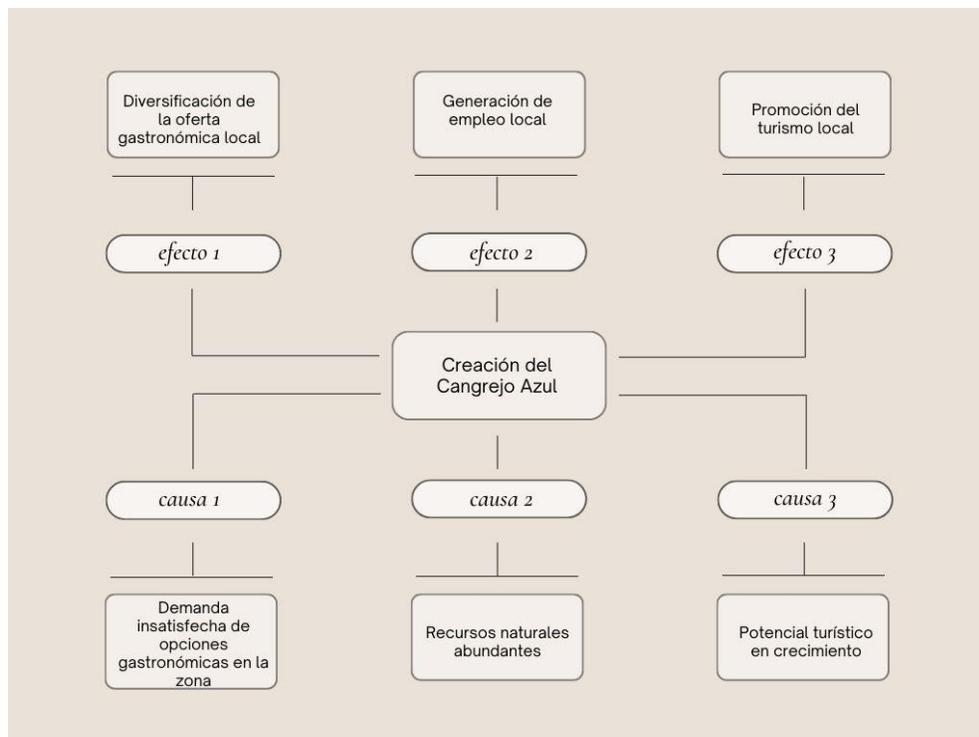
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS (recursos que aporten y mandatos son leyes, normas a seguir)
Clientes	<p>Buscan una experiencia gastronómica auténtica de la región a buen precio.</p> <p>Desean platos frescos y sabrosos a base de mariscos y pescados.</p> <p>Valoran un servicio amable y ambiente agradable.</p>	<p>Oferta limitada de restaurantes con comida típica de calidad.</p> <p>Precios elevados en algunos establecimientos.</p> <p>Mala atención en algunos locales.</p>	<p>Identificar y comprender las preferencias gastronómicas locales y de los turistas para adaptar el menú y el servicio del restaurante. Además, establecer estrategias de marketing para atraer y retener clientes.</p>
Dueño del restaurante	<p>Ofrecer una propuesta única gastronómica de la zona.</p> <p>Lograr posicionamiento y rentabilidad del negocio.</p> <p>Brindar una fuente de empleo a la comunidad.</p>	<p>Alta inversión inicial requerida.</p> <p>Conseguir proveedores locales confiables.</p> <p>Lograr posicionamiento en el mercado como nuevo negocio.</p>	<p>Aportar capital inicial para la inversión, así como experiencia en la gestión de negocios y conocimientos en el sector gastronómico.</p>
Proveedores	<p>Tener un comprador constante para sus productos pesqueros.</p> <p>Establecer una relación comercial estable y beneficiosa.</p>	<p>Fluctuaciones en la oferta de productos según temporadas.</p> <p>Cumplimiento de pagos por parte del restaurante.</p> <p>Lograr acuerdos que beneficien a ambas partes.</p>	<p>Establecer relaciones sólidas con proveedores locales de mariscos frescos y otros ingredientes necesarios para el menú. Además, negociar acuerdos favorables para garantizar la calidad y el suministro constante de productos.</p>

<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p>	<p>Mantener o aumentar su cuota de mercado en la zona. Fidelizar a sus clientes actuales. Mejorar sus estrategias frente a nuevos competidores.</p>	<p>Posible pérdida de una porción del mercado. Ajustar estrategia frente a nueva oferta gastronómica. Mantener la preferencia de los consumidores actuales.</p>	<p>Realizar un análisis detallado de los competidores locales para identificar sus fortalezas y debilidades. Utilizar esta información para diferenciar el restaurante "El Cangrejo Azul" y desarrollar estrategias competitivas efectivas.</p>
-----------------------------------	---	---	---

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

### Gráfico 1

*Problemas de investigación*



*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

### **Formulación de problema**

¿Cuáles son las demandas y preferencias del mercado local de la provincia de Esmeraldas, específicamente en la Parroquia Las Palmas, en relación con el consumo de platos elaborados a base de cangrejo, y cómo pueden estas ser atendidas de manera efectiva por el restaurante "El Cangrejo Azul" para garantizar su viabilidad y éxito en el sector gastronómico?

### **Definición del problema**

El problema que motiva esta investigación radica en la necesidad de identificar y seleccionar una ubicación estratégica para la apertura del restaurante "El Cangrejo Azul" en la provincia de Esmeraldas, específicamente en la Parroquia Las Palmas. Esta elección de ubicación es crucial para el éxito del proyecto, ya que influirá directamente en la visibilidad, accesibilidad y potencial de clientela del restaurante.

El restaurante "El Cangrejo Azul" busca posicionarse como un referente gastronómico en la región, ofreciendo una experiencia culinaria única basada en la autenticidad y frescura de los productos locales, especialmente los platos a base de cangrejo. Sin embargo, la falta de una ubicación estratégica podría limitar su capacidad para atraer y retener clientes, así como para competir eficazmente en el mercado local de restaurantes.

Por lo tanto, el problema se centra en la necesidad de identificar una ubicación que cumpla con los criterios específicos de visibilidad, accesibilidad, densidad poblacional, potencial de clientela y competencia cercana, con el fin de maximizar las

oportunidades de éxito del restaurante "El Cangrejo Azul" en la provincia de Esmeraldas.

## **Variables**

### ***Variable dependiente***

Éxito y rentabilidad del restaurante "El Cangrejo Azul".

### ***Variable independiente***

Estructura sobre la cual se desarrolla el proyecto.

## **Objeto de estudio y campo de acción**

La investigación se enfocará en la identificación de una ubicación estratégica que permita posicionar de manera efectiva la marca "EL CANGREJO AZUL" en la provincia de Esmeraldas, ofreciendo a los clientes un producto altamente demandado en la región.

## **Campo de acción**

El campo de acción del proyecto de creación del restaurante "El Cangrejo Azul" abarca diversas áreas que serán clave para su desarrollo y éxito en la provincia de Esmeraldas. Estas áreas incluyen:

1. **Ubicación Estratégica:** Identificar y evaluar diferentes ubicaciones dentro de la provincia de Esmeraldas, especialmente en la Parroquia Las Palmas, para establecer el restaurante "El Cangrejo Azul". Esto implica analizar factores como

accesibilidad, visibilidad, densidad poblacional, competencia cercana y potencial de clientela.

2. **Diseño y Decoración del Restaurante:** Desarrollar un concepto de diseño interior y exterior que refleje la identidad del restaurante y atraiga a los clientes. Esto incluye la selección de materiales, mobiliario, iluminación y decoración que creen una atmósfera acogedora y atractiva.

3. **Desarrollo del Menú:** Crear un menú variado y atractivo que destaque los productos estrella del restaurante, como los platos a base de cangrejo, así como otros platos típicos de la región de Esmeraldas. Se deberá considerar la calidad de los ingredientes, la presentación de los platos y la diversidad de opciones para satisfacer los diferentes gustos y preferencias de los clientes.

4. **Gestión de Proveedores:** Establecer relaciones comerciales con proveedores locales y regionales que garanticen el suministro constante de ingredientes frescos y de alta calidad para la elaboración de los platos del restaurante. Esto implica negociar precios, establecer contratos y asegurar la trazabilidad y sostenibilidad de los productos.

5. **Marketing y Promoción:** Diseñar e implementar estrategias de marketing y promoción que den a conocer el restaurante "El Cangrejo Azul" y generen interés y expectativa entre los potenciales clientes. Esto puede incluir la creación de una identidad visual, el uso de redes sociales, la realización de eventos promocionales y la colaboración con influencers y medios de comunicación locales.

6. **Gestión Operativa:** Establecer procesos y procedimientos operativos eficientes para el funcionamiento diario del restaurante, incluyendo la gestión de reservas, atención al cliente, control de inventario, gestión de personal, entre otros aspectos fundamentales para brindar una experiencia positiva a los clientes.
7. **Control Financiero:** Implementar sistemas de control financiero que permitan monitorear los ingresos, gastos y rentabilidad del restaurante. Esto incluye la elaboración de presupuestos, el seguimiento de costos y la evaluación periódica del desempeño financiero para garantizar la viabilidad y sostenibilidad del negocio a largo plazo.

### **Justificación**

La elección de abordar este problema se fundamenta en la necesidad imperante de comprender las dinámicas del mercado local en la provincia de Esmeraldas, específicamente en lo que respecta al consumo de platos elaborados a base de cangrejo. Considerando el rico potencial económico y cultural de esta región costera, resulta fundamental para el éxito del restaurante "El Cangrejo Azul" comprender a fondo las preferencias y demandas de los potenciales clientes locales.

Esta investigación no solo busca identificar las necesidades y expectativas de los consumidores, sino también proporcionar una base sólida para la toma de decisiones estratégicas en cuanto a la oferta gastronómica del restaurante. Al ajustar la propuesta culinaria de manera precisa y estratégica, se pretende garantizar la satisfacción del cliente y, en consecuencia, fomentar la fidelidad de los clientes existentes y atraer a nuevos comensales.

Además, el estudio de las preferencias del mercado contribuirá significativamente al desarrollo y crecimiento del emprendimiento en el sector de la restauración en la región. Al entender mejor las necesidades del mercado local, "El Cangrejo Azul" podrá posicionarse de manera más competitiva, diferenciarse de la competencia y establecer una sólida base para su crecimiento futuro.

## **Objetivos**

### ***Objetivo general***

Diseñar y establecer de manera efectiva la estructura operativa y comercial del restaurante "El Cangrejo Azul", ubicado en la provincia de Esmeraldas, parroquia Las Palmas, mediante la aplicación del modelo de negocio Canvas, con el fin de garantizar su viabilidad y éxito en el mercado local y turístico.

### ***Objetivos específicos***

1. Realizar un diagnóstico preciso de las preferencias gastronómicas y las necesidades del mercado local y turístico de la provincia de Esmeraldas, mediante la revisión bibliográfica.
2. Evaluar la efectividad de la campaña de promoción del restaurante "Cangrejo Azul" en el sector de Las Palmas, provincia de Esmeraldas, a través de una encuesta de 14 preguntas dirigida a potenciales clientes, con el fin de determinar el nivel de conocimiento de la marca, la percepción de la oferta gastronómica y la intención de visita.

3. Desarrollar una propuesta de negocios basado en el modelo CANVAS para el restaurante "El Cangrejo Azul" en el Cantón Esmeraldas, con un enfoque en atraer y retener clientes potenciales del sector Las Palmas.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Introducción al Emprendimiento en el Sector de la Restauración**

El emprendimiento en el sector gastronómico ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, convirtiéndose en una opción atractiva para aquellos que buscan materializar sus ideas creativas y pasiones culinarias. Según el informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre "Tendencias del Turismo Gastronómico", este fenómeno ha ganado terreno como una forma única de explorar y experimentar nuevas culturas (Organización Mundial del Turismo, 2021).

#### **Definición y Características del Emprendimiento Gastronómico**

El emprendimiento gastronómico se define como la creación y gestión de negocios relacionados con la preparación y venta de alimentos y bebidas. Este sector se distingue por su naturaleza creativa, donde los emprendedores no solo ofrecen productos, sino también experiencias culinarias únicas. De acuerdo con la investigación, el emprendimiento se caracteriza por ser un proceso en el cual se detectan y aprovechan oportunidades con el propósito de desarrollar nuevos productos o servicios (Shane & Venkataraman, 2000).

#### **Importancia Económica y Cultural de los Restaurantes**

Los restaurantes desempeñan un papel crucial en la economía local y nacional. Además de generar empleo y contribuir al desarrollo económico, los restaurantes también son catalizadores de la cultura y la identidad de una comunidad.

En su obra "The Culinary Imagination: From Myth to Modernity", explora cómo la gastronomía no solo es una forma de alimentación, sino también una expresión cultural arraigada en la identidad de una sociedad. (Gilbert, 2014)

En el ámbito cultural, los restaurantes actúan como lugares de encuentro, celebración y preservación de la herencia culinaria. "EL CANGREJO AZUL" asume el compromiso de ser un actor relevante en la difusión y promoción de la riqueza gastronómica de Esmeraldas, destacando ingredientes locales y recetas tradicionales que han pasado de generación en generación. La apertura de "EL CANGREJO AZUL" no solo representa una oportunidad de emprendimiento, sino también un homenaje a la diversidad y autenticidad de la gastronomía esmeraldeña. Este proyecto, concebido bajo la estructura del modelo CANVAS, busca no solo satisfacer el apetito de los comensales, sino también alimentar el alma a través de experiencias gastronómicas únicas y memorables.

### **Importancia Gastronómica y Económica de los Cangrejos**

**Diversidad Culinaria:** Los cangrejos son apreciados en diversas culturas culinarias y aportan una rica variedad de sabores y texturas a los platos (Kaynor & Keller, 2006).

**Demanda y Mercado:** La creciente demanda de platos a base de cangrejo ha generado un mercado dinámico. Los restaurantes desempeñan un papel clave en satisfacer esta demanda (Kaynor & Keller, 2006).

## **Gestión de Recursos y Sostenibilidad**

**Pesca Sostenible:** La sobreexplotación puede amenazar las poblaciones de cangrejos. Estrategias de pesca sostenible, como límites de captura y temporadas de veda, son esenciales para garantizar la sostenibilidad a largo plazo (Rathbun, 1924).

**Impacto Ambiental:** Investigaciones han destacado los impactos ambientales de la pesca no regulada de cangrejos. La gestión adecuada se presenta como una solución para minimizar estos impactos (Rathbun, 1924).

## **Precios y Mercado Gastronómico**

**Factores Determinantes de Precios:** Investigaciones han identificado factores como la temporada, la frescura y la especie como determinantes clave de los precios de los cangrejos en el mercado gastronómico (Rathbun, 1924).

**Valor Agregado en la Gastronomía:** La inclusión de cangrejos en los menús de restaurantes no solo aporta valor gastronómico, sino que también puede influir en la percepción de la calidad y exclusividad del establecimiento (Rathbun, 1924).

## **Regulaciones y Vedas**

**Legislación y Normativas:** La legislación, como la implementación de vedas, es fundamental para controlar la extracción y garantizar la reproducción de las poblaciones (Yeo, Cumberlidge, Magalhães, Campos , & Daniels, 2007)

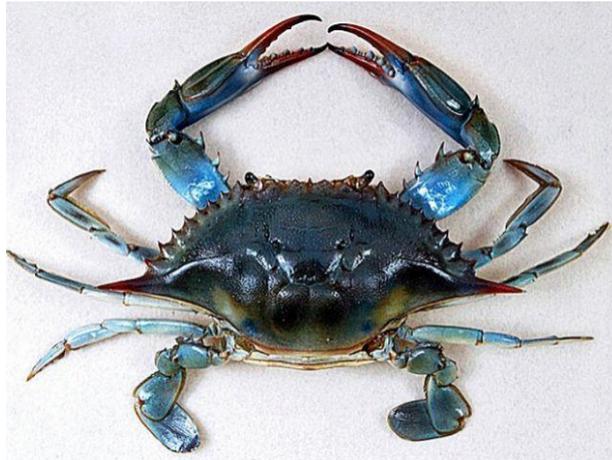
## Tipos de cangrejos

Los cangrejos son crustáceos que exhiben una notable diversidad en cuanto a tamaño, forma y hábitat. A continuación, detallamos algunos de los tipos más destacados, resaltando sus características distintivas y aplicaciones culinarias:

### *Cangrejo Azul (Callinectes sapidus):*

#### Ilustración 1

#### *Cangrejo Azul*



Conocido también como cangrejo de caparazón azul, habita en aguas costeras de América del Norte. Su carne dulce y el brillo distintivo de su caparazón azul lo convierten en una delicia culinaria apreciada (Dungy, 2007).

***Cangrejo de Río (Astacoidea):***

**Ilustración 2**

*Cangrejo de río*



Este grupo incluye diversas especies de cangrejos de agua dulce, como el cangrejo de río americano y el cangrejo de río europeo. Su hábitat en agua dulce y la calidad de su carne los hacen populares en diversas preparaciones culinarias (Holdich, 2002).

**Modelo de gestión empresarial CANVAS**

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar un plan de negocios para la creación del restaurante "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas, mediante la aplicación del modelo Canvas. El modelo Canvas fue desarrollado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur como una herramienta de planificación estratégica para el diseño de modelos de negocio. Se basa en un lienzo de 9 componentes clave que cubren las áreas más importantes para el desarrollo de un negocio (Osterwalder & Yves, 2011)

Los 9 módulos del lienzo Canvas son: segmentos de mercado, propuestas de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades

clave, asociaciones clave y estructura de costos. El análisis integrado de estos elementos permite diseñar la estrategia, ejecución y sostenibilidad del negocio (Osterwalder & Yves, 2011).

El modelo Canvas ofrece diversas ventajas para la elaboración de planes de negocio. Facilita la representación completa del modelo en una sola página, fomenta la colaboración, permite la identificación de puntos fuertes y áreas de mejora, se adapta fácilmente a cambios y pone énfasis en la propuesta de valor (Ferreira Herrera, 2015).

Para el caso del restaurante "El Cangrejo Azul", la aplicación del lienzo Canvas servirá para definir los elementos diferenciadores de la propuesta gastronómica, el público objetivo, la experiencia al cliente, las alianzas estratégicas, las actividades operativas clave y la estructura de ingresos y costos. De esta forma se podrá diseñar un modelo de negocio sólido y con proyección de éxito (Ferreira Herrera, 2015).

## Oportunidades del Modelo Canvas para "El Cangrejo Azul"

### *Modelo Canvas*

**Tabla 2**

*Modelo CANVAS, Aspectos internos y externos*

MODELO CANVAS	
ASPECTOS INTERNOS	ASPECTOS EXTERNOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de socios</li> <li>• Actividades clave</li> <li>• Recursos clave</li> <li>• Estructura de costos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmento de mercado</li> <li>• Propuesta de valor</li> <li>• Canales</li> <li>• Relación con clientes</li> <li>• Fuente de ingresos</li> </ul>

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

### **Segmentos de mercado**

#### ***Definición:***

El segmento de mercado para el restaurante "EL CANGREJO AZUL" se define como aquellos clientes potenciales a los que el restaurante busca servir y satisfacer. En este caso, se busca atraer a diferentes grupos demográficos y amantes de la gastronomía que aprecien la experiencia única ofrecida por el restaurante.

#### ***Tipos de Segmentación:***

El servicio estará dirigido a una amplia gama de clientes, independientemente de su edad, género o nivel socioeconómico, con un enfoque inclusivo y acogedor. Se priorizará a los residentes locales de la provincia de Esmeraldas, específicamente del

sector Las Palmas, así como a turistas y visitantes de la zona. Además, se buscará atraer a personas que valoren experiencias culinarias únicas, disfruten de atmósferas relajadas y estén interesadas en conectar con la cultura local. También se segmentará a aquellos que buscan opciones gastronómicas diferentes, explorando sabores innovadores y mostrando preferencia por productos del mar

### **Propuestas de valor**

Las propuestas de valor son elementos esenciales que diferencian a un restaurante y generan atracción y lealtad por parte de los clientes. Para "EL CANGREJO AZUL," se plantean propuestas de valor que destacan la singularidad y calidad del servicio ofrecido:

#### ***Experiencia Gastronómica Única:***

"EL CANGREJO AZUL" se compromete a ofrecer a sus clientes una experiencia gastronómica única y memorable. Cada plato está diseñado para resaltar los sabores frescos y auténticos de los productos marinos, brindando una explosión de exquisitez en cada bocado.

#### ***Variedad y Frescura de Productos:***

La propuesta se centra en la utilización de productos frescos y de alta calidad. El menú se diseñará cuidadosamente para ofrecer una amplia variedad de platillos que capturan la esencia de la cocina de mar. Los clientes pueden esperar disfrutar de productos frescos y sabrosos en cada visita.

***Ambiente Acogedor y Temático:***

"EL CANGREJO AZUL" se distingue por su ambiente acogedor y temático que transporta a los comensales a un rincón marino encantador. La decoración, la iluminación y la música se combinan para crear un ambiente que refleje la esencia del océano, proporcionando un espacio relajante y agradable.

***Atención Personalizada y Cálida:***

La atención al cliente se erige como una piedra angular en la propuesta de valor para "EL CANGREJO AZUL". Se prioriza la creación de una experiencia integral que va más allá de la simple oferta gastronómica. A continuación, se detallan aspectos clave para brindar un servicio excepcional:

**Servicio Cálido y Personalizado:** El "servicio cálido y personalizado" se refiere a una experiencia de atención al cliente que se caracteriza por la amabilidad, la atención individualizada y el trato personalizado ofrecido por parte del personal de servicio hacia los clientes. Este tipo de servicio se centra en establecer una conexión emocional con los clientes, anticipar sus necesidades y brindarles una experiencia positiva y memorable.

En el libro "El pequeño libro de la atención al cliente para Dummies", se ejemplifica la relevancia de brindar un servicio personalizado y acogedor como estrategia para cultivar la fidelidad de los clientes y destacarse en un mercado competitivo. (Leland & Bailey, 2010)

El artículo "La importancia del servicio al cliente" resalta la fundamental necesidad de ofrecer un servicio cálido y personalizado para satisfacer las expectativas de los clientes y establecer relaciones duraderas con ellos. (Kleyman Nudel, 2009).

**Bienvenida Auténtica:** La "bienvenida auténtica" es un término que se refiere a la experiencia de recibir a alguien de una manera genuina, sincera y acogedora. Se trata de un acto que va más allá de las formalidades superficiales y que implica una conexión auténtica con la persona que llega, mostrando interés genuino y haciendo que se sienta valorada y apreciada desde el primer momento.

En el libro "Atención al cliente para Dummies" se destaca la importancia de ofrecer una bienvenida auténtica para crear una impresión positiva desde el inicio de la interacción con el cliente, lo que contribuye a establecer una relación sólida y duradera (Leland & Bailey, 2010).

Además, en el artículo "La importancia de la primera impresión en el servicio al cliente" se menciona que una bienvenida auténtica es fundamental para generar confianza y satisfacción en los clientes, ya que muestra un verdadero compromiso con su bienestar y comodidad (Leland & Bailey, 2010)

**Experiencia Integral:** La "bienvenida auténtica" es un término que se refiere a la experiencia de recibir a alguien de una manera genuina, sincera y acogedora. Se trata de un acto que va más allá de las formalidades superficiales y que implica una

conexión auténtica con la persona que llega, mostrando interés genuino y haciendo que se sienta valorada y apreciada desde el primer momento.

En el libro "Atención al cliente para Dummies", se destaca la importancia de ofrecer una bienvenida auténtica para crear una impresión positiva desde el inicio de la interacción con el cliente, lo que contribuye a establecer una relación sólida y duradera (Leland & Bailey, 2010).

Además, en el artículo "La importancia de la primera impresión en el servicio al cliente", se menciona que una bienvenida auténtica es fundamental para generar confianza y satisfacción en los clientes, ya que muestra un verdadero compromiso con su bienestar y comodidad (Leland & Bailey, 2010)

#### **Atención a Detalles Personalizados:**

La "atención a detalles personalizados" se refiere a la práctica de prestar cuidadosa atención a los aspectos específicos y únicos de las necesidades, preferencias o situaciones individuales de cada cliente o persona. Esta atención personalizada se centra en identificar y abordar detalles específicos que pueden marcar la diferencia en la experiencia del cliente y en su satisfacción con el servicio o producto ofrecido.

En el libro "El pequeño libro de la atención al cliente para Dummies", se destaca la importancia de ofrecer una atención a detalles personalizados para crear una experiencia única y memorable para cada cliente, lo que puede generar lealtad y recomendaciones positivas (Leland & Bailey, 2010).

Además, en el artículo "La importancia de la personalización en la experiencia del cliente", se menciona que la atención a detalles personalizados puede contribuir a fortalecer la conexión emocional entre la empresa y el cliente, aumentar su satisfacción y mejorar su percepción de la marca (Perez, 2019).

**Feedback Continuo:** El "feedback continuo" se refiere al proceso de proporcionar retroalimentación de manera regular y constante sobre el desempeño, comportamiento o resultados de una persona, equipo o proceso. Esta retroalimentación se brinda de manera frecuente, en lugar de esperar hasta ciertos momentos específicos, y tiene como objetivo promover el aprendizaje, el crecimiento y la mejora continua.

En el libro "Feedback That Works: How to Build and Deliver Your Message", se destaca la importancia del feedback continuo como una herramienta efectiva para fomentar el desarrollo y el rendimiento en el lugar de trabajo (Weitzel, 2019).

Además, en el artículo "El poder del feedback continuo en la mejora del rendimiento" se menciona que el feedback continuo permite a los individuos y equipos ajustar su comportamiento o acciones de manera oportuna, lo que conduce a una mejora constante y un mayor éxito en la consecución de objetivos (Grau, 2019)

### ***Compromiso con la Sostenibilidad:***

"EL CANGREJO AZUL" se compromete con prácticas sostenibles en la selección de productos marinos. Se promoverá la pesca responsable y opciones

ecoamigables, brindando a los clientes la tranquilidad de saber que están contribuyendo a la preservación del medio ambiente.

***Innovación en Presentación y Sabores:***

El restaurante se destacará por la innovación en la presentación de platillos y la combinación de sabores. Se buscará sorprender a los clientes con opciones creativas y deliciosas que despierten su paladar y estimulen su aprecio por la alta cocina.

***Eventos y Promociones Especiales:***

"EL CANGREJO AZUL" ofrecerá eventos y promociones especiales para enriquecer la experiencia de los clientes. Desde noches temáticas hasta descuentos en ocasiones especiales, se brindarán incentivos adicionales para que los clientes regresen y disfruten de momentos únicos.

***Accesibilidad y Comodidad:***

Se garantizará la accesibilidad y comodidad para todos los clientes. Desde opciones de menú adaptadas a diferentes preferencias dietéticas hasta instalaciones que facilitan la visita de personas con movilidad reducida, "EL CANGREJO AZUL" se esfuerza por ser un lugar inclusivo para todos.

## **Canales**

La efectiva comunicación y distribución son fundamentales para el éxito de "EL CANGREJO AZUL". Los canales seleccionados para interactuar con los clientes y distribuir los productos son clave en la estrategia del restaurante. A continuación, se detallan los canales que se emplearán:

### ***Canales de Comunicación:***

Los Canales de Comunicación en el Modelo Canvas se refieren a los medios a través de los cuales una empresa se comunica con sus clientes para transmitir su propuesta de valor, promocionar sus productos o servicios, y mantener una relación continua. Estos canales pueden incluir desde medios tradicionales como la publicidad impresa y la televisión, hasta canales digitales como las redes sociales, el correo electrónico y los sitios web (Osterwalder & Yves, 2011)

**Presencia Online:** Establecer una sólida presencia en línea mediante un sitio web profesional y atractivo. Este canal servirá como vitrina virtual para mostrar el menú, promociones y permitirá realizar reservas en línea.

**Redes Sociales:** Las plataformas como Facebook, Instagram y Twitter serán utilizadas para conectarse con los clientes, compartir actualizaciones, promociones especiales y recibir comentarios. La interacción en redes sociales contribuirá a crear una comunidad en línea en torno al restaurante.

**Campañas de Email:** El envío periódico de newsletters a través del correo electrónico permitirá informar a los clientes sobre eventos, promociones y novedades. Esta vía directa facilita la comunicación personalizada.

***Canales de Distribución:***

**Local del Restaurante:** El punto físico del restaurante en Las Palmas, Esmeraldas, será el canal principal de distribución. Los clientes podrán disfrutar de la experiencia completa y realizar pedidos para consumir en el local o llevar.

**Servicio a Domicilio:** Se establecerá un servicio de entrega a domicilio para llegar a clientes que prefieran disfrutar de los platillos en la comodidad de sus hogares. Se podrán realizar pedidos a través del sitio web o aplicaciones de entrega populares.

**Eventos y Catering:** "EL CANGREJO AZUL" ofrecerá servicios de catering para eventos especiales, como celebraciones y reuniones. Este canal brinda la oportunidad de expandir la presencia del restaurante más allá del local físico.

***Integración de Canales:***

La integración de canales en el Modelo Canvas se refiere a la coordinación y sinergia entre los diferentes medios y puntos de contacto que una empresa utiliza para interactuar con sus clientes. Implica la combinación estratégica de canales físicos y digitales para ofrecer una experiencia coherente y fluida al cliente en todos los puntos de interacción (Osterwalder & Yves, 2011)

**Sistema POS Integrado:** Un sistema Point of Sale (POS) integrado permitirá gestionar eficientemente los pedidos y pagos, garantizando una experiencia fluida tanto para el personal como para los clientes.

**Central de Llamadas:** Se habilitará un número de teléfono dedicado para pedidos y reservas. La central de llamadas facilitará la comunicación directa con los clientes y agilizará los procesos de toma de pedidos.

El uso estratégico de estos canales garantizará una comunicación efectiva con los clientes, maximizando la visibilidad del restaurante y proporcionando opciones flexibles para que los clientes accedan a los productos y servicios de "EL CANGREJO AZUL".

### **Relaciones con clientes**

Las Relaciones con Clientes en el Modelo Canvas se refieren a la forma en que una empresa interactúa y se relaciona con sus clientes a lo largo de su ciclo de vida. Esto incluye desde la adquisición de clientes, la atención durante la venta, hasta el soporte postventa y la fidelización (Osterwalder & Yves, 2011).

A continuación, se presentan estrategias y enfoques para fomentar relaciones positivas y duraderas:

***Estrategias de Relacionamento:***

**Atención Personalizada:** Se implementará un enfoque de atención personalizada para cada cliente. Conociendo sus preferencias y necesidades, busca ofrecer experiencias únicas y adaptadas a cada visitante.

**Programa de Lealtad:** Se establecerá un programa de lealtad que recompense a clientes frecuentes. Ofrecer descuentos, promociones exclusivas y beneficios especiales ayudará a construir la fidelidad del cliente.

**Encuestas y Retroalimentación:** La implementación de encuestas periódicas y solicitudes de retroalimentación permitirá a los clientes expresar sus opiniones. La escucha activa de sus comentarios ayudará a mejorar constantemente los servicios y productos.

***Administración de Relaciones (CRM):***

**Sistema CRM:** Se implementará un sistema de Administración de Relaciones con el Cliente (CRM) que registre y organice la información relevante sobre los clientes. Esto facilitará un seguimiento más efectivo y personalizado.

**Historial de Compras y Preferencias:** El sistema CRM almacenará datos sobre las preferencias de los clientes y sus historiales de compras. Esta información será utilizada para anticipar necesidades y ofrecer recomendaciones personalizadas.

***Fidelización de Clientes:***

La "Fidelización de Clientes" en el modelo Canvas se refiere a las estrategias y acciones diseñadas para mantener a los clientes existentes satisfechos y comprometidos con la empresa, con el fin de promover la lealtad a largo plazo y maximizar el valor del cliente. Esto implica cultivar relaciones sólidas con los clientes, entender sus necesidades y preferencias, y ofrecer experiencias positivas que los mantengan regresando y recomienden la empresa a otros.

**Eventos Exclusivos:** Organizar eventos exclusivos para clientes leales. Esto podría incluir degustaciones especiales, cenas temáticas y otras experiencias que refuercen la relación y agradecimiento a los clientes frecuentes.

**Comunicación Periódica:** Establecer una comunicación regular con los clientes mediante newsletters, correos electrónicos y mensajes en redes sociales. Mantenerlos informados sobre novedades, promociones y eventos contribuirá a fortalecer la conexión.

***Manejo de Problemas y Reclamos:***

**Proceso de Resolución:** Proceso claro y eficiente para abordar problemas y reclamos. La pronta respuesta y resolución de inconvenientes contribuirá a preservar la satisfacción del cliente.

Estas estrategias se combinan para crear un enfoque integral hacia las relaciones con los clientes, centrado en proporcionar experiencias excepcionales, reconocer y recompensar la lealtad, y mantener una comunicación abierta y efectiva.

### **Fuentes de ingresos**

Las "Fuentes de Ingresos" en el modelo Canvas se refieren a las diversas formas en que una empresa genera ingresos a través de la venta de productos o servicios a sus clientes. Estas fuentes de ingresos pueden ser múltiples y pueden incluir la venta de productos físicos, servicios, suscripciones, licencias, publicidad, entre otros.

#### ***Ingresos por Ventas de Alimentos y Bebidas:***

**Menú Exclusivo:** Ofrecer un menú exclusivo y variado, destacando platos innovadores y especialidades de cangrejo. La calidad de la comida y la presentación serán puntos clave para atraer y retener clientes.

**Maridaje de Bebidas:** Se ofrecerán opciones de maridaje de bebidas para realzar la experiencia gastronómica, incluyendo vinos, cócteles y cervezas artesanales seleccionadas.

#### ***Servicios de Catering y Eventos Especiales:***

**Catering Exclusivo:** Proporcionar servicios de catering para eventos especiales, bodas y celebraciones. Se ofrecerán menús personalizados para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.

**Espacios para Eventos:** Contar con espacios dedicados para eventos privados y reuniones. La reserva de estos espacios generará ingresos adicionales.

***Productos y Merchandising:***

**Venta de Productos:** Ofrecer productos relacionados con la marca, como salsas especiales, condimentos o incluso productos promocionales. Estos estarán disponibles para la compra en el restaurante y en línea.

**Merchandising Exclusivo:** Se diseñará y venderá merchandising exclusivo del restaurante, como camisetas, tazas y otros artículos, contribuyendo a la promoción de la marca.

***Experiencias Gastronómicas Especiales:***

**Cenas Temáticas:** Se organizarán cenas temáticas y experiencias gastronómicas especiales que los clientes podrán reservar. Estos eventos exclusivos generarán ingresos adicionales y atraerán a diferentes segmentos de mercado.

**Clases de Cocina:** Ofrecer clases de cocina donde los participantes aprenderán a preparar platos exclusivos del restaurante.

***Programa de Membresía y Beneficios:***

**Membresía VIP:** Se establecerá un programa de membresía VIP que ofrezca beneficios exclusivos, descuentos y acceso preferencial a eventos. Los ingresos generados por las membresías contribuirán a la lealtad del cliente.

## **Recursos clave**

Los "Recursos Clave" en el modelo Canvas se refieren a los activos fundamentales que una empresa requiere para operar y ofrecer su propuesta de valor de manera efectiva. Estos recursos pueden ser tangibles, como infraestructura física, equipos y tecnología, o intangibles, como conocimientos especializados, marca y reputación.

### ***Recursos Físicos:***

**Ubicación Estratégica:** Se seleccionará cuidadosamente una ubicación en Las Palmas, Esmeraldas, que sea accesible, atractiva y en línea con la temática del restaurante.

**Instalaciones de Cocina:** Cocinas bien equipadas con tecnología moderna y espacio suficiente para la preparación eficiente de los alimentos.

**Área de Comedor:** Espacios acogedores y temáticos para proporcionar una experiencia gastronómica única.

### ***Recursos Humanos:***

**Personal Culinary:** Chefs y personal de cocina altamente calificado con experiencia en preparación de mariscos y platos exclusivos.

**Servicio al Cliente:** Personal de servicio amable y capacitado para ofrecer un servicio excepcional y crear una experiencia memorable.

**Gerencia y Administración:** Profesionales de la gestión y administración para supervisar operaciones, gestión financiera y estrategias de marketing.

***Recursos Intelectuales:***

**Recetas Exclusivas:** Desarrollo de recetas exclusivas y distintivas que resalten la calidad y autenticidad de los platos de cangrejo.

**Diseño Temático:** Contratación de diseñadores para crear un ambiente temático atractivo y coherente en el restaurante.

***Recursos Tecnológicos:***

**Sistema de Punto de Venta (POS):** Implementación de un sistema POS eficiente para gestionar pedidos, pagos y seguimiento de inventario.

**Presencia Online:** Desarrollo de un sitio web atractivo y presencia en redes sociales para promocionar el restaurante y permitir reservas en línea.

***Recursos Financieros:***

**Capital Inicial:** Financiamiento inicial para la adquisición de equipos, decoración, marketing y otros gastos iniciales.

**Presupuesto de Marketing:** Asignación de fondos para estrategias de marketing efectivas y promoción del restaurante.

### ***Alianzas Estratégicas:***

Las "Alianzas Estratégicas" en el modelo Canvas se refieren a las colaboraciones establecidas por una empresa con otras organizaciones, individuos o entidades externas con el fin de fortalecer su modelo de negocio, expandir su alcance, acceder a nuevos recursos o tecnologías, y aumentar su competitividad en el mercado.

**Proveedores Confiables:** Establecimiento de relaciones sólidas con proveedores de mariscos y productos frescos para garantizar la calidad de los ingredientes.

**Colaboraciones Locales:** Colaboración con empresas locales para eventos, promociones y actividades que beneficien tanto al restaurante como a la comunidad.

### ***Sistema de Gestión de Calidad e Higiene:***

**Normas Sanitarias:** Implementación de prácticas y estándares de higiene y seguridad alimentaria para garantizar la calidad y seguridad de los alimentos.

Estos recursos clave se integrarán estratégicamente para respaldar la visión y misión del restaurante "EL CANGREJO AZUL" y garantizarán su éxito en el mercado gastronómico. La gestión eficiente de estos recursos será esencial para el rendimiento a largo plazo del restaurante.

### **Actividades clave**

Las "Actividades Clave" en el modelo Canvas se refieren a las tareas esenciales que una empresa debe realizar para llevar a cabo su propuesta de valor y

operar de manera efectiva. Estas actividades pueden incluir procesos de producción, desarrollo de productos, prestación de servicios, marketing, ventas, atención al cliente, entre otros.

***Preparación Gastronómica:***

- Desarrollar y perfeccionar las recetas exclusivas de cangrejo que destacarán en el menú.
- Realizar pruebas y degustaciones para garantizar la calidad y autenticidad de los platos.

***Operaciones de Cocina:***

- Coordinar la adquisición de ingredientes frescos y de alta calidad.
- Supervisar la preparación de alimentos en la cocina para mantener altos estándares de calidad e higiene.

***Servicio al Cliente:***

- Capacitar al personal de servicio para proporcionar un servicio cálido, acogedor y personalizado.
- Gestionar reservas y atender eficientemente a los comensales para asegurar una experiencia gastronómica positiva.

***Gestión Administrativa:***

- Llevar a cabo la gestión financiera, incluyendo la contabilidad y el presupuesto.
- Coordinar la logística de proveedores y mantener relaciones efectivas.

***Marketing y Promoción:***

- Desarrollar estrategias de marketing, incluyendo campañas publicitarias y presencia en redes sociales.
- Organizar eventos temáticos, colaboraciones y promociones para atraer a nuevos clientes.

***Mantenimiento del Ambiente:***

- Gestionar la decoración y ambiente del restaurante para mantener la coherencia con la temática.
- Garantizar la limpieza y el mantenimiento regular de las instalaciones.

***Gestión de la Experiencia del Cliente:***

- Obtener retroalimentación de los clientes y ajustar servicios según sea necesario.
- Implementar programas de fidelización y descuentos para mantener la clientela.

***Desarrollo y Formación del Personal:***

- Proporcionar capacitación continua al personal para mantener altos niveles de competencia.
- Desarrollar programas de incentivos y reconocimiento para motivar al equipo.

***Negociación y Alianzas:***

- Negociar con proveedores para obtener condiciones favorables.
- Establecer alianzas estratégicas con empresas locales para promociones y eventos colaborativos.

***Gestión Tecnológica:***

- Implementar y mantener sistemas tecnológicos como el POS y la presencia online.
- Actualizar constantemente la plataforma online y las redes sociales para mantener la visibilidad.

Estas actividades clave se realizarán de manera coordinada para garantizar el funcionamiento eficiente y exitoso del restaurante "EL CANGREJO AZUL". La gestión efectiva de estas actividades contribuirá al logro de los objetivos y al posicionamiento del restaurante en el mercado gastronómico local.

**Asociaciones clave**

Las "Asociaciones Clave" en el modelo Canvas se refieren a las colaboraciones estratégicas que una empresa establece con otras organizaciones, individuos o entidades para crear, capturar o entregar valor. Estas asociaciones pueden abarcar una variedad de formas, incluyendo alianzas con proveedores, socios comerciales, empresas conjuntas, alianzas estratégicas, colaboraciones de investigación y desarrollo, entre otros.

Una definición más detallada se encuentra en el libro "Business Model Generation" de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur (2010), donde se destaca que las asociaciones clave en el modelo Canvas son aquellas relaciones estratégicas que una empresa establece para optimizar su modelo de negocio y mejorar su propuesta de valor.

***Proveedores de Mariscos:***

Establecer asociaciones sólidas con proveedores locales y regionales de mariscos para garantizar la frescura y calidad de los productos.

***Agricultores y Productores Locales:***

Colaborar con agricultores locales para obtener ingredientes frescos y productos de calidad, promoviendo la sostenibilidad y apoyando a la comunidad.

***Empresas de Logística y Distribución:***

Formar asociaciones estratégicas con empresas de logística para garantizar la entrega puntual y eficiente de los insumos necesarios para la operación diaria.

***Asociaciones Gastronómicas Locales:***

Participar en asociaciones o cámaras gastronómicas locales para establecer contactos, intercambiar experiencias y contribuir al desarrollo del sector.

***Alianzas con Empresas de Eventos:***

Colaborar con empresas especializadas en la organización de eventos para realizar actividades temáticas y promociones especiales en el restaurante.

***Empresas de Marketing y Relaciones Públicas:***

Contratar servicios de empresas de marketing para diseñar estrategias efectivas que aumenten la visibilidad del restaurante y atraigan a nuevos clientes.

***Empresas de Tecnología:***

Establecer asociaciones con empresas de tecnología para implementar soluciones digitales, como sistemas de reservas online y programas de fidelización a través de aplicaciones.

***Colaboraciones con Instituciones Educativas:***

Colaborar con instituciones educativas locales para ofrecer programas de capacitación y prácticas para estudiantes de gastronomía y hotelería.

***Patrocinios y Colaboraciones Locales:***

Buscar oportunidades de patrocinio y colaboración con eventos locales, festivales gastronómicos y actividades comunitarias para aumentar la visibilidad de "EL CANGREJO AZUL".

***Alianzas con Empresas de Turismo:***

Colaborar con empresas de turismo para promover el restaurante entre los visitantes y turistas, aprovechando la ubicación en una zona turística.

Estas asociaciones clave serán fundamentales para el éxito y la integración de "EL CANGREJO AZUL" en la comunidad local, contribuyendo a una red de apoyo que fortalecerá la operación y la presencia del restaurante en el mercado.

### **Estructura de costos**

La "Estructura de Costos" en el modelo Canvas se refiere a la identificación y organización de los costos asociados con la operación de un negocio o proyecto. En el lienzo del modelo Canvas, este elemento se encuentra junto a otros componentes clave, como las fuentes de ingresos, los segmentos de clientes y las propuestas de valor, y ayuda a los emprendedores a comprender los recursos financieros necesarios para llevar a cabo su idea de negocio.

Una definición detallada y aplicada se puede encontrar en el libro "Business Model Generation" de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur (2010), donde se destaca que la estructura de costos en el modelo Canvas comprende todos los gastos necesarios para operar un negocio, incluyendo costos fijos y variables, costos de adquisición de clientes, costos de mantenimiento y cualquier otro gasto relacionado.

Además, en el artículo "El modelo Canvas: una herramienta para diseñar tu modelo de negocio" de Juan Giraldo (2018), se menciona que la estructura de costos en el modelo Canvas es fundamental para entender la viabilidad financiera de un proyecto empresarial, así como para identificar áreas donde se pueden optimizar los costos y maximizar la rentabilidad.

***Costos Fijos:***

**Arriendo del Local:** \$1,000 mensuales (incluyendo servicios públicos).

**Salarios y Beneficios del Personal:** \$3,800 mensuales.

**Seguros:** \$300 mensuales.

***Costos Variables:***

Compra de Insumos y Materias Primas: \$5,000 por semana.

Menaje y Utensilios de Cocina: \$800 mensuales.

Publicidad y Marketing: \$1,500 mensuales.

Eventos Especiales: \$700 por evento.

Gastos de Marketing Digital: \$600 mensuales.

***Costos de Recursos Clave:***

Capacitación y Desarrollo del Personal: \$500 mensuales.

Tecnología y Software: \$1,200 anuales.

Mantenimiento del Local y Equipamiento: \$1,000 trimestrales.

***Reserva para Contingencias:***

**Fondo de Emergencia:** \$2,000 para contingencias.

***Costos de Marketing y Promoción:***

Participación en Eventos Locales: \$300 por evento.

Diseño y Producción de Materiales de Marketing: \$400 mensuales.

***Costos de Tecnología e Innovación:***

Actualización de Equipos y Tecnología: \$2,500 anuales.

***Costos de Sostenibilidad y Responsabilidad Social:***

Iniciativas Sostenibles: \$300 mensuales.

***Costos Administrativos:***

Servicios Contables y Legales: \$800 mensuales.

Software de Gestión: \$500 anuales.

## CAPÍTULO III

### INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA

#### **Antecedentes diagnósticos**

El restaurante Cangrejo Azul, ubicado en la provincia de Esmeraldas, en el sector Las Palmas, surge como una iniciativa de la familia Vera Vélez hace aproximadamente 10 años. Todo comenzó con un pequeño puesto en el sur de la ciudad, donde ofrecían cangrejos azules frescos y deliciosos. La calidad y el sabor de sus productos atrajeron a numerosos clientes, lo que llevó a los dueños a expandir su negocio.

Con el éxito de su primer puesto, la familia Vera Vélez decidió abrir otro en el centro de la ciudad, consolidando así su presencia en el mercado local. Esta expansión fue un paso importante en la evolución del negocio, ya que les permitió llegar a una mayor audiencia y aumentar su volumen de ventas.

Este año, los dueños han decidido llevar su emprendimiento al siguiente nivel al incursionar en un local en el sector de Las Palmas. Esta nueva ubicación estratégica les brinda la oportunidad de llegar a un público más diverso y captar la atención de residentes locales y turistas por igual.

La familia Vera Vélez, ha demostrado un compromiso sólido con la calidad de sus productos y el servicio al cliente, valores que han sido fundamentales para el crecimiento y la reputación positiva de su negocio a lo largo de los años. Con esta nueva etapa en el horizonte, están decididos a seguir ofreciendo experiencias gastronómicas excepcionales y a consolidarse como un referente en la escena culinaria de Esmeraldas.

## **Tipos de investigación**

### ***Explorativo:***

El tipo de investigación utilizado en el presente proyecto es principalmente exploratorio. Según (Rodríguez, Arias, & González, 2016), la investigación exploratoria busca examinar un tema específico cuando hay poca información disponible o cuando se requiere una comprensión inicial de un fenómeno poco estudiado. En palabras de (Rodríguez, Arias, & González, 2016), la investigación exploratoria tiene como objetivo principal desarrollar, modificar o clarificar conceptos y situaciones, o bien descubrir relaciones funcionales entre variables. En el caso del Proyecto para la Formación del Restaurante Cangrejo Azul, esta metodología se utiliza para adquirir una comprensión inicial y general del tema, lo que resulta fundamental para adentrarse en aspectos más profundos y específicos.

## **Metodología de investigación**

### ***Cualitativa:***

En el presente proyecto se utilizará el método cualitativo. Según Merriam (2009), este enfoque se centra en comprender la naturaleza profunda de los fenómenos sociales, explorando significados, experiencias y perspectivas a través de técnicas como entrevistas, observación participante y análisis de documentos. Este método permitirá identificar las fortalezas y debilidades en el área empresarial según el modelo de gestión Canvas de una manera más profunda y detallada.

Además, el método cualitativo, según Bonilla y Rodríguez (2000, citado en Campoverde, 2017), se enfoca en aspectos específicos sin generalizarlos, calificando y describiendo fenómenos sociales, partiendo de las características principales y

según la apreciación de cada elemento del tema en estudio. Esto será fundamental para comprender en detalle las necesidades, características y potencialidades del entorno empresarial en el cual se implementará el modelo Canvas.

### **Técnicas e instrumentos de investigación**

#### ***Encuesta:***

Una encuesta es un instrumento de investigación que consiste en la recopilación de datos a través de preguntas estandarizadas dirigidas a una muestra de individuos con el fin de obtener información sobre sus opiniones, actitudes, comportamientos o características demográficas (Babbie, 2016).

Aplicar una encuesta en el contexto del "Proyecto para la Formación del Restaurante Cangrejo Azul" sería beneficioso por varias razones. En primer lugar, permitiría recopilar información valiosa sobre las preferencias gastronómicas y las expectativas de los potenciales clientes en relación con el tipo de servicio que ofrece el restaurante. Además, ayudaría a identificar las necesidades específicas de los clientes en cuanto a menús, horarios de atención, precios y otros aspectos relevantes para el éxito del negocio. Asimismo, una encuesta podría proporcionar datos sobre la percepción de la marca y la imagen del restaurante en la comunidad local, lo que sería útil para diseñar estrategias de marketing y promoción efectivas.

#### ***Plan de muestreo***

Un plan de muestreo es un conjunto de procedimientos sistemáticos diseñados para seleccionar una muestra representativa de una población más grande con el fin de realizar inferencias sobre esa población. El objetivo principal de un plan de muestreo es garantizar que la muestra seleccionada sea lo más representativa posible

de la población de interés, de modo que los resultados obtenidos a partir de la muestra puedan generalizarse con cierto grado de certeza a toda la población.

Para diseñar un plan de muestreo, se deben seguir varios pasos:

1. Definir la población objetivo: Identificar claramente la población de la cual se desea obtener información. Por ejemplo, si se está investigando la opinión de los clientes sobre un producto, la población objetivo serían todos los clientes potenciales o actuales de ese producto.
2. Determinar el tamaño de la muestra: Calcular el tamaño de la muestra necesario para obtener resultados significativos y representativos. Esto puede hacerse utilizando fórmulas estadísticas o considerando factores como la variabilidad de la población y el nivel de confianza deseado.
3. Seleccionar el método de muestreo: Elegir el método de muestreo más adecuado para la investigación, como el muestreo aleatorio simple, el muestreo estratificado, el muestreo por conglomerados, entre otros. La elección del método dependerá de la naturaleza de la población y los objetivos del estudio.
4. Definir los criterios de selección: Establecer los criterios específicos que se utilizarán para seleccionar los elementos de la muestra. Por ejemplo, si se está realizando un muestreo por conveniencia, se pueden seleccionar los elementos disponibles más accesibles.
5. Implementar el plan de muestreo: Llevar a cabo el proceso de selección de la muestra de acuerdo con el plan diseñado. Es importante seguir los

procedimientos establecidos para garantizar la validez y la representatividad de la muestra.

6. Analizar los datos: Una vez recopilados los datos de la muestra, se procede a analizarlos utilizando técnicas estadísticas apropiadas. Los resultados obtenidos se extrapolan luego a toda la población de interés.

En resumen, un plan de muestreo es una estrategia fundamental en la investigación que permite obtener información confiable y significativa sobre una población mediante la selección de una muestra representativa. Su diseño y ejecución adecuados son cruciales para asegurar la validez y la precisión de los resultados obtenidos.

**Tabla 3**

*Población y muestra*

Población	Muestra
480	200

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

### **Muestreo Probabilístico**

Es considerado un método de muestreo, basándose en la selección aleatoria para que todos los individuos cuenten con igual oportunidad de ser elegidos (Alperin & Skorupka, 2014, pág. 14). Se optará por utilizar un muestreo probabilístico para la realización de las encuestas en el sector de Las Palmas, específicamente entre los trabajadores de Flopec. Este método de muestreo se selecciona porque permite que cada individuo en la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionado para

participar en la encuesta. Dado que se busca obtener una muestra representativa de la población de interés, donde cada miembro tenga una oportunidad justa de ser incluido, el muestreo probabilístico garantiza una selección imparcial y aleatoria de los encuestados. Esto proporcionará resultados más confiables y generalizables sobre las percepciones y opiniones de los trabajadores de Flopec en relación con el proyecto en cuestión.

### ***Muestra***

Para calcular el tamaño de la muestra utilizando la fórmula con población finita, se sigue el siguiente procedimiento:

Identificar los parámetros:

**Tabla 4**

*Parámetros de la ecuación*

PATAMETROS	VALORES
N	Tamaño total de la población (en este caso, 480).
Z	Valor crítico correspondiente al nivel de confianza deseado (usualmente se utiliza el valor de Z para un nivel de confianza del 95%, que es aproximadamente 1.96).
P	Proporción estimada de la característica de interés en la población (0.5, si no se tiene una estimación previa).
Q	Complemento de la proporción estimada ( $Q=1-P$ ).

- e Margen de error aceptable (usualmente en términos de fracción o porcentaje de la población total).

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

Aplicar la fórmula:

$$n = \frac{(Z) \times P \times Q \times N}{(e) \times (N-1) + (Z) \times P \times Q}$$

$$n = \frac{1,96 \times 0,5 \times 0,5 \times 480}{0,0025 \times (480-1) + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 199,75$$

Sustituyendo estos valores en la fórmula, se obtiene n como 131.75. Como el resultado debe ser un número entero (no se pueden encuestar fracciones de personas), se redondea al número entero más cercano, lo que resulta en una muestra de tamaño 132 personas.

### **Evaluación de la campaña**

Para la evaluación de la presente campaña se realizará una encuesta de 12 preguntas a los potenciales clientes del restaurante “Cangrejo Azul”.

## Presentación gráfica de resultados y análisis de resultados.

### Pregunta 1

Tabla 5

*Pregunta 1 de la encuesta*

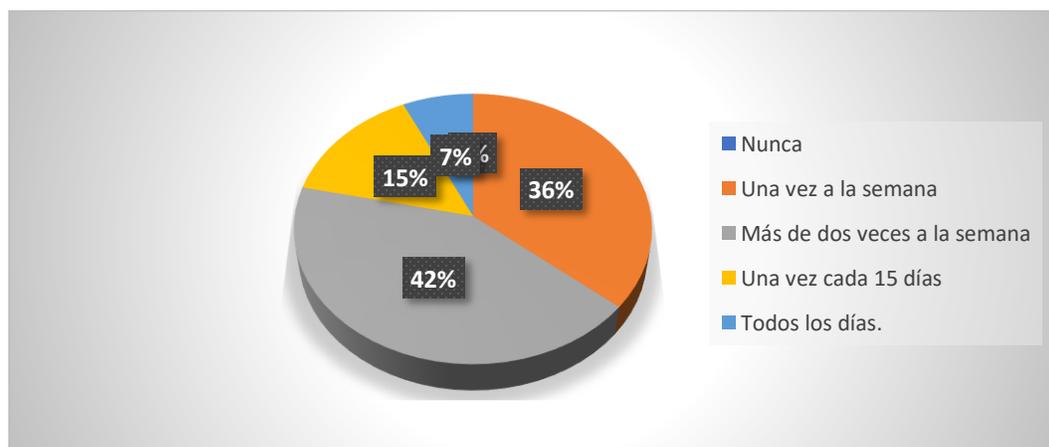
#### Pregunta 1 ¿Ha visto un aumento de ventas tras la implementación de las estrategias del plan estratégico de marketing?

Respuesta	Cantidad	%
Nunca	0	0
Una vez a la semana	72	36
Más de dos veces a la semana	85	42
Una vez cada 15 días	29	15
Todos los días.	14	7
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

### Gráfico 2

*¿Con qué frecuencia suele comer fuera de casa en la provincia de Esmeraldas?*



*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 1 revela que la mayoría de los encuestados han experimentado un aumento en las ventas después de la implementación de las estrategias del plan estratégico de marketing. De los 200 encuestados, 72 informaron que han visto un aumento una vez a la semana, mientras que 85 indicaron que han visto un aumento más de dos veces a la semana. Esto sugiere que la implementación de las estrategias de marketing ha tenido un impacto positivo en las ventas, con una frecuencia variada según los encuestados.

## Pregunta 2

Tabla 6

Pregunta 2 de la encuesta

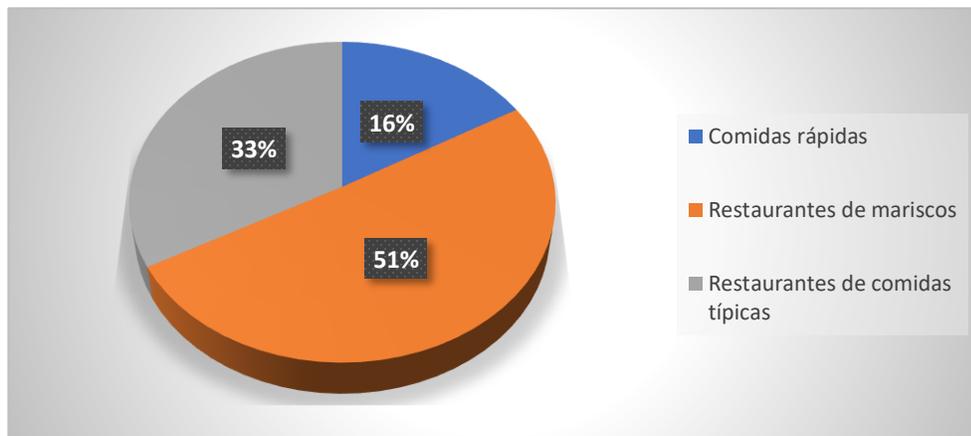
### **Pregunta 2 ¿Ha notado un aumento de clientes a partir de la publicidad realizada en el restaurante?**

Respuesta	Cantidad	%
Comidas rápidas	77	38
Restaurantes de mariscos	35	18
Restaurantes de comidas típicas	88	44
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

### Gráfico 3

¿Qué tipo de restaurantes suele visitar con mayor frecuencia en Esmeraldas?



Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 2 muestra que los encuestados tienen preferencias diversas en cuanto al tipo de restaurantes que suelen visitar con mayor frecuencia en

Esmeraldas. Un 51% indica que prefieren los restaurantes de mariscos, seguidos por un 33% que elige las comidas típicas y un 16% que opta por las comidas rápidas. Estos resultados sugieren que "El Cangrejo Azul", al ser un restaurante especializado en mariscos, podría tener un público objetivo significativo en la zona, pero también podría considerar ofrecer opciones de comida típica para atraer a una gama más amplia de clientes.

**Pregunta 3**

Tabla 7

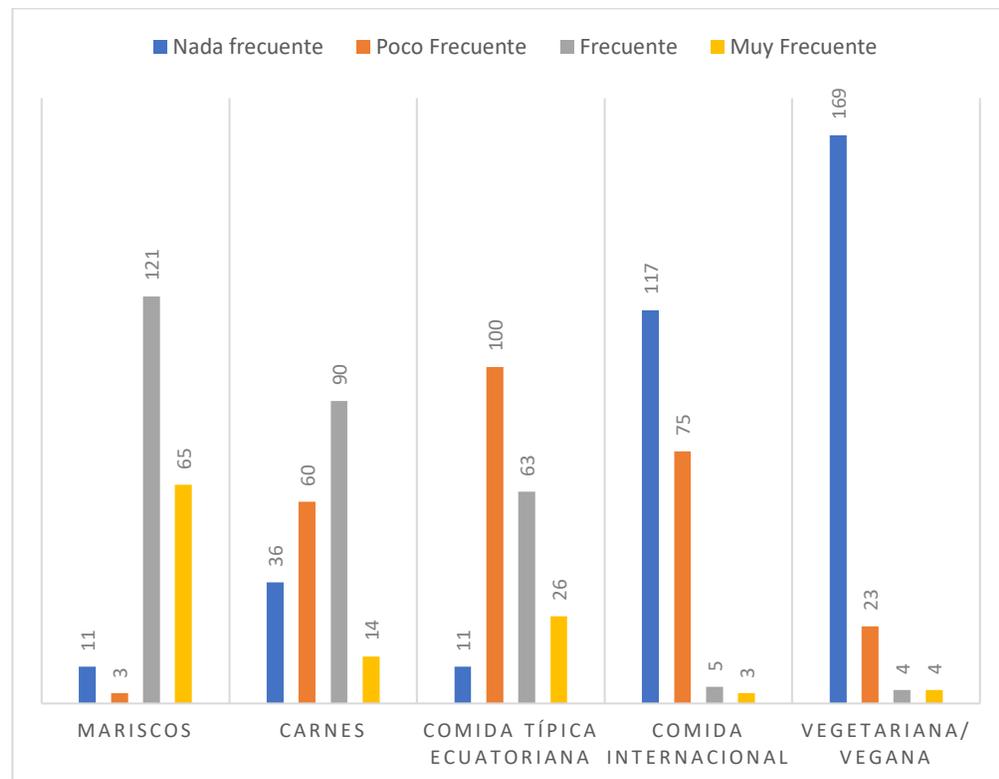
*Pregunta 3 de la encuesta*

<b>Pregunta 3 ¿Ha mejorado la atención al cliente a través de la capacitación a los trabajadores implementada en el plan estratégico de marketing?</b>					
<b>Respuestas</b>	Nada frecuente	Poco Frecuente	Frecuente	Muy Frecuente	%
Mariscos	46	101	32	21	<b>100</b>
Carnes	31	44	111	14	<b>100</b>
Comida típica ecuatoriana	11	66	88	35	<b>100</b>
Comida internacional	117	75	5	3	<b>100</b>
Vegetariana/ vegana	169	23	4	4	<b>100</b>
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>				

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

**Gráfico 4**

*¿Qué tipo de comida prefiere cuando sale a comer*



*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

El análisis de la pregunta 3 revela que hay una preferencia considerable por la comida de mariscos, con un 65% indicando que la prefieren muy frecuentemente. En contraste, la comida internacional y vegetariana/vegana son menos populares, con solo un 3% y un 4% respectivamente prefiriéndolas muy frecuentemente. Esto sugiere que "El Cangrejo Azul" podría centrarse en destacar su oferta de mariscos, ya que parece ser la preferencia dominante entre los encuestados.

### Pregunta 4

Tabla 8

Pregunta 4 de la encuesta

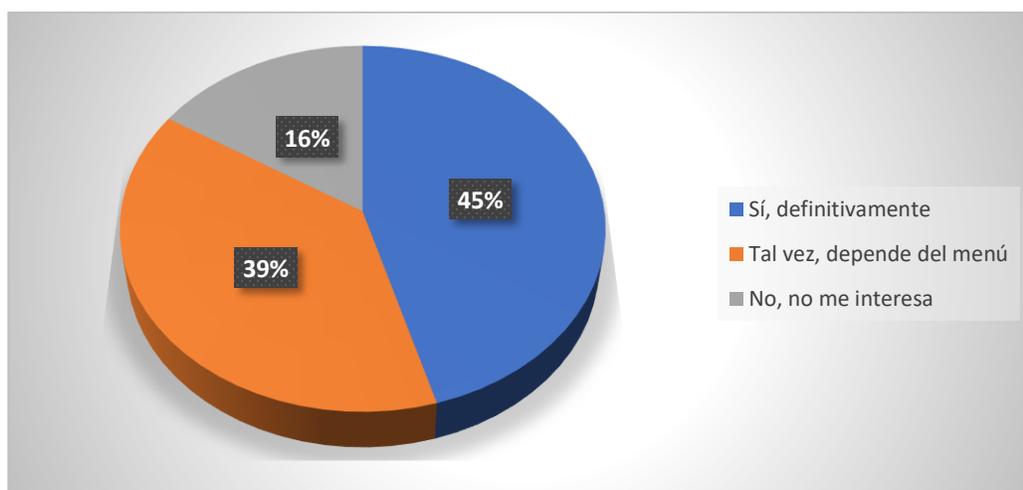
#### Pregunta 4 ¿Ha reconocido la importancia del uso estratégico de los canales digitales para el aumento de la competitividad de su empresa?

Respuesta	Cantidad	%
Sí, definitivamente	91	45
Tal vez, depende del menú	77	39
No, no me interesa	32	16
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

Gráfico 5

¿Estaría interesado en disfrutar del cangrejo como plato principal en un restaurante especializado, con opciones como cangrejo encocado o al ajillo, en "El Cangrejo Azul" de Esmeraldas?



. Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 4 muestra que el 45.5% de los encuestados reconocen definitivamente la importancia del uso estratégico de los canales digitales para aumentar la competitividad de su empresa. Por otro lado, el 38.5% indicó que tal vez depende del menú, mientras que el 16% restante no mostró interés en esta estrategia. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados valoran el uso estratégico de los canales digitales como una herramienta para mejorar la competitividad de su empresa, aunque una parte significativa todavía tiene dudas o no muestra interés en esta área.

### **Pregunta 5**

Tabla 9

*Pregunta 5 de la encuesta*

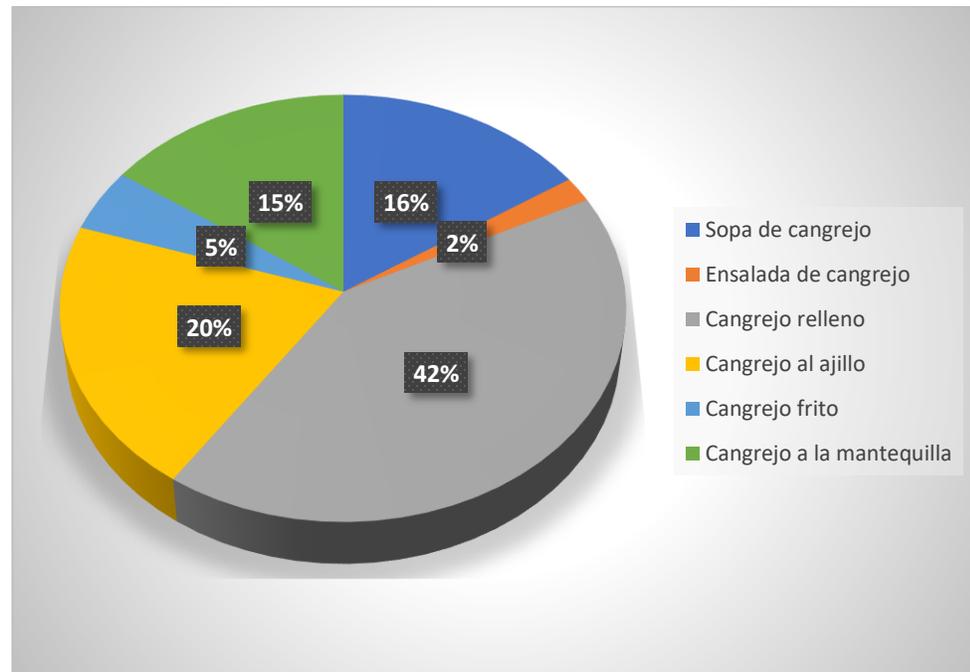
#### **Pregunta 5 ¿Ha notado un aumento de clientes a partir de la publicidad realizada en el restaurante?**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Sopa de cangrejo	33	16
Ensalada de cangrejo	4	2
Cangrejo relleno	88	42
Cangrejo al ajillo	43	20
Cangrejo frito	10	5
Cangrejo a la mantequilla	32	15
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

**Gráfico 6**

*¿Qué platos a base de cangrejo le gustaría disfrutar en un restaurante?*



*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 5 revela que la mayoría de los encuestados, un 44%, han notado un aumento de clientes como resultado de la publicidad realizada al restaurante. Por otro lado, el 16.5% de los encuestados no han notado un aumento significativo en la clientela, mientras que el 43.5% restante tiene opiniones variadas al respecto. Esto sugiere que la publicidad ha tenido un impacto positivo en la atracción de clientes para algunos encuestados, aunque no para todos.

### Pregunta 6

Tabla 10

Pregunta 6 de la encuesta

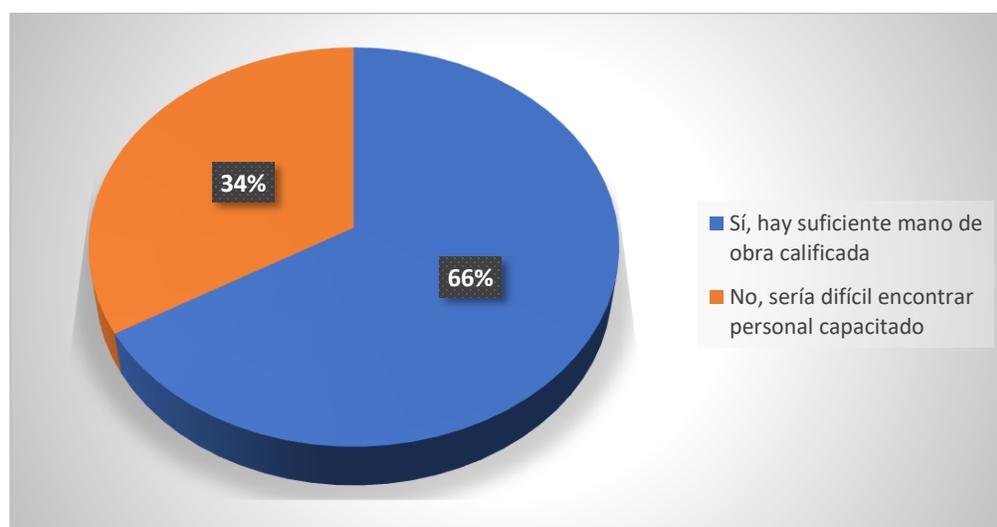
**Pregunta 6 ¿Ha reconocido la importancia del uso estratégico de los canales digitales para el aumento de la competitividad de su empresa?**

Respuesta	Cantidad	%
Sí, hay suficiente mano de obra calificada	133	66
No, sería difícil encontrar personal capacitado	67	34
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

### Gráfico 7

¿Cree que existen suficientes recursos humanos capacitados en Esmeraldas para trabajar en un restaurante?



Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 6 indica que el 66.5% de los encuestados reconocen la importancia del uso estratégico de los canales digitales para aumentar la competitividad de su empresa, siempre y cuando haya suficiente mano de obra calificada. Por otro lado, el 33.5% restante expresó preocupación por la disponibilidad de personal capacitado para llevar a cabo esta estrategia. Esto sugiere que aunque la mayoría reconoce la importancia de los canales digitales, la falta de mano de obra calificada puede ser un obstáculo para su implementación efectiva.

## Pregunta 7

Tabla 11

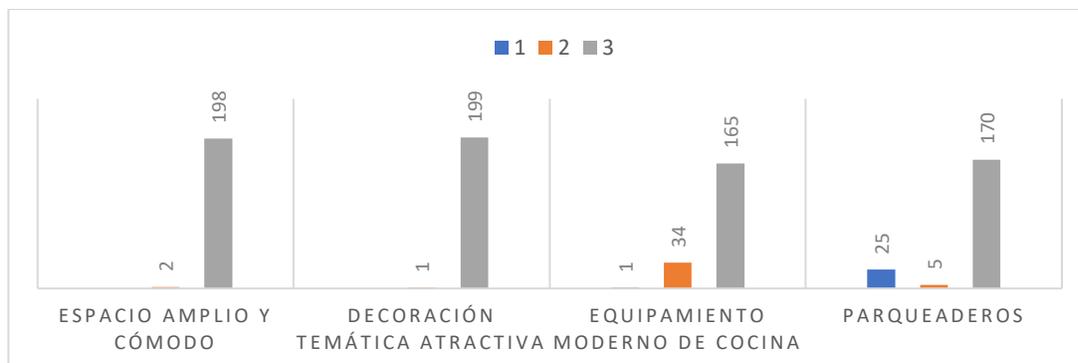
Pregunta 7 de la encuesta

<b>Pregunta 7 ¿Qué tipo de infraestructura considera necesaria para un restaurante exitoso en la provincia de Esmeraldas? DEL 1 AL 3 ELIJA POR SU IMPORTANCIA SIENDO 1 EL MENOS IMPORTANTE Y 3 EL MÁS IMPORTANTE</b>				
<b>Respuestas</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>%</b>
Espacio amplio y cómodo	0	2	198	<b>100</b>
Decoración temática atractiva	0	1	199	<b>100</b>
Equipamiento moderno de cocina	1	34	165	<b>100</b>
Parqueaderos	25	5	170	<b>100</b>
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>			

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

### Gráfico 8

¿Qué tipo de infraestructura considera necesaria para un restaurante exitoso en la provincia de Esmeraldas? DEL 1 AL 3 ELIJA POR SU IMPORTANCIA SIENDO 1 EL MENOS IMPORTANTE Y 3 EL MÁS IMPORTANTE



Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 7 muestra que la mayoría de los encuestados consideran que la infraestructura más importante para un restaurante exitoso en la provincia de Esmeraldas es la de nivel 3, seguida por la de nivel 2 y, finalmente, la de nivel 1. Esto sugiere que los encuestados valoran aspectos como la ubicación, el diseño del local y las comodidades ofrecidas como elementos fundamentales para el éxito de un restaurante en la provincia.

## Pregunta 8

Tabla 12

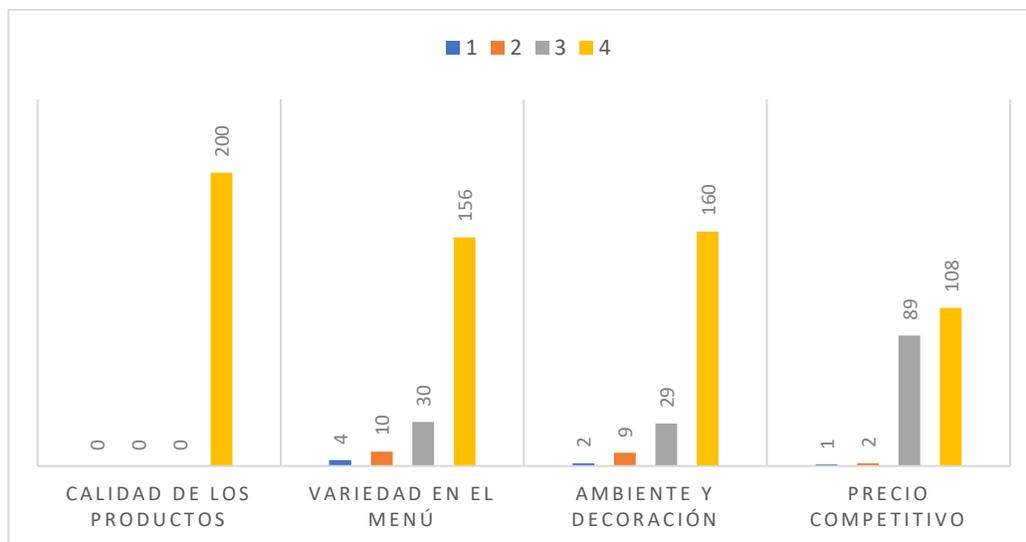
Pregunta 8 de la encuesta

<b>Pregunta 8 ¿Qué aspectos consideraría más importantes al definir la propuesta de valor de un restaurante como "El Cangrejo Azul"? DEL 1 AL 4 SIENDO UNO EL MENOS IMPORTANTE</b>					
<b>Respuestas</b>	1	2	3	4	%
Calidad de los productos	0	0	0	200	100
Variedad en el menú	4	10	30	156	100
Ambiente y decoración	2	9	29	160	100
Precio competitivo	1	2	89	108	100
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>				

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

### Gráfico 9

¿Qué aspectos consideraría más importantes al definir la propuesta de valor de un restaurante como "El Cangrejo Azul"? DEL 1 AL 4 SIENDO UNO EL MENOS IMPORTANTE



Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 8 muestra que la mayoría de los encuestados consideran que los aspectos más importantes al definir la propuesta de valor de un restaurante como "El Cangrejo Azul" son aquellos relacionados con los atributos específicos del restaurante, como la calidad de los alimentos y el servicio (nivel 4), seguidos por la ubicación y el ambiente del local (nivel 3). Esto sugiere que los encuestados valoran aspectos tangibles y la experiencia general ofrecida por el restaurante al definir su propuesta de valor.

### Pregunta 9

Tabla 13

Pregunta 9 de la encuesta

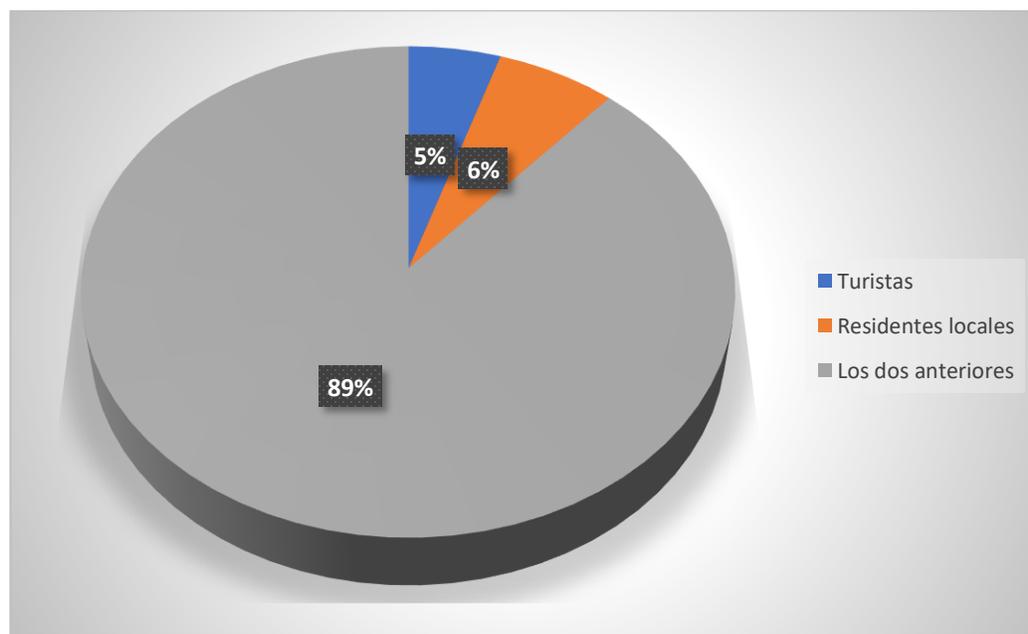
#### Pregunta 9 ¿Ha reconocido la importancia del uso estratégico de los canales digitales para el aumento de la competitividad de su empresa?

Respuesta	Cantidad	%
Turistas	56	28
Residentes locales	88	44
Los dos anteriores	56	28
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

Gráfico 10

¿Cuál cree que sería el segmento de clientes más atractivo para un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas?



Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 9 indica que la gran mayoría de los encuestados, representando el 89% de las respuestas, consideran que el segmento de clientes más atractivo para un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas son aquellos que son tanto turistas como residentes locales. Esta respuesta sugiere que el restaurante podría beneficiarse al dirigir sus esfuerzos de marketing y servicio hacia ambos segmentos de clientes, aprovechando así tanto el mercado turístico como el local para aumentar su clientela.

### Pregunta 10

Tabla 14

Pregunta 10 de la encuesta

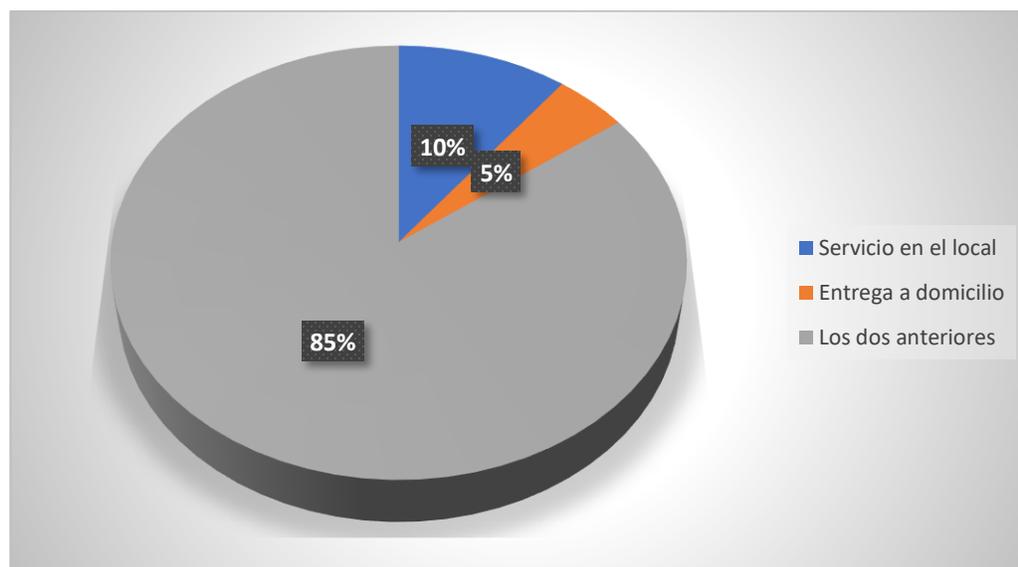
#### Pregunta 10 ¿Cómo prefiere usted que se distribuyan los productos de un restaurante como "El Cangrejo Azul"

Respuesta	Cantidad	%
Servicio en el local	21	10
Entrega a domicilio	9	5
Los dos anteriores	170	85
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

Gráfico 11

¿Cómo prefiere usted que se distribuyan los productos de un restaurante como "El Cangrejo Azul"?



Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 10 indica que la mayoría de los encuestados, un 85%, prefiere que los productos de un restaurante como "El Cangrejo Azul" se distribuyan a través de ambos métodos: servicio en el local y entrega a domicilio. Esto sugiere que existe una demanda significativa tanto por experiencias de restaurante en el lugar como por la conveniencia de la entrega a domicilio, por lo que ofrecer ambos servicios podría ser beneficioso para satisfacer las preferencias de los clientes.

**Pregunta 11**

Tabla 15

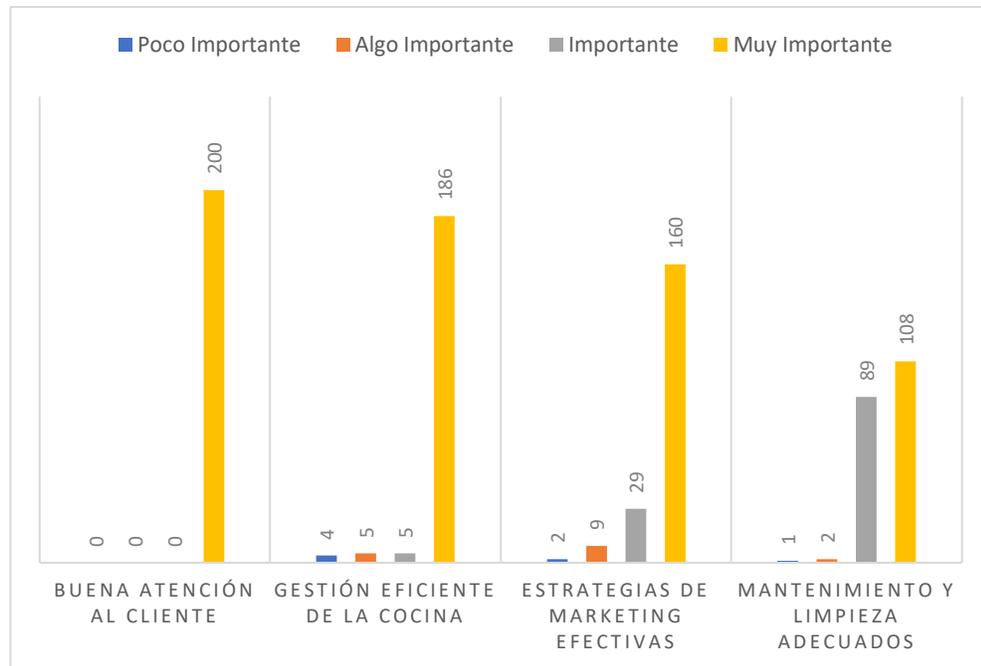
Pregunta 11 de la encuesta

<b>Pregunta 11 ¿Qué actividades considera usted que son imprescindibles para el funcionamiento eficiente de un restaurante en la provincia de Esmeraldas?</b>					
<b>Respuestas</b>	Poco Importante	Algo Importante	Importante	Muy Importante	%
Buena atención al cliente	0	0	0	20	
Gestión eficiente de la cocina	4	5	5	18	
Estrategias de marketing efectivas	2	9	29	16	
Mantenimiento y limpieza adecuados	1	2	89	10	
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>				

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

**Gráfico 12**

*¿Qué actividades considera usted que son imprescindibles para el funcionamiento eficiente de un restaurante en la provincia de Esmeraldas?*



*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

El análisis de la pregunta 11 revela que la mayoría de los encuestados considera que actividades como el mantenimiento y la limpieza adecuados son muy importantes para el funcionamiento eficiente de un restaurante en la provincia de Esmeraldas, seguidas de la gestión eficiente de la cocina y las estrategias de marketing efectivas. Esto sugiere que los encuestados valoran la atención a los detalles operativos y la promoción efectiva del restaurante como aspectos clave para su funcionamiento exitoso.

**Pregunta 12**

Tabla 16

*Pregunta 12 de la encuesta*

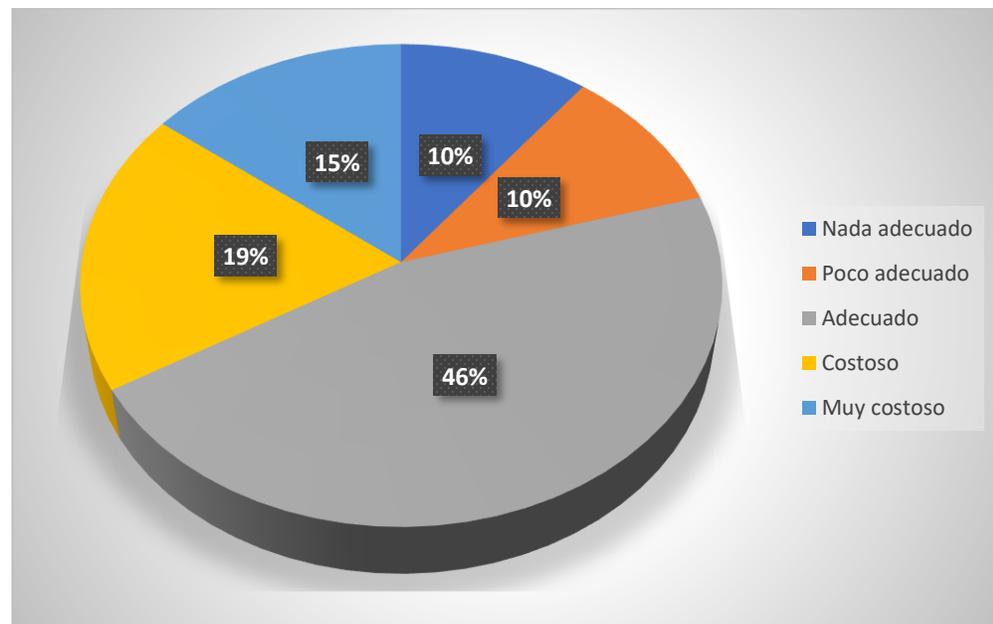
**Pregunta 12 ¿Cómo calificaría los precios actuales de platos de cangrejos preparados por la competencia?**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Nada adecuado	21	10
Poco adecuado	20	10
Adecuado	92	46
Costoso	38	19
Muy costoso	29	15
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

**Gráfico 13**

*¿Cómo calificaría los precios actuales de platos de cangrejos preparados por la competencia?*



*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

El análisis de la pregunta 12 indica que la mayoría de los encuestados, un 46%, considera que los precios actuales de los platos de cangrejos preparados por la competencia son adecuados, seguidos por aquellos que los perciben como costosos, con un 19%. Esto sugiere que existe una percepción variada en cuanto a la adecuación de los precios, lo que puede influir en las decisiones de compra de los clientes en relación con los productos ofrecidos por la competencia.

**Pregunta 13**

Tabla 17

*Pregunta 13 de la encuesta*

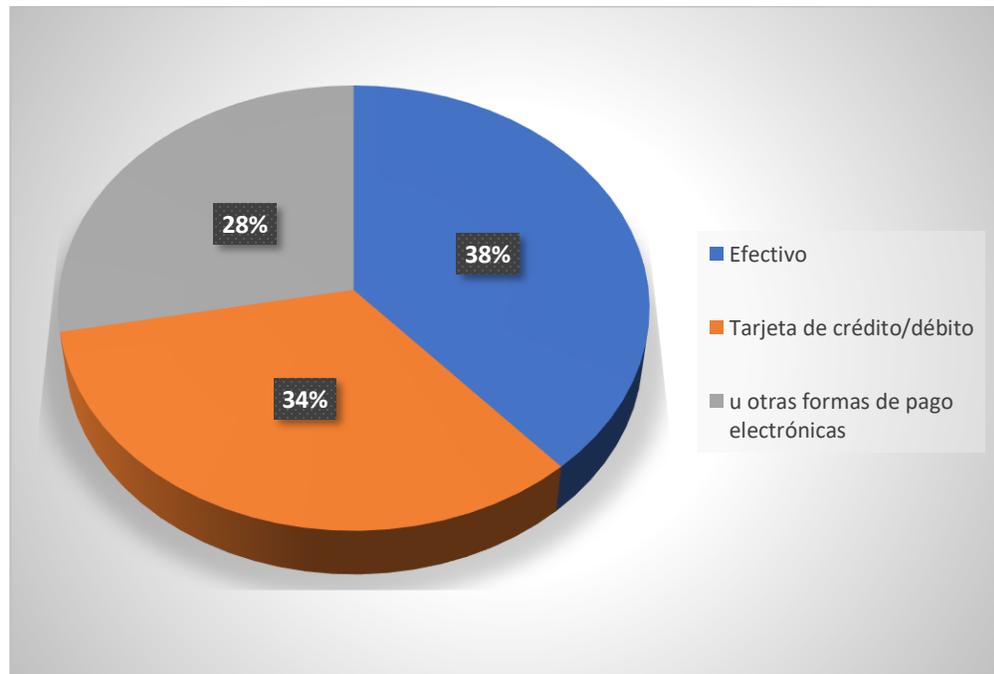
**Pregunta 13 ¿Qué método de pago preferiría usted al visitar un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas?**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Efectivo	77	38
Tarjeta de crédito/débito	67	34
u otras formas de pago electrónicas	56	28
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

**Gráfico 14**

*¿Qué método de pago preferiría usted al visitar un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas?*



*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 13 muestra que la preferencia de pago de los encuestados es variada. El efectivo es el método preferido por la mayoría, con un 38.5%, seguido de cerca por las tarjetas de crédito/débito, con un 33.5%. Las otras formas de pago electrónicas también son populares, representando el 28% de las preferencias. Esto sugiere que ofrecer múltiples opciones de pago, incluyendo efectivo y métodos electrónicos, puede ser beneficioso para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes en el restaurante "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas.

**Pregunta 14**

Tabla 18

*Pregunta 14 de la encuesta*

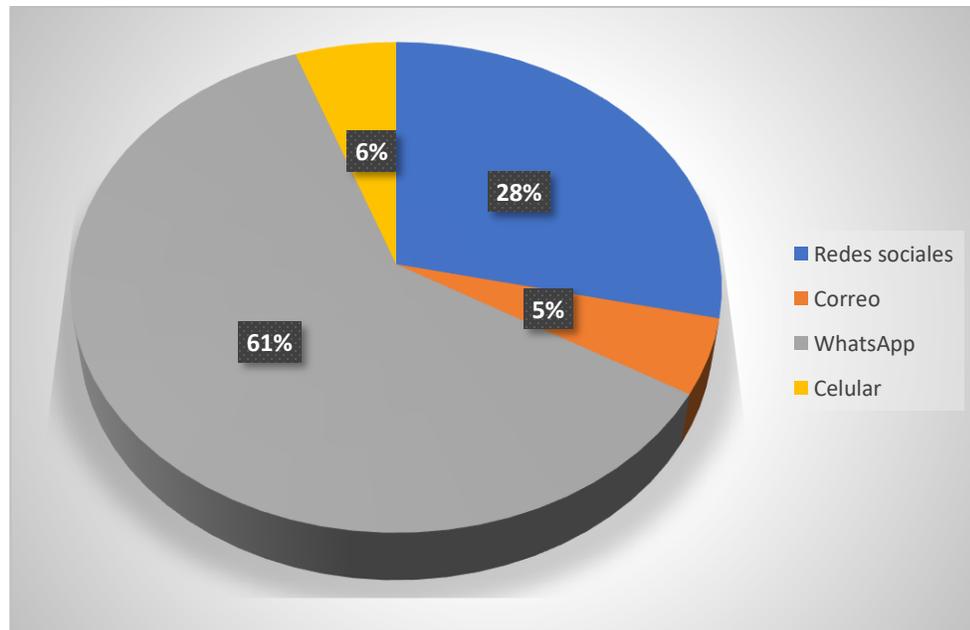
**Pregunta 14 ¿Por qué medio le gustaría recibir promociones de un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas?**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Redes sociales	57	28
Correo	10	5
WhatsApp	122	61
Celular	11	6
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

**Gráfico 15**

*¿Por qué medio le gustaría recibir promociones de un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas?*



*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

El análisis de la pregunta 14 revela que la mayoría de los encuestados prefieren recibir promociones de un restaurante como "El Cangrejo Azul" a través de WhatsApp, con un 61%. Las redes sociales también son populares, con un 28.5%, seguidas por el correo electrónico y el celular con un 5% cada uno. Esto indica que el uso de WhatsApp como canal de promoción puede ser altamente efectivo para llegar a los clientes en Esmeraldas, seguido de cerca por las redes sociales.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA

#### Tema

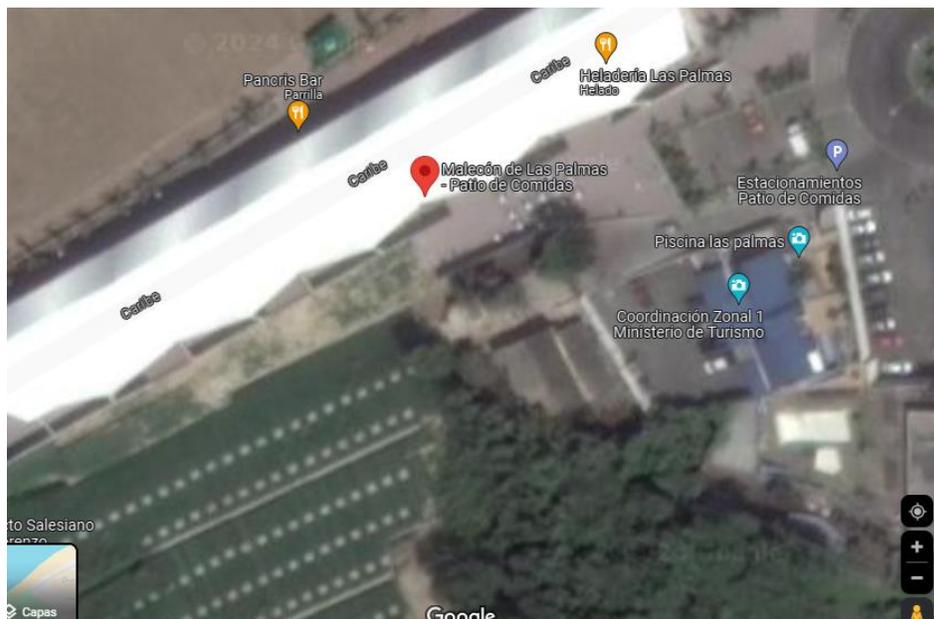
"Desarrollo de un modelo de negocio sostenible y exitoso: Implementación del restaurante 'El Cangrejo Azul' en el cantón Esmeraldas, de la Provincia de Esmeraldas, enfocado en atraer clientes potenciales del sector Las Palmas.

#### Datos informativos

- Nombre del Restaurante: Cangrejo Azul
- Beneficiarios: El dueño, sus empleados, los moradores del sector.
- Ubicación: provincia: Esmeraldas, cantón: Esmeraldas, parroquia: Las Palmas

**Gráfico 16**

*Ubicación del Restaurante “Cangrejo Azul” en el Malecón “Las Palmas”*



Nota: Ubicación estratégica del restaurante, en el patio de comidas del malecón “Las Palmas” segundo piso local N° 17

- **Macro localización:** se encuentra ubicado en el Cantón: Esmeraldas, parroquia Las Palmas
- **Micro localización:** Malecón de Las Palmas – **Patio de comidas segundo piso local 17 frente al mar**

### **Antecedentes de la propuesta**

En el contexto del creciente sector gastronómico del Cantón Esmeraldas, se evidencia la necesidad imperante de diseñar estrategia de Marketing para el Restaurante "El Cangrejo Azul" con el fin de consolidar su presencia en el mercado local y atraer clientes potenciales del sector Las Palmas. El sector Las Palmas, caracterizado por su atractivo turístico y su ubicación privilegiada en el Malecón “Las Palmas”, alberga una variedad de establecimientos gastronómicos que compiten por la preferencia de los clientes. Entre estos establecimientos se encuentran restaurantes de mariscos, parrillas y comida típica, los cuales ofrecen una amplia gama de opciones para los visitantes y residentes locales.

Sin embargo, a pesar de la competencia existente, "El Cangrejo Azul" cuenta con atributos diferenciadores que lo posicionan como una opción atractiva para los comensales. Su enfoque en ofrecer mariscos frescos y de calidad, su ubicación estratégica en el Malecón de Las Palmas y su ambiente acogedor y familiar son aspectos que lo distinguen de otros restaurantes en la zona. A pesar de estos atributos, "El Cangrejo Azul" enfrenta desafíos en términos de visibilidad y atracción de clientes potenciales. La falta de una estrategia de marketing claramente definida ha limitado su capacidad para destacarse en un mercado saturado y competido. Al observar el éxito de

otros restaurantes en el sector Las Palmas, como "La Mariscada" y "El Sabor del Mar", se evidencia la importancia de contar con un plan de marketing integral que incluya acciones dirigidas a mejorar la visibilidad de la marca, destacar sus atributos diferenciadores y atraer a nuevos clientes.

Por lo tanto, resulta imperativo para "El Cangrejo Azul" desarrollar estrategias de Marketing que le permita destacarse en el mercado local, atraer clientes potenciales del sector Las Palmas y mejorar su posicionamiento como una opción gastronómica de calidad en el Cantón Esmeraldas. Este plan debe incluir acciones específicas orientadas a la promoción del restaurante, el fortalecimiento de su imagen de marca y la creación de experiencias memorables para los clientes.

### **Justificación**

El diseño y ejecución de estrategias de Marketing para el Restaurante "El Cangrejo Azul" en el Cantón Esmeraldas se justifica por diversas razones fundamentales que están estrechamente ligadas a su objetivo de aumentar su visibilidad, atraer clientes potenciales del sector Las Palmas y público en general, y mejorar su posicionamiento en el mercado local.

En primer lugar, el entorno competitivo del sector Las Palmas, caracterizado por la presencia de diversos establecimientos gastronómicos, exige que "El Cangrejo Azul" adopte una estrategia de marketing sólida y efectiva para destacarse entre la competencia y captar la atención de los clientes. La falta de una presencia destacada en el mercado puede limitar su capacidad para atraer clientes potenciales y generar un flujo constante de ingresos.

Además, la ubicación estratégica del restaurante en el Malecón de Las Palmas ofrece una oportunidad única para atraer a turistas y residentes locales que buscan experiencias culinarias auténticas y placenteras. Aprovechar al máximo esta ubicación privilegiada requiere de una estrategia de marketing que resalte los atributos diferenciadores del restaurante y lo posicione como una opción deseable para los visitantes y lugareños por igual.

El éxito demostrado por otros restaurantes en el sector, como "La Mariscada" y "El Sabor del Mar", subraya la importancia y el potencial de una estrategia de marketing bien planificada y ejecutada. Estos establecimientos han logrado consolidar su posición en el mercado local y atraer a una base sólida de clientes mediante la implementación de acciones de promoción efectivas y la creación de experiencias gastronómicas memorables.

En este sentido, el desarrollo de un Plan Estratégico de Marketing para "El Cangrejo Azul" representa una oportunidad única para fortalecer su presencia en el mercado, aumentar su base de clientes y mejorar su rentabilidad a largo plazo. Al centrarse en la identificación y aprovechamiento de oportunidades de mercado, la diferenciación de la marca y la mejora de la experiencia del cliente, este plan proporcionará una guía clara y efectiva para alcanzar los objetivos comerciales del restaurante en el Cantón Esmeraldas.

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Diseñar y establecer de manera efectiva la estructura operativa y comercial del restaurante "El Cangrejo Azul", ubicado en la provincia de Esmeraldas, parroquia Las Palmas, mediante la aplicación del modelo de negocio Canvas, con el fin de garantizar su viabilidad y éxito en el mercado local y turístico.

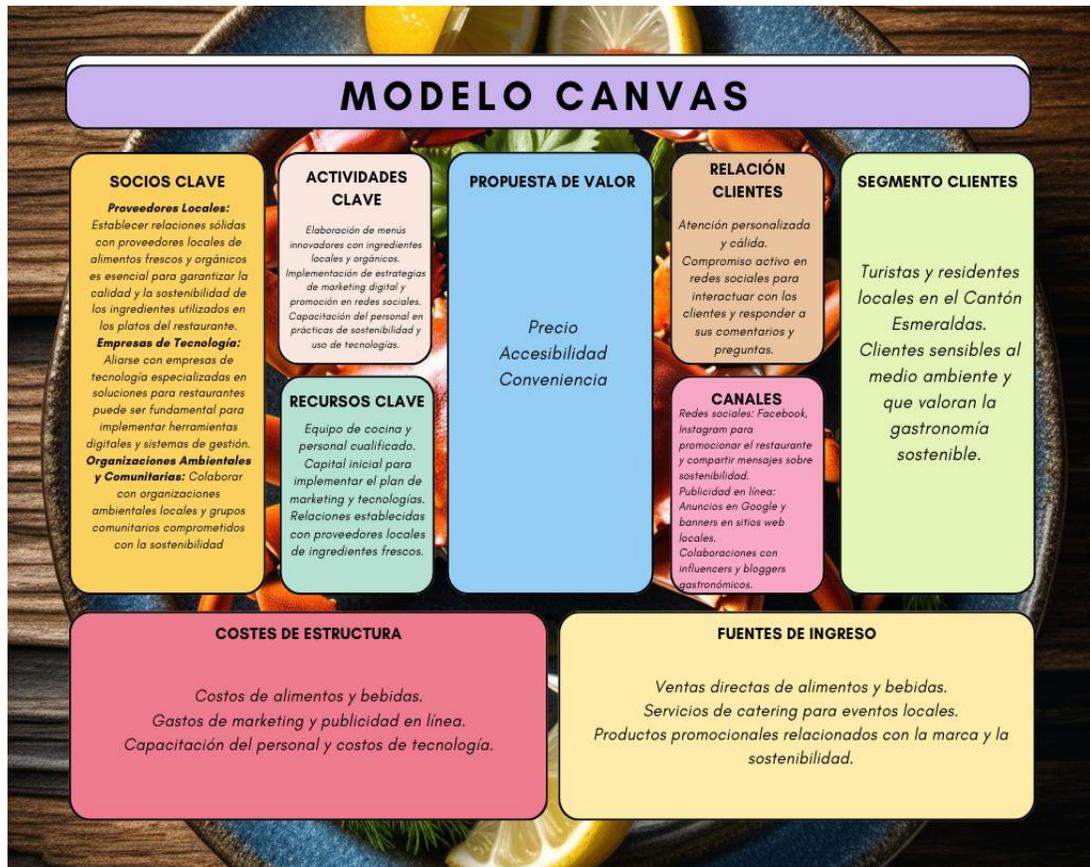
### ***Objetivos Específicos***

1. Realizar un diagnóstico preciso de las preferencias gastronómicas y las necesidades del mercado local y turístico de la provincia de Esmeraldas, mediante la revisión bibliográfica.
2. Evaluar la efectividad de la campaña de promoción del restaurante "Cangrejo Azul" en el sector de Las Palmas, provincia de Esmeraldas, a través de una encuesta de 14 preguntas dirigida a potenciales clientes, con el fin de determinar el nivel de conocimiento de la marca, la percepción de la oferta gastronómica y la intención de visita.
3. Desarrollar una propuesta de negocios basado en el modelo CANVAS para el restaurante "El Cangrejo Azul" en el Cantón Esmeraldas, con un enfoque en atraer y retener clientes potenciales del sector Las Palmas.

## Modelo CANVAS

Ilustración 3

Análisis de factibilidad Modelo CANVAS



Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

Propuesta de Valor:

"El Cangrejo Azul" ofrece una experiencia gastronómica única y auténtica, destacando la calidad y frescura de los ingredientes orgánicos proporcionados por proveedores locales. Además, se compromete a integrar tecnología de vanguardia para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Este enfoque se

complementa con un firme compromiso con la sostenibilidad ambiental y el apoyo a la comunidad local.

#### Segmentos de Clientes:

El restaurante tiene como objetivo principal atraer a amantes de la gastronomía que valoran los ingredientes frescos y la autenticidad de la cocina local. Además, busca captar clientes que buscan una experiencia culinaria moderna y tecnológicamente avanzada. También se dirige a individuos y grupos preocupados por el medio ambiente, que desean apoyar iniciativas sostenibles y locales.

#### Canales:

Para llegar a sus clientes potenciales, "El Cangrejo Azul" emplea diversos canales, incluyendo un restaurante físico ubicado estratégicamente en la provincia de Esmeraldas. Además, utiliza una plataforma online para reservas y pedidos, así como presencia activa en redes sociales para promoción y comunicación con los clientes.

#### Relaciones con Clientes:

El restaurante se compromete a proporcionar una atención personalizada y de alta calidad en su local físico, asegurando una experiencia satisfactoria para cada cliente. Además, mantiene una interacción activa en redes sociales, respondiendo de manera rápida y efectiva a consultas y comentarios. También implementa programas de fidelización para premiar a los clientes frecuentes y fortalecer las relaciones a largo plazo.

#### Fuentes de Ingresos:

"El Cangrejo Azul" genera ingresos a través de diversas fuentes, como las ventas directas de platos y bebidas en su restaurante físico. También obtiene ingresos por pedidos online y entregas a domicilio, así como por la prestación de servicios de catering para eventos especiales, lo que amplía su alcance y potencial de ingresos.

#### Recursos Clave:

Los recursos clave de "El Cangrejo Azul" incluyen la disponibilidad de ingredientes frescos y orgánicos de proveedores locales, así como la implementación de tecnología de gestión de restaurantes y pedidos en línea. Además, cuenta con un capital humano altamente capacitado en áreas como cocina, atención al cliente y gestión empresarial.

#### Actividades Clave:

Entre las actividades clave del restaurante se encuentran la adquisición y preparación de ingredientes frescos, la elaboración de menús innovadores y atractivos, así como la implementación y mantenimiento de sistemas tecnológicos para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

#### Alianzas Clave:

Para garantizar el suministro de ingredientes frescos y la sostenibilidad de su negocio, "El Cangrejo Azul" establece alianzas estratégicas con proveedores locales de alimentos orgánicos. Además, colabora estrechamente con empresas de tecnología para implementar soluciones digitales que mejoren la eficiencia operativa y la

experiencia del cliente. También forma asociaciones con organizaciones ambientales y comunitarias para promover la sostenibilidad y el apoyo a la comunidad.

#### Estructura de Costos:

Los principales costos asociados a la operación de "El Cangrejo Azul" incluyen la adquisición de ingredientes frescos y tecnología, así como los gastos de personal y capacitación. Además, se destinan recursos a actividades de marketing y promoción para atraer y retener clientes, asegurando así un flujo de ingresos constante y sostenible.

#### ***Permisos y requisitos de funcionamiento***

Son los permisos necesarios que deberá obtener y cumplir el restaurante para su funcionamiento de forma legal, estos permisos se deben tramitar antes de la apertura del establecimiento.

Tabla 19

*Permisos y requisitos de funcionamiento para el proyecto.*

<b>Permisos y requisitos de funcionamiento</b>			
<b>Nombres</b>	<b>Descripción</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Precio \$</b>
<b>RUC o RISE</b>	Inscripción en el Registro Único del Contribuyente. Este trámite se puede realizar en línea o presencialmente en el SRI	CI. Cédula de identidad. Certificado de votación. Planilla de servicio, Registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.	0
<b>Patente municipal</b>	Permiso otorgado por el municipio a personas que realizan actividad económica. El trámite se lo realiza en el municipio de Quito.	Formulario de inscripción y Acuerdo de responsabilidad obtenido del portan Web, Copia de Cedula y Papeleta de Votación, copia de Planilla de servicios Básicos.	100
<b>Permiso de Bomberos</b>	La solicitud se la realiza en línea, en la página de los Bomberos, con el procedimiento de la LUAE.	Llenar solicitud, para que posteriormente se realice la visita de los bomberos al establecimiento.	100
<b>LUAE</b>	Licencia Única de Actividades Económicas. El trámite se lo realiza en línea	Formulario de solicitud y Reglas técnicas, que se encuentra en sitio Web. No tener deuda con el municipio y contar con copia de cedula y papeleta, una planilla de servicios básicos, y en caso de letreros informas medidas y especificaciones para la posterior visita y aprobación del delegado.	100

<b>ARCOSA</b>	Permiso de la Agencia Nacional de Regulación, Control, Y Vigilancia Sanitaria, otorgado por la misma agencia el trámite se lo realiza en línea.	Se realiza el registro en el portal, selecciona la Actividad Económica a la que se pertenece, las declaraciones, y se realiza el pago. Al plazo de 48h estará el permiso.	153
<b>Registro Turístico</b>	Otorgado por el ministerio de turismo, el trámite se lo realiza en línea. Para una posterior Inspección.	Cedula, Papeleta, RUC, Contrato de Arrendamiento; se pueden descargar los formatos necesario en el sitio web, y se realizará la inspección pertinente, el proceso tarde 15 días.	50
<b>Clave patronal</b>	Emitida por el IESS, Es la clave que nos da acceso al sistema para poder ser empleadores y contratar de forma legal a empleados,	Ingresar al portal del IESS, se escoge la opción de empleador registro nuevo, se ingresa el ruc y se escoge le sector que pertenece (privado), se ingresa los datos solicitados y se imprime la solicitud; para posteriormente acercarse al IESS presencialmente y gestionar la clave,	0
<b>TOTAL</b>			<b>493</b>

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

*Nota.* La tabla presenta los Permisos y requisitos de funcionamiento que la empresa debe seguir.

Como se observa en la tabla, la mayoría de los trámites necesarios para el funcionamiento del restaurante no conllevan costos adicionales, pero deben ser

gestionados adecuadamente. El total de gastos asociados a permisos y requisitos es de \$493.

### ***Total, inversión***

En esta etapa, se determinará el monto total de capital requerido para operar la empresa, considerando tanto los activos fijos como el capital de trabajo. Este total será la suma de todos los aspectos mencionados anteriormente, lo que nos permitirá conocer el valor total necesario para la operación del negocio y así decidir sobre la financiación del proyecto.

Para esto, se creará una tabla que contenga todos estos valores y se calculará el presupuesto necesario para el funcionamiento del restaurante, distribuido anualmente.

Tabla 20

Total, inversión

INVERSIONES	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Equipos Ind./ seguridad	\$1.345
Equipos de Computación	\$1.000
Muebles - enseres	\$1.800
	\$4.145
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitución	\$10.000
	\$10.000
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
	3 meses
Sueldos	\$11.707,75
Servicios Básicos	\$300
material oficina	\$100
material limpieza	\$105,28
gastos documentos, permisos	\$300
alquiler local	\$500
publicidad	\$84
adquisición de materia prima	\$1.000
gastos financieros	\$350
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$18.592,03</b>
	\$14.447,03
	\$18592,03
<b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>	
ACTIVO FIJO	\$4145
CAPITAL DE TRABAJO /3M	\$14.447,03
<b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>	<b>\$18.592,03</b>

Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

Este análisis de la tabla de inversiones nos proporciona una visión general de los recursos financieros necesarios para poner en marcha el restaurante. Aquí hay algunas observaciones clave:

**Activos Fijos:** Los activos fijos representan los bienes duraderos necesarios para la operación del restaurante, como el edificio, vehículo, equipos de seguridad, computación y muebles/enseres. En este caso, se estima que el costo total de los activos fijos es de \$4.145.

**Activos Diferidos:** Los activos diferidos, que incluyen los gastos de constitución, se indican como \$0 en este análisis.

**Capital de Trabajo:** El capital de trabajo necesario para cubrir los costos operativos durante los primeros 3 meses se estima en \$14,447.03. Esto incluye sueldos, servicios básicos, material de oficina, material de limpieza, gastos de documentos y permisos, alquiler, publicidad, adquisición de materia prima y gastos financieros.

**Total, de Inversión:** Sumando los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, el total de la inversión requerida para iniciar el restaurante se estima en \$18.592,03.

**Activos diferidos.**

Hace referencia a los gastos que la empresa incurrirá, pero es importante considerar que estos costos solo afectarán la información financiera si se utilizan realmente.

**Sueldos****Tabla 21***Sueldos Restaurante "Cangrejo Azul"***SUELDOS \$**

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS EMP.</b>	<b>IESS EMPRESA</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
Jefe Administrativo/vendedor	\$600	\$6.000	\$567	\$729	\$6.162
Bodeguero	\$450	\$5.400	\$510,30	\$656,10	\$5.545,80
Mesera 1	\$450	\$5.400	\$510,30	\$656,10	\$5.545,80
Guardia	\$500	\$6.000	\$567	\$729	\$6.162
Cocinero	\$500	\$6.000	\$567	\$729	\$6.162
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.500</b>	<b>\$28.800</b>	<b>\$2.721,60</b>	<b>\$3.499,20</b>	<b>\$29.577,60</b>

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

Tabla 22

*Sueldo Personal Restaurante "Cangrejo Azul"*

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>DECIMO 4°</b>	<b>DECIMO 3°</b>	<b>TOTAL DECIMOS</b>
Jefe Administrativo	\$600	\$450	\$500	\$950
Bodeguero	\$450	\$450	\$450	\$900
Mesera 1	\$450	\$450	\$450	\$900
Guardia	\$500	\$450	\$500	\$950
Cocinero	\$500	\$450	\$500	\$950
Asistente de Cocina	\$500	\$450	\$500	\$950
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.000</b>	<b>\$2.700</b>	<b>\$2.900</b>	<b>\$5.600</b>

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

### ***Capital de trabajo***

Tabla 23

*Capital de trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>3 meses</b>	<b>12 meses</b>	
Sueldos	\$7.500,00	\$30.000	
Servicios Básicos	\$300	\$1.080	
material oficina	\$100	\$761,68	
material limpieza	\$105,30	\$211,62	
gastos documentos, permisos	\$300	\$1.200	
alquiler local	\$500	\$3.720	
publicidad	\$84	\$336	
adquisición productos	\$1.000	\$12.000	
gastos financieros	\$350	\$1.400,00	\$60.948,60
<b>TOTAL, INVERSION</b>	<b>\$10.239,30</b>	<b>\$50.709,30</b>	

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

### ***Depreciación***

En el restaurante "Cangrejo Azul", la depreciación de los activos fijos se gestionará según los siguientes porcentajes establecidos:

Para los equipos industriales y de seguridad, se aplicará una tasa de depreciación del 10%, lo que equivale a \$134,5 para un equipo de \$1.345.

En el caso de los equipos de computación o tecnológicos, se utilizará una tasa del 33.33%, lo que resulta en \$333,3 para un equipo de \$1.000.

Para los muebles y enseres, se aplicará una tasa del 10%, lo que supone \$180 para un valor de \$1.800.

La depreciación total de los activos fijos, como se calcula en la tabla, asciende a \$647,80. Esto refleja la distribución de los costos asociados con la pérdida de valor de estos activos a lo largo de su vida útil.

**Tabla 24**

*Depreciación*

#### **DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS (en línea recta)**

		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	1.345	10%	\$134,5
Edificio	0	5%	\$0
Vehículos	0	20%	\$0
Equipos de Computación	1.000	33,33%	\$333,3
Muebles y Enseres	1.800	10%	\$180
			<b>\$647,80</b>

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

### **Tabla de amortización**

Para cubrir el capital necesario para el negocio, se solicitará un préstamo al banco Produbanco por un monto de \$10.000. El banco ofrece una tasa de interés del 14% y se acuerda un plazo de reembolso de 5 años. Con estos datos, se elaborará una tabla de amortización para monitorear y calcular el valor de los intereses que se pagarán a lo largo del tiempo.

**Tabla 25**

*Tabla de Amortización*

<b>MONTO</b>	\$10.000			
<b>TASA</b>	14%			
<b>PLAZO</b>	5			
<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
0	-	-	-	\$10.000
1	\$2.912,84	\$1.400,00	\$1.512,84	\$8.487,16
2	\$2.912,84	\$1.188,20	\$1.724,63	\$6.762,53
3	\$2.912,84	\$946,75	\$1.966,08	\$4.796,45
4	\$2.912,84	\$671,50	\$2.241,33	\$2.555,12
5	\$2.912,84	\$357,72	\$2.555,12	\$0,00
		\$4.564,18		
<b>2912,84</b>		INTERES ANUAL		\$1.400,00
		INTERES SEMESTRAL		\$700,00

*Elaborado por:* Carlos Eduardo Vera Vélez

***Inversiones*****Tabla 26***Inversiones*

<b>INVERSIONES</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
Equipos Ind./ seguridad	1.345	1.345	
Equipos de Computación	1.000	1.000	
Muebles - enseres	1.800	1.800	4.145
<b>RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL</b>			
<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	
Activos Fijos	\$4,145.00		
Gastos preoperacionales	\$1,215.00		
Gastos amortizables	\$2,525.00		
<b>Inversión en activos y gastos</b>			<b>\$7,885.00</b>
Capital de trabajo	\$67,540.30		
<b>TOTAL, DE LA INVERSIÓN</b>			<b>\$75,426.30</b>

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez****Recursos operativos***

Es el capital que se reservará para los materiales o enseres que la empresa deberá tener e ir renovando para su correcto funcionamiento.

**Tabla 27***Arriendo del proyecto*

<b>Arriendo</b>		
<b>Pago mensual</b>	<b>Pago semestral</b>	<b>Pago anual</b>
\$500	\$3.000	<b>\$6.000</b>

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

*Nota.* La tabla presenta los gastos por arriendo que tendrá la empresa.

Estos valores tanto servicios básicos como arriendo es un capital que se deberá tener mensualmente para el funcionamiento con normalidad del restaurante, en los servicios básicos el valor puede ir variando, pero de a tomado un estimado de costos en restaurantes aledaños del sector. La suma total de estos 2 aspectos es de \$6216 anuales.

### ***Capital Humano***

En esencia el recurso económico destinado para el pago de los colaboradores de la empresa, este capital abarca todos los beneficios de la ley establecidos por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

**Material de limpieza****Tabla 28***Material de limpieza y de oficina*

<b>Material de Limpieza</b>			
materiales	cantidad	precio unit.	precio total mensual
escoba	4	\$4,5	\$18
trapeador	3	\$4,68	\$14,04
balde	3	\$3,5	\$10,5
recogedor	2	\$2,11	\$4,22
desengrasantes	2	\$7	\$14
cloro	4	\$3,5	\$14
papel toalla	4	\$2,5	\$10
Viledas	6	\$3,42	\$20,52
		total	<b>\$105,28</b>
		mensual	<b>\$105,28</b>
		trimestral	<b>\$315,84</b>
		anual	<b>\$1.263,36</b>
<b>material de oficina</b>			
materiales	cantidad	precio unit.	precio total mensual
resma papel	6	\$3,5	\$21
esferos	15	\$0,35	\$5,25
carpetas	10	\$1	\$10
archivadores	6	\$7,5	\$45
cuadernos	3	\$1,5	\$4,5
engrapadoras	2	\$4	\$8
perforadoras	1	\$4	\$4
resaltador	3	\$0,8	\$2,4
		total	<b>\$100,15</b>
		mensual	<b>\$100,15</b>
		semestral	<b>\$600,9</b>
		anual	<b>\$1.201,8</b>

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

El contar con materiales de limpieza y de oficina es indispensable para que el establecimiento cuente con un buen servicio estos mismos se deben ir renovando por ello se les considera un valor anual el total de estos implementos nos da \$2.465,16.

### ***Punto de equilibrio***

(Horngren, Datar, & Rajan, 2012) nos indican que el punto de equilibrio (PDE) es la producción que se ha producido y vendido en la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, o lo que es lo mismo, la cantidad de producción vendida que da como resultado \$0 de utilidad (p. 68).

**Tabla 29**

*Producto estrella “Encocado de Cangrejo”*

<b>Mantenimiento o preventivo</b>			
Precio	\$10		
Costo	\$4.5		
Ganancia	\$5.5	<b>Margen de Contribución</b>	
<b>Venta</b>	\$10	\$10	\$100
<b>Costo</b>	\$4.5	5.5	\$25
			<b>\$125</b>

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

**Tabla 30**

*Costos fijos*

<b>Costos fijos</b>	
Arriendo y servicios	\$750
Salarios	\$2.500
Seguros	\$300
	<b>\$3.550</b>

*Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez*

Costos Fijos Totales: **\$3550**

Punto de Equilibrio (en unidades) = Costos Fijos Totales / Margen de Contribución por Unidad

$$\text{Punto de Equilibrio (en unidades)} = 3550 / 5,5 \approx 645,45$$

El punto de equilibrio (PE) se refiere al nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, lo que significa que la empresa no tiene ganancias ni pérdidas. En este caso, el punto de equilibrio se calcula dividiendo los costos fijos totales entre el margen de contribución por unidad.

Según los datos proporcionados:

- Los costos fijos totales son de \$3550.
- El margen de contribución por unidad es de \$5.5, calculado restando el costo de cada plato (\$4.5) del precio de venta (\$10), lo que da una ganancia de \$5.5 por unidad vendida.

Entonces, el punto de equilibrio se calcula como:  $\text{PE} = \text{Costos fijos} / \text{Margen de contribución} = 3550 / 5,5 = 645,45$  platos mensuales aproximadamente.

Esto significa que la empresa debe vender al menos 645 platos mensuales de encocado y sus variedades de mariscos para cubrir sus costos fijos y estar en el punto de equilibrio, es decir, no tener pérdidas ni ganancias. Si la empresa vende menos de 645 platos de encocado, incurrirá en pérdidas. Por otro lado, si vende más de 645 platos, generará ganancias.

Si dividimos los 645 platos mensuales para cada día, el Cangrejo Azul debe vender al menos  $21,5 = 22$  platos diarios de sus variedades de mariscos entre ellos el encocado, como una de las especialidades de la casa.

Tabla 31

Punto de equilibrio



Elaborado por: Carlos Eduardo Vera Vélez

En tanto en las tablas como en la gráfica se presenta la correlación entre ambos aspectos, así como el punto de equilibrio que es crucial considerar al momento de tomar decisiones en el proyecto.

## Conclusiones

El proyecto integrador para la creación del restaurante "El Cangrejo Azul" en la provincia de Esmeraldas, parroquia Las Palmas, representa una oportunidad única para aprovechar la riqueza gastronómica de la región y ofrecer una experiencia culinaria auténtica y memorable. A través de la aplicación del modelo de negocio Canvas, se ha logrado estructurar un plan sólido que abarca desde el análisis del mercado y las preferencias de los clientes hasta el diseño de un menú innovador y atractivo.

El análisis del marco teórico en este proyecto integrador para la creación del restaurante "El Cangrejo Azul" ha sido fundamental para comprender la dinámica del emprendimiento en el sector gastronómico. A lo largo de este capítulo, se ha explorado la definición y características del emprendimiento gastronómico, así como su importancia económica y cultural en la sociedad. Además, se ha examinado en detalle el papel de los restaurantes como catalizadores de la cultura y la identidad de una comunidad, así como la relevancia de los cangrejos en la gastronomía y su gestión sostenible.

El capítulo III ha proporcionado una base sólida y rigurosa para el desarrollo del proyecto "Cangrejo Azul", permitiendo identificar oportunidades, desafíos y necesidades clave en el entorno empresarial. Este enfoque de investigación diagnóstica es fundamental para informar y guiar la toma de decisiones estratégicas en el desarrollo y la implementación del proyecto.

el desarrollo de un modelo de negocio sólido y efectivo para "El Cangrejo Azul" es fundamental para garantizar su éxito en el mercado local y turístico. A través de la implementación del modelo Canvas y la ejecución de estrategias de marketing adecuadas, el restaurante puede destacarse entre la competencia, atraer clientes potenciales y mejorar su rentabilidad a largo plazo.

La implementación de un modelo de negocio sostenible y exitoso requiere un enfoque estratégico en el diseño de la estructura operativa y comercial, así como en la creación de una propuesta de valor única que destaque los atributos diferenciadores del restaurante. La planificación detallada de actividades clave, recursos necesarios, y costos asociados garantiza la viabilidad y rentabilidad a largo plazo del negocio. Además, la obtención de los permisos y cumplimiento de los requisitos de funcionamiento son pasos fundamentales para asegurar la operación legal y efectiva del restaurante.

## **Recomendaciones**

Se recomienda implementar un sistema de monitoreo y evaluación continua de las operaciones del restaurante, con el fin de identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias de acuerdo con los cambios en el mercado y las necesidades de los clientes. Esto implica recopilar y analizar regularmente datos sobre las ventas, los comentarios de los clientes, la eficiencia de los procesos operativos y la satisfacción del personal.

Además, es fundamental mantener una estrecha colaboración con los proveedores locales de mariscos y otros ingredientes frescos, asegurando así la calidad y consistencia de los productos utilizados en la preparación de los platos. Esta relación sólida con los proveedores no solo garantizará la excelencia culinaria, sino que también contribuirá al desarrollo económico de la comunidad local.

Por último, se recomienda explorar oportunidades de expansión y diversificación a mediano y largo plazo, como la apertura de sucursales en otras localidades turísticas de la provincia o la incursión en nuevos segmentos de mercado, como eventos y catering. Esto permitirá al restaurante "El Cangrejo Azul" consolidar su posición en el mercado y maximizar su potencial de crecimiento.

## Anexos

### -ENCUESTA

Objetivo general:

Diseñar un plan integral para la creación del restaurante "El Cangrejo Azul" en la provincia de Esmeraldas, utilizando el modelo de negocio Canvas como estructura principal.

ing.dcps@gmail.com [Cambiar de cuenta](#) 

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

**Nombre \***

Tu respuesta \_\_\_\_\_

**Correo electrónico \***

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Con qué frecuencia suele comer fuera de casa en la provincia de Esmeraldas? \*

Nunca

Una vez a la semana

Más de dos veces a la semana

Una vez cada 15 días

Todos los días.

---

¿Qué tipo de restaurantes suele visitar con mayor frecuencia en Esmeraldas? \*

	Nada frecuente	Poco Frecuente	Frecuente	Muy Frecuente
Comidas rápidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restaurantes de mariscos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restaurantes de comidas típicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Qué tipo de comida prefiere cuando sale a comer? \*

	Nada frecuente	Poco Frecuente	Frecuente	Muy Frecuente
Mariscos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carnes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comida típica ecuatoriana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comida internacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vegetariana/vegana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Estaría interesado en disfrutar del cangrejo como plato principal en un restaurante especializado, con opciones como cangrejo encocado o al ajillo, en "El Cangrejo Azul" de Esmeraldas? \*

- Sí, definitivamente
- Tal vez, depende del menú
- No, no me interesa

¿Qué platos a base de cangrejo le gustaría disfrutar en un restaurante? \*

- Sopa de cangrejo
- Ensalada de cangrejo
- Cangrejo relleno
- Cangrejo al ajillo
- Cangrejo frito
- Cangrejo a la mantequilla
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Cree que existen suficientes recursos humanos capacitados en Esmeraldas para trabajar en un restaurante? \*

- Sí, hay suficiente mano de obra calificada
- No, sería difícil encontrar personal capacitado

¿Qué tipo de infraestructura considera necesaria para un restaurante exitoso en la provincia de Esmeraldas? DEL 1 AL 3 ELIJA POR SU IMPORTANCIA SIENDO 1 EL MENOS IMPORTANTE Y 3 EL MÁS IMPORTANTE \*

	1	2	3
Espacio amplio y cómodo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Decoración temática atractiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipamiento moderno de cocina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parqueaderos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué aspectos consideraría más importantes al definir la propuesta de valor de un restaurante como "El Cangrejo Azul"? DEL 1 AL 4 SIENDO UNO EL MENOS IMPORTANTE \*

	1	2	3	4
Calidad de los productos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variedad en el menú	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ambiente y decoración	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio competitivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cuál cree que sería el segmento de clientes más atractivo para un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas? \*

- Turistas  
 Residentes locales  
 Los dos anteriores

¿Cómo prefiere usted que se distribuyan los productos de un restaurante como "El Cangrejo Azul" \*

- Servicio en el local  
 Entrega a domicilio  
 Las dos anteriores

¿Qué actividades considera usted que son imprescindibles para el funcionamiento eficiente de un restaurante en la provincia de Esmeraldas? \*

	Poco importante	Algo importante	Importante	Muy importante
Buena atención al cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestión eficiente de la cocina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estrategias de marketing efectivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mantenimiento y limpieza adecuados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cómo calificaría los precios actuales de platos de cangrejos preparados por la competencia? \*

Nada adecuado

Poco adecuado

Adecuado

Costoso

Muy costoso

¿Qué método de pago preferiría usted al visitar un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas? \*

Efectivo

Tarjeta de crédito/débito

u otras formas de pago electrónicas

¿ Por qué medio le gustaría recibir promociones de un restaurante como "El Cangrejo Azul" en Esmeraldas? \*

Redes sociales

Correo

WhatsApp

Celular

[Enviar](#) [Borrar formulario](#)



Computador Todo En Uno Hp I5 12va Ssd 1000gb/16gb/all In One

US\$ 660

Envío gratis

Promocionado



Taburete Desayunador Bar Restaurante Estilo Nordico Caryn  
por Andina

US\$ 50

Envío gratis



Impresora Epson L5290 Multifuncion  
Con Sistema De Tinta Wifi Color Negro

5.0 ★★★★★ (1)

US\$ 395

Envío gratis



Termómetro Horno Cocina Industrial Acero Inoxidable 350° C

US\$ 6<sup>50</sup>

5.0 ★★★★★ (1)



Licuada Umco Master Chef 1200 Watts 6126

US\$ 149<sup>99</sup>

Envío gratis



Juegos De Mesa Y Sillas Para Restaurante

US\$ 190



Silla Comedor Asiento Propileno Restaurante Ondara  
por Andina

US\$ 38

Envío gratis



Televisor Samsung Smart TV 55 Pulgadas Qled 4k Modelo Q65ba

US\$ 709

Envío gratis

### Bibliografía

- Banco Mundial. (2019). *Informe sobre el Desarrollo Mundial: El cambio climático y la economía de los alimentos*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/ca6030es/ca6030es.pdf>
- Bogan, A. E. (1995). *Crab and Lobster Fisheries*. Chapman & Hall.
- Cedeño Bueno, T. F., & Chiriguaya Segura, X. N. (2018). *Análisis Gastronómico de la provincia de Esmeraldas como factor de desarrollo turístico*. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f44c8fda-8300-495b-8657-168b142d6c14/content>
- Dungy, C. (2007). *The Blue Crab* (Vol. 2). (V. S. Kennedy, Ed.) Maryland Sea Grant: University of Mississippi. Obtenido de <https://www.mdsg.umd.edu/Bookstore/Books/blue-crab-callinectes-sapidus>
- Ecuador, Gobierno Autonomo Descentralizado de Esmeraldas. (2018). *Esmeraldas: La Provincia Verde*. Obtenido de <https://prefecturadeesmeraldas.gob.ec/>
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Censo de Población y Vivienda 2022*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Ecuador, Instituto Nacional de Pesca. (2020). *Estadísticas pesqueras de Ecuador*. (I. N. Pesca, Editor) Obtenido de <https://www.institutopesca.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/Informe-de-Rendici%C3%B3n-de-Cuentas-2020-IPIAP.pdf>

Ecuador, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo Urbano y Vivienda 2017-2021*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuadorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>

Ecuador, Ministerio de Turismo. (2012). *Perfil contextual de la provincia de Manabí*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mas-de-1270-000-turistas-visitaron-ecuador-en-el-2012/>

El Comercio. (04 de abril de 2015). *Los mariscos, en la mesa de los esmeraldeños*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/mariscos-mesa-esmeraldenos-ecuador-comida.html>

Ferreira Herrera, D. C. (22 de 05 de 2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Revista de Economía y Empresa*, 45-60.  
doi:<https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252>

Gallego, M. E. (2018). La importancia de la primera impresion en el servicio al cliente. *Revista de Servicio al cliente*, 45-60.

- Gilbert, S. (2014). *The Culinary Imagination: From Myth to Modernity*. Davis, California, Estados Unidos: W. W. Norton & Company. Obtenido de <https://wwnorton.com/books/9780393067651>
- Greenaway, P. (2003). *Terristrial adaptations in the Anomura (Crustacea: Decapoda)*. Memoirs of Museum Victoria.
- Holdich, D. (2002). *Biology of Freshwater Crayfish* (Vol. 22). Oxford: Wiley. Obtenido de <https://academic.oup.com/jcb/article/22/4/969/2679968>
- Kaynor, C., & Keller, S. (2006). *The King Crab: Biology, Management and Economics*. Alaska: University of Alaska Sea Grant.
- Kleyman Nudel, S. (16 de 07 de 2009). *La importancia del servicio al cliente*. Obtenido de <https://expansion.mx/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente>
- Leland, K., & Bailey, K. (2010). *El pequeño libro de la atención al cliente para Dummies* (Vol. 390). Grupo Editorial Norma. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/639758828/Servicio-al-cliente-para-dummies-PDFDrive>
- Martinez, M. (2020). El poder del feedback continuo en la mejora del rendimiento. *Revista de Psicología Organizacional*, 120-135.
- McLaughlin, P. A. (2015). *Hermit Crabs of the Northeastern Atlantic Ocean and the Mediterranean Sea*. Brill.

Ministerio de Acuicultura y Pesca. (2021). *Informe Anual de Consumo de Productos del Mar en Ecuador*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/03/Informe-de-gestion-2021-MPCEIP.pdf>

Organizacion Mundial del Turismo. (2021). *Tendencias del Turismo Gastronomico*.

Osterwalder, A. &, & Yves, P. (2011). *Bussines Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*. (T. Clark, Ed.) Canada: John Wiley & Sons. Obtenido de [https://vace.uky.edu/sites/vace/files/downloads/9\\_business\\_model\\_generation.pdf](https://vace.uky.edu/sites/vace/files/downloads/9_business_model_generation.pdf)

Palermo, S. (2022). *Historia de la Pastelería*. Santiago: Salas.

Paredes, P. (2018). *Panes y Pasteles en Ecuador*. Quito: Saleciana.

Perez, L. (2019). ). La importancia de la personalización en la experiencia del cliente. *. Revista de Marketing Experencial, 75-89*.

Ramos, C. (2015). *El business modelo Canvas*. Madrid: La Marca.

Rathbun, M. (1924). *The Dungeness Crab of the Pacific Coast*. United States: andbook of North American Indians.

Rebotier, J., Metzge, P., & Pigeon, P. (09 de 06 de 2023). *Esmeraldas, un desafío al conocimiento*. (Abya-Yala, Editor) Obtenido de <https://univ-pau.hal.science/hal-04116272v1/file/ESMERALDAS.pdf>

Sanchez, J. (2019). *La repostería*. Barcelona: Trillas.

- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research* (Vol. 25). (T. A. Review, Ed.) Virginia: Academy of Management Review. doi:<https://doi.org/10.2307/259271>
- Weitzel, S. R. (2019). *Feedback That Works: How to Build and Deliver Your Message*. Wiley.
- Yeo, D., Cumberlidge, N., Magalhães, C., Campos, M., & Daniels, S. (2007). *Global Diversity of True Crabs (Crustacea: Decapoda: Brachyura) in Freshwater* (Vol. 198). Singapour: Springer Science+Business Media B.V. Obtenido de [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4020-8259-7\\_30](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4020-8259-7_30)



Identificación de reporte de similitud: oid:11830:344784962

NOMBRE DEL TRABAJO

**CARLOS VERA**

RECuento DE PALABRAS

**16770 Words**

RECuento DE CARACTERES

**96657 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**118 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**2.8MB**

FECHA DE ENTREGA

**Apr 5, 2024 9:40 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Apr 5, 2024 9:42 AM GMT-5****● 8% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Bloques de texto excluidos manualmente