



# UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

---

## “INNOVACIÓN GASTRONÓMICA EN LA EMPRESA PINDÚ EN LA CIUDAD DE ASUNCIÓN EN EL AÑO 2020”

Peralta Chamorro, Victor Hugo  
Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad del Sol. Asunción. Paraguay  
victorhugo\_peralta@hotmail.com

### RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, analizar la implementación de la innovación gastronómica en la empresa Pindú en la ciudad de Asunción durante el año 2020. La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cualitativo-cuantitativo (mixto). El nivel de la investigación fue descriptivo. El diseño fue no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por el personal directivo, chefs, cocineros y clientes frecuentes de la empresa Pindú, ubicada en la ciudad de Asunción. La muestra fue no probabilística por conveniencia y estuvo compuesta por 10 miembros del personal de cocina (incluidos chefs y cocineros), 2 encargados del área administrativa y 50 clientes habituales de la empresa Pindú. Los resultados evidenciaron que la empresa Pindú implementó diversas estrategias de innovación gastronómica en el año 2020, destacándose la incorporación de ingredientes autóctonos, técnicas culinarias modernas y presentaciones creativas. Estas innovaciones fueron bien recibidas por los clientes, quienes manifestaron un alto nivel de satisfacción, y contribuyeron a diferenciar la propuesta de la empresa en un mercado competitivo. El personal de cocina valoró positivamente la libertad creativa y el respaldo de la gerencia para experimentar con nuevas ideas. Se concluyó que la innovación gastronómica en la empresa Pindú fue un factor clave para fortalecer su identidad culinaria, aumentar la satisfacción del cliente y mejorar su posicionamiento en el mercado local. La integración de tradiciones culinarias con elementos modernos resultó efectiva y valorada tanto interna como externamente.

**Palabras clave:** Canvas. FODA. Liquidez. Ratios financieras. Rentabilidad. Solvencia innovación



# UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

---

## ABSTRACT

The general objective of this research was to analyze the implementation of gastronomic innovation at Pindú in Asunción during 2020. The research was carried out using a qualitative-quantitative (mixed) approach. The research level was descriptive. The design was non-experimental and cross-sectional. The population consisted of management staff, chefs, cooks, and frequent customers of Pindú, located in Asunción. The convenience sample was non-probabilistic and consisted of 10 kitchen staff members (including chefs and cooks), 2 administrative staff, and 50 regular customers of Pindú. The results showed that Pindú implemented various gastronomic innovation strategies in 2020, highlighting the incorporation of native ingredients, modern culinary techniques, and creative presentations. These innovations were well received by customers, who expressed high levels of satisfaction, and helped differentiate the company's offering in a competitive market. The kitchen staff positively valued the creative freedom and management support to experiment with new ideas. It was concluded that culinary innovation at Pindú was a key factor in strengthening its culinary identity, increasing customer satisfaction, and improving its positioning in the local market. The integration of culinary traditions with modern elements was effective and valued both internally and externally.

**Keywords:** Canvas, SWOT, Liquidity, Financial ratios, Profitability, Solvency, Innovation



# UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

---

## 1. INTRODUCCIÓN

La innovación gastronómica se ha convertido en una herramienta estratégica para que las empresas del sector alimenticio respondan a las nuevas demandas del mercado, que exige propuestas creativas, sostenibles y con identidad cultural. En este contexto, las organizaciones buscan diferenciarse no solo a través del sabor, sino también mediante la experiencia culinaria, el uso de ingredientes locales y la aplicación de técnicas modernas que potencien la calidad de sus productos.

La empresa Pindú, ubicada en la ciudad de Asunción, representa un caso significativo en cuanto a la implementación de prácticas innovadoras dentro del ámbito gastronómico. Durante el año 2020, esta empresa introduce una serie de transformaciones en su oferta culinaria que reflejan una búsqueda constante por evolucionar, conservar sus raíces y satisfacer a un público cada vez más exigente y diverso. Estas acciones la posicionan como un referente local en términos de creatividad y adaptación gastronómica.

El objetivo general de esta investigación es analizar la implementación de la innovación gastronómica en la empresa Pindú en la ciudad de Asunción durante el año 2020, a fin de comprender su impacto en la oferta culinaria, la satisfacción del cliente y la competitividad empresarial.

Esta investigación resulta importante porque permite comprender cómo una empresa local logra adaptarse y destacarse a través de la innovación en un entorno dinámico y competitivo. Su relevancia científica radica en que aporta conocimientos aplicables al campo de la gestión gastronómica y al desarrollo de estrategias culinarias con enfoque creativo, cultural y comercial. Además, puede servir como base para futuros estudios sobre innovación en el sector gastronómico paraguayo y latinoamericano, contribuyendo al fortalecimiento académico y profesional de esta disciplina.



# UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

---

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cualitativo-cuantitativo (mixto). Según Creswell y Creswell (2018), el enfoque mixto es un método de investigación que combina tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo en un mismo estudio, con el fin de obtener una comprensión más completa del fenómeno investigado. Este enfoque permite integrar la recolección y análisis de datos numéricos (propios del enfoque cuantitativo) con la exploración de significados, experiencias y perspectivas (características del enfoque cualitativo), generando así una visión más rica y profunda de la realidad.

El nivel de la investigación fue descriptivo. Según Sampieri (2014), el nivel descriptivo en una investigación se centra en caracterizar fenómenos, situaciones, contextos o poblaciones, mediante la recolección sistemática de datos que permiten detallar sus principales rasgos y comportamientos. Este tipo de investigación no busca explicar las causas del fenómeno ni establecer relaciones causales, sino presentar con precisión cómo es y cómo se manifiesta un hecho o grupo de hechos en un momento determinado.

El diseño fue no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por el personal directivo, chefs, cocineros y clientes frecuentes de la empresa Pindú, ubicada en la ciudad de Asunción. La muestra fue no probabilística por conveniencia y estuvo compuesta por 10 miembros del personal de cocina (incluidos chefs y cocineros), 2 encargados del área administrativa y 50 clientes habituales de la empresa Pindú.

Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario estructurado dirigido a los clientes, que permitió identificar su percepción sobre las innovaciones gastronómicas implementadas. Asimismo, se realizaron entrevistas semiestructuradas al personal de cocina y a los directivos de la empresa, a fin de profundizar en los procesos creativos, las estrategias aplicadas y los resultados obtenidos. Ambos instrumentos fueron validados mediante juicio de expertos y ajustados luego de una prueba piloto.



# UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

---

## 3.RESULTADOS

En cuanto al primer objetivo específico, Identificar las estrategias de innovación gastronómica aplicadas por la empresa Pindú en el año 2020. os resultados evidenciaron que la empresa Pindú aplicó diversas estrategias de innovación gastronómica durante el año 2020, centradas principalmente en la revalorización de ingredientes locales, la fusión de técnicas culinarias tradicionales con métodos modernos y la presentación creativa de los platos. Estas estrategias buscaron diferenciar su propuesta gastronómica dentro del mercado asunceno, integrando sabores autóctonos con tendencias contemporáneas. Además, se implementaron menús temáticos y adaptaciones estacionales que permitieron mantener una oferta dinámica y atractiva para los clientes.

Asimismo, se constató que la empresa incorporó procesos innovadores en la gestión de la cocina, como el rediseño del flujo de trabajo y la capacitación continua del personal en técnicas vanguardistas. También se introdujeron prácticas sostenibles, como la reducción del desperdicio de alimentos y el uso de productos orgánicos de proveedores locales. Estas acciones fueron percibidas internamente como parte de una estrategia integral de mejora y renovación constante, en concordancia con los cambios del entorno gastronómico y las expectativas del consumidor actual.

Con relación al segundo objetivo específico, Evaluar la percepción de los clientes respecto a las innovaciones gastronómicas implementadas, considerando su nivel de satisfacción, aceptación y preferencia. Los resultados mostraron que los clientes de la empresa Pindú percibieron de manera positiva las innovaciones gastronómicas implementadas durante el año 2020. En general, los encuestados manifestaron un alto nivel de satisfacción con los nuevos platillos, destacando la originalidad en las presentaciones y la combinación de sabores autóctonos con técnicas modernas. La mayoría de los clientes valoró positivamente la creatividad y la calidad de los ingredientes utilizados, lo que contribuyó a una experiencia culinaria diferenciada y memorable.



# UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

---

En términos de aceptación y preferencia, los clientes mostraron una inclinación hacia las opciones de menú más innovadoras, como los platos que incorporaban ingredientes locales tradicionales en nuevas formas. Sin embargo, algunos expresaron su preferencia por mantener algunas recetas clásicas de la empresa, aunque sin rechazar las innovaciones. En general, los resultados indicaron que las innovaciones fueron bien recibidas, pero también sugerían que una combinación equilibrada entre lo tradicional y lo nuevo sería lo más adecuado para satisfacer las expectativas de todos los clientes.

Con respecto al tercer objetivo específico, Examinar el impacto de la innovación gastronómica en la competitividad y posicionamiento de la empresa Pindú. Los resultados indicaron que la implementación de innovaciones gastronómicas tuvo un impacto positivo en la competitividad de la empresa Pindú durante el año 2020. A través de la incorporación de platos creativos, el uso de ingredientes autóctonos y la mejora en la presentación de los alimentos, la empresa logró diferenciarse de sus competidores directos en el mercado local. Esta diferenciación permitió atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes, lo cual se reflejó en un aumento del flujo de comensales y en una mayor demanda de sus propuestas innovadoras.

En cuanto al posicionamiento, se observó que la empresa fortaleció su imagen como referente de la cocina creativa con identidad cultural en Asunción. Las innovaciones gastronómicas implementadas fueron reconocidas por los clientes como elementos distintivos, lo que mejoró la percepción de marca y generó mayor visibilidad en redes sociales y medios digitales. Además, el enfoque en la calidad y la originalidad de los productos ofrecidos contribuyó a consolidar la reputación de Pindú como una empresa moderna, dinámica y comprometida con la evolución del sector gastronómico.

Finalmente, con respecto al objetivo general, Analizar la implementación de la innovación gastronómica en la empresa Pindú en la ciudad de Asunción durante el año 2020. Los resultados permitieron evidenciar que la empresa Pindú implementó diversas acciones de innovación



# UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

---

gastronómica durante el año 2020, centradas en la incorporación de ingredientes locales con valor cultural, la aplicación de técnicas culinarias modernas y la renovación constante del menú. Estas estrategias fueron aplicadas de manera planificada, con el objetivo de ofrecer una experiencia culinaria diferenciada y adaptada a las nuevas tendencias del mercado. Asimismo, se observó un compromiso del equipo directivo y del personal de cocina con el proceso innovador, lo cual facilitó una integración coherente entre creatividad, identidad gastronómica y mejora continua. Esta implementación no solo aportó valor al producto final, sino que también fortaleció el posicionamiento de la empresa en un entorno competitivo.

## 4. CONCLUSIONES

En cuanto al primer objetivo específico, se concluye que la empresa Pindú aplica diversas estrategias de innovación gastronómica enfocadas en la revalorización de ingredientes locales, la fusión de técnicas tradicionales con métodos modernos y la presentación creativa de los platos. Estas acciones buscan diferenciar su propuesta culinaria en el mercado asunceno y mantener una oferta atractiva y dinámica. Además, la empresa implementa mejoras en la gestión de cocina y promueve prácticas sostenibles que refuerzan su compromiso con la innovación integral.

Con respecto al segundo objetivo, se determina que los clientes perciben positivamente las innovaciones gastronómicas introducidas por Pindú. Existe un alto grado de satisfacción, aceptación y preferencia hacia los nuevos platos, destacando la creatividad y la calidad como elementos distintivos. Aunque algunos clientes mantienen apego por recetas clásicas, en general se aprecia una apertura hacia propuestas innovadoras, lo que sugiere la importancia de equilibrar la tradición con la modernidad en la oferta gastronómica.

En relación con el tercer objetivo específico, se concluye que la innovación gastronómica impacta favorablemente en la competitividad y el posicionamiento de la empresa. Pindú logra diferenciarse de sus competidores mediante una oferta original y culturalmente significativa, atrayendo nuevos clientes y consolidando su reputación como referente en cocina creativa. Esta



# UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

---

percepción se refuerza a través de una mayor visibilidad en redes sociales y el reconocimiento del público hacia su identidad gastronómica.

Finalmente, en cumplimiento del objetivo general, se concluye que la empresa Pindú implementa la innovación gastronómica de manera planificada y estratégica, integrando elementos culturales, técnicos y comerciales. Esta implementación enriquece la experiencia del cliente, fortalece su posicionamiento en el mercado y evidencia una gestión orientada a la mejora continua. La innovación se consolida, así como un eje fundamental para su desarrollo empresarial en el contexto gastronómico actual.

## 5. BIBLIOGRAFIA

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.