



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, Víctor Hugo
Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad del Sol. Asunción. Paraguay
victorhugo_peralta@hotmail.com

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal, analizar la situación de la Empresa Pindú a través de un análisis FODA y Canvas, y luego en formular una estrategia comercial innovadora que aproveche las fortalezas de la empresa y aborde sus debilidades para su reapertura en el año 2020. Con relación al diseño de la investigación fue no experimental. El enfoque utilizado fue cualitativo porque se estudió un fenómeno que se llegó a describir a lo largo de su desarrollo. También tuvo un enfoque cuantitativo porque se estudiaron los datos extraídos en encuestas y de los Análisis que se han realizados. Tipo de Investigación: Cual – Cuantitativa. Cualitativa porque se analizaron caracteres y condiciones generales; cuantitativa porque se estudiaron los análisis económicos financieros. Diseño de la Investigación: No Experimental descriptivo, transversal, porque se estudió un solo fenómeno, tal cual se da en la realidad, sin manipular variables y en un determinado momento, el universo se determinó por el número total de trabajadores en empresas públicas en la ciudad de Asunción. La población se determinó por el número total de trabajadores en empresas públicas en la ciudad de Asunción. La muestra tomada tres instituciones públicas con un total de 100 funcionarios públicos, que forma parte del segmento de mercado. Asimismo, los procedimientos utilizados fueron revisión de literatura, recopilación de información de la empresa, análisis FODA, análisis CANVAS, y para la recolección de datos se utilizó la encuesta y entrevista. Los resultados en esta investigación se centraron en la innovación gastronómica en la Empresa Pindú.

Palabras clave: Canvas. Financieras. Foda. Innovación. Ratios. Rentabilidad.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

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

ABSTRACT

The main objective of this research work was to analyze the situation of the Pindú Company through a SWOT and Canvas analysis, and then to formulate an innovative commercial strategy that takes advantage of the company's strengths and addresses its weaknesses for its reopening in the year 2020. Regarding the research design, it was non-experimental. The approach used was qualitative because a phenomenon that was described throughout its development was studied. It also had a quantitative approach because the data extracted from surveys and the analyzes that have been carried out were studied. Research Type: Qualitative – Quantitative. Qualitative because general characteristics and conditions were analyzed; quantitative because financial economic analyzes were studied. Research Design: Non-experimental, descriptive, transversal, because a single phenomenon was studied, as it occurs in reality, without manipulating variables and at a certain moment, the universe was determined by the total number of workers in public companies in the city of Asuncion. The population was determined by the total number of workers in public companies in the city of Asunción. The sample taken three public institutions with a total of 100 public officials, which is part of the market segment. Likewise, the procedures used were literature review, collection of company information, SWOT analysis, CANVAS analysis, and a survey and interview were used to collect data. The results in this research focused on gastronomic innovation in the Pindú Company.

Keywords: Canvas. Financial. SWOT. Innovation. Ratios. Cost effectiveness.



1. INTRODUCCIÓN

La innovación está presente en todos los ámbitos de nuestra vida y, por supuesto, la gastronomía no podía ser menos. Cada día cobra más importancia la aplicación de nuevas técnicas, para la mejora de los procesos y la investigación en el campo culinario.

Asimismo, la innovación gastronómica implica la creación de nuevos platos que sean únicos y atractivos para los clientes. Puede incluir la experimentación con ingredientes poco convencionales, combinaciones inusuales de sabores o presentaciones creativas.

Actualmente la empresa viene enfrentando diferentes situaciones, las cuales hizo que disminuya la rentabilidad. Por lo que este trabajo servirá para innovar el Servicio Gastronómico, realizando un Análisis Financiero Económico y determinando así la rentabilidad esperada.

Por ende, es importante resaltar, que la tecnología ayudará a mejorar e innovar los procesos de elaboración y servicio gastronómico de la empresa PINDÚ y de esta manera contribuirá a mejorar la rentabilidad.

La innovación gastronómica en una empresa es de suma importancia en el contexto actual, ya que puede influir en varios aspectos clave que impactan el éxito y la sostenibilidad del negocio, por lo tanto, la innovación permite que una empresa se diferencie de la competencia. La capacidad de ofrecer platos únicos, experiencias culinarias inigualables o enfoques creativos puede atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

La innovación gastronómica en el ámbito empresarial también tiene un aporte significativo, como la de la comprensión de la química de los ingredientes, los procesos de cocción, la reología (ciencia del flujo y deformación de la materia), y otros aspectos científicos que permite a los chefs crear platos más precisos y consistentes.



2. MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque de esta investigación fue cualitativo y cuantitativo.

Según Sampieri, (2006) El enfoque cualitativo es un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, esto se debe a que en la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías en detrimento del empleo de un instrumento de medición predeterminado. (pp. 3-26)

En tanto que, el enfoque cuantitativo se fundamenta, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. El enfoque cuantitativo, según la perspectiva de Creswell y Creswell (2018), se define como un proceso riguroso y estructurado para examinar relaciones entre variables. Este método se fundamenta en la recopilación de datos numéricos y su posterior análisis mediante procedimientos estadísticos, con el propósito de probar teorías, identificar tendencias o explicar fenómenos dentro de una población específica.

El tipo de investigación fue descriptiva. Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), la investigación descriptiva "tiene como finalidad caracterizar los fenómenos, establecer diferencias y similitudes, determinar la frecuencia con que ocurren los fenómenos y establecer relaciones entre variables" (p. 81).

El diseño de la investigación fue la no experimental descriptivo, transversal, porque se estudió un solo fenómeno, tal cual se da en la realidad, sin manipular variables y en un determinado momento.

En este trabajo de investigación la población se determinó por el número total de trabajadores en empresas públicas en la Ciudad de Asunción.



La muestra fue tomada a 3 instituciones públicas con un total de 100 funcionarios públicos.

El análisis se procedió por medio de encuestas.

Los procedimientos para la recolección de datos se realizaron a través de la revisión de literatura, recopilación de información de la empresa, análisis FODA, análisis CANVAS, encuestas y entrevistas, En donde se elaboraron tabulaciones de resultados de los datos cuantitativos, a su vez se utilizaron organizadores visuales, tales como: tablas o cuadros analíticos, listas, gráficos circular o tablas, de manera a determinar la viabilidad para la reapertura de la Empresa Pindú.

3.RESULTADOS

En primer lugar, en cuanto al primer objetivo específico de investigación: Realizar un Análisis FODA para determinar las debilidades y fortalezas con que cuenta la Empresa Pindú, en donde se llegó al Análisis FODA determinado de esta forma las debilidades y fortalezas con que cuenta la Empresa Pindú, lo que permitió conocer mejor a la empresa, en sus dos aspectos, tanto Interno, como externo, pero antes de realizar esta explicación, se llegó a plasmar una descripción de la empresa, en donde se tuvo en cuenta: nombre, logo, tipología de la empresa, visión, misión, valores, excelencia, innovación, responsabilidad, ética y trabajo en equipo. En donde se mencionó que las fortalezas de la empresa son: Buena localización geográfica, local propio, menú especial saludable, ventaja de diferenciación temática, promoción y premiaciones a clientes fieles y rentables, diversificación de productos, innovadores con valor agregado. En cuanto, a las oportunidades sobresalieron la diversificación de los servicios Delivery, plataforma virtual, generar productos de la línea saludable, y lianzas claves con proveedores, nutricionistas y programa de control de peso.

En cuanto al segundo objetivo, Realizar un Análisis CANVAS para determinar la propuesta de valor de la Empresa Pindú, con este análisis se llegó interpretar las primeras tres variables de Investigación: segmento, producto, recursos claves. Así también, en el análisis de CANVAS se ha



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

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

llegado a detallar las cuatro aéreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura, viabilidad económica

En cuanto al tercer objetivo se llegó a Presentar una propuesta estratégica comercial innovadora para la reapertura de la Empresa Pindú, esto arrojó como resultado la de mantener un punto de equilibrio en la empresa, en cuanto a contabilidad de costos, también, se debe tener en cuenta en términos de contabilidad de costos, el punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida. De esta forma, la Empresa logra esa equidad con un volumen en ventas de 2.000 unidades por mes.

Por consiguiente, también, se llegó a describir el análisis cualitativo a través del Canvas, en donde se tuvo en cuenta; el Mapa de empatía, que es un formato que busca describir al cliente ideal de una empresa por medio de análisis de 6 aspectos, relacionados a los sentimientos del ser humano. Puede ser realizado a partir de preguntas que ayudan a entender a conocer el cliente y como relacionarse con él. Tener empatía significa colocarse en el lugar del otro. Al hacer eso con los clientes, conseguiremos comprenderlos mejor y huir de falsas creencias sobre ellos a la hora de tomar decisiones. Para elaborar de manera correcta debemos de ponernos en el lugar del cliente, imaginar y contestar estas preguntas, de manera a comprender y sentir en la piel lo que desea o anhela el cliente a la hora de elegir un servicio gastronómico, cumplir con sus expectativas, saber que piensa y cómo podemos tranquilizar esa ansiedad que tiene. Todo esto se llegó concretar a través de una entrevista.

Esta sección de la investigación estuvo compuesta de 5 análisis muy importantes. En primer lugar, en cuanto al primer objetivo se desarrolló el análisis de las variables de investigación, para poder lograr lo mencionado, previamente se efectuaron otros análisis tales como: Conocimiento de la Empresa, Análisis FODA, Análisis CANVAS, Análisis de Estados Financieros, Estudio y Análisis de Datos Estadísticos, para finalmente llegar a la interpretación de las Variables. Estos



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

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

estudios realizados nos brindaron un horizonte completo y de esta manera se logró el objetivo principal del trabajo. "Realizar un Análisis Financiero y Económico para determinar la viabilidad de reapertura de la Empresa Servicios Gastronómicos Pindú".

4. CONCLUSIONES

En primer lugar, en cuanto al primer objetivo específico de investigación, Realizar un análisis FODA para determinar las debilidades y fortalezas con que cuenta la Empresa Pindú, se desarrolla dicho análisis, lo que permite conocer mejor a la empresa tanto en su aspecto interno como externo. Antes de realizar esta explicación, se plasma una descripción de la empresa donde se tiene en cuenta: nombre, logo, tipología, visión, misión, valores, excelencia, innovación, responsabilidad, ética y trabajo en equipo. Se menciona que las fortalezas de la empresa son: buena localización geográfica, local propio, menú especial saludable, ventaja de diferenciación temática, promoción y premiaciones a clientes fieles y rentables, además de una diversificación de productos innovadores con valor agregado. En cuanto a las oportunidades, sobresalen la diversificación de los servicios de *delivery*, la plataforma virtual, la generación de productos de la línea saludable y las alianzas clave con proveedores, nutricionistas y programas de control de peso.

En cuanto al segundo objetivo, Realizar un análisis CANVAS para determinar la propuesta de valor de la Empresa Pindú, con este análisis se interpretan las primeras tres variables de investigación: segmento, producto y recursos clave. Así también, en el análisis de CANVAS se detallan las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Respecto al tercer objetivo, se Presentar una propuesta estratégica comercial innovadora para la reapertura de la Empresa Pindú, lo cual arroja como resultado la capacidad de mantener un punto de equilibrio en la empresa. En términos de contabilidad de costos, se tiene en cuenta el punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

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

totales, es decir, el nivel donde no existe utilidad ni pérdida. De esta forma, la empresa logra esa equidad con un volumen de ventas de 2.000 unidades por mes.

Por consiguiente, se describe el análisis cualitativo a través del modelo Canvas, donde se considera el Mapa de Empatía, un formato que busca describir al cliente ideal de una empresa mediante el análisis de seis aspectos relacionados con los sentimientos humanos. Este proceso se realiza a partir de preguntas que ayudan a conocer al cliente y cómo relacionarse con él. Tener empatía significa colocarse en el lugar del otro; al hacer esto con los clientes, se logra comprenderlos mejor y evitar falsas creencias a la hora de tomar decisiones. Para elaborarlo correctamente, se asume el lugar del cliente, se imagina y se contestan preguntas para comprender lo que desea o anhela a la hora de elegir un servicio gastronómico, cumpliendo sus expectativas y conociendo qué piensa para tranquilizar sus ansiedades. Todo esto se concreta a través de una entrevista.

Finalmente, para el logro del objetivo general de la investigación, Realizar un análisis financiero con el estudio de las ratios mencionadas anteriormente. De la misma manera, mediante el análisis FODA y CANVAS, se determina la viabilidad económica y se afirma la hipótesis de investigación.

5.BIBLIOGRAFIA

Creswell JW, Creswell JD. (2018) Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. 5th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Hernández Sampieri, R. (2006) Metodología de la investigación. McGraw-Hill. Cuarta edición. p.3-26.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

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

Hernández Sampieri, R. (2006) Metodología de la investigación. McGraw-Hill. Cuarta edición.

p.3-26.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

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