

Valery Doménica Arricaga-Cruz; Lady Diana Girón-Rodríguez; Cristian Ariel Ortiz-Vásquez; Adriano Israel Tello-Velasteguí

[DOI 10.35381/cep.v6i1.76](https://doi.org/10.35381/cep.v6i1.76)

Marca de sandwiches Guambra Guaytambo para fortalecer la actividad gastronómica y turística, Ambato, Ecuador

Sandwich brand Guambra Guaytambo to strengthen gastronomic and tourist activity, Ambato, Ecuador

Valery Doménica Arricaga-Cruz
ga.valerydac52@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-3709-8622>

Lady Diana Girón-Rodríguez
ga.ladydgr55@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0009-0009-8478-9427>

Cristian Ariel Ortiz-Vásquez
ga.cristianaov77@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0009-0006-5486-7074>

Adriano Israel Tello-Velasteguí
docenttp01@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0009-0004-1706-6177>

Recibido: 20 de agosto 2023
Revisado: 25 de septiembre 2023
Aprobado: 15 de diciembre 2023
Publicado: 15 de enero 2024

Valery Doménica Arricaga-Cruz; Lady Diana Girón-Rodríguez; Cristian Ariel Ortiz-Vásquez; Adriano Israel Tello-Velasteguí

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general analizar la marca de sandwiches “Guambra Guaytambo” para fortalecer la actividad gastronómica y turística, Ambato, Ecuador. La metodología utilizada fue una investigación de diseño no experimental, de campo y bibliográfico. Los análisis y resultados del estudio determinaron que la creación de la marca de sandwiches guambra guaytambo si es una herramienta factible para fortalecer la actividad tanto gastronómica como turística de la ciudad de Ambato. Finalmente se puede llegar a que estos resultados nos dan unos datos positivos acerca de la venta de sandwiches tipo gourmet de forma ambulante ya que nos señala cierta atracción de nuestro segmento de mercado hacia nuestro producto. En conclusión, se diagnosticó la situación actual sobre el nivel de aceptación de la incursión de una marca de comercialización ambulante desarrollada por expertos del área gastronómica en la ciudad de Ambato.

Descriptores: Marca registrada; comida; comercialización; mercado; turismo. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The general objective of the research was to analyze the “Guambra Guaytambo” sandwich brand to strengthen gastronomic and tourist activity, Ambato, Ecuador. The methodology used was a non-experimental, field and bibliographic design research. The analysis and results of the study determined that the creation of the guambra guaytambo sandwich brand is a feasible tool to strengthen both gastronomic and tourist activity in the city of Ambato. Finally, it can be concluded that these results give us positive data about the sale of gourmet sandwiches on the street since they indicate a certain attraction of our market segment towards our product. In conclusion, the current situation was diagnosed regarding the level of acceptance of the incursion of a street marketing brand developed by experts in the gastronomic area in the city of Ambato.

Descriptors: Registered trademark; meal; commercialization; market; tourism. (UNESCO Thesaurus).

Valery Doménica Arriaga-Cruz; Lady Diana Girón-Rodríguez; Cristian Ariel Ortiz-Vásquez; Adriano Israel Tello-Velasteguí

INTRODUCCIÓN

Existen ciertas problemáticas que pueden darse durante el desarrollo del presente proyecto y que pueden llegar a poner en riesgo la factibilidad del mismo, señalamos como una de las principales el hecho de que el segmento al que nos dirigimos puede vernos como parte del grupo de vendedores ambulantes, mismo que no tienen una muy buena aceptación en el mercado, ya que muchos utilizan este medio para delinquir o se encuentran asociados con este mundo.

Por lo mismo, sabemos que actualmente no existen personas profesionales en el ámbito gastronómico que hayan incurrido en este tipo de negocios en la ciudad de Ambato. Además, debido justamente a la inexistencia de este tipo de modelo de negocio la información sobre su modelo de gestión sigue siendo limitada viendo como consecuencia una probabilidad de poca permanencia en el mercado, este resultado también va de la mano con el desconocimiento económico y financiero para determinar así la factibilidad del proyecto.

El mercado actual se encuentra en constante cambio y por ende se vuelve cada vez más exigente dentro de todos los ámbitos, desde universitarios hasta ejecutivos se encuentran en una constante carrera con el tiempo, por la que muchas veces descuidan su alimentación eligiendo la comida rápida como su principal opción, sin embargo, a corto o largo plazo este tipo de rutina alimentaria llega a causar problemas de salud en sus consumidores. El presente proyecto surge como una propuesta que además de ofrecer un producto con todas las normas de inocuidad, cuenta con materia prima saludable y sobre todo es de rápida distribución.

El proyecto tiene relación con los primeros dos objetivos del eje económico del plan nacional creando oportunidades (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2021). Este plan de manera textual indica; “Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.” e “Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo,

Valery Doménica Arriaga-Cruz; Lady Diana Girón-Rodríguez; Cristian Ariel Ortiz-Vásquez; Adriano Israel Tello-Velasteguí

atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.”; en vista de que los emprendimientos gastronómicos fomentan el turismo, comercio y modernización dentro sistema nacional.

Importancia del sector contexto local y nacional

El sector del comercio hace parte del sector terciario de la economía, en donde se incluyen los negocios de comida rápida al igual que comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional. El comercio como sector tiene una gran importancia a nivel local y nacional, ya que se encarga de la distribución y venta de los bienes de los sectores productivos de la economía como el primario y el secundario. Los agentes que actúan en el sector comercio en algunos casos son intermediarios entre el cliente final y el productor, lo que genera una logística distributiva, al construir redes de mercado para entregar los bienes y servicios que necesiten los compradores finales. En este sentido, este sector es un dinamizador económico que genera en el país y en Villavicencio muchos empleos (Pisco Parrado, 2017).

Hábitos alimenticios

Para poder definir que son los hábitos alimenticios es necesidad tener conocimientos sobre lo que es un hábito, mismo que se lo considera como costumbre, por la repetición constante y voluntaria de algo que con el tiempo suele definir el sentir de una persona ante cualquier conducta, debido a que los hábitos se forman por el mismo individuo (García, 2015; Ramos, 2018). En muchos casos los hábitos de una persona llegan a determinar el gusto por la victoria y la decepción por la derrota en toda actividad que realicen, de tal manera que puede dominar su pensamiento por la costumbre que tiene de algo el instinto que conlleva a eso. Es oportuno entonces equilibrar las conductas

Valery Doménica Arriaga-Cruz; Lady Diana Girón-Rodríguez; Cristian Ariel Ortiz-Vásquez; Adriano Israel Tello-Velasteguí

reflexionando sobre los actos para evitar inconvenientes (Copa y Pagalo, 2016). Los hábitos alimenticios caracterizan a cada persona y forman parte de su vida, aunque este va desarrollándose según las experiencias que los seres humanos van adquiriendo a lo largo de la vida, todo individuo elige sus alimentos y los pone a consideración para ser parte de su dieta al momento de la ingesta. Entonces un hábito alimenticio siempre será voluntario de acuerdo al nivel de educación culinaria para obtener beneficios en la salud (Albito, 2015; Ramos, 2018).

MÉTODO

Se realizó un tipo de diseño no experimental-transversal, pues la investigación se llevó a cabo por una sola ocasión en el mes de marzo del 2023, con la finalidad de describir las variables de estudio (Sabino, 1992). El estudio fue de campos, el cual según Arias (2012) es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna". Se utilizará esta modalidad debido al estudio que se realizará en el sitio donde se produce el problema investigado, además permite tener contacto directo con los participantes de estudio que son los actores principales (Palella y Martins, 2015).

De igual manera se apoyará en una investigación bibliográfica; que de acuerdo al criterio Cortés y Iglesias (2004), "Es una revisión de la literatura, mediante la cual se consulta, extrae y recopila la información relevante sobre el problema a investigar". La modalidad bibliográfica será utilizada porque con esta se obtendrá información de los antecedentes investigativos que tienen relación con el tema de investigación planteado. Usando las técnicas de investigación bibliográfica, que incluyen herramientas como el análisis documental de bibliografías y guías de observación (Hernández et al., 2014). En el estudio se aplicó la técnica de encuesta, se aplicó un cuestionario tomando como base las principales marcas ya existentes. Contemplando una población

Valery Doménica Arricaga-Cruz; Lady Diana Girón-Rodríguez; Cristian Ariel Ortiz-Vásquez; Adriano Israel Tello-Velasteguí

económicamente activa (PEA) en la ciudad de Ambato de entre 18 a 55 años de edad de 27,428 en la zona norte de Ambato.

RESULTADOS

Teniendo en cuenta el proyecto “La Insolencia Drag Food”, se realizó un análisis de investigaciones previas relacionadas con la venta ambulante de sandwiches. Sumado a esto, se realizó una encuesta en abril de 2023 utilizando Google Forms y WhatsApp, gracias a la disponibilidad de los encuestados, que pertenecen a nuestro segmento de mercado objetivo y conocen la tecnología. Asimismo, se realizó un estudio de mercado que reveló la inexistencia de iniciativas similares en las ciudades del Ecuador, posicionando este proyecto como el primero en su categoría. Para evaluar su viabilidad se realizará un análisis financiero que incluirá el cálculo del Valor Neto Anual (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Con este análisis se llegó al resultado de que la creación de la marca de sandwiches guambra guaytambo si es una herramienta factible para fortalecer la actividad tanto gastronómica como turística de la ciudad de Ambato. Finalmente se puede llegar a que estos resultados nos dan unos datos positivos acerca de la venta de sandwiches tipo gourmet de forma ambulante ya que nos señala cierta atracción de nuestro segmento de mercado hacia nuestro producto.

CONCLUSIONES

Se fundamento teóricamente los contenidos relacionados con la creación de una marca de sandwiches y así se fortaleció la actividad gastronómica y turística en la ciudad de Ambato. Se diseño el esquema metodológico para el desarrollo de la investigación mediante técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de información. Se diagnostico la situación actual sobre el nivel de aceptación de la incursión de una marca de comercialización ambulante desarrollada por expertos del área gastronómica en la

Valery Doménica Arriaga-Cruz; Lady Diana Girón-Rodríguez; Cristian Ariel Ortiz-Vásquez; Adriano Israel Tello-Velasteguí

ciudad de Ambato. Se planteo los componentes de un análisis comercial para la creación de una marca que permita subir el nivel del comercio ambulante frente a la población de Ambato y determinar su factibilidad.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A los directivos, trabajadores de las marcas ya existentes y a la población económicamente activa (PEA) en la ciudad de Ambato en la zona norte de Ambato, Ecuador.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Albito, T. (2015). Hábitos alimenticios y su influencia en el estado nutricional de los adolescentes del bachillerato del colegio Diez de Noviembre, de la parroquia Los Encuentros, en el año 2014. [Eating habits and their influence on the nutritional status of high school adolescents from the Diez de Noviembre school, in the Los Encuentros parish, in 2014]. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Loja, Ecuador. <https://n9.cl/wo27v>

Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación introducción a la metodología científica. [The Research Project introduction to scientific methodology]. (6^a ed.). Caracas, Venezuela: Episteme, C.A.

Asamblea Nacional de la República del Ecuador (2021). Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador. [Ecuador Opportunity Creation Plan 2021-2025]. Cepal.org. <https://n9.cl/8imkc>

Copa, M., y Pagalo, M. (2016). Hábitos alimenticios en el desarrollo de la lecto escritura, de los niños de segundo grado, del centro educativo comunitario Yolanda María Borja de la comunidad San José de Tipín, parroquia Palmira, cantón Guamote, provincia de Chimborazo durante el período 2015-2016. [Eating habits in the development of reading and writing, of second grade children, of the Yolanda

Valery Doménica Arricaga-Cruz; Lady Diana Girón-Rodríguez; Cristian Ariel Ortiz-Vásquez; Adriano Israel Tello-Velasteguí

María Borja community educational center of the San José de Tipín community, Palmira parish, Guamote canton, province of Chimborazo during the period 2015-2016]. (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. <https://n9.cl/46jm>

Cortés, M. E., y Iglesias, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. [Generalities on Research Methodology]. (1^a ed.). México: Universidad Autónoma del Carmen. <https://n9.cl/i7yc80>

García, E. (2015). ¿Qué son Los Hábitos? [What are Habits?]. <https://n9.cl/n3ou2d>

Hernández, R., Fernández, C., y Batista, P. (2014). Metodología de la investigación. [Investigation methodology]. (6^a ed.). México: McGraw- HILL Interamericana., S.A.

Palella, S., y Martins, F. (2015). Metodología de la investigación cuantitativa. [Quantitative research methodology]. (4^a ed.). Caracas, Venezuela: Fedupel.

Pisco Parrado, W. (2017). Plan en negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de sandwich Sebástian Sandwich'S en el Municipio de Villavicencio. [Business plan for the creation of a sandwich producing and marketing company "Sebástian Sandwich'S" in the Municipality of Villavicencio] (Tesis de especialista). Universidad de Los Llanos, Colombia. <https://n9.cl/o8kyl>

Ramos, A. (2018). Revalorización del guaytambo en la identidad gastronómica del Cantón Ambato. [Revaluation of guaytambo in the gastronomic identity of the Ambato Canton]. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. <https://n9.cl/ycl87>

Sabino, C. (1992). Proceso de investigación. [Investigation process]. (2^a ed.). Bogotá; Panapo