



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA:

DESARROLLO DE UN MODELO CANVAS EN BASE A LA ESTRATEGIA DE
PRODUCCIÓN DEL RESTAURANTE "EL MANABA"

ESTUDIANTE:

JHONNY JAVIER CHIQUITO MORAN

2023

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Grupo_Complexivo_2023

RESUMEN DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Tecnológica
Centroamericana UNITEC

Trabajo del estudiante

1%

2

davidmorenoarnas.blogspot.com

Fuente de Internet

1%

3

www.grouponempresas.com

Fuente de Internet

1%

4

docshare.tips

Fuente de Internet

1%

5

www.antevenio.com

Fuente de Internet

1%

6

1library.co

Fuente de Internet

1%



COPYSTAR
XAVIER PRIMO
VIZINA

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

INDICE

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 2. ANÀLISIS DEL CASO DE ESTUDIO | 2 |
| 3. MODELO CANVAS DEL RESTAURANTE “EL MANABA” | 8 |
| 4. CONCLUSIONES | 13 |
| 5. BIBLIOGRAFIA | 14 |

ÌNDICE DE TABLAS

| | |
|---------------|----|
| Tabla 1 | 12 |
|---------------|----|

INDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---------------------|----|
| Ilustración 1 | 10 |
|---------------------|----|

1. INTRODUCCIÓN

El restaurante “El manaba”, tiene una alta rentabilidad por la excelencia en la calidad de los mariscos, especialmente del cangrejo, puesto que, se compromete a ofrecer productos frescos y de alta calidad en cada uno de sus platos. Se establecen alianzas con proveedores confiables y se realizan inspecciones regulares para garantizar la frescura y la calidad de los productos. Además, ofrece una amplia variedad de platos de mariscos, desde los clásicos hasta creaciones culinarias innovadoras.

También, “El manaba” se preocupa por la sostenibilidad de los recursos marinos y se compromete a utilizar métodos de pesca responsables y a respetar los períodos de veda para garantizar la conservación de las especies marinas.

El restaurante busca ofrecer una relación equilibrada entre la calidad de los productos y los precios, se busca que los clientes sientan que obtienen un buen valor por su dinero al disfrutar de deliciosos platos de mariscos preparados con ingredientes frescos y de calidad. El objetivo principal del presente estudio de caso, es estructurar un plan de negocio utilizando el Modelo Canvas para las mejoras del funcionamiento de los procesos en el área de producción.

Al desarrollar estrategias para promocionar el restaurante y atraer a los clientes objetivo, utilizando canales de marketing digital, presencia en redes sociales y alianzas con proveedores locales, ayudan al estudio a progresar como negocio.

2. ANÁLISIS DEL CASO DE ESTUDIO

Este estudio de caso se centra en analizar la estrategia del área de producción del restaurante “El Manaba”. Se propuso estudiar el presente tema, puesto que es muy común que la producción en un restaurante de mariscos presente varios problemas al momento de escoger los mejores productos para elaborar los mejores platos del mercado, y así elevar las ventas.

La empresa “El Manaba” se dedica a la venta de comida a base de mariscos, en la ciudad de Guayaquil. Donde hay variedad de oferta de cangrejales, y diferentes mariscos. El área de producción se ha visto afectado en gran medida por la competencia, y este estancamiento generó la oportunidad para desarrollar la presente propuesta para la implementación de mejoras en el restaurante.

Podemos definir las decisiones estratégicas de las operaciones como las relativas a los productos, procesos e instalaciones, cuyos efectos y consecuencias sobre la organización son a largo plazo, es decir, que una vez que se han llevado a cabo resulta muy difícil y costoso corregirlas en el corto plazo. (Fundación Arazandi La Ley , 2020)

Se encuentra pertinente estudiar el área de producción, y recomendaciones para darle un valor agregado a la experiencia que los clientes obtienen luego de visitar el negocio. Podemos fijarnos en una serie de mejoras para el restaurante tales como: un ambiente agradable y acogedor, personalización del servicio adecuando los platos a gusto de cada cliente y un precio estandarizado por debajo de la competencia permitiéndoles a familias grandes, medianas y pequeñas poder realizar reuniones en el restaurante sin tener que pagar precios muy costosos, también, en donde se realicen shows en vivo, junto a promociones

que se establecerán en días específicos tanto en bebidas como en comidas, con la finalidad de que los clientes se sientan cómodos y satisfechos al momento de probar los platos que se ofrecen y del servicio como tal.

Algunos de los problemas más comunes en el área de producción del restaurante “El Manaba” son: Dificultades para mantener el suministro constante de mariscos frescos y de alta calidad debido a problemas con proveedores, cambios en la disponibilidad de los productos marinos o fluctuaciones estacionales. También, la toma de medidas inadecuadas para almacenar y manipular los mariscos, ocasionan que se pierda la frescura y sabor, lo que afecta negativamente la calidad de los platos y la satisfacción del cliente.

Además, la gestión de la producción no es tan ágil por el tiempo de espera que llevan los clientes, esto genera insatisfacción y disminución del consumo en el restaurante.

Para esto, es necesario implementar una herramienta de organización y planificación. Según (Crespo M. C.): “El Modelo Canvas, es una metodología desarrollada por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, que permite desarrollar, visualizar, evaluar y alterar modelos de negocios nuevos o existentes” (2022).

El modelo de negocio Canvas es una valiosa estrategia a emplear en el momento en que se decide crear una nueva empresa o rediseñar una existente. Durante este proceso es muy útil contar con un mapa que nos guíe en el camino hacia la consecución de nuestros objetivos. Esta metodología permite plasmar en un solo formato, de manera sencilla y colaborativa, las ideas que harán factible la operatividad de un negocio. (Roa, 2023)

2.1 MODELO CANVAS

Segmentación de clientes:

Describe los diferentes grupos de clientes a los que se dirige la empresa. Estos pueden ser segmentos de mercado específicos con necesidades y características similares. " Un segmento de clientes consiste en aquel grupo de personas, usuarios u organizaciones para los que tu proyecto crea valor. Es decir, aquellos usuarios cuyos problemas estás ayudando a resolver o necesidades que estás ayudando a satisfacer" (Martín, 2018).

"Las organizaciones a menudo brindan servicios a más de un grupo de clientes y resulta una buena táctica dividirlos en segmentos. Identifica las necesidades, requisitos específicos de cada grupo y el valor que le otorgan a tu organización". (Clavijo, 2023)

Propuesta de Valor:

Define el conjunto de productos o servicios que ofrece la empresa para resolver los problemas o satisfacer las necesidades de los clientes. "Se trata de explicar tu producto, el valor es lo más importante de tu oferta, aquello que hará que conquistes a tu consumidor, que te diferencias de tu competencia" (Alonso, 2022).

Sirve para permitirte comprender sistemáticamente lo que quieren tus clientes y te ayuda a crear productos/servicios que se ajusten a sus necesidades. Te da una base sólida de investigación exhaustiva de los clientes y te brinda una idea clara de lo que quieren. Por lo tanto, si lo haces bien, aplicar este método te asegurará mantenerte en tendencia

con respecto al mercado y siempre vas a ofrecer soluciones actualizadas a las necesidades. (Shopify, 2022)

Canales de Distribución:

Indica cómo la empresa entregará su propuesta de valor a los clientes. Puede incluir canales de venta directa, distribución en línea, tiendas físicas, entre otros.

Los canales en la metodología Canvas son aquellos medios que tiene la empresa para hacer llegar la propuesta de valor a sus clientes. En este bloque del lienzo, se definen los canales de distribución más rápidos y rentables para llegar al segmento de clientes definido. (Silva, Zendeck, 2022)

Relaciones con los Clientes:

Se refiere a la forma en que la empresa interactúa con sus clientes. Puede incluir atención al cliente, soporte postventa, comunidades en línea, etc. "Una empresa debe cuidar, mantener y satisfacer a sus clientes. Por eso, con el modelo Canvas de relación con los clientes deberás detallar las estrategias que pondrás en marcha para realizar esta tarea" (Silva, Zendesk, 2021).

Una de las claves para la gestión de la relación con el cliente es conocer detalladamente las especificaciones de los segmentos previamente establecidos. Si eres capaz de entender cómo tus clientes perciben tu propuesta de valor, será mucho más fácil para ti. Además, esto te permitirá tener claro el efecto que está generando tu producto o servicio al mercado. (Fernandez, 2022)

Fuentes de Ingresos:

Describe las diferentes formas en que la empresa generará ingresos, ya sea mediante la venta de productos, servicios, licencias, suscripciones, etc. “Este módulo está basado en el flujo de caja necesario para cubrir los gastos y tener una rentabilidad. Puede tener diferentes fuentes de ingresos a demanda o recurrentes, a cambio de recibir una propuesta de valor o servicio postventa” (Crespo M. , 2022).

Determinar las fuentes económicas de nuestra idea de negocio, un aspecto fundamental si queremos tener éxito. Las fuentes de ingresos, son la consecuencia de lo demás módulos, pero paradójicamente tiene que ser a priori, es decir, antes de empezar debes saber cuáles serán tus fuentes de ingresos. Eso sí, no las definitivas, porque todo negocio evolucionará y su modelo, también. (Instituto Nacional del Emprendedor, 2011)

Recursos Clave:

Enumera los activos y recursos necesarios para que el modelo de negocio funcione, como infraestructura, tecnología, talento humano, etc. “Identificar los socios claves de una empresa es muy importante para la planificación estratégica del negocio. Canvas nos facilita un modelo ágil, útil y sencillo para hacerlo” (Jimenez, 2023).

Son los activos necesarios y más importantes para ofrecer y proporcionar los elementos antes descritos, es decir, para que un modelo de negocios funcione. Los recursos clave permiten a las empresas crear y ofrecer una

propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. (Prada, 2020)

Actividades Clave:

Representa las actividades principales que la empresa debe realizar para que el modelo de negocio funcione de manera efectiva.

Debes conocer las actividades clave que darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas. Ésta es una de las piezas más complicadas de definir dentro de un modelo de negocio porque de ella depende que tengamos claro y que así lo transmitamos al mercado qué somos y qué queremos ser. (Instituto Nacional del Emprendedor, 2011)

Alianzas Clave:

Identifica las colaboraciones o asociaciones estratégicas que la empresa establece con otras organizaciones o socios para fortalecer su propuesta de valor.

Describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio. Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa. Las empresas se asocian por múltiples motivos y estas asociaciones son cada vez más importantes para muchos modelos de negocio. Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos. (Prada, 2020)

Estructura de Costos:

Muestra los costos más importantes asociados con la operación del modelo de negocio, incluyendo costos fijos y variables. “ La estructura de costos responde al soporte financiero que requiere la operación de la empresa. Identifica cuáles de esos costos son prioritarios y cuáles no, de acuerdo con el modelo de negocio” (Zendesk, 2023).

Se describen los principales costes en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio determinado. Tanto la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos tienen un coste. (Prada, 2020)

3. MODELO CANVAS DEL RESTAURANTE “EL MANABA”

Segmento de Clientes:

- Clientes locales y turistas que disfrutan de los mariscos.
- Amantes de la gastronomía marina.
- Personas que buscan experiencias culinarias únicas y sabrosas.

Propuesta de Valor:

Variedad de platos de mariscos frescos y deliciosos.

- Preparación creativa y presentación atractiva de los platos.
- Énfasis en ingredientes frescos y de alta calidad.
- Ambiente acogedor y temática marina.

Canales:

- Restaurante físico (ubicación estratégica, fácil acceso).
- Venta directa en donde el consumidor final realiza su compra en el local, a su vez también se va a tener un espacio de pedidos para llevar o conocidos como drive-through donde el cliente realiza su pedido ya sea vía telefónica o en el establecimiento.
- Aplicaciones como Rappi o Pedidos Ya, creando así una asociación con dichas compañías.
- Redes sociales y sitio web para promoción y marketing.

Relación con los Clientes:

- Atención personalizada y amable por parte del personal.
- Interacción cercana con los comensales para obtener retroalimentación.

- Responder a las quejas o comentarios para garantizar la satisfacción del cliente.

Fuentes de Ingresos:

- Combos nuevos.
- Shows en vivo para eventos y celebraciones.
- Ofertas especiales y promociones para atraer clientes.

Recursos Clave:

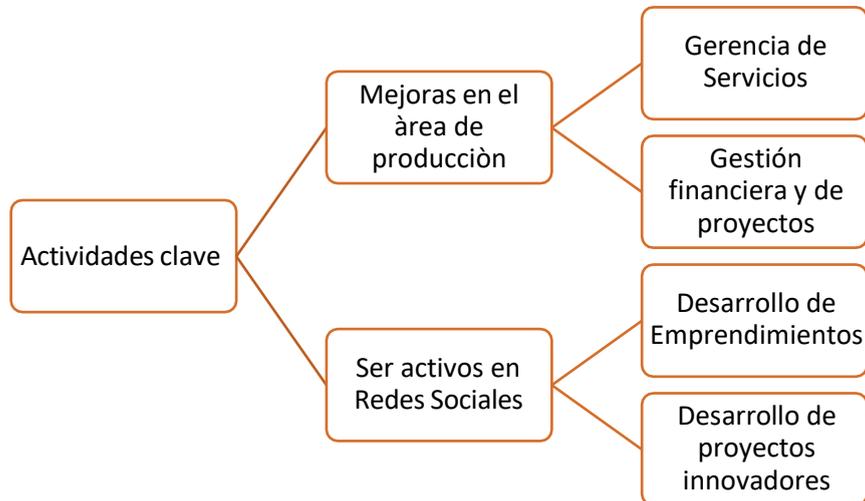
Financiamiento de algún Banco o préstamo.

- El personal a disposición de la compañía está 100% capacitado para ofrecer calidad de producto, calidad de presentación y a su vez calidad de servicio.
- Instalaciones de cocina y comedor.
- Proveedores de mariscos frescos y de calidad.
- Equipo de cocina y utensilios

Actividades Clave:

Ilustración 1

Cuadro de Actividades claves del Restaurante "El Manaba"



Elaborado por: Chiquito, J. (2023).

- Preparación y presentación de platos de mariscos.
- Mantenimiento de la cocina y el comedor.
- Gestión de inventario y aprovisionamiento de ingredientes.

Aliados Clave:

- Proveedores de mariscos frescos.
- Socios locales para promociones conjuntas (turismo, hoteles, etc.).
- Organizaciones de marketing y publicidad.

Estructura de Costos:

- Costo de los ingredientes (mariscos y otros).
- Gastos de personal y capacitación.
- Alquiler y mantenimiento del local.
- Gastos de marketing y promoción.

Tabla 1

Modelo Canvas del Restaurante "El Manaba"

| ALIADOS CLAVE | ACTIVIDADES CLAVE | PROPUESTA DE VALOR | RELACION DE CLIENTES | SEGMENTO DE CLIENTES |
|--|--|---|---|---|
| <p>Proveedores de alimentos frescos y de buena calidad.</p> <p>Cientes potenciales.</p> <p>Entidades bancarias</p> <p>Inversionistas, Socios.</p> | <p>Preparación y presentación de platos de mariscos.</p> <p>Mantenimiento de la cocina y el comedor.</p> <p>Gestión de inventario y aprovisionamiento de ingredientes.</p> | <p>Variedad de platos de mariscos frescos y deliciosos.</p> <p>Preparación creativa y presentación atractiva de los platos.</p> <p>Énfasis en ingredientes frescos y de alta calidad.</p> <p>Ambiente acogedor y temática marina.</p> | <p>Atención personalizada y amable por parte del personal.</p> <p>Interacción cercana con los comensales para obtener retroalimentación.</p> <p>Responder a las quejas o comentarios para garantizar la satisfacción del cliente.</p> | <p>Cientes locales y turistas que disfrutan de los mariscos.</p> <p>Amantes de la gastronomía marina.</p> <p>Personas que buscan experiencias culinarias únicas y sabrosas.</p> |
| | <p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Financiamiento bancario o préstamo.</p> <p>Instalaciones de tuberías.</p> <p>Proveedores de mariscos frescos y de calidad.</p> <p>Equipo de cocina y utensilios.</p> | | <p>CANALES</p> <p>Restaurante físico.</p> <p>Redes sociales, celular.</p> <p>Pedidos Ya, Rappi</p> | |
| <p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Costo de los ingredientes (mariscos y otros).</p> <p>Gastos de personal y capacitación.</p> <p>Alquiler y mantenimiento del local.</p> <p>Gastos de marketing y promoción.</p> | | <p>FLUJO DE INGRESOS</p> <p>Combos nuevos.</p> <p>Shows en vivo para eventos y celebraciones.</p> <p>Ofertas especiales y promociones para atraer clientes.</p> | | |

Elaborado por: Chiquito, J. (2023).

4. CONCLUSIONES

El Modelo Canvas, también conocido como Business Model Canvas, es una herramienta ampliamente utilizada en la resolución de problemas y la planificación estratégica en el ámbito empresarial. Su importancia radica en su capacidad para proporcionar una visión global y estructurada de un negocio o proyecto, lo que facilita la identificación, comprensión y solución de problemas de manera efectiva.

Gracias a este modelo, se logró identificar muchos factores que harán posible la reestructuración y visión del restaurante "El Manaba". Llevando a cabo los puntos que encontramos en la tabla 1, podemos solucionar los problemas en el área de producción y atención al cliente.

El objetivo del estudio de caso, se logró y podemos tomar en cuenta estos lineamientos más adelante, para que el restaurante pueda innovar en el tema de las degustaciones, y, sobre todo, en la producción, siendo este el lugar más cómodo y de rápido servicio en Gye.

5. BIBLIOGRAFIA

- Alonso, M. (12 de Octubre de 2022). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>
- Clavijo, C. (Febrero de 2023). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- Crespo, M. (6 de Abril de 2022). *RD STATION*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>
- Crespo, M. C. (Abril de 2022). *RD STATION*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>
- Fernandez, D. (2022 de Enero de 2022). *JDF*. Obtenido de <https://josedavidfernandez.com/relacion-clientes-modelo-canvas/>
- Fundaciòn Arazandi La Ley . (2020). *Fundaciòn Arazandi La Ley* . Obtenido de https://guiasjuridicas.laley.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAASNjM3NjtbLUouLM_DxblwMDS0NDA1OQQG ZapUt-ckhIQaptWmJOcSoA8tA2kDUAAAA=WKE
- Instituto Nacional del Emprendedor. (2011). Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45818805/LECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2-libre.pdf?1463795228=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2.pdf&Expires=1691050815&Signature=ZEPFr5uwoRX7vzDx6xuzljedykStM~RpAxm1UogaU

Jimenez, P. (12 de Junio de 2023). Sage. Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/que-son-los-socios-claves-en-el-modelo-canvas-y-por-que-te-interesa-saberlo/>

Martin, À. (23 de Julio de 2018). Obtenido de <https://martin.click/marketing-online/canvas-segmentos-de-clientes/>

Prada, A. C. (2020). *Universidad del Sinu*. Obtenido de <http://repositorio.unisinucartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/334/1/MODELO%20CANVAS-Angie%20C%C3%A1ceres.pdf>

Roa, Y. (Enero de 2023). *SemRush*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/modelo-negocio-canvas-como-usarlo/>

Shopify. (22 de Agosto de 2022). *Shopify*. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/value-proposition-canvas#:~:text=El%20value%20proposition%20canvas%20permite,de%20desarrollo%20o%20de%20mejoras.>

Silva, D. d. (11 de Marzo de 2021). *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/canva-relacion-con-cliente/#:~:text=La%20economipedia%20define%20al%20modelo,de%20valor%20que%20se%20ofrece%E2%80%9D.>

Silva, D. d. (5 de Mayo de 2022). *Zendeck*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>

Zendesk. (26 de Septiembre de 2023). *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>