



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN EN HOTELERÍA Y TURISMO

PROGRAMA ACADÉMICO DE HOTELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

**Estudio de las características de un establecimiento de alimentos y bebidas tipo
Gastrobar**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Hotelería y Administración

AUTORAS

Balmelli Linares, Fátima Ilana (0000-0001-8733-5003)

Del Águila de la Torre Ugarte, Luciana Claudia (0000-0002-8836-8701)

ASESORA

Rivas Medina, Ana Cecilia (0000-0002-1425-1818)

Lima, 27 de junio de 2021

DEDICATORIA

A mis padres por haberme dado todas las facilidades para cumplir mis metas y haberme apoyado a culminar otra etapa importante de mi vida.

Fátima B.

A mi familia por estar siempre a mi lado apoyándome y dándome las herramientas necesarias para poder desarrollarme como persona y en mi vida profesional.

Luciana del A.

Estudio de las características de un establecimiento de alimentos y bebidas tipo Gastrobar

Balmelli Linares, Fátima Ilana

Del Águila de La Torre Ugarte, Luciana Claudia

Carrera de Hotelería y Administración

Facultad de Administración en Hotelería y Turismo

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Resumen

El negocio de la gastronomía a través de los años ha ido cambiando y adaptándose a las nuevas necesidades de los consumidores. La gastronomía se ha reinventado y es sector es uno de los más grandes y sigue creciendo mundialmente. Un nuevo concepto en la restauración que ha surgido es el del gastrobar, que tiene mucha popularidad hoy en día, sobre todo en Europa, donde el término es utilizado con mayor frecuencia y sobre todo donde el concepto está más desarrollado, contando con propuestas reconocidas por los consumidores. El gastrobar acerca la alta gastronomía a todo tipo de cliente, permitiendo que sea más accesible a todo público y ofreciendo una cocina moderna, creativa e original. Sin embargo, el término gastrobar no ha sido plenamente definido pese a que este tipo de negocio ya está siendo implementado en diferentes partes del mundo. Por ello, resulta necesario establecer o precisar qué es exactamente un servicio de alimentos y bebidas tipo gastrobar y las características principales de este tipo de negocio. Es por ello que mediante esta investigación se sistematiza y analiza la información disponible sobre el concepto y las características de un gastrobar, incluyendo sus beneficios y cualidades. Para ello la metodología utilizada en este caso es la revisión de literatura con enfoque integrador.

Palabras clave: Gastrobar; Tendencias gastronómicas; Restaurantes; Bares; GastroPub.

Abstract

Over the years, the gastronomy business has been changing and adapting to the new needs of consumers. Gastronomy has reinvented itself and this sector is one of the largest and continues to grow worldwide. A new concept in the restoration that has emerged is the gastrobar, which is very popular today, especially in Europe, where the term is used more frequently and especially where the concept is more developed, with proposals recognized by the consumers. The gastrobar brings haute cuisine to all types of customers, making it more accessible to all public and offering modern, creative and original cuisine. However, the term gastrobar has not been fully defined despite the fact that this type of business is already being implemented in different parts of the world. Therefore, it is necessary to establish or specify what exactly a gastrobar-type food and beverage service is and the main characteristics of this type of business. That is why this research systematizes and analyzes the information available on the concept and characteristics of a gastrobar, including its benefits and qualities. For this, the methodology used in this case is the literature review with an integrative approach.

Key words: Gastrobar; Gastronomic trends; Restaurants; Pubs; GastroPub.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen	2
Introducción	6
Metodología	8
Revisión de la literatura	9
3.1 Gastrobar	9
3.2 Producto Principal	10
3.3 Infraestructura y diseño	11
3.4 Servicio	12
3.5 Oferta gastronómica	14
3.6 Gastrobares reconocidos en el mundo	15
Conclusiones	16
Referencias	18
Anexos	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definiciones de Gastrobar	9
Tabla 2. Definiciones de producto principal	10
Tabla 3. Definiciones de infraestructura y diseño	11
Tabla 4. Definiciones de servicio	13
Tabla 5. Definiciones de oferta gastronómica	14
Tabla 6. Ejemplos de Gastrobares reconocidos mundialmente	15

1. Introducción

El sector de la hospitalidad es considerado uno de los sectores más antiguos y tradicionales de la mayoría de las economías (Daries, Fransi & Roig, 2017). Sin embargo, con la alta competencia que posee, los avances tecnológicos, la internacionalización del sector y los cambios en los hábitos y gustos de los consumidores, han llevado a un notable crecimiento de la restauración a un cierto nivel (Blanco, 2019). Además, el mundo cambia constantemente, se abren nuevas tendencias, nuevas modas y es por ello que existe la necesidad de innovar y adaptarse. El sector gastronómico no es la excepción, y por ello los restaurantes y establecimientos de alimentos y bebidas deben reinventar frecuentemente para poder sobrevivir y salir adelante (Loloux, 2016).

Los cambios en el sector favorecen nuevas oportunidades de negocio y también han dado lugar a nuevos conceptos y modalidades de restauración (Alberca & Parte, 2018). Los gastrobars tienen como objetivo llegar a un nuevo sistema de oferta de alta cocina complejo y global, a través de un vínculo llamado marketing sensorial, el cual destaca el uso de los elementos multisensoriales (Teixeira, Azebedo, Lourdes & Gomez de Sousa, 2013).

Sin embargo, el concepto de gastrobars no es muy claro. El problema principal parte de que a nivel de literatura académica se desconoce los atributos y características de los restaurantes de este tipo. Por ello, se realizará una investigación tomando en cuenta el éxito percibido por los consumidores en los últimos cinco años que han tenido algunos restaurantes de este tipo a nivel mundial de este tipo a fin de contribuir con su conocimiento.

La relevancia teórica de la presente investigación ayuda a aclarar el concepto de “gastrobar”. Además, a entender de qué se trata esta nueva tendencia, cómo se diferencia de los otros tipos de restaurante y los beneficios que trae. Los gastrobars se originaron en España y tienen mucha popularidad hoy en día, parte de su éxito se debe a que se pueden englobar diversas opciones de negocio en un solo local gracias a su versatilidad de su infraestructura (Pastor, 2019).

Es importante investigar con mayor profundidad las nuevas tendencias de restaurantes que existen en la actualidad y las características que poseen. Asimismo, investigar los distintos casos ya existentes para un mejor entendimiento, exponer los casos de gastrobares que tienen mayor tendencia a nivel mundial y los motivos por los que destacan. Mantener un restaurante

y asegurar su éxito no es fácil, y es indispensable centrarse en la estrategia, en su presentación al cliente y en el concepto ofertado (Biosca, 2003).

La relevancia práctica de la investigación es informar sobre la nueva tendencia que es el gastrobar y aclarar cómo se diferencia de otros tipos de restaurantes y brindar la información necesaria para poder entender el concepto. La presente investigación ayudaría a aquellas personas interesadas en desarrollarse en el rubro gastronómico o aquellas que tengan planes en invertir en abrir un nuevo restaurante próximamente. Asimismo, los ayudaría a considerar los gastrobares como una opción, sabiendo cuales son las características que deben tener para poder denominarse como uno.

Asimismo, se identifica la necesidad de investigar a partir de la información de las diferentes fuentes académicas disponibles, sobre lo que es o define el gastrobar, sus características, cualidades, beneficios, y profundizar más sobre el público objetivo. Partiendo de que el público potencial al que se dirige es de entre 20 a 50 años, amantes de la buena cocina pero a un precio muy razonable, características que conforman un gastrobar, recordando lo nombrado en el apartado anterior, se trata de un bar/restaurante donde se elaboran y se sirven tapas de autor a precios asequibles para este tipo de cliente (Pastor, 2014)

El objetivo principal para este trabajo de investigación es identificar las características y atributos que poseen los restaurantes tipo gastrobars más reconocidos en el mundo y que los diferencia de un restaurante convencional. Por otro lado, para que se logre el objetivo principal, se debe tomar en cuenta como objetivos específicos poder identificar el producto principal que ofrece un establecimiento tipo gastrobar, determinar sus características del diseño de la infraestructura, conocer las cualidades de servicio que destacan, detectar qué tipo de alimentos y bebidas se ofrecen e indagar los casos de éxito de gastrobar alrededor del mundo durante estos últimos cinco años. De esta manera se podrá obtener un mejor conocimiento sobre lo que es un gastrobar.

2. Metodología

La metodología utilizada es la revisión de literatura con enfoque integrador. Este enfoque consiste en revisar la base de conocimientos, revisar críticamente y potencialmente reconceptualizar, y para expandir la base teórica del tema específico a medida que se desarrolla (Snyder, 2019). La presente investigación analiza distintos textos de literatura para luego ser reunidos y resumidos para brindar un conocimiento más profundo sobre lo que es un gastrobar, sus características y atributos principales.

Por otro lado, la revisión integradora tiene como propósito evaluar, criticar y sintetizar la literatura sobre un tema de investigación de forma que se pueda crear nuevos marcos teóricos y perspectivas (Torraco, 2005).

Asimismo, se van a recopilar distintas investigaciones, artículos e informativos para poder analizarlas y poder obtener mayores conocimientos sobre el tema. La información utilizada será recopilada de distintas fuentes de investigación como sustento y se revisará el origen de estas para comprobar su eficacia. Por otro lado, para intensificar la veracidad de la investigación, las fuentes a utilizar serán con una fecha del año 2015 en adelante, es decir, que no pasen los seis años de antigüedad y en el periodo de 2015 a 2021. Además, se buscará información en artículos académicos, papers, tesis, en publicaciones internacionales como nacionales, de idioma inglés o español. Para la búsqueda de literatura de esta investigación se utilizarán diversos buscadores: Google Scholar, Alicia, los Repositorios de la UPC. En los cuales se buscará principalmente sobre Gastrobars y sus cualidades. Cada documento recopilado estará vinculado con el tema seleccionado. El propósito de utilizar un método de revisión integradora es para revisar la base de conocimientos, para revisar críticamente y potencialmente reconceptualizar, y para expandir la base teórica del tema específico a medida que se desarrolla (Snyder, 2019).

La mejor herramienta metodológica para atender las preguntas de investigación es la revisión de literatura porque te permiten proporcionar una descripción general de un determinado problema de investigación. Cuando buscamos evaluar evidencia, las reseñas son de gran ayuda para validar las teorías. El enfoque puede ser estrecho o amplio, el primero se refiere a estudiar la relación de dos variables específicas y el segundo a explorar la evidencia de una determinada área de investigación. La revisión integradora facilita la

formulación de conclusiones globales basadas en las investigaciones analizadas, reflexiones sobre la realización de investigaciones futuras y las implicaciones prácticas de los conocimientos identificados (Lossi, 2016).

3. Revisión de la literatura

3.1 *Gastrobar*

El concepto de “gastrobar” puede ser confuso por no saber exactamente a qué tipo de restaurantes se refiere. Como lo dice su propio nombre, está relacionado con la gastronomía y el bar, por lo que todo restaurante de este tipo debería tener una oferta gastronómica clara y una carta de bebidas. Asimismo, el concepto de gastrobar no es utilizado en todas las partes del mundo, solo en aquellos lugares donde hay mayor entendimiento de lo que es. En España por ejemplo, se entiende que es un establecimiento de alimentos y bebidas que cuenta con una ubicación estratégica, platos elaborados, alta calidad de servicio y de productos y donde se puede gozar un buen ambiente. Los gastrobares nacieron precisamente para hacer la cocina de autor más accesible sin dejar de lado la calidad y excelencia que la caracterizan, y la popularidad con la que cuentan hoy en día ha permitido que se consideren una tendencia.

Tabla 1. Definiciones de Gastrobar

Qué es un gastrobar	Autores
El estilo del restaurante “Gastrobar” tiene como objetivo acercar la alta cocina a las clases más populares, sirviendo tapas de autor a precios accesibles.	(Morales, 2015)
Además, el concepto de gastrobar se entiende como un establecimiento donde se sirven tapas, raciones y pinchos. Los platos son servidos con mucho cuidado para cuidar la presentación del producto. Tiene un enfoque gastronómico, ya que se da a conocer al cliente un alto nivel de información sobre las elaboraciones que se sirven y los ingredientes utilizados.	(FEHR, 2010)

Asimismo, se encuentra clasificado como bar, ya que el cliente puede optar por sentarse en la barra o mesa. Cuenta con una carta especial de bebidas y con variedad de piqueos o abrebocas para acompañarlos. De igual manera, en los gastrobars se utilizan insumos de alta calidad y también altas técnicas de cocina y presentadas de forma innovadora. (Buena Vida, 2016)

Elaboración Propia

3.2 Producto Principal

Respecto al producto principal que ofrecen los gastrobares, las fuentes revisadas indican que son los alimentos y bebidas, los cuales deberían de ser elaborados con los más altos estándares de calidad para marcar el diferencial del restaurante. Asimismo, es muy importante que tengan un precio razonable y no muy elevado. El concepto de gastrobar no es el mismo que el de restaurantes lujosos, por ese motivo deben de ser accesibles para el público. Además, la presentación de los platos ofrecidos es muy importante, se deben tomar en cuenta métodos vanguardistas en su elaboración. Es muy importante proteger la percepción del cliente sobre la calidad ofrecida para fidelizar y que sus visitas sean recurrentes.

Tabla 2. Definiciones de producto principal

El producto principal que ofrece un establecimiento calificado como gastrobar	Autores
Teniendo en cuenta que todo restaurante se centra en proveer un producto principal, para determinar cual es primero se debe determinar cual es la necesidad que se pretende satisfacer ante el público objetivo.	(Barrios, 2017)
El producto principal de los restaurantes de tipo gastrobar son alimentos y bebidas, los cuales deben de ser elaborados con insumos de alta calidad, deben de tener buena relación entre calidad-precio, para que el cliente quede satisfecho y pueda aplicarse la fidelización. Se debe considerar aplicar métodos vanguardistas a la hora de elaborar los platos.	

3.3 Infraestructura y diseño

La infraestructura y diseño de los gastrobares también deberían tener ciertas características. Deben transmitir frescura y elegancia a la vez, tanto su exterior como interior. Asimismo, la decoración también es clave ya que esta misma es la que hará el restaurante competitivo, se deberían utilizar colores cálidos, ocres y luminosos para ella. En cuanto a las zonas de producción, se debe considerar la estructura de la cocina como un restaurante de alta gama, es decir, separar la cocina caliente de la fría, tener control de la cadena de frío en los alimentos, garantizar las buenas prácticas de higiene. Por otro lado, la ubicación también es de suma importancia, ya que los gastrobares deberían estar ubicados en zonas de ocio o de turismo y ser visualmente atractivos para que llame la atención del público desde la calle. Una de las mayores características de los establecimientos de restaurante tipo gastrobar es la versatilidad que tiene la infraestructura y diseño de este, ya que de esa forma puede transformarse para el uso de distintos negocios en un mismo local.

Tabla 3. Definiciones de infraestructura y diseño

Las características en el diseño e infraestructura de un establecimiento tipo gastrobar	Autores
Este tipo de restaurantes tiene toques elegantes y a la vez rasgos rústicos con la madera, o pizarras.	(Pastor, 2019)
Debe transmitir frescura, es mejor que abra a la calle para que llame la atención su radicalidad formal.	(Gimeo, 2019)
La ubicación, la decoración y el ambiente son los que realmente atraen a un tipo de cliente fundamentalmente joven que no buscan ir a un sitio lujoso o muy costoso, sino vivir una experiencia más allá de la gastronomía de manera accesible.	(Pastor, 2019)

Las instalaciones deben cumplir con ciertos reglamentos. Es importante dividir la cocina entre dos ambientes: uno de cocina fría y otro para la cocina caliente. Se debe de equipar con equipos de refrigeración y congelación que permitan desarrollar alimentos sin perder la cadena de frío y las buenas prácticas de higiene. Además, se deben considerar diversos registros y documentos que sirvan para generar información del cumplimiento de las correctas temperaturas de los alimentos y que respalden el cumplimiento de los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES) que garantizan la sanidad dentro de los procesos de elaboración de alimentos.

(Janapa, 2019)

Uno de los factores fundamentales del éxito en el rubro gastronómico es la localización del establecimiento. Es imprescindible que se encuentre ubicado en zonas de ocio y turismo. El local debe de contar con una zona de cocina y otro espacio de sala.

(Morales, 2015)

La decoración es uno de los factores más importantes para hacer el local competitivo. El cromatismo debería ser de colores cálidos, colores tierra y ocres en acabados mate y tonos de colores luminosos. Además, el mobiliario debe de ser adecuado al ambiente de ocio nocturno.

(Gonzales, 2016)

Elaboración Propia

3.4 Servicio

Uno de los aspectos claves en un establecimiento Gastrobar, es el servicio. Esto se debe a que es uno de sus principales diferenciadores ya que este permite tener distintas temáticas de servicio y ambiente lo cual causa que aumente el valor del restaurante. Es de suma importancia el contrato del personal, ya que este debe tener a personas con experiencia en el rubro para que de esa forma esté garantizar y la calidad y eficacia del servicio. Por otro lado, utilizan distintas herramientas tecnológicas para mejorar la experiencia del consumidor, desde la reserva, hasta el uso de redes sociales para difundir ofertas.

Tabla 4. Definiciones de servicio

Las cualidades de servicio que destacan en un gastrobar	Autores
<p>La alta calidad de servicio también es clave para un gastrobar y es uno de sus principales diferenciadores. Los clientes ya no sólo buscan precio, sino también una buena atención, un ambiente agradable, un trato personalizado, rapidez en el servicio, comodidad, seguridad. El trato del personal al cliente debe comenzar apenas ingrese al local hasta que lo abandone. Por ese motivo, es necesario contar con un personal de salon altamente capacitado y que tenga la motivación necesaria para realizar sus tareas de forma correcta.</p>	<p>(Morales, 2015)</p>
<p>El servicio al cliente es determinante frente a la competencia, por eso mismo es importante desarrollar un plan de recursos humanos. Dentro de los criterios de selección de personal está tener personas experimentadas que sepan como funciona el rubro, para poder garantizar rapidez y agilidad.</p>	<p>(Gonzales, 2017)</p>
<p>La calidad de servicio es un elemento tangible e intangible que perciben los consumidores al recibir un servicio y es considerado de suma importancia para el éxito de cualquier empresa, sobre todo en el sector hotelero.</p>	<p>(Parodi, Andres, Rosario, 2019)</p>
<p>Es posible tener diferentes temáticas de servicio y de ambientes, por lo cual lo hace diferente la carta y su valor agregado.</p>	<p>(Moreno, 2017)</p>
<p>Todas las actividades que ligan a la empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente.</p>	<p>(Couso, 2005)</p>
<p>La innovación y el uso de tecnología en el restaurante también es elemental para brindarle facilidades a los clientes: reservas online, aplicaciones para obtener descuentos, entre otros,</p>	<p>(Gonzalez, 2017)</p>
<p><i>Elaboración Propia</i></p>	

3.5 Oferta gastronómica

La oferta gastronómica en el caso de un restaurante tipo gastrobar se caracteriza por ser una mezcla entre un restaurante y un bar, que ofrece principalmente aperitivos. Platos en pequeñas porciones de alta cocina, lo que vendría a ser tapas de autor a un precio asequible. Cada plato se distingue por la originalidad de presentación y elaboración. En cuanto a las bebidas, destaca por la exclusividad de la lista ofertada y calidad, de la misma forma en la que destacan los platillos, las bebidas tienen una presentación única. Por otro lado, una ventaja es que los gastrobares ofrecen los platillos a tiempo de un bar convencional, lo cual hace que este sea un diferenciador con respecto a otros tipos de restaurantes.

Tabla 5. Definiciones de oferta gastronómica

La oferta gastronómica que ofrecen en los restaurantes de tipo gastrobar	Autores
El gastrobar es considerado una mezcla entre un restaurante y un bar, ofrece tapas y entremeses tradicionales.	(Moreno, 2017)
La oferta gastronómica es el conjunto de productos que el entorno gastronómico planea y es capaz de proveer durante un periodo y lugares dados, a un determinado precio.	(Becerra Torres, Lopez, & Manzano, 2013)
Es el conjunto de manjares y bebidas que un establecimiento de restauración ofrece a sus clientes.	(González, 2014)
El objetivo de una gastrobar con respecto a la carta de alimentos servir tapas de autor de alta cocina a precios asequibles. Reúnen por un lado la elaboración estudiada de la gastronomía y la rapidez en servir como la de un simple bar, destacando la innovación y originalidad.	(Gradocreativo, 2014)
Los aperitivos, entremeses pretenden satisfacer la necesidad del hambre, posteriormente buscan abrir el deseo de seguir alimentándose y provocar gusto por los otros platos. En cuanto a la carta de bebidas, esta debe tener coherencia con el gastrobar. Debe tener una variedad con cierta exclusividad	(Moreno, 2017)

y de alta escala.

La oferta gastronómica se basa en pequeñas porciones de alta cocina a precios económicos. (Gonzalez, 2017)

Elaboración Propia

3.6 Gastrobares reconocidos en el mundo

En el siguiente cuadro se puede observar tres ejemplos de lo que vendría a ser un restaurante de tipo gastrobar con gran éxito. Esto se identificó por la acogida de los consumidores. Como primer ejemplo está Marieta, el cual se encuentra en Madrid España. Éste Gastrobar es muy reconocido en España, principalmente por jóvenes pudimos recolectar opiniones sobre la experiencia de este local en TripAdvisor, las cuáles fueron críticas positivas. Como segundo ejemplo está Bulla Gastrobar, el cual se encuentra en Orlando Estados Unidos, reconocido por estar inspirado en restaurantes españoles el cual también obtuvo una gran acogida por los consumidores. Como último ejemplo, está La Plassohla, ubicada en Barcelona España que de igual forma que los anteriores tuvo reseñas positivas con respecto al servicio ofrecido.

Tabla 6. Ejemplos de Gastrobares reconocidos mundialmente

Marieta	Bulla Gastrobar	La Plassohla
		
Madrid, España	Orlando, USA	Barcelona, España
Tiene un local grande, con	Inspirado en los restaurantes	La Plassohla es un

<p>terraza, esta ubicado en zona de oficinas en el Barrio Salamanca-Castellana, con una decoración elegante. Cuenta con una zona de barra donde tomar una copa o un cocktail, tiene mesas redondas y algunas mesas altas, también hay música de fondo que va subiendo de volumen según se acerca la medianoche y, principalmente jóvenes.</p>	<p>de tapas españoles. Es un lugar ideal para compartir entre buenos amigos y acompañarlas con un buen vino. El ambiente es acogedor, diseñado para despertar los sentidos y estimular el apetito de forma divertida y casual.</p>	<p>restaurante ubicado en el centro de Barcelona, en la confluencia de las calles Via Laietana y Comtal. El horario es ininterrumpido, desde las 12 del mediodía hasta las 12 de la noche y atiende todos los días de la semana. Es el punto de encuentro ideal para un almuerzo, unas tapas a media tarde, tras la jornada laboral, o bien una cena informal.</p>

4. Conclusiones

Tras haber concluido con la investigación de las características de los establecimientos de alimentos y bebidas de tipo gastrobar, se puede afirmar que no hay mucha información en revistas científicas sobre el tema, por eso mismo principalmente se utilizaron papers y tesis internacionales como fuentes principales.

Podemos concluir que para la primera pregunta planteada, respecto a qué es un gastrobar, según las fuentes recopiladas un gastrobar es un establecimiento de alimentos de bebidas de alta calidad, que se distingue por tener precios accesibles y una buena relación entre precio-calidad. Asimismo, respecto a la segunda pregunta planteada que guarda relación con el producto principal que ofrecen este tipo de restaurantes, se concluye que son los alimentos y bebidas. Es por ello, que deben de tener una carta elaborada y distinguida para marcar un diferencial entre la competencia. Además, los insumos e ingredientes utilizados se caracterizan por ser de la mejor calidad al igual que la presentación de los platos ya que deben reflejar el profesionalismo del personal de cocina.

En cuanto a la infraestructura y diseño de los restaurantes, deben transmitir elegancia, frescura y además, ser visualmente atractivos por dentro y por fuera. La cocina debe de tener la correcta separación entre fríos y calientes, siguiendo todas las buenas prácticas de higiene y garantizando la calidad que los consumidores buscan. La decoración también es un factor determinante, ya que debe de ser atractiva, con colores cálidos y luminosos.

Con respecto a la oferta gastronómica brindada en un establecimiento de tipo gastrobar, es fundamental la creatividad e innovación en la elaboración y presentación de cada platillo, de igual manera la oferta de bebidas. Una de las principales características de la oferta gastronómica es que destaca por ofrecer tapas de autor a un precio asequible. Principalmente se ofrece lo que es entremeses con la intención de mantener la rapidez del servicio y calidad. El servicio destaca por la efectividad, conocimiento y dedicación de los trabajadores. El cual influye en la experiencia del consumidor final, logrando un valor agregado.

Los gastrobares más reconocidos mundialmente tienen las características y ventajas mencionadas anteriormente, los elementos que hacen destacar a estos establecimientos. En este caso se menciona a tres gastrobares, Marieta, ubicado en Madrid; Bulla Gastrobar, localizado en Orlando; y La Plassohla en Barcelona. Los cuales, tienen un gran reconocimiento y aprecio por las personas.

Se puede concluir, que la problemática principal se pudo resolver gracias a la investigación realizada, en la cual se detallan las principales características de un gastrobar teniendo como base los elementos fundamentales en un restaurante. De esa forma se pudo desarrollar la investigación, destacando los elementos principales que caracterizan a un establecimiento de tipo gastrobar.

5. Referencias

Alberca, P., & Parte, L. (2018). Operational efficiency evaluation of restaurant firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/322979315_Operational_efficiency_evaluation_of_restaurant_firms [Consulta: 2 de mayo de 2021]

Barrios, E. (2017). *Ciclo de vida de un producto y sus estrategias relacionadas*. Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Recuperado de <https://unblogdemarketing.files.wordpress.com/2018/04/ciclo-de-vida-del-producto.pdf> [Consulta: 2 de mayo de 2021]

Blanco San Pastor, J. (2019) *El fenómeno gastrobar en Madrid ¿Una tendencia oculta en el sector de la restauración madrileño?*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Pontificia Comillas. Madrid. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27853/TFG%20-%20Blanco%20San%20Pastor%2c%20Juan.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 2 de mayo de 2021]

Díaz Núñez, L (2020). *The evolution from a Gourmet Shop family business to a Gastro Bar*. Facultad de Turismo y dirección hotelera. Universidad Ramon Llull. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2072/376209> [Consulta: 9 de mayo de 2021]

Dachshund Digital Marketing Agency. (2019) What is a Brand Essence Wheel & Why You Need One. Recuperado de: <https://dachshunddigital.com/blog/brand-essence-wheel/> [Consulta: 25 de Junio de 2021]

Espada, A. & Diaz L. (2020). *The evolution from a Gourmet Shop family business to a Gastrobar*. Facultad de Turismo. Universidad Ramon LLull. Barcelona. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2072/376209> [Consulta: 27 de junio de 2021]

Fedeva, L. & Roiz B. (2021). *Building a successful and recognizable brand for Gastrobar Saimaa*. Bachelor of Tourism and Hospitality Management. LAB University of Applied Science. Recuperado de: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/498203/Building%20a%20successful%20and%20recognizable%20brand%20for%20GastroBar%20Saimaa.pdf?sequence=2&isAllowed=y> [Consulta: 27 de junio de 2021]

Gabbard, R. (2020, Agosto). *El Microrrelato: Flash Fiction and the Neurohumanities*. School of Languages and Cultures. The Purdue University Graduate School. Indiana. Statement of Committee Approval. Recuperado de: https://hammer.purdue.edu/authors/Robert_T_Gabbard-Rocha/9188828 [Consulta: 27 de junio de 2021]

Garcia, F. García, P. & Gil. M (2016). Servicios en Restauración Dirección de Servicios de Restauración. En M.J. Lopez (ed). *Operaciones Básicas y Servicios en Bar y Cafetería*. (pp.46) Madrid: Ediciones Paraninfo. [Consulta: 2 de mayo de 2021]

Gomez sampredano, M & Novoa portocarrero, E (2021). *Implementación del manual de organización y funciones para mejorar el desempeño de los colaboradores de la empresa Plaza Gastrobar en la ciudad de Moyobamba 2021*. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Cesar Vallejos. Peru. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/62187>. [Consulta: 25 de Junio de 2021]

Gutierrez, G. (2018) *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Facultad de Administración. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf> [Consulta: 2 de mayo de 2021]

Günes, E, Bayram S, Ozkan M & Nizamlioglu H. (2018) *Gastronomy Four Zero*, Int. J of Environmental Pollution & Environmental Modelling. Recuperado de:

<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/555347> [Consulta: 25 de Junio de 2021]

Lane, C. (2018). *From Taverns to Gastropubs: Food, Drink, and Sociality in England*. Oxford University Press.

https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=amZaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=gastropub&ots=9ddLdzoha6&sig=pubmhYmLDliRpgtITNXGiUesQms&redir_esc=y#v=onepage&q=gastropub&f=false

Martinez, E. y Calvo, N. (2018). *Proyecto de Preinversión para la Creación de un Restaurante Bar "GASTROPUB" con Temática Gastronómica Caribeña y de las Antillas Mayores en la Ciudad de Villavicencio*. Villavicencio. Universidad de los Llanos, 2018. Recuperado de: <https://repositorio.unillanos.edu.co/handle/001/919>

Manrique, A. (2019) *Atlantis Gastrobar*. Recuperado de <http://www.ondiseno.com/proyecto.php?id=2726> [Consulta: 2 de mayo de 2021]

Monge, R. (2018). *Análisis de la oferta gastronómica en la vía data posorja de la provincia del Guayas*. Facultad de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35057/1/RUTH%20BELEN%20CONSTANTE%20MONGE%20-.pdf> [Consulta: 2 de mayo de 2021]

Morales, A. T. (2015, Junio). *Plan de empresa para un restaurante gastrobar en el centro de la ciudad de Valencia*. Facultad de Administración y Dirección de Empresas. Universidad Politécnica de Valencia. España. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/59088/TFC%20ALBERTO%20TOM%c3%81S%20MORALES.pdf?sequence=1&id Allowed=y> [Consulta: 9 de mayo de 2021]

- Moreno, S. (2017) *Plan de Negocios Gastrobar de la cocina colombiana*. Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Universidad Externado de Colombia. Bogotá. Recuperado de [https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/2415/1/BAA-spa-2019-Proyecto de negocios Gastrobar de la Cocina Colombiana](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/2415/1/BAA-spa-2019-Proyecto_de_negocios_Gastrobar_de_la_Cocina_Colombiana) [Consulta: 2 de mayo de 2021]
- Montecinos, D. A. (2016). *Productos gastronómicos y turísticos*. CEGAHO. Recuperado de <https://cegaho.wordpress.com/2016/07/05/productos-gastronomicos-y-turisticos-diseno-gestion-y-venta-en-iberoamerica/> [Consulta: 27 de junio de 2021]
- Roncalla Aguilar, K.L (2019). *Merms y la rentabilidad en las empresas de Resto Bar en el distrito de Miraflores en el año 2019*. Universidad Cesar Vallejo. Lima. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50888/Roncalla_AKL-SD.pdf?sequence=1#page8 [Consulta: 2 de mayo de 2021]
- Oduber, A. & Villareal, D. (2021, Junio)..*Estudio de casos: estructuras de mercado, demanda, oferta y elasticidades teoría de la empresa*. Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado de: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/34451/2/2021-OduberyVillarreal-estructura_mercados_empresa.pdf [Consulta: 27 de junio de 2021]
- Parodi O., Andrés, C. & Perry, K. (2019) *La Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en “El fanático futbol club Lima”* Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima. Recuperado de [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2183/TESIS%20DE%20ANDRES%20PANTIGOSO%2C%20PARODI%20SANTA%](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2183/TESIS%20DE%20ANDRES%20PANTIGOSO%2C%20PARODI%20SANTA%20)

20CRUZ%20Y%20PERRY%20CARTY.pdf?sequence=4&isAllowed=y[

Consulta: 2 de mayo de 2021]

Pastor, M. (2015) *Imagen Corporativa de un gastrobar*. Facultad de Bellas Artes. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/50367/TFG.%20Miriam%20Pastor.%20Art%26Food.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 9 de mayo de 2021]

Vasquez, E. E. J. (2019). *Diseño de un sistema de seguridad alimentaria, que asegure la calidad en los procesos de elaboración de alimentos del restaurante “La Caribeña”*. Facultad de Ciencias de la comunicación, turismo y psicología. Universidad de San Martín de Porres. Lima. Recuperado de: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5159/JAN_AMPA_VE.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 2 de mayo de 2021]

Zágarra, L. (2018). *La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera*. Universidad del Caribe. Recuperado de <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268/8377> [Consulta: 2 de mayo de 2021]