UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

CREACIÓN DE UN RESTO-BAR TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE PUYO.

AUTOR(ES):

Naila Lizeth Paredes Vargas

DOCENTE - TUTOR:

PhD. Lineth del Rocío Fernández Sánchez

Puyo - Pastaza - Ecuador

2023

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
(Uno por cada evaluador)

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.		
Criterios	**Puntaje**	**Argumentos de la calificación**
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de la idea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5/5	El título si genera expectativa e interés, informa y proyecta.
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales hallazgos y conclusiones.	4/5	Si incorpora en el resumen los objetivos, una metodología clara, hallazgo, no obstante, la conclusión se debe reforzar con información más relevante.
3. INTRODUCCION		
Entrega información sobre la temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	18/20	Si describe la relevancia del tema de forma clara y concisa e identifica el problema y los objetivos del problema.
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articulado con los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	15/15	Es coherente y articulado con los objetivos, además si sustenta con adecuadas fuentes los conceptos y definiciones.
5. METODOLOGIA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordó la información.	15/15	Si describe el tipo de investigación, expone con claridad la información y plantea una metodología acorde con la investigación.

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes y están claramente representados. El texto no repite información entregada en los cuadros y figuras.	22/25	Si entrega los resultados de forma organizada, no obstante, la interpretación de los resultados requiere de la opinión del análisis aplicado el cual es escaso.
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	10/10	Son claras y están acorde con los objetivos de la investigación. Existe discusión que invita a la reflexión.
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	5/5	Si atiende a las Normas APA, en cada referencia citada dentro del documento.
VALORACIÓN TOTAL	94/100	

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	**Marque con X**
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	94/100

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
TANIA CRISTINA CEVALLOS PUNGUIL

Tania Cristina Cevallos Punguil
Docente PAR CIEGO

Dado en la ciudad de Puyo, a los 09 días del mes de marzo de 2023

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
(Uno por cada evaluador)

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.		
Criterios	**Puntaje**	**Argumentos de la calificación**
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de la idea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5/5	CONCISO E INFORMATIVO.
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales hallazgos y conclusiones.	5/5	INFORMACIÓN NECESARIA QUE ORIENTA AL LECTOR.
3. INTRODUCCIÓN		
Entrega información sobre la temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	20/20	DESCRIBE LA RELEVANCIA DEL TEMA.
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articulado con los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	15/15	COHERENTE Y ARTICULADO CON LOS OBJETIVOS.
5. METODOLOGÍA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordó la información.	14/15	DESCRIBE EL TIPO DE INVESTIGACIÓN A DESARROLLAR.

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes y están claramente representados. El texto no repite información entregada en los cuadros y figuras.	24/25	RESULTADOS DE MANERA ORGANIZADA A PARTIR DEL PROBLEMA PLANTEADO.
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	10/10	CLARAS Y PRECISAS.
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	5/5	ATIENDE LAS NORMAS APA.
VALORACIÓN TOTAL	98/100	BIEN.

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	**Marque con X**
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	98

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
CESAR ARTURO SARMIENTO LEON

MSC. ARTURO SARMIENTO
CI.: 160054218-5
PAR CIEGO

Dado en la ciudad de Puyo, a los 06 días del mes de marzo de 2023

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
CARRERA LICENCIATURA EN TURISMO

Puyo, 01 de marzo de 2023

Por medio del presente CERTIFICO que:

El Trabajo de Integración Curricular correspondiente a las estudiantes: Naila Lizeth Paredes Vargas con C.I 1600596124, con el Tema: “Creación de un Resto-bar temático en la ciudad de Puyo”, de la carrera Licenciatura en Turismo, Docente - Tutor del Trabajo de Integración Curricular, Dra. Lineth del Rocío Fernández Sánchez, PhD, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 1,3 %, informe generado con fecha 01 de marzo de 2023 conforme a archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente;

Firmado electrónicamente por:
LINETH DEL ROCIO FERNANDEZ SANCHEZ

Dra. Lineth del Rocío Fernández Sánchez, PhD.
Docente – Tutor del Trabajo de Integración Curricular

Ouriginal
by Turnitin

Document Information

Analyzed document	TIC PAREDES_VARGAS PAO2223-vf.docx (D159794375)
Submitted	3/1/2023 3:07:00 PM
Submitted by	Lineth Fernandez
Submitter email	lfernandez@uea.edu.ec
Similarity	1.3%
Analysis address	lfernandez.uea@analysis.urkund.com

Firmado electrónicamente por:
LINETH DEL ROCIO
FERNANDEZ SANCHEZ

Sources included in the report

W	URL: https://www.academia.edu/36325731/CONCEPTO_DE_RESTAURANTEEUROINNOVA. Fetched: 3/1/2023 3:07:00 PM	1
W	URL: https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19836/1/Alexandra%20Karina%20Viteri%20Andi.pdf Fetched: 4/22/2022 6:57:00 PM	1

"Creación de un Resto-bar temático en la ciudad de Puyo"

Paredes Vargas Naila Lizeth [1]
nl.paredesv@uea.edu.ec

Fernández Sánchez Lineth del Rocío, PhD[2]
lfernandez@uea.edu.ec

Universidad Estatal Amazónica, Facultad de Ciencias de la Vida,
Carrera de Licenciatura en Turismo

Resumen

La presente investigación pretende determinar la viabilidad y factibilidad para la creación de un Resto-bar temático en la ciudad de Puyo, mediante un estudio de mercado para la identificación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para de acuerdo con ello establecer estrategias de promoción y concientización sobre las culturas amazónicas. La metodología empleada fue cualitativa y cuantitativa, en el que se utilizó herramientas de recopilación de datos tales como la encuesta para la cual la muestra fue de 381 personas, los datos encontrados destacan la relevancia de la ubicación, la ambientación, la seguridad del sector en el cual estará ubicado el Resto-bar y la variedad de precios que van acorde y a la comodidad económica de los clientes.

Dando paso al estudio ambiental que determinó los impactos positivos y negativos de la misma, según ello determinar la factibilidad de la creación del establecimiento de alimentos y bebidas. Mediante el estudio de igual manera se creó estrategias de posicionamiento y fidelización de los clientes utilización las diferentes redes sociales para crear promociones para que aumente la viabilidad, alcanzando a más clientes y expresando la misión, visión y características de los productos y servicios del Resto-bar.

La ciudad del Puyo a largo plazo presenta un incremento de turistas nacionales y extranjeros por lo cual ha provocado el incremento de los ingresos económicos en la rama del turismo y turismo gastronómico teniendo un gran impacto social y ambiental de manera positiva para la ciudad, ya que pretende alcanzar un alto alcance es por ello por lo que se propuso el estudio para la creación de un resto-bar amazónico

Palabras claves: Estudio, factibilidad, resto-bar, viabilidad, temático

Abstract

The present research aims to determine feasibility and viability for the creation of a thematic Resto-bar in the city of Puyo, by means of a market study to the city of Puyo, through a market study to identify the strengths, weaknesses, opportunities and strengths, weaknesses, opportunities, and threats in order to establish promotion and awareness and awareness strategies for the promotion and awareness of Amazonian cultures. Amazonian cultures. The methodology used was qualitative and quantitative, in which data collection tools such as the data collection tools such as the survey, for which the sample was 381 people, the data found highlighted the relevance of the location, the setting the relevance of the location, the ambiance, the security of the sector in which the Resto-bar will be located the Resto-bar will be located and the variety of prices that are in line with the economic comfort of the customers.

Moving on to the environmental study, the positive and negative impacts of the and negative impacts of the same, according to determine the feasibility of the creation of the food and beverage establishment. Through the study we also created strategies for positioning strategies and customer loyalty using different social networks to create promotions for the different social networks to create promotions to increase the viability, reaching more customers, viability, reaching more clients and expressing the mission, vision, and the characteristics of the products and services of the Resto-bar.

The city of Puyo will in the long term presents an increase of national and foreign tourists, which has provoked the increase of economic income in the branch of tourism and gastronomic tourism having a great social and environmental impact in a positive way for the city resto-bar was proposed creation of an Amazonian resto-bar.

Key words: Study, feasibility, resto-bar, viability, thematic

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la industria de alimentos y bebidas ha evolucionado y está en constante cambio, ya que es innegable que factores como la pandemia han impactado cómo, qué, dónde y por qué los consumidores comen y beben. Las tendencias están surgiendo e impulsando la innovación continua en la industria, por lo que se puede ver que se han creado nuevas tendencias y temáticas llamativas para atraer a un sinnúmero de turistas.

En el sector de la industria de los alimentos y bebidas se están observando cambios significativos ya que la transformación de las características y las preferencias de los consumidores han generado que los emprendimientos reaccionen y se adapten a las nuevas tendencias de las cuales se tendrá que definir varias estrategias que ayuden a anticipar los cambios en el mercado de manera ágil, incorporando su conocimiento sobre el consumidor a los procesos de toma de decisiones y siendo flexibles para adaptarse a nuevas tendencias gastronómicas. (Bello, 2019)

Los pobladores de la ciudad de Puyo son amantes a los emprendimientos novedosos, con una imagen diferente, que brinden un buen servicio y que se sientan cómodos en un establecimiento junto a su pareja, amigos o familia. Así mismo la falta de Restobares temáticos amazónicos brinda la oportunidad de poder brinda a los clientes una nueva y experiencia

El presente trabajo de investigación identifica que existe problemas en cuanto a la ubicación de la oferta en dependencia del ordenamiento territorial de la ciudad y el tipo de oferta existente, que en ocasiones no satisface las necesidades o expectativas de los turistas, visitantes, excursionistas o la comunidad en general, que busca nuevas o buenas experiencias al momento de degustas los alimentos y las bebidas. Además, de que no se ha tomado en cuenta las estrategias de posicionamiento para alcanzar el nicho de mercado deseado, considerando la ubicación del establecimiento y las nuevas tendencias en diversidad de productos y servicios, contemplando las preferencias y gustos del cliente y, analizando además los diversos factores sociales, culturales y económicos.

Por lo que, se formula el siguiente problema de investigación: ¿El estudio de factibilidad permitirá identificar la viabilidad de mercado, ambiental y gastronómico para la creación de un Resto-bar temático amazónico en la ciudad de Puyo?

1.1. Objetivos

1.1.1. Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Resto-bar temático amazónico en el barrio Obrero ubicado en la ciudad de Puyo.

1.1.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para la identificación de las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades, en el que se establezcan estrategias de viabilidad para la creación de un resto-bar temático amazónico.
- Desarrollar un estudio ambiental para la determinación de los diferentes impactos y cambios que originaría la creación del resto-bar temático amazónico.
- Crear estrategias en cada etapa del plan para el posicionamiento y fidelización de los clientes utilizando las diferentes plataformas digitales y redes sociales.

2. METODOLOGÍA/MATERIALES

Para esta investigación se implementó la metodología mixta es decir cualitativa y cuantitativa, del mismo modo analizar las necesidades del turista en cuanto a la creación de un resto-bar amazónico en la ciudad de Puyo. De igual manera se utilizará el método descriptivo para la identificación de la factibilidad de la investigación. La investigación predominante es la cuantitativa, ya que nos ayudara a la recopilación datos recogidos mediante encuestas, las cuales se tabuló con la ayuda de la plataforma de *Microsoft Forms*, redes sociales tales para la difusión de la encuesta ya antes mencionada.

La ciudad de Puyo se halla divida en distintos rangos de edades, para esta investigación tomaremos en cuenta la población de 18 hasta los 70 años. Se aplicó encuestas para recopilar datos importantes para el estudio de factibilidad, en el cual se aplicó la formula del cálculo de la muestra para determinar el número de personas a encuestar con un margen de error del 5%.

Población y Muestra

La población objetivo son las personas residentes en la ciudad de Puyo, mayores de 18 años económicamente activos, amas de casa, jefes del hogar, familias, estudiantes universitarios, turistas nacionales, turistas extranjeros y demás, es decir en las zonas urbanas de la ciudad.

Para determinar el tamaño de la muestra y el número de encuestas, se utilizó cuantitativamente el método de precisión estadística, basada en formulas estadísticas, estableciendo un grado de confianza y un margen de error del 5%.

Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + 2^2 * p * q}$$

Z= Nivel de confianza
N= Tamaño de la población
p = Probabilidad de éxito
q = Probabilidad de fracaso
E= Porcentaje de Error

Ecuación 1. Fórmula para el cálculo de la muestra

$$n = \frac{(1{,}645)^2 * 0{,}5 * 0{,}5 * 36{,}659}{0{,}05^2 * (36{,}659 - 1) + (1{,}645)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$n = 381$

La muestra sería de 381 personas a encuestar.

Se efectuó la revisión de las fuentes bibliográficas tales como revistas, sitios webs, libros, Bouchers, registros territoriales, los cuales nos facilitaron datos del mercado, tendencias actuales, consumidores, tipos de gastronomía, costos y otros elementos que fueron de gran ayudar para el desarrollo de la investigación.

3. RESULTADO Y DISCUSIÓN

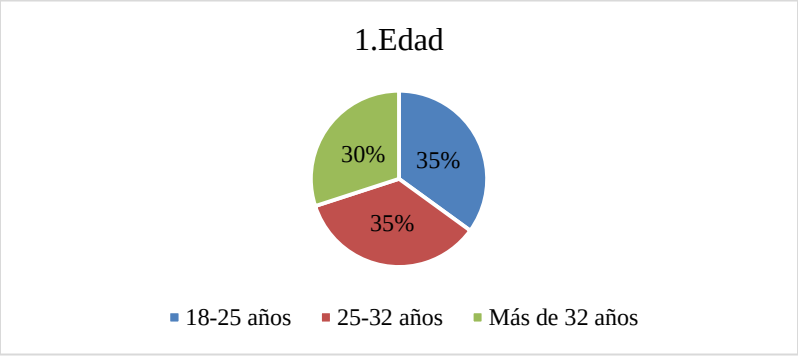
Presentación e interpretación de resultados

Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Puyo.

1. **¿Qué edad tiene usted?**

Tabla 1. Edad

Opción	Porcentaje
18-25 años	35%
25-32 años	35%
Más de 32 años	30%

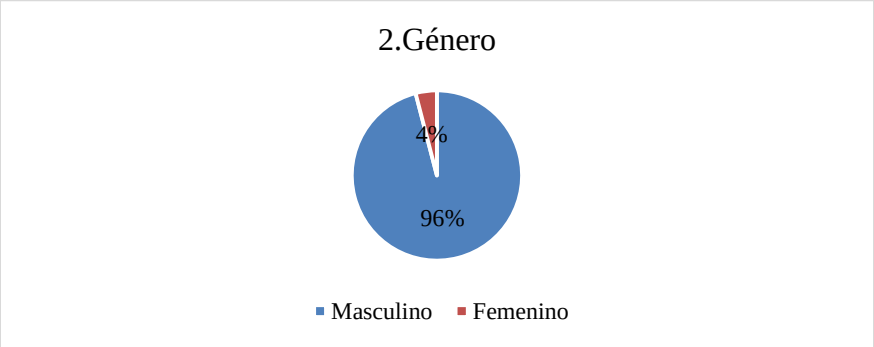


De los 381 encuestados el 35% están en el rango de edad entre 18-25 años, el 35% están en el rango de edad entre los 25-32 años y el 30% están en el rango de edad entre más de 32 años.

2.Género

Tabla 2. Género

Opción	Porcentaje
Masculino	76%
Femenino	24%



De los 381 encuestados el 76% son de género masculino y el 24% son de género femenino.

3. Lugar de procedencia

Tabla 3. Lugar de procedencia

Opción	Porcentaje
Nacional	62%
Extranjero	32%

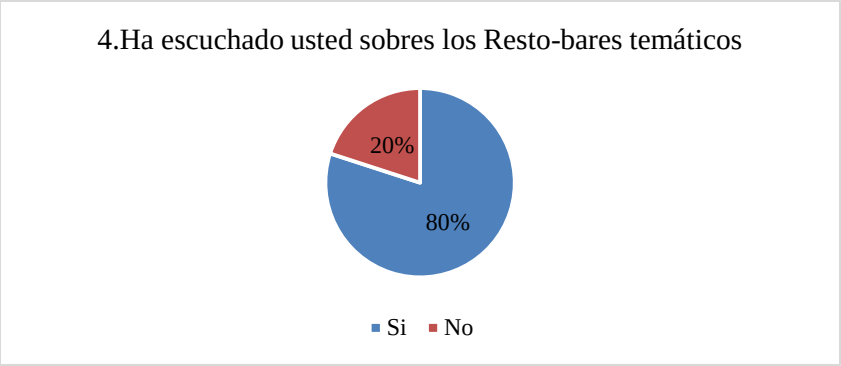


De los 381 encuestados el 92% son de procedencia nacional y el 32% son de procedencia extranjera.

4. ¿Ha escuchado usted sobre los Resto-bares temáticos?

Tabla 4. Ha escuchado usted sobre los Resto-bares temáticos

Opción	Porcentaje
Si	80%
No	20%



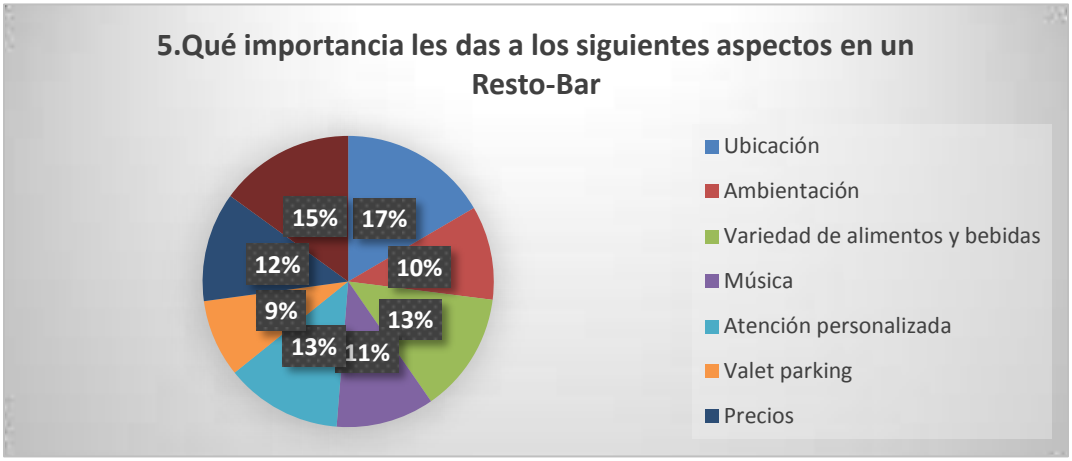
De los 381 encuestados el 80% tienen conocimiento de resto-bares temáticos y el 20% no ha escuchado sobre los restobares temáticos.

5. ¿Qué importancia les da a los siguientes aspectos en un Resto-bar?

Tabla 5. Qué importancia les da a los siguientes aspectos en un Resto-bar

Opción	Porcentaje
Ubicación	97.3%
Ambientación	61.2%
Variedad de alimentos y bebidas	78.4%
Música	64%
Atención personalizada	76.1%

Valet parking	50.5%
Precios	71.3%
Seguridad en el sector	88.1%

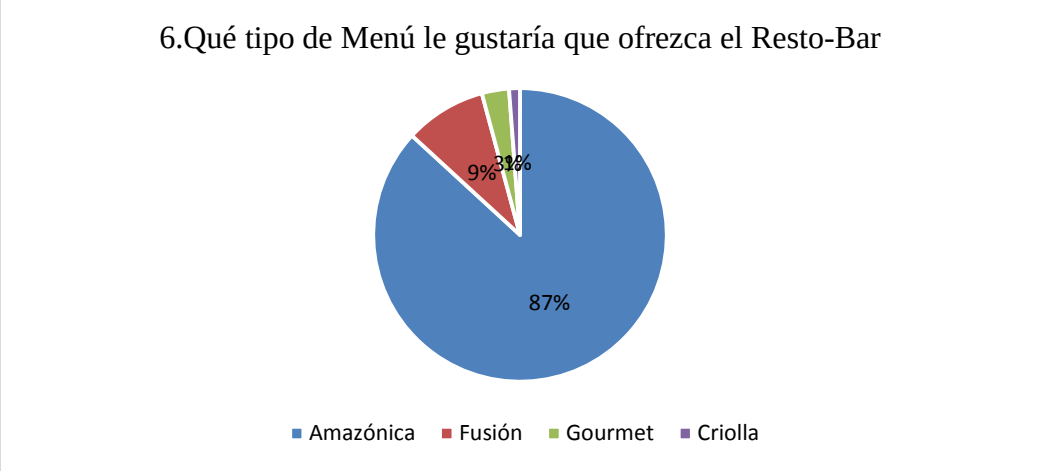


De los 381 encuestados los aspectos más importantes en orden de importancia con el 97% la ubicación, el 88.1% la seguridad del sector, el 78% la variedad de alimentos y bebidas. El 76.1% atención personalizada, el 71.3% los precios, el 64% música, el 61.2% la ambientación y el 50.5% el valet parking.

6. ¿Qué tipo de Menú le gustaría que ofrezca el Resto-Bar?

Tabla 6. Qué tipo de Menú le gustaría que ofrezca el Resto-Bar

Opción	Porcentaje
Amazónica	87%
Fusión	9%
Gourmet	3%
Criolla	1%

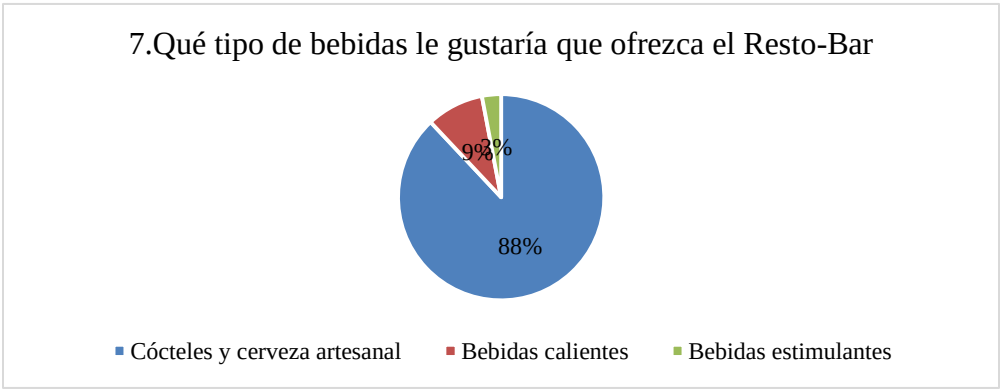


De los 381 encuestados el 87% optaron, pero el tipo de menú amazónico y el 9% optaron por el tipo de menú fusión, el 3% optaron por el tipo de menú gourmet y el 1% optaron por el tipo de menú criolla.

7. ¿Qué tipo de bebidas le gustaría que ofrezca el Resto-Bar?

Tabla 7. Qué tipo de bebidas le gustaría que ofrezca el Resto-Bar

Opción	Porcentaje
Cocteles y cerveza artesanal	88%
Bebidas calientes	9%
Bebidas estimulantes	3%

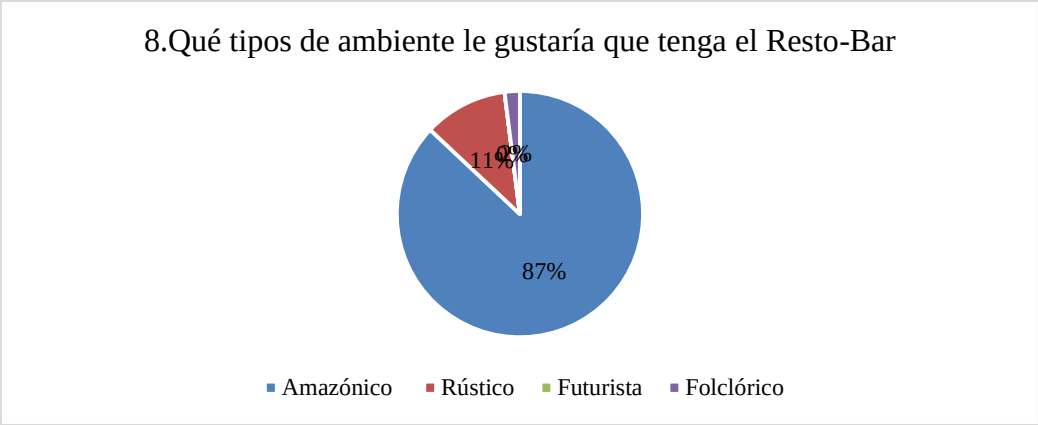


De los 381 encuestados el 88% optaron por cocteles y cerveza artesanal, y el 9% optaron por bebidas calientes y el 3% optaron bebidas estimulantes.

8. ¿Qué tipos de ambientes le gustaría que tenga el Resto-bar?

Tabla 8. Qué tipos de ambientes le gustaría que tenga el Resto-bar

Opción	Porcentaje
Amazónico	87%
Rústico	11%
Futurista	0%
Folclórico	2%

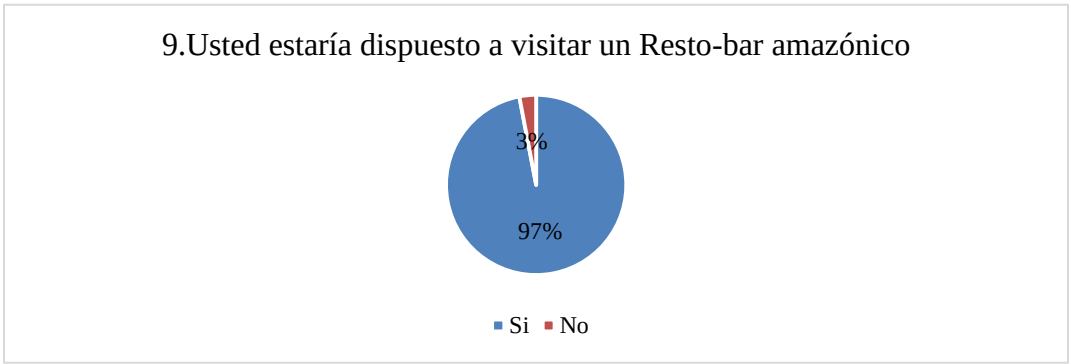


De los 381 encuestados el 87% les gustaría un ambiente amazónico, el 11% optaron por un ambiente rústico y el 2% optaron por un ambiente folclórico.

9. ¿Usted estaría dispuesto a visitar un Resto-bar amazónico?

Tabla 9. Usted estaría dispuesto a visitar un Resto-bar amazónico

Opción	Porcentaje
Si	97%
No	3%

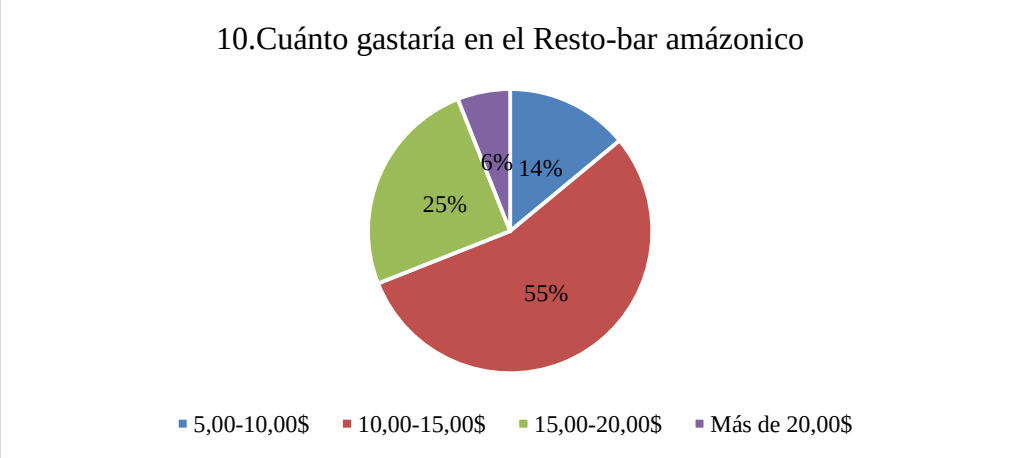


De los 381 encuestados el 97% estaría dispuesto a visitar un resto-bar amazónico y el 3% no estaría dispuesto a visitar un resto-bar amazónico.

10. ¿Cuánto gastaría en el Resto-Bar amazónico?

Tabla 10. Cuánto gastaría en el Resto-Bar amazónico

Opción	Porcentaje
5,00-10,00$	14%
10,00-15,00$	55%
15,00-20,00$	25%
Más de 20,00$	6%



De los 381 encuestados el 55% gastaría entre 10,00-15,00$, el 25% gastaría entre 15,00-20,00$, el 14% gastaría entre 5,00-10,00$ y el 6% gastarías más de 20,00$.

Análisis e interpretación general de los resultados

- La ciudad de Puyo presenta resultados favorables por la necesidad que tiene la

población de visitar un Resto-bar temático amazónico por su temática, ya que se considera una atracción llamativa para la ciudad.

- Se considera que el tipo de bebidas influye mucho en la decisión de visitar el Resto-bar ya que el 88% de los encuestados optaron por cocteles y cerveza artesanal y el 22% optaron por bebidas calientes y estimulantes.
- Los precios redondean desde los 10,00$ a 15,00$ lo cual hace accesibles y factible a la economía del mercado objetivo.
- Se espera que la inversión sea beneficiosa para el establecimiento.

3.1.ESTUDIO AMBIENTAL

Para el estudio ambiental se realizó la matriz MED a partir de la bibliografía consultada y relacionada con el objeto de la investigación, a fin de identificar los impactos ambientales que generará la creación del resto-bar y determinar los posibles efectos que causarían para poder prevenirlos y minimizarlos. (Cepeda, 2017)

Proceso	Materiales	Energía	Desechos
Recepción de clientes en el área de ventas	Sillas, refrigerador, computadora, parlantes, luces led, focos ahorradores.	Consumo de luz eléctrica	Basura de los clientes
Barra de madera/Bar	Sillas, licuadora, refrigeradora, batidora, cristalería, iluminación	Consumo de agua Consumo de energía	Basura orgánica e inorgánica
Elaboración de alimentos	Cocinas, refrigeradores, congeladores, cafeteras, microondas, batidoras, licuadoras, utensilios de cocinas, alimentos perecibles y no perecibles, variedad de carnes, vegetales,	Consumo de gas Consumo de agua Consumo de energía	Basura orgánica e inorgánica

	verduras, frutas, harinas, furtos secos, aceites, condimentos.

Nota: información relevante a partir de la aplicación de la matriz MED

3.1.1. Política ambiental

El resto-bar temático amazónico implementará un sistema de gestión ambiental a los lineamientos de las ISO 14001 que ayudará a gestionar e identificar los riesgos ambientales que pueden producirse internamente en la empresa mientras realiza su actividad. (ISO, 2018) Al ser un establecimiento donde se comercializará y se pondrá a la venta alimentos y bebidas, es necesario cumplir con las normativas sanitarias vigentes tales como:

- Tener todos los requisitos ambientales y legales vigentes y en regla
- Mejorar el sistema de Gestión Ambiental, orientando a reducir los impactos ambientales.
- Prevención, control y mitigación de la contaminación mediante el uso de materiales o productos que la reduzcan.
- Cumplimiento de la normativa ambiental vigente.
- Se obliga a que la política ambiental se encuentre documentada, implementada, actualiza y comunicada a todos los empleados.

3.2.Análisis FODA

El Análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización fortalezas y debilidades, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas. (Ponce, 2019)

Tabla 11. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Nuevos sabores en el mercado Puyence. • Tendencias innovadoras • Ubicación estratégica atendiendo el	• Limitado capital inicial • Desconocimiento por parte del mercado objetivo

mercado objetivo. • Concepto cultural el cual pretende dar a conocer sobre las 7 culturas de la ciudad. • Mitigar el impacto ambiental mediante un modelo de reducción de desperdicios.	• Falta de posicionamiento del resto-bar en el sector. • Costos fijos de alquiler frente a competidores que trabajan en locales propios. • Costos altos de infraestructura, diseño de interiores temáticos.
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
• No existe competencia directa • Poder enviar nuestros productos a domicilio. • Afluencia de turistas nacionales y extranjeros • Amplio segmento de mercado • Fomentar las culturas y tradiciones de la Amazonía.	• Incremento de alquileres • Copia de estrategias por parte de las competencias. • Cambios climáticos • Alto costos de materia prima • Competencia a posteridad

Nota: Información relevante a partir de la matriz FODA

Tabla 12 Diagnostico FODA

FODA	**Fortalezas**	1. Nuevos sabores en el mercado Puyence.	2. Tendencias innovadoras	3. Ubicación estratégica atendiendo el mercado objetivo	4. Concepto cultural el cual pretende dar a conocer sobre las 7 culturas de la ciudad.	5. Mitigar el impacto ambiental mediante un modelo de reducción de desperdicios	**Debilidades**	1. Limitado capital inicial.	2. Desconocimiento por parte del mercado objetivo	3. Falta de posicionamiento del resto-bar en el sector.	4. Costos fijos de arriendo frente a competidores que trabajan en locales propios.	5. Costos altos de infraestructura, diseño de interiores temáticos.
Oportunidades 1. Nuevos sabores en el mercado Puyence. 2. Poder enviar nuestros productos a domicilio. 3. Afluencia de turistas nacionales y extranjeros 4. Amplio segmento de mercado 5. Fomentar las culturas y tradiciones de la Amazonía.	**ESTRATEGIAS FO** • Crear campañas y anuncios publicitarios de gran impacto en las redes sociales más usadas para una mejor propagación de información acerca del resto-bar temático amazónico.(F2,F4,O4,O5) • Trabajar juntamente con delivery´s para mejorar el servicio al cliente y que tenga un servicio personalizado al alcance. (F1,F2,O2)						**ESTRATEGIAS DO** • Crear alianzas con hoteles para que formen parte de del posicionamiento del resto-bar creando interés por los turistas nacionales y extranjeros. (D2,D3,O3,O4) • Ofrecer menús variados con Happy Hours de barra libre los viernes, sábados y domingo. (D1,D3,O1,O3)					
Amenazas 1. Incremento de alquileres 2. Copia de estrategias por parte de las competencias. 3. Cambios climáticos 4. Altos costos de materia prima 5. Competencias a posteridad	**ESTRATEGIAS FA** • Fidelizar al cliente mediante la concientización de la importancia de las culturas y las tradiciones amazónicas.(F1,F2,F4,A3,A4) • Ganar la aceptación de los clientes mediante el cumplimiento de las nuevas tendencias gastronómicas para la satisfacción de los mismos.(F1,F2,A2,A5)						**ESTRATEGIAS DA** • Ofrecer promociones para aumentar la visita de turistas en el resto-bar.(D2,A2,A4,A5) • Participar en ferias y eventos para darnos a conocer y posicionarnos más en el mercado a su vez dando a conocer la diferenciación del resto-bar de otros dando una temática amazónica única. (F3,A2,A5)					

Nota: Información relevante a partir del diagnóstico FODA

3.3.Estrategias para la creación del Resto-bar temático amazónico

- Crear campañas y anuncios publicitarios de gran impacto en las redes sociales más usadas para una mejor propagación de información acerca del resto-bar temático amazónico.
- Trabajar juntamente con delivery´s para mejorar el servicio al cliente y que tenga un servicio personalizado al alcance.
- Crear alianzas con hoteles para que formen parte de del posicionamiento del resto-bar creando interés por los turistas nacionales y extranjeros.
- Ofrecer menús variados con Happy Hours de barra libre los viernes, sábados y domingo.
- Fidelizar al cliente mediante la concientización de la importancia de las culturas y las tradiciones amazónicas.
- Ganar la aceptación de los clientes mediante el cumplimiento de las nuevas tendencias gastronómicas para la satisfacción de los mismos.
- Ofrecer promociones para aumentar la visita de turistas en el resto-bar.
- Participar en ferias y eventos para darnos a conocer y posicionarnos más en el mercado a su vez dando a conocer la diferenciación del resto-bar de otros dando una temática amazónica única.

3.4.MARCO PROPOSITIVO

Título

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTO-BAR TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE PUYO”

Desarrollo de la Propuesta

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.4.1. Misión

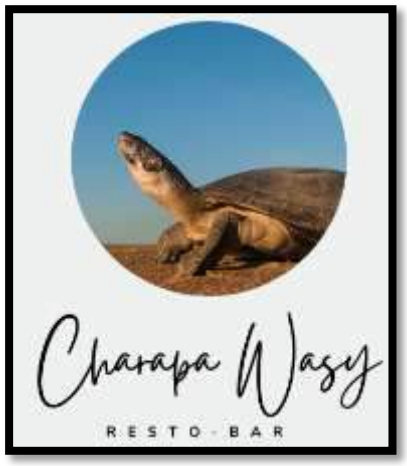
Presentar una temática amazónica que representa la historia de nuestra gente amazónica, con una infraestructura eco-amigable y un menú variado tanto de alimentos como de bebidas, cumpliendo las expectativas de los clientes y brindándoles experiencias únicas de calidad. Llevando a sus paladares a un paraíso de sabores y a su vez creando conciencia del medio que nos rodea de tal manera que llevemos al Puyo al desarrollo gastronómico.

3.4.2. Visión

La visión es llegar a ser el mejor Resto-bar temático en la ciudad de Puyo y que sea parte de los lugares más visitados y reconocidos de la provincia de Pastaza, junto a la redes sociales fomentar la cultura de la amazonia y de su gente.

3.4.3. Logo

Imagen 1 Logo



Nota: Logo a partir de la identidad del Resto-bar

3.4.4. Slogan

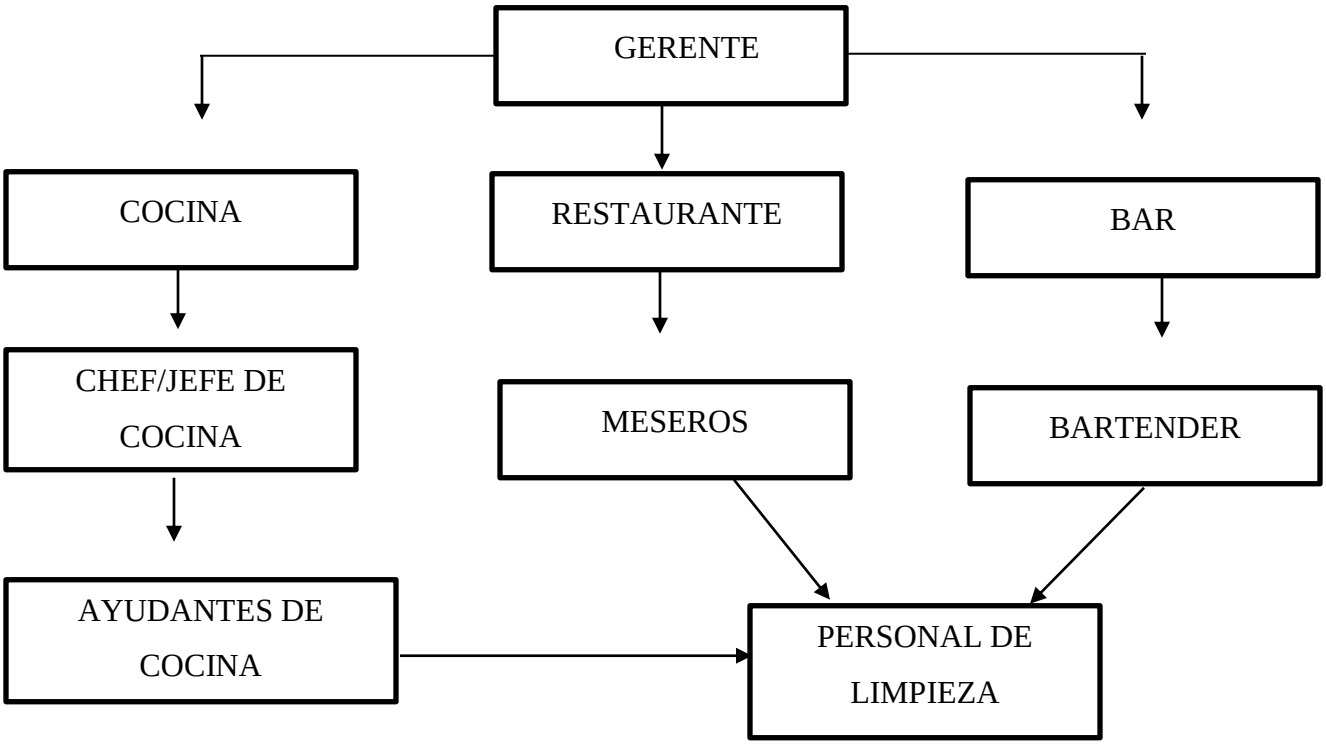
"VEN, DESCUBRE Y SIENTE TU LADO AMAZÓNICO"

3.4.5. Valores

- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Eficiencia
- Compromiso
- Mejora continua
- Innovación y tendencias

3.4.6. Organigrama del Resto-bar amazónico

El organigrama es la representación gráfica de estos niveles jerárquicos, sectorizando las funciones y representando las posiciones de cada área de la empresa. (FERREIRA, 2021)



Nota: Información relevante del organigrama estructural del Resto-bar

3.5.Característica del resto-bar

3.5.1. Diseño

Se involucra en el proceso de formar la experiencia del espacio interior, manipulando el volumen del espacio a decorar, así como el tratamiento de su superficie. (Moovemag, 2020). Al ser un resto-bar temático amazónico su diseño tendrá a las 7 diferentes culturas, con sus historias, leyendas y hazañas plasmadas en las paredes, trajes típicos enmarcados, señalización y letreros acorde a la temática.

3.5.2. Restaurante

El exterior del restaurante estará equipado con 6 mesas en forma de las provincias de la región amazónica, 4 mesas con 4 sillas y 2 mesas con 6 sillas, tendrá una mini sala de estar del mismo material de las mesas y sillas ya antes mencionadas, 5 parlantes en cada lugar estratégico del lugar. De igual manera tendrá una barra a base de caña guadua con una registradora para la recepción y cobros de pedidos. Estará ambientado con diferentes macetas de colores con orquídeas para darle más vida al lugar. En el interior del restaurante estará equipado con la maquinaria necesaria e importante tales como:

- Equipo mayor y menor de cocina, refrigeración, congelación, cafetera,
- Estantes, utensilios de concina, vajilla, cristalería.
- Mantelería, toallas para diferentes utilidades, papel secante.
- Bodega

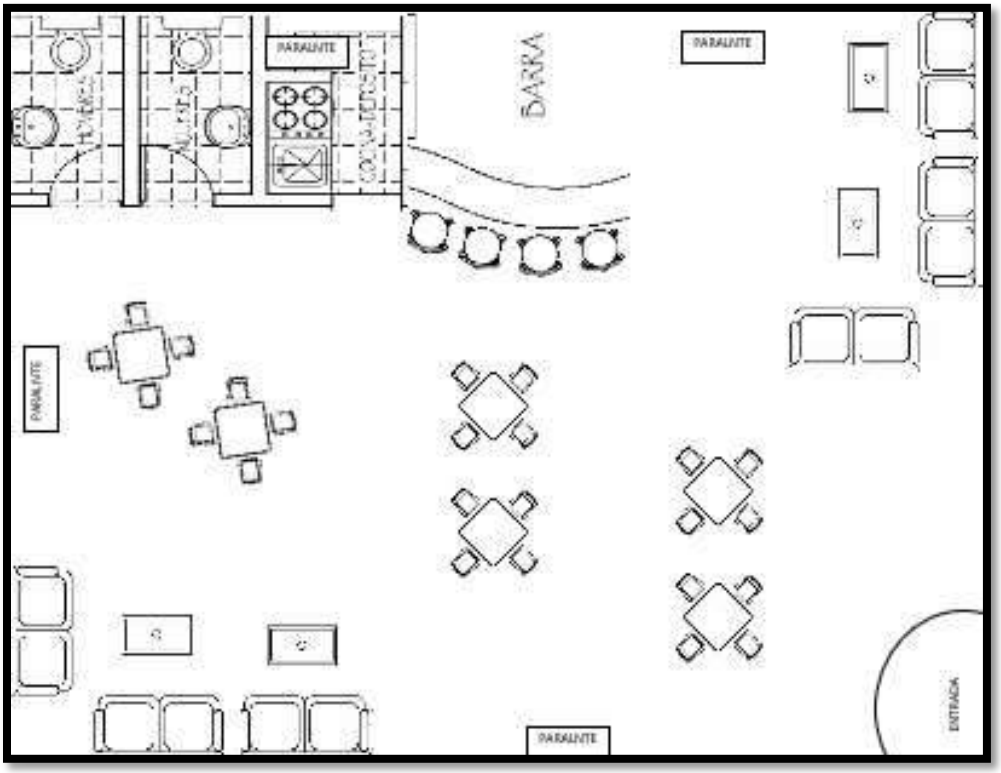
3.5.3. Bar

El bar estará equipado de una barra con 4 sillas altas, tendrá clips, logotipos llamativos con diferentes palabras en diferentes idiomas, contará con un almacenaje de cristalería, fregadero propio para la limpieza, mescladoras, diferentes botellas de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, en la contra barra tendrá un exhibidor de botellas a base de madera, iluminación, elementos sensoriales, parlantes con música típica.

3.5.4. Prevención y seguridad del Resto-bar

Implementación de 2 botiquines de primeros auxilios, extintores, señalización con los números de emergencia, rutas de evacuación y pasos a seguir en caso de incendios, temblores, robos, etc.

Imagen 2 Diseño del Resto-bar



Nota: información relevante del diseño del Resto-bar

Actividades que se va a realizar

3.5.5. Storytelling

Es el arte de contar una historia usando lenguaje sensorial presentado de tal forma que trasmite a los oyentes la capacidad de interiorizar, comprender y crear significado personal de ello. (Nuñez, 2018)

Se implementará el Storytelling para concientizar a los clientes sobre las 7 diferentes culturas de la amazonia creando emoción en cada una de las historias, cuentos o leyendas. Para crear una conexión única y autentica con los clientes nacionales y extranjeros.

3.5.6. Merchandising

El Merchandising de alimentos es en esencia un conjunto de prácticas orientadas a la promoción y el mercadeo de productos alimenticios con la finalidad de incrementar su visibilidad y venta. (Food, 2022)

Crear promociones dos días a la semana y por grupos con el fin de atraer más consumidores incrementando la demanda del establecimiento mediante el uso y difusión en las redes sociales aplicando estrategias de canje mediante el marketing de influencers.

3.5.7. Branding

Es una herramienta del marketing que funciona como una planificación estratégica que comprende de forma general la creación, manejo, posicionamiento y funcionamiento de una marca. “Las marcas no son para ti si no para los consumidores. (Ilgo, 2019)

En el Resto-bar Charapa Wasy se aplicará estrategias de marketing realizando anuncios pagados para una mejor difusión y tenga un mayor alcance, entrega de Bouchers en los hoteles más llamativos de la ciudad en los cuales tienen gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros ansiosos por conocer parte de la cultura de la amazonia.

3.5.8. Valor agregado

El valor agregado permite dar un mayor valor comercial a un bien; generalmente mediante un elemento clave de diferenciación respecto a los competidores. (Rodríguez, 2019)

El personal vestirá con collares, manillas, diademas con plumas, wituk en los rostros con diseños originales para tener una esencia más única y crear emoción a los clientes.

3.6.Aspectos legales

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

- Registro Único de Contribuyente
- Original y Copias de la cédula de identidad.
- Original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de documento que identifique el domicilio y el local en donde se desarrolla esta actividad a nombre del contribuyente.

MUNICIPIO

- Patente del Municipio
- Formulario de inicio de actividad.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante.
- Dos fotos.
- Copia del RUC actualizado.

CÁMARA DE TURISMO

- Certificado de afiliación
- Formulario de afiliación a la cámara de turismo.
- Copia del RUC actualizado.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia del certificado de votación.

CONTROL SANITARIO:

- Examen de salud, sangre, heces, orina. Se admite los exámenes de la dirección provincial de salud.

CUERPO DE BOMBEROS

- Permiso de seguridad para funcionamiento.

- Copia del RUC actualizado.
- Copia de la cédula de identidad.
- Inspección de las instalaciones del establecimiento.

LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEBERÁN EXHIBIR OSTENSIBLEMENTE LA SIGUIENTE INFORMACIÓN

- La lista de precios de alimentos y bebidas que son ofrecidos, la que podrá estar en otro idioma además del español.
- Si por la naturaleza o las características de sus servicios, se requiere de determinado atuendo.
- El horario de servicio al público.
- Manifestar de forma expresa los casos en los que el establecimiento se reserva el derecho de admisión, sin contravenir lo establecido por el artículo 32 de la Ley.
- Contar con los formatos de quejas con porte pagado de la Secretaría. (Gob.ec, 2018)

4. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado para identificar las viabilidad del resto-bar temático tuvo gran aceptación por parte la población debido a su innovación y su infraestructura que llama a concientizar sobre la importancia de las culturas, como parte de los resultados se dio a conocer que el Resto-bar tiene una buena aceptación generando a su vez una relación más estrecha entre la calidad, el precio y la ubicación.
- La creación del Resto-bar amazónico tiene un impacto social y ambiental de manera positiva para la ciudad de Puyo, ya que pretende alcanzar un alto alcance de turistas nacionales y extranjeros.
- Las estrategias nos ayudarán al posicionamiento y fidelización del resto-bar para llegar a ser uno de los más reconocidos de la ciudad mediante las redes sociales, la difusión de la información y los convenios establecidos con hoteles y atractivos de la ciudad.

- Mediante la elaboración del proyecto se planteó que hay factibilidad y apoyo para crear un resto-bar temático amazónico por parte de los clientes nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Puyo.

5. Recomendaciones

- Implementar la investigación ya que tiene una gran aceptabilidad por parte de la población nacional como extranjera.
- Si se cumple la normativa ambiental vigente garantizando buenas condiciones y perseverar la salud es posible que el proyecto sea viable.
- Generar concientización sobre la importancia de las culturas de la amazonia.
- El proyecto tiene una gran factibilidad y apoyo por lo cual la puesta en marcha del Resto-bar tendrá éxito por parte de clientes nacionales y extranjeros.

Referencias

Autores. (25 de Junio de 2021). Obtenido de https://dialnet.unirioja.es

Bello, F. O. (9 de Octubre de 2019). Obtenido de https://www.ey.com/es_ec/consumer-products-retail/tendencias-de-la-industria-de-alimentos

Cepeda, A. (2017). Obtenido de https://prezi.com/6fiyrzl13xft/matriz-med/

Contreras, R. (2023). Obtenido de https://www.academia.edu/36325731/CONCEPTO_DE_RESTAURANTE

EUROINNOVA. (2023). Obtenido de https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-los-estudios-de-factibilidad

FERREIRA, M. &. (Marzo de 2021). Obtenido de https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracion-de-empresas/importancia-del-sector

Food, M. (2022). Obtenido de https://marketing4food.com/marketing4food/merchandising-de-alimentos-todo-lo-que-necesitas-saber/

Gob.ec. (05 de Octubre de 2018). Obtenido de https://www.gob.ec/regulaciones/reglamento-

turistico-alimentos-bebidas

Ideas, B. d. (18 de Julio de 2019). Obtenido de https://barradeideas.com/que-son-restaurantes-tematicos/

Ilgo. (2019). Obtenido de httos://dialnet.unirioja.es

ISO, N. (2 de Abril de 2018). Obtenido de https://www.nueva-iso-14001.com/2018/04/norma-iso-14001-que-es/

kotler, B. y. (06 de 04 de 2019). Obtenido de https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html#que-es

LAROUSSE. (2023). Obtenido de https://laroussecocina.mx/palabra/bar/

Miranda, J. J. (2013). Obtenido de http://students.aiu.edu

Moovemag. (Mayo de 2020). Obtenido de https://moovemag.com/2020/05/diseno-de-interiores-todo-interiorismo/

Nodarse, I. G. (2023). Obtenido de https://www.gestiopolis.com/planeacion-empresarial-principios-proposito-importancia-y-errores-a-evitar/

Nuñez. (2018). Obtenido de https://vilmanunez.com/que-es-storytelling/

Ponce, H. (10 de 2019). Obtenido de www.buenosnegocios.-com/231-analisis-foda-diagnostico-decidir

Pro, Q. (2023). Obtenido de https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/

Promonegocios. (2022). Obtenido de https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html

Rodríguez. (2019). Obtenido de http://biblioteca.edgvirtual.edg.mx

Ruta, V. e. (13 de Junio de 2019). Obtenido de https://www.viajerosenruta.com/emprendedores-turisticos-y-pymes/

Varela. (14 de Diciembre de 2017). Obtenido de https://www.3ciencias.com

Venkataraman, S. y. (01 de Enero de 2000). Obtenido de https://journals.aom.org/doi/10.5465/amr.2000.2791611

Ventakataraman, S. &. (01 de Enero de 2000). Obtenido de https://journals.aom.org/doi/10.5465/amr.2000.2791611

Anexo 1

Justificación

La investigación se realizó por la necesidad de oferta amazónica y nuevas tendencias de este tipo de establecimientos en la ciudad de Puyo, debido a que, aunque existen establecimientos de alimentos y bebidas amazónicas estos carecen de adecuada manipulación de alimentos y por ende la oferta no cumple con los requerimientos de las entidades gastronómicas respecto a la calidad de servicio y buen precio, con una oferta combinada de comida y bebidas con identidad amazónica. Los establecimientos existentes en un 92% presentan dificultades especialmente en los procesos claves de la restauración que son: producción-elaboración y servicio.

El Resto-bar amazónico permitirá que la oferta típica ancestral de la región esté ubicada en la zona turística de la ciudad de Puyo y que su carta responda a la demanda potencial, con el objetivo de que los turistas podrán disponer de un establecimiento cómodo, cultural, atractivo a la vista, lleno de información de las culturas y también de una exquisita gastronomía amazónica echa por manos y conocimientos ancestrales garantizando así una experiencia única. Este lugar ofrecerá confort, seguridad, atención personalizada, variedad de alimentos y bebidas ya que está situado estratégicamente para satisfacer las necesidades de la demanda.

Marco Teórico

La investigación relaciona diferentes parámetros que se deben tomar en cuenta para el estudio de factibilidad para la creación de un resto-bar temático amazónico en el barrio Obrero de la ciudad de Puyo, en el cual se pueda generar y cumplir las nuevas tendencias y exigencias de los clientes, buscando variedad tanto de productos como de servicios. De tal manera se contribuirá el crecimiento tanto laboral como personal, brindando beneficios para la generación de empleos para las personas de la localidad y así cumplir los objetivos planteados. Por consiguiente, se optó por tomar en cuenta temas de factibilidad para establecer la viabilidad, aspectos positivos y negativos, el impacto ambiental, el posicionamiento del establecimiento, pues ante ello determinar el estudio de mercado para determinar la competitividad y

segmentación del mercado al cual vamos a tratar.

En suma, de lo ya antes mencionado el estudio financiero nos señalara el estado del capital e inversión y el análisis legal, cumpliendo las disposiciones legales para alcanzar el posicionamiento en el mercado.

Fundamentación teórica

Emprendimiento

El emprendimiento es el proceso mediante el cual una persona o grupo de ellas pone en marcha un nuevo proyecto a partir de generar ideas y detectar oportunidades. Si bien no se limita a ese ámbito, es un término muy ligado al mundo empresarial, donde emprender es iniciar un nuevo negocio con el fin de obtener ingresos. (Ruta, 2019)

La actividad emprendedora

La actividad emprendedora es aquella que incluye el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades para introducir nuevos productos o servicios, nuevos procesos de producción, nuevas materias primas, nuevos mercados y nuevas fórmulas organizativas a través de «esfuerzos organizativos» que previamente no existían, lo que puede ser realizado tanto por las empresas ya existentes como por nuevas empresas creadas exprofeso. Por lo tanto, realizar un proceso emprendedor no requiere necesariamente el nacimiento de una nueva empresa, aunque sí que se produzca algún tipo de innovación. (Ventakataraman, 2000)

Bar

Establecimiento donde se sirven bebidas y donde, en principio, se consume de pie (o sentado en un taburete alto) delante de una barra. En la mayoría de dichos establecimientos se puede consumir todo el día bebidas alcohólicas o no, así como algunos platillos. (LAROUSSE, 2023)

Restaurante

El restaurante es aquel establecimiento o comercio en el cual se ofrece a los clientes comidas y bebidas de diverso tipo para su consumo in situ, es decir, las personas que asisten a un restaurante se sientan en las mesas que este tiene dispuestas, eligen aquello que quieren comer y beber de una carta o menú que se les facilita, lo ordenan a un mesero, y una vez listos los

alimentos y bebidas se los sirve en a la mesa para que consuman el pedido allí mismo. (Contreras, 2023)

Temático

Temáticos son locales especializados en una gastronomía exótica determinada, en recrear el ambiente de un país, de una época histórica, de una en un entorno en el que la decoración y el servicio juegan un papel fundamental. (Ideas, 2019)

Cliente

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Promonegocios, 2022)

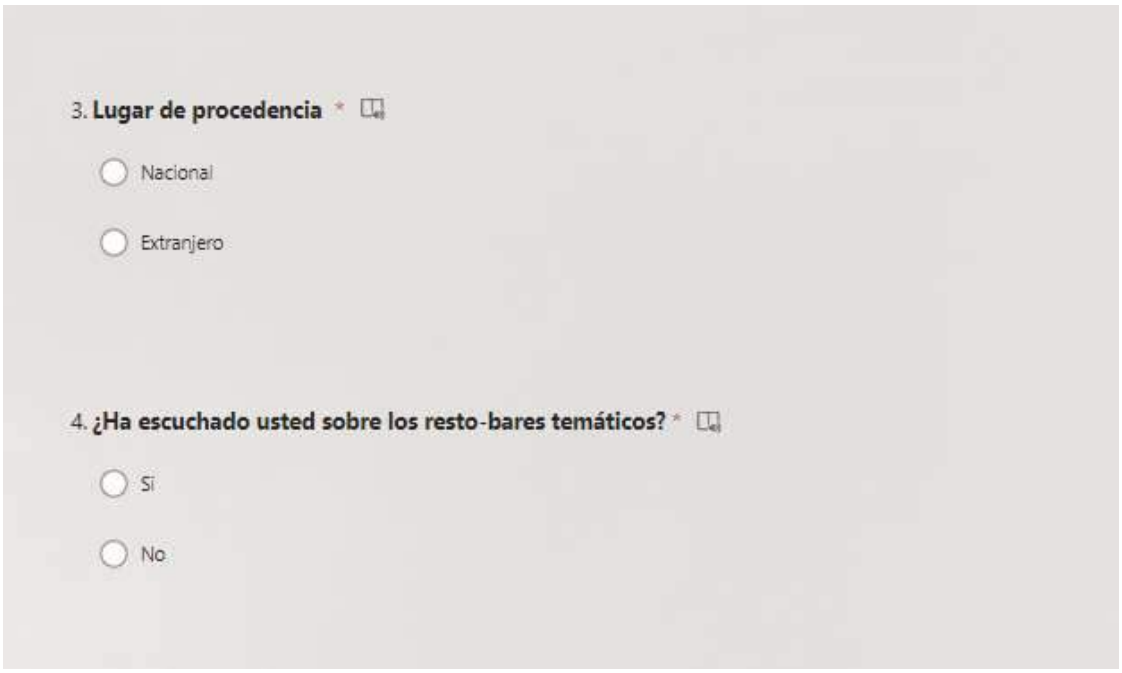
Estudio de Factibilidad

Sé entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. (Varela, 2017)

ANEXO 2

ESQUEMA DE ENCUESTA


Creación de un Resto-bar temático en la ciudad de Puyo"
* Obligatorio
1. ¿Qué edad tiene usted ? *
18-25 años
25-32 años
Más de 32 años
2. Género *
Masculino
Femenino

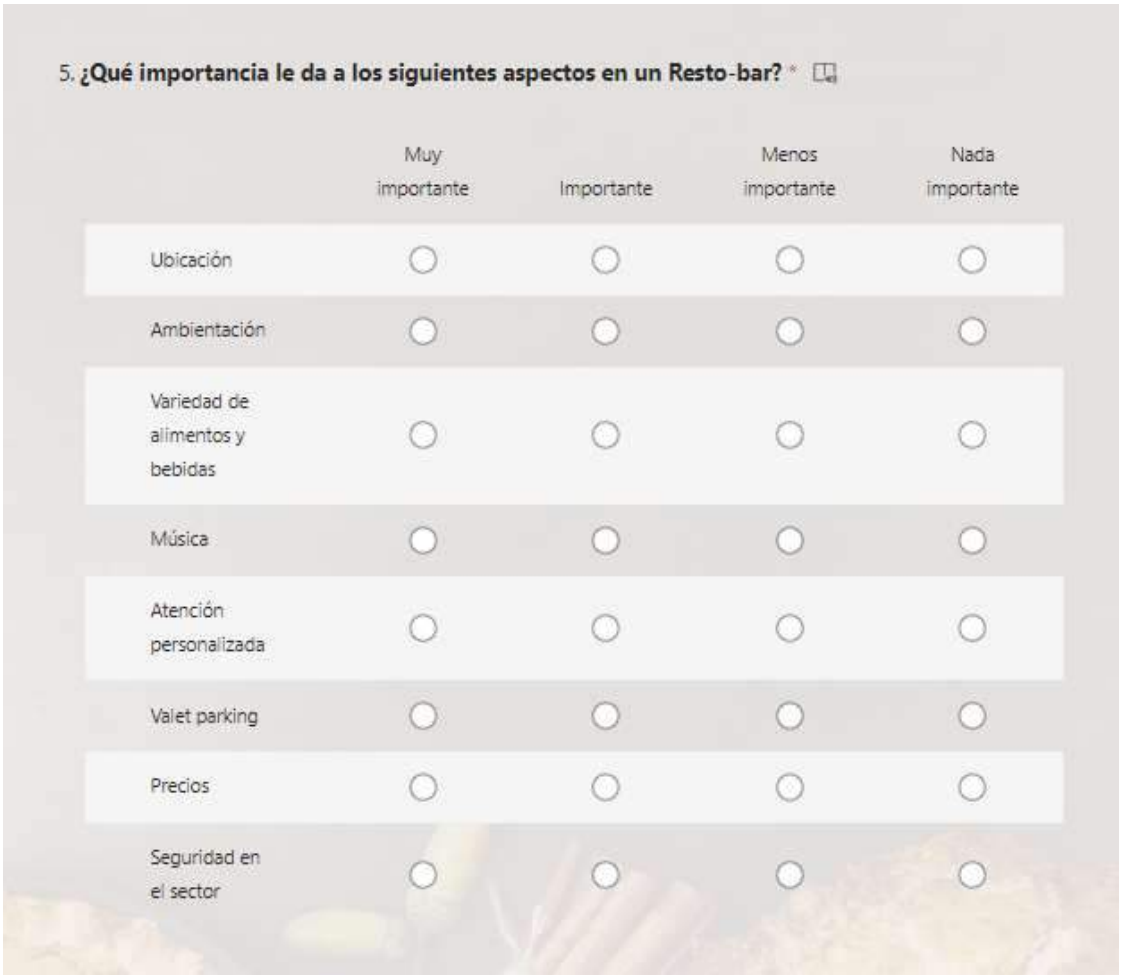


3. **Lugar de procedencia** *

- ○ Nacional
- ○ Extranjero

4. **¿Ha escuchado usted sobre los resto-bares temáticos?** *

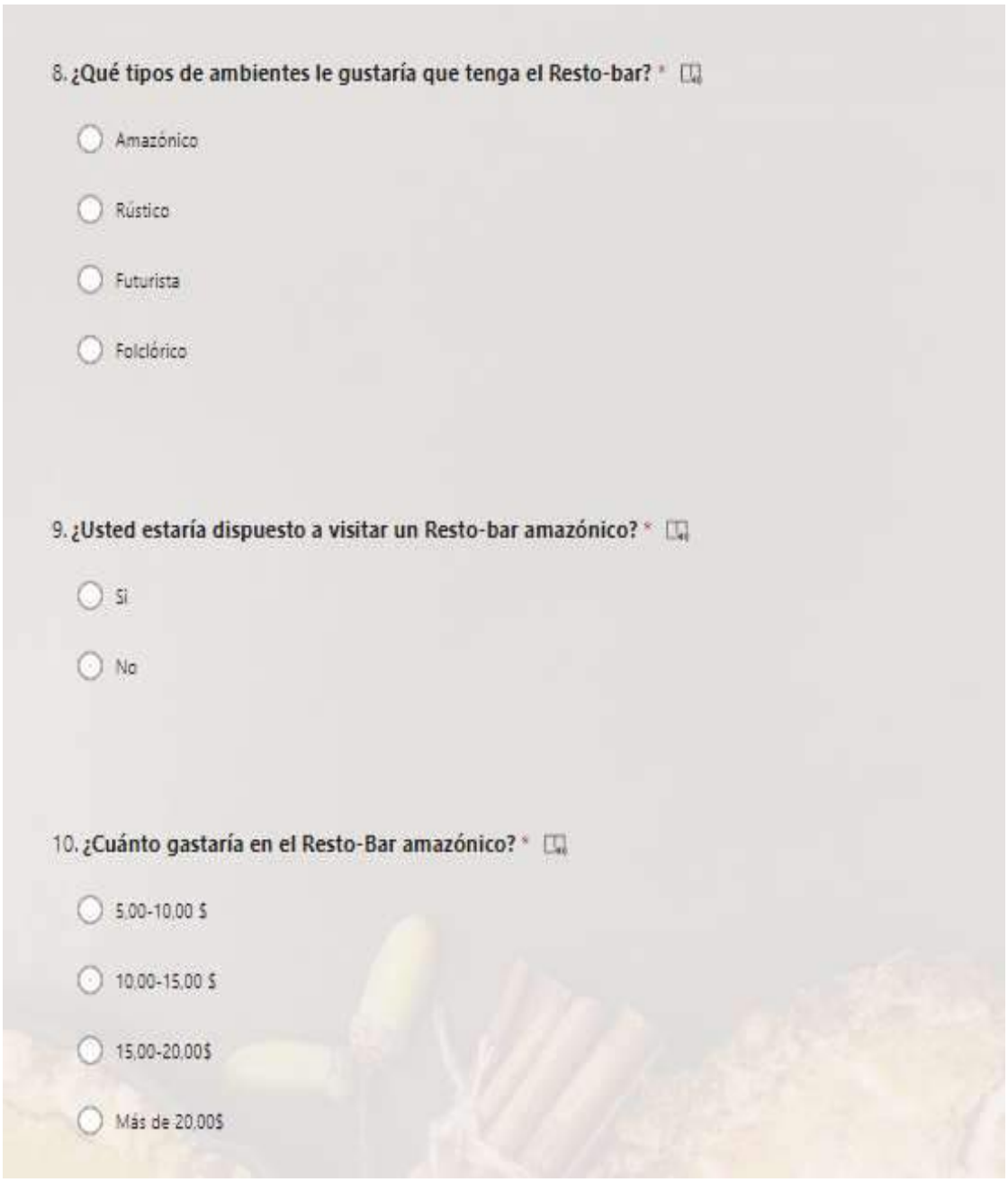
- ○ Si
- ○ No



5. **¿Qué importancia le da a los siguientes aspectos en un Resto-bar?** *

	Muy importante	Importante	Menos importante	Nada importante
Ubicación	○	○	○	○
Ambientación	○	○	○	○
Variedad de alimentos y bebidas	○	○	○	○
Música	○	○	○	○
Atención personalizada	○	○	○	○
Valet parking	○	○	○	○
Precios	○	○	○	○
Seguridad en el sector	○	○	○	○


6. ¿Qué tipo de Menú le gustaría que ofrezca el Resto-Bar? *
Amazónica
Fusión
Gourmet
Criolla
7. ¿Qué tipo de bebidas le gustaría que ofrezca el Resto-Bar? *
Seleccione 2 opciones.
Cócteles
Cerveza artesanal
Bebidas calientes
Bebidas estimulantes


8. ¿Qué tipos de ambientes le gustaría que tenga el Resto-bar? *
Amazónico
Rústico
Futurista
Folclórico
9. ¿Usted estaría dispuesto a visitar un Resto-bar amazónico? *
Si
No
10. ¿Cuánto gastaría en el Resto-Bar amazónico? *
5,00-10,00 $
10,00-15,00 $
15,00-20,00$
Más de 20,00$