

ESTRATEGIAS DE IMPLANTACIÓN DE UN BAR – RESTAURANTE SOSTENIBLE EN LA ESPAM MFL

AUTORES: Mg. Yadira Párraga Basurto, Gema Estefanía Plazarte Leones, Alisson Geanela Saavedra Mazón

Docente y estudiantes de la Carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López

Email: yparraga@espam.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de plantear estrategias para la implementación de un Bar - Restaurante Sostenible en la ESPAM MFL del sitio Limón; se dividió en cuatro fases; la primera se trató de un acopio de información para conocer la competencia, estructurar la ubicación, establecer el concepto del bar y el público al que se va a dirigir; en la segunda fase se concretó la constitución de la empresa y el producto turístico que se va a ofertar; en la fase tres se desarrolla un plan de marketing donde se especifican los productos, los precios, la plaza y la distribución, desarrollando estrategias de diferenciación que permitan ofertar un bar sostenible con comida saludable; en la fase cuatro se proyecta el plan de acción en función de las estrategias planteadas se indica los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto y los instrumentos que se necesitan para a futuro poder ejecutarlo; en lo que respecta a la metodología la investigación es de naturaleza descriptiva exploratoria, para esto se empleó el método de estudio analítico-sintético y el método descriptivo, acompañado de técnicas e instrumentos de recopilación bibliográfica; teniendo como resultado de la investigación seis estrategias para el desarrollo del Bar enfocado a la diferenciación, en las que se destacan: la implementación de menús creativos; la implementación de un código QR para visualizar la carta digital, Implementación del servicio Delivery, el uso de redes sociales y un plan de contingencia con protocolos de bioseguridad.

Palabras claves: sostenibilidad, estrategias, producto, empresa.

1. INTRODUCCIÓN

Según Correa (2019) menciona que los restaurantes se enfatizan en dos grandes aspectos como es la calidad de comida y el servicio, los actuales clientes no solo requieren de consumir un menú ya que buscan algo más combinado entre la degustación de los alimentos y el ambiente del lugar. Comer en un restaurante en donde se brinde la atención adecuada involucrando la eficiencia y la cortesía de los meseros juega uno de los roles principales para el cliente ya que la experiencia que se genera es el punto principal para que el cliente vuelva a consumir el producto y posteriormente dirigir al éxito el negocio, sin embargo, es importante mencionar que aunque la comida sea excelente el consumidor no volverá a un lugar donde no recibió una buena atención, es por esto que en la restauración siempre se debe enfatizar tanto en la calidad de la comida como en el servicio que se brinda al cliente.

Hoy en día la creación de restaurantes se ha convertido en un hecho particularizado y más común, a su vez, ha significado que el mercado en esta actividad económica se adapte a los constantes cambios que exige la colectividad en general, y en particular los clientes, aspecto que ha incidido en que muchos de los restaurantes que existen en la provincia de Manabí se especialicen en ciertos tipos de comidas y en menús especiales para ofrecer al público. Por otro lado, el cantón Bolívar se ha caracterizado en poseer una gastronomía variada, la preparación de los platos en hornos de leña y en ollas de barro profundiza los sabores de esos alimentos, siendo los ingredientes más utilizados el maní, verde y yuca todos estos referentes a la identidad manabita, no obstante, es importante mencionar que en este lugar no existen en su mayoría restaurantes que se desarrollen de manera sostenible debido que no hay esa iniciativa o motivación por parte de los habitantes de la zona (Zambrano,2017).

En el sitio Limón entre los cantones Tosagua y Bolívar se encuentra la Escuela Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López; en el campus Politécnico existen algunos restaurantes, sin embargo, hasta la actualidad ninguno de ellos ha experimentado cambios notorios respecto a sus menús o innovación en el proceso de atención rápida y personalizada; por tal motivo, se opta por la propuesta de un Bar - Restaurante Sostenible para la ESPAM MFL dado que este servirá como guía para los restaurantes locales y a su vez a satisfacer las necesidades de los consumidores, brindándoles productos diferenciados, un servicio de alimentación variada ,

contribuyendo a un consumo más responsable con pequeños hábitos como consumir productos locales y de temporada, apoyar a pequeños productores, evitar el desperdicio de comida, así mismo, impulsar a la utilización de empaques reciclables coadyuvando al cuidado del medio ambiente; privilegiando así los procesos y la atención de calidad, que satisfaga las expectativas de los consumidores, sin dejar de la lado la aplicación de las pertinentes medidas de bioseguridad (Dueñas,2019).

2. METODOLOGÍA

El diseño de esta investigación es de naturaleza descriptiva exploratoria, en el cual se empleó un método de estudio analítico-sintético y descriptivo. Para levantar la información se requirió el uso de fuentes secundarias y primarias; tanto para identificar conceptos relacionados con el eje temático aplicando el uso fuentes bibliográficas con autores como Abarza (2019) define la estrategia de diferenciación la misma que sirvió para el desarrollo de la investigación; y la otra para construir una base de datos a través de la observación, además ayudó a resaltar ciertos aspectos como: el establecimiento, el lugar donde se encuentra ubicado y qué tipo de actividad gastronómica oferta; por otro lado también se requirió el uso de un cuestionario, éste se generó por medio de un contacto personal directo a los propietarios de los bares con el fin de obtener datos validados, de tal forma que permita evaluar a la competencia.

Las fases de que consta el procedimiento, se describen a continuación a partir del proyecto de investigación.

DESCRIPCIÓN DE LAS FASES	DESCRIPCIÓN DE LOS COMPONENTES
FASE I: ACOPIO DE INFORMACIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Localización 2. Concepto del bar y el mercado al que se dirige. 3. Análisis de la competencia.
FASE II: PREPARACIÓN DE LA EMPRESA Y DEL PRODUCTO TURÍSTICO QUE SE VA A OFERTAR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición del producto ofertado. 2. Determinación del estado de competencias y habilidades de los recursos humanos. 3. Identificación del estado de los recursos técnicos de la empresa.

FASE III: PLAN DE MARKETING	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinación de la estrategia a seguir. 2. Ejecución de la estrategia de diferenciación.
FASE IV: PLAN DE ACCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Matriz de plan de acción.

Elaborado por: Los autores

RESULTADOS

A continuación, se describen las principales fases, etapas y métodos que conforman la esencia del procedimiento metodológico, diseñado y que caracterizan los principales procesos realizados durante el desarrollo de la investigación.

- Localización

Para la elaboración del Bar Modelo que ha tomado como base la restauración y adecuación del Bar ubicado en la carrera de medicina veterinaria mismo que se encuentra exactamente en el campus politécnico del lado derecho de la carrera del mismo nombre.

Gráfico 1. Ubicación del Bar



Fuente: Google Maps

- Concepto del Bar y Mercado al que se dirige

Tourism Zone- Bar Restaurant surge de la idea de implementar un establecimiento de alimentos y bebidas con un concepto de zona turística sostenible en el campus de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, es por ello, que estudiantes de la carrera de turismo proponen esta idea de negocio debido al aumento de la demanda que crece día a día. Tourism Zone va dirigido a

clientes potenciales como lo son estudiantes, docentes, personal administrativo y de servicio de la institución.

La idea es diferenciar el bar con una oferta de menús saludables y fáciles de llevar, estableciendo procesos más ágiles y prácticos tomando en cuenta las medidas de bioseguridad adaptadas tras el Covid-19; además, que se pretende ambientar el bar en función a los recursos turísticos que se encuentran en el cantón Bolívar, esto con la finalidad de dar a conocer la oferta natural y cultural del cantón y captar la atención de la demanda. Otro factor importante y que lo hará competitivo es la implementación del servicio a domicilio, en este caso se refiere a cubrir las zonas de los alrededores del restaurante, por ejemplo, a los guardias, administrativos, docentes de otras áreas entre otros. Esta propuesta va ligada a la mejora de empaques reciclables, con la marca expuesta de manera que esta quede en la mente del consumidor.

- **Análisis de la competencia**

A partir de la recopilación de información realizada se pudo identificar las principales competencias directas e indirectas como se muestra en el cuadro 1, cabe recalcar que algunas de estas se encuentran cercanos y otros a mayor distancia a la ubicación del bar establecido, sin embargo, estos intentan cubrir las mismas necesidades que se pretenden abarcar en el Bar Modelo.

Cuadro 1. Competencia Directa e Indirecta

COMPETENCIA DIRECTA	COMPETENCIA INDIRECTA
Bar Agroindustrias	Bar Informática
Bar Bienestar	Bar Informática Snap
Bar Nivelación	
Hotel Higuierón	

- Fuente: Elaboración propia

Bar Tourism Zone tiene como principal competencia directa el bar de Agroindustrias, Bienestar, Nivelación y el Hotel Higuierón éstos ofrecen comida variada en desayunos, almuerzos y meriendas, por lo tanto se pretende ofertar platos diversos con los que no cuente la competencia tomando en cuenta la importancia de ofrecer comida saludable para los clientes, de la misma forma contribuir con la conservación de los

recursos que posee el cantón siendo un referente como restaurante sostenible aportando a la economía y calidad de vida de sus habitantes.

-Definición del producto ofertado

Tourism Zone - Bar Restaurant se proyecta como un bar que brindará servicios de alimentos y bebidas a los estudiantes, docentes, personal administrativo y de servicio de la ESPAM MFL, en este negocio se expenderán una diversidad de productos alimenticios que permitan satisfacer las necesidades de la demanda vendiendo productos saludables y amigables con el ambiente; estableciendo llamativos combos. Además de vincular espacios ambientados a la oferta de atractivos turísticos del cantón Bolívar, de manera que el cliente no solo ingrese a degustar un plato, sino que lleve consigo la experiencia de sentirse cerca de cada recurso que tiene la zona.

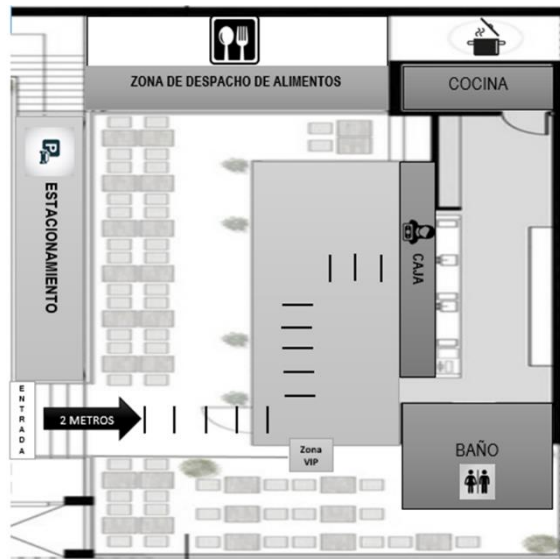
- Determinación del estado de competencias y habilidades de los recursos humanos

Turism Zone Bar - Restaurant contará con un personal capacitado para brindar un servicio de calidad a la comunidad politécnica y a las personas que visiten el campus, se tiene establecido que el restaurante contara con siete personas, el administrador, mismo que se encargará de las finanzas y la caja; dos meseros, quienes entregaran la comida a los clientes con el respectivo ticket; un chef y dos ayudantes de cocina, quienes estarán en la parte interior preparando los platos; también se contratará a una persona que trabaje en el área de limpieza.

- Determinación del estado de los recursos técnicos de la empresa

Este bar labora en las instalaciones que pone a disposición el Vicerrectorado de extensión y bienestar estudiantil de la ESPAM MFL, su infraestructura cuenta con 13 mesas y 78 sillas aproximadamente, sanitarios, cocina y un área de atención al cliente. Sin embargo, con la nueva normalidad tras la pandemia Covid-19, se ha establecido adaptar ciertas medidas de bioseguridad y algunas modificaciones en el área, de manera que se pretende estructurar en bar de la siguiente manera, tal y como se visualiza en el gráfico 2:

Gráfico 2. Infraestructura del Bar



Fuente: Elaboración propia

Según el plano establecido, el bar se distribuye en una cocina, un estacionamiento, una zona de caja, un baño, una zona VIP y una zona de despacho de alimentos en donde las personas podrán retirar su pedido, así mismo tiene una capacidad para 39 aproximadamente personas sentadas cómodamente, en 13 mesas; cabe recalcar que se disminuyó la capacidad de aforo debido a que tienen que mantener el debido distanciamiento; sin embargo, acorde con la demanda que exista se podrían hacer ciertas modificaciones y de existir eventos especiales se retirará el mobiliario para que la gente esté de pie, incrementando notablemente la capacidad.

- DETERMINACIÓN DE LA ESTRATEGIA A SEGUIR

Cuando una organización implementa estrategias de diferenciación efectivas, proporciona un valor agregado que es percibido y valorado por sus clientes. De esta forma, la empresa es capaz de brindar soluciones diferentes (calidad, servicio al cliente, experiencia de marca, entregas inmediatas, entre muchas otras) capaces de incentivar la fidelidad del comprador (Abarza, 2019). La diferenciación de productos estará basada en las características observables del mismo tales como el diseño, el empaque, los colores, entre otros elementos. Todas ellas son características relevantes en el proceso de decisión del cliente. También es relevante el rendimiento del producto o servicio en términos de habilidad, seguridad, consistencia y durabilidad.

Bar Tourism Zone es un establecimiento que sabe cuál es su público objetivo , por lo tanto, busca la captación de un mercado más amplio, partiendo de la calidad de sus productos preparados por un chef profesional, cuidando cada detalle en la elaboración de los platos dándoles un valor añadido al ser empacados y sellados sin que pierda sus propiedades dando al cliente la confianza y seguridad al consumirlo, por otro lado, ofrece un ambiente confortable lleno de particularidades como es simular un espacio turístico en donde el cliente disfrute de una experiencia única además de contar con el recurso humano totalmente capacitado en brindar un servicio de calidad. A continuación, se proponen las siguientes estrategias con el fin de generar un posicionamiento diferenciado en el mercado.

- Implementación de menús creativos y combos variados.
- Crear una marca o branding para el restaurante.
- Implementar el código QR para visualizar la carta digital.
- Implementar el servicio Delivery a las zonas cercanas de la institución.
- Uso de redes sociales para difundir los productos y realizar promociones.
- Diseñar el plan de contingencia incluyendo protocolos de bioseguridad

A continuación, se describe en la matriz de plan de acción representado en el cuadro 2. Se plantean las estrategias a seguir detallando así las actividades para el cumplimiento de las mismas, estableciendo tres interrogantes que aporten al desarrollo de las acciones.

Cuadro 2. Matriz de Plan de Acción

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?	¿QUIEN?
-----------	-------------	--------	----------	---------

Implementar menús creativos y combos variados.	<ul style="list-style-type: none"> -Establecer 2 opciones de combos de desayunos, 2 opciones para el almuerzo y 2 opciones para la merienda. -Definir combos para semanas culturales y época de navidad. -Determinar los nombres de los combos en función a recursos turísticos del cantón. -Ubicar la oferta de productos en una carta digital. 	A través de herramientas digitales	Antes de la apertura	Grupo de trabajo
Crear una marca o branding para el restaurante.	<ul style="list-style-type: none"> -Elección del nombre -Diseño del logotipo -Creación de un eslogan -Implementarla en uniformes, envases y menú -Difundirla en redes sociales 	A través de herramientas digitales	Antes de la apertura	Grupo de trabajo
Implementar el código QR para visualizar la carta digital	<ul style="list-style-type: none"> -Crear el nombre de la empresa -Ubicar datos generales como contactos, ubicación, horarios de atención. -Vincular el WhatsApp para la venta a domicilio. -Generar el código Qr. 	A través de una aplicación informática	Antes de la apertura	Encargado del Bar
Implementar el servicio Delivery a las zonas cercanas de la institución.	<ul style="list-style-type: none"> -Delimitar en área para las entregas. -Receptar los pedidos mediante las plataformas establecidas. -Preparar la orden. -Realizar la entrega de manera eficiente. 	Distribución directa	Después de la apertura	Encargado del Bar
Uso de redes sociales para difundir los productos y realizar promociones.	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de un fanpage oficial -Recopilación de contactos para contar con una base de datos de los clientes. -Definir un grupo de difusión para ofertas los productos. 	Plataformas digitales	Antes durante y después de la apertura	Encargado del Bar

Diseñar el plan de contingencia incluyendo protocolos de bioseguridad	-Establecer el tipo de emergencia -Detallar las acciones preventivas -Análisis de los procedimientos a seguir -Indicar como se debe actuar ante la amenaza definida	A través de herramientas digitales	Antes de la apertura	Grupo de trabajo
--	--	------------------------------------	----------------------	------------------

Elaborado por: las autoras

CONCLUSIONES

- Al analizar la competencia directa e indirecta que posee, se estableció la preparación de la empresa y del producto turístico que se va a ofertar dado que este bar-restaurant se direcciona a servicios de alimentos y bebidas tanto para los estudiantes, docentes y personal administrativo de la ESPAM MFL de tal manera que este negocio se basará en productos saludables y amigables con el medio ambiente, por otra parte contará con el personal idóneo para el adecuado servicio tanto de la manipulación de los alimentos y de la atención al cliente.
- Se plantearon estrategias que ayudarán a desarrollar y a tener éxito si se llegara a ejecutar este proyecto, será de gran aporte a la institución como también a los estudiantes y administrativos. De tal manera que con la implementación de una carta amplia y con precios accesibles se logrará tener la aceptación de los clientes. Además, la creación del código QR será de gran importancia ya que los estudiantes y administrativos tendrán la facilidad de ver el menú del día a través de sus dispositivos móviles, esto ayudará a que no exista la aglomeración de personas al momento de realizar su pedido.
- Se elaboró un Plan de Contingencia para saber cómo se debe de actuar en caso de que exista algún suceso; haciendo énfasis a la emergencia sanitaria que se vive en la actualidad, mismo que está incluido junto a las demás estrategias en el plan de acción.

BIBLIOGRAFÍA

- Abarza, F. (2019). Estrategia de diferenciación: ejemplos en empresas logísticas. <https://www.beetrack.com/es/blog/estrategia-de-diferenciacion-ejemplos>
- Correa, R. (2019). La Importancia del Servicio en el Restaurante. Revista Buen Gusto <https://www.buengusto.co/la-importancia-del-servicio-en-un-restaurant/>
- Dueñas, R. (2019). Gastronomía sostenible: restaurantes recomendados en Guayaquil. <https://misionsostenible.com/comida-sostenible-restaurantes-recomendados-en-guayaquil/>
- Logo Maker. (2020, 23 de agosto). [Programa de diseño]. <https://www.logomaker.com/es/>
- Que Restó. (2020). Plataforma digital para crear el código qr. <https://queresto.com/admin/login?redirect=%2Fbartourismzone%2Fitems%3Fclid%3D13828>
- Zambrano, V. (2017). La gastronomía manabita atrae al turista nacional. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/la-gastronomia-manabita-atrae-al-turista-nacional>
- Williams, R. (2020). Situación actual de los bares de la Espam MFL. [Entrevista].

ANEXOS

Anexo 1: Aplicación para el servicio Delivery

This screenshot shows the 'Bar Tourism Zone' settings page. The left sidebar contains navigation options: Panel, Tiempo real, Tienda, Menu, Ventas, and Usuarios. The main content area is titled 'Mostrar teléfono' and includes a QR code for WhatsApp. The 'Mostrar WhatsApp' section is checked, displaying the phone number '099 323 9033'. The 'Mostrar horarios' section is also checked, showing a weekly schedule with time slots for each day of the week. The schedule is as follows:

Día	Horario
Lunes	07:00 - 20:00
Martes	07:00 - 20:00
Miércoles	08:00 - 16:00
Jueves	08:00 - 16:00
Viernes	08:00 - 16:00
Sábado	
Domingo	
Festivos	

At the bottom right, there are WhatsApp and Messenger icons and a 'GUARDAR' button.

This screenshot shows the 'Bar Tourism Zone' settings page for delivery options. The left sidebar is the same as in the previous screenshot. The main content area is titled 'OPCIONES BÁSICAS' and includes a section for 'Permitir que los clientes hagan pedidos'. The 'Cómo recibir los pedidos' section has two options: 'QueRestó' and 'WhatsApp'. The 'WhatsApp' option is selected, showing the phone number '099 323 9033'. The 'Configuración de los pedidos' section includes options for 'Mismo WhatsApp para todo tipo de pedidos', 'Permitir pedidos anónimos', 'Permitir que los clientes hagan pedidos usando los QR en las mesas', and 'Permitir pedidos take away (para llevar)'. The 'Permitir que los clientes hagan pedidos usando los QR en las mesas' option is checked.

Recibidos (284) - gema x (9) WhatsApp x COMO IMPLEMENTAR x QueRestó.com - Panel x Cómo crear un código x href%3D%22https x +

queresto.com/admin/bartourismzone/settings?tab=basic

Aplicaciones Gmail YouTube Maps Eliminar fondo blan... Baúl Del Turismo ... Calidad y servicio h... 5 Estrategias de Ma... 3 Formas para que...

Bar Tourism Zone

Panel

Tiempo real

Tienda

Menu

Ventas

Usuarios

Logo

Banner

Ubicación

Provincia / Estado: Manabí

Ciudad: Cantón Bolívar

Av. El Limón

Nombre: Bar Tourism Zone

Identificador único: bartourismzone

País: Ecuador

Moneda: Dolar estadounidense

Impuestos o recargo

WhatsApp

Messenger

Escribe aquí para buscar

ESP ES 12:38 4/9/2020

Recibidos (284) - gema x (9) WhatsApp x COMO IMPLEMENTAR x QueRestó.com - Panel x Cómo crear un código x href%3D%22https x +

queresto.com/admin/bartourismzone/tables

Aplicaciones Gmail YouTube Maps Eliminar fondo blan... Baúl Del Turismo ... Calidad y servicio h... 5 Estrategias de Ma... 3 Formas para que...

Bar Tourism Zone

Configuración

Mesas

Generar QR

Sucursales

Menu

Ventas

Logo

Vista previa

Mesas

NUEVA MESA

Solo necesitas crear mesas si quieres que los clientes puedan ordenar desde ellas con su celular

ID ↑	Descripción
1	mesa para cuatro

Rows per page: 5 1-1 of 1

Escanea

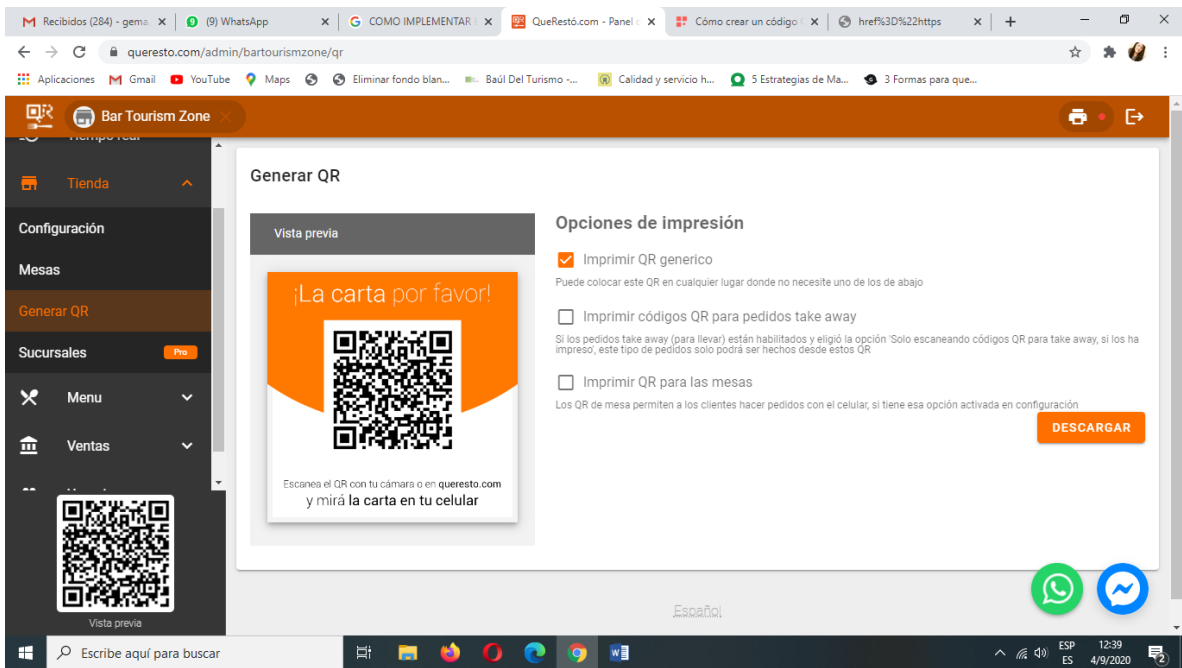
WhatsApp

Messenger

Escribe aquí para buscar

ESP ES 12:39 4/9/2020

Anexo 2: Obtención del código QR



Anexo 3: Menú de Bar Tourism Zone

