



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI

ESCUELA DE POSGRADOS

**MAESTRÍA TECNOLÓGICA UNIVERSITARIA STARTUPS PARA
EMPREDIMIENTOS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del Título en Magister Tecnológico en STARTUPS
PARA EMPREDIMIENTOS**

**Tema: Implementación de Estrategias Innovadoras en el Plan de Negocios Digital para la
Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo en la Tienda Virtual Lounge Bar 'La
Colina' en la Ciudad de El Chaco.**

Autor/s: CARLOS EFREN AGUIRRE

ERICK J. FLORES ZARRIA

Director: RODRIGUEZ MUÑOZ PAUL ARMANDO

Fecha: EL CHACO, AGOSTO 2024

Sangolquí - Ecuador

Autor: AGUIRRE LANCHIMBA CARLOS EFREN

Título a obtener: MAGISTER TECNOLÓGICO EN
STARTUPS PARA EMPRENDIMIENTOS



Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: charles_ton21@outlook.com

Dirigido por: RODRIGUEZ MUÑOZ PAUL ARMANDO

Título: Economista

Matriz: Sangolquí -Ecuador



Correo electrónico: paul.rodriguez@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

@2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

Sangolquí – Ecuador

AGUIRRE LANCHIMBA CARLOS EFREN



Autor: FLORES ZARRIA ERIK JULDANY
Título a obtener: MAGISTER TECNOLÓGICO EN
STARTUPS PARA EMPRENDIMIENTOS
Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: erik.flores@ister.edu.ec



Dirigido por: RODRIGUEZ MUÑOZ PAUL ARMANDO
Título: Economista
Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: paul.rodriguez@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

@2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

Sangolquí – Ecuador

FLORES ZARRIA ERIK JULDANY



APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO TITULACIÓN

Sangolquí, 20 de septiembre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás
Directora de Posgrados
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui
Presente

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Titulación denominado: **Implementación de Estrategias Innovadoras en el Plan de Negocios Digital para la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo en la Tienda Virtual Lounge Bar 'La Colina' en la Ciudad de El Chaco**, realizado por AGUIRRE LANCHIMBA CARLOS EFREN y FLORES ZARRIA ERICK JULDANY ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la institución, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Armando Paul Rodríguez Muñoz
Director del Trabajo de Titulación
C.I.:1707308183
Correo electrónico: paul.rodriguez@ister.edu.ec



CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 20 de septiembre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás
Directora de Posgrados
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui
Presente

Por medio de la presente, yo, AGUIRRE LANCHIMBA CARLOS EFREN, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: ser autor del trabajo de titulación denominado "**Implementación de Estrategias Innovadoras en el Plan de Negocios Digital para la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo en la Tienda Virtual Lounge Bar 'La Colina' en la Ciudad de El Chaco**", de la Maestría Tecnológica Universitaria Startups Para Emprendimientos; manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

AGUIRRE LANCHIMBA CARLOS EFREN
CI: 1500611411



CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 20 de septiembre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás
Directora de Posgrados
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui
Presente

Por medio de la presente, yo, FLORES ZARRIA ERICK JULDANY, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: ser autor del trabajo de titulación denominado " **Implementación de Estrategias Innovadoras en el Plan de Negocios Digital para la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo en la Tienda Virtual Lounge Bar 'La Colina' en la Ciudad de El Chaco**", de la Maestría Tecnológica Universitaria Startups Para Emprendimientos; manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,

FLORES ZARRIA ERICK JULDANY
CI: 1722381686



SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 20 de septiembre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás
Directora de Posgrados
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui
Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación denominado: **Implementación de Estrategias Innovadoras en el Plan de Negocios Digital para la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo en la Tienda Virtual Lounge Bar 'La Colina' en la Ciudad de El Chaco**, de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital "DsPace" del estudiante: AGUIRRE LANCHIMBA CARLOS EFREN, con documento de identificación No 1500611411, estudiante de la Maestría Tecnológica Universitaria Startups Para Emprendimientos.

El trabajo ha sido revisado las similitudes en el software "TURNITING" y cuenta con un porcentaje máximo de 15%; motivo por el cual, el Trabajo de titulación es publicable.

Atentamente,

AGUIRRE LANCHIMBA CARLOS EFREN
CI: 1500611411



SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 20 de septiembre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás
Directora de Posgrados
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui
Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación denominado: **Implementación de Estrategias Innovadoras en el Plan de Negocios Digital para la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo en la Tienda Virtual Lounge Bar 'La Colina' en la Ciudad de El Chaco**, de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital "DsPace" del estudiante: FLORES ZARRIA ERICK JULDANY, con documento de identificación No CI: 1722381686, estudiante de la Maestría Tecnológica Universitaria Startups Para Emprendimientos.

El trabajo ha sido revisado las similitudes en el software "TURNITING" y cuenta con un porcentaje máximo de 15%; motivo por el cual, el Trabajo de titulación es publicable.

Atentamente,

FLORES ZARRIA ERICK JULDANY
CI: 1722381686

Dedicatoria

A nuestros familiares, por su amor incondicional y su constante apoyo durante los momentos de desafío.

A nuestros amigos, por sus palabras de aliento, su comprensión y su ánimo que nos han dado fuerzas para seguir adelante.

A nuestros mentores y profesores, por su sabiduría, orientación y conocimientos que nos han guiado en este proceso de aprendizaje y crecimiento.

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios, mi familia a mis amigos por estar siempre ahí, brindándome su amistad, su ánimo y su perspectiva invaluable durante los momentos difíciles, a mis profesores y mentores por su orientación, su sabiduría y su dedicación en ayudarme a desarrollar mis habilidades y conocimientos, a mis colegas y compañeros de equipo por su colaboración, su trabajo arduo y su compromiso, que han sido fundamentales para alcanzar nuestros objetivos comunes.

Por último, agradezco a todas las personas que, de una forma u otra, han contribuido con sus ideas, su tiempo y su apoyo a la realización de este proyecto.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo desarrolla un plan de negocios digital para la tienda virtual Lounge Bar La Colina, ubicada en El Chaco, enfocándose en la comercialización de bebidas, alojamiento y turismo. El proyecto busca implementar estrategias innovadoras que integren tecnologías sostenibles y responsabilidad social para posicionarse en el mercado rural a través de un enfoque orientado al cliente y la sostenibilidad.

En el primer capítulo se define el problema central que enfrenta la tienda virtual Lounge Bar La Colina, relacionado con la necesidad de adaptarse al comercio electrónico en el sector de bebidas, estancia y turismo. Se identifican los objetivos generales y específicos del estudio, que incluyen la implementación de tecnologías digitales, el diseño de estrategias sostenibles y la mejora de la competitividad. Además, se plantea la hipótesis que guía la investigación y la justificación, resaltando la relevancia del proyecto para el desarrollo económico y social de la región amazónica. Se abordan las startups y su importancia en la innovación, el comercio electrónico como canal de ventas clave para las bebidas y el turismo, y las estrategias innovadoras aplicadas en la comercialización de estos servicios. También se discuten los modelos de negocio digitales más adecuados para startups, los factores críticos de éxito para las empresas en este sector, y la sostenibilidad como eje central en el desarrollo de nuevas empresas responsables socialmente.

El enfoque de investigación es mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. El diseño exploratorio-descriptivo permite identificar tanto los patrones de consumo de los clientes como las mejores prácticas para startups digitales en el sector de bebidas y turismo. Se utilizarán encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas para recoger datos, mientras que las técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo permitirán una comprensión profunda de las necesidades del mercado y las oportunidades de innovación. Se abordan las limitaciones del estudio, como el acceso a datos actualizados y las restricciones de tiempo.

Los resultados muestran que existe un interés creciente en el comercio electrónico y en la oferta de productos y servicios turísticos sostenibles. Los consumidores valoran la innovación en la experiencia de compra digital y la integración de prácticas responsables con el medio ambiente. Además, los emprendedores locales identifican la tecnología como un catalizador para la

diferenciación competitiva en el sector rural. Estos resultados apoyan la viabilidad del plan de negocios digital para Lounge Bar La Colina.

Basado en los resultados del análisis, se propone un plan de implementación que incluye las estrategias digitales para la tienda virtual. Se recomienda la adopción de una plataforma e-commerce optimizada, el uso de marketing digital basado en redes sociales y contenido visual, y la integración de prácticas sostenibles en la cadena de suministro. También se sugiere la creación de alianzas estratégicas con otros negocios turísticos locales para diversificar la oferta de servicios y productos. La propuesta busca maximizar la rentabilidad y contribuir al desarrollo sostenible de la región.

Se concluye que la implementación de estrategias innovadoras en el Lounge Bar La Colina potenciará su capacidad de crecimiento y diferenciación en el mercado digital. Las recomendaciones incluyen la inversión continua en tecnología y sostenibilidad, así como la capacitación del personal para gestionar eficientemente la tienda virtual y ofrecer experiencias únicas a los clientes. Se enfatiza la necesidad de monitorear las tendencias del mercado y adaptar las estrategias conforme a los cambios en las preferencias del consumidor y en el entorno competitivo.

PALABRAS CLAVE: Innovación, Lounge Bar, Desarrollo Sostenible, proyecto, startups.

ABSTRACT

This work develops a digital business plan for the virtual store Lounge Bar La Colina, located in El Chaco, focusing on the marketing of drinks, accommodation and tourism. The project seeks to implement innovative strategies that integrate sustainable technologies and social responsibility to position itself in the rural market through a customer- and sustainability-oriented approach.

The first chapter defines the central problem faced by the virtual store Lounge Bar La Colina, related to the need to adapt to electronic commerce in the beverage, accommodation and tourism sector. The general and specific objectives of the study are identified, which include the implementation of digital technologies, the design of sustainable strategies and the improvement of competitiveness. In addition, the hypothesis that guides the research and justification is proposed, highlighting the relevance of the project for the economic and social development of the Amazon region.

Startups and their importance in innovation, e-commerce as a key sales channel for beverages and tourism, and innovative strategies applied in the marketing of these services are addressed. The most suitable digital business models for startups, the critical success factors for companies in this sector, and sustainability as a central axis in the development of new socially responsible companies are also discussed.

The research approach is mixed, combining quantitative and qualitative methods. The exploratory-descriptive design allows us to identify both customer consumption patterns and best practices for digital startups in the beverage and tourism sector. Structured surveys and semi-structured interviews will be used to collect data, while quantitative and qualitative analysis techniques will enable a deep understanding of market needs and innovation opportunities. Limitations of the study, such as access to up-to-date data and time constraints, are addressed.

The results show that there is a growing interest in electronic commerce and in the offer of sustainable tourism products and services. Consumers value innovation in the digital shopping experience and the integration of environmentally responsible practices. Furthermore, local entrepreneurs identify technology as a catalyst for competitive differentiation in the rural sector. These results support the viability of the digital business plan for Lounge Bar La Colina.

Based on the results of the analysis, an implementation plan is proposed that includes digital strategies for the virtual store. The adoption of an optimized e-commerce platform, the use of digital marketing based on social networks and visual content, and the integration of sustainable

practices in the supply chain are recommended. The creation of strategic alliances with other local tourism businesses is also suggested to diversify the offer of services and products. The proposal seeks to maximize profitability and contribute to the sustainable development of the region.

It is concluded that the implementation of innovative strategies in the Lounge Bar La Colina will enhance its capacity for growth and differentiation in the digital market. Recommendations include continued investment in technology and sustainability, as well as training staff to efficiently manage the virtual store and offer unique experiences to customers. The need to monitor market trends and adapt strategies according to changes in consumer preferences and the competitive environment is emphasized.

KEYWORDS: Innovation, Lounge Bar, Sustainable Development, project, startups.

Contenido

1. INTRODUCCION	9
1.1 Planteamiento del problema.....	9
1.2 Justificación	11
1.3 Objetivos.....	13
1.3.1 Objetivo general	13
1.3.2 Objetivos específicos.....	13
1.4 Alcance y Delimitación del Estudio	13
2. CAPÍTULO II: MARCO TEORICO	15
2.1 Conceptualización de Startups	15
2.2 Comercio Electrónico y Tiendas Virtuales.....	16
2.3 Innovación en la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo	17
2.4 Modelos de Negocio Digitales.....	18
2.5 Factores Críticos de Éxito para Startups en el Sector de Bebidas y Turismo	19
2.6 Sostenibilidad y Responsabilidad Social en Startups	20
3. CAPÍTULO III: METODOLOGIA	22
3.1 Enfoque de la Investigación.....	22
3.2 Diseño de la Investigación	22
3.3 Método de Recolección de Datos	23
3.3.1. Fuentes Primarias.....	23
3.3.2. Fuentes Secundarias.....	23
3.4 Técnicas de Análisis de Datos	23
3.5 Limitaciones de la Investigación	30
4. CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA STARTUP.....	31
4.1. Análisis del Mercado de Bebidas, Estancia y Turismo en El Chaco	31
4.2 Evaluación de la Competencia.....	32
4.3 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de Lounge Bar La Colina.....	36
4.4 Identificación de Oportunidades de Innovación	36
5. CAPÍTULO V: DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS DIGITAL	38
5.1 Descripción del Modelo de Negocio de Lounge Bar La Colina.....	38

5.2	Propuesta de Valor	38
5.3	Segmentación de Mercado y Buyer Persona	38
5.4	Estrategias Innovadoras para la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo 39	
5.5	Canales de Distribución Digitales.....	40
5.6	Propuesta de Estrategias de Marketing Digital	47
5.6.1	Marketing de Contenidos.....	48
5.6.2	Publicidad Digital	49
5.6.3	Estrategias de Fidelización	50
5.7.	Sostenibilidad e Innovación en la Cadena de Suministro	52
	Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores	52
6.	CAPÍTULO V: ANALISIS FINANCIERO	53
6.1	Proyecciones Financieras.....	53
6.2	Análisis de Rentabilidad	59
6.3	Evaluación de Impacto Económico y Social	61
	Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores	61
	Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores	62
6.4	Medición del Éxito y KPI's (Indicadores Clave de Desempeño)	62
	Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores	63
	Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores	63
	Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores	63
	Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores	64
	CONCLUSIONES	64
	RECOMENDACIONES.....	65
	REFERENCIAS.....	66
	ANEXOS	68

Índice de Tablas

Tabla 1 Comparación de productos	33
Tabla 2 Competidores	34
Tabla 3. Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal)	35
Tabla 4. Productos	36
Tabla 5. Segmentación de mercado	38
Tabla 6. Buyer Persona	39
Tabla 7. Estrategias innovadoras	40
Tabla 8. Canales digitales	41
Tabla 9. Estrategias de marketing	47
Tabla 10. Marketing de contenidos	48
Tabla 11. Publicidad Digital	49
Tabla 12. Estrategias de Fidelización	51
Tabla 13. Cadena de suministro	52
Tabla 14. Impacto económico	61
Tabla 15. Impacto social	61
Tabla 16. KPI's Financieros	62
Tabla 17. KPI's de Marketing Digital	63
Tabla 18. KPI's Operativos	63
Tabla 19. KPI's de Impacto Social y Ambiental	63

Índice de Gráficos

Grafico 1. Edad	24
Gráfico 2. Genero	25
Gráfico 3. Lugar de residencia	25
Grafico 4. ¿Con qué frecuencia consume bebidas artesanales o locales?	25
Grafico 5. ¿Dónde suele comprar bebidas artesanales o locales?	26
Grafico 6.¿Qué factores considera importantes al comprar bebidas en línea? (Seleccione hasta 3)	26
Grafico 7. ¿Con qué frecuencia reserva alojamiento en línea?	27
Grafico 8. ¿Cuáles son los aspectos más importantes al seleccionar un lugar de alojamiento? (Seleccione hasta 3)	27
Grafico 9. ¿Estaría interesado en combinar alojamiento con experiencias turísticas en un solo paquete?	28
Grafico 10. ¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas le atraen más? (Seleccione hasta 3)	28
Grafico 11. ¿Cuáles serían las características más importantes para usted al usar una tienda virtual para comprar bebidas o reservar alojamiento? (Seleccione hasta 3)	29
Grafico 12. ¿Qué tan probable es que utilice una plataforma digital como Lounge Bar 'La Colina' para comprar bebidas o reservar alojamiento en El Chaco?	29
Grafico 13. ¿Qué tan importante es para usted que un negocio como Lounge Bar 'La Colina' promueva la sostenibilidad y prácticas ecológicas?	30
Grafico 14. ¿Qué innovaciones tecnológicas le gustaría ver en la plataforma digital de Lounge Bar 'La Colina'?	30
Gráfico 15. Segmentación digital	42
Grafico 16. Creación Segmento 1	42
Grafico 17. Creación Segmento 2	43
Grafico 18. Recepción de pedidos	43
Grafico 19. Creación de perfil en FanPage	44
Grafico 20. Creación de perfil en Instagram	44
Grafico 21. WhatsApp Business	45
Grafico 22. WEB Corporativa	45
Grafico 23. Ubicación	46
Grafico 24. Creación de Landing Page	46

1. INTRODUCCION

1.1 Planteamiento del problema

El rápido avance de las tecnologías digitales ha revolucionado la forma en que las empresas emergentes (startups) se desarrollan y operan, particularmente en el sector de la comercialización de bebidas, hospedaje y turismo. En regiones emergentes como El Chaco, en la Amazonía ecuatoriana, surge la necesidad de explorar nuevas formas de comercialización que aprovechen los entornos digitales para mejorar la accesibilidad a productos y servicios.

En lo que respecta al turismo notamos que los negocios gastronómicos tienen una participación constante en esta avenida donde la oferta predominante son restaurantes de 1 a 2 tenedores, huecas, panaderías, y pequeños emprendimientos que por lo general son más de tipo familiar y están dirigidos a una demanda ya existente, no se encuentran restaurantes a partir de 3 tenedores, ni bares ni cafeterías aun estando una demanda potencial que los solicita. Según las observaciones realizadas a la oferta se ha constatado que la afluencia de comensales en los establecimientos de restauración es alta.

El Lounge Bar La Colina busca posicionarse como un referente en la oferta de bebidas, hospedaje y turismo en El Chaco, mediante una tienda virtual que integre estas actividades. Sin embargo, existen desafíos importantes como la adaptación a las tecnologías, la competencia en mercados digitales, y la identificación de estrategias innovadoras que permitan a la empresa competir y prosperar en un entorno altamente competitivo. La problemática se centra en la falta de un plan estructurado que aborde la implementación de tecnologías sostenibles y prácticas innovadoras en su modelo de negocio digital, especialmente en la comercialización integrada de bebidas, estancia y turismo.

Este trabajo de investigación se propone abordar estos desafíos mediante la implementación de estrategias innovadoras en el desarrollo de un plan de negocios digital para Lounge Bar La Colina, con el objetivo de facilitar su crecimiento y competitividad en el mercado digital. La solución a esta problemática es clave para fomentar el desarrollo económico de la región, mejorar la sostenibilidad del negocio y ofrecer un servicio de calidad a los consumidores.

Este proyecto busca abordar la necesidad de Lounge Bar 'La Colina' de desarrollar estrategias innovadoras que integren tecnologías sostenibles, mejoren la competitividad y aprovechen el entorno digital para comercializar sus productos y servicios de manera eficiente. La problemática central se concentra en cómo implementar estas estrategias para optimizar la comercialización de bebidas, alojamiento y turismo, y asegurar un crecimiento sostenible y competitivo en un mercado digital emergente como el de El Chaco.

El principal problema de investigación es: **¿Cómo implementar estrategias innovadoras en el plan de negocios digital de Lounge Bar 'La Colina' para optimizar la comercialización de bebidas, estancia y turismo, y mejorar la competitividad en el entorno digital de El Chaco?**

Problemas Científicos

Falta de adaptación tecnológica: Lounge Bar 'La Colina' enfrenta dificultades en la implementación de tecnologías digitales sostenibles y eficientes que permitan mejorar la comercialización de sus productos y servicios de manera integrada.

Competencia en el mercado digital: Aunque existe una demanda potencial por servicios diferenciados en la región, Lounge Bar 'La Colina' debe competir con otros emprendimientos que también buscan digitalizar sus ofertas, lo cual exige una estrategia innovadora que permita destacarse.

Sostenibilidad e innovación en la oferta: La falta de integración de prácticas innovadoras y sostenibles en el modelo de negocio actual limita el crecimiento de Lounge Bar 'La Colina' y su capacidad para atraer una clientela que valore la sostenibilidad en sus decisiones de consumo.

Desarrollo económico local: Existe una necesidad de diseñar un plan de negocio que no solo beneficie a Lounge Bar 'La Colina', sino que también fomente el desarrollo económico de la región a través del turismo, la gastronomía y el alojamiento sostenibles.

1.2 Justificación

El desarrollo de startups en el sector de bebidas, estancia y turismo ha mostrado un crecimiento significativo, impulsado por el auge del comercio electrónico y la creciente demanda de experiencias personalizadas y sostenibles por parte de los consumidores. Lounge Bar La Colina, situado en la ciudad de El Chaco, busca aprovechar esta tendencia mediante la implementación de un modelo de negocio innovador basado en una plataforma digital que integre la comercialización de bebidas, servicios de hospedaje y paquetes turísticos.

La justificación de este estudio radica en múltiples factores que lo hacen relevante, tanto desde una perspectiva empresarial como social y académica.

El auge del comercio electrónico y las plataformas digitales en la comercialización de bienes y servicios ha creado un ambiente favorable para el desarrollo de startups, especialmente en sectores como el de bebidas, turismo y hospedaje. El Lounge Bar La Colina busca aprovechar esta tendencia, pero se enfrenta a la necesidad de adoptar estrategias innovadoras que no solo impulsen sus ventas, sino que también lo hagan socialmente responsable y sostenible.

La importancia de este estudio radica en la necesidad de diseñar un plan de negocios digital eficiente que combine estas estrategias innovadoras para ayudar a la empresa a crecer de manera rentable y sostenible. Además, este trabajo aportará conocimientos relevantes a la literatura académica sobre startups en entornos rurales y digitales, con un enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social, lo cual es particularmente relevante en una región como El Chaco, donde el turismo y la economía local pueden beneficiarse de estas prácticas.

Este estudio es justificado por su potencial para generar un impacto positivo tanto en el ámbito empresarial, social como académico, proporcionando un enfoque novedoso para la creación y el crecimiento de startups digitales en entornos rurales como El Chaco, con una visión de sostenibilidad y responsabilidad social.

Variables

Variable Independiente:

- Implementación de estrategias innovadoras en el plan de negocios digital.

Esta variable se refiere a la integración de tecnologías sostenibles, innovaciones en los procesos de comercialización, y prácticas digitales avanzadas para mejorar la competitividad de Lounge Bar 'La Colina'.

Variables Dependientes:

- Crecimiento de la competitividad en el mercado digital.

Se refiere a la capacidad del Lounge Bar 'La Colina' de posicionarse frente a sus competidores, aumentar su participación en el mercado, y mejorar su oferta de bebidas, alojamiento y turismo.

- Optimización de la comercialización de bebidas, estancia y turismo.

Mide la eficacia con la que Lounge Bar 'La Colina' integra sus productos y servicios en su plataforma digital, y cómo esto impacta en la satisfacción del cliente y en las ventas.

- Desarrollo económico local.

Evaluará el impacto de Lounge Bar 'La Colina' en la economía de El Chaco a través de la atracción de turistas, generación de empleo y promoción de un turismo sostenible.

Ideas a Defender

Hipótesis Principal:

La implementación de estrategias innovadoras en el plan de negocios digital de Lounge Bar 'La Colina' aumentará significativamente su competitividad en el mercado digital de El Chaco, optimizando la comercialización integrada de bebidas, alojamiento y turismo.

Hipótesis Secundarias:

La adopción de tecnologías digitales sostenibles permitirá a Lounge Bar 'La Colina' mejorar su eficiencia operativa y ofrecer una experiencia de usuario más satisfactoria.

La innovación en la oferta de productos y servicios diferenciará a Lounge Bar 'La Colina' de otros negocios locales, atrayendo a un público más amplio y consciente de la sostenibilidad.

La correcta implementación del plan de negocios digital contribuirá al desarrollo económico de El Chaco, al aumentar la afluencia turística y generar nuevas oportunidades de empleo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Desarrollar e implementar un plan de negocios digital para Lounge Bar La Colina, que integre estrategias innovadoras en la comercialización de bebidas, hospedaje y turismo, con el fin de mejorar la competitividad, sostenibilidad y responsabilidad social de la empresa en El Chaco.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar y analizar las tendencias actuales en la comercialización digital de bebidas, hospedaje y turismo.
- Diseñar estrategias innovadoras que promuevan la sostenibilidad y la responsabilidad social dentro del modelo de negocio del Lounge Bar La Colina.
- Evaluar la viabilidad financiera y operacional de implementar el plan de negocios digital.
- Proponer indicadores clave de desempeño (KPI) que permitan medir el éxito y el impacto de las estrategias implementadas.

1.4 Alcance y Delimitación del Estudio

Este estudio se centrará en el desarrollo y la implementación de un plan de negocios digital para Lounge Bar La Colina, localizado en la ciudad de El Chaco, Ecuador. El trabajo cubrirá los aspectos de comercialización de bebidas, alojamiento y turismo a través de una plataforma virtual, integrando estrategias innovadoras y sostenibles.

La investigación tendrá un enfoque cualitativo y cuantitativo, recopilando datos de fuentes primarias, como entrevistas a expertos en startups y comercio digital, así como datos secundarios de la industria del turismo y la hospitalidad. Las recomendaciones se aplicarán específicamente a Lounge Bar La Colina, pero los hallazgos podrían adaptarse a otros negocios similares en la región amazónica o en otros entornos rurales.

Variables

Variable Independiente:

- Implementación de estrategias innovadoras en el plan de negocios digital.

Esta variable se refiere a la integración de tecnologías sostenibles, innovaciones en los procesos de comercialización, y prácticas digitales avanzadas para mejorar la competitividad de Lounge Bar 'La Colina'.

Variables Dependientes:

- Crecimiento de la competitividad en el mercado digital.

Se refiere a la capacidad del Lounge Bar 'La Colina' de posicionarse frente a sus competidores, aumentar su participación en el mercado, y mejorar su oferta de bebidas, alojamiento y turismo.

- Optimización de la comercialización de bebidas, estancia y turismo.

Mide la eficacia con la que Lounge Bar 'La Colina' integra sus productos y servicios en su plataforma digital, y cómo esto impacta en la satisfacción del cliente y en las ventas.

- Desarrollo económico local.

Evaluará el impacto de Lounge Bar 'La Colina' en la economía de El Chaco a través de la atracción de turistas, generación de empleo y promoción de un turismo sostenible.

Ideas a Defender

Hipótesis Principal:

La implementación de estrategias innovadoras en el plan de negocios digital de Lounge Bar 'La Colina' aumentará significativamente su competitividad en el mercado digital de El Chaco, optimizando la comercialización integrada de bebidas, alojamiento y turismo.

Hipótesis Secundarias:

La adopción de tecnologías digitales sostenibles permitirá a Lounge Bar 'La Colina' mejorar su eficiencia operativa y ofrecer una experiencia de usuario más satisfactoria.

La innovación en la oferta de productos y servicios diferenciará a Lounge Bar 'La Colina' de otros negocios locales, atrayendo a un público más amplio y consciente de la sostenibilidad.

La correcta implementación del plan de negocios digital contribuirá al desarrollo económico de El Chaco, al aumentar la afluencia turística y generar nuevas oportunidades de empleo.

2. CAPÍTULO II: MARCO TEORICO

2.1 Conceptualización de Startups

Las startups son empresas emergentes caracterizadas por su capacidad para crecer rápidamente y su fuerte enfoque en la innovación, usualmente en sectores relacionados con la tecnología. A diferencia de las empresas tradicionales, las startups buscan modelos de negocio escalables que les permitan expandirse de manera rápida y eficiente.

De acuerdo con Ries (2011), una startup es “una institución humana diseñada para crear un nuevo producto o servicio bajo condiciones de extrema incertidumbre”. En el contexto del Lounge Bar La Colina, esta conceptualización se aplica a su modelo de negocio digital, que busca diferenciarse de otros emprendimientos tradicionales de bebidas y turismo mediante el uso de tecnología y estrategias innovadoras para satisfacer la demanda en la región de El Chaco.

Las startups también suelen operar con estructuras flexibles y ágiles, lo que les permite adaptarse rápidamente a cambios en el mercado. Este atributo es crucial en sectores tan dinámicos como el turismo y la hostelería, donde las necesidades de los clientes pueden variar rápidamente debido a factores externos como las condiciones económicas o las tendencias del consumidor.

Las startups, tal como se entienden hoy, son empresas emergentes enfocadas en el desarrollo rápido y escalable a través de la innovación. Blank y Dorf (2020) destacan que una startup es una organización temporal diseñada para buscar un modelo de negocio repetible y escalable. En este contexto, las startups, como Lounge Bar La Colina, se diferencian de las empresas tradicionales en su capacidad para adaptarse rápidamente a las demandas del mercado, utilizando tecnologías digitales para crear y entregar valor de manera ágil.

Según Neck y Greene (2019), las startups también se caracterizan por operar en condiciones de alta incertidumbre, lo que las obliga a iterar continuamente su producto o servicio en busca del ajuste perfecto entre el producto y el mercado. Lounge Bar La Colina, al operar en el sector de bebidas, estancia y turismo, debe continuamente ajustarse a las cambiantes preferencias del consumidor, aprovechando la tecnología para ofrecer una experiencia de cliente mejorada y personalizada.

Las startups son definidas comúnmente como empresas emergentes caracterizadas por su capacidad de escalar rápidamente y su enfoque en la innovación. Según De Massis et al. (2021), las startups buscan innovar en modelos de negocio, productos o servicios con el fin de obtener una ventaja competitiva en mercados disruptivos. Para Lounge Bar La Colina, el contexto de startup implica una fuerte dependencia de la innovación tecnológica y la capacidad de adaptación rápida para capitalizar las oportunidades del mercado en el sector de bebidas y turismo.

En su revisión sobre startups, Kuckertz et al. (2020) identifican la necesidad de que estas empresas mantengan una estrategia flexible, especialmente durante las primeras fases de desarrollo, para sobrevivir a la incertidumbre y maximizar su crecimiento. Lounge Bar La Colina, en este sentido, debe buscar un modelo de negocio escalable que aproveche la tecnología para mejorar su eficiencia operativa y llegar a una mayor audiencia.

2.2 Comercio Electrónico y Tiendas Virtuales

El comercio electrónico se refiere a la compra y venta de bienes o servicios a través de plataformas digitales. Según Laudon y Traver (2020), el comercio electrónico ha transformado el comportamiento del consumidor, permitiendo el acceso a productos y servicios en cualquier momento y desde cualquier lugar.

Las tiendas virtuales son una de las manifestaciones más visibles del comercio electrónico. Este tipo de plataforma permite a los consumidores realizar transacciones a través de interfaces en línea, sin necesidad de interacciones físicas. Lounge Bar La Colina, como startup, utiliza esta modalidad para comercializar sus productos y servicios, aprovechando las ventajas que ofrecen las plataformas digitales para alcanzar un público más amplio y diverso, que de otra manera no tendría acceso a los productos y experiencias ofertadas.

El comercio electrónico también permite a las startups reducir costos operacionales al eliminar la necesidad de grandes infraestructuras físicas. A través de tecnologías como el marketing digital y la automatización de procesos, las tiendas virtuales optimizan sus operaciones, mejorando la eficiencia y reduciendo tiempos de entrega, lo cual es esencial para competir en mercados globales o altamente localizados como El Chaco.

El comercio electrónico ha transformado significativamente la forma en que las empresas interactúan con sus consumidores. Las tiendas virtuales, que facilitan las transacciones comerciales a través de plataformas digitales, se han convertido en un canal esencial para la venta de productos y servicios. Según Chaffey y Ellis-Chadwick (2019), el comercio electrónico permite a las empresas alcanzar un público global, reducir costos operativos y mejorar la eficiencia de sus procesos.

Para startups como Lounge Bar La Colina, la adopción de un modelo de tienda virtual permite ofrecer sus productos y servicios a un mercado más amplio, sin las limitaciones físicas que enfrentan los establecimientos tradicionales. La plataforma digital no solo facilita la venta de bebidas, sino que también integra la oferta de servicios de estancia y turismo, creando una experiencia de cliente completa y coherente. Este enfoque se alinea con la creciente tendencia de las empresas a centrarse en la omnicanalidad para mejorar la accesibilidad y conveniencia para el cliente (Grewal, Roggeveen & Nordfält, 2017).

El comercio electrónico ha transformado el panorama empresarial en los últimos años, brindando a las empresas acceso a mercados más amplios y oportunidades para mejorar la interacción con los clientes. Grewal et al. (2020) destacan que las tiendas virtuales permiten a las empresas reducir costos operativos, mejorar la eficiencia logística y ofrecer una experiencia de compra personalizada. Lounge Bar La Colina puede aprovechar estos beneficios al implementar una tienda virtual que ofrezca bebidas, paquetes turísticos y reservas de estancia.

Según Hajli (2020), la clave para el éxito del comercio electrónico radica en la confianza que las plataformas generan en los usuarios. Lounge Bar La Colina debe centrarse en construir una experiencia de usuario fluida y confiable para fomentar la lealtad del cliente. Además, la digitalización permite un enfoque omnicanal, que integra múltiples puntos de contacto con los clientes y mejora la satisfacción general (Verhoef et al., 2019).

2.3 Innovación en la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo

La innovación es un componente clave para diferenciarse en un mercado competitivo, especialmente en el sector de bebidas, estancia y turismo. Pisano (2019) define la innovación como la aplicación de ideas nuevas y creativas que agregan valor, tanto en términos de productos y

servicios, como en procesos internos. Lounge Bar La Colina puede implementar innovación mediante la personalización de sus ofertas, el uso de análisis de datos para predecir tendencias y preferencias del cliente, y la creación de experiencias únicas que combinen hospitalidad, gastronomía y turismo.

Por ejemplo, el uso de tecnologías de realidad virtual para mostrar experiencias turísticas inmersivas ha ganado popularidad en los últimos años, ofreciendo a los consumidores una forma innovadora de interactuar con los servicios antes de realizar una compra (Buhalis & Sinarta, 2019). Lounge Bar La Colina puede adoptar este tipo de innovaciones para enriquecer la experiencia del cliente y fomentar la diferenciación en el mercado.

La innovación es esencial para que las empresas se diferencien en mercados competitivos. Según De Medeiros et al. (2022), las empresas deben adoptar estrategias de innovación tanto en productos como en procesos para capturar valor en la industria de la hospitalidad. Lounge Bar La Colina tiene la oportunidad de innovar no solo en la forma en que comercializa bebidas y turismo, sino también en la manera en que se integra digitalmente con los clientes, ofreciendo experiencias personalizadas y diferenciadas.

Un área clave de innovación en la comercialización es el uso de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y la realidad virtual para crear experiencias interactivas y personalizadas para los clientes (Buhalis & Sinarta, 2019). Lounge Bar La Colina puede implementar estas tecnologías para mejorar la experiencia de los clientes en la compra de paquetes turísticos o en la selección de bebidas, agregando valor a su propuesta.

2.4 Modelos de Negocio Digitales

Los modelos de negocio digitales son estructuras que permiten a las empresas generar valor utilizando tecnologías digitales como base de sus operaciones. En los últimos años, la digitalización ha permitido la creación de modelos de negocio innovadores que aprovechan la conectividad global para ofrecer productos y servicios de forma más eficiente y personalizada (Wirtz et al., 2019). Lounge Bar La Colina se posiciona como una startup con un modelo de negocio digital centrado en la experiencia del cliente, utilizando plataformas en línea para comercializar bebidas, gestionar reservas de estancia y ofrecer paquetes turísticos.

Un aspecto clave de los modelos de negocio digitales es su capacidad para escalar rápidamente, lo que permite a startups como Lounge Bar La Colina expandirse a nuevos mercados sin necesidad de grandes inversiones en infraestructura física (Al-Debei & Avison, 2018). Además, la digitalización facilita la recolección y análisis de datos, lo que permite a las empresas tomar decisiones más informadas y ofrecer productos y servicios más personalizados.

Los modelos de negocio digitales se están convirtiendo en el estándar para empresas que buscan mantenerse competitivas en la era de la digitalización. Wirtz et al. (2019) definen los modelos de negocio digitales como aquellos que integran tecnologías digitales para generar valor de manera innovadora y eficiente. Lounge Bar La Colina tiene el potencial de desarrollar un modelo de negocio digital que combine la venta de bebidas y turismo con la gestión de reservas de estancia, optimizando la experiencia del cliente a través de plataformas en línea.

Según Guo et al. (2020), la clave para un modelo de negocio digital exitoso es la capacidad de escalar rápidamente sin necesidad de aumentar proporcionalmente la estructura física o los recursos humanos. Lounge Bar La Colina puede beneficiarse de este enfoque, utilizando tecnologías digitales para automatizar procesos, mejorar la eficiencia operativa y expandirse a nuevos mercados sin los costos asociados con un crecimiento físico tradicional.

2.5 Factores Críticos de Éxito para Startups en el Sector de Bebidas y Turismo

El éxito de las startups en el sector de bebidas y turismo depende de varios factores críticos, entre los que destacan la innovación, la capacidad de adaptación y la experiencia del cliente. Según Ries (2020), uno de los factores más importantes es la capacidad de una startup para encontrar el ajuste adecuado entre su producto y el mercado. Lounge Bar La Colina debe comprender las necesidades y expectativas de sus clientes, ajustando continuamente su oferta para satisfacer estas demandas.

Además, la adopción de tecnologías digitales es esencial para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Las startups exitosas en este sector deben ser capaces de implementar herramientas tecnológicas que les permitan optimizar sus procesos, mejorar la comunicación con los clientes y ofrecer servicios más personalizados (Dissanayake et al., 2020).

Otro factor crítico es la creación de alianzas estratégicas. En el caso de Lounge Bar La Colina, establecer relaciones con proveedores locales y agencias de turismo puede ser fundamental para el éxito del negocio, permitiendo una mayor diversificación de sus ofertas y la creación de experiencias más completas para sus clientes (Yoon, Song & Park, 2019).

El éxito de una startup en el sector de bebidas y turismo depende de la capacidad de la empresa para ofrecer una propuesta de valor diferenciada, mientras se mantiene competitiva a través de la innovación y la tecnología. Ries (2020) destaca que uno de los factores clave para el éxito de las startups es su capacidad para iterar rápidamente sus modelos de negocio, ajustándose a las cambiantes necesidades del mercado.

Según Zhang et al. (2021), la capacidad de las startups para formar alianzas estratégicas también es un factor crítico de éxito. Para Lounge Bar La Colina, la colaboración con proveedores locales y operadores turísticos puede generar una ventaja competitiva en el mercado, creando ofertas integradas y diferenciadas. Además, la capacidad para analizar y usar datos de manera eficiente es crucial para mejorar la experiencia del cliente y optimizar las operaciones (Yoon et al., 2020).

2.6 Sostenibilidad y Responsabilidad Social en Startups

La sostenibilidad y la responsabilidad social son cada vez más importantes para las startups, especialmente en sectores como el turismo, donde los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus decisiones de compra. Según Elkington (2018), las empresas deben adoptar una perspectiva de Triple Bottom Line, enfocándose no solo en generar beneficios económicos, sino también en contribuir al bienestar social y ambiental.

Para Lounge Bar La Colina, la sostenibilidad puede ser un diferenciador clave en su modelo de negocio, permitiéndole atraer a consumidores interesados en prácticas empresariales responsables. La implementación de tecnologías sostenibles en la cadena de suministro, la utilización de materiales reciclados y el apoyo a las comunidades locales son algunas de las prácticas que pueden ayudar a la empresa a alinearse con las expectativas de los consumidores actuales (Bocken, Short & Evans, 2018).

Además, la responsabilidad social no solo genera beneficios a largo plazo para la empresa, sino que también puede mejorar su reputación y legitimidad en la comunidad local. Lounge Bar La Colina puede asumir un papel activo en el desarrollo de su comunidad, contribuyendo al empleo local y participando en iniciativas de desarrollo sostenible que beneficien a la región de El Chaco (Kraus et al., 2020).

La sostenibilidad y la responsabilidad social han cobrado una importancia creciente en las estrategias de negocio, especialmente para startups en sectores sensibles como el turismo y la hospitalidad. Según Schaltegger et al. (2019), las startups que integran prácticas sostenibles en su modelo de negocio pueden beneficiarse tanto a nivel reputacional como en términos de eficiencia operativa.

Para Lounge Bar La Colina, adoptar un enfoque sostenible implica no solo el uso de tecnologías limpias, sino también la contribución activa al desarrollo de la comunidad local. Esto puede incluir el uso de insumos locales y sostenibles, la implementación de prácticas de ahorro energético y la minimización del desperdicio (Bocken et al., 2020). Además, según García-Rosell et al. (2021), las empresas que integran la responsabilidad social en su estrategia empresarial son más capaces de atraer a consumidores conscientes, generando lealtad y diferenciación en el mercado.

3. CAPÍTULO III: METODOLOGIA

3.1 Enfoque de la Investigación

El enfoque de esta investigación es de tipo mixto, integrando tanto elementos cuantitativos como cualitativos. Este enfoque permite obtener una comprensión completa de los fenómenos asociados a la creación de un startup digital para la comercialización de bebidas, estancia y turismo en un entorno rural como El Chaco.

- **Cuantitativo:** Se recogerán datos estructurados y numéricos a través de encuestas a clientes potenciales y actuales del Lounge Bar La Colina. Este enfoque se utilizará para medir las preferencias de consumo, la percepción de la tienda virtual y las expectativas sobre la oferta de productos y servicios.
- **Cualitativo:** Se realizará a través de entrevistas semiestructuradas con emprendedores y expertos del sector de bebidas y turismo. Este enfoque permitirá explorar en profundidad las oportunidades y desafíos del negocio digital, así como identificar prácticas innovadoras y sostenibles.

El enfoque mixto es adecuado porque proporciona una base empírica sólida y a la vez permite la interpretación de las percepciones y experiencias subjetivas de los actores involucrados.

3.2 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es exploratorio-descriptivo.

- **Exploratorio:** La investigación explora un área relativamente nueva en el contexto de El Chaco, donde el comercio electrónico y los modelos de negocios digitales aún están en una fase emergente, especialmente en lo relacionado con la comercialización de bebidas y turismo. El objetivo es identificar tendencias, desafíos y oportunidades no estudiadas previamente en profundidad en este contexto geográfico y económico.
- **Descriptivo:** A su vez, se busca describir las características de los consumidores locales y turistas que podrían ser usuarios de la tienda virtual. Además, se describirán las prácticas innovadoras en la gestión de la tienda, la sostenibilidad en la operación del negocio, y la integración de tecnologías digitales en la comercialización.

Este diseño permite tanto una exploración inicial del tema como una descripción detallada de los elementos que caracterizan el modelo de negocio digital y su aplicación en un entorno rural.

3.3 Método de Recolección de Datos

Para recopilar la información necesaria, se empleará la encuesta estructurada.

3.3.1. Fuentes Primarias

- **Encuestas estructuradas:** Se aplicarán encuestas a los clientes actuales y potenciales del Lounge Bar La Colina, así como a turistas que visitan El Chaco. Las encuestas contendrán preguntas cerradas y escalas de Likert para evaluar el interés en el servicio, la percepción del valor agregado de la oferta turística y de bebidas, y la aceptación de la tienda virtual como medio de compra.

3.3.2. Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias incluirán la revisión exhaustiva de literatura científica reciente, informes sectoriales, bases de datos de comercio electrónico, estudios de casos de startups exitosas en la industria de bebidas y turismo, y estadísticas relevantes proporcionadas por entidades públicas y privadas. Se hará uso de bibliografía académica publicada en los últimos cinco años, documentos oficiales de organismos turísticos y de comercio electrónico, así como informes de mercado.

3.4 Técnicas de Análisis de Datos

El análisis de datos se realizará utilizando métodos cuantitativos y cualitativos.

- **Análisis Cuantitativo:** Los datos recopilados de las encuestas se analizarán con herramientas estadísticas como Google Forms. Se utilizarán técnicas de estadística descriptiva para obtener un perfil claro de los consumidores y turistas, mientras que el análisis multivariante permitirá identificar patrones en las preferencias de compra y consumo. Además, se realizarán correlaciones para evaluar la relación entre la satisfacción del cliente y el uso de la tienda virtual.
- **Análisis Cualitativo:** El análisis cualitativo de las entrevistas se llevará a cabo utilizando el método de análisis temático, que permitirá identificar patrones, temas recurrentes y perspectivas claves relacionadas con las oportunidades y desafíos de las startups en el sector de bebidas y turismo. Se hará uso de software de análisis cualitativo como NVivo para organizar y categorizar los datos.

El enfoque mixto de análisis permitirá una triangulación de los resultados, ofreciendo así una visión más completa y enriquecida de los hallazgos.

Para calcular el tamaño de muestra necesario para la aplicación de la encuesta con una población de 1000 personas, un nivel de confianza del 95%, y un margen de error del 5%, utilizaremos la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Donde:

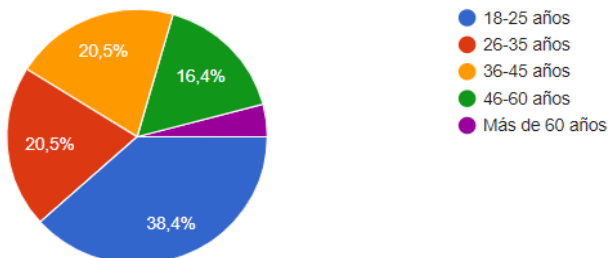
- N es el tamaño de la población (1000).
- Z es el valor crítico de la distribución normal estándar para el nivel de confianza deseado. Para un nivel de confianza del 95%, $Z \approx 1.96$
- p es la proporción estimada de respuestas deseada en la población (0.5 para máxima variabilidad, dado que no tenemos una estimación precisa).
- E es el margen de error deseado como fracción decimal (0.05 en este caso).

Por lo tanto, el tamaño de muestra necesario para esta encuesta en una población de 1000 personas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, es aproximadamente 67 personas.

Encuesta de Percepción e Innovación en Lounge Bar 'La Colina'

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdPFPCPaEIDWGDzVTbCWRkX58Pp9SPs6FwxmGymmtEkC9XhUg/viewform?usp=sf_link

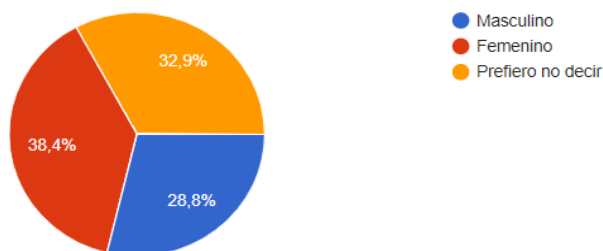
Grafico 1. Edad



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: Los encuestados entre 26-35 años son la mayoría, con el 38.4% (28 personas), seguidos por los de 36-45 años con el 20.5% (15 personas). La audiencia es predominantemente adulta joven, un grupo clave para la tienda virtual.

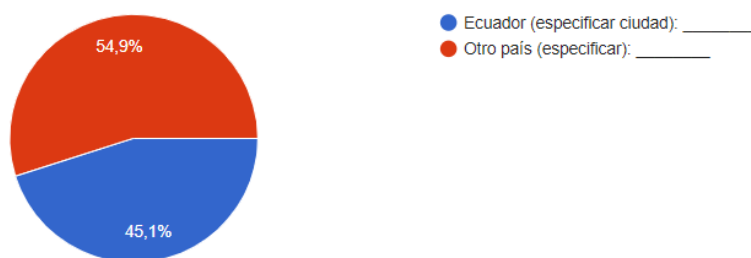
Gráfico 2. Genero



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: El 38,4% de los encuestados son hombres (28 personas), el 32,9% mujeres (24 personas), y el 28,8% (21 personas) prefieren no decir su género. Esto sugiere una audiencia balanceada en términos de género, pero con una ligera predominancia masculina.

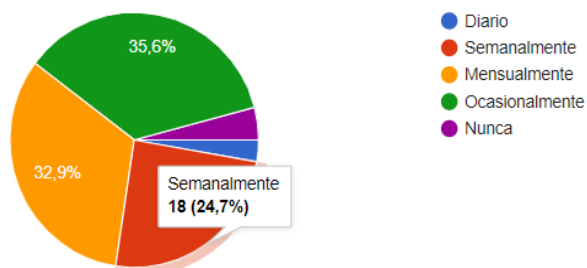
Gráfico 3. Lugar de residencia



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: El 54,9% (39 personas) reside en Ecuador, mientras que el 45,1% (32 personas) proviene de otros países. Este dato indica una posibilidad de expansión hacia un mercado internacional.

Gráfico 4. ¿Con qué frecuencia consume bebidas artesanales o locales?

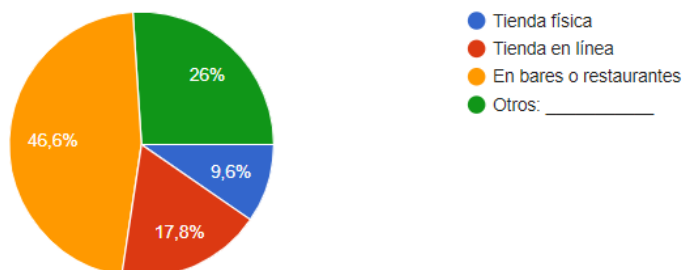


Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: El 35,6% (26 personas) consume bebidas artesanales ocasionalmente, seguido por el 32,9% (24 personas) que lo hace semanalmente. Esto sugiere una base de clientes estable que

consume regularmente.

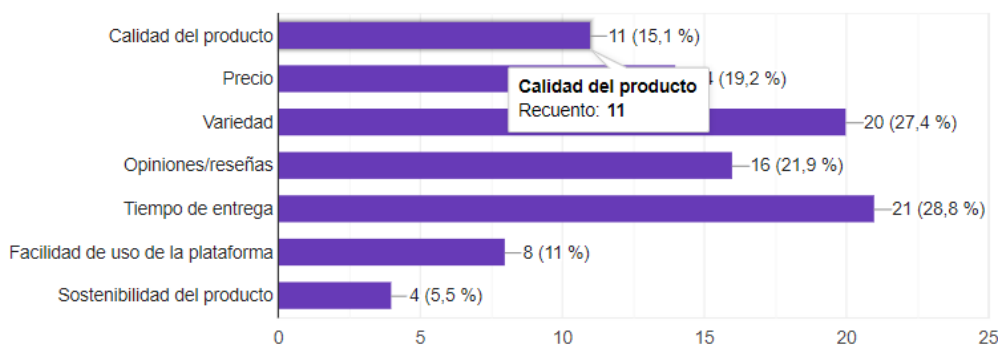
Grafico 5. ¿Dónde suele comprar bebidas artesanales o locales?



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: El 46.6% (34 personas) prefiere comprar bebidas en bares o restaurantes, mientras que un 26% (19 personas) lo hace en línea. Aunque la compra física sigue predominando, el comercio en línea tiene un papel significativo.

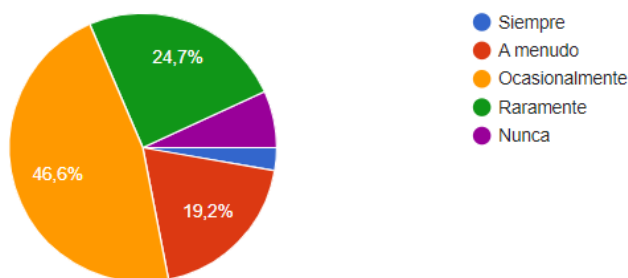
Grafico 6. ¿Qué factores considera importantes al comprar bebidas en línea? (Seleccione hasta 3)



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: Los factores más importantes son la facilidad de uso de la plataforma (28.8%, 21 personas) y el tiempo de entrega (27.4%, 20 personas). La funcionalidad y eficiencia de la plataforma son cruciales para el éxito del negocio.

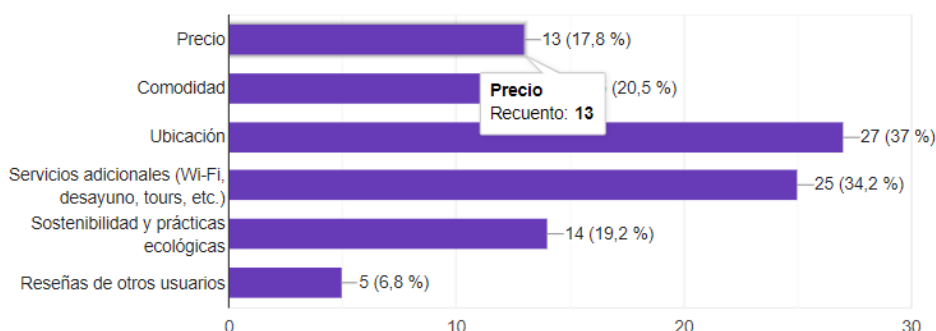
Grafico 7. ¿Con qué frecuencia reserva alojamiento en línea?



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: El 46.6% (34 personas) reserva alojamiento en línea ocasionalmente, mientras que el 24.7% (18 personas) lo hace a menudo. Hay una demanda significativa para las reservas de alojamiento en línea, aunque no es algo cotidiano para todos los usuarios.

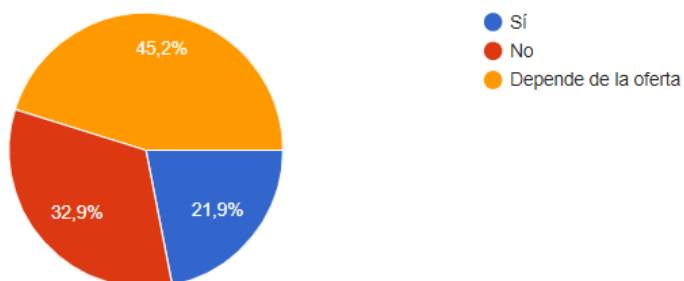
Grafico 8. ¿Cuáles son los aspectos más importantes al seleccionar un lugar de alojamiento? (Seleccione hasta 3)



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: El precio es el factor más importante para el 37% (27 personas), seguido de la comodidad (34.2%, 25 personas). Los consumidores buscan ofertas asequibles y confortables, pero la ubicación y los servicios adicionales también juegan un papel importante.

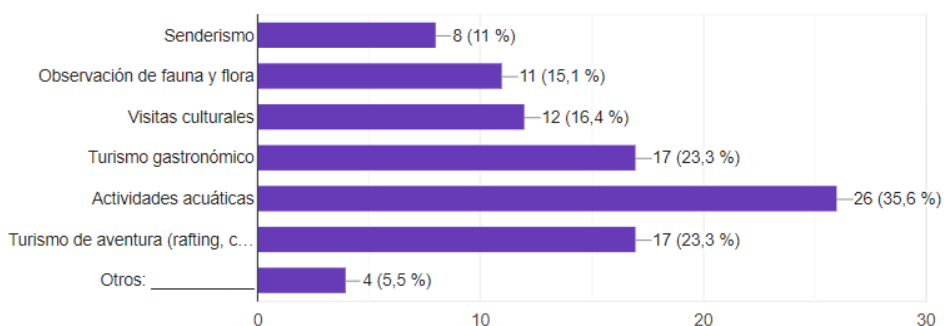
Grafico 9. ¿Estaría interesado en combinar alojamiento con experiencias turísticas en un solo paquete?



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: El 45.2% (33 personas) está interesado en combinar alojamiento con experiencias turísticas, lo que revela una clara oportunidad para crear paquetes que incluyan ambos servicios.

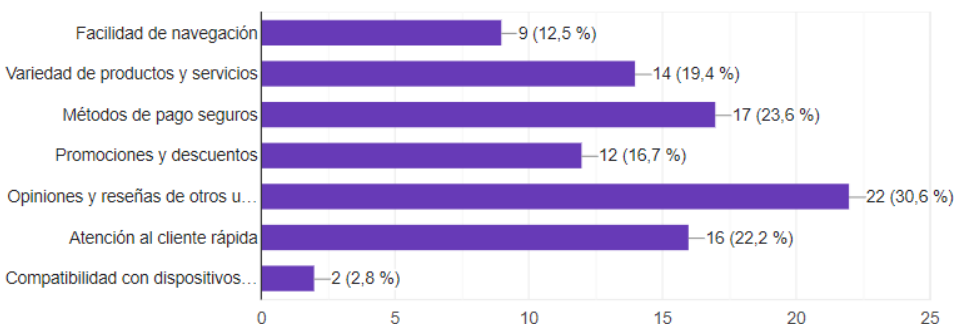
Grafico 10. ¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas le atraen más? (Seleccione hasta 3)



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: Las más populares son el turismo gastronómico (35.6%, 26 personas) y las actividades acuáticas (23.3%, 17 personas). Esto sugiere que los consumidores están interesados principalmente en experiencias culinarias y de aventura.

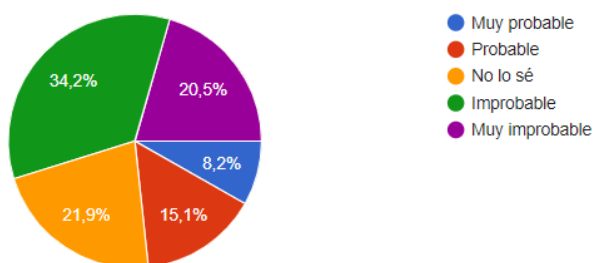
Grafico 11. *¿Cuáles serían las características más importantes para usted al usar una tienda virtual para comprar bebidas o reservar alojamiento? (Seleccione hasta 3)*



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: La facilidad de navegación (30.6%, 22 personas) y las reseñas de otros usuarios (22.2%, 16 personas) son las características más valoradas. Una plataforma intuitiva con opiniones fiables es clave para captar clientes.

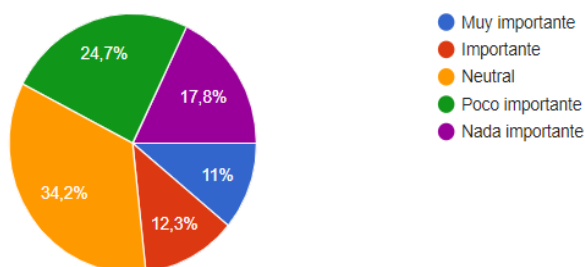
Grafico 12. *¿Qué tan probable es que utilice una plataforma digital como Lounge Bar 'La Colina' para comprar bebidas o reservar alojamiento en El Chaco?*



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: Un 34.2% (25 personas) considera improbable usar la plataforma, mientras que solo un 15.1% (11 personas) lo considera probable. Esto sugiere que es necesario mejorar la oferta o experiencia para aumentar el interés.

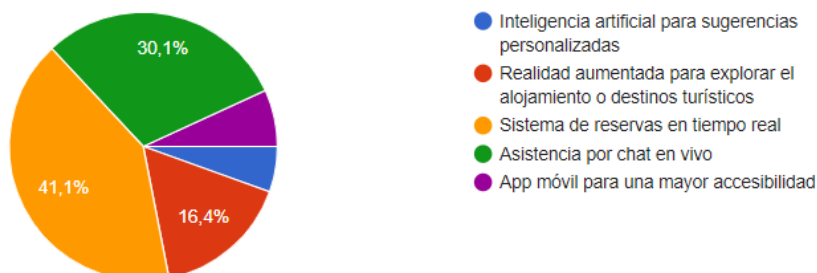
Grafico 13. ¿Qué tan importante es para usted que un negocio como Lounge Bar 'La Colina' promueva la sostenibilidad y prácticas ecológicas?



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: El 34.2% (25 personas) considera que la sostenibilidad es poco importante, mientras que solo el 11% (8 personas) la considera muy importante. Aunque hay un interés creciente en la sostenibilidad, no es un factor decisivo para la mayoría de los encuestados.

Grafico 14. ¿Qué innovaciones tecnológicas le gustaría ver en la plataforma digital de Lounge Bar 'La Colina'?



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Análisis: Un 41.1% (30 personas) desea un sistema de reservas en tiempo real, mientras que el 30.1% (22 personas) prefiere asistencia por chat en vivo. La innovación tecnológica es clave para mejorar la experiencia del cliente y atraer a más usuarios.

3.5 Limitaciones de la Investigación

Entre las limitaciones más significativas de la investigación se encuentran:

Acceso a datos: Dado que El Chaco es una región rural, puede haber dificultades en la obtención de información estadística actualizada y relevante sobre el comercio electrónico en el sector de bebidas y turismo en esta zona.

Tamaño de muestra limitado: El número de participantes disponibles para encuestas y entrevistas

podría ser limitado, lo que podría influir en la representatividad de los resultados. Sin embargo, se intentará mitigar esta limitación diversificando las fuentes de datos y utilizando técnicas estadísticas robustas.

Cambios en las tendencias del mercado: El comercio electrónico y el sector turístico son altamente dinámicos y susceptibles a cambios rápidos en tendencias tecnológicas y de consumo. Las conclusiones de la investigación podrían verse afectadas por estos cambios antes de que puedan implementarse de manera efectiva.

Recursos: El tiempo y los recursos disponibles para llevar a cabo el estudio pueden restringir el alcance de algunas actividades planificadas, lo cual podría influir en la profundidad del análisis de algunos temas.

A pesar de estas limitaciones, la investigación busca proporcionar una base sólida para la implementación del modelo de negocio digital del Lounge Bar La Colina y ofrecer recomendaciones útiles para la sostenibilidad y escalabilidad del proyecto en el futuro.

Esta metodología establece un marco riguroso para abordar los objetivos de investigación y permite obtener conclusiones relevantes que apoyen el desarrollo y éxito de la tienda virtual Lounge Bar La Colina en un entorno rural como El Chaco.

4. CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA STARTUP

4.1. Análisis del Mercado de Bebidas, Estancia y Turismo en El Chaco

Descripción del Mercado Local: El Chaco, una ciudad ubicada en la provincia de Napo, Ecuador, es un lugar emergente en el turismo, favorecido por su proximidad a la Amazonía y su atractivo natural. Con una creciente demanda de servicios turísticos, el mercado de bebidas, estancia y turismo está en expansión, especialmente impulsado por viajeros que buscan experiencias auténticas y sostenibles.

El mercado de bebidas en la región está compuesto por bares, restaurantes y pequeños negocios que ofrecen una mezcla de productos tradicionales locales y marcas comerciales. La tendencia hacia el consumo de bebidas artesanales, especialmente aquellas con ingredientes locales como frutas amazónicas y caña de azúcar, está en auge.

En cuanto a la estancia, El Chaco presenta una mezcla de alojamientos turísticos, desde hostales económicos hasta lodges ecológicos que se alinean con las tendencias del turismo sostenible. Los

visitantes buscan experiencias inmersivas, que incluyan la conexión con la naturaleza y la cultura local.

Segmentación del Mercado Objetivo: El mercado objetivo de Lounge Bar La Colina se segmenta en dos grupos principales:

Turistas Nacionales e Internacionales: Este grupo incluye viajeros que visitan la Amazonía para ecoturismo y aventura. Buscan experiencias únicas, alojamiento cómodo y bebidas locales o innovadoras que complementen su estancia. Estos turistas valoran la sostenibilidad y el impacto ambiental, y están dispuestos a pagar más por productos y servicios responsables.

Población Local: Los residentes de El Chaco constituyen otro segmento clave. Buscan lugares donde puedan relajarse, socializar y disfrutar de bebidas en un ambiente acogedor y moderno. Sus preferencias tienden hacia precios accesibles y productos que reflejen la cultura local.

4.2 Evaluación de la Competencia

Necesidades y Preferencias de los Clientes:

Turistas: Necesitan opciones de alojamiento cómodas y sostenibles que incluyan servicios complementarios como actividades recreativas, guías turísticos, y conexión con la cultura local. Prefieren bebidas que reflejen sabores locales y experiencias personalizadas.

Clientes Locales: Prefieren un ambiente social que les permita desconectar, con bebidas tanto tradicionales como contemporáneas a precios razonables. Buscan innovación en el menú, pero también valoran los productos familiares.

Evaluación de la Demanda Actual y Tendencias de Consumo: El turismo en El Chaco ha mostrado un crecimiento sostenido, especialmente por el interés en el ecoturismo y la exploración de la Amazonía. Esto ha incrementado la demanda de servicios de estancia y entretenimiento. Los turistas suelen gastar en experiencias gastronómicas y bebidas locales, siendo las bebidas artesanales y los cócteles con ingredientes autóctonos muy solicitados.

A nivel local, las tendencias de consumo han cambiado con la incorporación de nuevas opciones en la oferta gastronómica, lo que ha aumentado la demanda de productos de mayor calidad y experiencias más sofisticadas. Los consumidores locales buscan una oferta que mezcle innovación con tradición, priorizando productos que puedan reflejar sus raíces culturales

Identificación de Competidores Directos e Indirectos en El Chaco:

Competidores Directos:

Restaurante & Bar El Chaco: Este establecimiento ofrece una combinación de comidas locales con una variada oferta de bebidas, incluyendo cervezas artesanales y cócteles. Es un punto popular tanto para turistas como para residentes locales.

Eco Lodge Napo: Este lodge ecológico ofrece alojamiento junto con servicios gastronómicos enfocados en la experiencia del visitante. Atrae a turistas interesados en ecoturismo y en consumir productos locales.

Competidores Indirectos:

Tiendas y Supermercados Locales: Venden bebidas comerciales, pero no ofrecen experiencias personalizadas ni el ambiente social que puede crear Lounge Bar La Colina.

Plataformas de Turismo Online (Booking, Airbnb): Permiten la reserva de alojamientos, pero no ofrecen una experiencia integrada de bebidas, estancia y turismo como Lounge Bar La Colina.

Comparación de Productos, Servicios y Experiencias Ofrecidas por Competidores vs. Lounge Bar La Colina:

Tabla 1 Comparación de productos

Aspecto	Competidores Directos	Competidores Indirectos	Lounge Bar La Colina
Productos	Comida local y bebidas comerciales (Restaurante & Bar El Chaco).	Bebidas comerciales (Supermercados); alojamientos (Plataformas).	Bebidas artesanales exclusivas, cocteles innovadores con ingredientes locales; opción de maridaje con comidas ligeras.
Servicios	Ambiente social y gastronómico; experiencias limitadas (Restaurante & Bar).	Alojamiento, sin integración de bebidas y experiencias turísticas.	Paquetes integrados de alojamiento, bebidas y experiencias turísticas personalizadas.
Experiencias	Ofertas centradas en el ambiente social, pero sin innovación significativa.	Estancia sin enfoque en la cultura local ni en experiencias de ocio.	Experiencias únicas que combinan cultura local, sostenibilidad y la naturaleza del entorno amazónico.
Innovación	Baja innovación en productos y servicios ofrecidos; limitados al mercado físico local.	Innovación tecnológica, pero sin integración de experiencias completas.	Innovación en la experiencia digital (e-commerce, reservas online, membresías) y en la oferta de productos sostenibles y únicos.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Lounge Bar La Colina se diferencia por ofrecer una combinación única de productos y servicios, integrando bebidas artesanales y exclusivas, estancia cómoda y sostenible, y experiencias turísticas personalizadas. Mientras que los competidores directos ofrecen opciones tradicionales y limitadas

en cuanto a innovación, La Colina puede destacarse mediante la implementación de estrategias innovadoras, tanto en su oferta digital como en la experiencia en el sitio, atrayendo tanto a turistas como a locales.

Tabla 2 Competidores

Competidor	Fortalezas	Debilidades	Estrategias de Marketing	Precios
Restaurante & Bar El Chaco	Ubicación céntrica; menú variado; ambiente social.	No tiene un enfoque ecológico o digital; limitado en innovación.	Uso de redes sociales para promociones locales; publicidad en sitios turísticos físicos.	Precios accesibles, adaptados al mercado local.
Eco Lodge Napo	Enfoque en ecoturismo y sostenibilidad; oferta integrada de alojamiento y experiencias de aventura.	Precios altos; limitado a turistas con alto poder adquisitivo; falta de un componente digital robusto.	Colaboración con operadores turísticos para promociones; anuncios en sitios web de ecoturismo.	Precios elevados para el alojamiento, enfocados en turistas internacionales.
Tiendas y Supermercados	Disponibilidad de productos; conveniencia.	No ofrecen una experiencia de bebidas y estancia integrada; competencia basada solo en precios.	Descuentos en compras grandes y promociones ocasionales en tiendas físicas.	Precios bajos y competitivos, sin valor añadido.
Plataformas de Turismo	Amplia gama de alojamientos disponibles; alta visibilidad global.	No integran la oferta de bebidas ni experiencias personalizadas; sin conexión con el contexto cultural local.	Promociones en línea basadas en la experiencia del usuario y algoritmos de búsqueda personalizados.	Variedad de precios, desde económicos hasta premium.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Tabla 3. Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal)

Factor PESTEL	Descripción	Impacto en Lounge Bar La Colina
Político	Regulaciones locales para licencias de alcohol, permisos turísticos, políticas de apoyo al ecoturismo.	Necesidad de cumplir con regulaciones locales y aprovechar políticas de incentivo al turismo sostenible.
Económico	Situación económica local influenciada por el turismo y la agricultura. Inflación moderada y poder adquisitivo variable.	Ajuste de precios según el poder adquisitivo local y la inflación, y creación de empleo en el sector turístico.
Social	Creciente demanda de experiencias auténticas y sostenibles; diversidad cultural en la región.	Enfoque en la creación de experiencias personalizadas y sostenibles que atraigan tanto a turistas como a la población local.
Tecnológico	Aumento de la digitalización del turismo; uso de marketing digital y plataformas en línea.	Implementación de una plataforma de comercio electrónico y reservas en línea; uso de marketing digital para captar más clientes.
Ecológico	Alta preocupación por la sostenibilidad en la región amazónica; normas de conservación del medio ambiente.	Aplicación de prácticas sostenibles en la operación, gestión de recursos y uso de productos biodegradables.
Legal	Cumplimiento de normativas de seguridad alimentaria, regulaciones turísticas y leyes laborales locales.	Estricto cumplimiento de las leyes locales para evitar sanciones y garantizar el buen funcionamiento del negocio.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

4.3 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de Lounge Bar La Colina

Tabla 4. Productos

Aspecto	Descripción
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación privilegiada: En El Chaco, una región de alto interés turístico. - Concepto sostenible: El bar se alinea con la creciente demanda de turismo ecológico y prácticas sostenibles. - Productos locales exclusivos: Uso de ingredientes amazónicos en bebidas artesanales y menú especializado. - Plataforma digital integrada: Facilita reservas en línea, membresías y la compra de productos y experiencias únicas.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del ecoturismo: El auge del turismo sostenible abre oportunidades para atraer un mayor número de turistas concienciados con el medio ambiente. - Expansión digital: Aumento del uso de plataformas digitales para reservas y compras en línea, permitiendo la expansión más allá de la región local. - Alianzas estratégicas: Colaboraciones con operadores turísticos locales, lodges ecológicos y proveedores de experiencias para ofrecer paquetes integrados.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia del turismo: La afluencia de clientes está altamente condicionada por la llegada de turistas, lo que puede generar fluctuaciones estacionales en las ventas. - Costos operativos elevados: La implementación de prácticas sostenibles y la adquisición de insumos locales pueden ser más costosas. - Falta de reconocimiento de marca: Lounge Bar La Colina es una startup, por lo que aún necesita posicionarse y ganar reconocimiento en el mercado.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia creciente: La aparición de nuevos negocios locales y establecimientos turísticos que ofrezcan servicios similares puede generar competencia. - Cambios en las regulaciones: Normativas gubernamentales más estrictas sobre el turismo en áreas ecológicamente sensibles podrían limitar las operaciones. - Factores económicos externos: La inflación y la posible recesión económica pueden afectar el poder adquisitivo de los turistas y de la población local.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

4.4 Identificación de Oportunidades de Innovación

Identificación de Oportunidades de Innovación

Nuevos Productos:

Bebidas Artesanales Únicas: Lounge Bar La Colina puede innovar creando una línea de cocteles y bebidas artesanales utilizando ingredientes locales y amazónicos exclusivos, como frutas

exóticas o plantas medicinales. Estas bebidas podrían ser comercializadas como productos premium y vendidas tanto en el bar como en la tienda virtual.

Experiencias Únicas para Clientes:

Experiencias Inmersivas en la Naturaleza: Lounge Bar La Colina puede ofrecer paquetes turísticos que combinen estancia en el lodge, degustación de bebidas artesanales y tours guiados por la naturaleza, enfocados en el ecoturismo y el conocimiento de la biodiversidad amazónica.

Eventos Temáticos: Crear eventos digitales y presenciales basados en la cultura amazónica y ecuatoriana, como noches de música tradicional, clases de coctelería amazónica o talleres sobre sostenibilidad.

Tecnologías Emergentes:

Digitalización del Servicio: La implementación de tecnologías como un sistema de reservas inteligente y un chatbot de atención al cliente en la tienda virtual que pueda asesorar sobre la mejor experiencia personalizada para cada cliente.

Realidad Virtual y Aumentada (VR/AR): Incorporar experiencias de realidad aumentada para que los turistas puedan interactuar virtualmente con la fauna y flora del Amazonas antes de su visita, o explorar el bar y sus productos de manera inmersiva desde cualquier parte del mundo.

Prácticas Sostenibles:

Cero Residuos: Lounge Bar La Colina puede implementar una política de cero residuos, utilizando insumos biodegradables, reciclando y compostando los desechos orgánicos, lo que podría atraer a turistas más concienciados con el medio ambiente.

Energías Renovables: Invertir en fuentes de energía renovable, como paneles solares o sistemas de recolección de agua de lluvia, para abastecer el bar y los servicios de alojamiento, lo que diferenciará a La Colina como un líder en sostenibilidad.

Diferenciación en el Mercado: Estas innovaciones permitirían que Lounge Bar La Colina se destaque no solo como un lugar para disfrutar de bebidas y alojamiento, sino también como una experiencia integral que combina la cultura local, la sostenibilidad y la tecnología, atrayendo a un público objetivo que busca experiencias únicas y respetuosas con el medio ambiente.

5. CAPÍTULO V: DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS DIGITAL

5.1 Descripción del Modelo de Negocio de Lounge Bar La Colina

El modelo de negocio de Lounge Bar 'La Colina' se basa en la comercialización de bebidas artesanales, la oferta de alojamiento turístico y la promoción de experiencias turísticas en la región de El Chaco, todo a través de una plataforma digital innovadora. Este modelo busca integrar la tecnología, la sostenibilidad y el turismo local para crear una experiencia única para los consumidores.

5.2 Propuesta de Valor

Lounge Bar 'La Colina' ofrece una combinación única de productos y servicios:

- Bebidas artesanales y locales, destacando productos como licores autóctonos, cócteles exclusivos y bebidas ecológicas, elaboradas con ingredientes de la región amazónica.
- Alojamiento temático y ecológico, diseñado para turistas que buscan una experiencia auténtica en contacto con la naturaleza.
- Paquetes turísticos personalizados, que incluyen actividades como senderismo, visitas culturales, observación de fauna y flora, y turismo gastronómico.

La tienda virtual permitirá a los clientes comprar bebidas, reservar alojamiento y contratar actividades turísticas desde cualquier lugar, ofreciendo una experiencia completamente digital y fácil de usar.

5.3 Segmentación de Mercado y Buyer Persona

El mercado de Lounge Bar 'La Colina' se segmenta en función de varios criterios, tanto demográficos como psicográficos, para comprender mejor las necesidades y preferencias de los clientes.

Tabla 5. Segmentación de mercado

Criterio	Descripción
Geográfica	- Ubicación: El Chaco, Ecuador. - Alcance: Turistas nacionales e internacionales, clientes de ciudades principales
Demográfica	- Edad: 25 a 55 años - Género: Hombres y mujeres - Ingresos: Clase media y alta

Criterio	Descripción
	- Educación: Universitaria
Psicográfica	- Estilo de vida: Interés en ecoturismo, sostenibilidad, productos locales - Valores: Apoyo a la naturaleza, autenticidad
Conductual	- Motivaciones: Productos exclusivos, turismo de aventura y naturaleza - Lealtad: Preferencia por experiencias personalizadas

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

A partir de la segmentación de mercado, se crean perfiles de Buyer Persona para definir con mayor precisión a los clientes ideales de Lounge Bar 'La Colina'. Cada Buyer Persona representa a un grupo específico de clientes con características, comportamientos y necesidades particulares.

Tabla 6. Buyer Persona

Buyer Persona	Características
Buyer Persona 1: Explorador Ecológico	Nombre: Laura, 32 años Profesión: Diseñadora freelance Ingresos: \$25,000/año Motivaciones: Conectar con la naturaleza, ecoturismo sostenible
Buyer Persona 2: Amante de Bebidas Artesanales	Nombre: Juan, 45 años Profesión: Empresario Ingresos: \$70,000/año Motivaciones: Exclusividad, bebidas artesanales y productos premium
Buyer Persona 3: Familia Aventurera	Nombre: Ricardo y Ana, 38 y 36 años Profesión: Ingeniero y profesora Ingresos: \$90,000/año (familia) Motivaciones: Aventuras familiares, turismo seguro

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

5.4 Estrategias Innovadoras para la Comercialización de Bebidas, Estancia y Turismo

El Lounge Bar 'La Colina' en El Chaco busca implementar estrategias innovadoras que le permitan diferenciarse en el mercado, atraer a más clientes y ofrecer una experiencia única en la

comercialización de bebidas, estancia y turismo. Estas estrategias se enfocan en aprovechar las ventajas de la digitalización, la sostenibilidad y las tendencias emergentes en los hábitos de consumo.

Tabla 7. Estrategias innovadoras

Estrategia	Descripción
Digitalización de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma E-commerce con catálogo de bebidas y paquetes turísticos. - Integración con redes sociales para promocionar productos. - Sistema de reservas online. - Chatbots para atención 24/7.
Personalización y Experiencia del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Paquetes turísticos flexibles. - Recomendación de productos basados en preferencias. - Suscripciones de bebidas artesanales con entregas mensuales.
Sostenibilidad como Diferenciador	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas con productores locales de bebidas ecológicas. - Estancias ecológicas con prácticas sostenibles. - Promoción de turismo responsable y educación ambiental.
Marketing Digital y Fidelización	<ul style="list-style-type: none"> - Campañas con influencers locales. - Gamificación para que usuarios ganen puntos por compras y reservas. - Programa de fidelización con recompensas exclusivas.
Realidad Aumentada (AR) y Experiencias Inmersivas	<ul style="list-style-type: none"> - Catálogo en AR para explorar bebidas y paquetes. - Visitas virtuales al Lounge Bar y sus alrededores. - Videos inmersivos de 360° mostrando experiencias turísticas.
Colaboraciones con Empresas Locales	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas con productores locales para vender artesanías y alimentos. - Paquetes turísticos que incluyan visitas a comunidades indígenas. - Catas y eventos temáticos con enfoque local.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

5.5 Canales de Distribución Digitales

En el contexto del Lounge Bar 'La Colina' y su enfoque en la comercialización de bebidas, estancia y turismo en la ciudad de El Chaco, los canales de distribución digitales juegan un papel clave en llegar a un público más amplio y facilitar la experiencia de compra y reserva. A continuación, se describen los canales de distribución digitales que se implementarán en el plan de negocios digital:

Tabla 8. Canales digitales

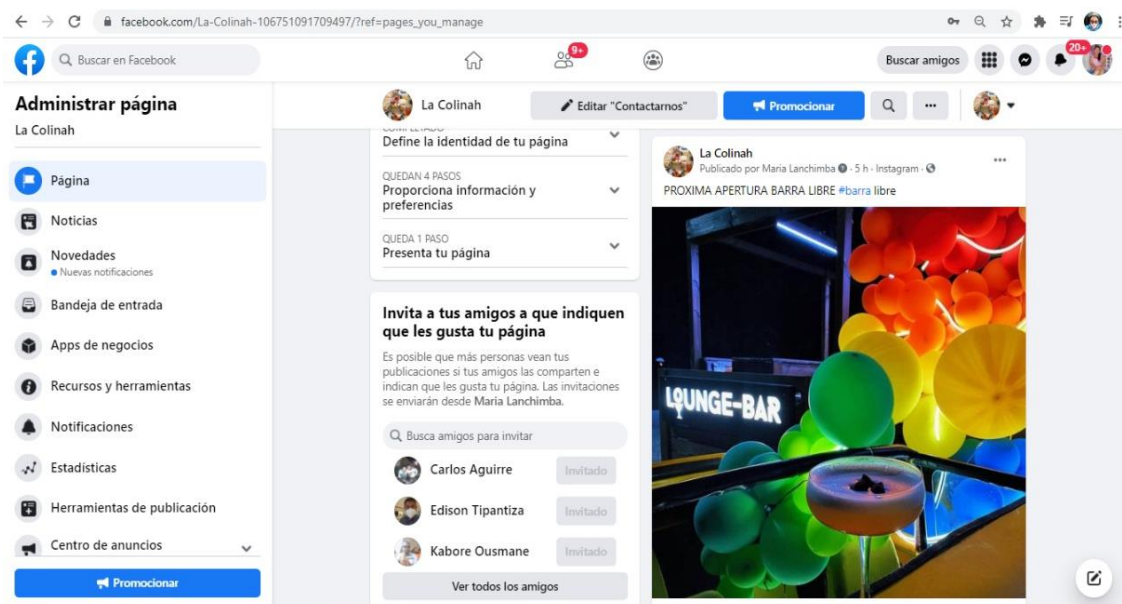
Canal de Distribución Digital	Descripción
Plataforma E-commerce Propia	- Tienda Virtual: Un sitio web especializado donde los clientes puedan comprar bebidas artesanales, reservar estancias y paquetes turísticos. La tienda será optimizada para dispositivos móviles y tendrá un proceso de compra sencillo.
Redes Sociales (Facebook, Instagram)	- Promoción y Venta Directa: Uso de redes sociales para promocionar productos y servicios mediante publicaciones, historias y anuncios dirigidos. Incluye integración con enlaces a la tienda online y a plataformas de reserva.
Marketplaces	- Plataformas Externas de Turismo: Participación en marketplaces como Booking.com, Airbnb o Expedia, para la comercialización de la estancia y experiencias turísticas del Lounge Bar, atrayendo a turistas nacionales e internacionales.
Aplicaciones de Delivery	- Apps de Delivery Local: Colaboración con aplicaciones de entrega a domicilio como Uber Eats, Rappi o servicios locales para la distribución de bebidas artesanales y productos gastronómicos exclusivos.
Correo Electrónico (Email Marketing)	- Campañas de Email Marketing: Uso de correos electrónicos para la promoción de eventos especiales, nuevas bebidas artesanales y ofertas personalizadas. Se implementarán newsletters para mantener la relación con los clientes.
Google My Business	- Visibilidad en Búsquedas Locales: Optimización del perfil de Google My Business para aumentar la visibilidad en búsquedas locales. Esto permite a los clientes acceder a información, reseñas, y enlaces para hacer reservas o compras directamente.
YouTube y Contenido Audiovisual	- Contenido de Valor: Uso de videos en YouTube que muestren experiencias de turismo, catas de bebidas y estancias en el Lounge Bar. Los videos pueden generar tráfico y engagement a través de reseñas visuales y tutoriales de productos.
WhatsApp Business	- Atención y Ventas Directas: Uso de WhatsApp Business para atender a clientes, responder consultas de manera rápida y realizar ventas directas o confirmaciones de reservas de manera personalizada.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Posicionamiento WEB

El posicionamiento en buscadores, optimización en motores de búsqueda o SEO, es un conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio web en la lista de resultados de Google, Bing, u otros buscadores de internet.

Gráfico 15. Segmentación digital



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Gráfico 16. Creación Segmento 1



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Grafico 17. Creación Segmento 2

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

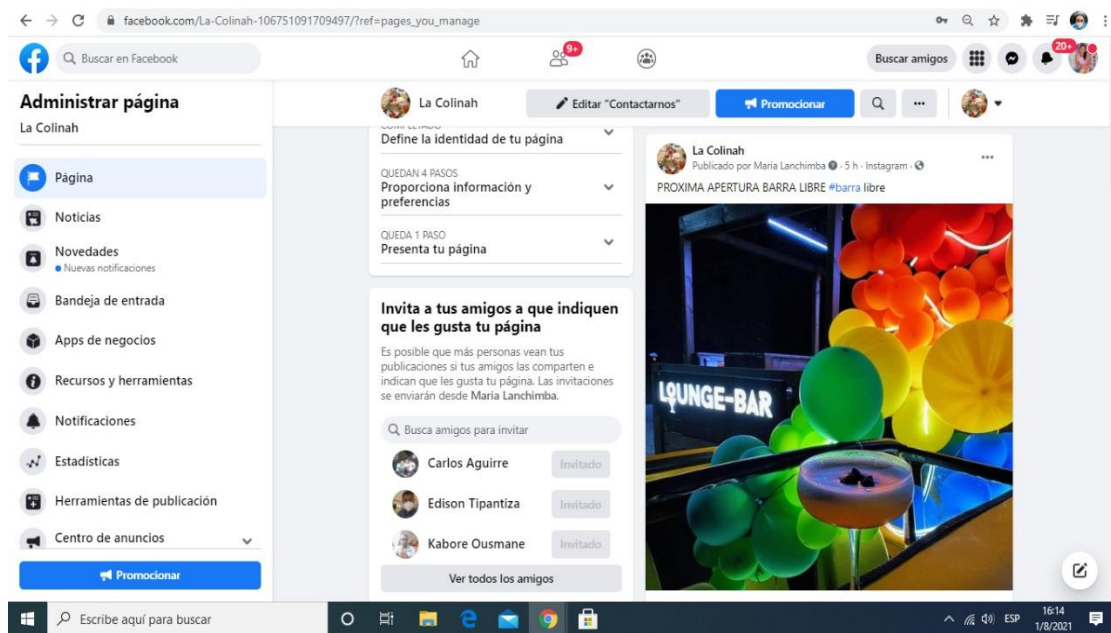
Grafico 18. Recepción de pedidos

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Canales de Promoción en Redes Sociales

https://www.facebook.com/people/La-Colinah/100066833290357/?ref=pages_you_manage

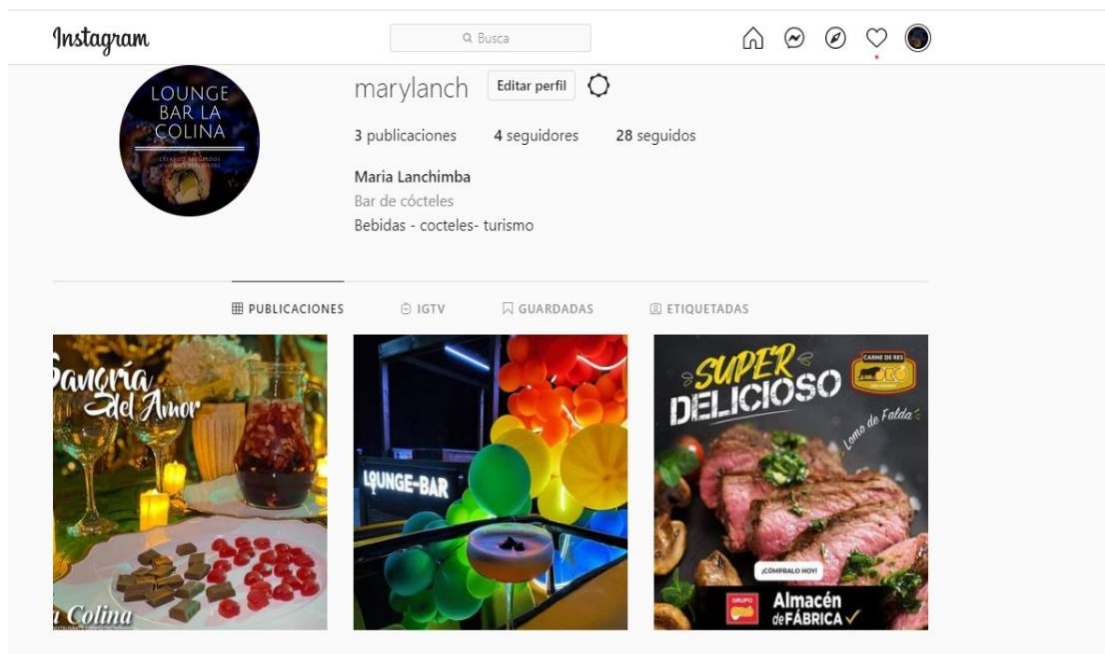
Grafico 19. Creación de perfil en FanPage



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

<https://www.instagram.com/marylanch?igsh=MTN3ZXdmM21iMTUwec==>

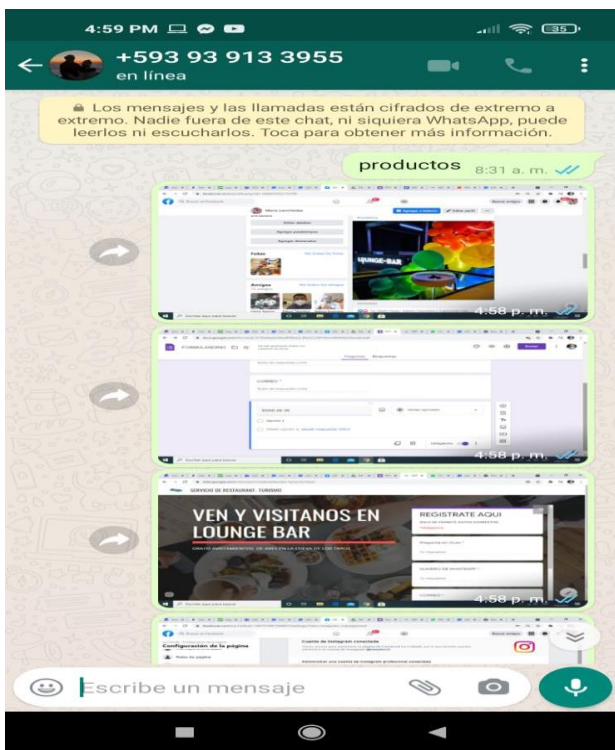
Grafico 20. Creación de perfil en Instagram



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

https://api.whatsapp.com/send/?phone=%2B593939133955&text&app_absent=0

Grafico 21. WhatsApp Business



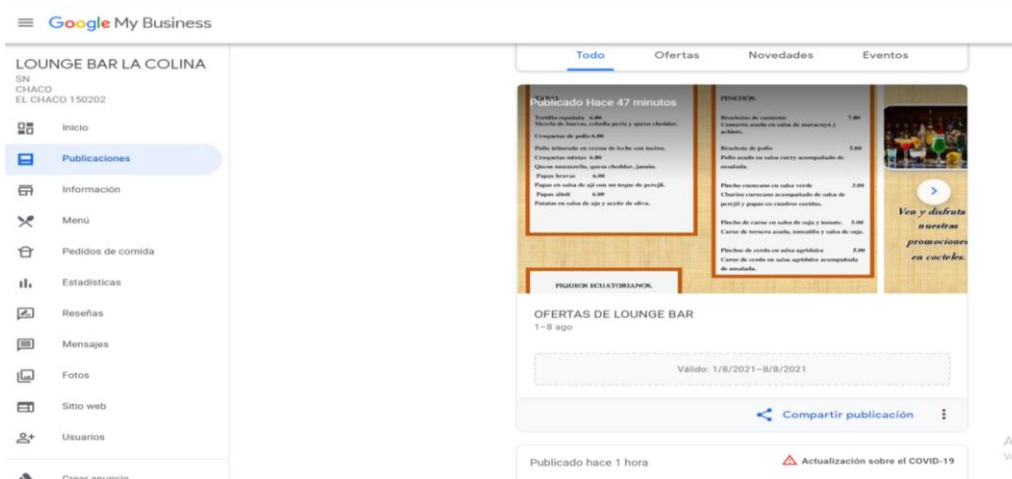
Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Canales de Promoción en WEB

Creación de página WEB Corporativa

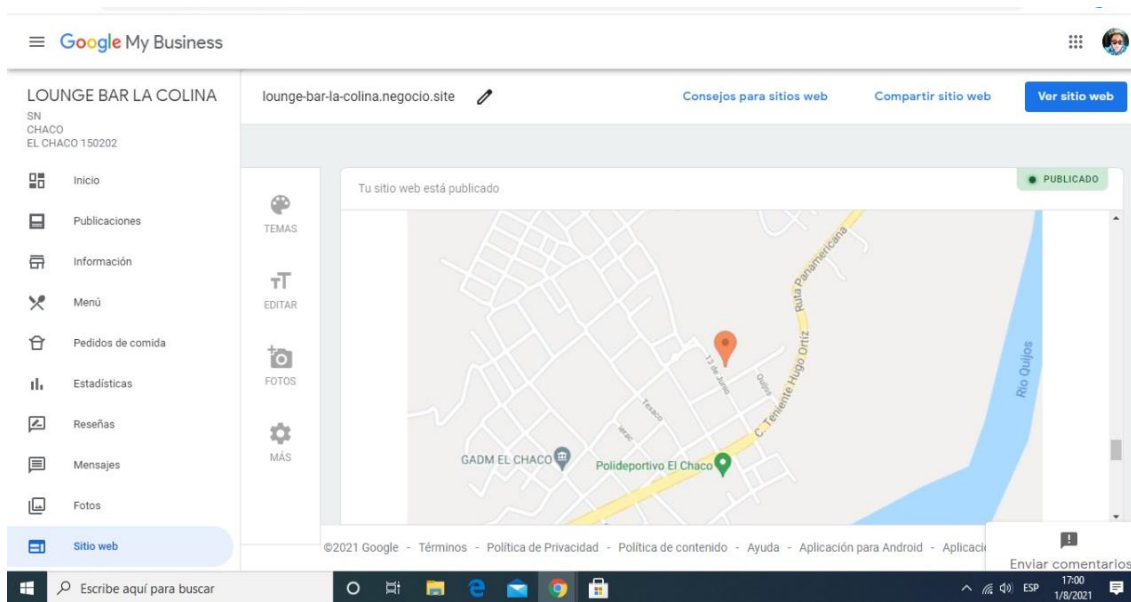
<https://lounge-bar-la-colina.negocio.site/posts/2018740122563891181>

Grafico 22. WEB Corporativa



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Gráfico 23. Ubicación

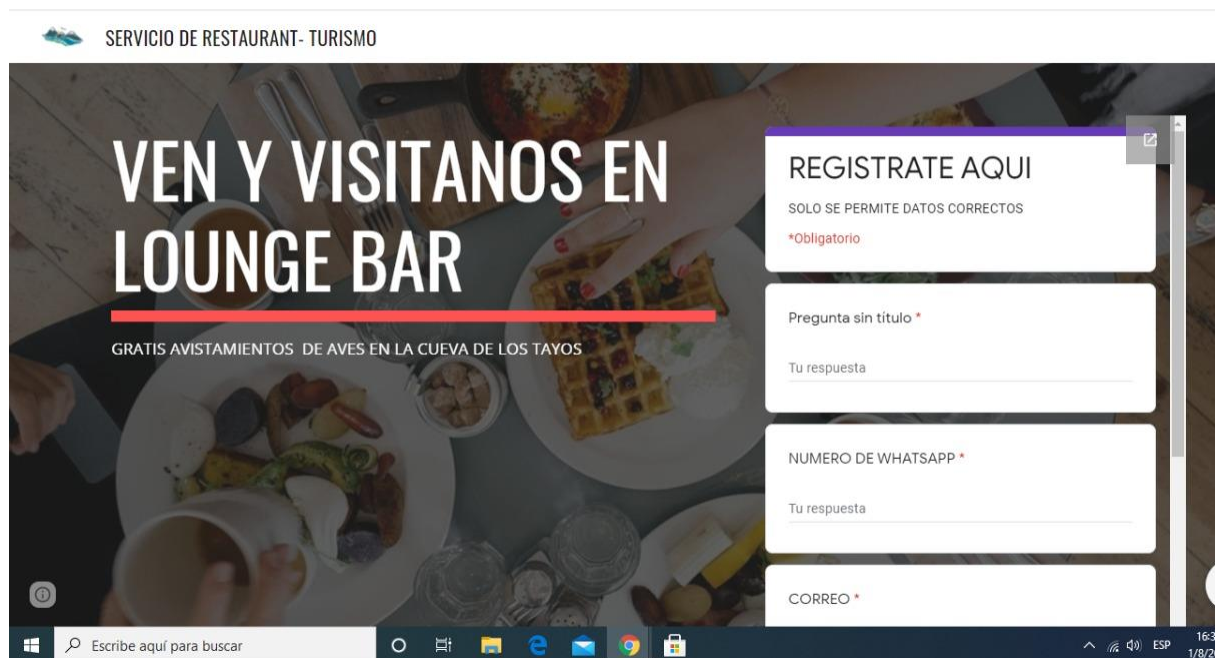


Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Creación de Landing Page

<https://sites.google.com/view/servicioderestaurant-turismo/inicio>

Gráfico 24. Creación de Landing Page



Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

5.6 Propuesta de Estrategias de Marketing Digital

Para Lounge Bar 'La Colina' en El Chaco, la implementación de estrategias de marketing digital efectivas es crucial para atraer, convertir y fidelizar a clientes en la venta de bebidas, estancias y turismo. A continuación, se presentan las estrategias propuestas para el marketing digital:

Tabla 9. Estrategias de marketing

Estrategia de Marketing Digital	Descripción
Marketing de Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> - Blog: Crear y mantener un blog en el sitio web con contenido relevante sobre ecoturismo, recetas de bebidas, y experiencias locales. - Guías y eBooks: Ofrecer guías descargables sobre turismo en El Chaco y recetas de bebidas artesanales como lead magnets.
SEO (Optimización en Motores de Búsqueda)	<ul style="list-style-type: none"> - Optimización On-Page: Mejorar la estructura del sitio web, incluyendo palabras clave relevantes para bebidas, estancias y turismo. - SEO Local: Optimizar el perfil de Google My Business y usar keywords específicas de El Chaco para atraer tráfico local.
Publicidad Pagada (PPC)	<ul style="list-style-type: none"> - Google Ads: Crear campañas de anuncios de búsqueda y display para captar la atención de clientes potenciales interesados en bebidas, estancias y turismo. - Facebook e Instagram Ads: Utilizar anuncios segmentados para llegar a audiencias interesadas en ecoturismo y bebidas artesanales.
Email Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Campañas Automatizadas: Enviar correos electrónicos automatizados para nuevos visitantes, carritos abandonados y clientes recurrentes. - Newsletters: Ofrecer actualizaciones periódicas con novedades, promociones y contenido exclusivo para suscriptores.
Marketing en Redes Sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de Contenidos Atractivos: Publicar fotos, videos y historias sobre las experiencias en Lounge Bar, bebidas exclusivas y eventos especiales. - Interacción y Engagement: Realizar encuestas, concursos y responder a los comentarios de los seguidores para fomentar la participación.
Influencer Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboraciones con Influencers: Asociarse con influencers y bloggers del sector de turismo y gastronomía para promover el Lounge Bar mediante publicaciones, reseñas y contenido en sus redes sociales.
Estrategia de Video Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Videos de Experiencia: Crear videos de alta calidad que muestren las estancias, el proceso de elaboración de bebidas y actividades turísticas. - Transmisiones en Vivo: Realizar eventos en vivo en plataformas como Instagram y Facebook para interactuar con la audiencia en tiempo real.
Remarketing	<ul style="list-style-type: none"> - Campañas de Remarketing: Implementar anuncios de remarketing para volver a atraer a los visitantes que no completaron una compra o reserva, utilizando anuncios específicos en Google y redes sociales para mantener el interés.
Marketing de Afiliados	<ul style="list-style-type: none"> - Programa de Afiliados: Crear un programa donde bloggers, sitios web y otros socios puedan promover los productos y servicios del Lounge Bar a cambio de comisiones por ventas generadas.
Análisis y Optimización Continua	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo y Análisis: Utilizar herramientas como Google Analytics y plataformas de redes sociales para medir el rendimiento de las campañas.

Estrategia de Marketing Digital	Descripción
	- Optimización: Ajustar estrategias basadas en el análisis de datos y el feedback para mejorar continuamente los resultados.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

5.6.1 Marketing de Contenidos

El Marketing de Contenidos es una estrategia fundamental para atraer y retener clientes al Lounge Bar 'La Colina' en El Chaco. A través de la creación y distribución de contenido relevante y valioso, se busca construir una relación sólida con la audiencia, mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda y fomentar la lealtad de los clientes. A continuación se detallan las tácticas y elementos clave para una estrategia efectiva de marketing de contenidos:

Tabla 10. Marketing de contenidos

Táctica de Marketing de Contenidos	Descripción
Creación de un Blog	<ul style="list-style-type: none"> - Temas: Publicar artículos sobre ecoturismo, beneficios de las bebidas artesanales, recetas exclusivas, y guías locales. - Frecuencia: Publicar contenido de forma regular para mantener el blog actualizado y relevante. - SEO: Optimizar los artículos con palabras clave relacionadas.
Guías y eBooks	<ul style="list-style-type: none"> - Guías: Ofrecer guías sobre turismo en El Chaco, itinerarios recomendados y consejos para disfrutar del Lounge Bar. - eBooks: Crear libros electrónicos con recetas de bebidas, historias locales, y consejos de viaje. - Captura de Leads: Ofrecer estos recursos a cambio de información de contacto para construir una base de datos de clientes.
Contenidos Visuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografía Profesional: Publicar fotos de alta calidad de las bebidas, estancias y actividades. - Infografías: Crear infografías que presenten información sobre la producción de bebidas, datos interesantes del turismo local, y beneficios del ecoturismo.
Videos de Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> - Videos Promocionales: Crear videos que muestren la experiencia en el Lounge Bar, el proceso de elaboración de bebidas, y las actividades turísticas. - Tutoriales: Ofrecer tutoriales sobre cómo preparar bebidas exclusivas o realizar actividades locales. - Testimonios de Clientes: Publicar videos de clientes satisfechos compartiendo sus experiencias.
Historias en Redes Sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Instagram Stories y Facebook Stories: Utilizar estas herramientas para compartir contenido efímero sobre eventos, promociones y la vida diaria en el Lounge Bar.

Táctica de Marketing de Contenidos	Descripción
	- Encuestas y Preguntas: Interactuar con los seguidores mediante encuestas y preguntas para conocer sus preferencias y generar engagement.
Publicaciones de Colaboradores y Expertos	- Entrevistas y Artículos de Invitados: Invitar a expertos en turismo, gastronomía, y bebidas artesanales a contribuir con contenido en el blog. - Colaboraciones con Influencers: Trabajar con influencers para que publiquen sobre su experiencia en el Lounge Bar y compartan contenido relevante con sus seguidores.
Boletines Informativos (Newsletters)	- Contenido Exclusivo: Enviar boletines informativos con contenido exclusivo sobre eventos, nuevas bebidas, y promociones. - Actualizaciones de la Comunidad: Mantener a los suscriptores informados sobre noticias locales, iniciativas sostenibles y proyectos comunitarios.
Calendario Editorial	- Planificación: Desarrollar un calendario editorial para planificar y programar el contenido con antelación. - Temporadas y Eventos: Incluir temas estacionales, festividades y eventos especiales en la programación de contenido.
Optimización y Análisis	- Monitoreo: Utilizar herramientas de análisis web y redes sociales para rastrear el rendimiento del contenido. - Ajustes: Ajustar la estrategia de contenido en función de los datos obtenidos, como el tráfico web, el engagement en redes sociales y la tasa de conversión.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

5.6.2 Publicidad Digital

La Publicidad Digital es esencial para aumentar la visibilidad del Lounge Bar 'La Colina' en El Chaco y captar clientes potenciales interesados en bebidas, estancias y turismo. Aquí se presentan las estrategias y tácticas recomendadas para implementar campañas de publicidad digital efectivas:

Tabla 11. Publicidad Digital

Estrategia de Publicidad Digital	Descripción
Publicidad en Motores de Búsqueda (SEM)	- Google Ads: Crear campañas de anuncios en Google para palabras clave relacionadas con bebidas artesanales, estancias y turismo. - Anuncios de Búsqueda: Aparecer en los resultados de búsqueda cuando los usuarios buscan términos relevantes. - Anuncios Display: Mostrar anuncios gráficos en sitios web relacionados con turismo y gastronomía.
Publicidad en Redes Sociales	- Facebook Ads: Utilizar anuncios dirigidos para llegar a usuarios interesados en turismo y bebidas. Segmentar por intereses, ubicación y comportamiento. - Instagram Ads: Publicar anuncios visuales y en formato de historias para atraer a audiencias más jóvenes.

Estrategia de Publicidad Digital	Descripción
	- LinkedIn Ads: Si se busca atraer a viajeros de negocios o profesionales, usar LinkedIn para segmentar a estos grupos específicos.
Campañas de Retargeting (Remarketing)	- Google Ads y Facebook: Implementar campañas de remarketing para llegar a usuarios que visitaron el sitio web pero no completaron una reserva o compra. - Segmentación: Mostrar anuncios personalizados basados en el comportamiento previo del usuario en el sitio web.
Publicidad en Marketplaces	- Marketplaces de Turismo: Colocar anuncios pagados en plataformas como Booking.com, Airbnb, y Expedia para aumentar la visibilidad de las estancias y experiencias. - Anuncios de Paquete: Promocionar paquetes turísticos que incluyan bebidas y estancias en estos marketplaces.
Publicidad en Plataformas de Video	- YouTube Ads: Crear anuncios de video para mostrar la experiencia en el Lounge Bar, las bebidas exclusivas y actividades turísticas. - Anuncios Pre-roll: Colocar anuncios antes de otros videos relevantes para captar la atención de la audiencia objetivo.
Publicidad en Apps de Delivery	- Anuncios en Apps de Delivery: Implementar campañas publicitarias en aplicaciones de delivery como Uber Eats y Rappi para promocionar las bebidas artesanales y otros productos. - Ofertas Especiales: Crear anuncios que resalten ofertas especiales o nuevos productos.
Publicidad Local	- Publicidad Geolocalizada: Usar anuncios dirigidos a la ubicación de El Chaco y áreas circundantes para atraer clientes locales y turistas que estén cerca. - Colaboraciones con Negocios Locales: Realizar campañas conjuntas con negocios locales para promocionar el Lounge Bar a través de sus canales.
Publicidad en Medios Digitales	- Revistas y Blogs de Turismo: Colocar anuncios en revistas digitales y blogs especializados en turismo y gastronomía que tengan una audiencia relevante. - Publicaciones Patrocinadas: Patrocinar artículos y publicaciones que presenten el Lounge Bar en medios digitales influyentes.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

5.6.3 Estrategias de Fidelización

Para Lounge Bar 'La Colina' en El Chaco, la fidelización de clientes es crucial para asegurar la repetición de negocios y construir una base sólida de clientes leales. A continuación se presentan estrategias de fidelización adaptadas a la comercialización de bebidas, estancias y turismo:

Tabla 12. Estrategias de Fidelización

Estrategia de Fidelización	Descripción
Programa de Recompensas y Puntos	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de Puntos: Implementar un sistema de puntos donde los clientes ganen puntos por cada compra de bebidas, estancias o reservas turísticas. - Beneficios por Puntos: Ofrecer descuentos, productos gratuitos o experiencias exclusivas a cambio de puntos acumulados.
Suscripciones y Membresías	<ul style="list-style-type: none"> - Membresías Exclusivas: Crear un programa de membresía que ofrezca beneficios especiales, como descuentos en bebidas, acceso anticipado a nuevas experiencias y eventos exclusivos. - Suscripciones: Ofrecer suscripciones para recibir bebidas artesanales o productos exclusivos mensualmente.
Comunicación Personalizada	<ul style="list-style-type: none"> - Email Marketing Personalizado: Enviar correos electrónicos personalizados basados en el historial de compras y preferencias del cliente. - Ofertas Especiales: Ofrecer promociones y descuentos especiales en fechas significativas como aniversarios o cumpleaños.
Eventos Exclusivos y Experiencias	<ul style="list-style-type: none"> - Eventos Privados: Organizar eventos exclusivos para clientes frecuentes, como catas de bebidas, talleres de preparación de cócteles, o noches temáticas. - Experiencias Personalizadas: Ofrecer paquetes turísticos personalizados y experiencias únicas basadas en las preferencias de los clientes.
Servicio al Cliente de Alta Calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Atención Personalizada: Brindar un servicio al cliente excepcional y personalizado tanto en línea como en el lugar. - Soporte Proactivo: Resolver problemas y responder consultas de manera rápida y efectiva, creando una experiencia positiva para el cliente.
Encuestas y Feedback	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas de Satisfacción: Realizar encuestas periódicas para medir la satisfacción del cliente y obtener feedback sobre productos y servicios. - Implementación de Mejoras: Usar la retroalimentación para realizar mejoras y demostrar que se valoran las opiniones de los clientes.
Contenidos Exclusivos	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a Contenidos Especiales: Ofrecer acceso a contenido exclusivo como recetas, videos detrás de escenas, y guías de turismo solo para miembros o clientes frecuentes. - Actualizaciones Privadas: Proporcionar actualizaciones y noticias especiales sobre el Lounge Bar a los clientes leales.
Redes Sociales y Comunidades Online	<ul style="list-style-type: none"> - Grupos Exclusivos: Crear grupos en redes sociales donde los clientes puedan interactuar entre ellos, compartir experiencias y recibir noticias exclusivas. - Engagement Continuo: Mantener una comunicación activa y constante en redes sociales para fortalecer la relación con los clientes.
Programas de Referidos	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivos por Referencias: Ofrecer incentivos a clientes que refieran nuevos clientes al Lounge Bar, como descuentos o productos gratuitos. - Promociones Compartidas: Crear promociones especiales para grupos de amigos o familias que reserven juntas.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

5.7. Sostenibilidad e Innovación en la Cadena de Suministro

En el contexto de Lounge Bar 'La Colina' en El Chaco, integrar la sostenibilidad e innovación en la cadena de suministro es fundamental para alinear el negocio con prácticas responsables y eficientes. A continuación, se describen estrategias para implementar la sostenibilidad e innovación en la cadena de suministro del bar virtual:

Tabla 13. Cadena de suministro

Aspecto	Descripción
Selección de Proveedores Sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> - Criterios de Selección: Elegir proveedores que adopten prácticas sostenibles, como el uso de materias primas orgánicas y procesos de producción ecológicos. - Certificaciones: Priorizar proveedores con certificaciones medioambientales, como Fair Trade o Organic.
Optimización de Logística	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte Eficiente: Utilizar opciones de transporte con baja huella de carbono, como vehículos eléctricos o empresas de transporte que utilicen combustibles sostenibles. - Rutas Eficientes: Optimizar rutas de distribución para reducir el consumo de energía y las emisiones.
Reducción de Desperdicios	<ul style="list-style-type: none"> - Embalajes Ecológicos: Implementar el uso de embalajes reciclables, biodegradables o reutilizables para productos y entregas. - Minimización de Desperdicios: Colaborar con proveedores para minimizar el embalaje y los residuos generados en el proceso de suministro.
Uso de Energías Renovables	<ul style="list-style-type: none"> - Energía Verde: Incorporar fuentes de energía renovable en la operación, como paneles solares para la energía del bar. - Eficiencia Energética: Implementar tecnologías y prácticas para mejorar la eficiencia energética en todas las instalaciones.
Innovación en Productos	<ul style="list-style-type: none"> - Ingredientes Locales y Orgánicos: Utilizar ingredientes locales y orgánicos en la elaboración de bebidas para apoyar la economía local y reducir la huella de carbono. - Nuevas Formas de Producción: Investigar y adoptar nuevas tecnologías y métodos de producción sostenibles.
Gestión de Residuos	<ul style="list-style-type: none"> - Reciclaje y Compostaje: Establecer programas de reciclaje y compostaje para gestionar residuos de manera eficiente y reducir el impacto ambiental. - Reutilización de Residuos: Buscar formas innovadoras de reutilizar los residuos, como el uso de pulpas de frutas en nuevas recetas.
Certificaciones y Estándares	<ul style="list-style-type: none"> - Certificaciones Ambientales: Obtener certificaciones que respalden las prácticas sostenibles, como ISO 14001 para gestión ambiental. - Estándares de Comercio Justo: Implementar prácticas de comercio justo en la adquisición de productos para asegurar condiciones laborales equitativas.
Innovación en Tecnología de Suministro	<ul style="list-style-type: none"> - Blockchain: Utilizar tecnología blockchain para mejorar la trazabilidad y transparencia en la cadena de suministro.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

6. CAPÍTULO V: ANALISIS FINANCIERO

6.1 Proyecciones Financieras

Las **proyecciones financieras** son un componente esencial para evaluar la viabilidad del plan de negocios digital de **Lounge Bar 'La Colina'**. Estas proyecciones permiten prever los ingresos y gastos asociados con la comercialización de bebidas, la oferta de alojamiento y las actividades turísticas a través de la tienda virtual.

DATOS Y VARIABLES			
DETALLE		INDICE	
Nombre del proyecto	LOUNGE BAR LA COLINA	1.- Inversión inicial	
Actividad:	BEBIDAS, ESTANCIA Y TURISMO	2.- Ingresos	
Tipo de proyecto:		3.- Costos	
# De meses de capital de trabajo:	1	4.- Gastos	
% Incremento anual unidades vendidas	0%	5.- Financiamiento	
% IPC Ingresos y Costos	0%	6.- Resultados	
% IPC Gastos	0%	7.- Balance General	
% Financiamiento de la Inversión inicial	30%	8.- Flujo de caja	
% Participación a empleados	15%	9.- Evaluación financiera	
Régimen tributario (Para aplicar tarifa I. Rta.)	RIMPE	22%	
Tasa de descuento (Evaluación del proyecto)	12%	Aplicar	

1.- Inversión inicial

Presupuesto de inversión

1.1 Inversión en activos fijos

a) Activos fijos no depreciables (Terrenos)

# Item.	Categoría	% V. Rescate	Total ^C	V. Rescate	Vida Útil	Dep. Anual
1	Terrenos	0%	15.000,00	-	N/A	-
Totales			15.000,00	-		-

b) Activos fijos depreciables (Inmuebles, maquinaria, vehículos, equipos de computación)

# Item.	Categoría	% V. Rescate	C. Total	V. Rescate	Vida Útil (Años)	Dep. Anual
1	Inmuebles	0%	11,00	-	20	0,55
2	Maquinaria	0%	5.760,00	-	10	576,00
3	Muebles	0%	2.960,00	-	10	296,00
4	Vehículos	0%	-	-	5	-
5	Eq. Computo	0%	1.710,00	-	3	570,00
6	Otros 1	0%	400,00	-	-	-
Totales			10.841,00	-		1.442,55

# Años						
1	2	3	4	5	s	Totale
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-

1	2	3	4	5	s	Totale
0,55	0,55	0,55	0,55	0,55	2,75	
576,00	576,00	576,00	576,00	576,00	2.880,00	
296,00	296,00	296,00	296,00	296,00	1.480,00	
-	-	-	-	-	-	-
570,00	570,00	570,00	-	-	1.710,00	
-	-	-	-	-	-	-
1.442,55	1.442,55	1.442,55	872,55	872,55	6.072,75	

1.2 Inversión en Intangibles

# Item.	Categoría	Años a amortizar	C. Total	V. Rescate	V. Rescate %	Am . Anual
1	G. Constitución	-	-	-	0%	-
2	Preoperativos	1	170,00	-	0%	170,00
3	Software	5	200,00	-	0%	40,00
Totale s			370,00	-		210,00

1	2	3	4	5	Totales
-	-	-	-	-	-
170,00	-	-	-	-	170,00
40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
210,00	40,00	40,00	40,00	40,00	370,00
1.652,55	3.135,10	4.617,65	5.530,20	6.442,75	

RESUMEN

1.- Presupuesto de inversión

1.1 Inversión en activos fijos

Detalle de los activos	Inversión
a) Activos fijos no depreciables	15.000,00
b) Activos fijos depreciables	10.841,00
Totales	25.841,00

1.2 Inversión en Intangibles

Detalle de los		Inversión
activos		
	Amortizables	370,00
	Totales	370,00

1.3 Capital de trabajo

Detalle	Valor mensual
Costos	9.775,00
Gastos Adm y Ventas	5.009,90
Total costo y gastos (mensuales)	14.784,90
Total Capital de trabajo previsto	14.784,90

Resumen Inversión Inicial

Detalle	Valores
1.1 Inversión en activos fijos	25.841,00
1.2 Inversión en Intangibles	370,00
1.3 Capital de trabajo	14.784,90
(=) Total Inversión	40.995,90
(-) Financiamiento	12.298,77
(=) Inversión Neta	28.697,13

2.- Ingresos

# Item	Detalle Producto / Servicio	Proyección			Anual
		mensual	Cantidad	P. Unitario	
1	COFFE	500	1,50	750,00	9.000,00
2	DESSERTS	500	2,50	1.250,00	15.000,00
3	NON COFFEE	450	1,75	787,50	9.450,00
4	POSTRES ADICIONALES	400	2,00	800,00	9.600,00
5	BEBIDAS ADICIONALES	400	2,00	800,00	9.600,00
6	ESTANCIAS	300	20,00	6.000,00	72.000,00
7	TURISMO	300	20,00	6.000,00	72.000,00
Total ingresos ingresos proyectados				16.387,50	196.650,00

3.- Costos (producto o servicio)

#	Detalle	Costo del producto / Servicio (Costo unitario)	Proyección mensual	Costo
---	---------	---	-----------------------	-------

m	Ite	Productos y/o servicios	Materiales	Mano de obra	Indirectos	Total costo	Cantidad	C. mensual	Anual
1		COFFE	0,25	0,25	0,25	0,75	500,00	375,00	4.500,00
2		DESSERTS	0,25	0,50	0,50	1,25	500,00	625,00	7.500,00
3		NON COFFEE	0,50	0,50	0,50	1,50	450,00	675,00	8.100,00
4		POSTRES ADICIONALES	0,25	0,25	0,25	0,75	400,00	300,00	3.600,00
5		BEBIDAS ADICIONALES	0,25	0,25	0,25	0,75	400,00	300,00	3.600,00
6		ESTANCIAS	6,00	2,00	1,00	9,00	300,00	2.700,00	32.400,00
7		TURISMO	8,00	5,00	3,00	16,00	300,00	4.800,00	57.600,00
23		Costo Total						9.775,00	117.300,00

4.- Gastos de administración y ventas

m	Ite	Rubro	V Mensual	Anual
1		Servicios básicos	\$ 50,00	\$ 600,00
2		Sueldos y salarios	\$ 3.864,00	\$ 46.368,00
3		Mantenimiento de maquinaria	\$ 25,00	\$ 300,00
4		Servicios de internet y seguridad	\$ 40,00	\$ 480,00
5		Utiles de limpieza	\$ 30,00	\$ 360,00
6		seguros	\$ 200,00	\$ 2.400,00
7		Publicidad y Marketing Digital	\$ 400,00	\$ 4.800,00
8				\$ -
15		Imprevistos (10%)	\$ 400,90	\$ 4.810,80
		Totales	\$ 5.009,90	\$ 60.118,80

5.- Financiamiento

Monto a financiar:	12.298,77
Tasa:	13%
Nro. Años (Máximo 5 años)	5
Total períodos	60
Períodos de gracia	0
Total períodos a amortizar	60
Valor dividendo	\$ 279,83
Valor Intereses	4.491,32

Detalle de la amortización

Concepto	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Totales
Pago Capital	1.867,87	2.125,70	2.419,12	2.753,03	3.133,04	12.298,77
Pago Interes	1.490,14	1.232,32	938,90	604,98	224,98	4.491,32
Dividendos	3.358,02	3.358,02	3.358,02	3.358,02	3.358,02	16.790,09

6.- Resultados

5.- Estado de Resultados proyectados

DETALLE	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Totales
Ventas	196.650,00	196.650,00	196.650,00	196.650,00	196.650,00	983.250,00
(-) Costo de ventas / Insumos	117.300,00	117.300,00	117.300,00	117.300,00	117.300,00	586.500,00
(=) Utilidad Bruta en Ventas	79.350,00	79.350,00	79.350,00	79.350,00	79.350,00	396.750,00

(-) Gastos Administrativos y ventas	60.118,80	60.118,80	60.118,80	60.118,80	60.118,80	300.594,00
(-) Depreciaciones y amortizaciones	1.652,55	1.482,55	1.482,55	912,55	912,55	6.442,75
(-) Gastos Financieros	1.490,14	1.232,32	938,90	604,98	224,98	4.491,32
(=) Utilidad operativa	16.088,51	16.516,33	16.809,75	17.713,67	18.093,67	85.221,93
(-) 15% Participacion empleados	2.413,28	2.477,45	2.521,46	2.657,05	2.714,05	12.783,29
(=) Utilidad despues de utilidades	13.675,23	14.038,88	14.288,29	15.056,62	15.379,62	72.438,64
(-) Impuesto a la renta (*)	2.738,87	2.738,87	2.738,87	2.738,87	2.738,87	13.694,37
(=) Utilidad Neta	10.936,36	11.300,01	11.549,41	12.317,74	12.640,75	58.744,27

7.- Balance General

58

	Año					
	0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
ACTIVO						
CORRIENTE	14.784,90	25.505,93	36.162,79	46.775,63	57.252,89	67.673,15
Caja - bancos	-	10.721,03	21.377,89	31.990,73	42.467,99	67.673,15
Cuentas por cobrar	-					
INVENTARIOS						
Otros activos corrientes	14.784,90	14.784,90	14.784,90	14.784,90	14.784,90	
ACTIVO NO CORRIENTE	26.211,00	24.558,45	23.075,90	21.593,35	20.680,80	19.768,25
ACTIVOS FIJOS	25.841,00	25.841,00	25.841,00	25.841,00	25.841,00	25.841,00
ACTIVOS INTANGIBLES	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00
(-) DEPRECIACION Y AMORTIZACION ACUMULADA	-	(1.652,55)	(3.135,10)	(4.617,65)	(5.530,20)	(6.442,75)
OTROS ACTIVOS	-					
TOTAL ACTIVOS	40.995,90	50.064,38	59.238,69	68.368,98	77.933,69	87.441,40

PASIVO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES (HASTA A 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
OBLIGACIONES LABORALES POR PAGAR	-					
OBLIGACIONES FISCALES POR PAGAR	-					
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (HASTA 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (HASTA 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	12.298,77	10.430,90	8.305,19	5.886,08	3.133,04	(0,00)
CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (MÁS DE 1 AÑO)	12.298,77	10.430,90	8.305,19	5.886,08	3.133,04	(0,00)
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	12.298,77	10.430,90	8.305,19	5.886,08	3.133,04	(0,00)

PATRIMONIO	28.697,13	39.633,49	50.933,49	62.482,91	74.800,65	87.441,40
CAPITAL (APORTES)	28.697,13	28.697,13	28.697,13	28.697,13	28.697,13	28.697,13
RESULTADOS ACUMULADOS			10.936,36	22.236,36	33.785,78	46.103,52
RESULTADOS DEL PERÍODO	-	10.936,36	11.300,01	11.549,41	12.317,74	12.640,75

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	40.995,90	50.064,38	59.238,69	68.368,98	77.933,69	87.441,40
--------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

8.- Flujo de caja

Concepto	(+/-)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Totales
Ingresos	+		196.650,00	196.650,00	196.650,00	196.650,00	196.650,00	983.250,00
Costo de Venta	-		117.300,00	117.300,00	117.300,00	117.300,00	117.300,00	586.500,00
Gastos de Administración y Ventas	-		60.118,80	60.118,80	60.118,80	60.118,80	60.118,80	300.594,00
Depreciaciones y amortizaciones	-		1.652,55	1.482,55	1.482,55	912,55	912,55	6.442,75
Gastos financieros	-		1.490,14	1.232,32	938,90	604,98	224,98	4.491,32
Impuestos - Utilidades	-		5.152,15	5.216,32	5.260,34	5.395,92	5.452,93	26.477,66

Ganancias netas	=		10.936,36	11.300,01	11.549,41	12.317,74	12.640,75	58.744,27
Depreciaciones y amortizaciones	+		1.652,55	1.482,55	1.482,55	912,55	912,55	6.442,75
Costos de inversión	-	40.995,90						40.995,90
Préstamo	+	12.298,77	-	-	-	-	-	12.298,77
Pago de capital	-		1.867,87	2.125,70	2.419,12	2.753,03	3.133,04	12.298,77
Recuperación del capital de trabajo	+		-	-	-	-	14.784,90	14.784,90
Valor de liquidación de activos	+		-	-	-	-	-	-
Flujo de caja Neto	=	(28.697,13)	10.721,03	10.656,86	10.612,84	10.477,26	25.205,16	38.976,02
Flujo de caja acumulado	=	(28.697,13)	(17.976,10)	(7.319,24)	3.293,60	13.770,86	38.976,02	

6.2 Análisis de Rentabilidad

El análisis de rentabilidad permite determinar si Lounge Bar 'La Colina' será un negocio rentable tras la implementación de las estrategias digitales y el modelo de negocio propuesto.

9.- Evaluación financiera

Tasa de descuento =	12%
VAN =	\$ 17.885,38
TIR =	31,83%
COSTO BENEFICIO =	\$ 1,20

Para evaluar la viabilidad financiera de la implementación de estrategias innovadoras en el plan de negocios de Lounge Bar 'La Colina', basado en la comercialización de bebidas, estancia y turismo en El Chaco, se consideran los siguientes indicadores clave:

Tasa de Descuento (12%)

- La tasa de descuento es utilizada para descontar los flujos de caja futuros y obtener su valor presente. En este caso, una **tasa de descuento del 12%** refleja el costo de oportunidad de los inversionistas o el costo promedio ponderado del capital.

- **Interpretación:** Al aplicar esta tasa, se considera que las inversiones deben generar un retorno superior al 12% para ser rentables, dado el riesgo y las condiciones del mercado en El Chaco.

Valor Actual Neto (VAN) = \$17.885,38

- El VAN mide el valor actual de los flujos de caja futuros generados por el proyecto, descontados a la tasa de descuento del 12%. Un VAN positivo indica que el proyecto generará más valor del que cuesta.
- **Interpretación:** Un VAN positivo de \$17.885,38 significa que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que también genera un excedente. Esto implica que la implementación de las estrategias innovadoras en el negocio digital de Lounge Bar es financieramente viable y rentable.

Tasa Interna de Retorno (TIR) = 31,83%

- La TIR es la tasa a la cual el valor actual de los flujos de caja futuros es igual al costo de la inversión inicial, es decir, el punto de equilibrio del proyecto en términos de rentabilidad.
- **Interpretación:** Una TIR de 31,83% indica que el proyecto genera un retorno significativamente superior a la tasa de descuento del 12%. Dado que la TIR supera la tasa de descuento, el proyecto es financieramente atractivo y rentable.

Relación Costo-Beneficio (1,20)

- Este indicador compara los beneficios generados por el proyecto frente a sus costos. Un valor superior a 1 indica que los beneficios superan los costos.
- **Interpretación:** Un ratio de costo-beneficio de 1,20 significa que por cada dólar invertido, se obtienen \$1,20 en beneficios. Esto confirma la rentabilidad del proyecto, ya que los beneficios superan en un 20% los costos asociados.

El análisis financiero de la implementación de estrategias innovadoras en Lounge Bar 'La Colina' muestra resultados altamente favorables:

- El VAN positivo indica que el proyecto genera valor adicional.
- La TIR del 31,83% es mucho mayor que la tasa de descuento del 12%, lo que refuerza la viabilidad del proyecto.
- La relación costo-beneficio de 1,20 demuestra que los beneficios son mayores que los costos, validando la rentabilidad de las estrategias planteadas.

6.3 Evaluación de Impacto Económico y Social

La Evaluación de Impacto Económico y Social es crucial para medir cómo la implementación de estrategias innovadoras en Lounge Bar 'La Colina' afectará a la economía local y a la comunidad en El Chaco. Este análisis ayudará a identificar los beneficios y posibles áreas de mejora para asegurar que el negocio contribuya positivamente al entorno en el que opera. A continuación, se detallan los aspectos clave de esta evaluación:

Tabla 14. Impacto económico

Aspecto	Descripción	Indicadores
Generación de Empleo	- Creación de Puestos de Trabajo: Evaluar la cantidad de empleos directos e indirectos generados, incluyendo roles en el bar, la gestión de estancias y actividades turísticas.	Número de empleados contratados, tipos de puestos, salario promedio.
Desarrollo Económico Local	- Compras Locales: Analizar el porcentaje de productos y servicios adquiridos a proveedores locales. - Apoyo a Negocios Locales: Evaluar la colaboración con empresas locales y la inversión en la comunidad.	Porcentaje de compras locales, inversión en proveedores locales, colaboraciones con negocios locales.
Ingresos y Rentabilidad	- Crecimiento de Ingresos: Medir el aumento en los ingresos generados por las ventas de bebidas, estancias y actividades turísticas. - Rentabilidad: Evaluar la rentabilidad del negocio y el retorno de inversión.	Ingresos anuales, márgenes de beneficio, retorno de inversión.
Impacto en el Turismo	- Aumento del Turismo: Evaluar el incremento en el número de turistas atraídos a la región por las ofertas del Lounge Bar. - Gasto Turístico: Medir el impacto en el gasto de los turistas en la región.	Número de turistas, gasto promedio por turista, impacto en la economía local.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Tabla 15. Impacto social

Aspecto	Descripción	Indicadores
Beneficios para la Comunidad	- Iniciativas Sociales: Evaluar las iniciativas sociales y comunitarias apoyadas por el Lounge Bar, como programas educativos, culturales o medioambientales. - Impacto en la Calidad de Vida: Analizar	Número de iniciativas apoyadas, inversión en programas comunitarios, mejoras en calidad de vida.

Aspecto	Descripción	Indicadores
	cómo el negocio contribuye a mejorar la calidad de vida de los residentes.	
Inclusión y Diversidad	- Diversidad en el Empleo: Medir la diversidad en la contratación y el impacto en la inclusión laboral. - Capacitación y Desarrollo: Evaluar las oportunidades de capacitación y desarrollo ofrecidas a los empleados.	Proporción de empleados de diferentes grupos demográficos, programas de capacitación, oportunidades de desarrollo.
Impacto en la Cultura Local	- Promoción de la Cultura Local: Analizar cómo el Lounge Bar promueve y apoya la cultura y tradiciones locales a través de eventos, decoraciones y menús. - Participación Comunitaria: Evaluar la participación del Lounge Bar en eventos y festividades locales.	Número de eventos culturales organizados, participación en festividades locales, promoción de la cultura local.
Sostenibilidad y Responsabilidad Social	- Prácticas Sostenibles: Evaluar la implementación de prácticas sostenibles y su impacto en la comunidad. - Responsabilidad Social Corporativa: Medir el impacto de las políticas de responsabilidad social corporativa del Lounge Bar.	Implementación de prácticas sostenibles, participación en iniciativas de responsabilidad social.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

6.4 Medición del Éxito y KPI's (Indicadores Clave de Desempeño)

Para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas en Lounge Bar 'La Colina' y asegurar que se alcancen los objetivos del plan de negocios digital, es crucial establecer y medir Indicadores Clave de Desempeño (KPI's). Estos indicadores proporcionan una visión clara del rendimiento en diferentes áreas del negocio. A continuación, se detallan los KPI's recomendados para cada aspecto clave del plan de negocios digital:

Tabla 16. KPI's Financieros

KPI	Descripción	Objetivo
Ingresos Totales	Mide los ingresos generados por la venta de bebidas, estancias y actividades turísticas.	Incremento mensual o anual.
Margen de Beneficio Bruto	Calcula la rentabilidad después de descontar el costo de bienes vendidos.	Aumento del margen en el tiempo.
Rentabilidad sobre la Inversión (ROI)	Evalúa el retorno de inversión en comparación con el gasto en estrategias de marketing y otros costos.	ROI positivo y creciente.
Costo de Adquisición de Cliente (CAC)	Mide el costo promedio para adquirir un nuevo cliente.	Reducción del CAC con el tiempo.

KPI	Descripción	Objetivo
Valor del Tiempo de Vida del Cliente (CLV)	Calcula el ingreso total esperado de un cliente durante su relación con el negocio.	Aumento del CLV.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Tabla 17. KPI's de Marketing Digital

KPI	Descripción	Objetivo
Tasa de Conversión	Mide el porcentaje de visitantes del sitio web o usuarios de la tienda virtual que realizan una compra o reserva.	Aumento de la tasa de conversión.
Costo por Clic (CPC)	Calcula el costo promedio pagado por cada clic en los anuncios digitales.	Reducción del CPC.
Tasa de Retención de Clientes	Mide el porcentaje de clientes que regresan a realizar compras adicionales.	Aumento de la tasa de retención.
Tasa de Apertura de Correos Electrónicos	Calcula el porcentaje de correos electrónicos abiertos en campañas de email marketing.	Mejora continua en la tasa de apertura.
Engagement en Redes Sociales	Evalúa la interacción de los usuarios con el contenido publicado en redes sociales, incluyendo likes, comentarios y compartidos.	Aumento del engagement.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Tabla 18. KPI's Operativos

KPI	Descripción	Objetivo
Tiempo de Entrega de Pedidos	Mide el tiempo promedio desde que se realiza un pedido hasta su entrega.	Reducción del tiempo de entrega.
Satisfacción del Cliente	Evalúa la satisfacción general de los clientes mediante encuestas y comentarios.	Alta puntuación en encuestas de satisfacción.
Tasa de Devolución de Productos	Calcula el porcentaje de productos devueltos en comparación con el total de ventas.	Reducción de la tasa de devoluciones.
Utilización de Espacios y Recursos	Mide la eficiencia en el uso del espacio en el bar y los recursos disponibles.	Optimización de espacios y recursos.
Porcentaje de Residuos Reciclados	Mide el porcentaje de residuos reciclados o gestionados de manera sostenible.	Aumento del porcentaje reciclado.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

Tabla 19. KPI's de Impacto Social y Ambiental

KPI	Descripción	Objetivo
Inversión en la Comunidad	Mide el monto de dinero invertido en programas y proyectos comunitarios.	Aumento en la inversión comunitaria.
Reducción de Emisiones de Carbono	Calcula la reducción de las emisiones de carbono asociadas a las operaciones del negocio.	Reducción continua de emisiones.

KPI	Descripción	Objetivo
Participación en Programas de Sostenibilidad	Evalúa el número de iniciativas y programas de sostenibilidad en los que participa el negocio.	Mayor participación en programas sostenibles.
Impacto en la Empleabilidad Local	Mide la creación de empleos locales y el impacto en la tasa de empleo en la región.	Aumento en la creación de empleo local.

Elaborado por: Carlos Aguirre y Erik Flores

CONCLUSIONES

- La implementación de un plan de negocios digital para el Lounge Bar La Colina en la ciudad de El Chaco ha demostrado ser una estrategia viable para la comercialización de bebidas, alojamiento y turismo en un entorno rural. A lo largo del desarrollo del proyecto, se identificaron varias conclusiones clave que destacan la importancia de integrar la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la orientación al cliente para mejorar la competitividad del negocio.
- En primer lugar, se concluye que el comercio electrónico es una herramienta fundamental para startups en sectores como el de bebidas y turismo. La tienda virtual propuesta para Lounge Bar La Colina no solo amplía el alcance del negocio a un público más amplio, sino que también facilita la interacción con los consumidores, proporcionando una experiencia de compra más eficiente y personalizada. La digitalización del negocio permite reducir costos operativos y mejorar la accesibilidad a productos y servicios, lo cual es esencial para competir en mercados rurales como El Chaco.
- En segundo lugar, se concluye que la sostenibilidad es un factor diferenciador clave para Lounge Bar La Colina. La adopción de prácticas sostenibles en la cadena de suministro, el uso de energías renovables y la promoción de un turismo responsable no solo contribuyen al bienestar ambiental, sino que también atraen a un segmento de consumidores conscientes que valoran la responsabilidad social. Esto refuerza la imagen de marca del bar como un negocio innovador y comprometido con el medio ambiente, alineándose con las tendencias actuales del mercado.
- Además, el análisis del entorno competitivo reveló que Lounge Bar La Colina puede diferenciarse significativamente al ofrecer una experiencia integrada que combina bebidas artesanales, alojamiento ecológico y turismo personalizado. Mientras que los competidores

locales ofrecen servicios más tradicionales, La Colina se posiciona como una alternativa innovadora al ofrecer productos exclusivos y experiencias únicas basadas en la cultura y biodiversidad de la Amazonía. La capacidad de integrar digitalmente estos servicios a través de una plataforma e-commerce crea un valor añadido para los clientes, potenciando la competitividad del bar en un mercado emergente.

- Finalmente, se concluye que la colaboración con actores locales y la creación de alianzas estratégicas son esenciales para el crecimiento y sostenibilidad del negocio. Estas alianzas permiten diversificar la oferta y fortalecer la red de apoyo para el desarrollo turístico de la región. Lounge Bar La Colina, al trabajar con productores locales, operadores turísticos y comunidades indígenas, contribuye no solo a la economía local, sino también a la preservación del patrimonio cultural y natural de la región amazónica.

RECOMENDACIONES

- Inversión continua en tecnología: Se recomienda que Lounge Bar La Colina siga invirtiendo en el desarrollo de su plataforma digital, optimizando el e-commerce, las estrategias de marketing digital y las herramientas de análisis de datos. La implementación de inteligencia artificial y realidad aumentada podría mejorar aún más la experiencia del cliente, ofreciendo una mayor personalización y un servicio más eficiente.
- Capacitación del personal: Es crucial que el equipo del bar reciba formación constante en gestión digital, atención al cliente y sostenibilidad. Al estar en la primera línea de interacción con los clientes, el personal debe ser capaz de manejar las herramientas digitales y ofrecer un servicio acorde con las expectativas de los consumidores modernos.
- Monitoreo constante del mercado: Dado que el sector turístico y de bebidas está en constante cambio, se recomienda monitorear las tendencias del mercado y ajustar las estrategias conforme a las preferencias de los consumidores y la competencia. El uso de análisis de datos y KPIs puede proporcionar información clave para la toma de decisiones y la mejora continua de las operaciones.
- Fortalecimiento de alianzas estratégicas: Se sugiere continuar estableciendo alianzas con operadores turísticos, comunidades locales y otros negocios relacionados, para crear paquetes de experiencias más integrados y diferenciados. Estas alianzas no solo ampliarán

la oferta de servicios, sino que también ayudarán a consolidar a Lounge Bar La Colina como un referente en el turismo sostenible de la región.

REFERENCIAS

- Al-Debei, M. M., & Avison, D. (2018). Developing a unified framework of the business model concept. *European Journal of Information Systems*, 19(3), 359-376.
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K&S Ranch.
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., & Evans, S. (2018). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42-56.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and new business models in the experience economy: Challenges and opportunities. *Tourism Management*, 67, 307-310.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- De Massis, A., Kotlar, J., Frattini, F., & Wright, M. (2021). Lean startup: A review and future research directions. *International Journal of Management Reviews*, 23(2), 141-158.
- De Medeiros, J. F., Duarte, R., & Neto, A. (2022). Innovation and sustainability in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102812.
- Dissanayake, D., Weerasinghe, C., & Ranaweera, H. (2020). Role of Digital Marketing for Startups: Review and Recommendations. *Journal of Business Management*, 16(1), 100-110.
- Elkington, J. (2018). *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up?* Routledge.
- García-Rosell, J. C., Mäkinen, J., & Muñoz, P. (2021). The role of sustainable tourism entrepreneurs in the transformation of destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 343-360.
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2017). The future of retailing. *Journal of Retailing*, 93(1), 1-6.
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2020). The future of omnichannel retailing: Key trends in consumer behaviour and technology. *Journal of Retailing*, 96(1), 102-116.

- Guo, H., Tang, Q., & Guo, Y. (2020). Business model innovation through the internet of things: A comparative case study. *Journal of Business Research*, 108, 275-285.
- Hajli, N. (2020). Ethical dimensions of e-commerce platforms: A digital marketing perspective. *Journal of Business Ethics*, 167(1), 65-82.
- Kraus, S., Breier, M., & Gast, J. (2020). The role of innovation in SMEs: A systematic review of the literature. *Journal of Small Business Management*, 58(4), 656-691.
- Kuckertz, A., Brändle, L., & Gaudig, A. (2020). Startups in times of crisis: A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00169.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2019). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Pisano, G. P. (2019). *The Hard Truth About Innovative Cultures*. Harvard Business Review Press.
- Ries, E. (2020). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2019). Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. *Organization & Environment*, 32(1), 3-19.
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2019). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: Introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174-181.
- Wirtz, B. W., Pistoia, A., Ullrich, S., & Göttel, V. (2019). Business models: Origin, development, and future research perspectives. *Long Range Planning*, 49(1), 36-54.
- Yoon, E., Song, S., & Park, J. (2019). Strategic alliances in the digital economy. *Journal of Strategic Marketing*, 25(2), 180-195.
- Zhang, Y., Lu, H., & Li, Z. (2021). Strategic partnerships in the digital age: A focus on the hospitality and tourism sectors. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102865.

ANEXOS

- Gráficos y tablas utilizados para los análisis de mercado y financieros.

1. Anexo Activos Fijos

1.1 Detalle de activos fijos

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total	Terrenos	Inmuebles	Maquinaria	Muebles	Vehículos	Eq. Computo	Otros 1	Totales
1	1	Local	11,00	11,00	15.000,00	11,00						15.011,00
2	1	Hornos de gas o eléctricos	2.000,00	2.000,00			2.000,00					2.000,00
3	2	Estufas	800,00	1.600,00			1.600,00					1.600,00
4	2	Refrigeradores-Congeladores	800,00	1.600,00			1.600,00					1.600,00
5	10	Mesas	160,00	1.600,00				1.600,00				1.600,00
6	40	Sillas	30,00	1.200,00				1.200,00				1.200,00
7	1	Caja registradora	60,00	60,00						60,00		60,00
8	1	Computadora	500,00	500,00						500,00		500,00
9	3	Camaras	200,00	600,00						600,00		600,00
10	1	Alarma de seguridad	250,00	250,00						250,00		250,00
11	1	Barra	160,00	160,00				160,00				160,00
12	50	Bandejas	3,00	150,00							150,00	150,00
13	1	Televisiones	300,00	300,00						300,00		300,00
14	100	tazas	0,50	50,00							50,00	50,00
15	100	platos	1,00	100,00							100,00	100,00
16	100	vasos	1,00	100,00							100,00	100,00
17	2	Ventilador	80,00	160,00			160,00					160,00
18	2	microondas	200	400,00			400,00					400,00
19	1	Terreno	15000	15.000,00								-
				-								-
				-								-
Totales				25.841,00	15.000,00	11,00	5.760,00	2.960,00	-	1.710,00	400,00	25.841,00

1.2 Detalle de intangibles

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total	G. Constitución	Preoperativos	Software	Otros 1	Otros 2	Otros 3	Otros 4	Totales
1	1	Patente Municipal	80	80,00		80,00						80,00
2	1	Permiso de funcionamiento de los bomberos	25	25,00		25,00						25,00
3	1	Registro Sanitario	15	15,00		15,00						15,00
4	1	Licencia Sanitaria	50	50,00		50,00						50,00
5	1	Software de ventas y contable	200	200,00			200,00					200,00
6												
7												
Totales				370,00	-	170,00	200,00	-	-	-	-	370,00

Detalle de la amortización

Nro. Cuota	C. Inicial	Interés	Capital	Dividendo	C. Final
0	12.298,77	-	-	-	12.298,77
1	12.298,77	133,24	146,60	279,83	12.152,17
2	12.152,17	131,65	148,19	279,83	12.003,99
3	12.003,99	130,04	149,79	279,83	11.854,19
4	11.854,19	128,42	151,41	279,83	11.702,78
5	11.702,78	126,78	153,05	279,83	11.549,72
6	11.549,72	125,12	154,71	279,83	11.395,01
7	11.395,01	123,45	156,39	279,83	11.238,62
8	11.238,62	121,75	158,08	279,83	11.080,54
9	11.080,54	120,04	159,80	279,83	10.920,74
10	10.920,74	118,31	161,53	279,83	10.759,22
11	10.759,22	116,56	163,28	279,83	10.595,94
12	10.595,94	114,79	165,05	279,83	10.430,90
13	10.430,90	113,00	166,83	279,83	10.264,06
14	10.264,06	111,19	168,64	279,83	10.095,42
15	10.095,42	109,37	170,47	279,83	9.924,95
16	9.924,95	107,52	172,31	279,83	9.752,64
17	9.752,64	105,65	174,18	279,83	9.578,46
18	9.578,46	103,77	176,07	279,83	9.402,39
19	9.402,39	101,86	177,98	279,83	9.224,41
20	9.224,41	99,93	179,90	279,83	9.044,51
21	9.044,51	97,98	181,85	279,83	8.862,66
22	8.862,66	96,01	183,82	279,83	8.678,84
23	8.678,84	94,02	185,81	279,83	8.493,02
24	8.493,02	92,01	187,83	279,83	8.305,19
25	8.305,19	89,97	189,86	279,83	8.115,33
26	8.115,33	87,92	191,92	279,83	7.923,41
27	7.923,41	85,84	194,00	279,83	7.729,42
28	7.729,42	83,74	196,10	279,83	7.533,32
29	7.533,32	81,61	198,22	279,83	7.335,09
30	7.335,09	79,46	200,37	279,83	7.134,72
31	7.134,72	77,29	202,54	279,83	6.932,18
32	6.932,18	75,10	204,74	279,83	6.727,44
33	6.727,44	72,88	206,95	279,83	6.520,49
34	6.520,49	70,64	209,20	279,83	6.311,29
35	6.311,29	68,37	211,46	279,83	6.099,83
36	6.099,83	66,08	213,75	279,83	5.886,08
37	5.886,08	63,77	216,07	279,83	5.670,01
38	5.670,01	61,43	218,41	279,83	5.451,60
39	5.451,60	59,06	220,78	279,83	5.230,82
40	5.230,82	56,67	223,17	279,83	5.007,65
41	5.007,65	54,25	225,59	279,83	4.782,07

42	4.782,07	51,81	228,03	279,83	4.554,04
43	4.554,04	49,34	230,50	279,83	4.323,54
44	4.323,54	46,84	233,00	279,83	4.090,54
45	4.090,54	44,31	235,52	279,83	3.855,02
46	3.855,02	41,76	238,07	279,83	3.616,95
47	3.616,95	39,18	240,65	279,83	3.376,30
48	3.376,30	36,58	243,26	279,83	3.133,04
49	3.133,04	33,94	245,89	279,83	2.887,15
50	2.887,15	31,28	248,56	279,83	2.638,59
51	2.638,59	28,58	251,25	279,83	2.387,34
52	2.387,34	25,86	253,97	279,83	2.133,37
53	2.133,37	23,11	256,72	279,83	1.876,65
54	1.876,65	20,33	259,50	279,83	1.617,14
55	1.617,14	17,52	262,32	279,83	1.354,83
56	1.354,83	14,68	265,16	279,83	1.089,67
57	1.089,67	11,80	268,03	279,83	821,64
58	821,64	8,90	270,93	279,83	550,70
59	550,70	5,97	273,87	279,83	276,84
60	276,84	3,00	276,84	279,83	(0,00)
Totales		4.491,32	12.298,77	16.790,09	

- Formato de entrevista utilizados para la recolección de datos.

Implementación de Estrategias Innovadoras en el Plan de Negocios Digital para la Comercialización de Bebidas, Estancia y

Turismo en la Tienda Virtual Lounge Bar 'La Colina' en la Ciudad de El Chaco

luhof624@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

No compartido

Lounge Bar 'La Colina'



Sección 1: Información General

1. Edad:
 18-25 años
 26-35 años
 36-45 años
 46-60 años
 Más de 60 años

2. Género:
 Masculino
 Femenino
 Prefiero no decir

3. Lugar de residencia:
 Ecuador (especificar ciudad): _____
 Otro país (especificar): _____

Sección 2: Hábitos de Consumo de Bebidas

4. ¿Con qué frecuencia consume bebidas artesanales o locales?
 Diario
 Semanalmente
 Mensualmente
 Ocasionalmente
 Nunca

5. ¿Dónde suele comprar bebidas artesanales o locales?
 Tienda física
 Tienda en línea
 En bares o restaurantes
 Otros: _____

6. ¿Qué factores considera importantes al comprar bebidas en línea? (Seleccione hasta 3)

Calidad del producto
 Precio
 Variedad
 Opiniones/reseñas
 Tiempo de entrega
 Facilidad de uso de la plataforma
 Sostenibilidad del producto

Sección 3: Preferencias sobre Estancia y Turismo

7. ¿Con qué frecuencia reserva alojamiento en línea?

Siempre
 A menudo
 Ocasionalmente
 Raramente
 Nunca

8. ¿Cuáles son los aspectos más importantes al seleccionar un lugar de alojamiento? (Seleccione hasta 3)

Precio
 Comodidad
 Ubicación
 Servicios adicionales (Wi-Fi, desayuno, tours, etc.)
 Sostenibilidad y prácticas ecológicas
 Reseñas de otros usuarios

9. ¿Estaría interesado en combinar alojamiento con experiencias turísticas en un solo paquete?

Sí
 No
 Depende de la oferta

10. ¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas le atraen más? (Seleccione hasta 3)

Senderismo
 Observación de fauna y flora
 Visitas culturales
 Turismo gastronómico
 Actividades acuáticas
 Turismo de aventura (rafting, canopy, etc.)
 Otros: _____

Sección 4: Opiniones sobre la Tienda Virtual

11. ¿Cuáles serían las características más importantes para usted al usar una tienda virtual para comprar bebidas o reservar alojamiento? (Seleccione hasta 3)

Facilidad de navegación
 Variedad de productos y servicios
 Métodos de pago seguros
 Promociones y descuentos
 Opiniones y reseñas de otros usuarios
 Atención al cliente rápida
 Compatibilidad con dispositivos móviles

12. ¿Qué tan probable es que utilice una plataforma digital como Lounge Bar 'La Colina' para comprar bebidas o reservar alojamiento en El Chaco?

Muy probable
 Probable
 No lo sé
 Improbable
 Muy improbable

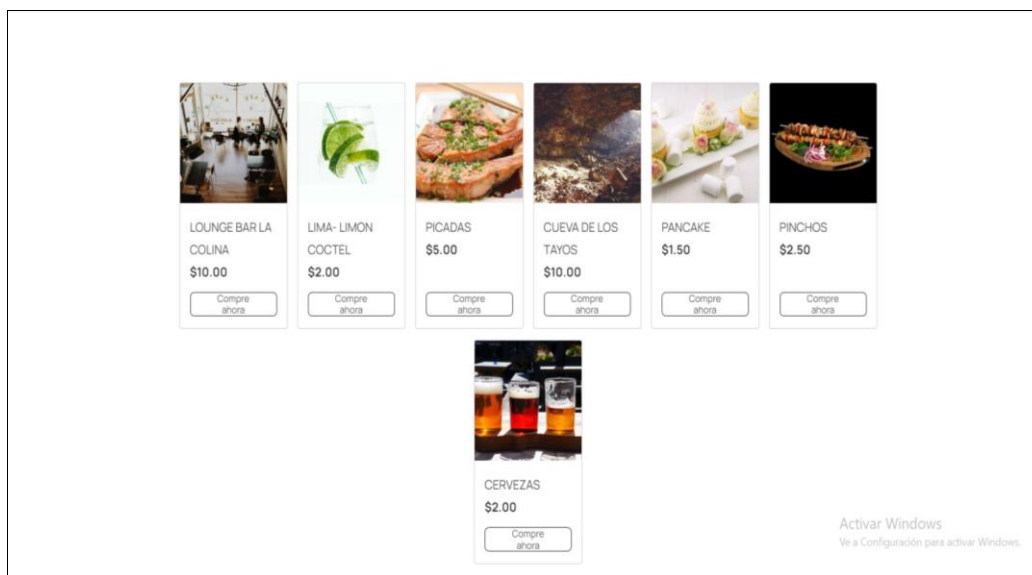
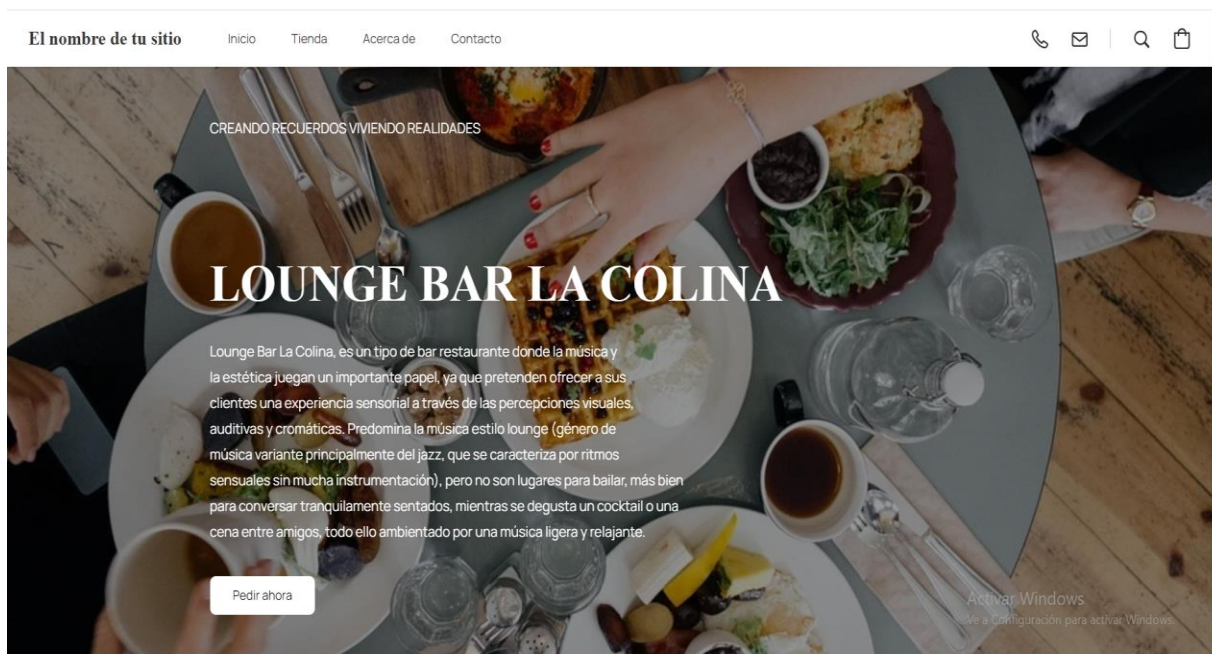
13. ¿Qué tan importante es para usted que un negocio como Lounge Bar 'La Colina' promueva la sostenibilidad y prácticas ecológicas?

Muy importante
 Importante
 Neutral
 Poco importante
 Nada importante

14. ¿Qué innovaciones tecnológicas le gustaría ver en la plataforma digital de Lounge Bar 'La Colina'?
- Inteligencia artificial para sugerencias personalizadas
 - Realidad aumentada para explorar el alojamiento o destinos turísticos
 - Sistema de reservas en tiempo real
 - Asistencia por chat en vivo
 - App móvil para una mayor accesibilidad

Cualquier material adicional que sirva para respaldar los hallazgos y recomendaciones del estudio, como imágenes del entorno, productos o tecnologías propuestas para el Lounge Bar La Colina.

SITIO WEB



TESTIMONIO DE UN
CLIENTE , EXPERIENCIA
EN LOUNGE BAR

— LUCIA FAJARDO, cliente feliz



Quiénes somos

LOUNGE BAR "CREANDO RECUERDOS VIVIENDO REALIDADES"

Se le puso como nombre La Colina Lounge Bar porque es un establecimiento ubicado en las colinas del Valle Quijos con una belleza paisajística parecida a un valle que combina lo urbano con lo rustico. Y su eslogan creando recuerdos, viviendo realidades se lo diseño con la finalidad de que el cliente se identifique con la frase y siempre cree recuerdos amenos e inolvidables en el Lounge Bar La Colina, recordando siempre que sus experiencias son reales y no simples fantasias.