



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO
DENOMINADO "EL REY BANANO" EN EL CANTON EL GUABO
PROVINCIA DE EL ORO

CRUZ CHAVEZ SANDY MICHEL
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO
DENOMINADO "EL REY BANANO" EN EL CANTON EL GUABO
PROVINCIA DE EL ORO

CRUZ CHAVEZ SANDY MICHEL
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

EXAMEN COMPLEXIVO

PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO DENOMINADO
"EL REY BANANO" EN EL CANTON EL GUABO PROVINCIA DE EL ORO

CRUZ CHAVEZ SANDY MICHEL
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

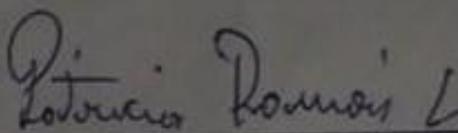
RAMÓN LOZANO NORMA PATRICIA

MACHALA, 16 DE JULIO DE 2018

MACHALA
16 de julio de 2018

Nota de aceptación:

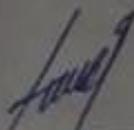
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO DENOMINADO "EL REY BANANO" EN EL CANTON EL GUABO PROVINCIA DE EL ORO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



RAMÓN LOZANO NORMA PATRICIA

0704009299

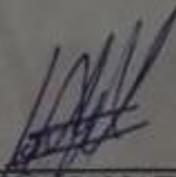
TUTOR - ESPECIALISTA 1



AMAIQUEMA ILLESCA LOURDES DOLORES

0701775512

ESPECIALISTA 2



HERRERA BENA JONATHAN NEPTALI

0703553941

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: miércoles 18 de julio de 2018 - 16:04

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CRUZ CHAVEZ SANDY MICHEL_PT-010518.pdf (D40386249)
Submitted: 6/26/2018 7:54:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, CRUZ CHAVEZ SANDY MICHEL, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO DENOMINADO "EL REY BANANO" EN EL CANTON EL GUABO PROVINCIA DE EL ORO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

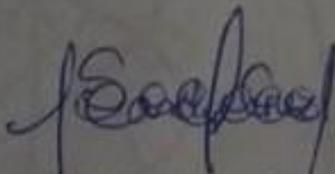
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 16 de julio de 2018



CRUZ CHAVEZ SANDY MICHEL
0707058277

RESUMEN

El presente proyecto trata de la propuesta de crear un restaurante temático en la ciudad de Machala denominado “EL REY BANANO” el restaurante está enfocado en poder incrementar el turismo ya que como sabemos no existen muchos atractivos en la ciudad y es por este motivo que se está realizando la creación del mismo.

Dentro de nuestro proyecto hemos utilizado varios métodos para poder analizar en qué estado se encontraría el restaurante, hemos utilizado las publicidades y promociones que se realizarán para que las personas conozcan más, hemos utilizado las investigaciones bibliográficas en los cuales nos respalda una grande información para saber más de lo que se está realizando.

También se presentará un menú de lo que se les va a brindar a los clientes que es en base al banano que es muy rico y nutritivo para las personas, las diferentes ofertas que también se estarán dando a clientes fijos y descuentos al por mayor. El menú que se ofrecerá a los clientes será muy seleccionado para que sea de agrado para las personas y puedan degustar sin reclamo o queja alguna.

Para saber las opiniones de las personas que si tendrá resultado en el restaurante hemos optado por realizar entrevistas que nos permitirá conocer cuál sería el servicio correcto que se ofrecerá en el restaurante y así se obtendrá un resultado que nos dará a conocer si el restaurante dará resultado y también con esto ser reconocidos a nivel nacional.

PALABRAS CLAVES: Restaurante, temático, herramientas, marketing, banano, plan, entrevista

1. ABSTRACT

This project deals with the proposal to create a thematic restaurant in the city of Machala called "EL REY BANANO" the restaurant is focused on increasing tourism because as we know there are not many attractions in the city and it is for this reason that is making the creation of it.

Within our project we have used several methods to analyse what state the restaurant would be in, we used the advertising and promotions that will be carried out so that people know more, we have used the bibliographic research in which a great information backs us to know more than what is being done.

It will also present a menu of what will be offered to customers that is based on banana that is very rich and nutritious for people, the different offers that will also be given to fixed customers and wholesale discounts. The menu that will be offered to customers will be very selected to be liked by people and can taste without complaint or any complaint.

To know the opinions of the people that will have results in the restaurant, we have chosen to carry out interviews that will allow us to know which would be the correct service that will be offered in the restaurant and thus we will obtain a result that will let us know if the restaurant will work and also with this being recognized at the national level.

KEYWORDS: Restaurant, theme, tools, marketing, banana, plan, interview

INDICE

1.	RESUMEN	- 1 -
2.	ABSTRACT	- 2 -
3.	INTRODUCCIÓN	6
4.	METODOLOGIA	8
5.	DESARROLLO	9
6.	DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO	11
7.	PLAN DE TRABAJO	12
8.	DISCUSION	18
9.	CONCLUSIÓN	19
10.	BIBLIOGRAFÍA	20

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: LOGO DE LA EMPRESA	11
ILUSTRACIÓN 2 DEMOSTRACION DEL RESTAURANTE; Error! Marcador no definido.	11

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1: ORGANIGRAMA DEL RESTAURANTE.....	115
TABLA 2:HERRAMIENTAS DE MARKETING	16

2. INTRODUCCIÓN

Principalmente los restaurantes del mundo en platos tradicionales o típicos entre otros, los restaurantes tienen un solo objetivo que es satisfacer al cliente y también es nutritivo, lo que conglomera para influir a consumir en el mercado mundial. (Gomes Teixeira, 2013)

En el Ecuador el primer restaurante temático dio a conocer expectativas nuevas de dar un buen servicio y hacerse conocer para el consumidor, existen otros restaurantes que ofrecen un menú diferente que a su vez sería beneficioso lo que está aumentando sus ingresos y con su imagen son reconocidos a nivel nacional. (ARIAS, LOOR, & PAGUAY, 2012)

En nuestro país existen varios restaurantes temáticos uno de ellos es “The lovers”, un restaurante temático que existe en nuestro país, es un restaurante muy reconocido a nivel nacional, se encuentra en la ciudad de Quito que labora con clientela totalmente fija.

En la provincia de El Oro, Comic’s Planet es el primer restaurante temático en la ciudad de Machala, el restaurante está enfocado en brindar la mayor satisfacción al cliente y ser muy reconocido en la ciudad, su principal objetivo es dar un servicio de calidad en comidas de excelente frescura y un ambiente adecuado para el consumidor.

El presente proyecto está basado en la creación de un restaurante temático y que sería de gran beneficio crear un restaurante, así aumentará el turismo en la ciudad y será más reconocida.

El restaurante se lo llevara a cabo en El Cantón El Guabo que en base al banano se lo realizará, en el lugar donde se lo desarrollara la demanda del banano es equivalente para los guabeños, los diferentes platos, lo que se desea plasmar y eso por este motivo que el restaurante está enfocado en el mismo así también utilizaremos herramientas de marketing que ayudara a la toma de medidas para tenga un mayor competencia.

Es por esta razón su objetivo es “Diseñar un procedimiento para la creación de un restaurante temático llamado El Rey Banano, que permita el desarrollo turístico para El cantón el Guabo en la Provincia de El Oro. Es muy importante esta creación ya que así vez nos ayudara a ser más reconocidos en nuestro país y también en otros países del

mundo y ser un orgullo de nuestro cantón gracias a esta fruta con la que se puede elaborar diversos platos para consumir.

3. METODOLOGIA

Para este trabajo se empleara lo siguiente, una investigación documental ya que este un método que se realizó una investigación en base a artículos científicos, videos, que para poder analizar se evidenció por medio del mismo; también se utilizó una observación indirecta porque en este caso se investigó el entorno y el lugar de los hechos para conocer de manera más profunda para su debida, el método inductivo se lo trabajo de manera eficaz ya que se recaban datos que se va a llevar al lugar de los eventos para llegar a conclusiones generales y poder identificar de manera rápida basándonos en los papers bases., otra técnica que se utilizo es la entrevista la cual se pudo recabar información lo cual ayuda a la toma de decisiones más concretas a cerca del caso. (FOLGUEIRAS, 2016)

Plan de marketing.- es un instrumento la cual a la empresa ayuda a enfocarse a mediano o largo plazo siendo así que se plantea para la entidad en que se trabaja por lo que se enfocara a dar una visión más clara de cómo se desea trabajar, analizara su cartera de posibles clientes. (Sanchez Gutierrez, Vazquez Avila, & Mejia Trejo, 2017)

4. DESARROLLO

5.1. GENERALIDADES

5.1.1. GASTRONOMÍA. – la gastronomía tiene varios conceptos uno de ellos es el buen servicio en la mesa. Es muy importante que la gastronomía sea desarrollada en el cantón ya que la gastronomía es muy llamativa para las personas y también ayuda a tener mayores ingresos e incrementa el turismo.

5.1.2. RESTAURANTE. - Un restaurante es un local en donde se ofrece variedad de comida que brinda un servicio y atención al cliente para que las personas se sientan satisfechas al momento de servirse su alimento. (CATARINA, 2016)

5.1.3. RESTAURANTE TEMÁTICO. – Ofrece alimentos diferentes que un restaurante normal y su decoración tanto exterior como interior es diferente a lo común, su menú y su decoración debe ser similares a la presentación del restaurante. (PAJUELO & VIGIL, 2013)

5.1.4. CALIDAD DE SERVICIO. - Una persona para emprender un negocio uno siempre debe observar la calidad porque es muy importante e interfiere mucho porque los clientes es lo primero que les gusta saber y ver ya que a las personas les gusta ver mucho su físico si es llamativo y su decoración que sea excelente. (Vera & Trujillo, 2009)

5.1.5. CLIENTES. – Los trabajadores del restaurante deben estar altamente capacitado para que puedan tener una buena relación y atención con el cliente y evitar todo tipo de problemas. (LOPEZ, 2016)

5.1.6. BANANO. – El banano es una fruta que se produce bastante en nuestro país. Este fruto se lo consume ya sea verde o maduro. Esta fruta es considera un alimento demasiado importante para la población y principalmente para los niños, deportistas y también para todas las edades ya que contiene muchos nutrientes. (MINISTERIO DE AGRICULTURA, 2013)

5.1.7. ORGANIGRAMA. - Es una demostracion de cómo está formada la empresa, también nos permite ver el nivel de cargo de cada uno de ellos. (ADMINISTRACION, 2010).

5.1.8. HERRAMIENTAS DE MARKETING. - Las herramientas de marketing son los métodos que vamos a utilizar para promocionar el restaurante entre las herramientas de marketing que utilizaremos esta:

Publicidad. - Es un método que permite promocionar un lugar específico para que las personas puedan saber de lo que se está promocionando y conseguir lo que se desea. La publicidad se la puede realizar por medio de la radio, televisión, en la web, redes sociales y así poder tener una gran acogida.

Marketing directo. - Este método es por medio de llamadas ya sea por teléfono o celular, en el que la empresa se pone en contacto con el cliente para dar a conocer los tipos de ofertas y promociones que se brinden en el restaurante.

La promoción de ventas. - Es un método para incentivar al cliente al momento de que realice la compra, se le dará al cliente muestras gratuitas para que puedan conocer los nuevos platos que se van a brindar poco a poco, también se harán descuentos si realizan compra al por mayor, realizar un obsequio si la persona esta de cumpleaños, sorteos para las personas que sean clientes fijos y también por la compra de dos platos el segundo a mitad de precio solo los días miércoles. (NAVARRA, 2015)

Objetivos específicos.-

- Elabora un estudio de plan de trabajo que permita conocer la factibilidad del negocio en un corto plazo.
- Satisfacer las necesidades del consumidor a través del precio.

5. DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO

Se establecerá lo siguiente para la creación del restaurante temático.

Nombre comercial: “EL REY BANANO”



Tabla 1: Logo de la empresa

FUENTE: Elaboración propia.

Demostración del restaurante



A continuación, el plan de trabajo a realizar:

6. PLAN DE TRABAJO

RESTAURANTE TEMATICO "EL REY BANANO"

El plan de trabajo consta de varias partes como son: realizar un análisis de la situación en la que se encuentra, los factores que hay que tener en cuenta al momento de realizarlo, detallarlo y los objetivos que se desean, las estrategias que utilizaremos y el capital para realizar el plan.

ANÁLISIS DEL RESTAURANTE

6.1. ANÁLISIS SOBRE EL CLIENTE

6.2. CLIENTES CON LOS QUE VAMOS A TRATAR

PERSONAS QUE LES GUSTEN EL CONSUMO DEL BANANO, QUIENES ESTEN DISPUESTAS A ADQUIRIR.

6.3. PRINCIPALES PROBLEMAS QUE BUSCA RESOLVER

CONSERVACION AL MEDIO AMBIENTE, CONSUMO DE UN PRODUCTO CIEN POR CIENTO ORGANICO PARA LA SOCIEDAD.

6.4. EN QUE MEDIOS DAR A CONOCER EL RESTAURANTE

PROPAGANDAS, ANUNCIOS EN TELEVISION, REDES SOCIALES, etc.

6.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL MERCADO

En el siguiente cuadro se detallará el competidor que tendrá el restaurante.

Competidor	Por qué lo es	Ventaja competitiva
COMIDA RAPIDA	PUESTOS DE COMIDAS A BAJO COSTO	COSTUMBRES DE LOS CONSUMIDORES,

6.6. ANÁLISIS DE NUESTRA OFERTA

Detallaremos lo que ofreceremos y también saber si se conseguirá los objetivos que nos proponemos más adelante.

6.7. PROPOSICIÓN EN LA VENTA

Se describirá lo que se va a ofrecer es decir un producto de calidad y saber si tendrá resultado para que los clientes elijan nuestro restaurante.

6.8. ESTRATEGIA DE PRECIO

Estableceremos el precio de la venta que sea a comodidad del cliente no tan caro y nuestro precio es el siguiente:

El precio será el siguiente. \$ 2

Nivel de competencia: IGUAL

Se ha considerado ese nivel de precios por los siguientes motivos: POR QUE ES UN PRECIO ACCESIBLE AL CLIENTE.

6.9. OBJETIVOS QUE SE DESEAN ALCANZAR

Los siguientes objetivos son los que se desean alcanzar con el plan de Marketing. Incluye la fecha que se emprenderá la medida que nos permitirá cuantificar y saber si se cumplió.

- **Posicionar al restaurante temático en el mercado para el desarrollo turístico del Cantón El Guabo en la provincia de "EL ORO".**

Llegar a hacer conocer a los demás consumidores en general a cerca de nuestro producto.

Nos permitirá saber si hemos alcanzado el objetivo cuando se llegue a la fecha límite: 8700 el 50% conoce a cerca del producto a consumir.

6.10. Estrategias para lograr los Objetivos.

Se dará a conocer las estrategias más adecuadas para alcanzar los objetivos propuestos anteriormente.

- **ESTRATEGIA DE PRECIO.** Fecha de puesta en marcha. 16-Jun-2018.

Objetivo a cumplir: Posicionar al restaurant temático en el mercado para el desarrollo turístico del Cantón El Guabo en la provincia de "EL ORO"

El precio de nuestra oferta será el siguiente. \$2 por plato, se podría decir que menor que la competencia, ya que se brinda para que el cliente aparte de que se sienta satisfecho **CONSUMO ALGO DE CALIDAD.**

6.11. DESARROLLO DE MERCADO.

Objetivo a cumplir: Posicionar al restaurant temático en el mercado para el desarrollo turístico del Cantón El Guabo en la provincia de "EL ORO"

Alcanzar un volumen de ventas específico que se dará a detallar según el consumo de su plato estrella.

6.12. ACCIONES CONCRETAS A EJECUTAR

A continuación, se describirán las acciones que se van a poner en marcha, están ordenadas por fecha de realización. Toda acción depende de una estrategia a fin de que se logre lo establecido.

- **ATRAER CLIENTES POTENCIALES.** Fecha de ejecución. 16-Jun-2019.

Estrategia que desarrolla: DESARROLLO DE MERCADO

Descuentos especiales en compras superiores a más de 5 platos de comida, y que a través de publicidades por redes sociales, también por la página web del restaurante, cupones de descuentos, entre otros.

6.13. PRESUPUESTO

A continuación, el presupuesto de ingresos y gastos. Los ingresos son de acuerdo a los objetivos monetarios establecidos en el plan, los gastos dados por el coste previsto de las acciones que se van a poner en marcha y definir cuánto se necesitará para el plan.

Para este plan no hay ingresos monetarios previstos.

6.14. GASTOS PREVISTOS

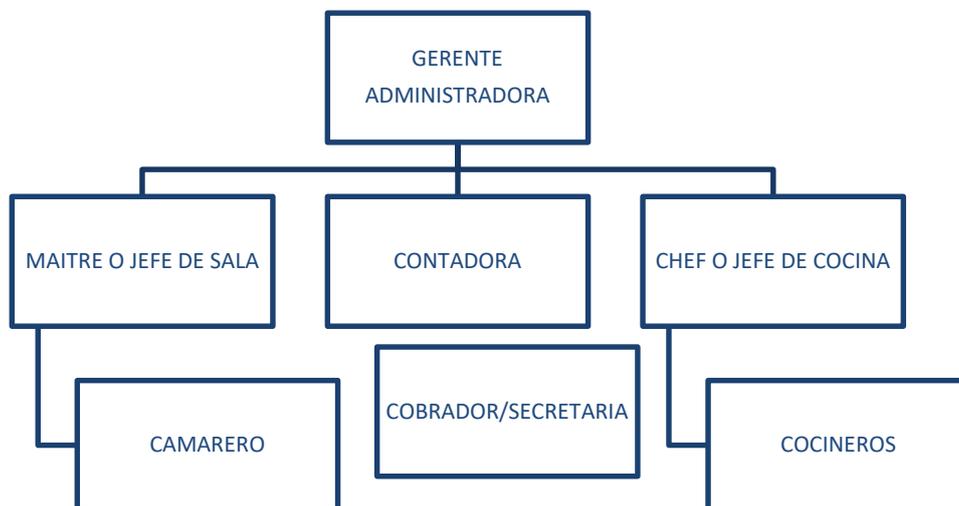
	Gasto	Fecha
ATRAER CLIENTES	5000	16-Jun-2019

6.15. RESUMEN PRESUPUESTARIO

- Total de ingresos: **0**
- Total de gastos: **5000**
- Resultado monetario del plan: **5000**

Ya establecido el nombre comercial y su plan trabajo se detallará de la siguiente manera el organigrama y funciones que estará en el restaurante que enfocaran a cada actividad a trabajar por áreas.

TABLA 1: ORGANIGRAMA DEL RESTUARANTE



FUENTE: Elaboración Propia

Ya hecho esto nos enfocaremos a las herramientas de marketing que se utilizaran



TABLA 2:HERRAMIENTAS DE MARKETING

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Marketing en las redes sociales

Es una herramienta que las personas a diario utilizan, que a través de ella se observan imágenes, propagandas que es la más utilizada en la actualidad como Facebook, twitter, Instagram el gran fenómeno mundial para utilizar, entre otros para poder atraer a los clientes potenciales. Las redes sociales es la opción más llamativa para el consumidor lo que es una ventaja competitiva y que son más apropiadas en el mercado que esto generara más atracción turística con más ventajas de competencia. (Miranda Zavala & Cruz Estrada, 2016)

Guías publicitarias

Por medio de este medio se dará a conocer al cliente lo que se promocionará la que es importante porque así favorecerá al restaurante. (Vera C. , 2010)

Imagen corporativa

Esta herramienta ayuda a que la empresa pueda realizar un buen diseño gráfico para el consumidor, lo que llevara una imagen esencial al mismo para diferenciarse con calidad. (Mira Agulló, Peña Acuña, & Parra Meroño, 2016)

Ventas personales

Tiene contacto directo con el consumidor para promocionar más nuestro producto nuevo al mercado para tener ventas de manera eficaz y efectiva. (Migdalia, Castellano, & Hernández, 2015)

7. DISCUSION

Con la propuesta se diseñó un restaurant temático el cual promoverá al ingreso económico que a través de su creación ayudara al desarrollo turístico, por lo que se basó al incremento de visita en el Cantón de El Guabo que mejoraría y optaría a dar más ingresos de trabajo, por ello se enfoca en el análisis de la venta del banano por medio de un plan de trabajo, que también se utilizarán herramientas para atraer clientes se desarrollara un nombre que tenga acogida por el consumidor la cual tenga una ventaja competitiva en el mercado de los restaurantes. Por lo que se elaboró un organigrama para establecer las funciones que se trabajaran dentro del mismo.

A través de los objetivos de cumplen a cabalidad ya que el uso de la recolección de información que se dio a través de la entrevista se dieron a conocer incógnitas del consumidor por lo que se establece a elaborar un plan de trabajo y conocer a corto plazo la factibilidad del negocio, se utilizó una metodología mediante fuentes bibliográficas sustentadas en artículos científicas, así mismo una observación directa del comportamiento del consumidor, el método descriptivo e inductivo para la toma de dediciones y conclusiones generales.

El plan de trabajo que se elaboró enfoca en que tiempo se comenzara con metas y objetivos que se llevarán a cumplir en cierto tiempo determinado ayudando a la empresa a enfocarse de igual manera en su cliente y su producto que proporcionará enfocándose de igual manera en su competencia.

En el restaurante también se emplearán herramientas de marketing para establecer varias opciones a que en este caso se utilizara estrategias de desarrollo de mercados o diversificación para la acogida de nuestro producto (servicio) para el restaurante E l Rey Banano.

8. CONCLUSIÓN

Tomando en cuenta las bases que se sustentan por medio de artículos se pudo demostrar y recabar información que se pudo cumplir a cabalidad lo que se enfocó en el restaurante lo que permite más acogida al mercado utilizando las estrategias que se enfocó en un nuevo servicio y nuevo producto al consumidor. Lo que implicó de gran manera en sustentar la demanda del consumidor en la provincia y el cantón.

Utilizando la metodología correspondiente la que se pudo desarrollar para obtener un punto fuerte en la información pertinente, en el Cantón El Guabo se realizó un estudio de mercado que permitió detectar que en la provincia de El Oro tendrá gran acogida por el precio y la demanda.

Con la ayuda del plan de trabajo ayudó a impulsar al restaurante en enfocarse tanto financieramente como metas, objetivos, presupuesto hacia un futuro de proyección más amplia, por ello utilizaremos un desarrollo de mercado como estrategia fundamental utilizando las herramientas de marketing para captar la atención del posible consumidor

Lo que se evidenció a través de nuestra investigación es que va a tener una acogida buena por el consumidor ya que si se ofrece un servicio de excelencia y de buen precio va a obtener algo nuevo y atractivo hacia el consumidor.

9. BIBLIOGRAFÍA

- ADMINISTRACION, D. D. (2010). QUE ES UN ORGANIGRAMA. *ORGANIZACIÓN Y METODOS ADMINISTRATIVOS. ORGANIGRAMAS*, 15.
- ARIAS, J., LOOR, K., & PAGUAY, D. (2012). RESTAURANTE TEMATICO. *PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UN RESTAURANTE TEMATICO EN LA CIUDAD DE MACHALA*, 206.
- CATARINA. (2016). RESTAURANTES. *CAPITULO II, MARCO TEORICO 2.1 RESTAURANTES*, 30.
- Fernández., G. N. (2018). plan de negocios o trabajo en un restaurante. *Diseño del restaurante de comidas típicas "DOÑA MARY", mediante la elaboración del plan de negocios para impulsar el turismo gastronómico en la Parroquia Tres de Noviembre, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana*, 1-144.
- FOLGUEIRAS, P. (2016). QUE ES LA ENTREVISTA. *LA ENTREVISTA*, 11.
- GARCIA DOMINGUEZ, M. (2008, 6 (Mayo-Agosto)). plan de trabajo de restaurante. *Desarrollo de un Plan de Negocios para Crear un Nuevo Establecimiento de Comida para Llevar en Juchitán, Oaxaca. Revista de Administração da Unimep [en línea]* , 1-41.
- Gomes Teixeira, A. (2013). EL SISTEMA DE OFERTA DE RESTAURANTES DE ALTA GASTRONOMÍA. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, XXII, 336-356.
- LOPEZ, M. L. (2016). CLIENTE. *EMPREDIMIENTO PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE MACROBIOTICO TRADICIONAL, UBICADO EN EL SECTOR DE CARAPUNGO DEL DMQ* , 160.
- Migdalia, C., Castellano, M., & Hernández, M. (2015). MARKETING EXPERIENCIAL PARA LA PROMOCIÓN DEL PROCESO EDUCATIVO A NIVEL DE PREGRADO: UN ESTUDIO DE DOS UNIVERSIDADES PRIVADAS. *Revista Facultad de Ciencias Economicas: Investigacion y Reflexion*, 81-95.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, G. A. (2013). QUE ES EL BANANO. *PANORAMA INTERNACIONAL.- Evolución de la Producción Mundial y Precios Internacionales*, 5.
- Mira Agulló, J., Peña Acuña, B., & Parra Meroño, M. C. (2016). La imagen del CEO: estrategia de comunicacion corporativa. *Opción*, 244-266.
- Miranda Zavala, A., & Cruz Estrada, I. (2016). Redes sociales: herramienta de marketing internacional en el sector hotelero. 1-19.
- NAVARRA. (2015). HERRAMIENTAS DE MARKETING. *MARKETING. EMPRENDE*, 3.
- PAJUELO, K., & VIGIL, Y. (2013). RESTAURANTE TEMATICO. *ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA INSTALACION DE UN RESTAURANTE TEMATICO "COSTA-SIERRA-SELVA, EN EL DISTRITO DE YANAHAURA, AREQUIPA 2013"*, 258.
- QUIMBITA, M. X. (2013). Estudio de mercado. *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA EN SANGOLQUÍ*, 136.
- Sanchez Gutierrez, J., Vazquez Avila, G., & Mejia Trejo, J. (2017). La mercadotecnia y los elementos que influyen en la competitividad de las mipymes comerciales en Guadalajara, México. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 93-106.

- Vera , J., & Trujillo, A. (2009). calidad de servicio. *El papel de la calidad de servicio del restaurante como antecedente de la lealtad del cliente. panorama socioeconomico*, 16.
- Vera, C. (2010). Generación de impacto en la publicidad exterior a través del uso de los principios del neuromarketing visual. *Telos*, 155-174.