Evaluación de los beneficios económicos que brinda la ambientación dentro y fuera de los locales comerciales.

Evaluation of the economic benefits provided by the atmosphere inside and outside the commercial premises.

A. Acuña*, O. Anaya*, G. Urueta*, J. Jaramillo*, I. Niño*
{Alberto.acuna, gurueta1, jjaramillo15, omar.anaya, Wulfran.chavez} @unisimon.edu.co – {Isabel.nino} @unisimonbolivar.edu.co
**Estudiantes de Ingeniería industrial **Profesor investigador del grupo*

Resumen Principalmente para el desarrollo de esta investigación se propuso como objetivo principal evaluar los beneficios económicos que brinda la ambientación dentro y fuera de los locales comerciales, así mismo identificar un grupo específico de locales donde exista la necesidad de una mejora en la ambición. esta investigación se lleva a cabo mediante un estudio prolongado donde se estudiaron y analizaron en su mayoría de casos tesis dónde explican concretamente que factores incurren en la mejora de la ambientación de un local comercial. Generalmente en bares, restaurantes u hoteles. El método a utilizar será analizar los espacios dentro y fuera del local, así mismo proponer al cliente los diferentes tipos de ambientación y ver cuál iría más acordé con este mismo. Los resultados que obtendrá el cliente al cual se le realice el trabajo serán: tener una buena señalización y/o fachada, incitar a las personas a que accedan y cumplir con las expectativas pertinentes, de igual manera que pueda tener un incremento en la parte económica.

***Palabras clave**:* *Investigación, evaluar, ambientación, locales comerciales, tesis, resultado, señalización, incremento.*

Abstract Mainly for the development of this research, the main objective was to evaluate the economic benefits provided by the setting inside and outside the commercial premises, as well as to identify a specific group of premises where there is a need for an improvement in ambition. This research is carried out by means of a prolonged study where theses were studied and analyzed in most cases where they specifically explain what factors incur in the improvement of the atmosphere of a commercial premises. Generally in bars, restaurants or hotels. The method to be used will be to analyze the spaces inside and outside the premises, also to propose to the client the different types of setting and see which one would be more agreed with the same. The results that the client to whom the work is carried out will obtain will be: have good signage and / or facade, encourage people to access and meet the relevant expectations, in the same way that it can have an increase in the economic part.

***Keywords**:* *Research, evaluate, setting, commercial premises, thesis, result, signage, increase*

I. INTRODUCCIÓN

Comúnmente la mayoría de los locales comerciales hoy en día poseen una buena ambientación, ya sea para lograr incrementar las ventas, por cuestiones de posicionamiento dentro y fuera del tipo de industria en que se compita o simplemente por razones de estética. Pero falla algo y es el tipo de ambientación que estos locales utilizan sin realizar un estudio o investigación previa. Por otro lado, otra problemática caería en aquellos locales que no tiene buena señalización, es decir, son poco llamativos y que, además, se encuentran en lugares poco frecuentados. Es ahí donde surge la idea de ofrecer un cambio de imagen que vaya que la mano con una buena ambientación, luego de mencionar esto surge una incógnita la cual es si ¿En realidad una buena ambientación en un local comercial haría que las ventas en este aumentaran?

II. ESTADOS DEL ARTE

se analiza la percepción que tienen los clientes del restaurante Te Encantaré, teniendo en cuenta la experiencia que perciben en el interior de este establecimiento y la influencia que el diseño, la gastronomía afrodisiaca y los elementos de ambientación erótico - artístico generan en el incremento del consumo. También se evidencio que la iluminación es fundamental al exhibir un producto, cuando la iluminación se utiliza de una manera equivocada y desordenada, disminuye el interés del usuario.

El impacto visual general viene del análisis y para calcular el impacto general estos vienen como indicadores. Como primer indicador tenemos el impacto visual con un resultado altamente positivo, es decir el impacto que generará la propuesta en la población será positivo ya que las ilustraciones son un medio por el cual los propietarios de los locales llamarán la atención y estimulará el pensamiento de sus clientes.

Como segundo indicador tenemos el impacto social, como resultado medio positivo, se refiere a que la interacción de los consumidores entorno a las ilustraciones como decoración será positiva. Este análisis en general se refiere a cada impacto ya antes analizado, dando como resultado 3, esto se refiere a que el impacto de la propuesta será altamente positivo, es decir que la recuperación y utilización de las ilustraciones como decoración en los locales comerciales traerá beneficios tanto como para los clientes, propietarios y en general a la zona por la afluencia de turistas.

una característica o punto clave para locales comerciales que se encuentran en una zona con poca visibilidad, que no es para nada llamativo, etc. Esta alternativa se enfoca en la ambientación ya sea con iluminación incandescente halógena, incandescente No halógena, fluorescencia, halogenuros metálicos, led, fibra óptica u otro tipo de ambientación. El objetivo de esta investigación es evaluar mediante encuestas, entrevistas, entre otras alternativas, los beneficios económicos que brinda esta misma al desarrollarse correctamente. Para el desarrollo, valga la redundancia, de esta investigación se recurre a un estudio descriptivo de distintos documentos un seminario sobre la ambientación en el punto de venta dirigido por **docplayer** la cual es una plataforma que nos permite visitar archivos y así mismo publicarlos, donde se evidencian las ventajas de esta misma.

El estado actual de nuestro problema en barranquilla es un poco vago no se han hecho muchas investigaciones en el tema, lo que se quiere es evaluar 4 o 5 locales comerciales en los cuales se le mejoraría la ambientación y así poder obtener opiniones de las personas que visiten los locales y ver si se mejora los beneficios económicos con una mejor ambientación del local comercial.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

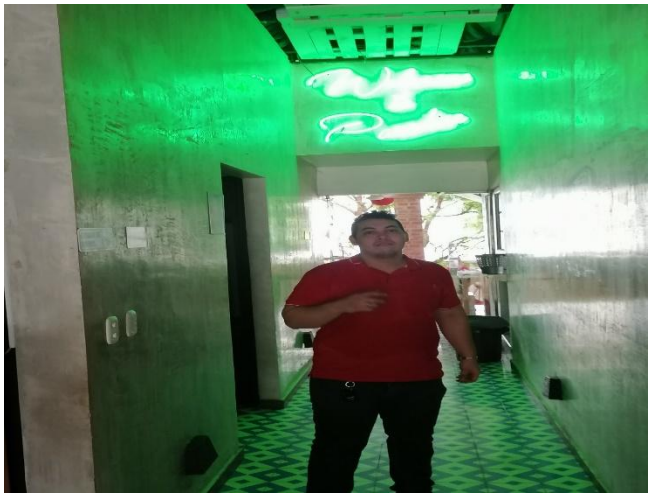
Para poder cumplir con cada uno de los objetivos propuestos lo primero que debemos hacer es estudiar los diferentes tipos de ambientación, que empresas ofrecen esos servicios, el costo de la obtención de Materiales, presupuesto del cliente. Así mismo realizar una proyección del capital dispuesto y las ganancias previstas, las cuales deberán ser comparadas con los indicadores que se realizaran con respecto al antes y después de las ventas y gastos de cada local, con el fin de analizar si las ganancias previstas son iguales, inferiores o superiores a lo que genero cada local después de realizar dicha mejora en su ambientación.

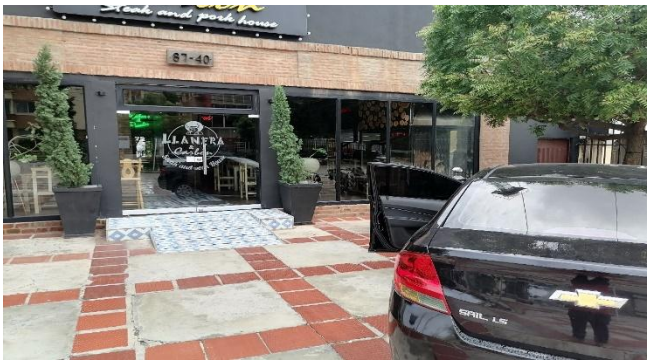
IV. EVIDENCIAS

- Bueno a continuación les vengo a presentar el estado actual de nuestras a adecuaciones en los locales comerciales y restaurantes donde implementamos nuestro proyecto con ilustraciones y videos.

Entidad 2.
LLANERA & CARBON LA 43.
Restaurante ubicado en la KR43#86-40.

- **Evidencias de trabajo de campo de final de las adecuaciones del trabajo**





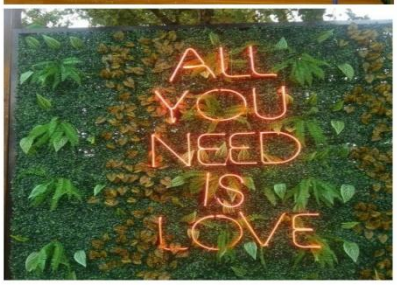
Los dueños del lugar quedaron tan a gustos, que se realizaron otras adecuaciones en el lugar, les gusto mucho el trabajo y notaron un cambio muy notable en los clientes como venían más a gusto y seguido al lugar además de que en las redes sociales subieron mucho seguidore por el diseño y las selfis que se toman los clientes y se etiquetan y comparten.

RESULTADO FINAL DEL TRABAJO EXTRA-AL PROYECTO

Entidad 1.

LA EXTACION.

Restaurante ubicado en el centro comercial India Catalina CTG.

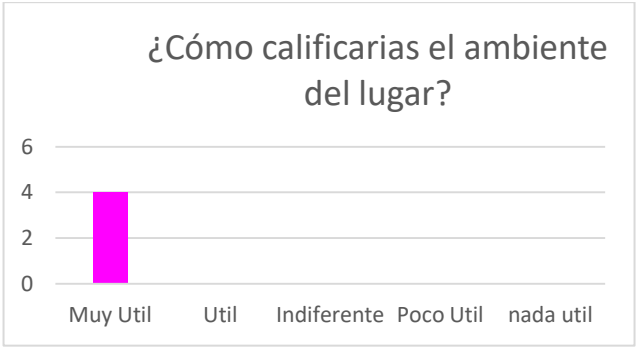


En este caso también el dueño del establecimiento le gusto tanto y vio el aumento en aforo, incremento importante que se comunicó con nosotros para otros trabajos ya terminados y garantizados.

V. RESULTADOS ENCUENTAS.

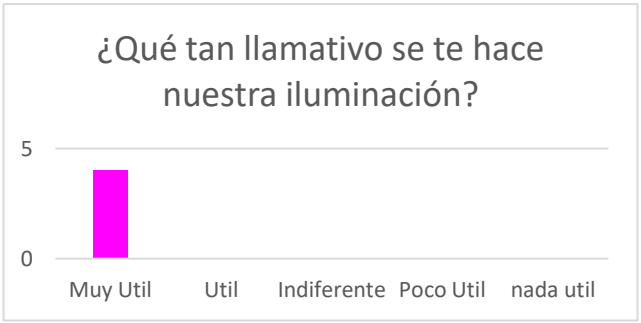
1.

¿Cómo calificarías el ambiente del lugar?	
Muy útil	4
útil	0
Indiferente	0
Poco útil	0
nada útil	0



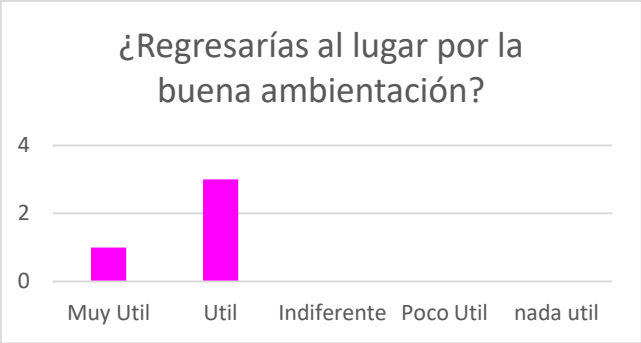
2.

¿Qué tan llamativo se te hace nuestra iluminación?	
Muy útil	4
Util	0
Indiferente	0
Poco Util	0
nada útil	0



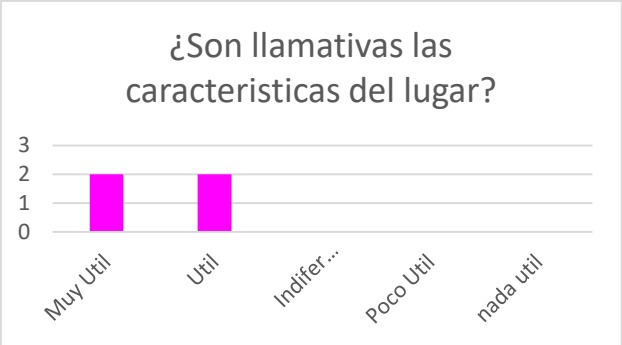
3.

¿Regresarías al lugar por la buena ambientación?	
Muy Util	1
Util	3
Indiferente	0
Poco Util	0
nada util	0



4.

¿Son llamativas las características del lugar?	
Muy Util	2
Util	2
Indiferente	0
Poco Util	0
nada útil	0



IV. CONCLUSION

El objetivo de este articulo está en analizar los beneficios económicos en locales comerciales gracias a una buena ambientación, en el cual se logró evidenciar una mejoría en tales beneficios gracias a la ambientación en 3 restaurante donde en ellos se incrementaron sus ventas y son mas visitados gracias a estas mejoras que se realizaron en cada uno de ellos.

REFERENCIAS

- https://www.ledprojects.es/ventajas-de-la-iluminacion-led-para-empresas-y-negocios/
- Emb.cl/electroindustria/articulo.mvc?xid=2034ni=iluminación-led-la-tecnologia-del-futuro-aplicada-hoy
- https://www.efimarket.com/blog/lo-necesitas-saber-la-iluminacion-led/