

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS



ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**INFORME DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y
TURÍSTICAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR TEMÁTICO
DE FÚTBOL EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS**

AUTORA:

MARÍA JOSÉ RAYO CAICEDO

ASESOR DE PROYECTO:

Lcdo. José Donoso Vargas

Junio, 2016

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de “INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS”

Presidente tribunal de graduación

Lector 1

Lector 2

Director de Escuela

Esmeraldas, junio de 2016

AUTORÍA

Yo, MARÍA JOSÉ RAYO CAICEDO, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

María José Rayo Caicedo

C.I 0802658328

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, hermanos e hijo quienes con su esfuerzo, sacrificio y apoyo incondicional han sabido guiarme con su amor en cada decisión de mi vida, llenando mi día a día de ejemplos de superación y positivismo, porque en gran parte gracias a ustedes hoy puedo ver alcanzada la meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en las dificultades que se presentaron en el transcurso de la carrera, y por la satisfacción que por mi labor lleguen a tener. Fue lo que inspiró para llegar a este objetivo.

AGRADECIMIENTO

Al culminar una etapa más de la vida, es mi deber agradecer con todo mi corazón, a todas las personas que estuvieron en todo momento a mi lado, dándome su apoyo incondicional.

Agradecer primeramente a Dios, por su infinito amor; mis padres y hermanos por su apoyo absoluto, que con sus consejos, paciencia y amor han sido sin duda la fuente de mi energía, el motor de mi vida.

A mis amigos con los que compartí y disfrute mi vida universitaria, de los que tengo gratos recuerdos en mi memoria, en especial Carolina Jurado y Lorena Pilataxi por su incondicional amistad y apoyo que han brindado.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. METODOLOGÍA	6
3. RESULTADOS	9
3.1 Organización estratégica empresarial	9
3.1.1 Misión	9
3.1.2 Visión	9
3.1.3 Objetivos	10
3.1.4 Actividad de la empresa	10
3.1.5 Oportunidad de negocio detectada	11
3.1.6 Equipo emprendedor	12
3.1.7 Organigrama estructural de la empresa	12
3.1.8 Funciones	13
3.1.9 Diagnóstico empresarial (FODA)	20
3.1.10 Aspecto legal del proyecto	26
3.2 Mercadeo	28
3.2.1 Estudio de mercado	28
3.2.2 Análisis de la competencia	33
3.2.3 Precio	37
3.2.4 Distribución y localización	38
3.1.5 Estrategia de promoción y captación de clientes	39
3.3 Operaciones/Técnico	42
3.3.1 Producto/Servicio	42
3.3.2 Proceso del servicio	44

3.3.3 Requerimientos del proyecto	50
3.3.4 Seguridad industrial y medio ambiente	56
3.4 Estudio financiero	59
3.4.1 Inversiones	59
3.4.2 Plan de financiamiento	65
3.4.3 Pronóstico de ventas	66
3.4.4 Balances e indicadores financieros	72
3.4.5 Análisis de sensibilidad	77
4. DISCUSIÓN	81
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
5.1 Conclusiones	84
5.2 Recomendaciones	85
Referencias bibliográficas	86
Anexos	92

LISTA DE GRÁFICOS

Figura i: Organigrama estructural	13
Figura ii: FODA proyecto	20
Figura iii: Estrategias de mercado	25
Figura iv: Cruz de Porter	35
Figura v: Diagrama del proceso de servicio cocinero	46
Figura vi: Diagrama del proceso de servicio barman	47

LISTA DE TABLAS

Tabla i: Perfil administrador	14
Tabla ii: Perfil barman	15
Tabla iii: Perfil mesero	16
Tabla iv: Perfil cocinero	17
Tabla v: Perfil ayudante de cocina	18
Tabla vi: Perfil cajero	19
Tabla vii: Matriz de evaluación de factores internos	23
Tabla viii: Matriz de evaluación de factores externos	24
Tabla ix: Proyección demanda del proyecto	31
Tabla x: Proyección de ventas	33
Tabla xi: Características de la competencia	34
Tabla xii: Requerimiento equipo de oficina	50
Tabla xiii: Requerimiento equipo de computación	50
Tabla xiv: Requerimiento equipo de audio y video	51
Tabla xv: Requerimiento muebles de oficina	51
Tabla xvi: Requerimiento muebles y equipo de bar	51
Tabla xvii: Requerimiento menaje	52
Tabla xviii: Requerimiento equipo de cocina	53
Tabla xiv: Requerimiento suministros de oficina	53
Tabla xx: Requerimiento suministros de limpieza	54
Tabla xxi: Requerimiento suministro de bar	54
Tabla xxii: Requerimiento adecuación local	55

Tabla xxiii: Requerimiento mano de obra	55
Tabla xxiv: Resumen de la inversión total	59
Tabla xxv: Costo equipo de oficina	60
Tabla xxvi: Costo equipo de computación	60
Tabla xxvii: Costo equipo audio y video	60
Tabla xxviii: Costo muebles de oficina	61
Tabla xxix: Costo muebles y equipo de bar	61
Tabla xxx: Costo menaje	62
Tabla xxxi: Costo equipo de cocina	63
Tabla xxxii: Costo suministros de oficina	63
Tabla xxxi: Costo suministro de limpieza	64
Tabla xxxvi: Costo suministro de bar	64
Tabla xxxv: Costo adecuación local	65
Tabla xxxvi: Fuentes de financiamiento	66
Tabla xxxvii: Proyección de ventas	67
Tabla xxxviii: Servicios básicos	68
Tabla xxxix: Gastos de constitución	68
Tabla xl: personal	69
Tabla xli: Gastos de depreciación	70
Tabla xlii: Resumen de gastos	70
Tabla xliii: Capital de trabajo	71
Tabla xliv: Estado de pérdidas y ganancias	72
Tabla xlv: Flujo de caja	73
Tabla xlvi: Balance general	74
Tabla xlvii: Cálculo del punto de equilibrio	75

Tabla xlviii: Punto de equilibrio	76
Tabla xlix: Análisis de sensibilidad	77
Tabla l: Posibles escenarios	79

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR TEMÁTICO DE FÚTBOL EN ESMERALDAS

RESUMEN

El presente estudio se realizó con el fin de conocer la factibilidad de la creación de un Bar temático de fútbol en la ciudad de Esmeraldas, es un proyecto de un negocio novedoso y creativo que ofrece a los visitantes una opción para su recreación y diversión. La investigación fue dirigida a personas de la ciudad de Esmeraldas, de edades entre los 18 y 55 años, ya que este segmento disfruta de la vida nocturna y tienen un nivel socioeconómico medio. A través de encuestas y entrevistas se conoció las preferencias de las personas sobre su consumo en bebidas, así como su capacidad de pago entre otras, además, se visitó otros bares de la ciudad Esmeraldas para observar la afluencia de personas, el tipo de servicio y la calidad con que ofrecen sus productos. Se efectuó un estudio financiero para establecer todos los costos que se requería para la inversión de este proyecto, para finalmente conocer en qué tiempo se recuperaría el capital. La inversión inicial es de USD 45.213,97 esta será financiada el 66.35% por socios y el 33.65% restante será financiado por una entidad bancaria. El tiempo de recuperación del capital será en 1 años 6 días, con un VAN de USD 92.848,78 y un TIR del 67.10%. El negocio contará con un personal capacitado, con conocimiento en el área de servicio al cliente.

FEASIBILITY RESEARCH FOR CREATING A SOCCER THEMED BAR IN ESMERALDAS

ABSTRAC

The current research was undertaken in order to consider the feasibility of creating a soccer themed bar in Esmeraldas city. A project of a new and creative business that offers visitors, an option for recreation and fun. The inquiry was aimed at people in the city of Esmeraldas, ages 18 - 55 as this group enjoys the nightlife and has socioeconomic status. Through surveys and interviews it examined the preference of people regarding their beverage drinking consumption, as well as their ability to pay. In addition, other bars in Esmeraldas were visited to see the influx of people, the kind of service and quality which their product was offering. A financial analysis was carried out to see all cost and expenses required for the investment of this project. The initial investment is USD 45.213,97 this will be funded 66.35% by the associate and the remaining 33.65% will be financed by a bank. The capital recovery time will be in 1 year 6 days, with an NPV of USD 92.848,78 and an IRR of 67.10%. The business will have a trained staff with knowledge in the area of customer service.

1. INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente los bares han sido lugares de expendio de bebidas alcohólicas, a lo largo de la historia han existido establecimientos similares a un bar, se puede mencionar que el origen de estos establecimientos viene desde la antigua Grecia, donde existían pequeñas tiendas donde se podía consumir vinos y bebidas, a estas se las llamaban Tabernas. Encontrar un origen de los bares tal como los conocemos hoy en día, es un tanto complicado, así lo confirma la revista El Secreto del Éxito de los Bares, en su publicación titulada El Origen de los Bares, 2013 dice: El origen de los bares, como hoy los conocemos, se pierde en el tiempo. No hay una sola voz al respecto, y no es claro quién abrió el primer establecimiento de esta clase. Hoy los historiadores y sociólogos lo categorizan bajo el sofisticado nombre de «espacio de sociabilidad informal» y su historia suele dividirse en occidente en una época antigua y otra moderna.

Hoy en día los bares han evolucionado, son lugares acogedores, un lugar de encuentro y reunión social. Así Sanfeliu, 2010, El Bar Evolución y Arte del Coctel, afirma: Al bar se le conoce internacionalmente por ser el lugar donde se puede disfrutar, pasar unos momentos de solaz regocijo, tratar algunos negocios, algún festejo entre otros. Es el área encargada de “repartir y compartir”, lo cual se realiza con algunas bebidas, que van desde refrescos embotellados hasta cocteles perfectamente bien preparados de acuerdo con la categoría y estilo del establecimiento. Complementando lo dicho por Sanfeliu, Kliczkowski Hugo, 2004, Bares Arquitectura y Diseños, en su publicación sostiene que: Los bares de la actualidad se erigen, entre otros tipos de establecimiento, como templos del ocio de las sociedades contemporáneas, además de constituir uno de los motores de innovación y escaparate de nuevas tendencias. Cada bar nace con una finalidad y personalidad diferente.

La mayor demostración de la evolución de estos establecimientos, se puede hallar en los bares temáticos, que son aquellos cuyo marketing está dirigido hacia una temática concreta;

como puede ser la música, gastronomía, literatura, deportes, entre otros. El concepto de bar temático, Jordá Miguel, 2007, Diccionario Práctico de Gastronomía y Salud, lo define como “un bar con un determinado estilo”, de la misma forma González Francisco, 2014, Servicio y Atención al Clientes en restaurantes, concuerda en el concepto de que son “aquellos que tienen una temática concreta, estos están decorados con un estilo especial”.

El crecimiento del mercado de bares temáticos a nivel mundial y nacional, ha sido considerable en los últimos años, son lugares que promueven la participación, integración e interacción de quienes lo visitan. Surgen con el fin de satisfacer a personas de gustos únicos. Este tipo de bares tuvo su inicio en Londres por el año de 1971, con el Hard Rock Café, que a la fecha cuentan con más de 108 franquicias distribuido por 41 países. Según Pinski Jaime, 2007, dice “*Los bares temáticos constituyen una tendencia de gran éxito internacional*”. (*Brasil en Contexto 1987-2007*).

En Sudamérica, principalmente en Argentina se encuentran grandes bares deportivos, que han sido un éxito, debido a la gran cultura deportiva que goza este país, así se pueden mencionar a bares como Carburando, bares de los mejores clubes de fútbol como Boca Juniors, o bares famosos como Locos por el fútbol, que no solo tiene varias sucursales en Argentina, sino que como franquicia está presente en varios países incluyendo Ecuador.

En el país este fenómeno también se viene dando, principalmente en las grandes ciudades, como son Quito y Guayaquil, entre los más populares se encuentran los bares deportivos que son los que tienen mayor acogida en la actualidad, sobre todo por la popularidad del fútbol. La decoración básica de estos establecimientos radica en camisetas y escudos de grandes clubes deportivos del mundo. En referencia a esto, Aprea, 2011, asevera que: En este tipo de locales se cruzan la esfera social del deporte como espectáculo con las prácticas de sociabilidad que habitualmente caracterizan a cafés, bares y restaurantes.

A pesar de este crecimiento que se viene dando alrededor del mundo y en gran parte del Ecuador, en Esmeraldas no se cuenta con un bar temático que este dirigido a este segmento específico. La ciudad se caracteriza por ser un lugar donde sus habitantes son amantes de la diversión, además de tener una tradición futbolera muy significativa, muestra de ello es la cantidad de grandes deportistas que ha tenido. A pesar de estas dos características importantes, dentro de la ciudad no se encuentran lugares que combinen estas dos actividades. Adicionalmente los bares existentes no tienen las instalaciones adecuadas, y en muchos casos no cumplen con los requisitos mínimos de salubridad y de seguridad que requieren este tipo de establecimiento, dando de esta forma un servicio pésimo a quienes lo visitan.

Una de las claves principales para el éxito de estos negocios es la calidad de sus servicios, teniendo en cuenta la satisfacción del cliente es su fundamento primordial. En relación a esto, Denton, 2008, sostiene que: Una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad. La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave. Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando satisface las necesidades o la demanda de un grupo que ha sido seleccionado previamente. Es por esto que uno de los ejes fundamentales de este proyecto es el servicio al cliente, ya que esto permitirá al bar tener una ventaja sobre sus competidores. Así Tschohl, 2009, sustenta esta teoría diciendo que: Dado que la calidad del servicio es una herramienta de ventas, es también, una ventaja competitiva a largo plazo. De hecho, con mucha frecuencia, es la única ventaja competitiva que puede lograr una organización que opera en una economía de servicios en la que muchas organizaciones suministran (fundamentalmente) el mismo servicio.

La idea de tomar una cerveza fría acompañada de una comida rápida viendo un buen partido junto a amigos, sintiendo la pasión del fútbol, es una experiencia única. La creación de un bar temático de fútbol surge de la apreciación de una clientela deseosa de este tipo de

establecimiento, que busca un bar diferente y que al mismo tiempo ponga en contacto con los deportes.

Tomando como referencia trabajos de investigación similares al presente estudio, se encuentra el realizado por Carvache, 2014, en el que refleja la necesidad de crear en la ciudad de Esmeraldas un establecimiento con las características planteadas en el estudio y lo más importante la evidencia de una demanda insatisfecha y la aceptación de este tipo de emprendimiento. Así mismo Carvache demuestra la viabilidad financiera del mismo con una rentabilidad del 87.68% y un periodo de recuperación de dos años.

De la misma forma Endara, 2010 en su trabajo realizado en la provincia de Pichincha, determina que el proyecto es factible financieramente, alcanzando una rentabilidad de un 39%, recuperando la inversión en un periodo de dos años y concluye además que el proyecto es beneficioso ya que contribuye a la comunidad a través de generación de empleo.

Es así que el presente proyecto busca generar empleo a través de la creación de una empresa, todo esto con el fin de contribuir al desarrollo social y económico primeramente de las personas que están involucradas directamente con el proyecto como a sus empleados. Por esta razón es necesario enfocarse en propuestas diferentes, con el objetivo de contribuir a toda la comunidad como actores directos.

El servicio de Bar y Restaurant, lo contempla la Ley de Turismo, como parte del desarrollo empresarial. Para sustentar esta iniciativa se recurrió al Reglamento General de Aplicación a la Ley De Turismo publicado el 27 de diciembre del 2002, en su artículo 43 literal b dice que: *Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo.*

Además, podrán prestar otros servicios complementarios, como diversión, animación y entretenimiento. (Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo 2002).

El objetivo principal de esta investigación es analizar la factibilidad para la creación de un bar temático de fútbol en la ciudad de Esmeraldas, junto con el objetivo principal se plantearon los objetivos específicos como establecer la estructura y cultura organizacional, así como la planificación necesaria para la administración del establecimiento, de la misma forma se planteó la elaboración de un estudio de mercado que permita conocer la aceptación del bar, como analizar el entorno, tanto las fuerzas de la oferta y la demanda que influirá en el proyecto, igualmente se diseñó un estudio que ayude a conocer las características técnicas y tecnológicas requeridas para la puesta en marcha del bar. Finalmente el estudio financiero ayudó a conocer la rentabilidad financiera del proyecto que a su vez permitirá conocer la factibilidad del mismo.

Es indiscutible lo positivo de la creación de este tipo de iniciativa empresarial, ya que al ser único en el mercado tendrá mayor posibilidad de éxito, de la misma forma que ayudará a la dinamización de la oferta de entretenimiento de bares temáticos en la ciudad de Esmeraldas.

2. METODOLOGÍA

El cantón Esmeraldas está ubicado al noroccidente del Ecuador, limita al norte con el Océano Pacífico, al sur con el cantón Quinindé, al este con el cantón Atacames y al oeste con el cantón Rioverde. Esmeraldas es la capital de la provincia con una extensión de 1.331 km² que constituye el 8.49% del territorio de la provincia, está conformada por cinco parroquias urbanas y ocho parroquias rurales. La población asciende a 189.504 donde el 33.9% son hombres y el 37.1 son mujeres. (Censo de Población y Vivienda 2010).

El presente estudio tuvo su inicio en diciembre 2012, extendiéndose hasta enero de 2015, teniendo un tiempo de duración total de dos años un mes. Esta investigación empezó definiendo su objetivo, el cual fue obtener información relevante en cuanto a la demanda potencial y real del proyecto, así como de la competencia que pudiera tener la propuesta y demás información que fuera importante para conocer la factibilidad de esta iniciativa empresarial.

Esta Investigación fue de tipo descriptivo ya que permitió conocer la situación y característica predominante de la demanda y oferta existente, se partió conociendo la realidad actual y desafíos que enfrenta el mercado de bares de la ciudad de Esmeraldas. Para sustentar lo expuesto se recurre lo dicho por Neil Salkind, 2009, en su libro Métodos de Investigación; quien explica: el propósito de la investigación descriptiva es descubrir la situación prevaleciente en el momento de realizarse el estudio. Así mismo César Augusto Bernal dice que: La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (Bernal T., Cesar A. 2006, Metodología de la Investigación).

El método de investigación bibliográfico sirvió para el análisis de fuentes de información secundaria, datos que fueron obtenidos a través de libros, diarios de prensa escrita, folletos, revistas e internet. Como apoyo a esta información secundaria se consideraron los datos obtenido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el último censo del año 2010. Para determinar la demanda del proyecto se aplicó a una muestra que se consideró representativa de la población, el número total de encuestas fue de 265, las cuales fueron dirigidas a personas de edades entre 18 a 59 años, de la parte urbana de la ciudad de Esmeraldas con niveles de estudios medios a superior, considerándolas con capacidad de compra.

De la misma forma se utilizó el método deductivo, específicamente en las valoraciones financieras en donde se aplicó diferentes sistemas matemáticos para el cálculo de los índices financieros. Para esto se elaboró un presupuesto general, se analizaron las inversiones y con estos datos se determinaron los costos, precios, ventas anuales y utilidad a obtener. Con los resultados obtenidos se procedió a realizar la evaluación financiera obteniendo en sentidos particulares la factibilidad económica del proyecto. De esta forma de los datos generales se pudo concluir en resultados particulares. Así mismo se utilizó el método inductivo, el mismo que a través del conocimiento de la situación particular de cada uno de los bares visitados, se llegó a conocer el estado global del mercado de bares de la ciudad de Esmeraldas. Otro de los métodos usados en la presente investigación fue el método analítico, a través de este se realizó el análisis del entorno, la oferta y demanda.

Habiendo una vez recabado toda la información necesaria, se procedió a organizar, clasificar, tabular, evaluar y analizar la misma, para lo cual se hizo empleo del método estadístico, usando la herramienta de Excel el cual permitió realizar de manera más fácil la presentación de los resultados obtenidos.

Para la recopilación de las fuentes de información primaria, se utilizó la técnica de la encuesta, la cual fue aplicada a administradores y propietarios de establecimientos

considerados competencia directa para el proyecto, a profesionales y funcionarios de instituciones públicas y privadas vinculados directa o indirectamente a esta actividad, quienes proporcionaron información fundamental para la consecución de los objetivos planteados. Otra de las técnicas empleadas fue la encuesta, la cual constó de un cuestionario de ocho preguntas, que fue realizada en la ciudad Esmeraldas, en las parroquias urbanas del mismo cantón, en los sectores de Las Palmas, Parque Roberto Luis Cervantes, Universidad Luis Vargas Torres y la Universidad Católica, sitios que son de mayor concentración de personas consideradas clientes potenciales para el proyecto.

La técnica de la observación de campo se la aplicó con los siguientes propósitos:

- Determinar el comportamiento y la actitud del cliente en estos tipos bares y centros de diversión.
- Analizar los tipos de servicios que ofrece la competencia y en base a estos datos poder definir el prototipo del proyecto.
- Observar la estructura o decoración que determina este tipo de centros de diversión.
- Establecer los equipos materia prima y materiales a utilizar para la puesta en marcha del proyecto.
- Conocer precios de equipos, materia prima y materiales, información necesaria para la elaboración del estudio financiero.

Los datos obtenidos permitieron analizar cada una de las variables investigadas, como fueron los gustos de los clientes, capacidad de pago competencia, entre otras, con el propósito de cumplir y alcanzar de manera exitosa cada uno de los objetivos propuestos en el estudio.

3. RESULTADOS

En el presente apartado se plasma todos los resultados obtenidos durante el proceso de investigación. Aquí se expondrá la consecución de los objetivos del presente estudio.

3.1 ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

La organización estratégica del bar “La Jugada”, comprende el proceso en el que se desarrollan los planes que ayudarán a alcanzar los objetivos de la empresa.

3.1.1 MISIÓN

Bar “La Jugada” es un modelo empresarial diferenciado, cuya principal finalidad es brindar a los clientes un nuevo espacio de recreación y diversión, acompañado de servicios con altos estándares de calidad, donde los diversos grupos sociales disfruten en un ambiente único.

3.1.2 VISIÓN

En el año 2020 bar La Jugada replicará nuevos establecimientos dentro de la ciudad de Esmeraldas, con el fin de liderar el mercado local, siendo reconocidos como el mejor bar de la localidad, manteniendo la calidad de servicio y ampliando las alternativas de mejora para conservar la atracción y preferencia de los clientes.

3.1.3 OBJETIVOS

- Generar un espacio de diversión sana e innovadora que cumpla las expectativas de los clientes, produciendo bebidas y alimentos para ser comercializados en un ambiente acogedor y seguro.
- Alcanzar la mejora continua y el fortalecimiento de la ventaja competitiva que tendrá el bar con respecto a sus competidores.
- Garantizar calidad en los servicios a través de un personal capacitado y competente.
- Conseguir el posicionamiento del bar en la mente de los clientes, que se refleje en el incremento del 10% de ventas anuales.
- Mantener buena relación con los proveedores, de tal manera que se consigan convenios de pagos que beneficien a la empresa, proveedores responsables que garanticen insumos de calidad, buen precio, entrega en las fechas acordadas y cantidad requerida

3.1.4 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

El presente emprendimiento al ser un bar se encuentra dentro del sector servicio, enmarcado en la rama de alimentos y bebidas. Teniendo en cuenta que su principal producto a ofrecer es el servicio y que este es uno de los puntos que la empresa desea tener como una de sus principales fortalezas, se plantea tener un servicio estandarizado, con la finalidad de establecer parámetros que permitan medir la calidad de los mismos. Para que este servicio

llegue a sus clientes de la mejor forma, se contará con un local que estará adecuado a un ambiente deportivo, con un entorno acogedor y alegre, que llene las expectativas de los visitantes, buscando ser un lugar socialmente de encuentro, diversión y de reunión de aquellas personas que quieren salir de la rutina diaria, deseando compartir con familiares o amigos.

3.1.5 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DETECTADA

El mercado de bares de Esmeraldas está conformado por una demanda integrada por personas que gustan de la diversión, la mayor parte de éstas son económicamente activas, un grupo muy importante está entre los 20 y 54 años de edad, muchos de estos son seguidores de tendencias por lo que están a la expectativa de nuevas propuestas. Dentro de esta demanda encontramos un segmento importante cuya característica principal es la afición por los deportes, especialmente del fútbol.

Hoy en día los gustos de los usuarios que visitan los bares son más diferenciados y sus expectativas son más altas, por lo que los oferentes se ven obligados a dar más valor agregados a sus servicios con el fin de atraer a los clientes. Considerando que en la ciudad de Esmeraldas no existen bares temáticos dirigidos al segmento deportivo, principalmente el fútbol, se propone la implementación de este proyecto. Este negocio tendría gran oportunidad de éxito en el mercado ya que la mayoría de la población gustan del fútbol, por lo que surge la necesidad de cubrir esta demanda a través de esta innovadora propuesta de un bar de fútbol, que es un lugar donde tomar unas copas y escuchar música, es un espacio donde se podrá disfrutar del rey de los deportes, comer alguna comida rápida en compañía de amigos o familiares en un lugar acogedor y seguro, lleno de atracciones futboleras, que lo ponen en contacto con su deporte favorito y todo esto acompañado de la garantía de un servicio de calidad.

3.1.6 EQUIPO EMPRENDEDOR

El papel que juega el talento humano dentro de la empresa es muy importante, ya que con el apoyo de éste se logra el cumplimiento y la satisfacción de los objetivos establecidos por la organización; la participación activa del talento humano hoy en día es de vital importancia, dado que depende de éste la evolución y competitividad de la empresa y en gran medida el éxito o fracaso de la organización.

Para el reclutamiento del personal se utilizará anuncios en diarios e internet, posteriormente se seleccionará las hojas de vida de acuerdo al perfil que se requiere, se contactaran vía telefónica y se le realizará una breve entrevista para confirmar datos y algunas características que no se perciben en un papel.

Ya para la contratación se realizaran entrevistas para conocer las habilidades, actitudes y aptitud del entrevistado.

Los puestos a ocupar serán los siguientes: Administrador, cajero, barman, meseros, cocinero, ayudante de cocina.

3.1.7 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

Toda empresa necesita una estructura organizativa con objeto de alcanzar los objetivos fijados. El organigrama es la representación gráfica del sistema de autoridad formal o jerárquica de la organización. (García, María 2007 Guía Práctica de la Economía de la Empresa). El organigrama de la empresa estará diseñado de la siguiente manera.



Figura N° 1

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

3.1.8 FUNCIONES

En la presente sección se plasman las funciones y perfiles requerido para el personal que laborará en el bar, se han tomado como referencia los perfiles ocupacionales y estándares de competencia laboral establecidos por la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional.

COMPETENCIA GENERAL	Gestionar las distintas áreas de la empresa en niveles de estrategia, operación y administración, estableciendo objetivos e indicadores de gestión en relación a las tendencias de mercado.
JEFE INMEDIATO	Propietario establecimiento
SUBORDINADO	Barman, meseros, cocineros, ayudante de cocina, cajero
NIVEL DE ESTUDIO	Licenciado o ingeniero en administración comercial, empresas hoteleras y turísticas o carreras afines
EXPERIENCIA LABORAL	Mínimo tres años en puestos similares
COMPORTAMIENTOS, ACTITUDES Y VALORES ASOCIADOS AL PUESTO	ACTIVIDADES DEL PUESTO
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Ética en el trabajo • Discreción • Respeto • Trabajo en equipo • Toma de decisiones • Solución de problemas • Supervisar el trabajo de subordinados • Trato cortés al cliente y al equipo de trabajo • Conocimiento de contabilidad • Conocimiento de las TIC 	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar procesos de planificación y comercialización de acuerdo a los procesos establecidos • Identificar oportunidades de negocio y establecer estrategias de acuerdo a las preferencias y tendencias de Mercado • Diseñar y ejecutar estrategias de comercialización y de marketing • Administrar los procesos contables y tributarios de acuerdo a las normativas vigentes • Administrar los recursos humanos de acuerdo a la normativa vigente

Tabla N° 1

PERFIL ADMINISTRADOR

COMPETENCIA GENERAL	Proporcionar los servicios de bar a los clientes de acuerdo a lo solicitado, de conformidad con las recetas bases, procedimientos, nivel de higiene y calidad establecidos en los estándares de operación y servicio, así como contribuir a la administración, disposición y cuidado del bar, cumpliendo con las políticas y lineamientos de la empresa.
JEFE INMEDIATO	Administrador
SUBORDINADO	Mesero
NIVEL DE ESTUDIO	Técnico en turismo, Gestión de bar y preparación de bebidas o carreras afines
EXPERIENCIA LABORAL	Mínimo un año en puestos similares
COMPORTAMIENTOS, ACTITUDES Y VALORES ASOCIADOS AL PUESTO	ACTIVIDADES DEL PUESTO
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Ética en el trabajo • Discreción • Respeto • Creatividad • Trabajo en equipo • Solución de problemas • Supervisar el trabajo de subordinados • Trato cortés al cliente y al equipo de trabajo • Establecer una relación efectiva con el cliente y mantenerla durante todo el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar las bebidas de acuerdo a las indicaciones de la comanda y los estándares del establecimiento • Preparar el equipo e insumos necesarios para proporcionar el servicio • Limpiar y preparar las áreas para el servicio • Atender a los clientes en la barra • Levantar inventarios para solicitar los faltantes • Asegurarse que todos los insumos recibidos estén en perfecto estado, con la calidad requerida y no excedan su fecha de vencimiento

Tabla N° 2

PERFIL BARMAN

COMPETENCIA GENERAL	Atender a los clientes proporcionándoles el servicio de alimentos, bebidas y asistencia durante su estancia en el bar, de conformidad con las políticas y estándares de calidad e higiene establecidos por la organización.	
JEFE INMEDIATO	Barman	
SUBORDINADO	N/A	
NIVEL DE ESTUDIO	Bachillerato concluido	
EXPERIENCIA LABORAL	Mínimo un año en área de alimentos y bebidas	
COMPORTAMIENTOS, ACTITUDES Y VALORES ASOCIADOS AL PUESTO		ACTIVIDADES DEL PUESTO
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Ética en el trabajo • Discreción • Respeto • Tomar decisiones • Solucionar problemas • Trabajar con otros y en equipo • Realizar las actividades encargadas con atención, cortesía y cooperación • Comunicarse de manera clara y precisa • Cuidar la presentación personal • Ser puntual en el trabajo • Ser ordenado y organizado 		<ul style="list-style-type: none"> • Tomar la orden en el formato establecido • Servir alimentos y bebidas de acuerdo a lo ordenado por los clientes • Dar respuesta a preguntas sobre platillos y bebidas • Montaje y desmontaje de mesas • Verificar que equipos, materiales y suministros sean adecuados para la prestación de servicios • Retira pedido de bar y cocina y entrega a cliente • Solicitar cuenta del cliente en caja • Atender al cliente durante todo el servicio • Escuchar sugerencia de clientes y superiores para mejorar el servicio

Tabla N° 3

PERFIL MESERO

COMPETENCIA GENERAL	Preparar alimentos de acuerdo a procedimientos y técnicas establecidas, cumpliendo las normas de seguridad alimentaria	
JEFE INMEDIATO	Administrador	
SUBORDINADO	Ayudante de cocina	
NIVEL DE ESTUDIO	Bachillerato concluido	
EXPERIENCIA LABORAL	Mínimo un año	
COMPORTAMIENTOS, ACTITUDES Y VALORES ASOCIADOS AL PUESTO	ACTIVIDADES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Ética en el trabajo • Respeto • Tomar decisiones • Solucionar problemas • Trabajar con otros y en equipo • Contribuir en la atención y servicio al cliente • Realizar las actividades encargadas con atención cortés y cooperación • Comunicarse de manera clara y precisa • Cuidar la presentación personal • Ser puntual en el trabajo • Ser ordenado y organizado 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar las actividades previas a la preparación de alimentos de acuerdo a procedimientos establecidos (mise in place) • Elaborar y preparar alimentos de acuerdo a la comanda, tomando en consideración normas de higiene y seguridad alimentaria • Realizar el montaje y despacho de platos de acuerdo a procedimientos establecidos • Verificar las condiciones de apariencia e higiene del personal de acuerdo a protocolos • Verificar las condiciones del área de trabajo de acuerdo a las normas de salud y seguridad en el trabajo • Aplicar técnicas de cocción de acuerdo a la comanda, considerando las buenas prácticas de manufactura 	

Tabla N° 4

PERFIL COCINERO

COMPETENCIA GENERAL	Apoyar las labores de cocina; preparando, cocinando, distribuyendo alimentos para garantizar un eficiente servicio alimenticio	
JEFE INMEDIATO	Cocinero	
SUBORDINADO	N/A	
NIVEL DE ESTUDIO	Bachillerato concluido	
EXPERIENCIA LABORAL	Mínimo un año en puestos similares	
COMPORTAMIENTOS, ACTITUDES Y VALORES ASOCIADOS AL PUESTO	ACTIVIDADES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Ética en el trabajo • Respeto • Paciencia • Tomar decisiones • Trabajar con otros y en equipo • Contribuir en la atención y servicio al cliente • Realizar las actividades encargadas con atención cortés y cooperación • Comunicarse de manera clara y precisa • Cuidar la presentación personal • Ser puntual en el trabajo • Ser ordenado y organizado 	<ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar al cocinero en todo lo relacionado con la preparación de los alimentos • Cumplir con las normas de higiene y seguridad necesarias para preservar la salud • Distribuir los alimentos en platos de acuerdo a las cartas y raciones indicadas en ellas • Mantener en perfecta limpieza y orden la cocina, equipo e instalaciones, incluyendo vajillas, cubiertos, platos, entre otros 	

Tabla N° 5

PERFIL AYUDANTE DE COCINA

COMPETENCIA GENERAL	Ejecutar la gestión de caja, tomando en consideración los procesos de: pre chequeo, registro, verificación y arqueo de caja; cumpliendo protocolos de información y atención al cliente, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización
JEFE INMEDIATO	Administrador
SUBORDINADO	N/A
NIVEL DE ESTUDIO	Bachillerato en contabilidad
EXPERIENCIA LABORAL	Mínimo un año en puestos similares
COMPORTAMIENTOS, ACTITUDES Y VALORES ASOCIADOS AL PUESTO	ACTIVIDADES DEL PUESTO
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Ética en el trabajo • Respeto • Honestidad • Tomar decisiones • Conocimiento de herramientas informáticas • Trabajar con otros y en equipo • Contribuir en la atención y servicio al cliente • Comunicarse de manera clara y precisa • Cuidar la presentación personal • Ser puntual en el trabajo • Ser ordenado y organizado 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar, verificar y registrar la información (código de productos, precio, forma de pago) previo a emitir la factura y realizar de ser el caso, cálculos tributarios básicos (retenciones en fuente e IVA) • Ejecutar arqueo y cierre de caja diario, identificando y controlando posibles novedades. Y de ser el caso, reportar al jefe inmediato aquellas de difícil solución • Realizar el cobro y emitir la factura, nota de venta, voucher del producto/servicio ofertado

Tabla N° 6

PERFIL CAJERO

3.1.9 DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL (FODA)

Una de las aplicaciones del análisis FODA es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la Empresa. (Koenes, Evelina, 2005, El Plan de Negocios).

A través de este análisis se evaluó la situación del proyecto, estudiando sus características internas y su situación externa, obteniendo un diagnóstico más preciso que permitirá en función de ello tomar decisiones acorde a los objetivos planteados.



Figura N° 2

FODA PROYECTO

FORTALEZAS

Bar La Jugada, es un concepto nuevo en el mercado de bares de la ciudad de Esmeraldas, el cual brindará productos y servicio con altos estándares de calidad, ya que contará con personal calificado que garantice el buen servicio. La ambientación del local estará orientada hacia los temas deportivos, buscando el confort de quienes visiten el bar. Dentro de la organización del bar se contará con una planificación sistemática de gestión y actividades que permita alcanzar los objetivos planteados, así mismo la empresa desarrollará un plan de marketing que permita captar clientes.

DEBILIDADES

No contar con el personal suficiente durante las temporadas altas, es una de las principales debilidades con que cuenta este proyecto, ya que esto conllevaría al retraso en algún proceso del servicio. De la misma manera, al ser una empresa que está iniciando sus operaciones, no contará con un establecimiento propio, dentro de los locales visitados no se pudo hallar uno con las condiciones y especificaciones necesitadas, por lo que se deberá adaptar y mejorar las instalaciones del local que se arriende.

OPORTUNIDADES

Una de las grandes oportunidades con que cuenta este proyecto, es que existe actualmente una tendencia hacia los bares temáticos y esto conlleva a creciente demanda por este tipo de establecimiento.

Otra de las oportunidades, es que se puede acceder a capacitaciones para el personal, a través de instituciones como el Ministerio de Turismo. Así mismo se puede lograr alianzas estratégicas con instituciones de educación superior.

Una oportunidad muy importante, es la facilidad de acceder a un crédito bancario.

AMENAZAS

Al ser un proyecto novedoso, que atrae a muchas personas y de fácil implementación, se corre el riesgo de ser imitado.

Una de las amenazas que enfrenta este negocio hoy en día es la crisis económica por la que atraviesa el país, lo que hace que las personas disminuyan las visitas a lugares de entretenimiento.

MATRIZ DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

Una vez elaborado el FODA de la empresa, el siguiente paso es elaborar la matriz de factores internos que permitirá evaluar la situación interna de la empresa. Así mismo la matriz de evaluación del factor externo permite evaluar la información relacionada con el ámbito económico, social, político, legal, tecnológico y competitivo que puede afectar a la empresa.

El resultado ponderado más alto que puede tener una organización es 4,0 y el resultado más bajo es 1,0 por lo tanto el resultado promedio ponderado es 2,5. Un resultado de 4,0 indica

que la empresa está en una situación óptima, mientras que un resultado de 1, 0 muestra que la empresa tiene una situación difícil.

FACTORES A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
Proyecto nuevo en el mercado	0.07	3	0.21
Producto	0.10	3	0.30
Servicio	0.30	4	1.20
Personal capacitado	0.15	4	0.60
Ambientación y decoración	0.05	3	0.15
Planificación	0.09	3	0.27
Marketing	0.10	3	0.30
DEBILIDADES			
Recurso humano limitado en temporada alta	0.08	2	0.16
Local alquilado	0.06	1	0.06
TOTAL	1.00		3.25

Tabla N° 7

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

De acuerdo a los resultados obtenidos, la empresa está por encima del promedio que es de 2,5 esto muestra una situación interna favorable para la empresa, es un indicativo que el bar irá por buen camino y que deberá aprovechar al máximo la posición en la que se encuentre, con la finalidad de plantear estrategias que potencien sus fortalezas y minimicen sus puntos débiles.

FACTORES A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Tendencia de mercado	0.20	3	0.60
Crecimiento de la demanda	0.35	4	1.40
Instituciones capacitadoras	0.05	3	0.15
Alianzas estratégicas	0.05	3	0.15
Líneas de crédito	0.10	3	0.30
AMENAZAS			
Proyecto fácil de imitar	0.05	2	0.05
Cambio de gusto de clientes	0.20	1	0.04
TOTAL	1.00		3.05

Tabla N° 8

MATRIZ DE EVALUCIÓN DE FACTORES EXTERNOS

El resultado de 3,05 refleja que la empresa tiene la posibilidad de lograr ventaja con respecto a sus competidores, esto indica que la empresa responde de forma eficiente a las oportunidades y amenazas del mercado.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Con el propósito de minimizar los posibles impactos que afecten a la empresa y buscar maximizar sus puntos fuertes aprovechando las oportunidades que brinda el entorno, se plantean las siguientes estrategias.

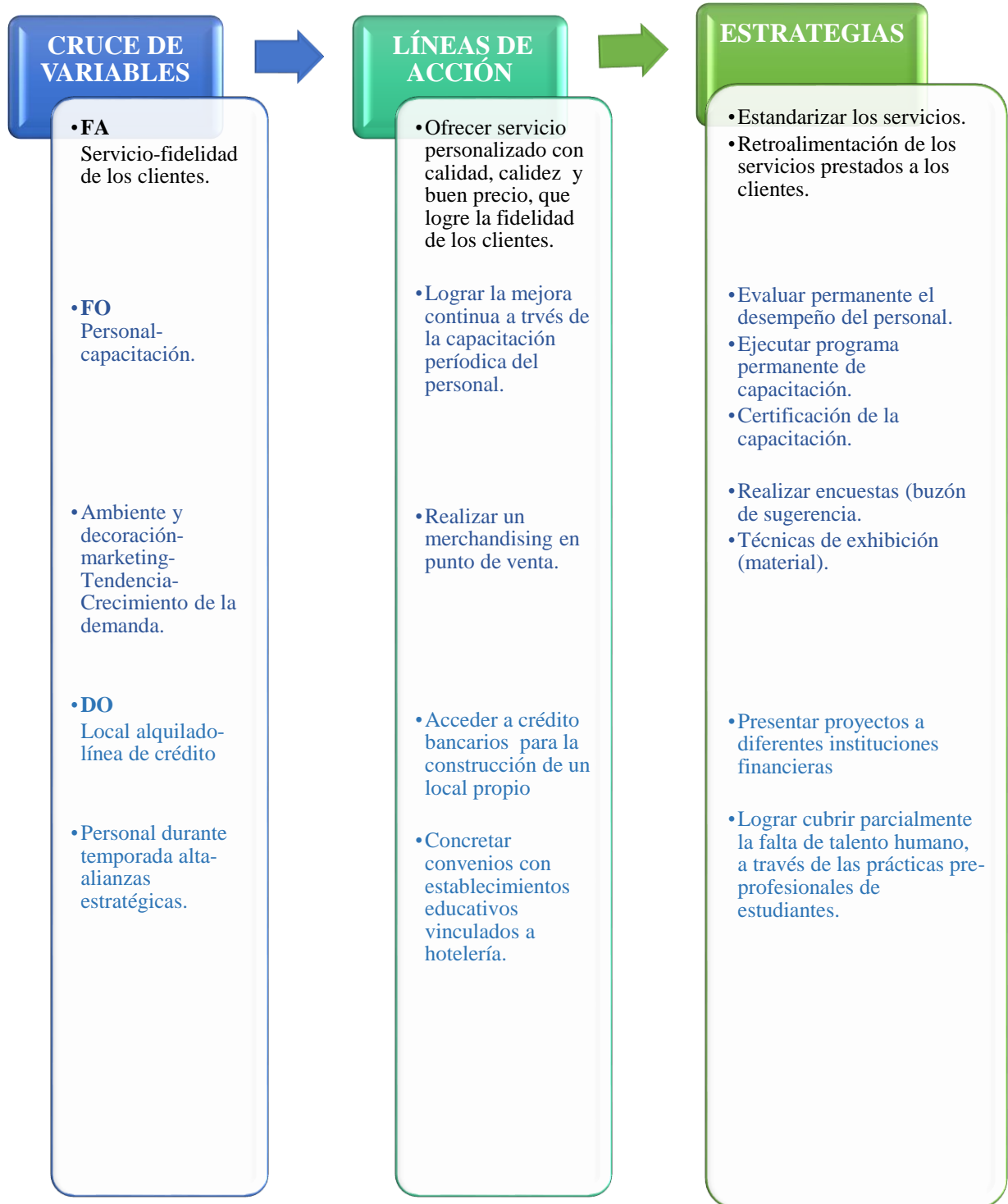


Figura N° 3

ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.1.10 ASPECTO LEGAL DEL PROYECTO

Toda empresa debe poseer un marco jurídico que regule sus derechos y deberes, de ahí nace la necesidad de plasmar dentro de este apartado todos los aspectos legales requeridos para la puesta en marcha del proyecto.

- **Constitución**

La empresa se registrará como una organización de hecho, que tiene finalidad el expendio de bebidas alcohólicas, no alcohólicas y alimentos, acompañados de otras actividades complementarias como es la expectación de espectáculos deportivos.

- **Obligaciones tributarias**

El proyecto debe cumplir con las exigencias que determina el Servicio de Rentas Internas, como es la apertura del RUC, declaraciones mensuales del IVA y declaraciones semestrales del impuesto a la renta.

Permisos de Funcionamiento

Para la puesta en marcha del emprendimiento se deberá cumplir con algunas directrices que se deben realizar antes de la apertura del mismo. A continuación se citan las diferentes instituciones a las cuales se le debe solicitar el respectivo permiso de funcionamiento.

Servicios de Rentas Internas

- Copia de la cédula de Identidad
- Papeleta de Votación
- Nombre del negocio
- Actividad que se realiza en el mismo

- Dirección
- Número telefónico del local

Municipio de Esmeraldas

- Estado de Situación Inicial
- Copia del certificado del Ruc.
- Copia de cedula
- Copia del permiso Cuerpo de Bomberos
- Especie valorada
- Inspección
- Declaración de la renta

Cuerpo de Bomberos

- Copia del RUC
- Inspección
- Pago monetario

Ministerio de Salud Pública

- Solicitud de Inspección del local
- Copia de la papeleta de depósito
- Copia de cédula
- 2 copia del RUC
- 1 copia de la tarjeta de salud del personal de trabajo
- Pago monetario

Ministerio de Turismo

- Copia de registro único de contribuyente (RUC)
- Copia de Cédula de Identidad
- Copia del comprobante de votación
- Copia del Contrato de Arrendamiento del establecimiento a nombre del propietario registrado en el Juzgado de Inquilinato o Notariado
- Copia del permiso del suelo que otorga el Municipio
- Inventario de Activos Fijos

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Integral (IEPI)

- Solicitud búsqueda del nombre del establecimiento
- Registro de la patente
- Pago monetario

3.2 MERCADEO

3.2.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se define como “Las técnicas para recopilar información, datos hechos o problemas relacionados con la compra-venta de productos o servicios en una plaza específica y en un período definido”. (La Biblia del marketing 2013, editorial Lexus).

El objetivo del presente estudio de mercado consiste en recopilar información oportuna y veraz, que muestre la aceptación o no del bar, analizar el entorno del mercado de bares de Esmeraldas, proyectar la demanda insatisfecha que aqueja esta actividad y finalmente establecer estrategias para el desarrollo del proyecto y así poder asegurar de cierta forma el éxito y la permanencia del servicio/producto dentro del mercado local.

- **BINOMIO SERVICIO-MERCADO**

En la actualidad el mercado de bares de Esmeraldas se encuentra saturado por establecimientos que sus instalaciones no cumplen con las normas de seguridad, ni ofrecen un espacio cómodo para sus visitantes, se limitan al expendio de bebidas sin llegar a satisfacer las expectativas, que cada día son más altas, de quienes los visitan. La presente propuesta es la de brindar un lugar de esparcimiento, que da a sus visitantes el servicio de alimentos y bebidas, acompañados de diversión. Este proyecto tendrá por finalidad satisfacer a ese nicho de mercado que durante años ha buscado un lugar diferenciado, más que un bar, es ese sitio preferido de encuentro y reuniones de amigos, familias, compañeros y por qué no, un lugar para hacer negocios. Un establecimiento donde el servicio esté encaminado principalmente a lograr que sus clientes sientan que son la parte más importante de la empresa, un servicio personalizado, donde la satisfacción del cliente sea el pilar fundamental. Bar la Jugada cuenta con un concepto exclusivo, al integrar personal capacitado, una decoración vanguardista y una moderna infraestructura en sonido, iluminación y video, lo que proporcionará a sus visitantes un ambiente acogedor, divertido y confortable. Al ingresar sus clientes tendrán la bienvenida por el personal con atuendo de árbitros o camisetas de equipos de fútbol, pantallas con tecnología HD que transmitirán programas deportivos, mesas y paredes decoradas con camisetas, banderas y colores de equipos y deportistas destacados, todo esto hará que se sientan en un verdadero escenario deportivo.

- **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Para el presente estudio se realizó la segmentación geográfica, tomando la población urbana de la ciudad de Esmeraldas como mercado objetivo, debido a que gran parte de sus habitantes son aficionados del fútbol y amantes de la diversión, por lo que buscan un lugar donde compartir en compañía de la familia, y grupo de amigos.

Otras de las variables tomadas para realizar la segmentación fueron la edad, ocupación, gustos o preferencia de los encuestados. Esta segmentación demográfica ayudó a recabar datos con los cuales se pudo determinar el perfil del cliente que desea captar Bar La Jugada. **Ver anexo A.**

De acuerdo a estas variables se determinó que el mercado principal al que apuntará este proyecto serán las universidades de la ciudad de Esmeraldas y las principales instituciones, tanto públicas como privadas.

- **TAMAÑO ACTUAL Y PROYECTADO**

De acuerdo a los estudios realizados no existe un registro de la demanda del mercado de bares de la ciudad de Esmeraldas, por lo que para la realización del presente proyecto se toma como demanda potencial la población urbana del cantón Esmeraldas. Para proyectar la demanda potencial futura del bar “La jugada”, se tomaron los datos de las proyecciones de la población de la ciudad de Esmeraldas, realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos basadas en el VII censo de población y vivienda realizado en el 2010, de esta población se toma como demanda potencial a la población del área urbana, económicamente activa, comprendida entre los 20 y 54 años de edad, que representa un 16.40%.

AÑOS	POBLACIÓN PROYECTADA (datos INEC)	PEA (Demanda potencial anual)	DEMANDA POTENCIAL MENSUAL	DEMANDA POTENCIAL DIARIA
2015	208,615	34,214	2,851	143
2016	210,833	33,826	2,819	141
2017	212,952	34,166	2,847	142
2018	214,975	34,490	2,874	144
2019	216,901	34,799	2,900	145

Tabla N° 9

PROYECCIÓN DEMANDA DEL PROYECTO

Para obtener el resultado de la demanda diaria, se tomó la proyección de la población de la ciudad de Esmeraldas y se calculó el 16.40 % que representa a la población urbana, económicamente activa. Este resultado se dividió para los 12 meses del año, obteniendo la demanda mensual y finalmente se divide para los 20 días que laborará el bar para obtener la demanda diaria.

- **TENDENCIA DEL MERCADO**

El mercado de bares temáticos en Ecuador está en crecimiento, principalmente en las grandes ciudades como son Quito y Guayaquil, los de mayor acogida son los deportivos. Estos bares atraen a un gran grupo de personas con gustos particulares de un tema específico. En la ciudad de Esmeraldas estos bares no han tenido un desarrollo, por lo que se espera que la puesta en marcha de este proyecto contribuya en cierto grado al despegue de este mercado en la ciudad.

- **FACTORES DE RIESGO**

La principal barrera para el desarrollo de este mercado, es la inversión ya que es alta. La ambientación es de mucha importancia, tiene que ir en relación con la propuesta del bar, se debe contar con elementos y servicios que lo diferencien de los demás, es por esto que la decoración, equipos y muebles necesarios son más costosos que los de un bar tradicional.

- **INGRESOS EN BASE AL ANÁLISIS DE MERCADO**

La proyección de ventas del proyecto se hizo en base a los resultados obtenidos en las encuestas y visitas a bares de la ciudad. Los datos utilizados fue el consumo promedio, preferencia de consumo, días y frecuencia de visitas. **Ver anexos B, C, D.**

BEBIDAS Y COMIDAS RÁPIDAS	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO VENTA	TOTAL DE VENTA	VENTAS ANUALES
Cerveza Pilsener 600ml	509	1,50	763,80	9.165,60
Cerveza club 550ml	1273	2,00	2.546,00	30.552,00
Vodka Finlandia (botella)	10	25,00	250,00	3.000,00
Whisky Johnnie Walker rojo (botella)	6	37,00	222,00	2.664,00
Whisky Johnnie walker rojo (vaso)	120	5,00	600,00	7.200,00
Tequila José Cuervo (botella)	10	30,00	300,00	3.600,00
Tequila José Cuervo (shot)	200	6,00	1.200,00	14.400,00
Submarino	160	3,50	560,00	6.720,00
Caipiriña vaso	200	4,50	900,00	10.800,00
Red Bull	170	2,75	467,50	5.610,00
Agua 500ml	550	0,75	412,50	4.950,00
Gaseosas	425	0,80	360,00	4.320,00
Pizza	211	16,00	3.376,00	40.512,00
Hamburguesa	425	3,00	1.275,00	15.300,00
Papas fritas	530	2,50	1.325,00	15.900,00
Alitas picantes	320	9,00	2.880,00	34.560,00
TOTAL	5144		17.507,50	210.090,00

Tabla N° 10

PROYECCIÓN DE VENTAS

3.2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

De acuerdo al estudio de mercado no se identificó establecimientos que oferten el tipo de concepto (producto y servicio) que propone el proyecto, por lo que se toma como competencia directa a los bares legalmente registrados en el catastro del Ministerio de Turismo de la provincia de Esmeraldas. El principal servicio que prestan estos bares, es el de

un bar tradicional, básicamente expendio de bebidas, acompañado de música. Sus establecimientos no cuentan con decoración.

N°	EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIOS	CAPACIDAD FÍSICA
1	Expresiones	Calle Sucre y Pasaje Catedral	• Bebidas, música	24 plazas
2	Constelación	Malecón de Las Palmas	• Bebidas, música	48 plazas
3	Gio	Calle Barbizotti e Hilda Padilla	• Bebidas, música	56 plazas

Tabla N° 11

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA

- **DIFERENCIACIÓN CON LA COMPETENCIA**

Brindar mayor valor agregado en comparación con los competidores, es la finalidad de cualquier organización. Es por ello importante el análisis de la competencia con el propósito de identificar sus fortalezas y debilidades para posteriormente transformarlas en ventaja competitiva para la empresa y de esta forma asegurar la permanencia en el mercado.

El bar La Jugada tendrá como principal ventaja el servicio, la clave para lograr esto es realizar un estudio constante de los niveles de satisfacción y las necesidades que tienen los clientes que visitarán el bar. Sin el personal adecuado sería imposible dar un buen servicio, por lo que es imprescindible la formación de los colaboradores con que se va a contar, para ello se realizarán capacitaciones y evaluaciones periódicas, todo esto permitirá que se realice feedback con el personal, con la finalidad de mejorar en los puntos débiles que se puedan tener.

- **ANÁLISIS DEL CONTEXTO (Ventajas competitivas)**

El presente proyecto se encuentra dentro de la industria de alimentos y bebidas, ya que su objetivo principal es brindar los servicios de un bar. La ubicación de este negocio será en la ciudad de Esmeraldas. Es de esta forma que con el propósito de analizar su competitividad dentro del mercado se usará el modelo de Porter, que estudia las cinco fuerzas que intervienen en el mercado. (Porter Michael E. 2008, On Competition).

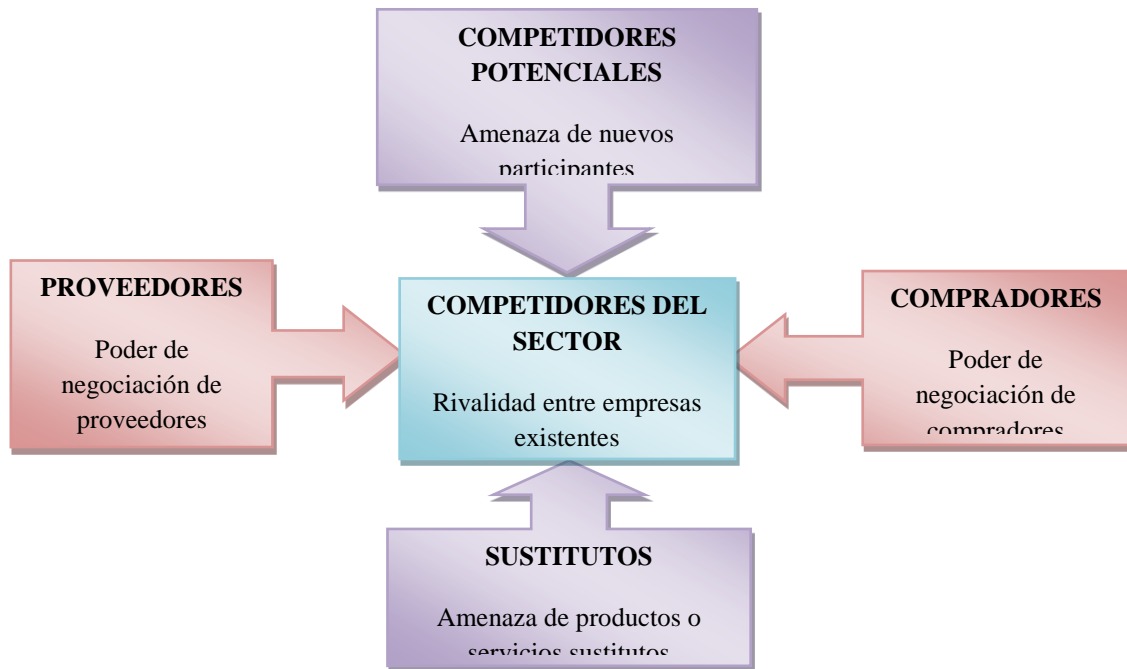


Figura N° 4

CRUZ DE PORTER

Cientes.- Esta fuerza tiene el poder en tanto y cuanto son los que deciden visitar o no el bar. La ventaja que tiene el proyecto es de ser un concepto nuevo y único en el mercado. Los

clientes buscan siempre la diferenciación, es por ello la importancia de innovar para que esta propuesta sea atractiva. El principal mercado al que apunta el bar, son jóvenes trabajadores que gustan principalmente del deporte, personas que quieran sentirse cómodos disfrutando de un partido o simplemente compartiendo entre amigos de una bebida en un lugar diferente.

Proveedores.- La elección de los proveedores es un aspecto esencial para éxito del negocio. Dentro de estos encontramos tanto a los de bebidas como de alimentos, los mismos que tienen gran poder de negociación, por lo que se buscará a los más adecuados con la finalidad de convertirlos en aliados estratégicos. La principal negociación será con los proveedores de bebidas que es el principal producto del bar. Por ejemplo la empresa Embassador entrega el 50% de bebidas a consignación, otro posible proveedor es Paco Miller, en cuanto a bebidas no alcohólicas, tenemos Arcacontinental del Ecuador y Decorclay. Con otros proveedores se puede conseguir créditos por exclusividad.

Competidores potenciales.- Esta fuerza está conformada por todos aquellos negocios que pueden ingresar al mercado de bares temáticos. Para contrarrestar esta fuerza es importante hacer sondeos constantes de mercado que permita anticiparse a los competidores, permitiendo que el bar esté siempre a la vanguardia, ofreciendo a los clientes un servicio renovado.

Competidores actuales.- Los competidores actuales son todos aquellos bares o establecimientos que brindan servicios similares a los ofertados por el bar. A pesar de que dentro de la ciudad de Esmeraldas no hay un bar con las mismas características de las que se propone en el proyecto, si encontramos lugares que por separado ofrecen los servicios que brinda el proyecto. De ahí la importancia de hacer énfasis a los aspectos diferenciales que tiene el proyecto.

Competidores del sector de bares temáticos.- Al ser este proyecto nuevo en el mercado, no encontramos competidores directos. Esta ventaja debe aprovecharse para lograr posicionamiento en el mercado y fidelización de los clientes.

3.2.3 PRECIO

Dentro de este apartado se fijarán los parámetros necesarios para la fijación de precios de los diferentes productos que se expendrán en el bar.

- **VARIABLE PARA LA FIJACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PRECIO**

La estrategia usada para establecer el precio es la de descremado, esto permitirá obtener mayores ingresos y a su vez, busca tener cierto nivel de exclusividad que permite ofrecer un nivel de seguridad a quienes visitan el bar.

En la fijación de precios se utilizó la información de las encuestas de cuánto los consumidores están dispuestos a pagar, así mismo se tomó como referencia los precios de establecimientos que brindan servicios similares a los del proyecto. No obstante se toma como variable fundamental los costos y gastos en que se incurrirá para determinación de los precios.

3.2.4 DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN

La prestación del servicio se la realizará en el propio establecimiento, es decir que la comercialización será directamente al consumidor, por lo que el personal que labora en el local tiene una importancia fundamental, la cordialidad, eficiencia, imagen, son aspectos que garantizan la calidad del servicio y atraen a los clientes. Gran parte de los clientes que acudan al bar serán esporádicos, una forma de ganar su fidelidad es contar con un establecimiento cuyas instalaciones sean cómodas, funcionales, que estén a la vanguardia y garanticen su seguridad, acompañado del buen trato que se les proporcione y por supuesto productos de calidad.

MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto estará ubicado en el la provincia de Esmeraldas, cantón Esmeraldas, la cual está situada en la costa noroccidental del Ecuador. El sector de la ciudad donde funcionará cuenta con una cobertura importante en los servicios básicos, como son energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, además de servicio telefónico, internet y recolección de basuras. Estas fueron aspectos importantes para determinar la macro localización. La ubicación geográfica del proyecto, permite tener un acceso rápido a los proveedores de los diferentes insumos, gracias a que está dentro de la ciudad, otra de las variables importantes para determinar la macro localización fue la movilidad para las personas que visiten el bar.

MICRO LOCALIZACIÓN

El bar temático de fútbol estará ubicado en la ciudad de Esmeraldas, en el sector de Las Palmas debido a que en este lugar se encuentra el mayor movimiento, además de ser un lugar de fácil acceso para los visitantes y clientes potenciales.

DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

El Bar contará con un local de aprox. 136m² de distribución física en el cual el 30% representa cocina y oficina, el resto será destinado al bar, esto nos permitirá recibir unas 54 personas debidamente sentadas y en la barra un capacidad de seis personas lo cual haría un total de 60 personas. Para atender unas 140 personas por día en sistema de rotación.

3.2.5 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y CAPTACIÓN DE CLIENTES

En la presente sección se presentan las herramientas a utilizarse para atraer a los clientes, tomando en cuenta que: se entiende por estrategia de ventas a cualquier acción comercial destinada a incentivar o estimular la demanda que se ejerce con carácter temporal y en base a proporcionar a quien va destinada un beneficio tangibles. (José María Ferré Trezano y Jordi Ferré Nadal, 2006, Políticas y estrategias de promoción de ventas y merchandising).

La promoción del bar abarca todas las acciones que comuniquen a los posibles clientes todas las ventajas o beneficios del servicio y los convenza en adquirirlo. De tal manera que para la promoción y captación de clientes se establecen las principales estrategias que se describen a continuación:

Obtener información de contacto

Esta es una estrategia básica para captar clientes, ya que servirá para afianzar las demás. Conseguir siempre la información de contacto de los clientes, principalmente correo electrónico, ya que es la manera más económica, rápida y fácil para hacerles conocer las promociones del bar. De esta manera se logrará un contacto constante, que permitirá mantenerse en la mente del cliente.

La publicidad se la implementará con entrega de flyers en los lugares que se encuentra la mayor concentración de clientes potenciales, como son universidades y empresas de la ciudad. De la misma forma se hará uso de las redes sociales para publicitar el local, ya que este es un medio masivo y de bajo costo.

Promociones con descuentos por tiempo limitado

Las promociones son fundamentales para captar clientes, esto hará mover el negocio, por lo que es importante que éstas lleguen a los clientes vía correo electrónico o redes sociales, con una fecha de apertura y de cierre, por ejemplo se darán descuentos en bebidas para los hinchas de cuyos equipos estén disputando un partido.

Regalar artículos publicitarios

Otra estrategia para captar más clientes será regalar artículos con el logotipo del bar, como por ejemplo llaveros o destapadores, estos se entregará clientes frecuentes.

Tarjetas de descuento

Con el fin de incrementar las ventas, se harán tarjetas de descuentos para clientes frecuentes, por ejemplo los clientes que consuman y visiten el bar en cuatro ocasiones consecutivas, en su quinta visita obtendrán un 5% de descuento en consumo de cerveza.

Eventos

Mensualmente se organizará un evento, tales como noche de cada equipo, en la que el local estará decorado con los colores, banderas y distintivos del club, se presentaran reportajes, video de partidos destacados, se pondrán canciones y a los hinchas que asistan con la camiseta del equipo se le otorgarán descuentos. Así mismo habrá días en los que se realicen o sorteos de balones, camisetas originales o prendas autografiados por reconocidos futbolistas ecuatorianos.

Para minimizar los costos de estas estrategias se buscará patrocinadores que otorguen premios a cambio de publicidad, así mismo se conseguirá descuentos con proveedores.

- **CLIENTES CLAVES**

Los clientes claves para el proyecto serán hombres entre los 25 y 45 años de edad, ya que se consideran tienen un poder adquisitivo alto, principalmente trabajadores y empresarios de la ciudad. Otro segmento a tener en cuenta, será el comprendido entre los 18 y 24 años, aun con un poder adquisitivo menor, este target será de mucho interés para el bar, dada la importancia que tiene para este grupo los encuentros sociales y la frecuencia de visita es alta.

3.3 OPERACIONES/TÈCNICO

El presente estudio técnico brinda a la actual investigación un marco de referencia, con respecto al tamaño, la localización geográfica y distribución en planta, maquinaria y equipo, proveedores y análisis de los tiempos que necesitan los diferentes procesos para la elaboración de los productos y lograr la satisfacción del cliente que asiste al Bar.

3.3.1. PRODUCTO/SERVICIOS

- **Descripción del servicio**

El emprendimiento bar temático de fútbol, brindará a sus visitantes un servicio en el cual los procesos estarán estandarizados, de tal forma que permitirá medir los niveles de calidad del servicio, no obstante se tendrá ese grado de personalización que permita hacer para cada cliente la visita al bar una experiencia única. Dentro de la estandarización, se tomarán en cuenta los tiempos de servicio, de preparación de bebidas y alimentos, así también se estandarizaran las recetas y porciones, de la misma manera los procesos de seguridad e higiene para el personal serán estandarizados, todo esto con el fin de garantizar que los clientes reciban productos y servicios de calidad.

Además del servicio, los visitantes del bar tendrán la oportunidad de espectar una serie de campeonatos y ligas de futbol que se desarrollan a nivel nacional e internacional, acompañado de una ambientación acorde al estilo deportivo, para aquellos aficionados al fútbol y amantes a la diversión nocturna, a la vez oferta un espacio de esparcimiento que les permita vivir esos momentos de emoción y furor que causa el fútbol en la actualidad. El bar temático deportivo también ofrecerá una decoración variada, donde sus paredes y demás rincones exhibirán objetos colmadas de retratos de jugadores destacado a nivel nacional e

internacional, fotos de equipos de fútbol famosos, fotografías que captan momentos de juego y una variedad de recortes que testimonien la historia de los triunfos de los grandes equipos del mundo. Así mismo este espacio ofertara un variado menú de información concerniente a campeonatos, campañas promocionales, biografía de los jugadores, videos de momentos de gloria de los clubes.

Este tipo de proyecto ha tomado mayor fuerza en el País, por la pasión futbolística que siente la comunidad, donde los hinchas y fanáticos se concentraron en los diferentes bares tradicionales para ver espectáculos deportivos.

Uno de los atractivos del bar temático deportivo son las pantallas de TV y el sistema de televisión satelital en HD, donde se transmitirán encuentros de fútbol y todo tipo de programas deportivos del mundo, en especial en épocas de campeonatos, la iluminación tendrá un colorido de mezclas de algunos colores de las camisetas de los grandes equipos del futbol mundial. Las mesas de igual manera estarán vestidas con temas deportivos.

Este emprendimiento será un lugar socialmente de encuentro, diversión y de reunión de aquellos clientes exclusivos que deseen salir de la rutina diaria, deseando compartir con familiares y amigos momento de historia del futbol. El bar pretende ofrecer un ambiente acogedor y alegre, donde llene las expectativas de aquellos visitantes como en casa, la atención que ofrezca el personal será personalizada con el afán de mantener la fidelidad de sus clientes.

- **Diseño del Servicio**

Bar La Jugada es un lugar de entretenimiento que ofrece a sus clientes bebidas, comida rápida y diversión. Siendo el fútbol el tema principal. Para la prestación del servicio se contará con un personal capacitado, al que se le asignará funciones y actividades para cada puesto de trabajo, este personal estará organizado en dos jornadas de trabajo diarias, de ocho horas cada una, cumpliendo lo establecido en la Ley. Los horarios serán rotativos, para cubrir las 12 horas que laborará el bar, y su planificación estará a cargo del administrador. Así mismo, se presentará un diagrama de flujo, en el que se plasmará de forma gráfica las fases del proceso, exponiendo las actividades, los materiales y toma de decisiones que se realizarán durante el desarrollo del servicio.

De la misma forma, para poder prestar un servicio apropiado a quienes visiten el bar, se contará con un establecimiento cuyas áreas estarán distribuidas en cinco espacios: salón, cocina, almacén, oficina y sanitarios. Las instalaciones estarán adecuadas de tal forma que brinden la seguridad necesaria tanto para los visitantes como para quienes laboran en el bar. También se contará con mobiliario moderno y cómodo con el propósito de brindar un ambiente agradable y de confort a sus visitantes.

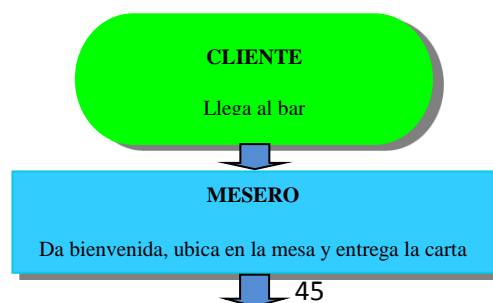
3.3.2. PROCESO DEL SERVICIO

En los siguientes flujogramas se plasma el proceso a seguir por los trabajadores del bar al momento de la prestación de servicio. Esta herramienta será de utilidad, ya que permitirá al personal entender correctamente los procesos y su funcionamiento, de la misma forma ayuda a evaluar los recursos y capacidades requeridas en los diferentes eslabones, detectar anomalías, evaluar responsabilidades y calcular la capacidad de reacción. En definitiva, el flujograma es un punto de referencia para una pluralidad de estudios, tanto a efecto de análisis como de diagnóstico de las actividades. (Anaya T. Julio, Innovación y mejora de procesos logísticos, 2007). Todo esto permite mejorar, estandarizar los procesos y garantizar en cierta medida calidad del servicio brindado a los clientes.

Dentro de los procesos a realizarse, habrá indicadores a medir, siendo uno de los principales la satisfacción de los clientes, que tan atentos están los trabajadores de las necesidades del cliente. La empatía, colaboración, información que obtenga el cliente hará que éste desee volver a vivir la experiencia del servicio, Este parámetro será medido por medio de pequeñas encuestas entregadas a los clientes o de la retroalimentación que se tenga de los mismos. Otro indicador será la capacidad de respuesta, para medir esto se realizará la estandarización de los tiempos.

NOMBRE: DIAGRAMA DE PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE

OBJETIVO: Presentar de forma gráfica las distintas etapas del proceso del servicio al cliente y las diferentes interacciones entre los departamentos involucrados, esto para facilitar la comprensión de su funcionamiento.



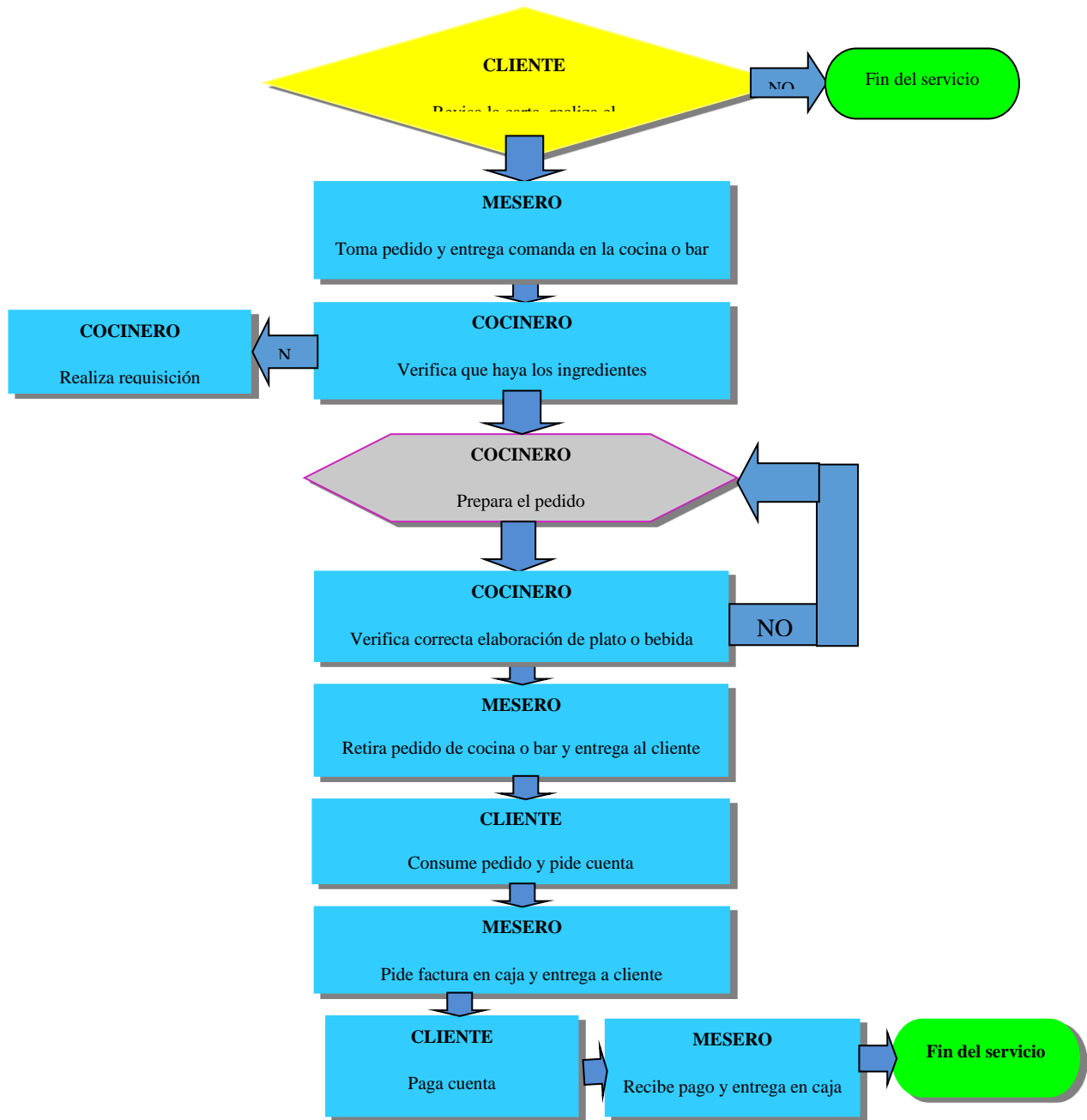
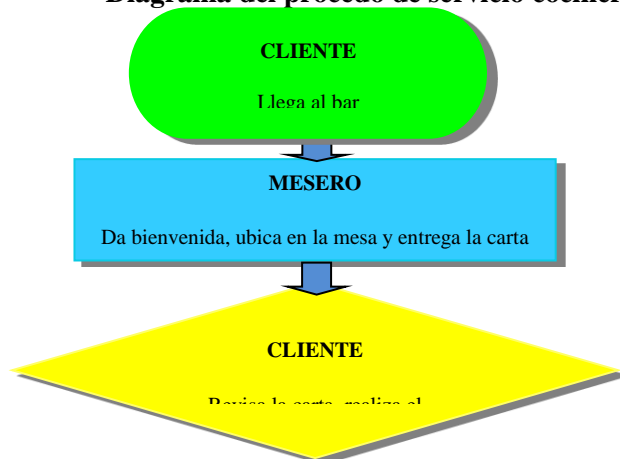


Figura N° 5

Diagrama del procedo de servicio cocinero



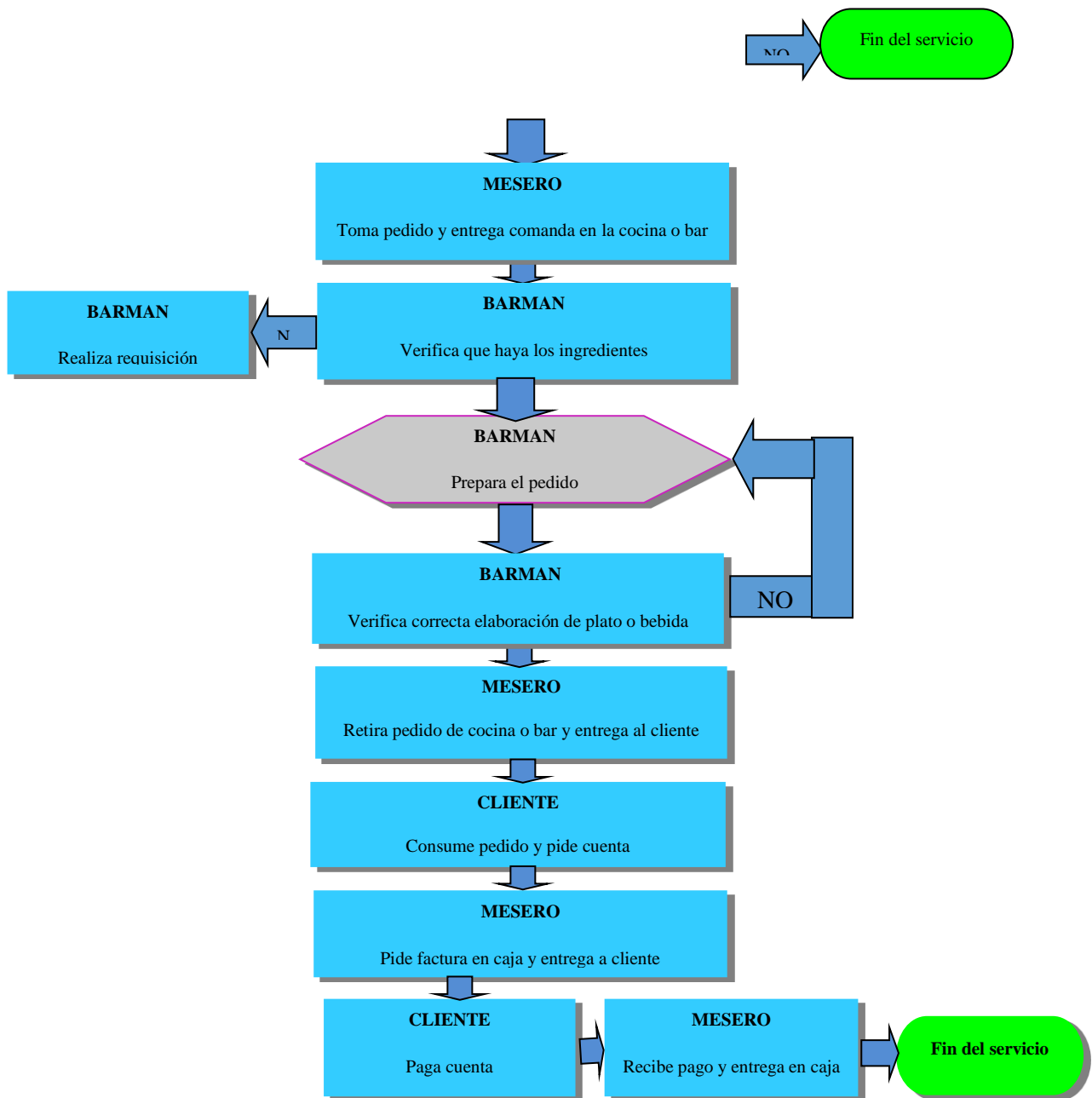


Figura N° 6

Diagrama del servicio Barman

- **CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN**

La capacidad de producción está directamente relacionada con los resultados obtenidos del estudio de mercados, donde se estima una demanda diaria de 140 personas, en rotación. El local tendrá capacidad para 60 personas, la distribución será de seis taburetes en la barra, mesas con dos sillones cada una, cada sillón con capacidad para tres personas, así se distribuirán ocho mesas en el local. Los días de apertura del local son los miércoles, jueves y viernes en horarios de 15:00 a 23:00 sábados de 11:00 a 02:00 y domingos de 11:00 a 18:00. Tomando en cuenta las restricciones que existe para el expendio de bebidas alcohólicas los días domingos, este día habrá apertura, ya que si hay encuentros deportivos, pero se lo realizará sin venta de licores.

- **CONTROL DE CALIDAD**

Para asegurar la satisfacción de los clientes que visiten bar La Jugada se establecerá un sistema de control, el cual estará dividido en grandes grupos:

INSUMOS

Para el buen funcionamiento del proyecto es indispensable realizar una buena selección de los proveedores, esta selección se hará en base a los siguientes criterios: calidad de los productos, precios, formas de pagos, localización, y variedad de productos y capacidad de distribución. En este tipo de negocio al expendirse productos de consumo humano, un producto en mal estado afecta directamente la salud del cliente. Para preservar el buen estado de la materia prima será necesario seguir los siguientes controles.

- Verificación de las fechas de vencimiento.
- Verificar contenidos de sal, azúcar y grasas que contengan los productos.

- Correcta manipulación de la materia prima en el momento de la recepción y almacenaje, con el fin de evitar maltratar o deteriorar los insumos.
- Utilizar recipientes limpios para almacenar los insumos y clasificarlos por grupos en el momento de refrigerar.
- Control de inventarios, máximos y mínimos.

SERVICIOS

Con la finalidad de garantizar la calidad del servicio, se estandarizará el proceso de atención, estableciendo tiempos máximos de espera. Así mismo, se establecerá un programa de capacitación y evaluación periódica del personal. Adicional se entregará a cada uno de los empleados un manual de funciones, en el que se incluya un guion de lo que deberán decir para atender a un cliente.

INSTALACIONES

Se implantará un plan de limpieza y desinfección que establezca la frecuencia con la que se deben limpiar suelos y superficies de trabajo, paredes, techos, equipos de extracción de humos y en general todos los equipos y herramientas.

Se realizará obligatoriamente una limpieza y desinfección del salón, sanitarios, bar y cocina, antes del inicio, durante y después de cada servicio, así mismo todas las mesas deben estar perfectamente montadas antes de la entrada de los clientes.

Para complementar todos estos pasos, habrá una retroalimentación con los clientes a través de encuestas de satisfacción y buzón de sugerencias.

3.3.3. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

A continuación se detallan todo los equipos, materiales y mano de obra necesaria para el funcionamiento del establecimiento.

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Sumadora Casio dr-120	Unidad	1
Calculadora Casio científica fx-570	Unidad	1
Teléfono inalámbrico tg 5022 Panasonic	Unidad	1

Tabla N° 12

REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Computadora HP pavilion	Unidad	1
Impresora Canon mp 250	Unidad	1

Tabla N° 13

REQUERIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Led smart tv 42 LG 42ln570b	Unidad	5
Parlantes amplificados	Unidad	2

Tabla N° 14

REQUERIMIENTO EQUIPO DE AUDIO Y VIDEO

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Escritorio	Unidad	1
Silla ejecutiva pilot	Unidad	1
Sillas para escritorio	Unidad	1
Archivador	Unidad	1

Tabla N° 15

REQUERIMIENTO MUEBLES DE OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Taburetes para barra	Unidad	8
Sillones	Unidad	30
Mesas	Unidad	15
Extintores contra incendios	Unidad	3
Acondicionador de aire	Unidad	3
Extractor de humo	Unidad	1

Fuente: Proforma proveedor

Tabla N° 16

REQUERIMIENTO MUEBLES Y EQUIPOS DE BAR

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Vasos para jugo	Docenas	10
Copas coñac	Docenas	2

Vasos cervecedores	Docenas	15
Vasos para tequila	Docenas	4
Vasos para whisky	Docenas	5
Ceniceros	Unidad	20
Cuchillos	Juegos	2
Jarras cristal 1.5 l	Unidad	10
Jarras plásticas	Unidad	2
Cocteleras	Unidad	4
Tablas para picar	Unidad	5
Exprimidor	Unidad	2
Medidor de onzas	Unidad	4
Coladores	Juegos	2
Cucharillas	Juegos	1
Destapadores	Unidad	3
Descorchadores	Unidad	2
Charol	Unidad	10
Platos tendidos medianos	Unidad	50
Platos tendidos grandes	Unidad	50
Decoración	Unidad	1
Juego de ollas 6 piezas	Juego	1
Sartén	Unidad	3
Contenedores plásticos	Unidad	5

Fuente: Proforma proveedor

Tabla N° 17

REQUERIMIENTO MENAJE

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Cocina industrial con plancha	Unidad	1

Horno industrial pequeño	Unidad	1
Licadoras Oster	Unidad	2
Cilindro de gas industrial	Unidad	2
Congelador horizontal Indurama	Unidad	1
Refrigerador panorámico Indurama	Unidad	1
Campana para olores	Unidad	1
Anaqueles para cocina	Unidad	1
Válvula de gas	Unidad	2
Mesa para trabajo acero inoxidable	Unidad	1

Fuente: Proforma proveedor

Tabla N° 18

REQUERIMIENTO EQUIPO DE COCINA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Resma de papel A4 de 75gr	Unidad	3
Esferográficos	Unidad	10
Grapadoras	Unidad	1
Perforadoras	Unidad	1
Saca grapas	Unidad	1
Carpetas	Unidad	10
Clips	Caja	1
Sello	Unidad	2
Tinta para sello	Unidad	1
Facturero	Unidad	3

Fuente: Proforma proveedor

Tabla N° 19

REQUERIMIENTO SUMINISTROS OFICINA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
-----------------	---------------	-----------------

Desinfectante	Galón	1
Cloro	Galón	3
Detergente	Gramos	2
Basurero para baño	Unidad	3
Basureros grandes	Unidad	2
Escobas	Unidad	2
Trapeadores	Unidad	2
Franelas	Unidad	1
Pares guantes	Unidad	4
Rollo grande de papel higiénico	Unidad	2
Jabón líquido	Galón	1

Fuente: Proforma proveedor

Tabla N° 20

REQUERIMIENTO SUMINISTRO DE LIMPIEZA

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD
Servilletas x300	Paquete	20
Toallas de cocina	Unidad	4
Sorbetes	Paquete	20
Esponjas	Unidad	5
Lava vajilla	Unidad	5

Fuente: Proforma proveedor

Tabla N° 21

REQUERIMIENTO SUMINISTRO DE BAR

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD
--------------	---------------	-----------------

Trabajos preliminares		
Adecuación paredes cocina	m ²	30.00
Construcción trampas de grasa	Unidad	1.00
Pintura		
Empaste interior - exterior	m ²	256.32
Látex interior - exterior	m ²	256.32
Trabajos varios		
Ducto para extractor de aire (tol)	MI	3.45

Fuente: Investigación de campo

Tabla N° 22

REQUERIMIENTO ADECUACIÓN DE LOCAL

CARGO	CANTIDAD	SUELDO
Administrador	1	650,00
Cajero	1	366,00
Barman	2	400,00
Meseros	3	366,00
Cocinero	1	400,00
Ayudante de cocina	1	366,00

Fuente: Investigación de campo

Tabla N° 23

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

3.3.4. SEGURIDAD INDUSTRIAL Y MEDIO AMBIENTE

Como empresa es obligación del bar garantizar de forma eficiente y prudente la seguridad de sus empleados, para ello se establecerá normas y procedimientos que permitan minimizar el riesgo inherente a la actividad realizada.

- **NORMATIVA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS.**

Bar La Jugada es una empresa dedicada al actividad de alimentos y bebidas y por lo tanto considera que la prevención de riesgos laborales en sus trabajadores es fundamental para su desarrollo, por lo que define la siguiente política de seguridad y salud ocupacional encaminada e integrada en todos sus niveles a través de:

El cumplimiento de las leyes y regulaciones específicas en seguridad y salud ocupacional vigente en el país.

La asignación de equipos tecnológicos, económicos y humanos para la implementación del sistema de seguridad y salud ocupacional.

El fomento y participación activa de su personal en las capacitaciones, cursos, o seminarios de seguridad y salud ocupacional que el bar organice para sus trabajadores.

El establecimiento de metas y objetivos para el mejoramiento de las condiciones de trabajo en las que se desempeñan sus trabajadores.

- **NORMATIVA AMBIENTAL**

La sensibilidad y el respeto por el medio ambiente, es una prioridad para el presente proyecto, que busca involucrar en todos sus procesos el manejo responsable de sus recursos con el fin de promover las buenas prácticas ambientales en la gestión empresarial, a través del cumplimiento de la normativa ambiental y de esta forma prevenir y mitigar los impactos sobre el medio ambiente. Es así que se definen las siguientes políticas o lineamientos:

Reducir el consumo de agua y su contaminación

- Utilizar economizadores de agua para grifos
- Implantar estándares en procedimientos de limpieza.
- Establecer las cantidades de agua a utilizar en la limpieza de ambientes del local
- Revisar periódicamente todas las griferías, inodoros, urinarios y tuberías, para evitar cualquier fuga de agua

Reducir el consumo de energía

- Usar focos ahorradores, luces led
- Instalar temporizadores o sensores de movimiento en tantas luces como sea posible
- Mantenimiento mensual de equipos eléctricos
- Aprovechar al máximo la iluminación natural mediante ventanas y tragaluz. Ordenar los muebles y demás objetos del local de tal forma que no interrumpan la entrada de la luz natural
- Desconectar la mayor cantidad de equipos al momento del cierre del local

- Revisión periódicas de todas las cajas eléctricas, toma corrientes, luminaria del local

Disminuir la generación de residuos y facilitar su reutilización

- Estandarizar recetas
- Realizar porciones
- Colocar tachos de basura para separar en orgánica, plásticos, vidrios y papel

Disminuir las emisiones de ruido

- Establecer volumen máximo de equipos

Disminuir la contaminación del suelo

- Construcción de sistema de trampa de grasa
- Evitar el uso excesivo de productos químicos en la limpieza del local

3.4. ESTUDIO FINANCIERO

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, para determinar su rentabilidad.

3.4.1 INVERSIONES

La inversión Inicial para el financiamiento del proyecto está compuesta por los Activos Fijos, Capital de Trabajo, Gastos de Constitución, el cual cubrirá los primeros dos meses de gastos para ejecutar el proyecto.

RUBRO	TOTAL
Equipo de oficina	182,00
Equipo de computación	779,00
Equipo de audio y video	5.6650,00
Muebles de oficina	485,00
Muebles y equipos de bar	5.548,00
Menaje	2.039,70
Equipo de cocina	4.124,00
Adecuación local	4.050,67
Total de inversión	22.858,37
Capital de trabajo	21.568,96
Gasto de constitución	570,00
Subtotal	44.997,33
2% imprevisto	899,95
TOTAL DE INVERSIÓN	45.897,27

Tabla N° 24

RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL

- **DETALLE DE LA INVERSIÓN INICIAL**

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
1	Sumadora Casio dr-120	89,00	89,00
1	Calculadora Casio científica fx-570	18,00	18,00
1	Teléfono inalámbrico tg 5022 Panasonic	75,00	75,00
			182,00

Tabla N° 25

COSTO EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
1	Computadora HP Pavilion	689,00	689,00
1	Impresora Canon mp 250	90,00	90,00
			779,00

Tabla N° 26

COSTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
5	Led smart tv 42 LG 32ln570b	950,00	4750,00
2	Parlantes amplificados	450,00	900,00
			5.650,00

Tabla N° 27

COSTO EQUIPO DE AUDIO Y VIDEO

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
-----------------	-----------------	--------------------	--------------

1	Escritorio	250,00	250,00
1	Silla ejecutiva pilot	75,00	75,00
1	Sillas para escritorio	30,00	30,00
1	Archivador	130,00	130,00
			485,00

Tabla N° 28

COSTO MUEBLES DE OFICINA

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
8	Taburetes para barra	40,00	320,00
30	Sillones	80,00	2.400,00
15	Mesas	70,00	1.050,00
3	Extintores contra incendios	26,00	78,00
3	Acondicionador de aire	450,00	1.350,00
1	Extractor de humo	350,00	350,00
			5.548,00

Tabla N° 29

COSTO MUEBLES Y EQUIPO DE BAR

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
-----------------	-----------------	--------------------	--------------

10	Docenas vasos para jugo	7,80	78,00
15	Docenas vasos cervecedores	27,00	405,00
4	Docenas vasos para tequila	6,80	27,20
5	Docenas vasos para whisky	15,00	75,00
20	Ceniceros	12,00	240,00
2	Juegos cuchillos	8,00	16,00
10	Jarras cristal 1.5 l	9,00	90,00
2	Jarras plásticas	3,00	6,00
4	Cocteleras	10,00	40,00
5	Tablas para picar	3,00	15,00
2	Exprimidor	1,25	2,50
4	Medidor de onzas	3,00	12,00
2	Juegos de coladores	5,00	10,00
1	Juegos cucharillas	5,00	5,00
3	Destapadores	1,50	4,50
2	Descorchadores	3,00	6,00
10	Charol	20,00	200,00
50	Platos tendidos medianos	1,25	62,50
50	Platos tendidos grandes	1,50	75,00
1	Decoración	500,00	500,00
1	Juego de ollas 6 piezas	60,00	60,00
3	Sartén	10,00	30,00
5	Contenedores plásticos	4,00	20,00
			2.039,70

Tabla N° 30

COSTO MENAJE

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
----------	----------	-------------	-------

1	Cocina industrial con plancha	750,00	750,00
1	Horno industrial pequeño	220,00	220,00
2	Licuada Oster	95,00	190,00
2	Cilindro de gas industrial	120,00	240,00
1	Congelador horizontal	1.400,00	1400,00
1	Refrigerador panorámico Indurama	550,00	550,00
1	Campana para olores	180,00	180,00
1	Anaqueles para cocina	350,00	350,00
1	Válvula industrial de gas	24,00	24,00
1	Mesa para trabajo acero inoxidable	220,00	220,00
			4.124,00

Tabla N° 31

COSTO EQUIPO DE COCINA

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
3	Resma de papel a4 de 75gr	4,50	13,50
10	Esferográficos	0,20	2,00
1	Grapadoras	5,00	5,00
1	Perforadoras	7,00	7,00
1	Saca grapas	1,00	1,00
10	Carpetas	0,30	3,00
1	Caja de grapas	1,20	1,20
1	Caja de clips	0,75	0,75
2	Sello	7,00	14,00
1	Tinta para sello	0,80	0,80
3	Block de facturas	3,00	9,00
			57,25

Tabla N° 32

COSTO SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
1	Galón desinfectante	6,00	6,00
3	Galón de cloro	3,00	9,00
2	Detergente	3,00	6,00
3	Basurero para baño	3,00	9,00
2	Basureros grandes	8,00	16,00
2	Escobas	3,00	6,00
2	Trapeadores	5,60	11,20
1	Franelas	0,50	0,50
4	Pares guantes	0,80	3,20
2	Rollo grande de papel higiénico	4,50	9,00
2	Galón de Jabón líquido	9,00	9,00
			84,90

Tabla N° 33

COSTO SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	ARTÍCULO	P. UNITARIO	TOTAL
20	Paquetes servilletas x300	2,25	45,00
4	Toallas de cocina	3,00	12,00
20	Paquetes sorbetes	0,75	15,00
5	Esponjas	1,00	5,00
5	Lava vajilla	3,10	15,50
			92,50

Tabla N° 34

COSTO SUMINISTROS DE BAR

ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	P.TOTAL
A	Trabajos preliminares				
1	Adecuación paredes cocina	m ²	30,00	35,00	1.050,00
2	Construcción trampas de grasa	u	1,00	850,00	850,00
B	Pintura				
3	Empaste interior - exterior	m ²	256,32	3,15	807,41
4	Látex interior - exterior	m ²	256,32	4,53	1.161,13
C	Trabajos varios				
5	Ducto para extractor de aire (tol)	ml	3,45	52,79	182,13
			SUBTOTAL	\$	4.050,67

Tabla N° 35

COSTO ADECUACIÓN LOCAL

3.4.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del presente proyecto se tendrán dos fuentes, la principal será la de un socio y la diferencia será financiada a través de un préstamo a una institución bancaria.

COSTO DEL CAPITAL

El aporte monetario del socio principal representará el 66.35% del total de la inversión (\$ 30.000,00), mientras que el restante del 33,65% será financiado por una Institución financiera, con un valor de \$15.213,97.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO					
DESCRIPCIÓN	VALOR APORTE	% APORTE	TASAS		COSTO DE CAPITAL
			TASA PASIVA	TASA ACTIVA	
APORTE SOCIO	30.000,00	66.35	4.53%		3.01
BANCO	15.213,97	33.65		11.20%	3.77
TOTAL DE LA INVERSIÓN	45.213,97				6.77

Tabla N° 36

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

3.4.3 PRONÓSTICO DE VENTAS

- **VENTAS.-** Las ventas calculadas se proyectaron en base a la tendencia del mercado y observaciones realizadas en los establecimientos similares de la localidad. A partir del segundo año se considera un incremento en las ventas de un 10%.

BEBIDAS Y COMIDAS RÁPIDAS	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO VENTA	TOTAL DE VENTA	VENTAS ANUALES
Cerveza Pilsener 600ml.	509	1,50	763,50	9.162,00
Cerveza club 550 ml	1273	2,00	2.546,00	30.552,00
Vodka Finlandia (botella)	10	25,00	250,00	3.000,00
Whisky Johnnie Walker rojo (boella)	6	37,00	222,00	2.664,00
Whisky Johnnie walker rojo (vaso)	120	5,00	600,00	7.200,00
Tequila José Cuervo (botella)	10	30,00	300,00	3.600,00
Tequila José Cuervo (shot)	200	6,00	1.200,00	14.400,00
Submarino	160	3,50	560,00	6.720,00
Caipiriña	200	4,50	900,00	10.800,00
Red bull	170	2,75	467,50	5.610,00
Agua	550	0,75	412,50	4.950,00
Gaseosas	450	0,80	360,00	4.320,00
Pizza	211	16,00	3.376,00	40.512,00
Hamburguesa	425	3,00	1.275,00	15.300,00
Papas fritas	530	2,50	1.325,00	15.900,00
Alitas picantes	320	9,00	2.880,00	34.560,00
TOTAL	5144		17.507,50	210.090,00

Tabla N° 37

PROYECCIÓN DE VENTAS

- **PRESUPUESTO DE GASTOS (ADMINISTRATIVOS, VENTAS Y CAPITAL DE TRABAJO)**

SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTOS DIRECTOS 80%	COSTOS ADMINISTRATIVOS 20%
Energía eléctrica	150,00	120,00	30,00
Agua potable	35,00	28,00	7,00
Teléfono	15,00	1,50	13,50
Internet	45,00	36,00	9,00
Tv cable	39,20	39,20	
Sistema seguridad	30,00	24,00	6,00
Publicidad	150,00		
TOTAL		248,70	65,50

Tabla N° 38

SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	VALOR
Inscripción en el registro mercantil	90,00
Permisos municipales, dirección de salud, bomberos, otros	360,00
Inscripción superintendencia de compañías	120,00
TOTAL	570,00

Tabla N° 39

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN PARA EL PRIMER AÑO										
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	TOTAL	APORTE PATRONAL	10° TERCERO	10° CUARTO	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
1	Administrador	650,00	650,00	72,48	54,17	30,50	13,54	27,08	197,77	847,77
1	Cajero	366,00	366,00	40,81	30,50	30,50	7,63	15,25	124,68	490,68
1	Barman	400,00	400,00	44,60	33,33	30,50	8,33	16,67	133,43	533,43
1	Barman	400,00	400,00	44,60	33,33	30,50	8,33	16,67	133,43	533,43
1	Mesero	366,00	366,00	40,81	30,50	30,50	7,63	15,25	124,68	490,68
1	Mesero	366,00	366,00	40,81	30,50	30,50	7,63	15,25	122,68	490,68
1	Mesero	366,00	366,00	40,81	30,50	30,50	7,63	15,25	124,68	490,68
1	Cocinero	400,00	400,00	44,60	33,33	30,50	8,33	16,67	133,43	533,43
1	Ayudante de cocina	366,00	366,00	40,81	30,50	30,50	7,63	15,25	124,68	490,68
9	TOTAL MENSUAL	3680,00	3680,00	410,32	306,67	274,50	76,67	153,33	1221,49	4901,49
	TOTAL ANUAL	44160,00	4.4160,00	4.923,84	3.680,00	3.294,00	920,00	1.840,00	14.657,84	58.817,84

Tabla N° 40

PERSONAL

El presupuesto de remuneración plasma los sueldos de todos los empleados del bar y sus beneficios de ley, que deberán ser provisionados para su pago en las fechas establecidas por la ley.

NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPREC. MENSUAL	DEPREC. ANUAL	VALOR SALVAMENTO
Muebles y enseres	10	10.157,00	76,18	914,131	1.015,70
Equipo de oficina	10	182,00	1,37	16,38	18,20
Equipo de audio y vid.	10	5.650,00	42,38	508,50	565,00
Equipo de computación	3	779,00	19,48	233,70	77,90
Menaje	3	2.039,70	50,99	611,91	203,97
TOTAL		18.807,70	190,39	2.284,62	1.880,77

Tabla N° 41

GASTOS DE DEPRECIACIÓN

Gastos de depreciación, corresponden al valor mensual que se debe plasmar en libros por la pérdida de valor que van sufriendo los activos fijos por el uso normal en la operación.

RUBRO	MENSUAL	ANUAL
Sueldo	3.680,00	44.160,00
Aporte patronal	410,30	4.923,84
10 tercero	306,67	3.680,00
10 cuarto	274,50	3.294,00
Liquidación por años de servicios	76,67	920,00
Vacaciones	153,33	1.840,00
Energía eléctrica	30,00	360,00
Agua potable	7,00	84,00
Teléfono	13,50	162,00
Internet	9,00	108,00
Guardianía	6,00	72,00
Publicidad	150,00	1.800,00
Alquiler local	500,00	6.000,00
Gastos de constitución		570,00
Intereses bancarios	142,00	1.703,97
Suministros de limpieza	66,90	802,80
Suministros de oficinas	57,25	687,00
Suministros de bar	92,50	1.110,00
Gastos de depreciaciones	189,76	2.277,12
TOTAL GASTOS	6.165,39	74.554,73

Tabla N° 42

RESUMEN DE GASTOS

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo fue presupuestado para los dos primeros meses de funcionamiento del bar.

RUBRO	MENSUAL	BIMESTRAL
Sueldos	4901,49	9802,97
Uniformes	330,00	330,00
Tv cable	39,20	78,40
Internet	45,00	135,00
Publicidad	150,00	300,00
Materiales de oficina	57,25	114,50
Suministros de limpieza	84,90	169,80
Suministros de bar	92,50	185,00
Materia prima	8.972,15	8.972,15
Instalación sistema seguridad	700,00	0,00
Servicio de seguridad	30,00	60,00
Alquiler	500,00	1000,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		20.924,06

Tabla N° 43

CAPITAL DE TRABAJO

3.4.4 BALANCES E INDICADORES FINANCIEROS

- ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIA Y FLUJO DE CAJA

DETALLE	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión total	45213.97					
Ventas		214.863,75	236.350,13	259.985,14	28.598,65	314.582,02
Costo de producción		104.980,59	108.833,38	112.827,56	116.968,33	121.261,07
Utilidad bruta		109.883,16	127.516,75	147.157,57	169.015,32	193.320,94
Gastos de administración		73.984,73	77.676,56	81.552,62	85.622,10	89.894,64
Gastos de constitución		570,00				
UTILIDAD OPERATIVA		35.328,43	49.840,18	65.604,95	83.393,22	103.426,30
15% participación trabajadores		5.299,27	7.476,03	9.840,74	12.508,98	15.513,95
Utilidad antes de impuestos		30.029,17	42.364,16	55.764,21	70.884,24	87.912,36
25% impuesto a la renta		7.507,29	10.591,04	13.941,05	17.721,06	21.978,09
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS		22.521,88	317.73,12	41.823,16	53.163,18	65.934,27

Nota: Las ventas tendrán un incremento a partir del segundo año de un 10% y los costos de acuerdo a la inflación 3.67% según datos del Banco Central del Ecuador

Tabla N° 44

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIA

DETALLE	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Inversión inicial	-45.213,97						
Utilidad después de impuestos		22521,88	31.773,12	41.823,16	53.163,18	65.93,27	21.5215,60
Depreciación de activos fijos		2.277,12	2.277,12	2.277,12	2.277,12	2.277,12	1.1385,60
Pago de cuota bancaria		2.404,69	2.688,28	3.005,31	3.359,74	3.755,96	1.5213,97
Valor de salvamento						1.878,27	1878,27
FLUJO NETO	-45.213,97	22.394,31	31.361,96	41.94,96	52.080,56	66.333,70	21.3265,49

Tabla N° 45

FLUJO DE CAJA

De acuerdo a los valores obtenidos, se puede observar que la empresa tendrá un flujo positivo a partir del primer año de funcionamiento, esto demuestra que la empresa tendrá liquidez, que permitirá cubrir sus costos y gastos, lo que permite visualizar, en cierto grado, que será una empresa estable.

- **BALANCE GENERAL**

BAR LA JUGADA			
ESTADO DE SITUACION			
AL 31 DE ENERO DE 2016			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Bancos	21.810,60	Obligaciones bancarias corto plazo	2.404,69
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	21.810,60	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	2.404,69
ACTIVOS FIJOS			
Remodelación de edificio	4050,67		
Muebles y enseres	10.157,00	PASIVO LARGO PLAZO	
Menaje	2.039,70	Obligaciones bancario largo plazo	12.809,29
Equipo de computación	754,00	TOTAL PASIVOS LARGO PLAZO	12.809,29
Equipo de oficina	182,00	TOTAL PASIVOS	15.213,97
Equipo de audio y video	5.650,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	22.833,37		
OTROS ACTIVOS		PATRIMONIO	
Gastos de constitución	570,00	Capital social	30.000,00
TOTAL OTROS ACTIVOS	570,00	TOTAL PATRIMONIO	30.000,00
TOTAL ACTIVOS	45.213,97	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	45.213,97

BALANCE GENERAL

Tabla N° 46

EVALUACIÓN FINANCIERA

- **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio se lo ha establecido en cantidades monetarias, indicando que el volumen de venta para mantener el equilibrio de la empresa debe ser de USD 330,94 diario. Si las ventas son menos de USD 330,94 diarias, la empresa empezaría a tener pérdidas. Pero si ocurre lo contrario, y se lograra vender más de USD 330,94 diario la empresa estaría generando utilidades.

RUBRO	MENSUAL	ANUAL
Ventas	17.905,31	214.863,75
Costos fijos totales	5.077,41	60.928,89
Costos variables totales	8.748,38	104.980,59
Punto de equilibrio	9.928,28	119.139,35

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla N° 47

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL BAR						
DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	3.680,00		3,680,00	44.100,00		44.160,00
Energía eléctrica	120,00		120,00	1.440,00		1.440,00
Agua potable	28,00		28,00	336,00		336,00
Teléfono	15,00		15,00	180,00		180,00
Internet	36,00		36,00	432,00		432,00
Alquiler local	500,00		500,00	6.000,00		6.000,00
Gasto de publicidad	150,00		150,00	1.800,00		1.800,00
Gastos de interés	142,00		146,78	1.703,97		1.703,97
Suministros aseo y limpieza	66,90		66,90	802,80		802,80
Suministros de oficina	57,25		57,25	687,00		687,00
Suministros de bar	92,50		92,50	1.110,00		1.110,00
Gastos de depreciación de activos fijos	189,76		188,74	2.277,12		2.277,12
Materia prima		8.748,38	8.972,15	-	104.980,59	104.980,59
Total	5.077,41	8.748,38	13.825,79	60.928,89	104.980,59	165.909,48

Tabla N° 48

PUNTO DE EQUILIBRIO

Los costos fijos del proyecto engloban todos aquellos rubros que la empresa deberá cubrir mensualmente, estos están relacionados directamente con la operación en sí misma del bar, pero no se ven afectados directamente con el nivel de la producción. Para que la empresa no tenga pérdidas, tanto los costos fijos como los variables, deberán ser cubiertos en su totalidad.

3.4.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
INVERSIÓN INICIAL		45.726,21		TASA MENOR DEL PROYECTO	TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	
TASA PASIVA REFERENCIAL		4.53%			0.1120	0.2120
TASA ACTIVA REFERENCIAL		11.20%		0.1		
VIDA UTIL PROYECTO		5				
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-45.213,97			-45.213,97		
1	22.394,31	0.1120000	0.8992806	20.138,77	0.8251	18.477,15
2	31.361,96	0.1120000	0.8087056	25.362,59	0.6808	21.350,00
3	41.094,96	0.1120000	0.7272532	29.886,44	0.5617	23.082,39
4	52.080,56	0.1120000	0.6540047	34.060,93	0.4634	24.135,99
5	56.333,70	0.1120000	0.5881337	39.013,09	0.3824	25.364,20
	213.265,49			148.461,81		112.409,73
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				148.461,81		112.409,73
INVERSION INICIAL				45.213,97		45.213,97
VAN				92.848,78		
PRC				1.06		
TIR				67.10%		
R.C.B.				4.72		2.28
RENTABILIDAD SIMPLE				94.34		

Tabla N° 49

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El valor actual neto "VAN" es 92.848,78 traído el dinero de los flujos de 5 años a la actualidad el proyecto ganaría el valor señalado con éxito. Esto demuestra que los flujos de efectivo toleran los costos en el tiempo de vida útil del proyecto.

La tasa interna de retorno "TIR" del Bar temático de fútbol es de 67.10% la cual muestra que es factible para invertir.

El periodo de recuperación de la inversión es de 1 año 06 días, a partir de este tiempo todos los ingresos netos representaran ganancias operativas lo cual indica que es un buen rendimiento.

La variación de estos parámetros se observará en el análisis de sensibilidad, para lo cual se plantean dos escenarios posibles para el proyecto:

- Aumento en los costos en un 5%
- Incremento de las ventas en un 5%

INDICADORES	SITUACIÓN INICIAL	ALZA DE COSTO 5%	AUMENTO DE VENTAS 5%
Valor Actual Neto (VAN)	92.848,78	37.709,73	158.796,41
Tasa Interna de Retorno (TIR)	67.10%	37.67%	87.86%
Relación Costo Beneficio (C/B)	4.72	2.74	7.14
Periodo Recuperación (PRI)	1 año 06 días	1 año 82 días	70 días

POSIBLES ESCENARIOS

TABLA N° 50

Análisis del primer escenario: Alza de costos

- Si los precios de los costos suben en un 5% el proyecto sigue siendo factible, como se puede observar los indicadores son positivos.

Análisis segundo escenario: Aumento de ventas en un 5%

- De acuerdo a los indicadores, un incremento en las ventas en un 5% hace que la rentabilidad sea alta, lo que hace que sea un proyecto bueno para invertir.

ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS

- **ÍNDICE DE LIQUIDEZ.-** El resultado de este indicador es de USD 9,07 esto quiere decir que por cada USD 1,00 que la empresa deba, cuenta con US D 9,07 para cubrir esta deuda.
- **CAPITAL DE TRABAJO NETO.-** La empresa cuenta con USD 19.405,92 de capital de trabajo neto, luego de cubrir sus pasivos a corto plazo.
- **ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO.-** De la inversión de los activos totales el 33.65% es financiado por los pasivos totales.

4. DISCUSIÓN

El propósito de este estudio fue conocer la factibilidad de la creación de un bar temático de fútbol en la ciudad de Esmeraldas, a través de este se buscó medir el nivel de aceptación que tendría, para ello se tomó una muestra representativa de la población de la ciudad de Esmeraldas para aplicar este estudio.

En las grandes ciudades del Ecuador se encuentran modelos de negocio con las características planteadas por el presente emprendimiento y que han tenido mucha acogida, tal es el caso de Sport Planet, que cuenta con 16 años dentro del mercado, es un modelo de negocio exitoso, este tuvo sus inicios en la ciudad de Quito, luego debido a su gran aceptación, abre en el año 2003 una sucursal en Guayaquil, replicando el mismo éxito de la capital y finalmente en el año 2005 bajo la modalidad de franquicia abre un local en la ciudad de Cuenca. El éxito de este negocio se basa en el modelo de gestión empresarial, que busca estar a la vanguardia, presentando a sus clientes nuevas alternativas de diversión logrando tener una diferenciación en el mercado, esto gracias al conocimiento amplio del mercado debido a la realización de estudios previos a la apertura o concesión de una franquicia y sondeos constantes del mismo, todo esto de la mano de una buena planificación es en lo que se basa gran parte de su crecimiento.

Al igual que en proyecto de Sport Planet, para el desarrollo del presente proyecto también se ha partido con una investigación de campo, a través de un estudio de mercado que permitió recabar información relevante para realizar el análisis del entorno, especialmente sus principales fuerzas como son la oferta, la demanda y proveedores, de la misma forma que ha permitido identificar claramente al tipo de clientes al que se dirigirá este negocio.

En base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado se puede deducir que, el principal segmento al que se debe dirigir este tipo de negocios está dentro del rango de edades de 26 a 30 años, tomando este rango ya que se considera que cuenta con mayor poder adquisitivo, a pesar de que el rango de entre 18 a 25 años, obtuvo un porcentaje muy alto de aceptación en la encuesta, se valoran sus niveles de ingresos y actividades a las que se dedican, no obstante se tendrá en consideración este grupo como clientes potenciales. Otro dato para tener en consideración es que los días que tendría mayor afluencia son los días viernes y sábado, dado que es fin de semana y la mayor cantidad de personas terminan su jornada laboral y desean tener momentos de esparcimiento.

Los indicadores obtenidos en el estudio financiero permiten llegar a la conclusión que es un proyecto viable, la TIR de 67.10% demuestra que es rentable, este resultado se ha contrastado con proyectos similares, comprobando que se encuentra dentro del promedio que se da en este tipo de negocios, igualmente el VAN que arroja el proyecto es positivo 92.848,78, adicionalmente basándose en los flujos de caja proyectados se puede constatar que la empresa contaría con la liquidez suficiente para cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo, manteniendo un margen de solvencia positivo.

Durante el desarrollo de este estudio se tomó como referencia el trabajo realizado por Gutiérrez Moreno (2010) titulado “Estudio de factibilidad para la creación de un bar temático deportivo Overtime Sports Bar en la ciudad de Manta, provincia de Manabí” con el cual se pudo hacer la comparación de la metodología aplicada y los resultados obtenidos llegando a la conclusión de que a pesar que la ciudad de Manta tiene un mayor desarrollo turístico y del mercado de bares que Esmeraldas, no cuenta con un establecimiento con estas características, por lo que se coincide en la necesidad de implementar un bar temático deportivo. Una de las diferencias encontradas entre estos estudios es que el mercado de Manta es mucho más diversificado, ya que tiene mayor visita de turistas nacionales y extranjeros. Así mismo, el nivel económico del mercado objetivo que apuntan estos proyectos, es más alto en Manta que en Esmeraldas. A pesar de estas diferencias encontradas, los resultados obtenidos en los estudios

financieros son similares, esto debido a que en ambos proyectos se manejan costos, precios y un plan de marketing similares.

Finalmente se pudo constatar que en ambos proyectos se lograron los objetivos planteados para la investigación y en base a los resultados obtenidos se puede concluir que es posible conseguir los objetivos establecidos para la empresa, lo que los hace negocios viables.

El presente proyecto busca replicar los lineamientos básicos que han llevado a alcanzar el éxito a estos modelos de negocio, como son los estudios periódicos del entorno, la dirección y planificación sistemática y organizada de sus actividades que le han permitido alcanzar una identidad propia dentro del mercado, así como lograr los objetivos planteados por su organización.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Finalmente en el presente apartado se presentan las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con el presente estudio.

5.1 CONCLUSIONES

- Una vez terminado el estudio de mercado se determinó que existe un alto porcentaje de aceptación para este tipo de negocios dentro del mercado, así mismo se concluye que el grupo al que va dirigido esta propuesta cuenta con los recursos para acceder a los servicios que se ofertarán en el bar. En cuanto a la oferta, se determinó que existen establecimientos que se pueden considerar competencia directa para el proyecto, por lo que se evaluó sus fortalezas y debilidades.
- Uno de los factores importantes para que las personas acudan a un establecimiento es el ambiente, decoración y servicio, por lo que en el estudio técnico se establecieron las características principales del establecimiento, la distribución y recursos materiales necesarios para el funcionamiento adecuado, de la misma forma se determinaron los procesos a llevarse a cabo para la prestación de servicio.
- A través de la organización estratégica empresarial se estableció la estructura orgánica, la planeación estratégica del bar y las políticas a seguir, además se pudo identificar tanto los puntos fuertes como débiles que tendrá a la empresa, para posteriormente plantear estrategias que minimicen las debilidades y optimizar las fortalezas.
- Los indicadores financieros como la TIR y el VAN corroboran que el proyecto es factible y rentable convirtiéndose en un proyecto competitivo en el mercado. el período de recuperación de la inversión es inferior a la vida útil del proyecto, siendo este un punto a favor para la reinversión.

- Finalmente luego de un análisis de todos los factores estudiados, se llega a la conclusión de que el proyecto es viable financiera, técnica y legalmente.

5.2 RECOMENDACIONES

- Es fundamental realizar sondeos periódicos del mercado, para determinar las nuevas expectativas y necesidades de los clientes, para posteriormente implementarlas y de esta forma mantener la aceptación del bar dentro de la población.
- Se recomienda detallar todos los servicios que se pueden ofrecer, para a continuación seleccionar los que cumplan con las necesidades de los clientes y que sean más rentables para el negocio.
- Es necesario mejorar continuamente el local, con el propósito de satisfacer las necesidades de quienes visiten el bar.
- Con el fin de lograr los estándares y objetivos planteados en el proyecto, es necesario realizar evaluaciones continuas y establecer un sistema de control en cada uno de los procesos y áreas, que garanticen la calidad de los servicios brindados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ANAYA T. Julio, (2007), Innovación y mejora de procesos logísticos, análisis, diagnóstico e implementación de sistemas logísticos. ESIC Editorial
2. ANDRÉ Dominé y Stelzig, M, (2009), El libro del bar y de los cócteles. H.F. Ullmann
3. APREA, Gustavo, (2011) Bares temáticos: un género emergente que crea un campo de novedades en el metadiscurso sobre el deporte
4. BACA, Gabriel, (2005), Evaluación de Proyectos, México D.F., México: Mc. Graw Hill, cuarta edición
5. BEHAR Rivero, Daniel S. (2008), Metodología de la investigación, Shalom
6. BERNAL, T. Cesar, A. (2006), Metodología de la Investigación. Para administración, economía, humanidad y ciencias sociales, Editorial Pearson Educación, México
7. CEGARRA, José, (2012), Métodos de Investigación. Madrid, ediciones Díaz de Santos
8. CENSO DE POBLACIÓN y vivienda 2010 resultados definitivos tomo 3 provincia de Esmeraldas
9. CHAMBERGO, Isidro, (2007) Introducción a los costos empresariales
10. COGERLE Ruiz, Carlos y Hernández E., El mercado Turístico
11. CÓRDOBA Padilla, Marcial, (2006), Formulación y Evaluación de Proyectos, editorial Ecoe
12. DENTON, Keith, (2008), La calidad en el servicio al cliente, Editorial Diaz de Santos

13. DVOSKIN, Roberto, (2004), Fundamentos de Marketing, Editorial Granica
14. FERRÉ T., José y Jordi Ferré, (2006) Políticas y Estrategias de Promoción de Ventas y Merchandising, Madrid, Ediciones Diaz de Santos
15. GALLEGO, Jesús Felipe. Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes. Ediciones Paraninfo. S.A.
16. GARCÉS Paz, Hugo, (2000), Investigación científica, Abya Yala
17. GARCÍA, Isabel, (2013), Gestión de recursos humano en empresas turísticas. España, editorial Paraninfo
18. GARCÍA, María, (2007), Guía Práctica de Economía de la Empresa II: Área de gestión y producción. Publicaciones ediciones de la universidad de Barcelona
19. GÓMEZ Bravo, Oscar, (2003), Contabilidad de costos, Bogotá, Mc Graw Hill, cuarta edición
20. GONZÁLEZ Montero, Francisco, (2014) Servicio y atención al cliente en restaurante, normas de servicio, protocolo de comunicación y técnicas de venta, editorial Ideaspropias
21. GRUESO, Elena y Armijo M, Fundamento de la investigación Científica
22. HAMILTON, Wilson, (2009), Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Colombia
23. HOLGUÍN Cabezas, Rubén. Elementos de economía, Editorial Ediciones Holguín S.A, cuarta edición
24. HORGEN & Harrison, Contabilidad, .Prenteci hall. Edición español

25. JORDÁ, Miguel J., (2007), Diccionario práctico de gastronomía y salud, editorial Diaz de Santos
26. KLICZKOWSKI, Hugo (2004), Bares arquitectura y diseño
27. KOENES, Evelina, (2005), El Plan de Negocios, editorial Diaz de Santos
28. LAMBIN, J, (2006) Marketing estratégico, Mc. Graw Hill
29. LEIVA F. (2002), Nociones de Metodología de Investigación Científica Quito-Ecuador. Editorial Tipoffset Ortiz
30. LEON, Miriam y Diaz, Elena, (2013), Recursos humanos y dirección de equipos en restauración. España, editorial Paraninfo
31. LEXUS, (2010) La Biblia del Marketing, editorial Lexus
32. LONGENECKER G. Justin, Administración de pequeñas empresas Edición 11
33. MALHOTRA, (2004), Diseño de investigación descriptiva: encuesta y observación, México, Pearson Educación
34. MARIOTTI, John. Marketing. Mac Graw Hill
35. MIRANDA, Juan José, (2005), Gestión de proyectos: identificación-formulación evaluación financiera-económica-social-ambiental, Bogotá, MM editores 5^{ta} edición
36. MUNICH, Lourdes y Ángel. E. Métodos y técnicas de investigación. Editorial Trillas
37. PALACIOS López Livia, Contabilidad intermedia, Editorial Ministerio de Educación y Cultura
38. PALOMINO, Carlos, (2010) Contabilidad de Costos

39. PARKIN, Michael,(2009), Economía. México, Pearson educación, Octava edición
Pearson educación, México
40. PINSKI, Jaime, (2007), Brasil en Contexto 1987-2007
41. PORTER, Michael E., (2008), On Competition, A Harvard Business Review Book
42. POSSO, M. (2006), Metodología para el Trabajo de Grado, Editorial Nina, Tercera Edición
43. ROBBINS S. y otros, (2009), Fundamentos de Administración, México, sexta edición
44. SALKIND, Niel J., (2009), Métodos de Investigación. Editorial Prentice Hall, México
45. SANFELIU, Jacinto, (2010), El Bar Evolución y Arte de Cóctel
46. TSCHOHL, John, (2009) Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente. Ediciones Diaz de Santos

WEBSITE

Corporación financiera Nacional. (2013) facilidad de crédito

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=596&Itemid=540

Banco Central del Ecuador (2014)

http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

El secreto del éxito de los bares. El origen de los bares (2013)

<https://elsecretodelexitodelosbares.wordpress.com/2013/04/28/el-origen-de-los-bares/>

Instituto ecuatoriano de Estadísticas y censo (2010), resultados censo población y vivienda

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/esmeraldas.pdf>

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo. (2010) proyección de la población

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

Hoteles Ecuador, Reglamento general de aplicación a la ley de turismo

<http://www.hotelesecuador.com/downloads/Reglamento%20de%20Aplicacion%20a%20la%20Ley%20de%20Turismo.pdf> PAG 9

Ministerio de turismo (2013), licencia única anual de funcionamiento.

<http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=3739>

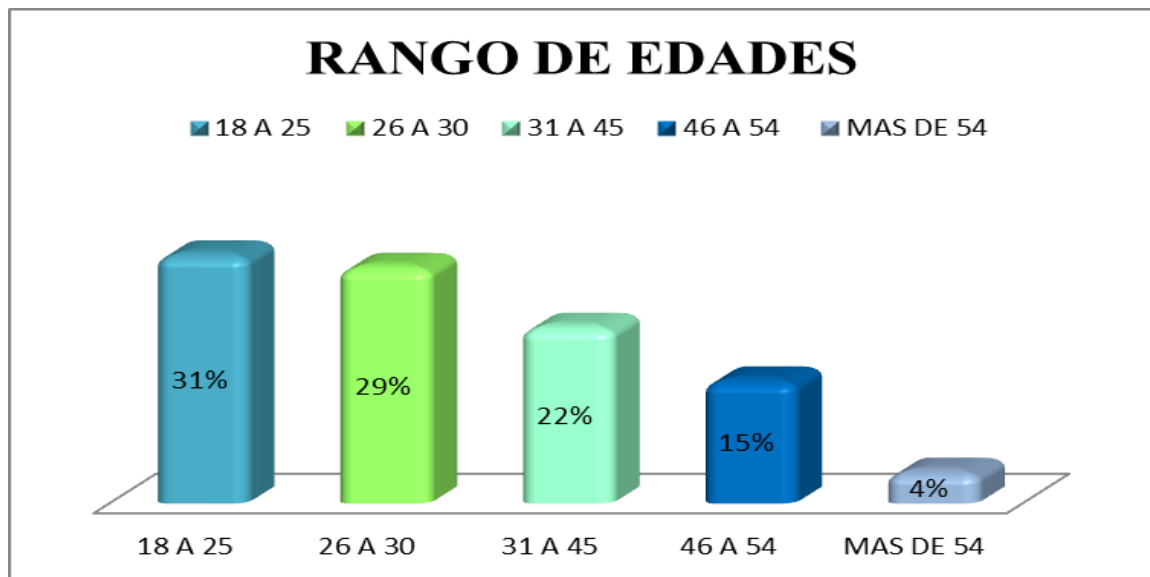
Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional

<http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/FORMATO-SETEC-ADMINIS-EMPRESAS-W>

ANEXOS

A

¿En cuál de los siguientes rangos de edades usted se encuentra?



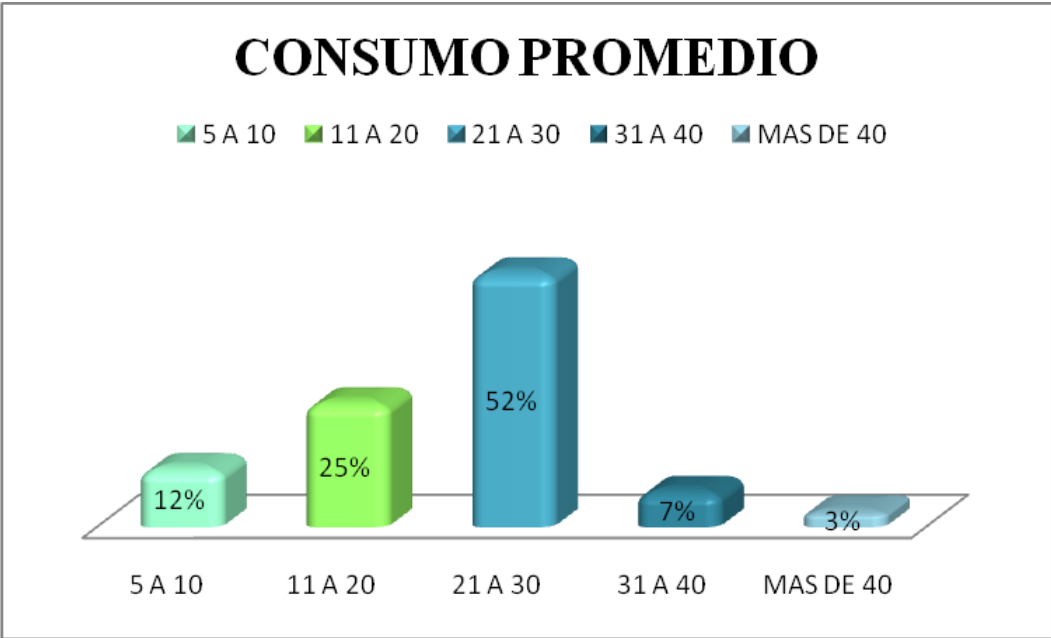
Fuente: Encuestas

ANÁLISIS:

general son estudiantes, que poseen vida social activa, gustan de la diversión y de los deportes. Así también tenemos dos rangos importantes, el de 26 a 30 años y de 31 a 45 años que junto suman 51% grupo con ingresos medios-altos, que por lo general son trabajadores, empresarios que están dispuestos a pagar por productos y servicios de calidad que satisfagan sus necesidades.

B

¿Qué cantidad de dinero acostumbra a gastar cuando visita los bares o centros de entretenimiento nocturno de Esmeraldas?



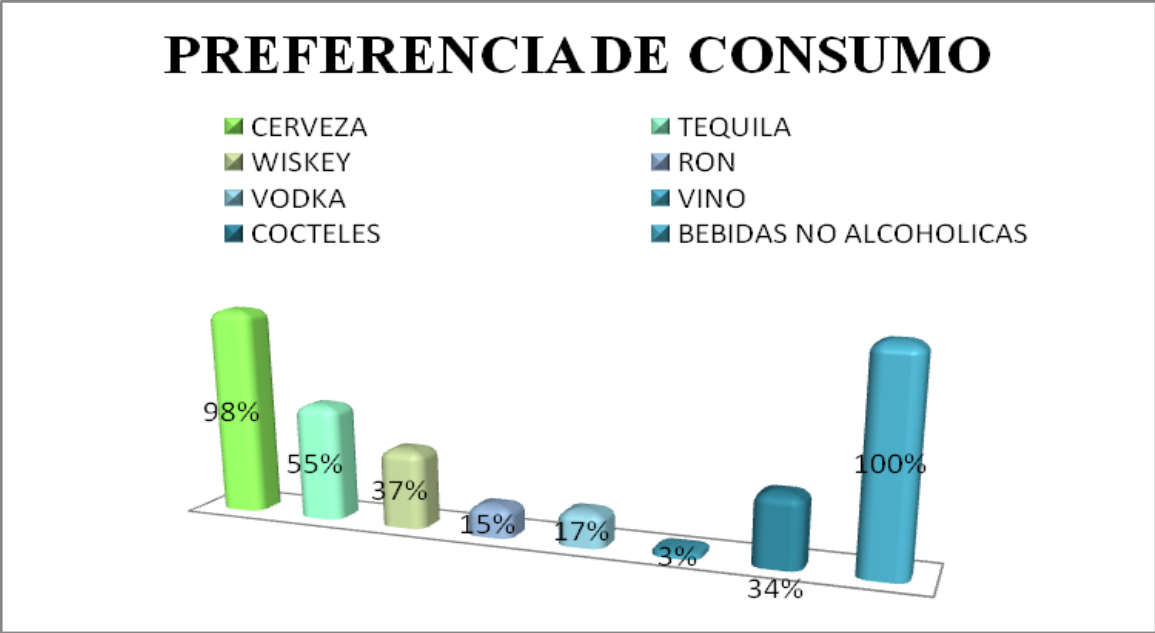
Fuente: Encuestas

ANÁLISIS:

El consumo diario al que estarían dispuestos a incurrir el 52% de los encuestados va entre \$ 21.00 a 30.00 dólares. Estos resultados permiten tener una idea de políticas de precios y por ende una posterior viabilidad y rentabilidad del negocio.

C

¿Qué tipo de bebidas acostumbra a consumir cuando visita los bares o centros de entretenimiento nocturno de Esmeraldas?



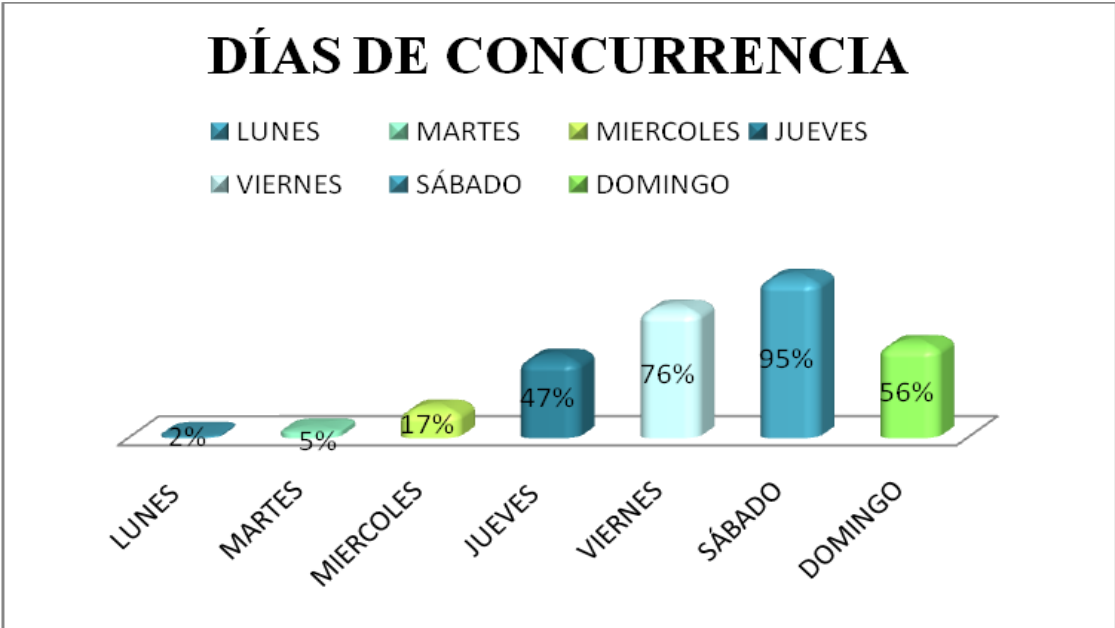
Fuente: Encuestas

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados obtenidos, muestra que la preferencia de los visitantes de los bares se inclina hacia el consumo de bebidas no alcohólicas, cervezas y cocteles. Estos datos permiten la elaboración de la carta del bar, así mismo estos servirán de apoyo para las proyecciones de venta.

D

¿Qué días de la semana usted acostumbra a visitar los bares o centro de entretenimiento nocturno de Esmeraldas?



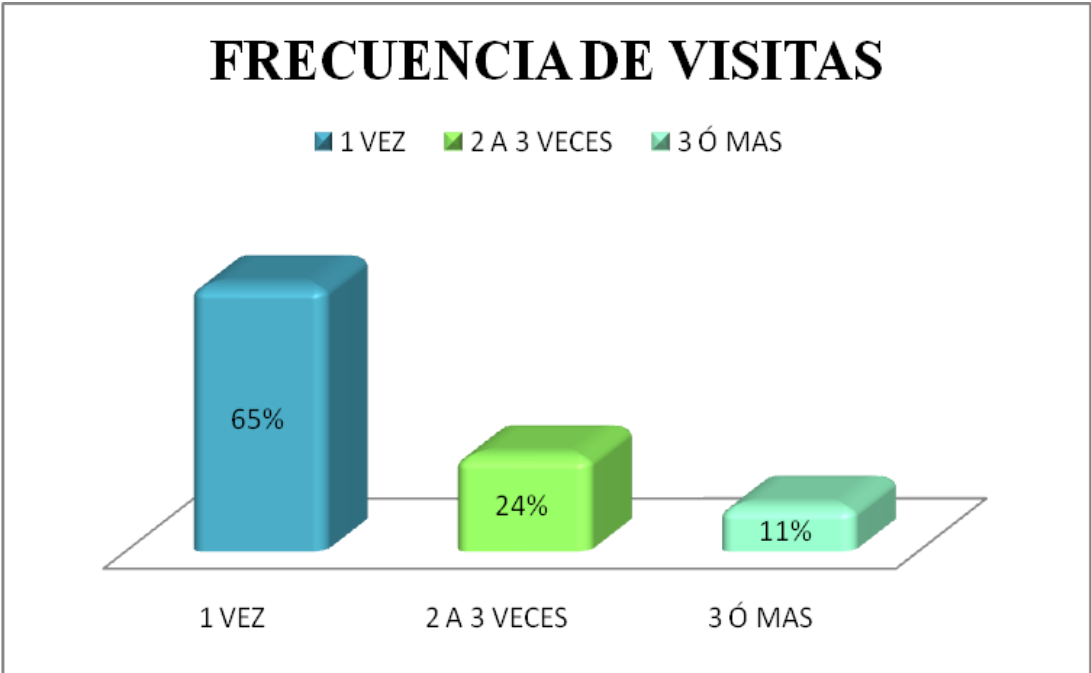
Fuente: Encuestas

ANÁLISIS:

A través de los resultados arrojados, se puede identificar que los días más visitados por la gente serán los fines de semana y una pequeña minoría se inclinan a los días miércoles, lo que refleja oportunidad de venta desde los miércoles hasta los días domingo. Esta información será de mucha utilidad, ya que servirá de apoyo para establecer los días de apertura del bar, así como para la planificación de los días laborables y horarios del personal.

E

¿Cuántas veces a la semana estaría usted dispuesto a visitar el bar temático de fútbol?



Fuente: Encuestas

ANÁLISIS:

El resultado muestra que el 65% de las personas encuestadas, están dispuestas a visitar el bar por lo menos una vez a la semana, ya que son personas que gustan de la diversión, esto garantiza de cierta forma la afluencia que tendrá el bar y así justificar su apertura. Pero como se pudo evidenciar en la primera pregunta que fue la aceptación del nuevo concepto de bar, se puede decir que a más de vender en los días requeridos por los clientes, se pueda aprovechar para incrementar las ventas en las épocas de campeonatos y mundial donde la concurrencia y visita al bar sería con mayor frecuencia.

F

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre del Establecimiento:

Dirección:

Fecha:

Observador:

Número de ficha:

Día: Hora.....

ASPECTOS	VALORACION			
	EXC	M.B	B	R
<u>LOCAL:</u>				
Decoración				
Mobiliario				
Higiene				
Comodidad				
Seguridad				

<u>SERVICIO</u>				
Atención del personal				
Tiempo				
Aseo del personal				
<u>PRODUCTOS</u>				
Calidad				
Cantidad				
Precios				

DISEÑOS BAR

G-1



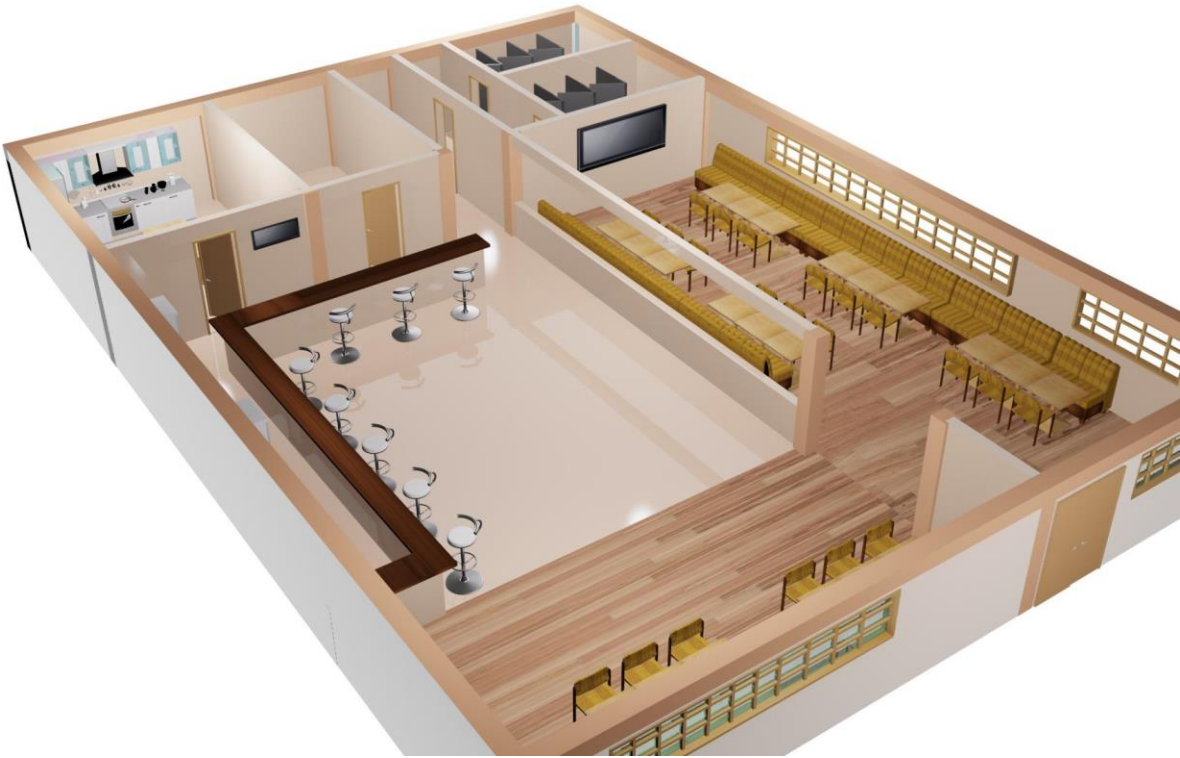
G-2



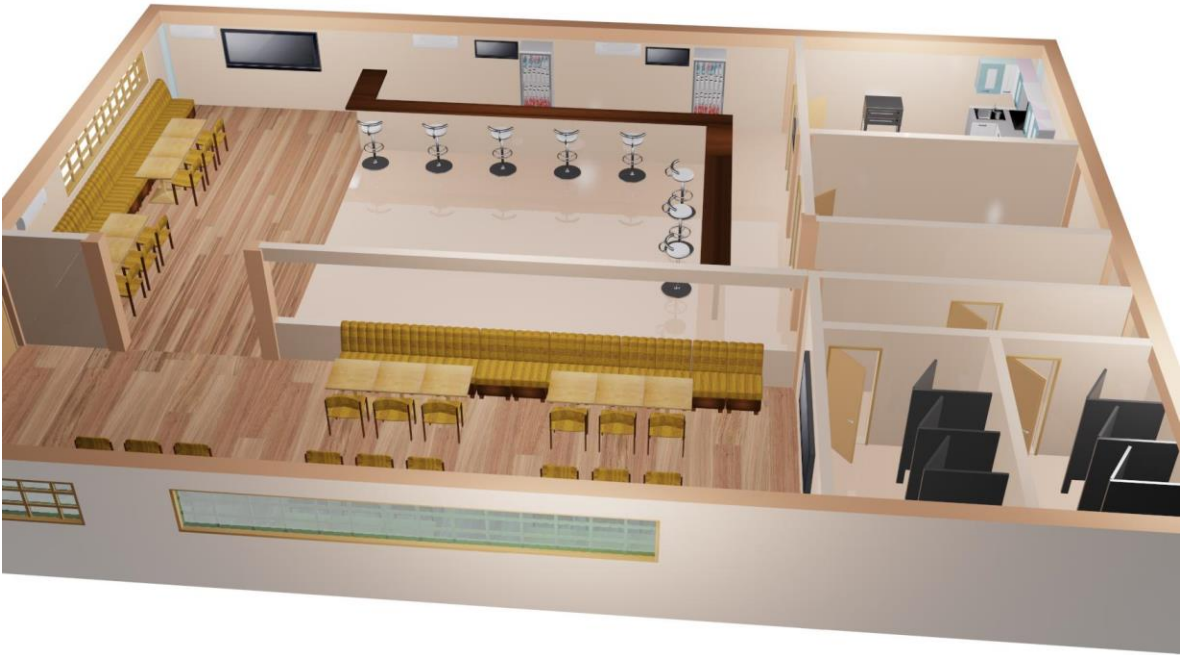
G-3



G-4



G-5



H

LOGOTIPO BAR



**Donde el deporte nunca
termina**

I



MANUAL DE FUNCIONES BAR LA JUGADA

NORMAS GENERALES

HORARIOS

El horario de ingreso para el primer turno será a las 14:30 y el segundo turno a las 18:30 los días lunes, martes y miércoles, mientras que los días viernes y sábados el ingreso para el primer turno será a las 10:30 y el segundo turno 18:00 y los días domingo el ingreso será a las 10:00.

UNIFORMES

Será de uso obligatorio para todo el personal, el uniforme entregado por la empresa, estas prendas serán las únicas autorizadas para ser utilizadas durante todas las jornadas de trabajo.

Dentro de la dotación no se hará entrega de calzado, pero es de uso obligatorio zapatos cerrados.

FUNCIONES ESPECÍFICA

ADMINISTRADOR

La función principal es, administra el bar, a través de la planeación, organización, dirección, control y evaluación de cada una de las actividades que se realizan en el establecimiento, con el propósito de cumplir con los objetivos planteados, garantizando el cumplimiento de normas y reglamentos establecidos.

Dentro de las funciones específicas están:

- Programar el trabajo diario de los empleados
- Planificar y organizar horarios de empleados
- Planear y organizar todos los procesos del trabajo
- Supervisar y controlar el talento humano
- Preparar el presupuesto
- Planificar planes de capacitación para el personal
- Presentar mensualmente el informe económico, como propuestas de incremento de ventas
- Tramitar y tener en regla permisos necesarios para el funcionamiento del bar
- Realizar el cierre diario de la caja

BARMAN

La principal función es prepara bebidas y atender a clientes. Durante el servicio no podrá usar joyas, perfumes, cremas o cualquier tipo de loción, deberá tener las uñas y cabello cortos y usar redecillas para el cabello.

Sus funciones específicas son:

- Atiende a los clientes que se sientan en la barra y en el sector que se le asigne
- Prepara los cócteles y tragos que le solicitan
- Elaborar las recetas estándar de bebidas
- Tener la barra siempre limpia y completa.
- Al final de la noche hacer la limpieza de la barra
- Realizar los inventarios diarios de licores, cervezas, colas, aguas, granadina, al comenzar y terminar el turno de trabajo
- Verificar periódicamente el stock de bebidas que se debe tener en el bar y solicitar su reposición.
- Revisar los sellos de las botellas del bar
- Supervisar la adecuada rotación de inventarios en los bares
- Controlar volumen de la música
- Supervisar servicio en general

MESERO

La función primordial es atender a los clientes que visiten el bar. Es prohibido el uso de joyas, cremas, lociones fuertes, cabello largo, uñas largas. En caso de las mujeres deberán usar maquillaje suave y el cabello totalmente recogido.

Para la atención a clientes se tendrá que seguir el siguiente guión:

Buenas tardes señor(a) bienvenidos al bar La jugada, mi nombre es... soy quien les va a atender durante su estancia en el bar, en un momento me acercaré para tomar su pedido. El mesero se retirará y retornar en cinco minutos para tomar el pedido, el cual será tomado en el sentido de las manecillas del reloj comenzando por las mujeres. En caso de ser requerido, realizará recomendaciones. Tomado el pedido, si hay un plato que requiera mayor tiempo de preparación se lo indicará y preguntará si eso es todo lo que requieren, en caso de ser así se retirará diciendo: permiso señores, en un momento traeré su pedido. Luego entregará el pedido y estará pendiente de algún requerimiento que tengan las personas. Una vez que los clientes hayan consumido su pedido, el mesero se acercará a consultar si desean algo más, en caso de que la respuesta sea positiva, continuará con el servicio, caso contrario retirará la cristalería, vajilla o utensilios y traerá la cuenta, recibirá el pago y posteriormente entregará la factura y el cambio si lo hubiese. Al momento de la despedida deberá decir: Gracias por su visita y esperamos regresen pronto. Posteriormente cuando los clientes se hayan retirado, procederá a limpiar la mesa y a montarla para un nuevo servicio.

Sus funciones específicas son:

- Atender a los clientes
- Hacer un adecuado montaje de las mesas
- Tomar los pedidos
- Retirar pedido de cocina y entregar a clientes
- Mantener la higiene del salón
- Tener conocimiento de los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes en los cuales están preparados
- Presentar al cliente la cuenta para que se efectúe su pago

- Asistir al cliente al momento de retirarse del restaurante
- Observar que los clientes no olviden ningún objeto y hacer su respectiva devolución
- Conocer el correcto manejo de la loza y cristalería
- Mantener abastecidas las estaciones de servicio con todo lo necesario

COCINERO

El cocinero tiene como principal función la elaboración de los platos requeridos por los clientes, teniendo especial cuidado con la higiene y calidad de los productos, buscando siempre satisfacer las necesidades y expectativas de los mismos. Es prohibido el uso de joyas, cremas, lociones fuertes, cabello largo, uñas largas. En caso de las mujeres deberán usar el cabello totalmente recogido.

Sus funciones específicas son:

- Distribuir y dirigir el trabajo diario
- Presentar nuevas alternativas de comida
- Supervisar la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad
- Hacer el alistamiento diario (Miss-en-place)
- Preparación de alimentos establecidos en la carta del bar
- Inspeccionar porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos
- Controlar conjuntamente con el administrador el stock de bodega
- Llevar el controlar las comandas que ingresan a la cocina
- Controlar la calidad de la materia prima

AYUDANTE DE COCINA

Colaborar en la elaboración de los platos y demás tareas encargadas por el cocinero, es la principal función del ayudante de cocina. Es prohibido el uso de joyas, cremas, lociones fuertes, cabello largo, uñas largas. En caso de las mujeres deberán usar el cabello totalmente recogido.

Sus funciones específicas son:

- Colaborar con el proceso de preparación de los alimentos
- Hornea y fríe alimentos requeridos en el menú
- Ordena los utensilios de cocina
- Ayudar en la planificación de los procesos del servicio
- Recopila y elimina desperdicios de alimentos en la cocina
- Ayudar en la higiene del área
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada

CAJERO

Su función principal es recaudar todos los valores generados por las ventas en el bar

Funciones específicas:

- Abrir la caja (punto de venta) en los horarios establecidos
- Verificar que el fondo de caja esté completo al recibirlo y antes de entregarlo
- Realizar cobros de pedidos y dar cambios
- elaborar facturas de los pedidos
- Realizar arqueos de caja
- Conciliar, clasificar y realizar el depósito de los valores de contado y crédito recaudados en el día
- Presentar informes

J

MODELO DE ENCUESTA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

ENCUESTA

Previo a la obtención del título de ingeniero de administración de empresas hoteleras y turísticas

1. Si hubiera un bar temático de fútbol en Esmeraldas ¿usted lo visitaría?

Si

No

2. ¿Qué días de la semana usted acostumbra a visitar los bares o centro de entretenimiento nocturno de Esmeraldas?

Lunes

Martes

Miércoles

Jueves

Viernes

Sábado

Domingo

3. ¿Cuántas veces a la semana estaría usted dispuesto a visitar el bar temático de fútbol?

1 vez

2 a 3 veces

3 o más

4. ¿Qué cantidad de dinero acostumbra a gastar cuando visita los bares o centros de entretenimiento nocturno de Esmeraldas?

\$5,00 a \$10,00

\$11,00 a \$20,00

\$21,00 a 30,00

\$31,00 a \$40,00

más de \$40,00

5. ¿Qué tipo de bebidas acostumbra a consumir cuando visita los bares o centros de entretenimiento nocturno de Esmeraldas?

Cerveza

Ron

Whisky

Tequila

Vodka

Vino

Cocteles

Bebidas no alcohólicas

6. ¿Qué tipo de comida rápida le gustaría que se expendieran en el bar?

Hamburguesa

Papas fritas

Hot dog

Alitas picantes

Sandwich

7. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que esté ubicado el bar temático de fútbol?

Las Palmas

Centro de la ciudad

Sur de la ciudad

8. ¿En cuál de los siguientes rangos de edades Ud., Se encuentra?

18 a 25

26 a 30

31 a 45

45 a 54

más de 54