



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

"Plan de Negocios para la Implementación del Proyecto Bar Sin Resaca"

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA
OBTENCION DEL TITULO
INGENIERA COMERCIAL**

AUTORAS: CATALINA MONSERRATN DE GRAZIA SALAMEA
JUANA CATALINA MOSQUERA VINTIMILLA

DIRECTOR: ECON. PAUL VANEGAS

Cuenca - Ecuador
2015

DEDICATORIA:

A mi madre, mujer incansable, amiga, confidente quien con su ejemplo me impulsa a seguir siempre adelante.

Gracias mamá por haberme educado intelectual y espiritualmente, a usted le debo mi formación.

Su hija Catalina

DEDICATORIA:

Este trabajo quiero dedicar a las personas que me han motivado siempre a seguir, que le han dado sentido a mi vida, que me han enseñado que nunca hay que darse por vencido y luchar hasta conseguir el objetivo, ellos son los testigos silenciosos de mi lucha cotidiana en busca de un mejor futuro

Gracias Joa, Juanfra y Martín por todo su apoyo y amor incondicional.

Juana

AGRADECIMIENTO:

A Dios creador de la vida; a mis padres, hermanos, mi esposo e hijos, familiares, porque a través de sus consejos y del diario caminar han contribuido para lograr muchas metas en la vida.

A la Universidad, templo del conocimiento, quien me acogió durante tantos años, a los profesores, maestros, compañeros, amigos, grupos de trabajo, al personal docente y administrativo, quienes forman parte de mi vida y que han colaborado para concluir con esta etapa de formación de mi vida.

A todos, a la vida misma por permitirme escribir estas palabras de agradecimiento.

Catalina.

AGRADECIMIENTO:

A Dios que ha estado conmigo en cada paso guiándome siempre con su amor incondicional.

A mis padres, quienes con su ejemplo y apoyo han sido el motor para conseguir este y otros logros en mi vida.

A mis hermanos que siempre han sabido brindarme todo su respaldo y amor en cada etapa de mi vida.

A la universidad y a sus profesores, que me impartieron en el aula todos sus conocimientos y valores, permitiendo así una formación integra en mí.

Y de manera muy especial a mis hijos Joaquina, Juanfra y Martín, por los cuales me siento motivada para estar permanentemente aprendiendo y creciendo como ser humano, gracias mis pequeños por ser la fuerza que me motiva cada día a conseguir los objetivos que me planteo, brindándome siempre su amor y apoyo.

Juana.

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA:	i
AGRADECIMIENTO:	iii
INDICE DE CONTENIDOS.....	v
INDICE DE TABLAS.....	vii
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCION	1
CAPITULO I.....	4
ESTUDIO DE MERCADO.....	4
1.1. Introducción al estudio de mercado	4
1.2. Análisis cuantitativo de la demanda de los potenciales clientes a los bares en el centro urbano de la ciudad de Cuenca.....	4
1.3. Fuentes de datos.....	4
1.4. Análisis del perfil del cliente potencial para el Bar sin Resaca.....	5
1.5. Identificación del potencial segmento de mercado	5
1.6. Mercado de oferta	7
1.7. Mercado de demanda.....	9
1.8. Balance oferta – demanda.....	9
1.9. Definición de los productos y servicios a ofertarse.....	11
1.9.1. Portafolio de productos a ofertarse	12
1.6 Establecimiento de precios y estrategias de precios.....	14
1.7 Establecimiento de condiciones de comercialización.....	15
CAPITULO II.....	15
ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO	16
2.1 Ubicación del proyecto	16
2.2 Determinación del tamaño.....	17
2.3 Producto ofertado.....	17
2.3.1 Recetas para la preparación de los cocteles sin alcohol.....	17
2.3.2 Flujo del proceso de producción y servicio	23
2.4 Descripción de requerimientos de infraestructura y equipo.....	25
2.5 Descripción de requerimientos de infraestructura y equipamiento	25

2.6 Descripción de requerimientos de materia prima y características del abastecimiento de las materias primas	28
CAPITULO III	31
ADMINISTRACION Y PLANIFICACION DEL PROYECTO	31
3.1 Tipo de empresa.....	31
3.2. Organigrama	31
3.3 Distribución de funciones y responsabilidades del talento humano.....	32
3.3.1. Descripción de Funciones de Personal	32
3.3.2. Sueldos y Salarios del Personal	35
3.3.3. Aspectos legales, principales disposiciones y regulaciones en el negocio.	37
CAPITULO IV.....	37
EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO	37
4.1 Plan de inversiones e identificación de fuentes de financiamiento	38
4.1.1. Precios	38
4.1.2. Técnicas de precios.....	38
4.3 Proyección de ingresos	40
4.4. Capital de Trabajo	43
4.5. Estado de situación.....	44
4.5.1. Ingresos	46
4.5.2. Egresos.....	46
4.6. Flujo de efectivo.....	46
4.7. Punto de equilibrio.....	47
4.8. Estado de pérdidas y ganancias.....	49
4.9. Índices de evaluación financiera: VAN- TIR.....	50
CAPITULO V.....	52
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
5.1. Análisis de los resultados de estudio de mercado	52
5.2. Análisis de indicadores de resultados.....	52
BIBLIOGRAFIA.....	55

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. DETALLE DE TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	2
Tabla 2 Criterios de Segmentación del Mercado	6
Tabla 3 ESTABLECIMIENTOS EN LA CIUDAD DE CUENCA QUE EXPENDEN COCTELES SIN ALCOHOL	8
Tabla 4 ESTIMACION DEL MERCADO DE DEMANDA	9
Tabla 5 DESCRIPCION DE COCTELES DISPONIBLES EN EL BAR SIN RESACA	12
Tabla 6 DESCRIPCION DE TABLITAS DISPONIBLES EN EL BAR SIN RESACA	13
Tabla 7 DETALLE DE OTRAS OPCIONES DISPONIBLES EN	14
Tabla 8 ESTABLECIMIENTO DE TIPO DE MERCADO BAR SIN RESACA.....	14
Tabla 9 ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS DEL BAR SIN RESACA	15
Tabla 10 ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION BAR SIN RESACA	16
Tabla 11 FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCION Y SERVICIO DE COCTELES	23
Tabla 12 Costo de inversión en equipos	25
Tabla 13 Costo de inversión en mobiliario	26
Tabla 14 Depreciaciones	27
Tabla 15 Amortizaciones.....	28
Tabla 16 Resumen de Inversiones.....	28
Tabla 17 REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA Y ABASTECIMIENTO	29
Tabla 18 Propuesta salarial.....	36
Tabla 19 Precio Promedio de los productos a vender	39
Tabla 20 Análisis de precios unitarios de los otros productos	40
Tabla 21 PROYECCION DE INGRESOS BAR SIN RESACA.....	41
Tabla 22 INVERSIONES.....	42
Tabla 23 ACTIVOS DIFERIDOS.....	42
Tabla 24 CAPITAL DE TRABAJO	43
Tabla 25 ESTADO DE SITUACION.....	45
Tabla 26 FORMULACION FLUJO DE DEL EFECTIVO	47
Tabla 27 PUNTO DE EQUILIBRO	48
Tabla 28 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.....	49
Tabla 29 INDICES DE EVALUACION FINANCIERA BAR SIN RESACA	50
Tabla 30 BALANCE GENERAL PROYECTADO	51
Tabla 31 ANALISIS DE INDICADORES DE RESULTADOS.....	52

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 PIRÁMIDE DE MASLOW Y PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA	11
Ilustración 2 COCTEL PIÑA COLADA.....	18
Ilustración 3 COCTEL CAIPIRIÑA.....	18
Ilustración 4 COCTEL MOJITO.....	19
Ilustración 5 COCTEL MANHATTAN.....	19
Ilustración 6 COCTEL WHISKY SOUR	20
Ilustración 7 COCTEL BLOODY MARY	20
Ilustración 8 COCTEL DAIQUIRI DE FRUTILLAS.....	21
Ilustración 9 COCTEL PRIMAVERA	21
Ilustración 10 COCTEL WHISKY SUNRISE.....	22
Ilustración 11 COCTEL CUBA LIBRE.....	22
Ilustración 12 COCTEL SANGRIA	23
Ilustración 13 Organigrama	31

RESUMEN

Este trabajo comprende la formulación del plan de negocios para evaluar la factibilidad y los escenarios para la implementación del proyecto Bar sin Resaca. Se trata de un establecimiento en el que esté ausente el vínculo alcohol – socialización ya que las bebidas a servirse no contendrán licor, contribuyendo así a la disponibilidad de espacios alternativos para la diversión nocturna de los habitantes del cantón Cuenca y turistas que visiten esta ciudad.

ABSTRACT

This work deals with the development of a business plan to assess the feasibility and scenarios for the implementation of a project named *Bar sin Resaca*. This is an establishment where the bond alcohol-consumption-socialization is absent, since the drinks served will not contain liquor. Therefore, we will contribute in this way to the availability of alternative spaces for the nightlife entertainment of the inhabitants of the canton Cuenca and tourists visiting this city.



Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCION

Los centros de diversión en la ciudad de Cuenca tienen como principal oferta de servicio el expendio de licor tornándose difícil encontrar establecimientos que cuenten con una opción diferente dentro de su portafolio, profundizando así la idea de que es necesario consumir licor para divertirse.

La inversión en la creación de bares alternativos se ve desmotivada pues el consumo de alcohol es un fenómeno que culturalmente está asociado a la recreación y como tal la encontramos presente en un sin número de situaciones sociales que promueven indiscriminadamente su ingesta al punto de convertirlo en un problema de salud pública que afecta a la población a una edad cada vez más temprana.

La innovación en nuevos proyectos y una visión empresarial diferente motiva a realizar un plan de estudio para determinar si es factible un bar sin consumo de alcohol, lo que diera como resultado llegar a nuevos nichos o segmentos de mercado, con estrategias de negocio que permitan garantizar el posicionamiento y retorno adecuado de la inversión.

Al momento existe una marcada tendencia de promover los espacios libres de tabaco por los graves daños que provoca el fumar, resulta también oportuno promover los espacios libres de alcohol, espacios que representen un punto de encuentro para el esparcimiento sin que ello signifique incurrir en hábitos perjudiciales tanto para el consumidor como para quienes le rodean. En éste sentido, el presente proyecto denominado Bar sin Resaca, examina las posibilidades y escenarios para un plan de negocios de un bar sin alcohol.

En la ciudad de Cuenca, el 75% de las emergencias que responde el 911 se originan a causa del consumo de alcohol, sustancia que, constituye una droga de tránsito legal, culturalmente aceptada y ampliamente utilizada como un medio de socialización. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

En este marco, la propuesta de estudio y elaboración del Bar sin Resaca, busca como objetivo central: desarrollar un plan de negocios mediante la aplicación de herramientas técnicas para la implementación de un bar sin alcohol en la ciudad de

Cuenca; en el cual se analizará la viabilidad comercial, técnica, legal, organizacional y financiera.

Es decir, el estudio busca desarrollar la problemática en torno a resolver las siguientes interrogantes ¿existe mercado para un bar de expendio de bebidas sin alcohol?; y, ¿El negocio generará una rentabilidad atractiva para los inversionistas? Interrogantes que nos remiten a desarrollar los siguientes objetivos específicos:

1. Realizar el estudio de mercado, para determinar si en el marco de la relación oferta-demanda de entretenimiento en bares y discotecas existen un nicho no atendido de público que busca espacios libres de alcohol.
2. Diseñar un portafolio de servicios que integren nuevas alternativas de entretenimiento y posicionamiento comercial de la marca frente a la competencia.
3. Definir procesos administrativos y de operaciones que optimicen los recursos, reduzcan los desperdicios y eliminen los cuellos de botella con un enfoque hacia la satisfacción del cliente.
4. Evaluar la factibilidad del proyecto a través del análisis de principales indicadores financieros.

El presente estudio se desarrollará a partir de un enfoque deductivo, es decir, basados en el análisis de los comportamientos, actitudes y prácticas de la población, establecida como público objetivo, pretenderemos llegar a determinar aspectos comunes desde los cuales podamos desarrollar la idea de negocio. Las técnicas de investigación se describen en el siguiente cuadro.

Tabla 1. DETALLE DE TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

RESULTADO	TÉCNICA
Estudio de mercado	Establecimiento de proporción de consumidores de alto riesgo ocasional* a través de revisión de fuentes bibliográficas
Diseño de servicios	Levantamiento de flujos de procesos para prestación de servicios a través de matriz de evaluación de valor agregado
Estructura organizativa	Establecimiento de requerimientos de personal y formulación de organigrama a través de evaluación de matriz de valor agregado
Evaluación financiera	Establecimiento de requerimientos de inversión y de capital de operación para formulación de flujo de caja y evaluación de factibilidad a través de obtención de principales índices financieros: VAN, TIR, Beneficio / Costo.

Al realizar el estudio de mercado, podremos determinar si, en el marco de la relación oferta – demanda de entretenimiento en bares y discotecas, existe un nicho no atendido de público, demanda insatisfecha, que busca espacios libres de alcohol. Misma que se define como la brecha de consumidores no atendidos por la oferta de entretenimiento existente y nivel de expectativa y aceptación de un nuevo espacio libre de alcohol.

En función del estudio de mercado y la consecuente brecha de demanda insatisfecha el plan de negocios permitirá diseñar un portafolio de servicios que integre nuevas alternativas de entretenimiento y posicionamiento comercial de la marca frente a competencia

Definidos el nicho de mercado y el portafolio de productos y servicios a ser ofertados por el Bar sin Resaca, procederemos con la construcción de la cadena de valor y la definición de los procesos administrativos y de operaciones que optimicen los recursos, reduzcan los desperdicios y eliminen los cuellos de botella con un enfoque hacia la satisfacción del cliente, para garantizar el desarrollo y consolidación del negocio y sus operaciones.

Finalmente, se deberá evaluar la factibilidad del proyecto a través del análisis de principales indicadores financieros, es decir los cálculos de VAN, TIR y o eficiente Beneficio / Costo

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Introducción al estudio de mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que generan una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar. Sirve de base para tomar la decisión de llevar adelante o no la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para las investigaciones posteriores del proyecto, como son los estudios para determinar su tamaño localización e integración económica.(Malhotra, 1997)

Esta herramienta nos permite analizar la conveniencia de implementar un plan de negocios, ya que podemos cuantificar la oferta existente, la posible demanda de nuestro producto y, el posible precio.

1.2. Análisis cuantitativo de la demanda de los potenciales clientes a los bares en el centro urbano de la ciudad de Cuenca.

Mediante éste análisis se pretende determinar el perfil del potencial cliente para un bar que ofrezca bebidas sin alcohol, para conseguir éste objetivo se plantea un análisis cuantitativo de la demanda por parte de los potenciales clientes.

Por métodos cuantitativos los investigadores se refieren a las técnicas experimentales aleatorias, cuasi-experimentales, test “objetivos” de lápiz y papel, análisis estadísticos multivariados, estudios de muestras, etc. En contraste, y entre los métodos cualitativos, figuran la etnografía, los estudios de caso, las entrevistas en profundidad y la observación participativa. (Tomas D. Cook, Ch.S.Reichardt)

1.3. Fuentes de datos

Fuentes primarias: o fuentes directas, para este estudio se ha obtenido información en el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos y en el Ministerio de Turismo, de donde hemos podido obtener valiosa información para el desarrollo del presente estudio de mercado.

Fuentes secundarias: mediante la utilización y revisión de libros, publicaciones varias y artículos de internet.

1.4. Análisis del perfil del cliente potencial para el Bar sin Resaca

Hemos seleccionado el muestreo aleatorio simple, en el cual se debe contar con un listado de todos los individuos o miembros del universo enumerados del 1 al N siendo N el tamaño del universo. Para seleccionar una muestra del tamaño del universo se escogen los individuos de acuerdo a una tabla de números aleatorios.

La ventaja de éste es que se aplican en poblaciones pequeñas y se puede elaborar el listado de individuos.(Dieterich, 1996).

En este contexto, hemos determinado que 10 es el número de bares en los cuales se entrevistará a un visitante para que mediante un conversatorio podamos obtener información sobre sus preferencias y datos estadísticos, como: edad, profesión, etc.

1.5. Identificación del potencial segmento de mercado

Un mercado es un conjunto de ofertas y demandas, por lo tanto, está conformado por compradores y vendedores. Los compradores difieren entre sí ya sea por sus gustos y preferencias, por sus recursos, por su localización, entre otros. En teoría, cada comprador podría constituir su propio y único segmento de mercado, no obstante, en la realidad la personalización de un bien y / o servicio representaría un costo demasiado alto que los clientes prácticamente no podrían pagar; por lo tanto las empresas buscan clases más amplias de compradores que les permitan, a través de la satisfacción de una expectativa común identificada entre ellos, la generación de un beneficio. Existen varios criterios para la segmentación de un mercado entre los cuales se destacan criterios geográficos, criterios demográficos, criterios pictográficos y criterios específicos del comportamiento de compra. Para la presente investigación, los criterios de segmentación del mercado considerados son criterios de orden: geográfico, demográficos y específicos del comportamiento de compras.

Tabla 2 Criterios de Segmentación del Mercado

CRITERIO	DESCRIPCION	TRAMOS COMUNES
Geográfico	Zona de influencia	Parroquias urbanas del cantón Cuenca
Demográficos	Edad	25 a 35 años
Específicos del comportamiento de compras	Frecuencia de consumo	Alto nivel de riesgo ocasional ¹
	Beneficios esperados	Cuidado de la salud
	Tipo de usuario	Usuario potencial
	Estado de disponibilidad para la compra	Desconocedor

Fuente: **(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)**

Elaboración: Las Autoras

Luego de identificados los potenciales clientes podemos determinar que, el Bar sin Resaca, será un establecimiento que se ubicará en la ciudad de Cuenca y que estará dirigido a la población que habita en las parroquias urbanas del cantón. La población a la que se dirige la oferta de éste proyecto es la corresponde a individuos (hombres y mujeres) cuyas edades están comprendidas entre los 25 y 35 años. Sociológicamente, ésta edad es la considerada como la primera fase de la etapa adulta y es la que nos interesa para este proyecto debido a las siguientes condiciones:

- En éste grupo de la población, existe un 46,5% que se consideran como consumidores de alto riesgo ocasional, es decir, que 47 personas de cada 100 dentro de este grupo consumen alcohol de manera ocasional (es decir que no tienen problemas de adicción) pero cuando lo hacen consumen más de 4 tragos lo que es considerado como nocivo para la salud de acuerdo a los estándares internacionales. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)
- Esta población se encuentra incorporada en el mercado laboral y por tanto dispone de recursos.(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012).

- Se trata de un grupo etario en el cual el “salir con amigos” es un importante factor de socialización y pasatiempo. (Resultado de las entrevistas, mediante muestreo aleatorio simple).
- El tiempo promedio semanal que este grupo le dedican a las actividades sociales es de 3 horas según la encuesta de “Utilización del tiempo libre” realizada por el INEC en el 2012. En este sentido, los solteros son quienes mayor tiempo le dedican a las actividades sociales (4 horas aproximadamente), seguidos de las personas cuyo estado es separado o divorciado.
- Para este grupo, los establecimientos de diversión nocturna constituyen lugares de encuentro y expansión del círculo social con diferentes fines. (Resultado de las entrevistas, mediante muestreo aleatorio simple)

El tipo de cliente para este proyecto es el usuario potencial, es decir, aquel que en la actualidad no consume este tipo de servicios ya que desconocen de la existencia del mismo y que estaría motivado por el cuidado de su salud evitando la ingesta de alcohol.

1.6. Mercado de oferta

Tras la revisión del catastro de establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo, se ha llegado a establecer que en nuestra ciudad existen varios locales en los que se expenden cocteles sin alcohol, sin embargo, ninguno de ellos se especializa en la preparación y venta de los mismos, de hecho, constituyen tan solo una variedad dentro de la oferta de estos establecimientos. Desde esta consideración, se han identificado a los siguientes negocios como posibles competidores:

Tabla 3 ESTABLECIMIENTOS EN LA CIUDAD DE CUENCA QUE EXPENDEN COCTELES SIN ALCOHOL

NOMBRE	DIRECCION	SUBACTIVIDAD TURISTICA	CATEGORIA	MESAS	PLAZAS/MESAS
WUNDERBAR	CALLE LARGA 3-43 Y HNO.MIGUEL	BAR	PRIMERA	15	60
SPORT PLANET	CENTRO COMERCIAL MILENIUM PLAZA	BAR	PRIMERA	16	64
CAPPUCCINO	PADRE AGUIRRE Y BOLIVAR	FUENTE DE SODA	PRIMERA	10	40
AUSTRIA	BENIGNO MALO Y JUAN JARAMILLO	RESTAURANTE	PRIMERA	14	14
JULIAN MATADERO	PASEO 3 DE NOVIEMBRE	BAR	SEGUNDA	25	100
LA VINOTECA	AV 12 DE ABRIL Y CALLE DEL FAROL	BAR	SEGUNDA	8	32
DE LA REMIGIO	REMIGIO CRESPO 4-78 Y ALFONSO BORRERO	BAR	SEGUNDA	8	32
SILVIA RAQUEL DIROSA PUYOL	AV 3 DE NOVIEMBRE Y CORONEL TALBOT	CAFETERIA	SEGUNDA	0	0
MONDAY BLUE	CALLE LARGA 4-13 Y LUIS CORDERO	BAR	TERCERA	12	48
SHE LOUNGE	PRESIDENTE CORDOVA 5-84 Y HNO. MIGUEL	BAR	TERCERA	6	24
CLASIC'S CAFFE 838	CALLE LARGA 5-47 Y HERMANO MIGUEL	BAR	TERCERA	8	32
INCA LOUNGE BISTRO	PASEO 3 DE NOVIEMBRE SECTOR EL BARRANCO	RESTAURANTE	TERCERA	10	40
PEDREGAL AZTECA	GRAN COLOMBIA Y GENERAL TORRES	RESTAURANTE	N / D	N / D	N / D
ZOCA	MIGUEL CORDERO 1-225 Y CORNELIO MERCHAN	RESTAURANTE	N / D	N / D	N / D
BAR DOS 2	AVENIDA 12 DE ABRIL Y LOJA	BAR	N / D	N / D	N / D
LA PAROLA	CALLE LARGA Y HERMANO MIGUEL	RESTAURANTE	N / D	N / D	N / D
CACAO Y CANELA	BORRERO 5-97 Y JUAN JARAMILLO	CAFETERIA	N / D	N / D	N / D
EUCALYPTUS	GRAN COLOMBIA 941	RESTAURANTE	N / D	N / D	N / D

Fuente: 2013 Catastro de servicios turísticos. Ministerio de Turismo
Elaboración: Las Autoras

1.7. Mercado de demanda

El mercado de demanda estaría conformado el grupo de la población que agrupa a hombres y mujeres de entre 25 y 35 años de las parroquias urbanas del cantón Cuenca y que se encuentran dentro del 46,5% de la población cuyo patrón de consumo es de “alto nivel de riesgo ocasional”, es decir:

Tabla 4 ESTIMACION DEL MERCADO DE DEMANDA

EDAD	SEXO		TOTAL
	Hombre	Mujer	
25	3.178	3.466	6.644
26	3.028	3.170	6.198
27	3.070	3.208	6.278
28	3.117	3.145	6.262
29	2.809	3.150	5.959
30	2.771	3.035	5.806
31	2.510	2.881	5.391
32	2.401	2.707	5.108
33	2.307	2.612	4.919
34	2.139	2.540	4.679
35	2.044	2.431	4.475
TOTAL	29.374	32.345	61.719
Alto nivel de riesgo ocasional	46,50%	46,50%	
TOTAL DEMANDA POTENCIAL	13.659	15.040	28.699

Fuente: Censo de Población 2010
Elaboración: Las Autoras

1.8. Balance oferta – demanda

Un balance oferta – demanda, es posible realizar cuando existe claramente identificada tanto la oferta como la demanda, sin embargo, en el caso del proyecto que estamos planteando, tenemos las siguientes condiciones:

- Oferta.- no existen establecimientos especializados y los cocteles sin alcohol son el complemento de otras ofertas que se encuentran tanto a nivel de bares como de restaurantes

- Demanda.- el estado para la disponibilidad de la compra es de desconocedor. Significa que a nivel de demanda, las personas no conocen de este tipo de oferta, lo cual unido a las condiciones socio – culturales que imponen la socialización mediada por el alcohol da como resultado la inexistencia de una demanda efectiva al momento.

A partir de las consideraciones antes descrita, es preciso plantear el modelo de consumo a través del cual operará el proyecto para lo que examinaremos el comportamiento del consumidor, mismo que se encuentra condicionado tanto por factores internos (psicológicos) como externos (sociológicos).

Entre los factores psicológicos del comportamiento del consumidor se cuentan la motivación, la actitud, la percepción, la instrucción, la personalidad y el estilo de vida. La motivación es el conjunto de factores o estímulos que dirigen al consumidor hacia la compra de un producto o servicio; la motivación puede ser innata, cuando es determinada por factores innatos o aprendidos, cuando está determinada por la experiencia.(Schiffman, 2005)

En el presente proyecto, la motivación al consumo estará dada por el mecanismo del aprendizaje, debido a que el producto propuesto resulta nuevo en el mercado. A través de un Modelo de Consumo por Aprendizaje, el potencial cliente conocerá y/o probará el servicio del Bar si Resaca, añadiéndola así en su lista de opciones para la satisfacción de su necesidad. Este elemento forma parte entonces de la información con el cual el individuo emprende el proceso de decisión que se desarrolla en cinco fases: reconocimiento del problema, búsqueda de información, evaluación y análisis de alternativas, decisión de compra / no compra, y sensaciones posteriores a la compra. (Rivas, 2004)

Ilustración 1 PIRÁMIDE DE MASLOW Y PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA



Fuente: (Kotler, 1996)

1.9. Definición de los productos y servicios a ofertarse

El Bar sin Resaca, será un establecimiento en el que se ofrecerán cocteles y bebidas sin alcohol y tapas. Se atenderá los días martes y miércoles de 17:00 a 22:00, los jueves, viernes y sábado de 17:00 a 23:00 y los días domingo de 16:00 a 21:00. La ley restringe la venta de bebidas alcohólicas los días domingo, por lo que el Bar sin Resaca resulta ser una atractiva alternativa

1.9.1. Portafolio de productos a ofertarse

a) Cocteles sin alcohol

Un coctel es una preparación basada en la mezcla de diferentes porciones de bebidas a las cuales se les añade otros ingredientes como frutas, salsas, miel, leche, crema, especias, etc. También son ingredientes comunes de los cocteles las bebidas carbónicas, la soda y el agua tónica o mineral. Un buen coctel es una bebida equilibrada y armoniosa que logra producir, en quien lo degusta, una sensación placentera al paladar acompañada del goce en la vista. En los cocteles, la presentación es fundamental pues debe ser alegre y sugestiva.

A pesar de que tradicionalmente se ha asociado a los cocteles con el alcohol, los cocteles no necesariamente deben ser sinónimos de alcohol. Un coctel sin alcohol tiene un aspecto muy similar a los cocteles convencionales y para su creación se utilizan los esencias de las bebidas a las cuales previamente se les ha extraído el alcohol, por ejemplo, extracto de piña colada sin alcohol, extracto de whisky sin alcohol, vino sin alcohol, extracto de mojito sin alcohol, etc. Utilizando los extractos sin alcohol, el Bar sin Resaca ofrecerá los cocteles más populares y conocidos, esto es:

Tabla 5 DESCRIPCION DE COCTELES DISPONIBLES EN EL BAR SIN RESACA

COCTEL DISPONIBLE EN EL BAR SIN RESACA	TIPO DE COCTEL	FORMA DE PREPARACIÓN
Piña Colada	Digestivo	Frozen
Caipiriña	Aperitivo	Directo
Mojito	Aperitivo	Directo
Manhattan	Aperitivo	Batido
Whisky Sour	Aperitivo	Batido
Bloody Mary	Aperitivo	Licuado
Daiquirí de Frutillas	Digestivo	Licuado
Coctel Primavera	Digestivo	Directo
Whisky SunRise	Digestivo	Directo
Cuba Libre	Aperitivo	Directo
Sangría	Digestivo	Directo

Fuente: (S.L., 2001)
Elaboración: Las Autoras

En el cuadro precedente se puede apreciar que los cocteles que se preparan en el Bar sin Resaca se clasifican en aperitivos y digestivos. Los aperitivos son cocteles secos y poco dulces que contienen principalmente frutas cítricas, por su parte los digestivos son cocteles de sabor dulce que suelen prepararse con ingredientes como la granadina, crema de leche, entre otros.

Por su parte, la preparación de un coctel puede ser directo cuando los ingredientes se mezclan directamente en la copa; refrescado cuando se pone el hielo en la copa y el resto de los ingredientes se mezclan en la coctelera con la ayuda de removedor o una cuchara bailarina; batido que es la preparación clásica en la coctelera; licuado cuando la mezcla se realiza en la licuadora; y frozen cuando los cocteles se preparan en la licuadora con hielo molido para obtener la consistencia similar a la de un helado.

b) Tablitas

Las tablitas son platos compuestos por una variedad de bocaditos con los que se acompaña al coctel sin alcohol. Los clientes del bar sin resaca podrán armar sus propias tablitas para lo cual dispondrán de las siguientes opciones

Tabla 6 DESCRIPCION DE TABLITAS DISPONIBLES EN EL BAR SIN RESACA

OPCION	DESCRIPCION	ADEREZO
Embutidos	Salami	N / A
	Salchichas de coctel	Salsa Wolf
Quesos	Queso de hierbas	N / A
	Queso maduro	N / A
Frutos secos	Maní	N / A
	Almendras	N / A
Encurtidos	Aceitunas	N / A
	Champiñones	N / A
Tentempié	Papas chips	Salsa de tomate
	Frituras de maíz	Guacamole
Frutas	Fresas	Chocolate negro derretido
	Uvas	Chocolate blanco derretido
Cereales	Rodajas de baguete	Aceite de oliva con hierbas
	Masitas con ajonjolí	Aceite de oliva con hierbas

Fuente: (Ramon, 2013)
Elaboración: Las Autoras

c) Otras opciones

Para completar la oferta del Bar sin Resaca, se pondrá a disponibilidad del público una variedad de bebidas tanto calientes como frías, mismas que se detallan a continuación:

Tabla 7 DETALLE DE OTRAS OPCIONES DISPONIBLES EN EL BAR SIN RESACA

OPCION	DESCRIPCION
Bebidas calientes	Café expreso
	Chocolate
Gaseosas	Sodas diferentes sabores
	Agua mineral
Bebidas frías	Jugos
	Ice tea

Elaboración: Las Autoras

1.6 Establecimiento de precios y estrategias de precios

El precio es la cantidad de dinero cobrada por un producto o servicio. El establecimiento del precio depende del tipo de mercado y la percepción del cliente en la relación existente entre el precio y el valor. En el proyecto Bar sin Resaca, se desempeña en un mercado de competencia perfecta de acuerdo al siguiente análisis realizado en función del modelo competitivo de las cinco fuerzas de Porter. (Porter, 2008)

Tabla 8 ESTABLECIMIENTO DE TIPO DE MERCADO BAR SIN RESACA

FUERZA COMPETITIVA	PROBABILIDAD
Amenaza de nuevos entrantes	Alta. Los montos de inversión son bajos y ello permite la fácil entrada y salida de competidores en el mercado.
Poder negociación de clientes	Alta. El poder de negociación está fundamentado en el precio y los clientes pueden optar por varias opciones dependiendo de su disponibilidad al pago.
Amenaza de negociación de proveedores	Baja. Existen varios proveedores que abastecen de la materia prima para la elaboración del producto

Amenaza de productos y servicios sustitutivos	Alta. Los clientes pueden optar por otras alternativas de productos y servicios para los momentos de socialización
Intensidad de rivalidad	Alta. Existen otros establecimientos que, sin ser especializados, también expenden cocteles sin alcohol como complemento de su oferta.

Fuente: (Guiltman, 1994)
Elaboración: Las Autoras

Siendo, el mercado de este proyecto un mercado de competencia perfecta, las fuentes de fijación del precio son: costos de producción y precios de productos similares ofertados por la competencia en el mercado. En este marco, la estrategia de precios estaría dada por la formulación de precios orientados hacia la penetración en el mercado, es decir, que el Bar sin Resaca ofertará productos con precios de venta al público por debajo de los precios de los cocteles sin alcohol que expenden otros establecimientos con la finalidad de ingresar en el mercado.

Tabla 9 ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS DEL BAR SIN RESACA

PRECIO PROMEDIO DE PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA	PRECIO PROMEDIO DE COSTO DE PRODUCCION COCTELES BAR SIN RESACA	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO COCTELES BAR SIN RESACA
USD 7,50	USD 3.64	USD 6.00

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Las Autoras

1.7 Establecimiento de condiciones de comercialización

Dada la naturaleza del servicio, el canal de comercialización a utilizarse es un canal directo, es decir, que no tiene ningún intermediario y el fabricante vende el producto directamente al consumidor.

CAPITULO II

ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO

Nos permite evaluar las diferentes opciones tecnológicas para la producción de un bien y/o servicio, y verificar la disponibilidad de la misma. A través de este análisis se identifican los equipos, la maquinaria, materia prima y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión, operación, así como el capital de trabajo que se necesita.

2.1 Ubicación del proyecto

Para el establecimiento de la ubicación del Bar sin Resaca se han considerado que la Calle Larga y la Avenida Remigio Crespo son los sectores de la ciudad que concentran gran cantidad de bares, restaurantes y centros de entretenimiento. Hasta estos lugares recurren las personas consideradas dentro del segmento de nuestro público objetivo y por tanto procederemos a evaluarlos en el cuadro a continuación.

Tabla 10 ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION BAR SIN RESACA

FACTORES	PONDE- RACION	CALLE LARGA		AVENIDA REMIGIO CRESPO	
		Escala (1-10)	Califica ción	Escala (1-10)	Calificación
Cercanía en relación al público objetivo	30	5	150	5	150
Acceso a la materia prima	10	7	70	7	70
Acceso a la mano de obra	10	5	50	5	50
Parqueaderos	30	6	180	8	240
Disponibilidad de locales	20	5	100	8	160
TOTAL	100		550		670

Elaboración: Las Autoras

De las alternativas de localización evaluadas, se ha llegado a establecer que la Avenida Remigio Crespo, resulta ser la mejor opción para la ubicación del Bar sin Resaca siendo su principal fortaleza la disponibilidad de parqueaderos para que los clientes puedan llegar con sus vehículos y estacionar con facilidad y la disponibilidad

de locales para la instalación del proyecto. Las ordenanzas en relación a la utilización del suelo permiten la instalación de este tipo de negocios en este sector.

2.2 Determinación del tamaño

En el Bar sin Resaca se plantea un número de plazas disponibles de 48 personas distribuidas de la siguiente manera: 8 mesas con 4 sillas cada una, 2 sofás en “L” con mesa para 4 personas en cada sofá, y la barra con espacio para atender a 8 personas. Para cubrir con esta capacidad, el área del público con la que se debe contar es de 0,68 metros cuadrados por persona, de acuerdo a lo contenido en la ordenanza Municipal, lo que significa que se requieren 32,64 metros cuadrados de espacio para el público. En relación al área de la barra, el área para la preparación de los cocteles, espacio de circulación y área de baños, se estima que se requiere 40 metros cuadrados. El establecimiento deberá contar con 72,64 metros cuadrados.

2.3 Producto ofertado

En el Bar sin Resaca, se van a ofrecer una variedad de once cócteles entre ellos: piña colada, caipiriña, mojito manhattan, whisky sour, bloodymary, daiquirí de frutillas, coctel primavera, whisky sunrise, cuba libre y sangrías, además de bebidas refrescantes como: té, soda, entre otras y una variedad de picaditas.

2.3.1 Recetas para la preparación de los cocteles sin alcohol

En este apartado se describen las recetas estándar que se utilizarán en el Bar sin Alcohol. Estas se irán incrementando a medida que el negocio se vaya posicionado y se requiera disponer de una mayor variedad de cocteles para atraer al público.

a) Piña Colada

Ilustración 2 COCTEL PIÑA COLADA



Fuente: (S.L., 2001)

En una licuadora poner 1 rodaja de piña almíbar o en tarro, poner 2 onzas de extracto de piña colada, luego poner 2 onzas de leche descremada, agregar el hielo frozen o molido 2 tazas y mezclar por 10 segundos, vaciar el contenido en una copa grande, si se desea, se puede adicionar un toque de leche de coco a gusto, para decorar poner 1/6 de rodaja de piña con una guinda, servir con bombilla.

b) Caipiriña

Ilustración 3 COCTEL CAIPIRIÑA



Fuente: (S.L., 2001)

En un vaso corto, poner los 12 trozos de limón de pica, poner un chorrito de extracto de caipiriña para ayudar en la maceración, con un mortero triturar, luego agregar el hielo frozen o molido hasta completar el vaso, poner 2 onzas de caipiriña casi completando el vaso, luego terminar con un toque de soda o agua gasificada, servir con bombilla.

c) Mojito

Ilustración 4 COCTEL MOJITO



Fuente: (S.L., 2001)

En un vaso largo, agregar 3 / 6 de trozos de limón de pica junto con 12 hojas de hierba buena o menta y 2 onzas del concentrado de mojito para poder triturar luego con un mortero machacar, agregar el hielo frozen o molido hasta completar el vaso con hielo, agregar el concentrado mojito dejando el vaso cubierto en $\frac{3}{4}$ partes con este extracto, con una cuchara larga revolver desde abajo hacia arriba, para obtener la mezcla de sabores, finalmente completar con soda o agua gasificada. Decorar con una hoja de menta o hierba buena, servir con bombilla.

d) Manhattan

Ilustración 5 COCTEL MANHATTAN



Fuente: (S.L., 2001)

Poner 130 ml. whissin, 60 ml. de versión, 1 aceituna verde (opcional), hielo picado. Mezclar y servir muy frío.

e) Whisky Sour

Ilustración 6 COCTEL WHISKY SOUR



Fuente: (S.L., 2001)

En una coctelera, agregar todos los ingredientes: extracto de whisky (2 Oz), azúcar flor (1 cucharita), jugo de limón (1 OZ), jugo de naranja (1 OZ), poner 5 hielos en cubo, tapar la coctelera y mover fuertemente. Luego servir en una copa larga, ahogar una cereza marrasquino que se posara al final de la copa.

f) Bloody Mary

Ilustración 7 COCTEL BLOODY MARY



Fuente: (S.L., 2001)

Licuar 1 taza de jugo de tomate y $\frac{1}{2}$ taza de pepino, agregar cinco gotas de salsa inglesa, ají tabasco y sal al gusto, así como el zumo de limón y licuar de nuevo, Servir en vaso largo y decorar con una rama de apio grueso.

g) Daiquiri de frutillas

Ilustración 8 COCTEL DAIQUIRI DE FRUTILLAS



Fuente: (S.L., 2001)

En una licuadora, vaciar las 5 frutillas enteras, poner un chorrito de jugo de limón (1/4 OZ) y un chorro de granadina (1/2 OZ), agregar una tasa de hielo frozen o molido, luego agregar extracto de daiquiri o ron sin alcohol (2 OZ), licuar por 10 a 15 segundos. Servir en una copa, decorar con una frutilla entera y una rebanada de limón de pica, servir con bombilla.

h) Primavera

Ilustración 9 COCTEL PRIMAVERA



Fuente: (S.L., 2001)

En una copa de vino grande, incorporar 100 Gram de frutas confitadas, agregar 2 tazas de hielo frozen o molido, agregar extracto de daiquiri o ron sin alcohol (2 oz), sumar granadina (1/4 oz) y jugos de piña (1/2 oz), naranja (1/2 oz) y limón (1/4 oz), Para decorar utilizar ¼ de piña y una cereza, servir con bombilla.

i) Whisky Sunrise

Ilustración 10 COCTEL WHISKY SUNRISE



Fuente: (S.L., 2001)

En un vaso largo, agregar hielo frozen o molido hasta completar el vaso, completar hasta la mitad del vaso con extracto de whisky (2 oz) luego completar el vaso con jugo de naranja, al final y por el centro del vaso poner un toque de granadina (1/2 oz). Decorar con una rebanada de naranja en el borde del vaso, servir con bombilla.

j) Cuba Libre

Ilustración 11 COCTEL CUBA LIBRE



Fuente: (S.L., 2001)

En un vaso largo agregar hielo hasta completar vaso, incorporar ron sin alcohol hasta 3/4 partes del vaso, completar con bebida cola, o bien bebida blanca, poner una rodaja de limón en su interior.

k) Sangría

Ilustración 12 COCTEL SANGRIA



Fuente: (S.L., 2001)

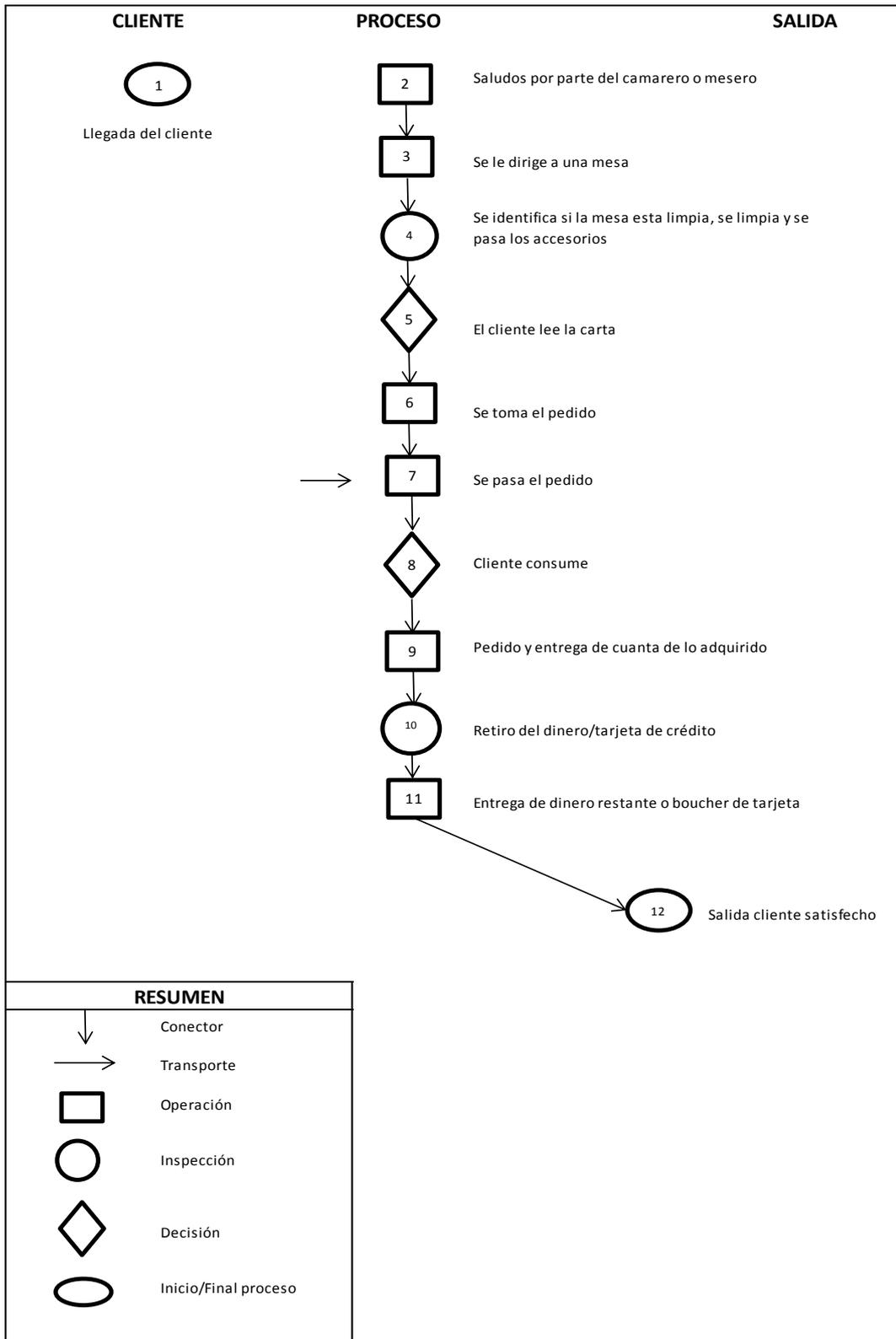
Lavar muy bien naranja (1/2 naranja) y limones (1/2 limón) y partirlos con cáscara en cuadrados. Pelar el durazno (1/2 durazno) y cortar en cuadros pequeños, agregar a la fruta 3 cucharaditas de azúcar, mezclar y dejar macerar por media hora, luego agregar 150 ml de vino tinto Arielcabernetsauvignon, 50 ml. de jugo de naranja, azúcar a gusto y hielo picado.

2.3.2 Flujo del proceso de producción y servicio

El proceso de producción es un conjunto de procesos, procedimientos, métodos o técnicas que permiten la obtención de bienes y servicios, gracias a la aplicación sistemática de unas decisiones que tienen como función incrementar el valor de dichos productos para poder satisfacer unas necesidades.

El proceso para la producción y servicios del Bar Sin Resaca se ilustra en el siguiente flujo grama:

Tabla 11 FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCION Y SERVICIO DE COCTELES



Elaboración: Las Autoras

2.4 Descripción de requerimientos de infraestructura y equipo

Las inversiones que se realizarán en el proyecto Bar sin Resaca son: Equipo, mobiliario, sueldos-salarios, inversiones intangibles, depreciaciones, servicios costo de operación y mantenimiento.

2.5 Descripción de requerimientos de infraestructura y equipamiento

Tras la consecución del local en la zona seleccionada como la más adecuada para el Bar sin Resaca, se debe proceder a la adecuación y equipamiento del mismo. En este sentido, los requerimientos son:

Tabla 12 Costo de inversión en equipos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (dólares)	TOTAL (dólares)
Maquinaria y equipo:			
Máquina para hacer hielo	1	1.150,00	1.150,00
Refrigeradora (panorámica)	1	800,00	800,00
Maquina dispensadora de bebidas	1	500,00	500,00
Máquina para preparación de café	1	200,00	200,00
Microondas	1	165,00	165,00
Computadora	1	1.500,00	1.500,00
Impresora	1	200,00	200,00
Caja registradora	1	200,00	200,00
Teléfono	2	120,00	240,00
Equipo de sonido con amplificación	1	1.200,00	1.200,00
TOTAL INVERSIÓN			6.155,00

Fuente: Proformas: Almacenes Cronic; Office Soluciones

Elaboración: Las Autoras

Tabla 13 Costo de inversión en mobiliario

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
		(dólares)	(dólares)
Muebles e Instalaciones			
Mesón / escaparate posterior para la exhibición y preparación de cocteles	1	1.150,00	1.150,00
Mesas	8	85,00	680,00
Sillas	32	25,00	800,00
Sofás en "L"	2	220,00	440,00
Mesa bajas	2	500,00	1.000,00
Sillas altas para barra	8	100,00	800,00
Mueble auxiliar de bar	1	100,00	100,00
TOTAL INVERSIÓN			4.970,00

Fuente: Proforma Carpenter

Elaboración: Las Autoras

Tabla 14 Depreciaciones

CONCEPTO	AÑOS	VALOR TOTAL	DEPRECIACION ANUAL				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y equipo:							
Máquina para hacer hielo	5	1.150,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
Refrigeradora (panorámica)	5	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Maquina dispensadora de bebidas	5	500,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Máquina para preparación de café	5	200,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Microondas	5	165,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
Computadora	5	1.500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Impresora	5	200,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Caja registradora	5	200,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Teléfono	5	240,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
Equipo de sonido con amplificación	5	1.200,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Mesón / escaparate posterior para la exhibición y preparación de	5	1.150,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
Mesas	5	680,00	136,00	136,00	136,00	136,00	136,00
Sillas	5	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Sofás en "L"	5	440,00	88,00	88,00	88,00	88,00	88,00
Mesa bajas	5	1.000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Sillas altas para barra	5	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Mueble auxiliar de bar	5	100,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
TOTAL		11.125,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00

Elaboración: Las Autoras

Tabla 15 Amortizaciones

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
		(dólares)	(dólares)
Gastos de Instalación	1	5.000,00	5.000,00
Gastos de Legalización	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL		6.500,00	6.500,00

Fuente: Proforma Notaría I

Elaboración: Las Autoras

Tabla 16 Resumen de Inversiones

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	% TOTAL
		Dólares	Dólares	
Adecuaciones	1	5.000,00	5.000,00	20%
Equipo	11	559,55	6.155,00	25%
Mobiliario	54	92,04	4.970,00	20%
Capital de Trabajo			7.099,11	29%
Legalización de la Empresa	1	1.500,00	1.500,00	6%
TOTAL			24.724,11	100%

Elaboración: Las Autoras

2.6 Descripción de requerimientos de materia prima y características del abastecimiento de las materias primas

a) Materia prima

Tabla 17 REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA Y ABASTECIMIENTO

MATERIA PRIMA	COCTEL EN EL QUE SE UTILIZA	FUENTE DE ABASTECIMIENTO
Extracto de piña colada sin alcohol	piña colada	Distribuidor Guayaquil
Leche descremada	piña colada	Local
Piña en almíbar o en tarro	piña colada	Local
Hielo frozen	piña colada, caipiriña, mojito, manhattan, daiquiri, whisky sunrise, sangría	Producción propia
Cereza marrasquino	piña colada, whisky sour	Local
Extracto de caipiriña sin alcohol	Caipiriña	Distribuidor Guayaquil
Limón de pica	caipiriña, Mojito, cuba libre, sangría	Local
Soda o agua gasificada	caipiriña, Mojito	Local
Extracto de mojito sin alcohol	mojito	Distribuidor Guayaquil
Hierbabuena o menta	mojito	Local
Whissin	Manhattan	Distribuidor Guayaquil
Versin	Manhattan	Distribuidor Guayaquil
Aceituna verde	Manhattan	Local
Extracto de Whisky	whisky sour	Distribuidor Guayaquil
Jugo de limón	whisky sour, bloody Mary, daiquiri, primavera	Producción propia
Jugo de naranja	whisky sour, primavera, whisky sun rise, sangria	Producción propia
Azúcar flor	whisky sour, sangría	Local
Hielo en cubos	whisky sour	Producción propia
Jugo de tomate	bloody Mary	Producción propia
Pepino sin semilla y sin piel	bloody Mary	Local
Salsa inglesa	bloody Mary	Local
Ají tabasco	bloody Mary	Local
Sal	bloody Mary	Local
Apio grueso	bloody Mary	Local
Extracto de daiquiri y/o ron Sin Alcohol	daiquiri	Distribuidor Guayaquil
Frutillas enteras	daiquiri	Local

Granadina	daiquiri, granadina, whisky sun rise	Local
Extracto de daiquiri y/o ron sin Alcohol	Primavera	Distribuidor Guayaquil
Frutas confitadas	Primavera	Local
Jugo piña	Primavera	Producción propia
Extracto de whisky	whisky sunrise	Distribuidor Guayaquil
Naranja	whisky sunrise, sangría	Local
Ron sin alcohol	cuba libre	Distribuidor Guayaquil
Coca negra o blanca	cuba libre	Local
Durazno	sangría	Local
Vino tinto arielcabernet sauvignon	sangría	Distribuidor Guayaquil

Elaboración: Las Autoras

CAPITULO III

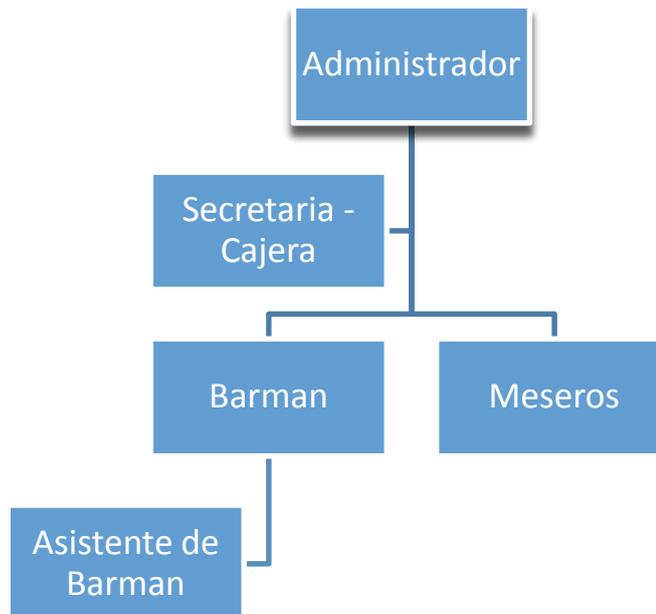
ADMINISTRACION Y PLANIFICACION DEL PROYECTO

3.1 Tipo de empresa

Este proyecto prevé contar con una empresa que por su tamaño será una micro empresa en la cual la administración estará a cargo del propietario de la misma, bajo la forma de Administrador.

3.2. Organigrama

Ilustración 13 Organigrama



Elaboración: Las Autoras

3.3 Distribución de funciones y responsabilidades del talento humano

A continuación se detallan las funciones que deberá ejecutar el personal que se estima indispensable para operar exitosamente el Bar sin Resaca, el cual parte de la definición del organigrama de puestos detallado en la Ilustración 13.

3.3.1. Descripción de Funciones de Personal

Las funciones del equipo de trabajo del Bar sin Resaca, serán:

a) Administrador

Misión del cargo: El responsable de la gestión de las tareas de producción, administrativas, financieras y de talento humano del Bar sin Resaca. Entre las funciones del administrador serán:

- Elaborar los planes de producción de los bienes y servicios del bar
- Formular los presupuestos de ingresos y gastos del bar
- Reponer, mantener y controlar el inventario de materias primas
- Seleccionar, controlar y distribuir las actividades del personal.

- Verificar el cumplimiento de las obligaciones patronales y tributarias
- Organizar e implementar las estrategias de promoción del bar
- Verificar el mantenimiento de las instalaciones
- Realizar el arqueo diario de la caja
- Autorizar los pagos a los proveedores y el personal

b) Secretaria – Cajera

Misión del cargo: Es la persona encargada del apoyo administrativo a todos los demás trabajadores, que se estiman indispensables para el funcionamiento del Bar sin Resaca. Las funciones de la Secretaria – Cajera serán:

- Facturar y cobrar los servicios de alimentos y bebidas que se proveen a los clientes del Bar sin Resaca
- Apoyar al administrador en la ejecución de sus tareas
- Custodio de la caja chica
- Preparar los pagos para los proveedores y el personal

c) Barman

Misión del cargo: Es la persona encargada de la preparación de los cocteles sin alcohol de acuerdo al proceso de producción establecido. Las funciones del barman serán:

- Conocer las recetas para la preparación de los cocteles
- Reportar el consumo de los materias primas en la jornada
- Preparar los cocteles que soliciten los clientes

d) Asistente de Barman

Misión del cargo: El asistente de bar es la persona que colabora con el barman en la preparación de los cocteles. Sus funciones serán:

- Apoyar el barman en la preparación de las bebidas
- Limpieza de la barra y de la cristalería del bar
- Servicio de las tablitas a los clientes de acuerdo a los pedidos

- Apoya en la decoración de los cocteles

e) Mesero

Misión del cargo: El mesero es el encargado de transportar de una manera rápida y eficiente los pedidos que los clientes realicen, deben tener mucho cuidado en el tipo de servicio que dan por ejemplo: no romper la vajilla y limpiar las mesas del Bar sin Resaca y tener una presentación impecable. Las funciones del mesero serán:

- Montaje de las mesas
- Ayuda en el acomodo de los clientes en las mesas
- Conocer detalladamente la carta y los ingrediente de los cocteles y tablas
- Recoge los vasos, copas, entre otros, de la mesa
- Solicita la cuenta al cajero y se la presenta al cliente
- Recibe el pago por parte del cliente y lo deposita en caja

Servicios complementarios

Es indispensable adicionalmente contar con algunos servicios indispensables sin que sean necesariamente parte del giro del negocio propuesto. Estos servicios complementarios son:

a. Contabilidad y Auditoria

- Desarrollar la contabilidad de la empresa según el sistema contable
- Presentar Balances mensualmente
- Realizar las transacciones oportunas de tal forma que existe fluidez en la cuenta bancaria.
- Determinar las cuentas de la empresa y su significado, prepara el manual de instrucciones
- Fijar el sistema adecuado para calcular los precios de costos de reposición y venta según corresponda.
- Estudiar e interpretar los resultados obtenidos.
- Entregar la información cuando el Administrador lo requiera.
- Presentar las declaraciones de impuestos y toda la información que el Servicio de Rentas lo requiera.

b. Guardianía.

Será necesario también contratar una empresa proveedora de éste servicio para contar con un guardia que a más de realizar la vigilancia del local, vigile los vehículos de los clientes, dando un valor agregado a los servicios que oferta el Bar Sin Resaca.

3.3.2. Sueldos y Salarios del Personal

Para determinar lo sueldos y salarios que percibirá el personal que labore en el Bar sin Resaca, se considerará la normativa de la Codificación del Código del Trabajo y se planteará como sueldo base, el salario básico unificado del empleado privado. (de Trabajo Ecuatoriano, C., 2005)

Tabla 18 Propuesta salarial

CONCEPTO	Numero	SUELDO NOMINAL	APORTE PATRONAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	400,00	49,00	33,33	29,50	33,33	16,67	561,83	6.742,00
Secretaria – Cajera	1	354,00	43,37	29,50	29,50	29,50	14,75	500,62	6.007,38
Barman	1	354,00	43,37	29,50	29,50	29,50	14,75	500,62	6.007,38
Mesero	1	354,00	43,37	29,50	29,50	29,50	14,75	500,62	6.007,38
Asistente de barman	1	354,00	43,37	29,50	29,50	29,50	14,75	500,62	6.007,38
Personal de Limpieza	1	354,00	43,37	29,50	29,50	29,50	14,75	500,62	6.007,38
TOTAL ROL								3.064,91	36.778,90
Contador Servicios profesionales		200,00						200,00	2.400,00
TOTAL ROL								3.264,91	39.178,90

Elaboración: Las Autoras

3.3.3. Aspectos legales, principales disposiciones y regulaciones en el negocio.

a) Gastos de constitución

Se deberá realizar una inversión de US \$ 1,500.00 para el pago de tasas, impuestos, y otros gastos para constituir legalmente el Bar sin Resaca, se estima realizar los trámites aproximadamente en 30 días de plazo.

Se debe tener en cuenta los siguientes aspectos legales:

- Constitución de la empresa
- Registro del nombre comercial
- Aspectos tributarios
- Registro Único de Contribuyentes
- Permiso de funcionamiento de Bomberos
- Permiso de funcionamiento municipal

En caso de que el trámite sea realizado por una persona que no sea el representante legal de la empresa, se deberá entregar un poder que autorice dicho trámite junto con una copia de la cédula de identidad del delegado.

CAPITULO IV EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

La demostración de la viabilidad financiera y el examen de su sensibilidad a las probables variaciones son análisis que el plan debe contemplar. Los datos para calcularlo se obtienen: de las previsiones de precios y cantidades demandadas contenidas en el estudio de mercado; del análisis de costos en cuanto a sus montos y a su carácter fijo o variable contenido en el estudio técnico; y del cuadro de fuentes y usos de fondos del propio estudio financiero. (Quinn, 1997).

La evaluación financiera es parte del plan de negocios que identifica tanto necesidades de inversión como costos de operación e ingresos que se generarían a partir de la implementación de un negocio. El contraste entre inversión, ingresos y egresos nos permite estimar los beneficios y a partir de ellos evaluar la pertinencia o no de ejecutar una inversión, y también proyectar los diferentes escenarios en los cuales podría operar un proyecto.

4.1 Plan de inversiones e identificación de fuentes de financiamiento

4.1.1. Precios

Para un mejor entendimiento del crecimiento del negocio y en base a que el Bar sin Resaca ofrecerá unos variados y deliciosos cocteles sin licor, tablitras y una variedad de picaditas a sus selectos clientes, se procedió a realizar un promedio de todos los se procedió a realizar un promedio de todos los productos en relación a los gustos y preferencias, por lo que se encontró que el precio promedio de bebida es de US \$ 6.00 y el precio promedio de las tablitras es de US \$ 12,00 y las picaditas es de US \$ 2,00 estos datos son la razón del precio de cada producto para el número de clientes estimados.

Como se puede observar en la tabla que se detalla seguidamente en la cual se ha ponderado los productos que se venderán para sacar un precio promedio

4.1.2. Técnicas de precios

Los márgenes de utilidad para los productos adquiridos del proveedor variarán entre un 10% y un 20 % por unidad y los que se preparan en el bar se aplicará un 30% y un 40% por unidad.

Tabla 19 Precio Promedio de los productos a vender

Análisis de precios unitarios de los cocteles

PRODUCTO	%	COSTO MATERIA PRIMA	PONDERADO
COSTO TOTAL PIÑA COLADA	7%	2,37	0,17
COSTO TOTAL CAIPIRINHA	6%	2,10	0,14
COSTO TOTAL MOJITO	6%	1,95	0,12
COSTO TOTAL MANHATAN	18%	5,78	1,03
COSTO TOTAL WHISKY SOUR	7%	2,15	0,14
COSTO TOTAL BLOODY MARY	3%	0,83	0,02
COSTO TOTAL DAIQUIRI FRUTILLAS	8%	2,51	0,19
COSTO TOTAL PRIMAVERA	14%	4,52	0,63
COSTO TOTAL WHISKY SUNRISE	7%	2,12	0,14
COSTO TOTAL CUBA LIBRE	10%	3,11	0,30
COSTO TOTAL SANGRIA	15%	4,93	0,75
TOTAL	100%	32,38	3,64

Fuente: INEC 2014

Elaboración: Las Autoras

Tabla 20 Análisis de precios unitarios de los otros productos

OPCION	DESCRIPCION	%	COSTO UNITARIO	PONDERADO
Embutidos	Salami	50%	0,38	0,19
	Salchichas de coctel	50%	0,63	0,32
Quesos	Queso de hierbas	100%	0,35	0,35
	Queso maduro	400%	0,35	1,40
Frutos secos	Maní	50%	0,63	0,32
	Almendras	50%	1,50	0,75
Encurtidos	Aceitunas	50%	0,68	0,34
	Champiñones	150%	0,16	0,24
Tentempié	Papas chips	80%	0,25	0,20
	Frituras de maíz	100%	0,25	0,25
Frutas	Fresas	67%	0,60	0,40
	Uvas	67%	0,60	0,40
Cereales	Rodajas de baguete	45%	0,25	0,11
	Masitas con ajonjolí	50%	0,50	0,25
TOTAL				0,39

Fuente: Proforma Supermaxi

Elaboración: Las Autoras

4.3 Proyección de ingresos

Tuija Marstio en su Manual para escribir un plan de negocios, establece que, el plan de negocios debe incluir tres proyecciones (o pro-forma): proyección de flujo de caja, estado de pérdidas y ganancias y balance general, anota además que al preparar las proyecciones, existen condiciones financieras que no pueden ser pre-determinadas con exactitud, por lo que sugiere tratar de ser lo más realistas posible con las predicciones de venta y el tiempo necesario para el logro de los objetivos. (Marstio, 1999)

A continuación se detalla la Proyección de ingresos para el Bar sin Resaca, en el cual se han considerado los criterios del autor citado en el párrafo que antecede.

PLAN DE INVERSIONES E IDENTIFICACION DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO BAR SIN RESACA

Tabla 21 PROYECCION DE INGRESOS BAR SIN RESACA

DESCRIPCION	ESTIMACION	DIAS DE ATENCION						SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
		Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo			
Mesas	8									
Espacios por mesa	4									
Total espacios por mesa	32									
Mesas bajas	2									
Espacios por mesa baja	4									
Total espacios en mesa baja	8									
Total espacios en barra	8									
TOTAL ESPACIOS DISPONIBLES	48									
PORCENTAJE DE OCUPACION PROMEDIO	70%									
OCUPACION PROMEDIO DIARIA	34	34	34	34	34	34	34			
No. Promedio de cocteles por persona	1	1	1	1	1	1	1			
No. Cocteles servidos diarios	34	34	34	34	34	34	34	204	816,00	9.792,00
Valor promedio de coctel	6	6	6	6	6	6	6			
Ingresos promedio por venta de cocteles		204	204	204	204	204	204	1.224,00	4.896,00	58.752,00
No. Promedio de tapas / picadas por persona	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2			
No. Tapas / picadas servidos diarios	17	17	17	17	17	17	17	102,00	408,00	4.896,00
Valor promedio por picada	12	12	12	12	12	12	12			
Ingresos promedio por venta de tapas / picadas		204	204	204	204	204	204	1.224,00	4.896,00	58.752,00
Otros ventas	30%									
No. Promedio de otros servicios	1/4	1/4	1/4	1/4	1/4	1/4	1/4			
No. de otros servicios	9	9	9	9	9	9	9	54,00	216,00	2.592,00
Valor promedio por otros servicios	2	2	2	2	2	2	2			
Ingresos promedio por venta de otros productos		18	18	18	18	18	18	108,00	432,00	5.184,00
TOTAL INGRESOS								2.556,00	10.224,00	122.688,00

Elaboración: Las autoras

Tabla 22 INVERSIONES

CONCEPTO	AÑOS	VALOR TOTAL	DEPRECIACION MENSUAL	SALVAMENTO (5 años)
Maquinaria y equipo:				
Máquina para hacer hielo	5	1.150,00	230,00	0,00
Refrigeradora (panorámica)	5	800,00	160,00	0,00
Maquina dispensadora de bebidas	5	500,00	100,00	0,00
Máquina para preparación de café	5	200,00	40,00	0,00
Microondas	5	165,00	33,00	0,00
Computadora	5	1.500,00	300,00	0,00
Impresora	5	200,00	40,00	0,00
Caja registradora	5	200,00	40,00	0,00
Teléfono	5	240,00	48,00	0,00
Equipo de sonido con amplificación	5	1.200,00	240,00	0,00
Mesón / escaparate posterior para la exhibición y preparación de cocteles	5	1.150,00	230,00	0,00
Mesas	5	680,00	136,00	0,00
Sillas	5	800,00	160,00	0,00
Sofás en "L"	5	440,00	88,00	0,00
Mesa bajas	5	1.000,00	200,00	0,00
Sillas altas para barra	5	800,00	160,00	0,00
Mueble auxiliar de bar	5	100,00	20,00	0,00
TOTAL		11.125,00	2.225,00	0,00

Elaboración: Las Autoras

Los equipos y muebles que se necesitan para adecuar el Bar sin Resaca son los detallados en la tabla No.21, los mismos que serán distribuidos para la correcta atención al cliente. Estos bienes están considerados como activos fijos, los cuales por su naturaleza tienen que ser depreciados, en la tabla antes mencionada se muestra el número de años y vida útil de cada bien.

Tabla 23 ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	AÑOS	VALOR TOTAL	AMORTIZACION ANUAL	SALVAMENTO (5 años)
		(dólares)	(dólares)	
Gastos de Instalación	5	5.000,00	1.000,00	0,00
Gastos de Legalización	5	1.500,00	300,00	0,00
TOTAL		6.500,00	1.300,00	0,00

Elaboración: Las Autoras

Una amortización es la desvalorización gradual de cualquier deuda durante un período de tiempo, siendo estos activos diferidos los gastos de instalación, adecuación, y legalización de la empresa los mismos que se considera amortizar en un período de 5 años, como se demuestra en la tabla No. 22.(Gómez, 2001)

4.4. Capital de Trabajo

El capital de trabajo, constituye uno de los rubros que deben ser descritos en todo plan de negocios. El capital de trabajo es el que necesita cualquier empresa para mantenerse en funcionamiento hasta comenzar a generar ingresos y para cubrir las brechas temporales entre los pagos y las cobranzas. (Terragno, 1999). En el trabajo propuesto, el capital de trabajo será responsabilidad de los inversionistas.

Tabla 24 CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	% TOTAL
		Dólares	Dólares	
Adecuaciones	1	5.000,00	5.000,00	20%
Equipo	11	559,55	6.155,00	25%
Mobiliario	54	92,04	4.970,00	20%
Capital de Trabajo			7.099,11	29%
Legalización de la Empresa	1	1.500,00	1.500,00	6%
TOTAL			24.724,11	100%

Elaboración: Las Autoras

Como se puede observar en la tabla Nro.23 el capital de trabajo es de US \$ 7.099.11, lo cual se ha obtenido aplicando la siguiente fórmula

	COSTO ANUAL TOTAL DE OPERACIÓN	X	# DE DIAS PERIODO DE DES
Ikt	360 DÍAS		
Ikt	85.189,30	X	7.099,11
	360		
	Ikt= 7,099,11		

Para establecer el costo anual de operación, se ha considerado todos aquellos rubros en los el Bar sin Resaca debe incurrir para su correcto funcionamiento, entre ellos están los sueldos y salarios, servicios básicos, publicidad, etc. Este valor se divide por el número de días del año en que el bar va a operar y a su vez le multiplicamos por el número de días considerados como el período de desfase, este período se define como el número de días que el bar puede continuar con un ritmo normal de operación sin obtener ganancia alguna, para este proyecto se ha hace constar un total de 30 días.

4.5. Estado de situación

El estado de situación es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable. (Universidad Peruana Union, 2014)

A continuación de detalle el estado de situación financiera que será el reflejo del inicio del proyecto Bar sin Resaca.

Tabla 25 ESTADO DE SITUACION

ACTIVOS	VALOR EN DOLARES	PASIVOS	VALOREN DOLARES
Activo Corriente		Prestamo 34%	8.000,00
Capital de trabajo	7.099,11		
Total de Activo Corriente	7.099,11	Total Pasivo	8.000,00
Activo Fijo		PATRIMONIO	
Máquina para hacer hielo	1.150,00	Capital social 66%	16.724,11
Refrigeradora (panorámica)	800,00		
Maquina dispensadora de bebidas	500,00	Total Patrimonio	16.724,11
Máquina para preparación de café	200,00		
Microondas	165,00		
Computadora	1.500,00		
Impresora	200,00		
Caja registradora	200,00		
Teléfono	240,00		
Equipo de sonido con amplificación	1.200,00		
Mesón / escaparate posterior para la exhibición y preparación de cocteles	1.150,00		
Mesas	680,00		
Sillas	800,00		
Sofás en "L"	440,00		
Mesa bajas	1.000,00		
Sillas altas para barra	800,00		
Mueble auxiliar de bar	100,00		
Total Activo Fijo	11.125,00		
Activo Diferido			
Gastos de Instalación y Constutución	6.500,00		
Total Activo Diferido	6.500,00		
TOTAL ACTIVO	24.724,11	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	24.724,11

Elaboración: Las Autoras

En el presente estudio se propone el 64% como aporte de capital propio y el 34 % se financia con un préstamo de las Entidades Financieras.

4.5.1. Ingresos

Los ingresos provenientes de la actividad comercial, pueden definirse como los incrementos netos del patrimonio ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones de capital.

En este caso los ingresos están considerados como el fruto de las operaciones de la empresa como se puede apreciar en el Estado de Pérdidas y Ganancias.

4.5.2. Egresos

Los egresos constituyen los gastos o las inversiones. El gasto es aquella partida contable que incrementa la pérdida o disminuye el beneficio. El gasto es un desembolso financiero o movimiento de caja bancos como por ejemplo el pago de un servicio, el arrendamiento del local, etc.

Las inversiones y los costos por su parte también generan la salida del dinero, sin embargo se trata de desembolsos que se concretan a la consecución de ingresos en el futuro. Al comprar materia prima, la empresa realiza un egreso de caja, pero al transformar dicha materia prima en producto terminado que generara ingresos con su venta. Es de esperar que en la actividad comercial los ingresos superen a los egresos para obtener rentabilidad.

4.6. Flujo de efectivo

Con el flujo del efectivo se llevará un control de los movimientos del dinero disponible con la finalidad de supervisar cuánto dinero egresa y cuanto ingresa a la empresa, ayuda a la planificación de los egresos para poder hacer frente a sus obligaciones operativas. Como se puede observar en la Tabla No. 25.

Tabla 26 FORMULACION FLUJO DE DEL EFECTIVO

PERIODO	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		122.688,00	125.141,76	127.644,60	130.197,49	132.801,44
Costos y Gastos		85.189,30	86.467,14	87.764,15	89.080,61	89.080,61
Gastos intereses		652,55	508,87	365,19	221,51	77,83
Depreciación		2.225,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00
Amortización		1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00
UTILIDAD GRAVABLE		33.321,15	34.640,75	35.990,26	37.370,37	40.118,00
15% Utilidad de Trabajadores		4.998,17	5.196,11	5.398,54	5.605,56	6.017,70
Impuesto a la Renta 25%		7.080,74	7.361,16	7.647,93	7.941,20	8.525,07
UTILIDAD NETA		21.242,23	22.083,48	22.943,79	23.823,61	25.575,22
Depreciación		2.225,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00	2.225,00
Amortización		1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		24.767,23	25.608,48	26.468,79	27.348,61	29.100,22
Inversiones	17.625,00					
Inversion capital de trabajo	7.099,11					
Préstamo	(8.000,00)	(1.600,00)	(1.600,00)	(1.600,00)	(1.600,00)	(1.600,00)
TOTAL INVERSION NETA PROPIA	16.724,11					

Elaboración: Las Autoras

4.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, refleja la factibilidad económica, es decir, la cantidad de productos/servicios que deben venderse para que la empresa no gane ni pierda dinero, es otro de los datos que vale la pena incluir en el plan de negocios, ya que permite visualizar el límite entre el área de pérdidas y el área de ganancias. (Terragno, 1999)

Tabla 27 PUNTO DE EQUILIBRO

ALQUILER DE LOCAL	12.000,00			
			32,88	
COSTO FIJO POR DIA				
Personal Administrativo				
Administrador	1	7.551,30		
Secretaria – Cajera	1	6.015,88		
Personal de Limpieza	1	6.015,88		
Contador Servicios profesionales		2.400,00		
TOTAL ROL		21.983,06		
COSTO FIJO POR DIA			60,23	
PERSONAL OPERATIVO				
Barman	1	6.007,38		
Mesero	1	6.007,38		
Asistente de barman	1	6.007,38		
TOTAL ROL		18.022,14		
COSTO FIJO POR DIA			49,38	
TOTAL COSTO FIJO			142,48	
COSTO VARIABLE				
Oscila en un precio unitario de US \$2,96			2,96	
INGRESOS				
total ingresos unitarios			7,1	
Punto de equilibrio	costos fijos		142,48	34,42
	ingresos- costos variables		4,14	
Punto de equilibrio igual a				34,42 personas por día

Elaboración: Las Autoras

Como se puede observar el punto de equilibrio del Bar sin Resaca es de 34 personas por día de lo que se estima de acuerdo a la investigación de mercado realizada es recibir 9.792 personas el primer año obteniendo un ingreso aproximado de US \$ 122.688.00.

4.8. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias, muestra cuánto dinero espera ganar el negocio durante un período de tiempo. Esta es una proyección del total de ventas, costos y ganancias para un período determinado. Es usado para describir los ingresos esperados versus los gastos esperados. La cifra de ganancia neta le interesa tanto a los propietarios como a los acreedores, puesto que cualquier cantidad residual es normalmente distribuida, parcialmente como dividendo para el/los propietarios y parcialmente para el pago de la deuda.

Normalmente el estado de pérdidas y ganancias, es realizado mirando hacia atrás, es decir, es realizado anualmente y compara los ingresos del negocio versus los gastos del año anterior. (Marstio, 1999)

Tabla 28 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO /AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingreso por ventas netas	122.688,00	125.141,76	127.644,60	130.197,49	132.801,44
(-) Costo de ventas	30.110,40	30.562,06	31.020,49	31.485,79	31.958,08
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	92.577,60	94.579,70	96.624,11	98.711,69	100.843,36
(-) Gastos Operacionales	35.423,06	35.423,06	35.423,06	35.423,06	35.423,06
(-) Gastos de Ventas					
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	57.154,54	59.156,64	61.201,05	63.288,63	65.420,30
(-) Gastos Financieros (Intereses)	652,55	508,87	365,19	221,51	77,89
(+) Otros Ingresos					
(-) Gastos Administrativos	21.983,06	22.312,81	22.647,50	22.987,21	23.332,02
(-) Participación de Utilidades	8.573,18	8.873,50	9.180,16	9.493,29	9.813,04
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	25.945,75	27.461,47	29.008,20	30.586,62	32.197,34
(-) Impuesto a la renta el 25%	6.486,44	6.865,37	7.252,05	7.646,65	8.049,34
(=) UTILIDAD NETA	19.459,31	20.596,10	21.756,15	22.939,96	24.148,01

Elaboración: Las Autoras

Para realizar la proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias se ha considerado un incremento de 1.5% en los costos y gastos, y un crecimiento en la demanda del 2%. con relación al año base.

4.9. Índices de evaluación financiera: VAN- TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es la tasa de interés efectiva que da la inversión en el negocio en evaluación. Es la máxima tasa que es posible pagar por el financiamiento de un proyecto, ya que devolviendo un préstamo con esa tasa, con los ingresos generados, el proyecto no daría ganancia ni pérdida. La fórmula para calcular ese indicador es algo compleja, pero con una calculadora financiera o una plantilla de cálculo resulta muy simple de obtener, solo se necesita cargar los datos del flujo de fondos, y la fórmula financiera que está cargada se aplica con solo presionar enter. (Terragno, 1999)

Tabla 29 INDICES DE EVALUACION FINANCIERA BAR SIN RESACA

Tasa interna de retorno TIR	82%	
Valor actual neto (VAN)	72,434.23	USD
Período de recuperación (nominal)	5	AÑO
Coefficiente beneficio/costo	2.18	

Elaboración: Las Autoras

Tabla 30 BALANCE GENERAL PROYECTADO

BALANCE GENERAL PROYECTADO	INICIAL	PERIODOS PROYECTADOS				
		1	2	2	4	5
ACTIVOS	VALORES EN DOLARES	VALORES EN DOLARES	VALORES EN DOLARES	VALORES EN DOLARES	VALORES EN DOLARES	VALORES EN DOLARES
Activo Corriente						
Caja Bancos	7.099,11	23.167,23	24.008,48	24.868,79	25.748,61	27.500,22
Total de Activo Corriente	7.099,11	23.167,23	24.008,48	24.868,79	25.748,61	27.500,22
Activo Fijo						
Máquina para hacer hielo	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00
Refrigeradora (panorámica)	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Maquina dispensadora de bebidas	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Máquina para preparación de café	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Microondas	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00	165,00
Computadora	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Impresora	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Caja registradora	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Teléfono	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Equipo de sonido con amplificación	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Mesón / escaparate posterior para la exhibición y preparación de cocteles	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00
Mesas	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00
Sillas	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Sofás en "L"	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
Mesa bajas	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Sillas altas para barra	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Mueble auxiliar de bar	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Menos Depreciación acumulada		(2.225,00)	(4.450,00)	(6.675,00)	(8.900,00)	(11.125,00)
Total Activo Fijo	11.125,00	8.900,00	6.675,00	4.450,00	2.225,00	-
Activo Diferido						
Gastos de Instalación y Constutución	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00
menos Amortización		(1.300,00)	(2.600,00)	(3.900,00)	(5.200,00)	(6.500,00)
Total Activo Diferido	6.500,00	5.200,00	3.900,00	2.600,00	1.300,00	-
TOTAL ACTIVO	24.724,11	37.267,23	34.583,48	31.918,79	29.273,61	27.500,22
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Préstamo por pagar parte proporcional		1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Intereses		652,55	508,87	365,19	221,51	77,83
Total pasivo corriente	-	2.252,55	2.108,87	1.965,19	1.821,51	1.677,83
PASIVO LARGO PLAZO						
Préstamo Entidades Financieras	8.000,00	6.400,00	4.800,00	3.200,00	1.600,00	-
PATRIMONIO						
Capital social	16.724,11	16.724,11	16.724,11	16.724,11	16.724,11	16.724,11
Pérdidas y/o Ganancias		23.167,23	24.008,48	24.868,79	25.748,61	27.500,22
TOTAL PATRIMONIO	16.724,11	30.867,23	29.783,48	28.718,79	27.673,61	27.500,22
TOTAL ACTIVO MAS PATRIMONIO	24.724,11	37.267,23	34.583,48	31.918,79	29.273,61	27.500,22

Elaboración: Las Autoras

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

5.1. Análisis de los resultados de estudio de mercado

En la sección dedicada al estudio de mercado, se estableció que el público objetivo son los hombres y mujeres de entre 25 y 35 años que habitan las parroquias urbanas y periurbanas del cantón Cuenca, esto es, 28.699 personas. En este segmento, el Bar sin Resaca espera colocar 9.792 cocteles sin alcohol anualmente, es decir, una unidad de producto por cada tres miembros del segmento; esta proyección resulta bastante conservadora si tomamos en cuenta que cada uno de los miembros del segmento acude a establecimientos de entretenimiento como bares más de una vez al año. Otro de los aspectos que debe tomarse en consideración es que el actual estado del consumidor es el de desconocedor, por lo que la penetración en el mercado requiere de estrategias que promuevan el “Aprendizaje a través del consumo”

5.2. Análisis de indicadores de resultados

Tabla 31 ANALISIS DE INDICADORES DE RESULTADOS

Valor Actual Neto	El VAN es positivo, EL PROYECTO ES VIABLE
Tasa Interna de Retorno	La TIR es superior a la Tasa de Descuento, EL PROYECTO ES VIABLE
Flujo Operacional	El proyecto no tiene flujo operacional negativo en ningún período, ACEPTAR
Coefficiente Beneficio/Costo	El Coeficiente Beneficio/Costo es superior a UNO, EL PROYECTO ES VIABLE
Utilidad Neta	El proyecto presenta Utilidad Neta positiva, no tiene déficit en Flujo de Caja
Patrimonio	En todos los período el Patrimonio es Positivo
Total Créditos/Inversión	El total de Créditos que financian el proyecto es inferior a la Inversión Inicial

Elaboración: Las Autoras

Tras la realización del Plan de Negocios del Bar sin Resaca se ha establecido que existe una importante proporción de la población que si bien es cierto no consume alcohol habitualmente cuando lo hace se excede y pone en riesgo su vida y la de otras personas.

El principal ingrediente de los cocteles sin alcohol son los extractos del coctel que no contienen alcohol. A nivel nacional no se ha podido ubicar un productor de este tipo de extractos lo que significa que es adquirido en otros países y distribuido a nivel nacional. La mayor oferta de éstos se encuentra a nivel de Chile lo que encarece los cocteles debido principalmente a los impuestos que deben pagarse por concepto de importación. En este contexto, el mejoramiento de los márgenes de rentabilidad debe considerar la búsqueda de nuevos proveedores quizá en países más cercanos como Colombia.

Sobre la forma legal y de operación del proyecto, este se encuentra planteado como una empresa unipersonal, no obstante, dependiendo del desempeño del negocio, sería conveniente considerar la opción de constitución como empresa con la finalidad de disminuir la carga tributaria y facilitar el acceso quizá a nuevas opciones de financiamiento orientadas hacia la expansión del negocio.

También se ha podido observar que al tratarse de un establecimiento de alimentos y bebidas, la atención al público resulta fundamental. La selección del personal debe responder a búsqueda de personal que brinde calidad y calidez en el servicio y para ello, el papel de la administración más allá de la optimización de los recursos debe orientarse hacia la motivación de quienes trabajarán en el establecimiento.

La principal recomendación para el Bar sin Resaca es el desarrollo de estrategias de publicidad que promuevan y posicionen la oferta de un bar cero alcoholes, tomando en consideración que entre nuestra población es muy arraigado el hábito del consumo de esta sustancia. En términos generales, la estrategia deberá contener:

AMBITO	DESCRIPCIÓN
---------------	--------------------

Copystrategy o plataforma de comunicación	La propuesta de la compra está orientada hacia resaltar las bondades del producto tales como la socialización sin alcohol y el cuidado de la salud propia, la familia y la sociedad.
Estrategia creativa	La estrategia creativa debe utilizar una idea fuerza que tome en cuenta el público al que se dirige la oferta del Bar sin Resaca y los gustos y preferencias de los mismos.
Estrategia de los medios	Constituye la selección de los medios a través de los cuales se dará a conocer el Bar sin Resaca, no se debe perder de vista que las redes sociales constituyen un poderoso medio de difusión y que el público al cual está dirigido el bar cero alcohol hace uso intensivo de aplicaciones como Facebook, Twitter, Instagram.

BIBLIOGRAFIA

- de Trabajo Ecuatoriano, C. (2005). *Registro Oficial Suplemento, 167*. Quito. Ecuador.
- Dieterich, H. (1996). *Nueva guía para la investigación científica*. Planeta Mexicana.
- Gómez, O. (2001). *Contabilidad de costos*. McGraw-Hill.
- Guiltman, J. &. (1994). *Administración de marketing*. México: McGrawHill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *www.inec.gob.ec*. Recuperado el 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Kotler, P. &. (1996). *Dirección de mercadotecnia (Vol. 1)*. Prentice Hall.
- Malhotra, N. K. (1997). *Investigación de Mercados, Un Enfoque Práctico*. México: Prentice Hall, INC.
- Marstio, T. (1999). *Manual para escribir un plan de negocios. Materior de Capacitación para el proyecto SUCOF de Filandia TMa*. Filandia.
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Harvard Business Review.
- Quinn, J. B. (1997). *Proceso Estratégico*. . México: Prentice Hall.
- Ramon, C. &. (2013). *Plan de Negocios para el Restaurante Mar Rojo*.
- Rivas, J. &. (2004). *Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing*. Esic. Editorial.
- S.L., S. (2001). *Los mejores cocteles*. España: Ingrafi, S.A.
- Schiffman, L. &. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. Pearson Educacion.
- Terragno, D. &. (1999). *Cómo armar un plan de negocios. Mercado*.
- Tomas D. Cook, Ch.S.Reichardt. (1a ed, 1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Morata, S.L.
- Universidad Peruana Union. (04 de 20014). *Monografias.com*. Recuperado el 15 de 07 de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos100/estado-situacion-financiera/estado-situacion-financiera.shtml>

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay,

C E R T I F I C A :

Que, el H. Consejo de Facultad en sesión realizada el 27 de marzo de 2015, conoció la petición de las estudiantes **GRAZIA SALAMEA CATALINA MONSERRATH** con código 14003 y **MOSQUERA VINTIMILLA JUANA CATALINA** con código 12073, que denuncia su trabajo de titulación (monografía) denominado "**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO "BAR SIN RESACA"**", previa a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial. El Consejo de Facultad acoge el informe de la Junta Académica y aprueba la denuncia de su trabajo de titulación. Designa como **Director al Econ. Paúl Vanegas Manzano** y como miembro del Tribunal Examinador a la Ing. Ing. Antonio Torres Dávila De conformidad con Reglamento de Grados de la Facultad, las peticionarias tiene un plazo **TRES MESES** para desarrollar y terminar su trabajo de titulación, esto es hasta el **27 de junio de 2015**.

Cuenca, abril 8 de 2015



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

CONVOCATORIA

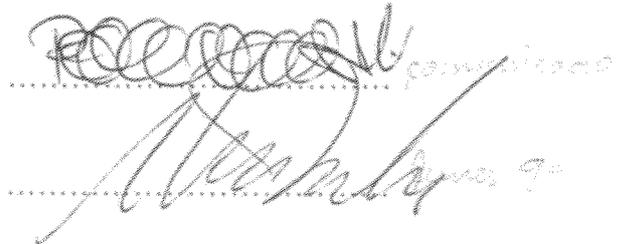
Por disposición de la Junta Académica de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO BAR SIN RESACA", presentado por las estudiantes Catalina Monserrath de Gracia Zalema con código 14003 y Juana Catalina Mosquera Vintimilla con código 12073, previa a la a la obtención del grado de Ingeniera Comercial, para el día MIERCOLES 8 DE OCTUBRE DE 2014, A LAS 08H30.

Cuenca, 03 de octubre de 2014



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaría de la Facultad

Eco. Paúl Vanegas M.



Ing. Antonio Torres D.

CONVOCATORIA
10/03/2014

Cuenca, 22 de Septiembre de 2014
Oficio: EA-346-2014-UDA

Ingeniero
XAVIER ORTEGA
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.

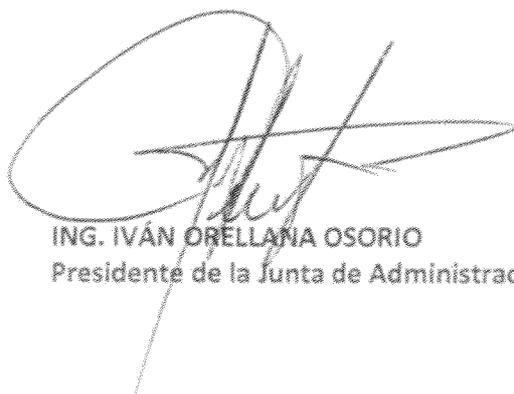
De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por De Gracia Zalamea Catalina Monserrath y Mosquera Vintimilla Juana Catalina, tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO "BAR SIN RESACA", resuelve:

Cumple con todos los requisitos, por lo tanto es Aprobado.

Director: Econ. Vanegas Paul
Tribunal: Ing. Torres Antonio

Atentamente,



ING. IVÁN ORELLANA OSORIO
Presidente de la Junta de Administración

Sustentación del Diseño de Tesis (DOCTORA JENNY RIOS COELLO)

Fecha: 26-09-2014

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

*Diseños de Monografía
Escuela de Administración de Empresas*

Estudiante: De Gracia Zalamea Catalina Monserrath con código No. 14003 y Mosquera Vintimilla Juana Catalina con código No. 12073

Tema: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO "BAR SIN RESACA"

Para: La obtención del título de Ingeniera Comercial

Director: Econ. Paúl Vanegas

Tribunal: Ing. Antonio Torres

DIA: Miércoles.

FECHA: 8 DE OCTUBRE DE 2014

HORA: 8h30.



ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

1.1 Nombre del estudiante: Calatina Monserrath de Gracia Zalamea y Juana Catalina Mosquera Vintimilla

1.1.1 Código 14003 y 12073

1.2 Director sugerido: Eco. Paúl Vanegas Manzano

1.3 Codirector (opcional): _____

1.4 Tribunal: Ing. Antonio Torres Dávila.

1.5 Título propuesto: "Plan de Negocios para la Implementación del Proyecto "BAR SIN RESACA""

1.6 Resolución:

1.6.1 Aceptado sin modificaciones _____

1.6.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

CAMBIO DE REACCION DE LA PROBLEMÁTICA
DE TODA LA OBTENIDA SOBRE LA MISMA BASE,
CAMBIO EN EL ORDEN DE LA CAPITULO EXISTENTE.

• Responsable de dar seguimiento a las modificaciones: Eco. Paúl Vanegas M.

1.6.3 No aceptado

• Justificación:

Tribunal

Eco. Paúl Vanegas M.

Ing. Antonio Torres D.

Catalina de Gracia Z.

Srta. Catalina de Gracia Z.

Srta. Juana Mosquera V.

Dra. Jenny Ríos Coello
Secretario de Facultad

Fecha de sustentación: Miércoles 8 de octubre de 2014



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

1.1 Nombre del estudiante: De Gracia Zalamea Catalina Monserrath / Juana Catalina Mosquera Vintimilla

1.1.1 Código 14003 / 12073

1.2 Director sugerido: Eco. Paúl Vanegas M.

1.3 Codirector (opcional):

1.4 Título propuesto: "Plan de Negocios para la Implementación del Proyecto 2BAR SIN RESACA"

1.5 Revisores (tribunal): Ing. Antonio Torres Dávila

1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	✓			
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	✓			
3. ¿Es conciso?	✓			
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	✓			
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	✓			
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	✓			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	✓			
Problemática y/o pregunta de investigación				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?		✓		SE PIDE MEJORAR LA REDACCION SOBRE LO YA EXISTENTE
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	✓			
Hipótesis (opcional)				
10. ¿Se expresa de forma clara?	✓			
11. ¿Es factible de verificación?	✓			
Objetivo general				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?		✓		SE PIDE MEJORAR LA REDACCION SOBRE LO YA EXISTENTE
13. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?		✓		SE PIDE MEJORAR LA REDACCION



Objetivos específicos			
14. ¿Concuerdan con el objetivo general?		✓	SE PIDE FLETON LA REDACCION
15. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	✓		
Metodología			
16. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	✓		
17. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	✓		
18. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	✓		
19. ¿Los datos, materiales y actividades mencionadas son adecuados para resolver el problema formulado?	✓		
Resultados esperados			
20. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	✓		
21. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	✓		
22. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	✓		
23. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	✓		
Supuestos y riesgos			
24. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes?	✓		
25. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	✓		
Presupuesto			
26. ¿El presupuesto es razonable?	✓		
27. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	✓		
Cronograma			
28. ¿Los plazos para las actividades son realistas?	✓		
Referencias			
29. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	✓		
Expresión escrita			
30. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?		✓	MUY FALTA EN LA FONIA
31. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	✓		



(*) Breve justificación, explicación o recomendación.

- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.

LA PRESENTACION CUMPLE CON EL FONDO Y
ESTRUCTURA PERO SE NECESITAN CAMBIOS EN LA
REDACCION

Eco. Paúl Vanegas M.

Ing. Antonio Torres D.

Cuenca, 05 de marzo del 2015

Ingeniero
Xavier Ortega

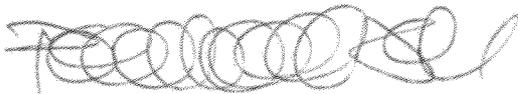
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
Ciudad

Estimada Ingeniero:

Por medio de la presente comunicó a usted, que los cambios solicitados por el Tribunal en el diseño de la tesina Plan de negocios: Bar Sin Resaca, presentada por las estudiantes Catalina Monserrath de Grazia Salamea y Juana Catalina Mosquera Vintimilla, se encuentra realizados y los mismos que se han revisado para la aprobación respectiva.

Desde ya agradezco la atención a la presente.

Atentamente,



Econ. Paúl Vanegas
DIRECTOR.

Cuenca, 11 de Julio del 2014.

Señor Ingeniero

Xavier Ortega

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACION

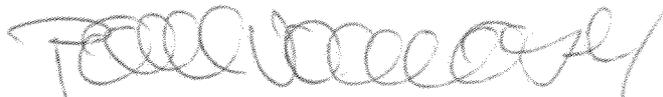
Ciudad.

De mis consideraciones:

Yo Paúl Vanegas, Director del trabajo de tesis de las alumnas Catalina Monserrath De Grazia Salamea, c.i. 0103774154, código # 14003 y de Juana Mosquera Vintimilla, C.I. 0102309671, código # 14507, solicito a usted se sirva ingresar en Consejo de Facultad el diseño de tesis con el tema **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO "BAR SIN RESACA"**, para la aprobación respectiva.

Por la acogida que se le de a la presente, le agradezco de antemano.

Atentamente,



Econ. Paúl Vanegas M.



Cuenca, 11 de Julio del 2014.

Señor Ingeniero

Xavier Ortega

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

Ciudad:

De mis consideraciones:

Yo Catalina Monserrath De Grazia Salamea, C.I. 0103774154, código # 14003 y Juana Mosquera Vintimilla, C.I. 0102309671, código # 12073, alumnas de la Facultad de Ciencias de la Administración solicitamos a usted se sirva ingresar en Consejo de Facultad el diseño de tesis con el tema "**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO "BAR SIN RESACA"**", para la aprobación respectiva.

Por la acogida que se le de a la presente, le agradezco de antemano.

Atentamente,

Catalina de Grazia S.
Catalina de Grazia Salamea

C.I. 0103774154

Juana Mosquera
Juana Mosquera Vintimilla

C.I. 0102309671



Cuenca, 11 de Julio del 2014.

Señor Ingeniero

Xavier Ortega

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

Ciudad.

De mis consideraciones:

Yo Catalina Monserrath De Grazia Salamea, C.I. 0103774154, código # 14003 y Juana Mosquera Vintimilla, C.I. 0102309671, código # 12073, alumnas de la Facultad de Ciencias de la Administración solicitamos a usted se sirva ingresar en Consejo de Facultad el diseño de tesis con el tema **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO "BAR SIN RESACA"**, para la aprobación respectiva.

Por la acogida que se le de a la presente, le agradezco de antemano.

Atentamente,

Catalina de Grazia Salamea
Catalina de Grazia Salamea

C.I. 0103774154

Juana Mosquera Vintimilla
Juana Mosquera Vintimilla

C.I. 0102309671

0640787



DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRETARIA, DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, la Señorita Catalina Monserrath De Gracia Zalamea, registrada con el código
14003 perteneciente a la Escuela de Administración de Empresas ingresó el 24 de
Septiembre de 1996 y egresó de la Facultad el día el 11 de Febrero de 2012.

Cuenca, 22 de Noviembre de 2013

JENNY RIOS
SECRETARIA
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
DE EMPRESAS

Derecho 14003

vcf.-

0612728



DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRETARIA, DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, la Señorita Juana Catalina Mosquera Vintimilla, registrada con el código 12073
perteneciente a la Escuela de Administración de Empresas ingresó el 24 de Septiembre de
1996 y egresó de la Facultad el día el 05 de Febrero de 2005.

Cuenca, 22 de Noviembre de 2013



Derecho 90606

vcf

0610098



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: PLAN DE NEGOCIOS: CASO BAR SIN RESACA

ESTUDIANTES:

CATALINA MONSERRATH DE GRAZIA SALAMEA

JUANA CATALINA MOSQUERA VINTIMILLA

DIRECTOR SUGERIDO: ECON. PAÚL VANEGAS

2015

0640786

1.- DATOS GENERALES

1.1 Nombre del estudiante:

De Grazia Salamea Catalina Monserrath

Mosquera Vintimilla Juana Catalina

1.1.1 Código del estudiante:

Código: 14003

Código: 12073

1.1.2 Contactos

- Teléfono convencional 072837506 – Officesoluciones / Catalina de Grazia
- Celular: 099.8285723
- Correo: corporativo@officesoluciones.com
- Correo: jmosquera3@bancoguayaquil.com

1.2 Director sugerido:

Vanegas Paúl, Economista

1.2.1 Contactos

- Celular: 098.4179572
- Correo: pvanegasconsult@hotmail.com

1.3 Codirector sugerido (opcional)

1.4 Asesor metodológico (opcional)

1.5 Tribunal designado

1.6 Aprobación

1.7 Línea de investigación:

Gestión Financiera

1.7.1 Código UNESCO:

5311.02

1.7.2 Tipo de trabajo

- a) Plan de negocios
- b) Investigación formativa

1.8 Área de estudio:

Administración y Proyectos

1.9 Título propuesto:

Plan de negocios: Caso Bar sin Resaca

1.10 Subtítulo:

No aplica

1.11 Estado del proyecto:

Nuevo

2.- CONTENIDO

2.1 Motivación de la investigación

Los centros de diversión en la ciudad de Cuenca tienen como principal oferta de servicio el expendio de licor tornándose difícil encontrar establecimientos que cuenten con una opción diferente dentro de su carta, profundizando así la idea de que es necesario consumir licor para divertirse.

La inversión en la creación de bares alternativos se ve desmotivada pues el consumo de alcohol es un fenómeno que culturalmente está asociado a la recreación y como tal la encontramos presente en un sin número de situaciones sociales que promueven indiscriminadamente su ingesta al punto de convertirlo en un problema de salud pública que afecta a la población a una edad cada vez más temprana.

La innovación en nuevos negocios y una visión empresarial diferente motiva a realizar un plan de estudio para determinar si es factible un bar sin consumo de alcohol, lo que diera como resultado llegar a nuevos nichos o segmentos de mercado, con estrategias de negocio que permita desarrollarse de una mejor manera.

Al momento existe una marcada tendencia de promover los espacios libres de tabaco por los graves daños que provoca el fumar, resulta también oportuno promover los espacios libres de alcohol; espacios que representen un punto de encuentro para el esparcimiento sin que ello signifique incurrir en hábitos perjudiciales tanto para la propia persona como para quienes le rodean. En este sentido, el presente proyecto denominado Bar sin Resaca examina las posibilidades y escenarios para un plan de negocios de un bar sin alcohol.

2.2 Problemática

El comercio y las diferentes actividades de integración de sectores de la economía nos conducen a la búsqueda de diversas formas de desarrollo con nuevos productos y servicios.

Encontramos así a empresarios que se dedican a negocios de entretenimiento y distracción como discotecas, karaokes, bares y afines, que ofrecen una carta de licores y cócteles frecuentes, sin mayor diferencia ni innovación en los productos que expenden. Por otro lado hay grupos de personas que buscan lugares de esparcimiento nocturno como bares libres de alcohol; encontrando pocas opciones en el menú de bebidas que no contengan licor como

bebidas gaseosas, jugos o agua, lo que les causa malestar al ser estigmatizados por las personas que si consumen licor.

Se debe considerar las nuevas culturas urbanas marcadas por el emerger de un nuevo modelo de conducta joven, más vinculada con prácticas sanas de alimentación y actividad física, una nueva cultura juvenil con parámetros conductuales diferentes que demandan de espacios diferentes como puntos de encuentro y esparcimiento, además la modificación continua de la legislación ecuatoriana, la aplicación de impuestos a las bebidas alcohólicas y la restricción de importaciones.

El desarrollo de un plan de negocios de un bar sin alcohol, se dirige a ese nicho de población, pretendiendo sobre este estudio, determinar si existe un espacio de mercado sostenible y ampliable como punto de encuentro entre la iniciativa empresarial y este grupo etario.

2.3 Pregunta de investigación

¿Existe mercado para un establecimiento de expendido de bebidas sin alcohol?

¿El negocio genera una rentabilidad atractiva para los inversionistas?

2.4 Resumen

Este trabajo comprende la formulación del plan de negocios para evaluar la factibilidad y los escenarios para la implementación del proyecto Bar sin Resaca. Se trata de un establecimiento en el que esté ausente el vínculo alcohol – socialización ya que las bebidas a servirse no contendrán licor, contribuyendo así a la disponibilidad de espacios alternativos para la diversión nocturna de los habitantes del cantón Cuenca y turistas que visiten esta ciudad.



2.5 Estado del arte y marco teórico

Antecedentes históricos

Los líderes emprendedores arrancan a partir de una visión, y con frecuencia, ni siquiera lo tiene plenamente elaborada en su mente, solo saben que algo funcionará. Los emprendedores triunfadores por regla general, son considerados los héroes de la iniciativa privada. (Mintzberg, 1997). Esta concepción la aplicaban los empresarios en el pasado dando origen así a las primeras empresas, con una idea y sin ninguna planificación.

Los planes de negocios surgen en las décadas de los 60 y 70 en Estados Unidos como fruto de la necesidad de determinar con mayor certeza y menor riesgo donde se debían invertir los dineros denominados excedentes financieros de las empresas, los planes de negocio son una excelente herramienta no solo porque es uno de los instrumentos técnicos más útiles en el manejo interno y en el desarrollo de las empresas, sino también porque se ha convertido en la llave hacia los negocios y la financiación; los mismos que han cambiado en el transcurso del tiempo.

Un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (Fleitman, 2000).

El plan de negocios cuenta con varios componentes, no obstante el eje articulador del mismo es el estudio de mercado, pues en función de éste se plantean los elementos como el estudio técnico, el estudio organizacional, la estructura legal, y se realiza la evaluación financiera.

Estudio de mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que generan una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar. Sirve de base para tomar la decisión de llevar adelante o no la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información

indispensable para las investigaciones posteriores del proyecto, como son los estudios para determinar su tamaño, localización e integración económica. (Malhotra K. Naresh, 1997)

Esta herramienta nos permite analizar la conveniencia de implementar un plan de negocios, ya que podemos cuantificar la oferta existente, la posible demanda de nuestro producto, el posible precio.

Estudio técnico

Permite evaluar las diferentes opciones tecnológicas para la producción de un bien y/o servicio, y verificar la disponibilidad de la misma. A través de este análisis se identifican los equipos, la maquinaria, materia prima y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión, operación, así como el capital de trabajo que se necesita.

En el estudio también se determina el tamaño óptimo de la planta y su localización. Se llega a determinar entonces, la función de producción que optimiza el empleo de los recursos disponibles para la producción.

Evaluación financiera

La demostración de la viabilidad financiera y el examen de su sensibilidad a las probables variaciones son análisis que el plan debe contemplar. Los datos para calcularlo se obtienen: de las previsiones de precios y cantidades demandadas contenidas en el estudio de mercado; del análisis de costos en cuanto a sus montos y a su carácter fijo o variable contenido en el estudio técnico; y del cuadro de fuentes y usos de fondos del propio estudio financiero.

(Quina, James Brian, 1997)

La evaluación financiera es parte del plan de negocios que identifica tanto necesidades de inversión como costos de operación e ingresos que se generarían a partir de la implementación de un negocio. El contraste entre inversión, ingresos y egresos nos permite estimar los beneficios y a partir de ellos evaluar la pertinencia o no de ejecutar una inversión, y también proyectar los diferentes escenarios en los cuales podría operar un proyecto.

Los principales indicadores de la evaluación financiera son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), ambas obtenidas a partir del flujo de caja, que es la herramienta que sistematiza tanto los ingresos como los egresos del proyecto.

2.6 Hipótesis

Si el plan de negocios demuestra una rentabilidad atractiva, entonces habrá inversionistas.

2.7 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios mediante la aplicación de herramientas técnicas para la implementación de un bar sin alcohol, en la ciudad de Cuenca.

2.8 Objetivos Específicos

1. Realizar el estudio de mercado, para determinar si en el marco de la relación oferta - demanda de entretenimiento en bares y discotecas existe un nicho no atendido de público que busca espacios libres de alcohol.
2. Diseñar un portafolio de servicios que integre nuevas alternativas de entretenimiento y posicionamiento comercial de la marca frente a competencia.
3. Definir procesos administrativos y de operaciones que optimicen los recursos, reduzcan los desperdicios y eliminen los cuellos de botella con un enfoque hacia la satisfacción del cliente.
4. Evaluar la factibilidad del proyecto a través del análisis de principales indicadores financieros

2.9. Metodología

El presente es un estudio de carácter deductivo ya que a partir del análisis de los comportamientos, actitudes y prácticas de la población, establecida como público objetivo, se pretende llegar a determinar aspectos comunes a partir de los cuales se pueda desarrollar la idea de negocio. Las técnicas de investigación se describen en el siguiente cuadro:

DETALLE DE TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

RESULTADO	TECNICA
Estudio de mercado	Establecimiento de proporción de consumidores de alto riesgo ocasional* a través de revisión de fuentes bibliográficas
Diseño de servicios	Levantamiento de flujos de procesos para prestación de servicios a través de matriz de evaluación de valor agregado
Estructura organizativa	Establecimiento de requerimientos de personal y formulación de organigrama a través de evaluación de matriz de valor agregado
Evaluación financiera	Establecimiento de requerimientos de inversión y de capital de operación para formulación de flujo de caja y evaluación de factibilidad a través de obtención de principales índices financieros: VAN, TIR, Beneficio / Costo.

*Consumen alcohol de manera ocasional (es decir que no tienen problemas de adicción) pero cuando lo hacen consumen más de 4 tragos lo que es considerado como nocivo para la salud de acuerdo a los estándares internacionales (MSP)

2.10. Alcances y resultados esperados

Con el estudio de mercado, podremos determinar si existe el nicho de mercado insatisfecho, para así obtener la brecha de consumidores no atendidos por la oferta de entretenimiento existente y nivel de expectativa y aceptación de un nuevo producto, los informes serán presentados a través de tablas estadísticas.

Diseñaremos un portafolio de servicios con nuevas alternativas de entretenimiento y posicionamiento comercial de la marca frente a la competencia, así obtendremos un análisis de nuestros productos y los de la competencia, los resultados serán presentados a través de mapas de interacción de los servicios y protocolo de cada uno.

Definiremos todos los procesos administrativos y de operaciones para así poder determinar el desarrollo del negocio y sus operaciones, los resultados serán presentados a través de manuales de operaciones y servicios.

Evaluaremos la factibilidad del proyecto a través del análisis de principales indicadores financieros como: VAN, TIR y o eficiente Beneficio / Costo, los resultados serán presentados

a través de tablas de flujo de caja y estados financieros según estructura (Balance General y Estado de Pérdidas y ganancias)

2.11 Supuestos y riesgos

Ninguno

2.12 Presupuesto

PRESUPUESTO PARA LA INVESTIGACION

Rubro-Denominación	Costo USD	Justificación
Estudiantes	900,00	Horas de trabajo en el trabajo de titulación.
Bibliografía	100,00	Libros y soporte para el desarrollo de la investigación.
Servicio de internet	90,00	Servicio de internet para recopilar información para la investigación.
Impresiones y materiales de oficina	200,00	Impresiones e insumos que serán requeridos para la presentación del trabajo.
Móvilización y Logística	100,00	Gastos operativos de la investigación
TOTAL	1.390,00	

2.13 Financiamiento: Propio

2.14 Esquema tentativo

Capítulo I: Estudio de Mercado

1.1 Identificación del potencial segmento de mercado

1.2 Mercado de oferta

1.3 Mercado de demanda

1.4 Balance oferta - demanda

1.5 Definición de los productos y servicios a ofertarse

1.6 Establecimiento de precios y estrategias de precios

1.7 Establecimiento de condiciones de comercialización

Capítulo II: Estudio técnico del proyecto

2.1 Ubicación del proyecto

2.2 Determinación del tamaño

2.3 Procesos de producción

2.4 Descripción de requerimientos de infraestructura y equipamiento

2.5 Descripción de requerimientos de materia prima y mano de obra, características del abastecimiento de las materias primas

Capítulo III: Administración y planificación del proyecto

3.1 Tipo de empresa

3.2 Organigrama

3.3 Distribución de funciones y responsabilidades

Capítulo IV: Evaluación financiera del proyecto

4.1 Plan de inversiones e identificación de fuentes de financiamiento

4.2 Establecimiento de costos de operación del proyecto: Costos de producción y Costos de administración

4.3 Proyección de ingresos

4.4 Formulación del flujo de caja

4.5 Índices de evaluación financiera: VAN, TIR

Conclusiones

Análisis e interpretación de resultados

Análisis de los resultados de estudio de mercado

Análisis de indicadores de resultados

Análisis de sensibilidad

Recomendaciones.

Bibliografía.

2.15 Cronograma

CRONOGRAMA

OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDAD	RESULTADO ESPERADO	TIEMPO (SEMANAS)
Realizar el estudio de mercado, para determinar si en el marco de la relación oferta – demanda de entretenimiento en bares y discotecas existe un nicho no atendido de público que busca espacios libres de alcohol.	Revisión y análisis de fuentes estadísticas para establecimiento de población objetivo, proporción de consumidores de alto riesgo ocasional. Establecimiento de proporción de población que constituye el segmento de mercado	Estudio de mercado a través del cual se establezca la potencial proporción de consumidores del producto	4 semanas
Diseñar un portafolio de servicios que integre nuevas alternativas de entretenimiento y posicionamiento comercial de la marca	Determinar los productos que se van a ofertar en el bar sin alcohol Establecer los procedimientos para la preparación de los productos	Portafolio de servicios a ofertar en el Bar sin Resaca	4 semanas

frente a competencia	Determinar los requerimientos tanto de equipos, materias primas y mano de obra necesarios para la obtención de los productos		
	Costeo de requerimientos tanto en inversión como en operación		
Definir procesos administrativos y de operaciones que optimicen los recursos, reduzcan los desperdicios y eliminen los cuellos de botella con un enfoque hacia la satisfacción del cliente	Análisis de los requerimientos de personal	Orgánico – funcional para la operación del proyecto	2 semanas
	Establecimiento de estructura organizacional óptima		
	Costeo de nómina		
Evaluar la factibilidad del proyecto a través del análisis de principales indicadores financieros	Consolidación de montos de inversión y operación en modelo financiero	Evaluación de factibilidad del proyecto a través del análisis de principales indicadores financieros	2 semanas
	Formulación del flujo de caja		
	Obtención de estados financieros proyectados		
Total semanas			12

2.16 Referencias

Malhotra, Naresh K. (1997). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico. México. Prentice Hall, INC.

Fleitman, Jack (2000) Como empezar una empresa exitosa. México. PAX

Mintzberg, Henry (1997). Planeación Estratégica. México. Editorial Fernandez

Quinn, James Brian (1997). Proceso Estratégico. México. Prentice Hall Hispanoamerica S.A.

2.17 Anexos (opcional)

2.18 Firma de responsabilidad estudiante

Estudiante:

Catalina de Grazia

Catalina Monserrath de Grazia Salamea

Estudiante:

Juana Catalina Mosquera

Juana Catalina Mosquera Vintimilla

2.19 Firma de responsabilidad director sugerido

Paul Vanegas

Econ. Paul Vanegas

2.20 Fecha de entrega:

06 de marzo de 2015

0640788