

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA
(F.A.F.I)**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
GESTIÓN EMPRESARIAL**



**TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN CAFÉ BAR EN LA CIUDAD DE BABAHOYO
DEL CANTÓN BABAHOYO DE LA PROVINCIA DE
LOS RÍOS”**

**AUTORES
MARCELA ELITA COTTO VALENCIA
JESICA YOVANA VALENCIA VERA**

**DIRECTOR DE TESIS
ING. LUIS LOZANO CHAGUAY**

**LECTORA DE TESIS
ECON. VERÓNICA MERCHÁN JÁCOME**

2011

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA TESIS

Declaro que la siguiente investigación es inédita y que todos los contenidos son responsabilidad de las autoras.

Marcela Elita Cotto Valencia

Jesica Yovana Valencia Vera

DEDICATORIA

A Dios, por bendecir mi existencia y guiarme por el buen camino, para convertirme en profesional.

A mi mamá, por ser la mujer más trabajadora y amorosa que siempre enfoca todos sus esfuerzos para la educación y el bienestar de sus hijos.

A toda mi familia, por ser incondicionales y demostrarme todo su amor.

A mis amigos, por compartir momentos especiales que me llevo en mi mente y corazón y que al recordar siempre me harán sonreír.

Marcela Elita Cotto Valencia

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y los medios para conseguir este sueño de ser una profesional integra.

A mis padres por su apoyo constante y amor incondicional desde mi niñez y hasta lo que soy hoy en día.

Y por último a mis amigos y compañeros por aprender un poco de cada uno y por los instantes de compañía.

Jesica Yovana Valencia Vera

AGRADECIMIENTO

A Dios, por bendecir mi camino de vida universitaria y convertirme hoy en un profesional con valores éticos y morales para servir a la sociedad.

A la FAFI, a sus directivos y docentes, por formar profesionales íntegros, en la realización del proyecto de vida en cada uno de sus estudiantes.

Y a todas aquellas personas que acompañaron mi proceso de aprendizaje y estadia en la universidad.

Marcela Elita Cotto Valencia

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi guía en todos los momentos de mi vida tanto personal como universitaria.

A la FAFI y a sus directivos y docentes, por inculcar en cada uno de nosotros los valores del respeto y ética profesional.

Y a todos mis amigos con los cuales compartimos momentos de mucha felicidad y camaradería.

Jesica Yovana Valencia Vera

ÍNDICE GENERAL

Pág.

PORTADA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA TESIS

i

DEDICATORIA

iii

AGRADECIMIENTO

v

ÍNDICE GENERAL

vi

INTRODUCCIÓN

ix

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema.....1

1.1.1. Ubicación del sector donde va a realizar la investigación.....1

1.1.2. Situación Problemática.....	2
1.1.3. Delimitación de la Investigación.....	3
1.1.4. Formulación del Problema	3
1.1.5. Subpreguntas.....	3
1.2. Objetivos	4
1.2.1. Objetivo General	4
1.2.2. Objetivos Específicos.....	4
1.3. Justificación.....	5

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación.....	7
2.2. Fundamentación Científica.....	9
2.3. Marco Conceptual.....	17
2.4. Hipótesis.....	19
2.4.1. Hipótesis General.....	19
2.4.2. Hipótesis Específicas.....	19
2.5 Variables.....	20

2.5.1. Variable	
Dependiente.....	20
2.5.2. Variable Independiente.....	20
2.6. Operacionalización de las Variables.....	21

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidad de la Investigación.....	22
3.2. Tipo de Investigación.....	22
3.3. Métodos y Técnicas.....	24
3.4. Población y Muestra.....	24
3.5. Encuestas.....	
27	
3.6. Interpretación de Datos.....	
.....	46

CAPITULO IV

MARCO PROPOSITIVO

4.1 Título.....	47
4.2. Desarrollo de la Propuesta.....	47
4.3. Conclusiones.....	134
4.4. Recomendaciones.....	136

4.5	Bibliografía.....	137
-----	-------------------	-----

ANEXOS

Anexo N° 1.....	140
Anexo N° 2.....	143

INTRODUCCIÓN

El índice de creación de empresas en una economía, es un factor esencial para medir su progreso y sus expectativas de futuro. Fomentar la puesta en marcha de nuevos negocios beneficiará a una economía en aspectos cruciales como el aumento de competitividad.

La meta fundamental en la creación de empresa es innovar constantemente con el fin de brindar mayor calidad y diversidad en los productos y servicios ofrecidos para estar a la vanguardia de las exigencias de los clientes.

En toda empresa que inicia su ciclo de vida, es indispensable limitar el número de empleados que se tendrán, al igual que la cantidad de sucursales y recursos materiales que sean necesarios, con el fin de realizar un presupuesto que permita determinar el volumen de los negocios en un período determinado.

La investigación es un medio que permite observar la viabilidad de la creación del Café Bar en la Ciudad de Babahoyo, debido a que se analizan diversos factores académicos, sociales, culturales y económicos, se obtiene un resultado confiable con un enfoque crítico.

N SUCAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

1.1.1. Ubicación del sector donde va a realizar la investigación.

La Provincia de Los Ríos se encuentra en el Litoral Ecuatoriano, es parte vital de la Cuenca del Río Guayas, tiene una extensión de 7.150,9 km², equivalente al 2.8% del territorio nacional.

Tiene una población de 650.178 habitantes (5,3% del país), el cantón Babahoyo posee un total de 132.824 habitantes, su población urbana es de 76.869 y la rural de 55.955 habitantes por km².

El Cantón Babahoyo, está dividido en cuatro parroquias rurales y cuatro parroquias urbanas, estas últimas se asientan en la ciudad de Babahoyo, siendo las parroquias El Salto, Barreiro, Clemente Baquerizo y Camilo Ponce Enríquez.

La Ciudad de Babahoyo, tiene aproximadamente en su entorno urbano 75.200 habitantes. La Microempresa se ubicara en la parroquia Camilo Ponce en la Avenida 10 de Agosto y Flores.

1.1.2. Situación Problemática

El estudio de factibilidad para la creación de un Café Bar, en la Ciudad de Babahoyo, permite conocer las estructuras actuales que se presentan en cuanto a este tipo de establecimientos en el lugar de estudio, determinando el grado de satisfacción del cliente y las expectativas que tienen sobre la alternativa planteada, en cuanto entretenimiento y diversión.

La creación de empresa, requiere de un estudio previo donde se identifiquen los puntos fuertes y débiles, tanto del medio externo como del ambiente interno, esto con el fin de generar estrategias a nivel administrativo, comercial, financiero, de producción y de personal que permitan dirigir la nueva organización por el camino del éxito.

1.1.3. Delimitación del Problema

La investigación se encuentra inmersa en el campo de desarrollo

empresarial en el área de creación de empresas, en este aspecto la creación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo.

1.1.4. Formulación del Problema

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo?

Este trabajo investigativo se realizará en el Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos durante el año 2010.

1.1.5. Subpreguntas

- ✓ ¿Existe un estudio de mercado actualmente?

- ✓ ¿Qué beneficio traería consigo la implementación de un Café Bar?

1.2 Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de un Café Bar, en la Ciudad de Babahoyo donde se brinde nuevas alternativas de entretenimiento y variedad en productos y servicios.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Hacer un estudio de mercado basado en la observación de los productos, servicios y clientes de la competencia, mediante visitas a estos lugares y encuestas a los habitantes y transeúntes del sector, con el fin de establecer el grado de aceptación del Café en la Ciudad de Babahoyo.

- Conocer el impacto ambiental que genera la creación del Café Bar en la Ciudad de Babahoyo, con el propósito de tomar las medidas correctivas y preventivas necesarias.

- Determinar la infraestructura, los proveedores, los insumos y el personal necesario para el funcionamiento diario del establecimiento, basado en la cuantificación de la demanda.

1.3. Justificación

En Babahoyo debido a la situación económica que vivimos hoy en día, es indispensable que los profesionales enfoquen todos sus esfuerzos hacia la generación de empleo, con el propósito de contribuir no solo al mejoramiento de su calidad de vida, sino al de toda una comunidad.

En la actualidad son muchos los graduados de diferentes facultades, que se frustran en determinado puesto de trabajo, debido a que no se desarrollan integralmente como persona y como profesional, es por esta razón que al crear una empresa se pueden aplicar los diferentes métodos en los campos administrativos y económicos.

Como administradores, se plantea la creación de un Café Bar y de esta forma utilizar adecuadamente los conocimientos adquiridos para alcanzar un crecimiento empresarial y social con nuestro mercado objetivo.

Crear empresas significa aumentar el nivel de competencia del mercado, lo que se traduce en:

- Mayores índices de eficacia.
- Mayor optimización de costos productivos.

- Menores precios.
- Mayor variedad de oferta.
- Mayor libertad de elección para los consumidores.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

La investigación orientada hacia la creación de un Café Bar tiene su origen en la iniciativa de crear empresa, justificada en los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria por dos egresadas de la Facultad de Administración de Empresas y Gestión de Empresas, que tienen el objetivo de generar empleo para contribuir al desarrollo social y económico de su país.

Las principales causas que originan los síntomas del problema, tienen su razón de ser en la falta de competitividad debido a que no ofrecen innovación y variedad en los productos y servicios del segmento de mercado referente a los Café Bar en la Ciudad de Babahoyo.

De acuerdo a la monotonía y falta de originalidad de los Café Bar existentes en el sector de estudio, los clientes potenciales y reales buscarán nuevos mercados donde puedan satisfacer sus expectativas de diversión y esparcimiento, puesto que son necesidades fundamentales para todo ser humano.

Es por ello, que se realiza una investigación científica orientada hacia la creación de un nuevo Café Bar que les permita a las personas disfrutar de un ambiente acogedor y de una gran variedad de bebidas y alimentos, además de nuevos servicios como la presentación de grupos musicales y comediantes que contribuyan con su aporte a la cultura.

En el estudio de factibilidad para la creación del Café Bar en la ciudad de Babahoyo, es fundamental realizar diferentes estudios administrativos, de mercados, estadísticos, de procesos y financieros con el fin de obtener resultados estratégicos que permitan evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Para la realización del proyecto es indispensable contar con una serie de recursos materiales que permitan dar inicio a la creación del Café Bar, en cuanto a los recursos humanos es necesario el trabajo de los investigadores para su puesta en marcha y de todo el grupo de colaboradores necesarios que lo integren durante su funcionamiento.

Este proyecto tendrá su ubicación física en la Ciudad de Babahoyo, debido a que es una zona muy frecuentada y cuenta con pocos establecimientos con las características planteadas.

2.2. Fundamentación Científica

En el marco teórico se encuentran relacionados los diferentes parámetros, que se deben tener en cuenta para la creación de una microempresa, en este caso la creación de un Café Bar en la Ciudad de

Babahoyo, se plantea un enfoque administrativo, de marketing y financiero.

Para el buen desarrollo de una microempresa es fundamental el tener unas bases teóricas con el fin de obtener los mejores resultados, como el estudio de mercado necesario para el enfoque del tipo de clientes, observar la competencia, ubicarse de forma estratégica y proyectarse con campañas publicitarias¹, el estudio financiero permite mejores condiciones de capital y de financiamiento, de otro lado el estudio administrativo en las microempresas como Café Bar es fundamental, ya que permite un crecimiento empresarial eficiente para lograr consagrarse con personal capacitado donde conozca su empresa como su mercado y su entorno político y social, obteniendo un control en el desarrollo empresarial.

Enfoque Administrativo

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología en los procesos industriales y el impacto de la electrónica, tanto en los aspectos productivos como en los de gestión y control de las actividades económicas, hacen que cada vez sea más necesaria la constante actualización de los conceptos que marcan la dirección empresarial.

La incesante aparición de nuevos productos y la evolución de los mercados llevan a una necesidad de “conocer” el día a día para poder reaccionar de una manera ágil y eficaz, a fin de evitar ser marginados del mercado por la competencia o por la obsolescencia de los productos y servicios ofertados.

Es indispensable, que como futuras Administradoras de nuestra propia empresa tener muy en cuenta las funciones básicas del cargo, como son:

- Establecer objetivos.
- Planificar el trabajo de sus colaboradores (para conseguir dichos objetivos).
- Organizar el trabajo planificado, de tal modo que se realice de la manera más efectiva y eficiente.
- Motivar a los colaboradores a fin de que lleven a cabo la labor planificada tal como se había organizado.
- Controlar la ejecución del trabajo.

1.- Philip Kolter. Fundamentos de Marketing. Tercera Edición.

Este proceso se verifica en todos los niveles y en todos los departamentos de la empresa, de tal modo que en definitiva se constituye en un sistema.

Es importante tener en cuenta las siguientes características que debe

tener el pequeño empresario:

- Espíritu emprendedor: Es el deseo de plasmar las ideas en una obra viva y de aplicar sus aptitudes al mundo de los negocios. El espíritu empresarial que constituye el motor de su actividad, le permite ver oportunidades donde otros no ven nada, y que le impulse a emprender negocios allí donde otros solo encuentran dificultades insuperables, no está exento de riesgos, una vez por defecto y otras por exceso.
- Entre el lucro y ciertos imperativos. La segunda peculiaridad distintiva del pequeño y mediano empresario es la de moverse en un terreno intermedio entre el frío afán de lucro y los imperativos personales y familiares.
- Estas consideraciones pueden ocultar un serio peligro para el empresario. Por ejemplo, no se debe elegir los proveedores solo por amistad o por vínculos familiares, sino porque además, los precios sean idénticos o más convenientes, los plazos de entrega iguales o más cortos, las condiciones de pago más favorables y las partidas defectuosas menos frecuentes, no hay que dejarse arrastrar por consideraciones personales, familiares ó sociales que puedan poner en peligro la supervivencia de la empresa.

Enfoque de Marketing

El enfoque de Marketing² se orienta al conjunto de operaciones que realiza la empresa desde que dispone de las mercancías para la venta, hasta que estas se ponen al alcance de los consumidores.

Es muy importante tener bien claro los objetivos que se pretenden alcanzar con el estudio de mercado, ya que este supone para el empresario un costo complementario a la inversión realizada, que se verá compensado con el aumento en la cifra de ventas que trata de conseguir. Un buen estudio de mercado debe contener la información básica necesaria sobre los siguientes aspectos:

- Tipo de clientes que pueden proporcionar mayor utilidad a la empresa, así como los aspectos más débiles del mercado.
- Cambios que se van produciendo en cuanto a gustos y preferencias de los consumidores.
- Estrategias y objetivos que se han de alcanzar para poder realizar

2.- Philip Kolter. Fundamentos de Marketing. Tercera Edición.

Antes de emprender cualquier campaña de promoción, e incluso antes de perfilar una política general al respecto, se debe realizar un cuidadoso estudio de mercado para determinar su dimensión, sus características y

el comportamiento de la competencia.

- Dimensión: Para elaborar un plan de promoción, el empresario debe conocer la dimensión física y demográfica del mercado al que piensa orientar sus actividades.
- Características: Otro aspecto importante es definir las características del sector socio-económico del mercado sobre el que se va a actuar. Se debe establecer los siguientes puntos antes de poner en marcha un plan de ventas.
 - Potencial demográfico de la zona y tendencia.
 - Características socioeconómicas de la población: grupos de edad,
 - existencia de industrias u organismos públicos, nivel de ingresos, situación profesional, etc.
 - Hábitos de consumo de la población.
- Competencia: De poco valdrán nuestros conocimientos del mercado y de sus características socioeconómicas, si no sabemos el grado de saturación producido por la oferta de nuestros competidores.

No hay que olvidar la ley de los rendimientos decrecientes, por lo que, si

para ganar unos cuantos puntos de participación en el mercado es preciso realizar una inversión desproporcionada, lo mejor será abandonar la empresa.

Enfoque Financiero

Toda empresa que acude a los medios de financiación³ para obtener recursos lo hace con la confianza de obtener con ellos la máxima utilidad, con lo cual podrá devolver ese capital con el costo correspondiente, después de haber invertido de la manera más adecuada.

Este principio es básico para todo tipo de empresa, pues cuanto más se desarrolla y crezca más necesitará de capital para continuar su crecimiento.

Para conseguir los créditos que necesita, el empresario debe acudir a las fuentes de financiación habituales con la mayor preparación profesional posible, pues va a negociar con auténticos expertos en estos temas.

Necesita conocer, por lo tanto:

3.- Juan González Pedrero. Administración Financiera. Edición México

- En qué va a invertir, cuánto dinero y de qué manera
- Cuánto y cómo devolverá el capital recibido

Con la información contable, la empresa podrá controlar sus cobros y

pagos, sus gastos e ingresos y sus necesidades financieras, y cuantificar el cumplimiento de los objetivos y las provisiones.

En una palabra la empresa dispondrá de instrumentos adecuados de gestión y podrá determinar su propio rumbo.

La necesidad de financiación no se manifiesta de la misma manera en todas las etapas del ciclo de vida de la empresa. Es difícil, por consiguiente, establecer unas reglas comunes y generales, ya que esa necesidad depende en gran medida de la actividad y del entorno económico. A continuación se relacionan las tres fases claves en el desarrollo de toda empresa:

- Constitución e introducción en el mercado: En la fase inicial del ciclo de vida de la empresa, la financiación propia adquiere gran relevancia, pues aquella no es conocida en el mundo exterior, que será hostil en principio a facilitar la financiación necesaria para su puesta en marcha.

- Desarrollo: Para la financiación de la empresa en esta etapa se puede acudir a las reservas que se han debido crear con anterioridad, esto es la autofinanciación que parece ser en principio el método más económico y más seguro.

- Consolidación: Siguiendo el camino que se ha trazado para enmarcar la vida de la empresa, se llega a la etapa final de consolidación. Esto no quiere decir que se tenga que fijar un límite, conseguido el cual, el único objetivo será el mantenimiento del nivel alcanzado, sino que siempre habrá que marcar nuevos objetivos para el sostenimiento de la organización.

2.3. Marco Conceptual

A continuación se definen los términos que se presentan en el siguiente trabajo y que pueden llegar a ser desconocidos para los lectores.

Bebidas alcohólicas: Cualquiera de la multitud de bebidas con elevado contenido de alcohol, producidas por destilación, anteriormente llamadas

aguardientes.

Café Bar: Lugar donde se ofrece alimentos, bebidas con o sin alcohol, con ambientación musical en el horario del medio día a las dos de la mañana.

Crear: Establecer, fundar, introducir por vez primera algo; hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado. Crear una industria ó empresa.

Empresa: Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Empresa privada: Asume todos los riesgos inherentes a una actividad económica, aunque estos riesgos se pueden reducir gracias a subvenciones públicas y otras ayudas del Gobierno.

Estudio de Factibilidad: Análisis de posibilidades, en la etapa de estudios de preinversión de un determinado proyecto, relativo a su viabilidad y conveniencia, con el fin de llegar a establecer en detalle las opciones de obtener un objetivo específico, utilidades o beneficios sociales en un grado máximo posible del proyecto.

Identidad: Concepto lógico que designa el carácter de todo aquello que

permanece único e idéntico a sí mismo, pese a que tenga diferentes apariencias o pueda ser percibido de distinta forma. La identidad se contrapone, en cierto modo, a la variedad, y siempre supone un rasgo de permanencia e invariabilidad.

Infraestructura: Son los recursos materiales y humanos con los que cuenta para el funcionamiento de un negocio o empresa.

Música: Arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzcan deleite, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre ó tristemente.

Mercado: Los grandes grupos de compradores y vendedores de diversas clases de bienes o de servicios inciden en la oferta y la demanda en cantidades, calidades y precios.

2.4 Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

Con el diseño de un estudio de factibilidad para la creación de un Café Bar en la ciudad de Babahoyo se comprobara la viabilidad del proyecto.

2.4.2. Hipótesis Específicas

- Realizando un estudio de mercado basado en la observación de los productos, servicios y clientes de la competencia se establecerá el grado de aceptación del Café en la Ciudad de Babahoyo.
- Conociendo el impacto ambiental que genera la creación del Café Bar en la Ciudad de Babahoyo, se podrá tomar las medidas correctivas y preventivas necesarias.
- Determinando la infraestructura, los proveedores, los insumos y el personal necesario se lograra el funcionamiento eficiente diario del establecimiento, basado en la cuantificación de la demanda.

2.5. Variables de Estudio

2.5.1. Variables Dependientes

Implementación del proyecto.- Poner en funcionamiento o en actividad un negocio para satisfacer las necesidades de los clientes.

2.5.2. Variables Independientes

Estudio de Factibilidad.- Realización diferentes estudios administrativos, de mercados, estadísticos, de procesos y financieros con el fin de obtener resultados estratégicos que permitan evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto

2.6. Operacionalización de las Variables

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Índices
VARIABLE DEPENDIENTE Implementación del proyecto.- Poner en funcionamiento o en actividad un negocio	Disponibilidad de recursos	<ul style="list-style-type: none">• Recursos Humanos• Recursos Materiales	¿Se ha estimado el presupuesto para la implantación del proyecto? ¿En que forma se realiza la evaluación de

para satisfacer las necesidades de los clientes.		<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Económicos 	calidad de la materia prima?
<p style="text-align: center;">VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Estudio de Factibilidad. Realización de diferentes estudios administrativos, de mercados, estadísticos, de procesos y financieros con el fin de obtener resultados estratégicos que permitan evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.</p>	Conocimiento sobre viabilidad del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio Técnico • Estudio de Mercado • Estudio Estadístico • Estudio Financiero • Estudio Administrativo 	<p>¿Se conoce los gustos y preferencias de los clientes potenciales?</p> <p>¿Se tiene previsto la tecnología y espacio físico necesario para ejecución del proyecto?</p>

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Modalidad de la Investigación

El proceso de recolección de información es la actividad central del

trabajo de campo, y los medios utilizados para tal fin.

En primer lugar se realizara un estudio de exploración cualitativo basado en la observación, con el fin obtener una visión más clara de la aceptación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo.

Posteriormente, se realizara una investigación cuantitativa de tipo aleatorio por medio de entrevista aplicada a los transeúntes de la localidad.

3.2. Tipo de Investigación

Según Carlos Méndez, el tipo de estudio descriptivo⁴ es aquel que consiste en identificar características del universo de investigación, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos y descubre y

4.- Carlos Méndez. Investigación Científica. México. Cuarta Edición. s delimitar los hechos que conforman el problema de investigación.

Este tipo de investigación permite:

- Establecer las características demográficas de unidades investigadas.

- Identificar las formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación.
- Descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación.

Por lo tanto la investigación orientada a la creación de un Café Bar posee este tipo de estudio descriptivo, debido a que tiene una población identificada por ingresos y por edades, de igual forma se establece las necesidades de consumo en la Ciudad de Babahoyo, por otro lado conoce claramente a sus competidores y por último porque establece unas medidas de información por medio de entrevistas y cuestionarios dirigidas a los habitantes y visitantes del sector.

3.3. Métodos y Técnicas

El método a aplicar será el analítico en un estudio de campo; el cual permitirá recolectar los datos de interés en forma directa de la realidad, como instrumentos y técnicas de recolección de datos se utilizará la entrevista semiestructurada.

La investigación precisa de un plan que permita dar respuesta a ciertos interrogantes. Este enfoque tiene que estar interrelacionado al problema en estudio y al tipo de investigación seleccionada. Este plan definirá el diseño de la investigación y abarcará los pasos y estrategias para llevarla a cabo en forma clara y sistemática la factibilidad del proyecto.

3.4. Población y Muestra

Se trata de una muestra no probabilística por cuanto no se depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con la investigación, tales como las decisiones y los criterios que de entrada los autores toman para la recolección de información.

La población estará constituida de la siguiente manera:

Denominacion	Cantidad
Poblacion	45,850
Total	45,850

La muestra en sentido genérico, es una parte del universo, que reúne todas las condiciones o características de la población, de manera que sea lo más pequeña posible, pero sin perder exactitud.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2}$$

Se ha estimado el tamaño de la muestra mediante el

sistema de muestreo aleatorio simple, siendo:

N = Población. (45.850)

Z = Margen de confiabilidad. (1.96)

P = Posibilidad de éxito. (0.5)

Q = Probabilidad de fracaso. (0.5)

E = Error de estimación admitido. (0.05)

n = Tamaño de la muestra.

N = 45.850

Z = 1.96

P = 0.5

Q = 0.5

E = 0.05

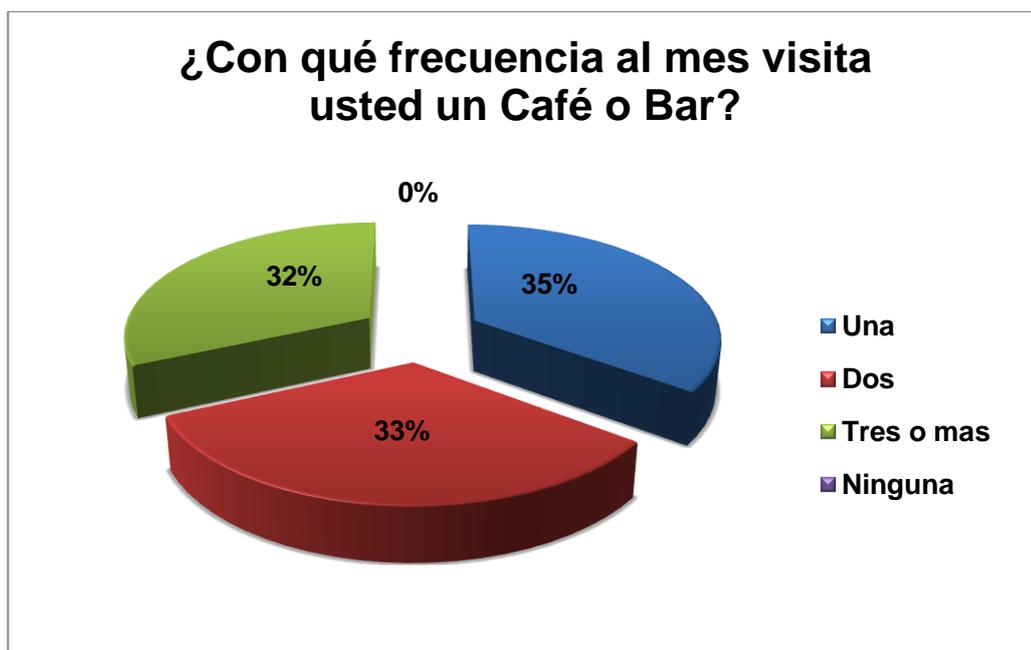
$$n = \frac{(N-1) * E^2 + Z^2 * P * Q}{\left(\frac{45,849 * 0.003}{3.8416 * 0.5 * 0.5} \right) + \frac{45,850}{3.8416 * 0.5 * 0.5}}$$

n= 381

3.5. Encuestas

1. ¿Con qué frecuencia al mes visita usted un Café o Bar?

Detalle	Frecuencia	%
Una	134	35%
Dos	126	33%
Tres o mas	121	32%
Ninguna	0	0%
Total	381	100%



Análisis:

Según la encuesta aplicada a una muestra de 381 personas se nota claramente que la mayoría de los transeúntes de esta ciudad acude por lo menos una vez al mes a un establecimiento tipo Café Bar, debido a que el 33% de los encuestados visita estos lugares dos veces al mes y solo un 32%, frecuentan este tipo de establecimientos de manera habitual.

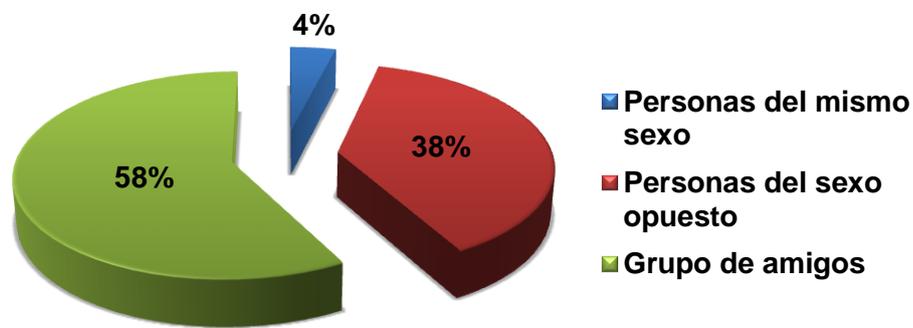
Los porcentajes arrojados en esta pregunta demuestran una

homogeneidad, debido a que las personas no tienen un día específico para acudir a este tipo de establecimientos, puesto que los bares que ofrecen baile si tienen días pico semanalmente, donde incrementan el ingreso de clientes y consumo de bebidas.

2. ¿Con quienes suele usted ir acompañado a estos sitios?

Detalle	Frecuencia	%
Personas del mismo sexo	15	4%
Personas del sexo opuesto	145	38%
Grupo de amigos	221	58%
Total	381	100%

¿Con quienes suele usted ir acompañado a estos sitios?



Análisis:

Se evidencia claramente que un 58% de los encuestados prefiere visitar este tipo de establecimientos en compañía de su grupo de amigos, lo que da lugar a que más personas conozcan el establecimiento y si este cumple sus expectativas por ende la demanda se ve afectada positivamente.

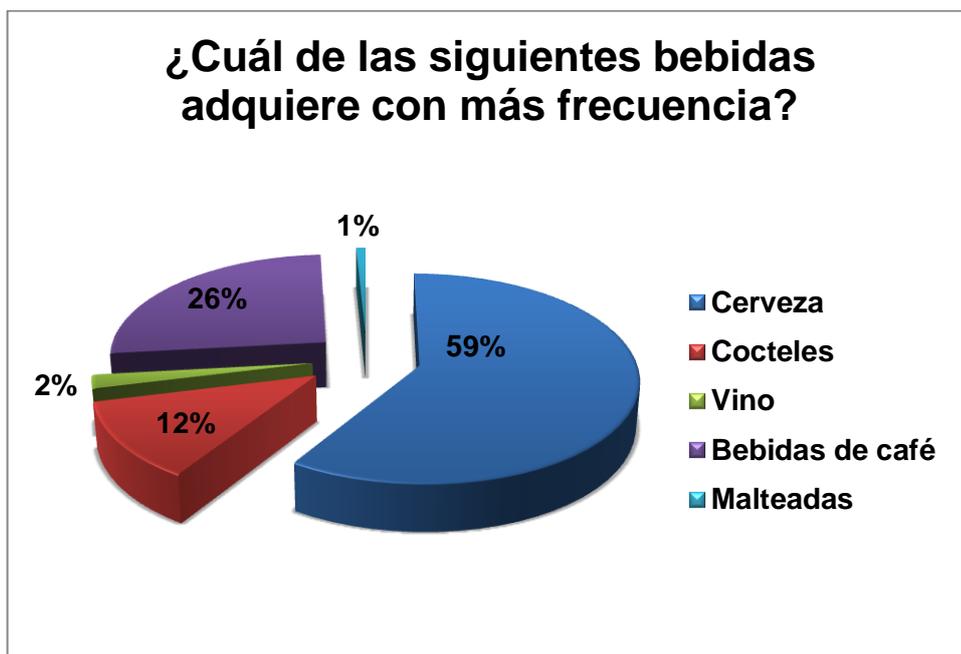
El 38% de la muestra frecuenta un Café Bar en pareja y solo un 4% suele dirigirse a estos lugares en compañía de una persona del mismo sexo.

La tendencia de visitar este tipo de establecimientos en grupo, se debe a que brinda un lugar tranquilo para dialogar y divertirse, por lo tanto los grupos de oficina, universitarios o simplemente amigos, buscan un sitio de estos para compartir un rato agradable. De igual forma, un Café Bar es apropiado para visitar en pareja debido a la ambientación de este tipo de establecimientos, a las bebidas y alimentos que ofrecen a sus clientes.

3. ¿Cuál de las siguientes bebidas adquiere con más frecuencia?

Detalle	Frecuencia	%
Cerveza	225	59%
Cocteles	46	12%
Vino	8	2%
Bebidas de café	99	26%
Malteadas	3	1%
Total	381	100%

¿Cuál de las siguientes bebidas adquiere con más frecuencia?



Análisis:

La bebida preferida de la población objeto de estudio es la cerveza en un 59%, esta tendencia es debido a que la mayoría de las personas frecuentan un Café Bar en compañía de su grupo de amigos y a que es la bebida con mayor popularidad en el país. Un 26% de los encuestados consumen bebidas de café, esto a que en ocasiones las personas no desean consumir licor y toman este producto como un bien sustituto.

El 12% adquiere bebidas tipo cóctel, este bajo porcentaje se puede dar ya que los precios de estos productos son un poco altos. Tan solo un 2% estipuló que la bebida que más consume es el vino. Por último, se evidencia la baja tendencia del consumo de malteada con tan solo un 1% de participación.

4. ¿Cual de las siguientes comidas es de su preferencia?

Detalle	Frecuencia	%
Cazuela de Mariscos	164	43%
Parrillada Mixta	130	34%
Chuleta de Ternera Rellena	87	23%
Total	381	100%



Análisis:

Se puede evidenciar claramente que la comida que consumen con mayor frecuencia los encuestados en un Café Bar en el horario nocturno, es la cazuela de Mariscos con un 43% y las parrilladas con un 34%, esto se debe a que este tipo de comidas son las más adecuadas para acompañar

las bebidas preferidas de las personas.

De igual forma, las comidas de menor preferencia son las chuletas de ternera rellena con un 23%.

Es claro que el tipo de acompañamiento de mayor reconocimiento actualmente son los mariscos, esto debido a que la sociedad es cada vez más conocedora de la buena cocina, gracias a establecimientos que han decidido dar a conocer este tipo de alimentos en el país.

5. ¿Cuáles de los eventos mencionados a continuación, le gustaría encontrar en este tipo de establecimientos?

Detalle	Frecuencia	%
Comediante	72	19%
Musica en vivo	203	53%
Videos - Conciertos	72	19%
Futbol	34	9%
Total	381	100%



Análisis:

En cuanto a los eventos que el consumidor desea encontrar en este tipo de establecimientos, la tendencia se inclina notablemente hacia la música, puesto que el 53% gusta de la música en vivo y el 19% de los video – conciertos. Las diferentes actividades que se pueden presentar en estos

lugares para ofrecer al cliente diversión y esparcimiento y que no están relacionadas con la música muestran una minoría con un 19% para la comedia y un 9% en transmisión de partidos de fútbol.

Ofrecer este tipo de eventos en un establecimiento tipo Café Bar, permite que las personas que acuden frecuentemente al mismo café, no encuentren monotonía, sino por el contrario variedad en la diversión y esto a su vez, crea fidelidad en los clientes que gustan visitar el lugar.

6. ¿Le gustaría encontrar un Café Bar, donde su estructura física sea época antigua?

Detalle	Frecuencia	%
Si	324	85%
No	57	15%
Total	381	100%



Análisis:

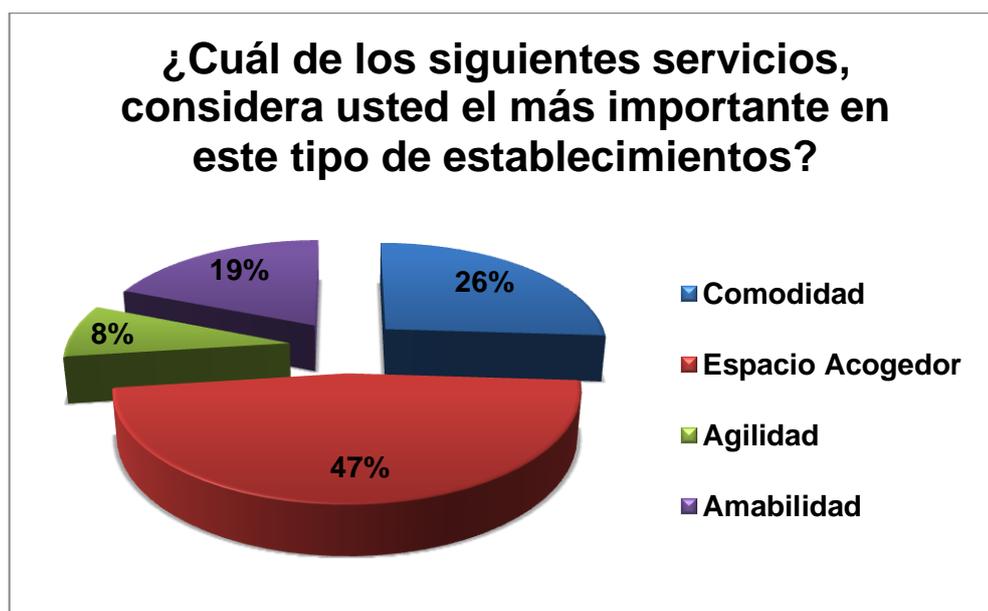
Con esta pregunta se pretende conocer si la estructura física con tendencia a época antigua del Café Bar, es viable y agradable a la percepción de los clientes. La mayoría de las personas encuestadas determinaron con un 85% una actitud positiva, dado que el patriotismo está presente en esta población. El 15% restante de la muestra no está

de acuerdo con la estructura física planteada en el cuestionamiento.

Con la estructura física, se planea mostrar lugares y personajes representativos del territorio nacional, con el fin de concientizar a los visitantes del Café Bar de lo positivo que tiene el país y que a pesar de la violencia y dificultades que se viven en el presente, existen varios artistas, escritores, deportistas, músicos y médicos que tienen en alto el nombre de nuestra patria, gracias a su talento y a la huella que dejan en cada una de sus actividades.

7. ¿Cuál de los siguientes servicios, considera usted el más importante en este tipo de establecimientos?

Detalle	Frecuencia	%
Comodidad	99	26%
Espacio Acogedor	179	47%
Agilidad	31	8%
Amabilidad	72	19%
Total	381	100%



Análisis:

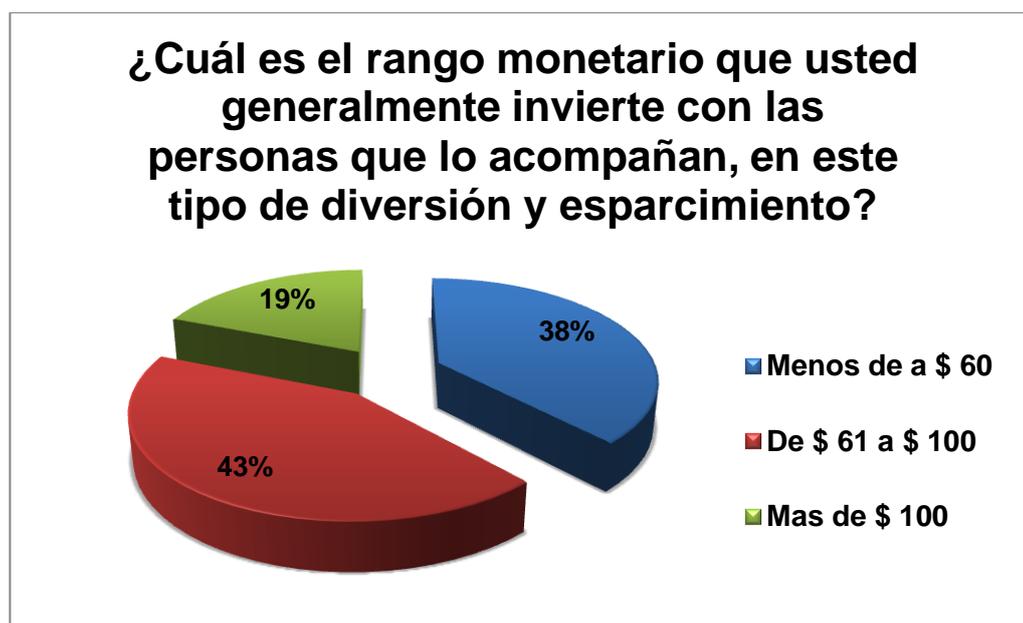
Es importante conocer el tipo de servicio que los clientes esperan encontrar en un Café Bar, con el fin de atender sus necesidades y expectativas. El 47% de la muestra considera que lo más importante, en este tipo de establecimientos es el espacio acogedor y la comodidad con

un 26%, la población restante opta por la amabilidad con un 19% y la agilidad con un 8%.

Por lo tanto, se puede concluir que lo más trascendental para el consumidor se encuentra en la estructura física y ambiente del negocio. Para el Café Bar estos cuatro aspectos son fundamentales para brindar un excelente servicio al cliente.

8. ¿Cuál es el rango monetario que usted generalmente invierte con las personas que lo acompañan, en este tipo de diversión y esparcimiento?

Detalle	Frecuencia	%
Menos de a \$ 60	145	38%
De \$ 61 a \$ 100	164	43%
Mas de \$ 100	72	19%
Total	381	100%



Análisis:

Esta pregunta se realiza con el fin de conocer el rango monetario que las personas están dispuestas a pagar por este tipo de diversión, cada vez que acude a estos lugares en diferentes compañías. La muestra dio como

resultado que el 38% gastan un promedio de menos de \$60, en cada una de sus visitas a estos establecimientos. El 43% invierte un promedio de \$61 a \$100 y solo el 19% más de \$100.

Es importante tener en cuenta que los consumidores de este último rango, tienen un estilo de vida alto y los productos que consumen son de mayor valor. Gracias a la reactivación económica que ha tenido el país en los últimos años, las condiciones de vida han mejorado, por lo tanto las personas tienen la posibilidad de invertir un mayor porcentaje de su salario, en diversión y esparcimiento.

9. ¿Su sexo es?

Detalle	Frecuencia	%
Masculino	255	67%
Femenino	126	33%
Total	381	100%

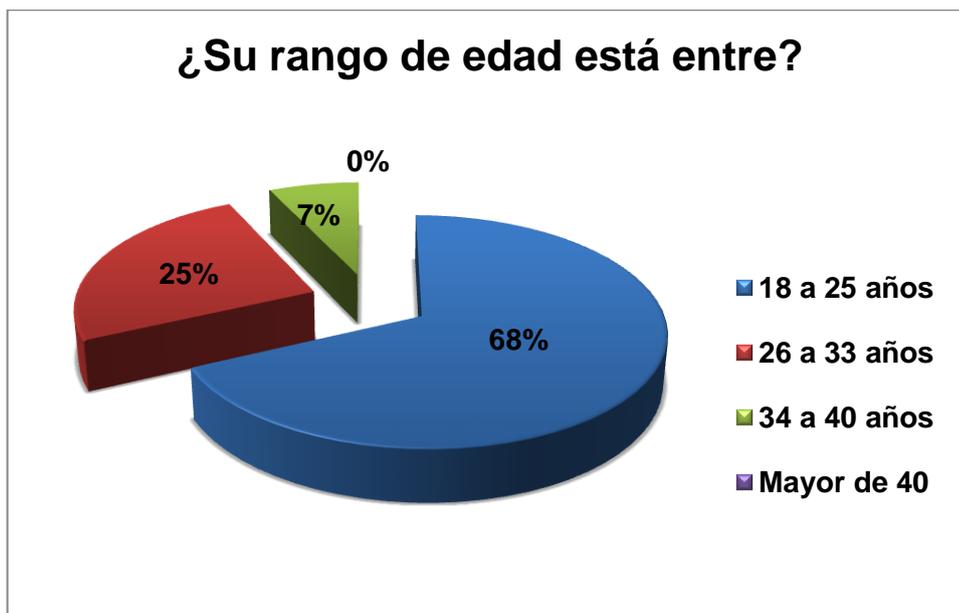


Análisis:

La muestra escogida es de 381 personas y está conformada con un 67% por el género masculino y un 33% por el género femenino, lo cual indica que este tipo de diversión gusta tanto a hombres como a mujeres.

10. ¿Su rango de edad está entre?

Detalle	Frecuencia	%
18 a 25 años	259	68%
26 a 33 años	95	25%
34 a 40 años	27	7%
Mayor de 40	0	0%
Total	381	100%



Análisis:

Esta pregunta se realiza con el fin de conocer las pautas para realizar una segmentación por edades, y de esta forma enfocar el tipo de música, de productos y servicios a ofrecer al mercado objetivo. El 68% de los encuestados son personas mayores de edad que no superan los 25 años,

es decir estudiantes universitarios, jóvenes trabajadores que ven en este tipo de establecimientos una buena opción para compartir con sus grupos de amigos.

El 25% de la muestra está en el rango de los 26 a los 33 años de edad, personas adultas que buscan un lugar tranquilo como diversión y el 7% se encuentra en el rango de edad de los 34 a los 40 años, lo cual indica que no todas las personas de este rango de edad encuentran una buena opción de esparcimiento en un Café Bar.

3.6. Interpretación de Datos

Los resultados de la encuesta, arrojan que las personas que acuden a un Café Bar son mujeres y hombres que están en su mayoría en un rango de edad entre los 18 y 25 años.

Usualmente, suelen ir acompañados por sus grupos de amigos y por lo tanto buscan un lugar que les brinde comodidad y espacio acogedor, adicionalmente les gustaría encontrar que este espacio sea de época antigua y les ofrezca diferentes alternativas relacionadas con la música, por ejemplo, la música en vivo y los video conciertos.

En cuanto a las preferencias de consumo, la cerveza es la bebida que se adquiere con mayor frecuencia y la suelen acompañar con cazuelas de mariscos o parrilladas, por lo tanto el rango que suelen pagar para este tipo de diversión oscila entre los \$61 y \$100.

CAPITULO IV

MARCO PROPOSITIVO

4.1 Título

CREACIÓN DEL CAFÉ BAR “NUESTRA TIERRA” EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

4.2. Desarrollo de la Propuesta

El Estudio Administrativo

El estudio administrativo⁵, comprende una serie de conocimientos, principios y herramientas que son indispensables para obtener la máxima eficacia y calidad en los resultados de la organización.

El éxito de la investigación radica en determinar correctamente los resultados que se pretenden obtener, así como del análisis del entorno para controlar las amenazas y debilidades que afecten el ente económico y de igual forma maximizar las oportunidades del mercado y las fortalezas de la empresa.

5.- Idalberto Chiavenato. Introducción a la Teoría General de la Administración. 5ª Edición. Bogotá. McGraw-Hill.

Planeación Estratégica

La planeación estratégica⁶ está en manos de la alta dirección y brinda los lineamientos que permiten desarrollar planes tácticos y operacionales.

A continuación se describen los elementos del plan estratégico para el Café Bar “Nuestra Tierra”.

Misión

Somos una empresa que ofrece bebidas y alimentos de calidad en un ambiente de estructura ecuatoriana, que busca satisfacer las necesidades de diversión y esparcimiento de nuestros clientes, a través de un servicio oportuno, que permita afianzar los lazos comerciales de la organización y por ende contribuir al desarrollo de nuestro país.

Visión

Ser reconocidos para el año 2013, como la empresa de mayor posicionamiento en el mercado de los Café Bar del sector de Ciudad de Babahoyo, por el servicio y productos de calidad ofrecidos a nuestros clientes, brindando oportunidades de progreso a los colaboradores y rendimientos financieros a los socios de la empresa.

6.- José Carlos Jaramillo. Dirección Estratégica. México. 2ª Edición. McGraw-Hill.

Valores Corporativos

Los valores que identifican al Café Bar Nuestra Tierra, son los siguientes:

Ética: Actuar dentro de una concepción humanística, responsable y justa con los miembros de la sociedad.

Compromiso: Trabajar con profesionalidad y honestidad, bajo los lineamientos legales, con el fin de mejorar la calidad de vida y crecimiento de nuestros colaboradores y de la localidad, contribuyendo de esta forma al desarrollo del país.

Equidad: En el manejo de las relaciones laborales con nuestros colaboradores y relaciones comerciales con nuestros clientes y proveedores, con el fin de promover un ambiente digno y justo en el ambiente interno y externo de la empresa.

Calidad: Realizar eficaz y eficientemente cada una de las labores que permiten la plena satisfacción del cliente.

Política de Calidad

Nuestro compromiso fundamental es ofrecer productos y servicios que superen las expectativas de nuestros clientes, para de esta forma generar rentabilidad, bienestar a nuestros empleados y respeto al medio

ambiente, trabajando siempre bajo las normas éticas y de mejora continua.

Direccionamiento Estratégico

El direccionamiento estratégico⁷ sirve de marco de referencia para el análisis de la situación actual de la empresa tanto internamente como frente a su entorno.

Por lo tanto, es indispensable obtener y procesar información sobre el entorno con el fin de identificar oportunidades y amenazas, así como las fortalezas y debilidades que determinan las condiciones internas de la organización.

Por lo tanto, la mejor forma de alcanzar las metas propuestas por la organización es a través del continuo análisis al interior de la empresa y del medio externo, puesto que se presentan posibles cambios que alteran la situación actual y que impiden el cumplimiento de lo planeado.

Análisis FODA

El análisis FODA reúne los aspectos clave del entorno de una actividad empresarial y de la capacidad estratégica de una organización.

7.- José Carlos Jaramillo. Dirección Estratégica. México. 2ª Edición. McGraw-Hill.

El perfil de capacidad interna de la organización requiere el análisis de la capacidad directiva, competitiva, financiera, técnica o tecnológica y de talento humano, en cuanto al perfil que agrupa el entorno en el que se desenvuelve la empresa es necesario investigar sobre factores tecnológicos, económicos, políticos, geográficos, sociales y competitivos.

INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1) Identidad definida que permite manejar una imagen corporativa.</p> <p>2) Manejo de órdenes de pedido, que lleva a un sistema de control de inventarios.</p> <p>3) Capacidad en innovación en cuanto a los productos y servicios ofrecidos en la competencia del sector.</p> <p>4) Manejo de estrategias de motivación que incrementen el sentido de pertenencia de los colaboradores.</p> <p>5) Fácil acceso a los proveedores que permite disponibilidad de insumos en corto tiempo.</p> <p>6) La ciudad de Babahoyo es muy transitada por gente joven, ejecutiva y los residentes de la zona y alrededores.</p> <p>7) Acceso a organismos privados, con el fin de atraer a los turistas que visitan Babahoyo y/o Ecuador aprovechando</p>	<p>a) Centralización del poder y autoridad debido a que es una empresa pequeña.</p> <p>b) Se pueden presentar cuellos de botella en el proceso de prestación del servicio al cliente, debido a que solo se tiene un cocinero y un barman.</p> <p>c) No se aprovechan las economías de escala, debido a que no es posible manejar grandes volúmenes de productos precederos con los proveedores.</p> <p>d) La ausencia de programas postventa, no dejan conocer si se alcanzó la plena satisfacción del cliente.</p> <p>e) Debido al objeto social del Café Bar, los trabajadores pueden con el paso del tiempo generar inconformidad en cuanto a las condiciones laborales relacionadas con horario y salario.</p>

<p>la estructura con identidad totalmente ecuatoriana.</p> <p>8) Entregar al cliente la carta con los productos y el cronograma de las actividades que se presentarán durante el mes.</p> <p>9) Capacidad de realizar actividades de acuerdo con la demanda cíclica.</p>	<p>f) No tener la suficiente cercanía en cuanto a ubicación con la competencia, para realizar alianzas que contribuyan al bienestar del cliente y de esta forma reducir los costos.</p>
--	---

EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>1) Capacidad para adquirir préstamos con fácil acceso para pequeñas empresas.</p> <p>2) La reforma laboral brinda a las empresas nuevas opciones para contratar personal calificado y flexibilizar las condiciones de salario y jornada laboral.</p> <p>3) Poder seguir contribuyendo a bajar el índice de desempleo en el país.</p> <p>4) Sacar provecho de los nuevos insumos que ofrecen los proveedores para poder mejorar la calidad en los productos terminados.</p> <p>5) El crecimiento de la economía y de los ingresos de la sociedad, permite que las personas destinen mayor parte de sus ingresos al esparcimiento.</p>	<p>a) El mercado financiero no ofrece tasas bajas para los préstamos de libre inversión.</p> <p>b) La creación de nuevos impuestos no permite destinar mayor capital a tecnologías o personal más capacitado.</p> <p>c) Debido a que no es una organización de bienestar social, no se tiene apoyo de ninguna entidad estatal o fundaciones.</p> <p>d) El aumento del índice delincriminal en la ciudad trae como consecuencia que menor número de personas acudan a estos tipos de establecimientos en horas nocturnas.</p> <p>e) No poder implementar demasiada tecnología debido a que el proceso productivo requiere de la mano de obra en más de un 50%.</p> <p>f) Debido a la situación actual del país las personas continuamente buscan</p>

	<p>mejorar su calidad de vida por medio de un aumento de ingresos.</p> <p>g) Los nuevos competidores son una amenaza de no estar a la vanguardia en los cambios de las tendencias del mercado.</p>
--	--

Fuente: Investigadores

Estrategias FODA

La estrategia es la dirección y el alcance de una organización, que le permite conseguir ventajas, partiendo de la formulación de cómo aprovechar las fortalezas y oportunidades y como atacar las debilidades y amenazas hasta la configuración de los recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades y exigencias del mercado.

FORTALEZAS	
ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovechar las ventajas actuales que el gobierno ofrece a las empresas que generan empleo, para de esta forma conseguir el mejor talento humano para la empresa. ▪ Seleccionar adecuadamente a las empresas que proveen los insumos, para mejorar costos y productos terminados. ▪ Reforzar y divulgar las actividades que se presentan en el Café Bar, con el fin de ser una de las 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar financiación para pequeñas empresas y así contrarrestar las altas tasas que ofrece el mercado financiero para libre inversión. ▪ Prestar a los clientes el servicio de pedir taxi y realizar convenios con parqueaderos cercanos, con el fin de brindar mayor seguridad a los alrededores del establecimiento. ▪ Aprovechar las reformas laborales, para motivar a los colaboradores, brindándoles beneficios que le permiten aumentar su calidad de

primeras opciones de entretenimiento.	vida.
DEBILIDADES	
ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar programas que incentiven el trabajo en equipo, permitiendo de esta forma colaborar en diferentes áreas de la empresa, cuando sea necesario para alcanzar la plena satisfacción del cliente. ▪ Manejar políticas de salario justas, de acuerdo a lo establecido por el gobierno y a las necesidades de los colaboradores. ▪ Programar turnos de trabajo, con el propósito de motivar al empleado con jornadas laborales justas. ▪ Realizar acuerdos comerciales con los proveedores, que le permitan a la organización obtener beneficios financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brindar una excelente imagen a los clientes potenciales, con el fin de motivarlos y generar sentido de lealtad desde su inicio en la empresa. ▪ Realizar alianzas estratégicas con la competencia del sector, con el fin de contrarrestar el aumento del índice delincencial. ▪ Capacitar la mano de obra y adquirir tecnología que le permita optimizar los procesos. ▪ Crear continuamente actividades que permitan atraer y retener a los clientes reales y potenciales.

Fuente: Investigadores

Objetivos

Los objetivos de la organización deben interactuar con las estrategias para lograr un óptimo desarrollo del plan estratégico, para el planteamiento del objetivo general y objetivos específicos del Café Bar Nuestra Tierra se tiene en cuenta los resultados arrojados del análisis FODA.

Objetivo General

Producir bebidas y alimentos para ser comercializados en un ambiente acogedor que promueva la diversión y esparcimiento de nuestros clientes, bajo el prisma de la mejora continua y el fortalecimiento de la competitividad.

Objetivos Específicos

Los objetivos específicos determinan los resultados esperados y se deben desarrollar para cada una de las unidades de trabajo de la empresa: área comercial, área de producción, área financiera y área administrativa.

Objetivos Comerciales

- Realizar investigación y desarrollo que permita innovar en nuevos productos y servicios.
- Implementar estrategias de ventas para cada una de las temporadas comerciales del año.
- Desarrollar nuevos productos, aumentando la profundidad de cada una de las líneas de productos, para el primer año de funcionamiento.

Objetivos de Producción

- Evaluar trimestralmente los productos y condiciones de venta de los proveedores con el fin de adquirir los insumos con la mayor calidad y precio justo, para no incurrir en sobre costo de la producción.

- Realizar inspección y mantenimiento preventivo y correctivo de la maquinaria y equipo anualmente.
- Llevar un control de inventarios a diario, con el propósito de mantener el stock necesario para satisfacer la demanda.
- Evitar desperdicios en la elaboración de los productos, capacitando al empleado que manipule los insumos para que utilice únicamente la cantidad necesaria.

Objetivos Financieros

- Obtener una utilidad antes de impuestos del 35% anual, para el primer año de funcionamiento.
- Comprar el local donde funciona el establecimiento en un plazo no mayor a cinco años, con el objeto de convertir el gasto de arrendamiento en un activo fijo.
- Realizar la facturación emitida en un software que permita conocer las ventas reales contablemente.
- Llevar un registro sistemático de las cuentas por pagar, para llevar un control apropiado de los proveedores y no incurrir en pagos fuera de tiempo.

Objetivos de Personal

- Realizar evaluaciones de desempeño semestrales, con el fin de tomar decisiones que permitan mejorar el comportamiento del empleado en la organización.
- Llevar a cabo planes de incentivos que lleven a aumentar la motivación de los empleados.
- Implementar la cultura organizacional, promoviendo el bienestar de los empleados.
- Establecer cronogramas de capacitación en cuanto a manipulación de los productos, sistema de calidad, servicio al cliente y control de riesgos laborales.

Estrategias

Las estrategias son la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento.

Estrategias Comerciales

- Evaluar continuamente los gustos del consumidor y las nuevas tendencias para elaborar nuevos productos que cumplan con sus expectativas.
- Elaborar productos representativos de cada una de las temporadas del año y de esta forma aumentar el nivel de ventas.

- Mantener una amplia gama de bebidas sin licor, para no cerrar el establecimiento en las fechas de ley seca.
- Realizar una búsqueda continua de talento ecuatoriano, en cuanto a grupos musicales para presentar en el establecimiento.
- Promocionar los productos vaca lechera, con el fin de aumentar su productividad y rentabilidad dentro de la empresa.
- Realizar publicidad de los eventos que se presentan durante el mes, en folletos que se entregan a clientes reales y potenciales.
- Promocionar el establecimiento para realizar eventos de pequeñas empresas o grupos específicos, por ejemplo celebración de cumpleaños.
- Recibir diferentes modalidades de pago, como efectivo, tarjetas débito y crédito.

Estrategias de Producción

- Seleccionar a los proveedores de acuerdo con la calidad de los insumos, la localización y la forma de pago que ofrezcan.
- Realizar convenios con los proveedores para obtener descuentos por volumen de compra o descuentos por pronto pago.
- Realizar continuo mantenimiento y revisión de la maquinaria y equipo para aumentar la productividad de estos durante su vida útil.

- Realizar provisiones para reemplazar la maquinaria y equipo obsoleto por uno de mayor tecnología que permita realizar los productos con mayor eficiencia.
- Mantener el nivel de inventarios exacto, con el propósito de almacenar adecuadamente los insumos y evitar deterioros por sobreestimar el nivel de stock de materias primas.
- Determinar por escrito las recetas de cada uno de los productos, para que el cocinero y/o barman utilicen la cantidad apropiada de insumos y se eviten de esta forma los desperdicios.

Estrategias Financieras

- Evaluar y minimizar continuamente los gastos sin disminuir la calidad de los productos y servicios ofrecidos.
- Mantener y afianzar las relaciones financieras con los bancos, con el propósito de obtener apalancamiento para lograr el crecimiento de la empresa.
- Llevar los registros contables de la empresa durante todo el ciclo de vida, con el fin de conocer el crecimiento y el valor real de la organización en el largo plazo.
- Entregar al cliente factura elaborada por software, para brindarle mayor confiabilidad al momento de realizar el pago.

- Pedir la factura al cliente en el momento de la salida, con el propósito de controlar la totalidad de los pagos de la producción diaria en el establecimiento.

Estrategias de Personal

- Manejar políticas de aumentos salariales, ligados al rendimiento obtenido en cada una de las evaluaciones de desempeño realizadas.
- Realizar un acompañamiento al empleado, para conocer si siente inconformidad y llegar a acuerdos para mejorar el clima organizacional.
- Brindar reciprocidad a las sugerencias o ideas de los empleados, para que se sientan parte vital de la empresa.
- Desarrollar un plan adecuado de selección de personal, con el fin de tener la persona adecuada en cada puesto de trabajo.
- Brindar incentivos al personal que contribuya a aumentar la rentabilidad de la empresa.
- Implementar políticas de promoción de los empleados, para mantener la estabilidad laboral en el crecimiento de la organización.
- Realizar técnicas de motivación mensualmente con los empleados.
- Brindar a los empleados técnicas relacionadas con el servicio al cliente, con el fin de lograr una ventaja competitiva frente a la competencia.

- Proporcionar la dotación adecuada en cuanto a vestuario e implementos, para el buen funcionamiento de cada uno de los puestos de trabajo.

Estructura Organizacional

La estructura organizacional es la forma en que se divide y agrupa el trabajo en las diferentes áreas y la posterior coordinación de las mismas, permite relacionar diferentes roles donde cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

El modelo de estructura organizacional que más se ajusta a la empresa es la organización funcional, debido a que inicialmente es una empresa pequeña, lo más apropiado es centralizar la responsabilidad y autoridad con el fin de mejorar la eficiencia de la operación donde las tareas son rutinarias y repetitivas. El esquema utilizado se basa en la división del trabajo, dependiendo de las actividades más relevantes de la empresa.

Organigrama



Administrador General

El administrador general es el encargado de la toma de decisiones y sobre él recae la responsabilidad y autoridad para supervisar, dirigir, controlar y evaluar eficaz y eficientemente, el cumplimiento de las actividades que correspondan a los demás departamentos del establecimiento.

Dentro de sus actividades, realiza funciones logísticas, de mercadeo y las relacionadas con el talento humano, esto con el fin de enfocar sus esfuerzos al buen manejo de los recursos humanos y materiales para conseguir el logro de los diferentes objetivos organizacionales, relacionando la empresa con el medio externo y permitiéndole encontrar

nuevos mercados donde brinde respuestas a las necesidades de los clientes.

Área Financiera

El área financiera se encarga básicamente de manejar el flujo (entradas y salidas) de dinero, es decir las compras, pagos a proveedores y conciliación del flujo de caja diario, adicionalmente tiene la responsabilidad de realizar la contabilidad de los movimientos de la empresa, permitiendo de esta forma generar información valiosa para la toma de decisiones.

Área de Servicio al Cliente

Las funciones del área de Servicio al Cliente, radican básicamente en brindar satisfacción al cliente, suministrándole los diferentes productos y servicios con la mayor cordialidad, amabilidad y respeto posible, fomentando la fidelidad y satisfacción de la clientela.

Área de Producción

El área de producción, tiene como función primordial la elaboración de las bebidas y alimentos ofrecidos a los clientes. Desempeña un conjunto articulado de actividades como la recepción, verificación, transporte y almacenaje de la materia prima, y el mantenimiento e inspección de la

maquinaria y equipo, con el fin de ofrecer el mejor producto de calidad a los clientes.

Sistemas de Dirección Administrativa

La función administrativa de dirección se define como el proceso de influir sobre las personas para lograr que contribuyan a las metas de la organización.

Es importante mencionar que toda organización necesita crear un ambiente digno donde se sienta a gusto su factor humano por medio de los factores de motivación, liderazgo, comunicación y sistemas de toma de decisiones.

Motivación

La motivación es un estímulo que los directivos brindan a sus colaboradores, con el fin de cumplir sus expectativas y necesidades dentro de la organización y de esta forma orientarlos a que actúen comprometidamente con el logro de los objetivos propuestos en la empresa.

En el Café Bar Nuestra Tierra, se utiliza como referencia para el factor motivacional la Teoría Y de McGregor, la cual está encaminada al optimismo, dinamismo y flexibilidad debido a que se fundamenta en la

autodirección y permite que el empleado integre sus logros con los objetivos de la organización. Es importante aclarar que la Teoría Y, está acompañada del control ejercido por el Administrador General en cada una de las metas a cumplir por cada uno de los empleados.

Las formas de motivación empleadas en el Café Bar son la continua capacitación, las bonificaciones por el cumplimiento de los estándares planteados en cada uno de los cargos de la organización y el reconocimiento público del empleado del mes por el buen desempeño.

Liderazgo

Liderazgo es la capacidad de influir sobre las personas para que se esfuercen voluntaria y entusiastamente para lograr las metas del grupo. Una característica innata que debe tener el Administrador General es la de líder, debido a que es el empleado con mayor poder dentro de la organización y por lo tanto debe guiar positivamente al grupo de trabajo.

Aunque el Administrador General es el líder formal de la estructura organizacional, los demás empleados son reconocidos como sus seguidores y pueden liderar actividades informales como comités, grupos primarios, equipos deportivos y capacitaciones, valorando de esta forma su conocimiento y participación dentro del Café Bar Nuestra Tierra.

Toma de Decisiones

La toma de decisiones se encuentra centralizada en la Junta de Socios, debido a su estructura funcional y su reducido de empleados. En los comités realizados por los socios de la empresa se evalúan como primera medida las sugerencias e inquietudes del equipo de trabajo, con el fin de tomar la decisión que más beneficie a todos los organismos de la organización.

Comunicación

La comunicación es el medio que hace útil la información para modificar conductas, realizar cambios y lograr las metas propuestas. El flujo de la comunicación en el Café Bar Nuestra Tierra se presenta de la siguiente forma:

- Ascendente: Para los colaboradores dar a conocer sus inquietudes, expectativas, necesidades y sugerencias.
- Descendente: Este flujo de comunicación se utiliza para dar a conocer información formal de los socios o administrador hacia sus colaboradores inmediatos.
- Horizontal: Entre los departamentos Financiero, de Producción y Comercial.
- Diagonal: En el desarrollo de actividades extracurriculares de la organización.

Sistemas de Control

La función de control es la encargada de ejecutar todas aquellas actividades que se llevan a cabo con el propósito de asegurar que los resultados reales concuerden con los planificados.

El control en el Café Bar se realiza en el manejo de dinero a través de los reportes que genera el auxiliar contable comprobando las unidades vendidas con las cobradas y facturas; en el tiempo de las funciones desarrolladas a través de los diagramas de flujo; y en los inventarios por medio de minutas donde se estipula las unidades que ingresan y salen del inventario apoyándose en las órdenes de pedido y facturas.

Control Preliminar

Está enfocado a la prevención de las desviaciones en la calidad y cantidad de los recursos utilizados en la organización. En el Café Bar Nuestra Tierra se aplica este sistema de control en cuanto a la capacitación previa de los empleados, a los estándares de calidad y disponibilidad de los inventarios, a los activos fijos necesarios para la operatividad del negocio y reservas de recursos financieros que permitan un adecuado flujo de caja.

Control Concurrente

Es aquel que supervisa las actividades en funcionamiento para asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos. En la presente investigación, el control concurrente permitirá que el Administrador General por medio de la observación personal determine si los empleados desarrollan sus actividades de acuerdo a los manuales de funciones establecidos

Estándares para la medición del control	
Cargo	Sistema de Medida
Administrador	Aumento de la Rentabilidad establecida del negocio en un 2% mínimo semestral, bien sea por incremento de ventas o reducción de costos y gastos.
Auxiliar Contable	Enviar los informes de flujo de caja a diario con una confiabilidad del 100%, verificando unidades producidas con unidades vendidas.
Cocinero	Elaborar las bebidas de las órdenes de pedido en un tiempo no mayor a 6 minutos por cada una, con el fin de reducir los cuellos de botella.
Barman	Elaborar las bebidas de las órdenes de pedido en un tiempo no mayor a 6 minutos por cada una, con el fin de reducir los cuellos de botella.
Mesero	Obtener un nivel de ventas semanal \$ 600.

Fuente: Investigadores

Control de Retroalimentación

Está centrado hacia los resultados finales, se aplica con el fin de buscar mejoras correctivas a los procesos ejecutados. El Café Bar Nuestra Tierra implementará este tipo de control para analizar los presupuestos, costos, control de calidad y evaluaciones de desempeño.

La evaluación de desempeño es el proceso en el cual se mide el grado en que cada trabajador mantiene su idoneidad y cumple los objetivos del puesto de trabajo que desempeña, así como la forma en que utiliza los recursos asignados para lograr los objetivos planteados.

Manual de Funciones

El manual de funciones es un proceso que consiste en describir las diferentes acciones, procesos y atribuciones que conforman un determinado cargo y que lo diferencian de los demás cargos que existen en la empresa, se debe enumerar de forma detallada las tareas, periodicidad, objetivos del cargo, métodos de ejecución y evaluación de los resultados esperados.

Reglamento Interno de Trabajo

El reglamento interno de trabajo es el conjunto de deberes y derechos que determinan las condiciones a que deben sujetarse tanto el empleador como sus trabajadores en la prestación del servicio.

Prendas de Trabajo – Dotación

La empresa realizará la entrega de la dotación a cada uno de sus trabajadores de acuerdo a las funciones que desempeñe y a lo estipulado por la ley. La entrega de la dotación se realizará tres veces al año y su uso es obligatorio dentro del horario e instalaciones de trabajo. El trabajador es responsable de mantener en perfecto estado sus uniformes para brindar una buena imagen a las personas que visitan el establecimiento.

Capacitación

Es un proceso educacional a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas adquieren conocimientos, aptitudes y habilidades en función de objetivos definidos.

El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. En la empresa se capacitará a los trabajadores con el fin de aumentar el conocimiento y la pericia de los empleados para el desarrollo de su rol dentro de la organización.

La capacitación está orientada al logro de los siguientes objetivos:

- Personal capacitado plenamente para la ejecución de las tareas de la organización.
- Generar oportunidades de desarrollo a los empleados no solo en los cargos actuales que desempeñan, sino formarlos para futuros cargos que puedan ejecutar dentro de la organización.
- Crear un clima organizacional más apropiado, con las actitudes de los empleados orientadas a la disposición del cambio.

El entrenamiento se puede implementar en cuatro etapas, la primera es la determinación de las necesidades de entrenamiento (diagnostico), donde se evalúan los problemas de personal, de producción y recursos empresariales, la segunda etapa es la programación del entrenamiento donde se crean procesos de aprendizaje individual para cada una de las tareas que se desarrollan en la organización, teniendo en cuenta a quién, cómo, en qué, dónde, cuándo y cuánto entrenar, la tercera etapa es la implementación y ejecución del conocimiento, actitudes, habilidades y eficacia organizacional y la última etapa es la evaluación de los procedimientos y resultados del entrenamiento a través de la retroalimentación recibida por los empleados y la comparación de la situación actual con la situación anterior.

En el Café Bar Nuestra Tierra, se aplicará el análisis de los resultados de la evaluación de desempeño y el método de observación, donde se

verifica si los empleados están ejecutando sus tareas de la mejor forma ó si por el contrario necesitan mayor atención e inducción para cumplir satisfactoriamente las labores encomendadas.

El entrenamiento se realizará semanalmente con el fin de realizar una mejora continua en los procesos de producción y servicio al cliente, motivando a los empleados a alcanzar los objetivos propuestos por la organización.

La empresa está en disposición de acompañar al empleado en el proceso de aprendizaje que le aporte a su crecimiento profesional⁸ y le permita desarrollar su conocimiento dentro de la organización. Este apoyo se verá reflejado en la flexibilidad de los horarios de trabajo y créditos financieros para estudio, siempre y cuando no afecte las labores cotidianas del Café Bar.

Salud Ocupacional

Salud ocupacional hace referencia a los programas diferentes a medicina de trabajo, higiene de trabajo y de seguridad industrial; busca prevenir y solucionar la problemática que se presenta entre el trabajador y su trabajo, brindándole herramientas que le permitan el control del ambiente laboral y la prevención de los riesgos profesionales que se puedan presentar.

8.- Rob Goffe. El Carácter Organizacional. Barcelona.

La salud ocupacional busca con la intervención de varias disciplinas y con la participación activa de todos los niveles de la empresa, mejorar las condiciones de trabajo y de salud de los colaboradores, mediante acciones coordinadas de promoción de la salud, la prevención y el control de los riesgos de manera que facilite el bienestar y productividad de la empresa.

Estas acciones se materializan en el Programa de Salud Ocupacional, a través del cual se planean, se organizan, se ejecutan y se controlan las condiciones de salud (medicina preventiva y del trabajo) y de Trabajo (Higiene y Seguridad Industrial), tendientes a mejorar la salud individual y colectiva de sus trabajadores en sus ocupaciones y que deben ser desarrolladas en sus sitios de trabajo en forma integral e interdisciplinaria.

Política de Salud Ocupacional

La empresa Café Bar Nuestra Tierra se compromete a alcanzar y mantener los niveles más altos de bienestar físico y social de sus trabajadores, logrando su desarrollo integral, por medio de la prevención y corrección de todos aquellos aspectos que en el ambiente laboral, puedan generar efectos nocivos a los trabajadores.

Café Bar Nuestra Tierra espera que con éste compromiso se realicen todas las actividades que garantizan la salud de los trabajadores

obteniéndose de forma simultánea el más alto nivel de eficiencia, compromiso individual, colectivo y productividad de quienes laboran en esta empresa.

Esta política es diseñada con el propósito de prevenir las enfermedades profesionales y los accidentes de trabajo, debido a que afectan las condiciones normales de productividad en la organización, incidiendo negativamente en el recurso humano y el ambiente en el que este se desenvuelve a nivel laboral, social y familiar.

- La enfermedad profesional es todo estado patológico que se produce como consecuencia obligada directa de la labor desempeñada o del medio en que ha laborado igualmente es enfermedad profesional aquella que demuestre relación (causa – efecto).
- El accidente de trabajo es todo suceso repentino que sobreviene con causa del trabajo y que produce en el trabajador una lesión orgánica, una perturbación funcional, una invalidez o la muerte. Es también accidente de trabajo el que sucede fuera del lugar y horario, siempre y cuando esté cumpliendo una orden del empleador.

La empresa se regirá por la ley de Seguridad Social que obligan al empleador a asegurar a sus trabajadores contra los riesgos profesionales y que desarrollen e implementen el Programa de Salud Ocupacional.

Factores de Riesgo

Es la existencia de elementos, fenómenos, ambiente y acciones humanas que encierran una capacidad potencial de producir lesiones o daños materiales y cuya probabilidad de ocurrencia depende de la eliminación o control del elemento agresivo.

Se clasifican en: Físicos, químicos, mecánicos, locativos, eléctricos, ergonómicos, psicosociales y biológicos. Su identificación acertada y oportuna, contando con la experiencia del observador, son elementos que influyen sobre la calidad del panorama general de agentes de riesgo. Se deben identificar los factores de riesgo, en los procesos productivos, en la revisión de los datos de accidentalidad y las normas y reglamentos establecidos. Los factores de riesgo que se pueden presentar en el Café Bar Nuestra Tierra son los siguientes:

a. Riesgos Físicos

Se refiere a todos aquellos factores ambientales que dependen de las propiedades físicas de los cuerpos, tales como carga física, ruido, iluminación, radiación ionizante, radiación no ionizante, temperatura elevada y vibración, que actúan sobre los tejidos y órganos del cuerpo del trabajador y que pueden producir efectos nocivos, de acuerdo con la intensidad y tiempo de exposición de los mismos.

- Ruido: Las fuentes para este factor de riesgo son el equipo de cocina (licuadora y extractor), el ambiente externo (atención al público) y la instalación sonora. Los efectos que ocasiona sobre la salud son la sordera profesional, la disminución de concentración y lentitud e imprecisión en las tareas.
- Temperatura: Este factor de riesgo se puede ocasionar por altas temperaturas (horno y recipientes de cocina) y temperaturas bajas (neveras y elementos fríos). Los efectos que ocasiona sobre la salud son alteración del sistema termorregulador, calambres y alteraciones psicológicas como la fatiga.
- Iluminación: Se origina por iluminarías insuficientes, carencia de luz natural y turnos de noche. Ocasiona efectos sobre la salud como la fatiga y el sobre esfuerzo visual.

b. Riesgos Biológicos

Los riesgos biológicos están conformados por un grupo de agentes orgánicos, animados o inanimados como los hongos, virus, bacterias, parásitos, pelos, plumas, polen (entre otros), presentes en determinados ambientes laborales, que pueden desencadenar enfermedades infectocontagiosas, reacciones alérgicas o intoxicaciones al ingresar al organismo.

Como la proliferación microbiana se favorece en ambientes cerrados, calientes y húmedos, los sectores más propensos a sus efectos son los trabajadores de la salud, de curtiembres, fabricantes de alimentos y conservas, carniceros, veterinarios, entre otros.

Igualmente, la manipulación de residuos animales, vegetales y derivados de instrumentos contaminados como cuchillos, jeringas, bisturís y de desechos industriales como basuras y desperdicios, son fuente de alto riesgo. Otro factor desfavorable es la falta de buenos hábitos higiénicos.

- Bacterias y parásitos: Se originan de la manipulación de alimentos, de las condiciones de los baños y de la acumulación de basuras. Pueden ocasionar infecciones bacterianas y digestivas.

c. Riesgos Psicosociales

Es la interacción en el ambiente de trabajo, las condiciones de organización laboral y las necesidades, hábitos, capacidades y demás aspectos personales del trabajador y su entorno social, en un momento dado pueden generar cargas que afectan la salud, el rendimiento en el trabajo y la producción laboral.

- Organización del trabajo: La fuente de este tipo de riesgo se ocasiona por sobrecarga de trabajo, trabajo en cadena y monotonía.
- Organización del tiempo de trabajo: Jornadas extenuantes, turnos y horas extras.

Estos dos tipos de riesgo, generan estrés ocupacional que se puede ver reflejado en efectos físicos (gastritis, úlcera duodenal, colon irritable, trastornos gástricos e infarto del miocardio) y en efectos emocionales o de conducta (estado de ansiedad, neurosis de angustia, trastorno depresivo, alteraciones de las reacciones corporales originadas por factores mentales, desmotivación o falta de interés).

d. Riesgos Ergonómicos

Involucra todos aquellos agentes o situaciones que tienen que ver con la adecuación del trabajo, o los elementos de trabajo a la fisonomía humana.

- Posturas Inadecuadas: Originan factor de riesgo en la preparación de mezclas, preparación de alimentos y bebidas, trabajo prolongado en la misma posición, ya sea de pie ó sentado.
- Ventilación: Las fuentes de este factor de riesgo son la ausencia de ventilación natural, sistema de ventilación insuficiente o averiado.

Los riesgos ergonómicos afectan la salud de los trabajadores en alteraciones osteomusculares, que se presentan por desórdenes de los músculos, nervios, tendones, ligamentos, articulaciones cartílagos o discos intervertebrales e irritación nasofaríngea.

Riesgos Mecánicos

Contempla todos los factores presentes en objetos, máquinas, equipos, herramientas, que pueden ocasionar accidentes laborales, por falta de mantenimiento preventivo y/o correctivo.

- Manejo de herramientas manuales: Este factor de riesgo se origina por las herramientas de cocina, elementos corto punzantes y objetos calientes.

Los efectos sobre la salud que causan los riesgos mecánicos son las heridas abiertas y cerradas, golpes y contusiones.

e. Riesgos Locativos

Las características de diseño, construcción, mantenimiento y deterioro de las instalaciones locativas pueden ocasionar lesiones a los trabajadores o incomodidades para desarrollar el trabajo, así como daños a los materiales de la empresa.

- Organización del área de trabajo⁹: Por no demarcación de áreas, falta de comunicación visual o sonora en caso de emergencia, estantería deficiente, objetos en el piso y pasillos obstaculizados.

Este factor de salud causa traumatismos como caídas, golpes, heridas leves ó severas y daños materiales.

f. Riesgos Eléctricos

La activación de los aparatos eléctricos se hace a través de la energía eléctrica, por lo tanto se debe realizar un adecuado mantenimiento e instalación de tomas corrientes, con el fin de evitar los siguientes riesgos:

- Incendios: Se pueden originar por cortos, averías o sobre carga en las conexiones de los aparatos eléctricos.

ESTUDIO DE MERCADO

La investigación de mercado es una herramienta muy útil en todas las empresas, pero poco utilizada en las PYME debido a la falta de conciencia de su importancia en el análisis del comportamiento del consumidor o comprador, y la opinión que éste tiene de la empresa, lo que ofrece; para luego tomar las decisiones según el caso, que permitan el mantenimiento de las fortalezas y la corrección de las debilidades.

9.- Gustavo Lofardo. Seguridad Industrial. McGraw-Hill. México.

Con el propósito de crear nuevas alternativas de esparcimiento y diversión que cumplan con las expectativas de los clientes potenciales de la Ciudad de Babahoyo, que buscan un lugar que permita espacios culturales, comodidad, buen servicio, variedad en bebidas y acompañamientos; se plantea la creación de un Café Bar que rompa con la estructura física y administrativa de los actuales.

Actualmente, los establecimientos existentes en este sector están enfocados hacia el baile y la música bulliciosa, por lo tanto no hay lugar al diálogo tranquilamente ni al esparcimiento cultural, al observar la estructura física, los productos y servicios ofrecidos, se concluye que no existe un ambiente acogedor, acompañamientos, variedad en bebidas y buen servicio al cliente; siendo estos factores los más importantes para lograr el posicionamiento del establecimiento.

Mediante el estudio de mercado realizado a través de una encuesta y observación de la competencia directa e indirecta, se pretende conocer las preferencias en cuanto a bebidas, acompañamientos, eventos e infraestructura de los Café Bar, con el fin de analizar la viabilidad de la creación de este tipo de negocio en la Ciudad de Babahoyo.

En la creación de este tipo de empresa, es fundamental el servicio puesto que este se define como actos, esfuerzos o actuaciones que se

encaminan a lograr una plena satisfacción del cliente. Por lo tanto, se define en esta investigación la oportunidad de crear un Café Bar, con servicios adicionales para la recreación de las personas que visiten este lugar, logrando de esta forma mantener la fidelidad de los consumidores lo que conlleva a atraer nuevos clientes potenciales a través de la publicidad de boca en boca.

Definición del Producto

Tipo de producto: de consumo, son aquellos que usan las unidades familiares con fines no lucrativos. Los cócteles son mezclas de un sabor y licor, que generalmente se sirven como aperitivos. Las bebidas calientes, se sirven de noche o en temporadas de frío. Por lo general, llevan como base licor o vino, a los cuales se les agrega frutas y especias para darles diferentes sabores, además de agua, leche o té calientes, ingredientes que proporcionan energía y calor corporal.

Los acompañamientos, son diferentes tipos de comida en pequeñas cantidades que varían dependiendo de la bebida seleccionada por el cliente. Los alimentos que se ofrecen en el Café Bar, son los almuerzos que se disfrutan en el horario del medio día a tres de la tarde, donde cada día se tendrá como especialidad un plato típico de la región costa.

Los Licores

Son bebidas alcohólicas dulces, en cuya elaboración intervienen frutas, hierbas, semillas y ciertos agregados que le dan sabor especial al alcohol de grano o al brandy. Los licores por ser muy dulces y fuertes, se sirven generalmente después de las comidas, aunque algunos se utilizan en la preparación de cócteles.

En todas las sociedades conocidas, desde las grandes civilizaciones de la antigüedad, de oriente a occidente (China, la India, Mesopotamia, Egipto, Mesoamérica, los Andes), hasta nuestros días, se han elaborado y consumido muchos tipos de licores. El aprendizaje de su elaboración, a diferencia de otros productos, ha sido empírico, autóctono, cada pueblo, cada sociedad, ha sabido por si sola elaborar sus propios licores.

Los licores son bebidas hidroalcohólicas aromatizadas obtenidas por maceración, infusión o destilación de diversas sustancias vegetales naturales, con alcoholes aromatizados, o por adición a los mismos de extractos aromáticos, esencias o aromas autorizados, o por la combinación de ambos, coloreados o no. Tendrán un contenido alcohólico superior a 30° centesimales.

El Vino

El vino es el alimento natural obtenido exclusivamente por fermentación alcohólica, total o parcial, de uva fresca, estrujada o no, o de mosto de uva, su graduación es inferior a la de los licores. Los vinos se pueden clasificar en vinos tintos y blancos, dulces y secos, vinos naturales y tonificantes, vinos espumosos y vinos no espumosos.

La Cerveza

Es una bebida hecha de malta fermentada. Su graduación alcohólica es muy baja. Generalmente, se bebe sin mezclar.

Cócteles

Una de las grandes virtudes de los licores, además de disfrutarlos como tales, es su potencial para ser combinados con otras bebidas, bien sean alcohólicas o no.

Son los conocidísimos cócteles, La palabra es una castellanización de la inglesa "Cocktails" que significa cola de gallo, por eso los mexicanos se atribuyen el invento de la misma, ya que ellos removían los combinados con unas raíces finas y lisas, de una planta que denominan "cola de gallo". Como no podía ser de otra manera a los combinados también se le atribuyen determinadas propiedades, unas como reconstituyentes, otras como digestivos y otras como afrodisíacos.

Los licores, son ofrecidos al mercado previamente preparado, pero el consumidor en ocasiones prefiere la mezcla de estas bebidas, con el fin de obtener un nuevo sabor que le permita degustar nuevas sensaciones en su paladar.

Tipos de cócteles más conocidos en el mercado

COCTEL	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO
Martini	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ½ onza de vermut seco ▪ 2 onzas de ginebra ▪ Cáscara de limón o aceituna pequeña 	<p>Vierta el vermut sobre los cubos de hielo, en una jarra.</p> <p>Añada la Ginebra y mezcle bien.</p> <p>Sírvase colado en una copa de cóctel, bien fría.</p>
Alexander	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2½ onza de ginebra ▪ 1½ onza de crema de cacao ▪ 1½ onza de crema de leche 	<p>Agite bien todos los ingredientes en una jarra de hielo picada.</p> <p>Cuele y sirva en una copa de cóctel.</p>
Bloody Mary	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ½ onza de vodka ▪ 3 onzas de jugo de tomate ▪ Unas gotas de salsa inglesa ▪ ½ onza de jugo de limón ▪ Una pizca de pimienta molida 	<p>Agite bien los ingredientes con hielo picado.</p> <p>Sirva colado, ya sea en una copa o en un vaso bajo, de boca ancha.</p>
Margarita	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 onzas de tequila ▪ El zumo de media lima ▪ ½ onza de cointreau 	<p>Agite bien todos los ingredientes con hielo picado. Tome una copa de</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sal para untar la copa 	<p>cóctel y unte sus bordes con sal.</p> <p>Cuele los ingredientes y sirva.</p>
Daiquiri	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ½ cucharadita de azúcar ▪ 1½ onza de ron blanco ▪ ½ onza de jugo de lima 	<p>Mezclar todos los ingredientes con hielo, en una batidora.</p> <p>Servir en una copa de champaña con un pitillo corto.</p>

Cafés

El café, es una bebida exquisita, negra y perfumada, es la única bebida natural baja en calorías que reconforta el ánimo, satisface la sed y se caracteriza por su delicioso aroma y sabor.

Pocas bebidas en el mundo han llegado a ser tan placenteras y altamente apreciadas como una taza de café bien preparada, y todos coinciden en que su deleite va más allá de ser una simple bebida estimulante o que satisface su sed, pues su exquisito aroma y sabor ofrecen una variada gama de sensaciones que reconfortan el estado físico y espiritual de quienes lo consumen.

BEBIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO
Café Caliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 tazas de café ▪ 2 astillas de canela ▪ 1 cucharadita de vainilla 	<p>Al café recién preparado y caliente agregar la canela y la vainilla.</p>

con Canela	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Azúcar al gusto 	Endulzar al gusto y servir inmediatamente.
Café Moka Caliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 tazas de café preparado fuerte ▪ 1 cucharada de cocoa ▪ 4 cucharadas de crema de café ▪ ½ taza de crema de leche batida ▪ Gotas de chocolate para decorar ▪ Azúcar al gusto 	<p>Mezcle la cocoa y el azúcar en el café caliente, agregue la crema de café.</p> <p>Decore con crema y gotas de chocolate.</p>
Café con Naranja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 3 tazas de café preparado fuerte ▪ ¾ taza de jugo de naranja ▪ Cáscara de naranja ▪ 4 cucharadas de crema ▪ Azúcar al gusto ▪ Canela en polvo 	<p>Prepare el café. Saque la cáscara de una naranja con un pelador de verduras y agregue al café caliente, tape y deje reposar hasta que enfríe completamente y cuele.</p> <p>Mezcle con el jugo de naranja el azúcar y la crema, sirva sobre hielo y agregue canela. Decore con naranja.</p>
Café Helado con Canela	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 ½ tazas de café preparado extra fuerte y caliente ▪ 3 astillas de canela ▪ 4 clavos ▪ 2 cucharadas de azúcar morena ▪ Hielo 	<p>Agregue clavos y canela al café y deje reposar tapado por una hora.</p> <p>Descarte los clavos y canela, añada el azúcar y revuelva bien.</p> <p>Coloque hielo en vasos y sirva el café.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 4 bolas de helado de café 	

Malteada Moka	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 4 bolas de helado de chocolate ▪ 1 taza de café preparado fuerte y fría ▪ ½ taza de leche ▪ Viruta de chocolate para decorar 	Mezcle todos los ingredientes en la licuadora, sirva de inmediato en los vasos altos. Decore con la viruta de chocolate.
Malteada de Café	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 taza de café preparado fuerte y fría ▪ 6 bolas de helado de vainilla ▪ 2 tazas de leche 	Mezcle en la licuadora todos los ingredientes y sirva en vasos altos.

Alimentos y Acompañamientos

La gastronomía cuenta con una variada mezcla de artes culinarias, debido a que en las diferentes regiones del país, las costumbres alimenticias difieren sustancialmente y por lo tanto cuentan con variados platos típicos.

Los acompañamientos son parte importante ya que permiten disfrutar mucho mejor de las bebidas, entre los más usuales en la sociedad de estudio se encuentran las pastas, papas fritas, hamburguesas, perros calientes, crepes, picadas combinadas y tablas de queso.

PLATO TIPICO	INGREDIENTES
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 40 gramos de Filete de Pargo ▪ 80 gramos de Róbalo ▪ 50 gramos de langostinos ▪ 80 gramos de corvina

<p style="text-align: center;">Cazuela de Mariscos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 80 gramos de mejillones (almejas) ▪ ½ cebolla cabezona ▪ ¼ de apio y tomillo ▪ 25 gramos de crema de leche ▪ 10 gramos de mantequilla ▪ ½ yema de huevo ▪ ½ cucharadita de perejil ▪ Sal y Pimienta al gusto
<p style="text-align: center;">Parrillada Mixta</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Chuletas pequeñas de cordero ▪ 3 chorizos pequeños ▪ 2 empanadas de pollo ▪ 4 deditos de queso ▪ 2 Nuggets de pollo ▪ 8 papas criollas pequeñas ▪ Guacamole
<p style="text-align: center;">Chuleta de Ternera rellena</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 chuleta de ternera ▪ 1 tajada de jamón blanco ▪ 50 gramos de queso gruyere ▪ 1 cebolla cabezona ▪ 1 cucharada de aceite ▪ 10 gramos de mantequilla ▪ 2 papas pequeñas

Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda permite recopilar la información secundaria, que es fundamental para el estudio de la viabilidad del Café Bar ya que hace énfasis en las necesidades y preferencias de los clientes.

Perfil del Mercado

Bases de Segmentación:

- a. Geográfica: La concentración del mercado objetivo, se encuentra ubicada en la Ciudad de Babahoyo, debido a que cuenta con un clima cálido, las personas de esta ciudad buscan un lugar donde puedan compartir en empresa de su grupo de amigos.
- b. Demográfica: La investigación se dirige a personas mayores de edad, entre los rangos de 18 a 40 años, como transeúntes (estudiantes, trabajadores y empresarios) y residentes de la Ciudad de Babahoyo.
- c. Psicográfica: Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta realizada para la investigación de mercados, la mayoría de personas desean encontrar un establecimiento con identidad ecuatoriana, donde se rompa el esquema físico de los establecimientos que actualmente existen en la Ciudad de Babahoyo.
- d. Por beneficios: Según el estudio realizado, se puede determinar que las personas frecuentan los Café Bar de la ciudad, buscan un espacio acogedor que les brinde diferentes opciones de entretenimiento.

Perfil del Cliente

El perfil del cliente para el desarrollo de esta investigación corresponde a personas con rango de edad de 18 a 40 años, que habiten o visiten la Ciudad de Babahoyo, con un nivel socio-económico medio alto.

Individuos que deseen salir de la cotidianidad de los servicios ofrecidos por los Café Bar actuales. Este tipo de personas buscan nuevas alternativas en sus actividades de esparcimiento, debido a que su nivel económico y grupos sociales a los que pertenecen están a la vanguardia de las oportunidades que ofrece el mercado día a día.

Características de la Población Objetivo

El desarrollo urbanístico en la Ciudad de Babahoyo ha adquirido en los últimos años una evolución acelerada y con perfiles de tal naturaleza que en la actualidad el núcleo de desarrollo de este sector tiene connotaciones que lo diferencian de los sectores vecinos.

Por su carácter fundamental de sector productivo, se hace necesaria y urgente la adopción de medidas que garanticen la preservación del sector a mediano y largo plazo.

Cuantificación de la Demanda

El pronóstico de la demanda es esencialmente, una extensión del análisis de la demanda presente, sobre la cual se pretende desarrollar un proyecto. Por esta razón, los parámetros que indican el tamaño del mercado; su velocidad y grado de crecimiento, entre otros, deben ser sometidos a un proceso de refinamiento antes de ser utilizados para efectuar proyecciones.

En la presente investigación se utiliza el método de observación del comportamiento de las ventas de la competencia directa seleccionada en el sector de estudio. Esta información primaria es recopilada en un tiempo de 15 días, en los cuales se realizaron visitas diarias a cada uno de los establecimientos (competencia directa) y se llevó una minuta con los productos ofrecidos y las cantidades consumidas en un horario delimitado.

El propósito de cuantificar la demanda de la competencia es determinar el número de unidades vendidas de los diferentes productos en un período de tiempo seleccionado por los investigadores y de esta forma estimar el porcentaje de participación que tendrá el Café Bar con respecto a sus competidores y por ende conocer la capacidad instalada que se requiere para satisfacer la demanda.

El Café Bar Nuestra Tierra pretende alcanzar un 25% de participación del mercado en cuanto a las bebidas y de un 50% en la venta de alimentos, para el primer año de funcionamiento.

Análisis de la Oferta

La función de la oferta significa, la cantidad que un productor estaría dispuesto a suministrar, en un período determinado, en función del precio. En el caso del Café Bar, la investigación de la muestra aplicada demuestra que los clientes potenciales acuden por lo menos una vez al

mes a este tipo de establecimientos y consumen en mayor proporción cerveza en cuanto a bebidas y crepes en lo referente a alimentos, invirtiendo un promedio de \$20.00 a \$40.00, por cada una de las visitas que realiza al Café Bar.

El Mercadeo se ha convertido en una herramienta muy útil para las grandes empresas. Pero también las pequeñas y medianas empresas, deben implementar estas estrategias, para poder lograr ser competitivas y sobrevivir con los constantes cambios y movimientos del mercado.

Es esta la razón más importante para realizar un adecuado estudio de la oferta, con el fin de conocer las debilidades y fortalezas que tiene la competencia directa y de esta forma implementar nuevas y mejores estrategias que guíen el camino del éxito del negocio.

El estilo de vida de los ciudadanos, obliga a las empresas a brindar diferentes alternativas de esparcimiento que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de las personas, puesto que la mayoría de la población ecuatoriana tiene grandes ocupaciones no solo laborales, sino también académicas y familiares, por tal motivo es en la noche cuando buscan un espacio para sí mismos y así descansar del día a día y despejar la mente y al medio día requieren satisfacer la necesidad de

almorzar en un lugar agradable y tranquilo que les permita continuar con su jornada habitual de actividades.

Identificación de la Competencia

La identificación de la competencia se realiza a través de la observación de los negocios del sector de la Ciudad de Babahoyo que son considerados Café Bar por los productos y servicios que ofrecen a los transeúntes y habitantes de esta ciudad.

Aunque en los alrededores de la zona de estudio se encuentran diferentes Bares, solo dos establecimientos fueron seleccionados como competencia directa, puesto que son los únicos que se consideran lugares tranquilos para dialogar y no bailar.

- ✓ Café Bar Karolo
- ✓ Café Bar Pepe's

Características de la Competencia

Para cada uno de los bares identificados como competencia directa se analizarán las cuatro bases de la mezcla de marketing: producto, distribución, precio y promoción, debido a que estos elementos son la base de la satisfacción del mercado meta.

A continuación, se presenta el análisis de la competencia, respecto a estas variables:

- **Producto**

El Producto ofrecido en cada uno de estos establecimientos, presenta grandes similitudes, en cuanto a las marcas que utilizan para realizar los nuevos productos que ofrecen al consumidor, las diferencias más notorias en el producto, se encuentran en el diseño del envase y la presentación que utilizan para entregarlo al consumidor final.

No se presentan novedades en la creación de productos innovadores y de servicios adicionales que complementen la diversión que busca el consumidor.

Café Bar Karolo, posee una gran ventaja frente a la competencia seleccionada, debido a que es el único establecimiento que ofrece productos alimenticios y abarca un mayor horario de funcionamiento.

- **Promoción**

Debido a que la promoción es la forma de comunicar, informar, persuadir y recordar a los compradores potenciales de un producto, con el objeto de influir en su opinión de compra, Café Bar Pepe's promociona el establecimiento a través de una persona que se encuentra a los

alrededores del lugar y que brinda información sobre los productos, los precios y ofertas que se brindan, con el fin de atraer más consumidores al negocio y de esta forma incrementar la demanda.

Café Bar Karolo, utiliza como estrategia la presentación de los productos y servicios en la carta que se encuentra en cada una de las mesas de establecimiento, puesto que es allí donde se describe el producto y la promoción en los precios según el horario de cada uno de ellos.

- **Precio**

El precio es un factor significativo en la economía y en la mente del consumidor, debido a que influye en los ingresos y utilidades de la empresa. Es indispensable, conocer la estrategia de precios que se utilizará en cada una de las etapas del ciclo de vida del negocio.

Una estrategia a tener en cuenta en la fijación de los precios, es la forma como se adquiere el producto a través del canal de distribución seleccionado, puesto que comprando a mayoristas se reduce el número de intermediarios y por ende el precio ofrecido al consumidor.

De los establecimientos seleccionados como competencia directa, se nota claramente una estrategia visible con el cliente, en cuanto a la bebida de mayor consumo que es la cerveza, este producto tiene un incremento de

jueves a sábado en el horario después de las 8 p.m. Café Bar Karolo, presenta ventaja en el precio de la cerveza, debido a que su alrededor se maneja un estándar de precios para esta bebida, generando de esta forma una alianza estratégica que permite atraer clientes por precios más bajos.

- **Distribución**

La distribución en este tipo de establecimientos es directa, debido a que el tipo de negocio es de detallistas independientes puesto que no operan como parte de una empresa detallista más grande.

La bebida alcohólica de mayor consumo en los Café Bar seleccionados en la investigación es la cerveza, por lo tanto está es adquirida al proveedor a través de depósitos o del carro repartidor.

La distribución se realiza a través del pedido que realiza el cliente, según la carta que relaciona los diferentes productos que se encuentran en el establecimiento, luego del pedido se realiza la entrega inmediata del producto final al consumidor.

Mezcla de Marketing

- **Nombre Comercial**

El nombre de todo establecimiento tiene como finalidad identificar el bien y/o servicio que se ofrece, logrando una diferenciación de los competidores en la mente del consumidor. Para seleccionar el nombre del establecimiento, se debe tener en cuenta que sea corto y llamativo para lograr la recordación de los clientes.

En la presente investigación el nombre seleccionado para el Café Bar es NUESTRA TIERRA debido a que con este nombre se hace referencia a los aspectos típicos, lugares turísticos y personajes famosos de nuestro país Ecuador.

- **Eslogan**

El eslogan del establecimiento es una herramienta publicitaria, que permite dar a conocer una característica específica de la empresa que está directamente relacionada con el nombre.

El eslogan del Café Bar NUESTRA TIERRA es: “De Ecuador para el Mundo”, puesto que los investigadores pretendemos con esta idea de negocio cambiar la imagen negativa que tienen los compatriotas y extranjeros del país en el cual vivimos.

- **Producto**

El producto en el Café Bar NUESTRA TIERRA, se clasifica como intangible en cuanto al servicio ofrecido dentro del establecimiento y tangible en lo referente a los alimentos y bebidas.

El diseño del producto puede favorecer al establecimiento con una ventaja diferencial, que se refiere a la disposición de los elementos que en conjunto constituyen un bien o un servicio. Con un buen diseño, se mejora la comerciabilidad del producto puesto que mejora su apariencia y calidad.

Los alimentos y bebidas se dan a conocer al cliente, a través de la carta donde se especifica la presentación y precio de cada uno de los productos, esto con el fin de persuadir e influir en los gustos del consumidor para llegar finalmente a la compra.

Debido a que el Café Bar NUESTRA TIERRA maneja una identidad, se le proporcionan a los alimentos y bebidas, nombres relacionados con la cultura, geografía y personajes representativos de Ecuador, con el propósito de presentar una nueva propuesta al cliente, que logré captar su atención.

- **Promoción**

La promoción es la comunicación que se realiza para informar, persuadir y recordar a los compradores reales y potenciales de un producto, con el objetivo de influir en su opinión y obtener una respuesta. La estrategia de promoción es un plan para el uso óptimo de los elementos que la forman: publicidad, relaciones públicas, ventas personales y promoción de ventas, para el caso del Café Bar planteado en la investigación se utilizan únicamente las estrategias de publicidad y promoción de ventas.

- **Publicidad**

La publicidad es cualquier forma de comunicación pagada, en la que se identifica el patrocinador o la empresa. Uno de los principales beneficios de la publicidad, es su capacidad para comunicarse a un gran número de personas a la vez. Por lo tanto, el costo por contacto suele ser muy bajo.

En el Café Bar NUESTRA TIERRA se realiza la publicidad, a través de anuncios en revista, carteles informativos en el Hotel Perla Verde y Hotel Emperador debido a que en estos lugares se encuentran extranjeros ansiosos por conocer parte de la cultura y volantes que se entregan en los centros comerciales y alrededores del sector de la Ciudad de Babahoyo.

▪ **Promoción de Ventas**

La promoción de ventas¹⁰ consiste en todas las actividades de mercadotecnia, diferentes a las de ventas personales, publicidad y relaciones públicas, que estimulan la compra por parte de los consumidores y la efectividad del distribuidor.

Las estrategias de promoción presentadas en el Café Bar NUESTRA TIERRA son: el Happy Hour para cócteles en el horario de 4 p.m. a 7 p.m. de Lunes a Viernes.

Programa Cliente Frecuente, consiste en llevar un record de consumos en el sistema identificando al cliente por número de Cédula y de esta forma acumular puntos para entregar productos de diferente valor al consumidor y la venta de Souvenirs de productos representativos de las diferentes Regiones del País.

▪ **Distribución**

La distribución consiste en transportar el producto del fabricante al consumidor final o mercado meta. Reducir al máximo los canales de distribución, es una de las estrategias que permiten disminuir el costo del producto y por ende generar una mayor utilidad. En el Café Bar NUESTRA TIERRA, se adquieren los insumos directamente en los puntos distribuidores de cada empresa.

10.- Cravens, David. Marketing Estratégico. McGraw-Hill. 8ª Edición. España.

Se maneja un tipo de Distribución Indirecta, en consecuencia a que es un canal constituido por el productor, el consumidor final y al menos un nivel de intermediarios.

- **Precio**

El precio es la cantidad de dinero que un vendedor está dispuesto a aceptar a cambio de un bien o servicio. El precio afecta a la posición competitiva de la empresa y a su participación en el mercado. De ahí la influencia tan importante que ejerce sobre sus ingresos y utilidades netas. A través de los precios, el dinero fluye hacia la organización.

Con el fin de no generar competencia desleal frente a los competidores del sector se manejará un rango de precios similares a los existentes en el mercado.

Adicionalmente porque el perfil del cliente percibe que un precio bajo es sinónimo de un producto de mala calidad.

ESTUDIO AMBIENTAL

El ambiente social y cultural influye en la manera en que vive y se comporta la gente, así como en las razones que le impulsan a ello. Por lo tanto, el estudio ambiental permite establecer las implicaciones que

pueden llegar a afectar a los habitantes de la Ciudad de Babahoyo por el funcionamiento del Café Bar NUESTRA TIERRA.

Los diferentes lugares de entretenimiento y diversión que existen actualmente en la Ciudad de Babahoyo deben cumplir con un nivel máximo de ruido establecido por el Ministerio de Ambiente esto con el fin de no generar las siguientes reacciones en el sector de Estudio:

- Las reacciones fisiopatológicas, son aquellas que afectan físicamente al organismo en sus funciones y entre ellas cuando los ruidos producen más de 60 decibeles son: aceleración de la respiración y del pulso, aumento de la presión arterial, disminución del buen funcionamiento digestivo, que ocasiona gastritis o colitis, problemas neuromusculares que ocasionan dolor y falta de coordinación
- Reacciones psicológicas, son aquellas en donde se disminuye la concentración, la efectividad y productividad laboral
- Las reacciones Lesivas, ocasionan daños al organismo, cuando la persona está expuesta a más de dos horas de ruido excesivo, como por ejemplo lesiones de mayor gravedad en el oído.

El Café Bar NUESTRA TIERRA maneja la música como ambientación debido a que se quiere un lugar tranquilo donde se pueda dialogar.

El control de olores se realiza por medio de un extractor de olores, con el fin de no afectar a los clientes dentro del establecimiento.

Impacto Social

Muchos empresarios asumen el rol de la empresa, como beneficio económico para los accionistas y propietarios, pero hoy en día, las empresas deben estar más convencidas de que su éxito económico ya no depende únicamente de una estrategia de aumentar al máximo los beneficios a corto plazo, sino de tener en cuenta la protección del medio ambiente y el fomento de su responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores.

Es por esta razón, que para la creación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo, el desarrollo social es fundamental basado en la competitividad, ofreciendo excelente calidad en cada uno de los productos, de igual forma rescatar los principios, valores éticos y morales de la comunidad donde prevalezca la conciencia y responsabilidad social, asumiendo un liderazgo positivo en el sector, lo cual se convertirá en una inversión a largo plazo.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es un medio que brinda a la presente investigación un marco de referencia, acerca de la localización geográfica, tamaño y distribución en planta, maquinaria y equipo, proveedores y análisis de los tiempos y movimientos en que incurren los diferentes procesos para lograr la plena satisfacción del cliente que asiste a un Café Bar.

Este análisis se realizará con base en un diagrama de flujo que permite mostrar la relación en forma secuencial de las diferentes operaciones individuales del proceso para la prestación del servicio.

Tamaño del Proyecto

- **Factores condicionantes del proyecto**

Los factores condicionantes son los que permiten conocer el tamaño real del proyecto a través del desglose de parámetros como el mercado, tecnología, financiación y localización.

- **Mercado**

De acuerdo a los resultados arrojados en el estudio de mercados, se plantea la creación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo, enfocado a un Segmento de Mercado comprendido en un rango de edad que va desde los 18 años hasta los 40 años, que sean residentes o transeúntes del sector en mención.

- **Tecnología**

La maquinaria y equipo necesario para desarrollar este proyecto, no requiere de mayor tecnología, debido a que los procesos productivos son de fácil realización y los implementos que intervienen en la elaboración del producto son manuales o de uso doméstico.

- **Financiación**

La planeación para la financiación del proyecto, está compuesta por un préstamo para la compra de inventarios y maquinaria. Es importante mencionar que la adquisición de la máquina de capuchino, debido a su alto valor económico se realizará a través de Nestlé, puesto que esta empresa facilita este tipo de máquinas dependiendo de la viabilidad del establecimiento y con la condición que la empresa beneficiaria adquiera los insumos pertinentes para la elaboración de las diferentes bebidas de café a Nestlé.

- **Localización**

La Av. 10 de Agosto y sus alrededores se han venido posicionando en la mente de los consumidores de la Ciudad de Babahoyo, como lugares que brindan diferentes oportunidades para la sana diversión y el esparcimiento.

- **Macro localización**

El Café Bar, se desarrollará en la Avenida 10 de agosto, en pleno centro de la Ciudad de Babahoyo.

La Avenida 10 de agosto cuenta con un cubrimiento del 100% en los servicios públicos, como son energía, agua y alcantarillado, teléfono y recolección de basuras.

Las principales vías que rodean el sector son la Avenida 5 de Junio, calle General Barona, Calle Flores, y Calle Olmedo.

Las variables más importantes para determinar la macro localización, son la amplia cobertura de Servicios Públicos, la cercanía a 4 de las principales vías de la ciudad, variedad de establecimientos comerciales con un amplio y rápido crecimiento y cortas distancias a 2 hoteles principales de la ciudad los cuales albergan turistas de otras ciudades o países que gustan de un lugar donde puedan conocer un poco más de la cultura.

La ubicación geográfica del proyecto, permite tener un acceso rápido a los proveedores de los diferentes insumos, gracias a que tiene cercanía al centro de la ciudad y las vías de transporte son de fácil movilidad.

- **Micro localización**

La infraestructura del Café Bar, se ubicará en el sector de de la Avenida 10 de agosto, debido a que en este sector no existen lugares tranquilos y acogedores que permitan incentivar el diálogo, acompañado de una deliciosa bebida o alimento.

Otro aspecto importante es la seguridad del sector, debido a que es una gran zona residencial, la mayoría de conjuntos cuentan con vigilancia privada y esto hace que no solo los clientes, sino empleados y propietarios se sientan tranquilos en este lugar.

- **Capacidad de Producción**

La Capacidad de Producción está directamente relacionada con el resultado arrojado por el Estudio de Mercado, donde se estima una demanda para días pico de 50 a 60 personas aproximadamente. Por lo tanto, se deben tener distribuidas 8 mesas cuadradas de 4 puestos cada una debido a que la encuesta realizada demuestra que la mayoría de las personas prefieren asistir a este tipo de establecimientos en grupo. Una pequeña parte de la muestra acude en pareja y para estos consumidores se tiene 3 sofás dobles y 4 sillas en la barra.

Por último, se establece un área de fumadores, conformada por 4 mesas cuadradas de 4 puestos cada una.

Maquinaria y Equipo

La elección del equipo requerido para la operatividad diaria del proyecto es de vital importancia debido a que debe cumplir con una serie de características, como que la maquinaria debe ser fácil de transportar, operar, limpiar, dar buen servicio, cómoda de reparar y debe suministrar mecanismos de seguridad para el ambiente en el que se encuentre.

Máquina para Capuchino:



Especificaciones:

- Incluye llaves para agua caliente y vapor.
- Indicador de nivel de presión y válvula de seguridad
- Material: caldera de acero inoxidable y grupos de bronce que permiten una presión equilibrada del agua caliente sobre el café.
- Accionamiento: operación manual por medio de la palanca, por lo que no requiere motobomba o alta presión para preparar el café.
- Función: Sirve para preparar diferentes bebidas de café calientes.

Licuada



Especificaciones:

- Motor de 4 velocidades
- Material: Vaso de vidrio y motor en de acero inoxidable.
- Accionamiento: operación manual por medio digital
- Función: Sirve para triturar y licuar hielo y alimentos.

Nevera



Especificaciones:

- Altura de 12 pies y con diferentes compartimentos para congelar y almacenar los alimentos.

- Material: Aluminio
- Accionamiento: funciona con energía eléctrica
- Función: Sirve para conservar los alimentos y mantener bebidas frías.

Cocina a Gas



Especificaciones:

- Freidor en acero inoxidable con capacidad de 4 litros de aceite y termostato de alta precisión para control de la temperatura
- Gratinador de 3 posiciones
- Parrilla adicional en acero
- Horno grande con interiores y puerta porcelanizados con termostato de alta precisión con rango de 50°C a 300°C
- Material: Fabricada en acero inoxidable
- Accionamiento: operación manual
- Función: Sirve para cocinar los alimentos.

Cubiertos



Especificaciones:

Juego de cinco cubiertos que consta de cuchara cafetera, cuchara sopera, tenedor de carne, tenedor de mesa y cuchillo.

- Material: 100 % aluminio
- Accionamiento: manual
- Función: Sirve para llevar los alimentos a la boca

Platos

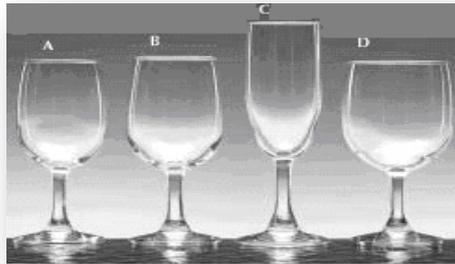


Especificaciones:

- Vajilla con diseño en espiral

- Material: Porcelana
- Función: Permite colocar los alimentos en su interior

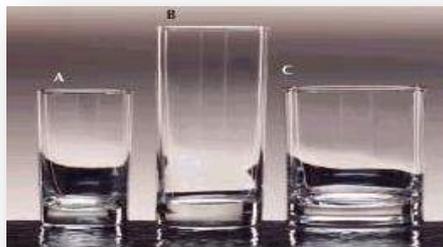
Juego de Copas



Especificaciones:

- Cristalería para agua, vino y cócteles
- Material: Vidrio
- Función: Permite colocar líquidos en su interior

Juego de Vasos



Especificaciones:

- Cristalería para bebidas sin licor y licores sin mezclar
- Material: Vidrio
- Función: Permite colocar líquidos en su interior.

Juego de Vasos Cerveceros



Especificaciones:

- Cristalería para cerveza
- Material: Vidrio
- Función: Permite colocar cerveza en su interior y mejorar su presentación.

Los elementos para la zona de atención son los siguientes:

- 12 mesas cuadradas, cada una de cuatro puestos
- 4 sillas altas para la barra
- 3 sofás pequeños cada una de dos puestos con su respectiva mesa
- 1 caja registradora
- 1 computador
- 1 consola de sonido
- 6 parlantes
- 1 micrófono

Proveedores e Insumos

El flujo de materiales a través del sistema de una empresa es la manifestación física del flujo de caja, y su control es fundamental para mantener un correcto sistema de producción y un manejo adecuado de los inventarios.

Los proveedores son la fase inicial del flujo de materiales y por lo tanto es indispensable realizar una correcta selección de ellos, debido a que en este tipo de negocio planteado en la investigación, un producto defectuoso atenta directamente la salud del cliente.

Por lo tanto, las siguientes especificaciones son necesarias al momento de elegir los proveedores del Café Bar:

- Calidad de los insumos, lo que permite fabricar un producto en excelentes condiciones.

- El precio es un factor que afecta directamente los costos de la empresa, sin embargo es importante que más que un precio bajo en los insumos, sea un precio justo por el buen estado de los alimentos y bebidas que se adquieren.

- Adicionalmente, se deben generar acuerdos de negociación con el proveedor para alcanzar descuentos por pronto pago o por compra de altos volúmenes de mercancía.
- La cobertura que brinden los proveedores facilita la disponibilidad inmediata del producto y el transporte adecuado para conservar el buen estado de los insumos.
- Es importante que el proveedor tenga la suficiente capacidad y responsabilidad de suministrar los insumos en el momento oportuno, en la cantidad solicitada y la calidad apropiada, con el fin de no generar inconvenientes en la empresa por falta de inventarios.
- El servicio prestado por el proveedor es indispensable para mantener las buenas relaciones a lo largo del ciclo de vida de la empresa, debido a que se busca que el proveedor aparte de brindar los insumos como los requiere el Café Bar, tenga la capacidad de cubrir contingencias y brindar soluciones, a los problemas que se puedan presentar con los inventarios.
- Al igual que los proveedores la materia prima también juega un papel importante en el proceso de compra, debido a que esta

interviene en el proceso productivo y financiero de la empresa. Los insumos que se requieren para el buen funcionamiento del Café Bar, deben cumplir con las siguientes características:

- Calidad: el éxito de brindar un producto terminado que satisfaga plenamente las necesidades y preferencias del cliente, inicia con la verificación de la calidad de los insumos, aunque no basta con recibir de manos de los proveedores la materia prima en óptimas condiciones sino se tienen los controles mencionados a continuación, para preservar el estado de la mercancía adquirida:
 - Inspección de las fechas de vencimiento, con el fin de mantener el control en el sistema de inventarios PEPS.
 - Correcta manipulación de la materia prima en el momento de la recepción y almacenaje, con el fin de evitar maltratar y averiar los insumos.
 - Realizar correctamente el corte y limpieza de los alimentos antes de refrigerarlos.
 - Utilizar recipientes limpios para almacenar los insumos y clasificarlos por grupos en el momento de refrigerar.

- Cantidad: todos los insumos tienen una permanencia diferente en inventarios, debido a que unos tienen mayor salida que

otros, o simplemente porque unos son precederos y otros no. Por lo tanto, se debe llevar un control a diario de las cantidades exactas que se deben mantener para el buen funcionamiento del Café Bar, y de esta forma llegar a acuerdos financieros con el proveedor y de esta forma adquirir descuentos y beneficios en la forma de pago.

- **Confiabilidad:** Es fundamental analizar los proveedores, con el fin de obtener los insumos con la calidad, cantidad y condiciones de fecha y lugar de entrega, con el objetivo de ofrecer a nuestros clientes los productos sin ningún contratiempo.

- **Servicio:** Los proveedores son fuente de garantía para el éxito de la operación diaria del Café Bar, pero además de esto deben ofrecer factores fundamentales como soluciones crediticias, excelente asesoría, descuentos, estabilidad de procesos, cambio de materia prima de no cumplir con las especificaciones pactadas.

ESTUDIO FINANCIERO

La finalidad del Estudio Financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores desarrolladas en el proyecto de factibilidad para la creación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo.

Dentro de la información necesaria para elaborar el Estudio Financiero se debe evaluar los aspectos relacionados con inversiones, costos e ingresos de los estudios previos, tales como instalaciones físicas, maquinaria, equipo de oficina, capital de trabajo, puesta en marcha, proyección de ventas, costos de fabricación y gastos legales.

a. Inversiones Previas a la Puesta en Marcha

La mayoría de las inversiones se realizan antes de la puesta en marcha del proyecto, pero esto no quiere decir que durante la operación de la empresa, no sea necesario invertir en el reemplazo de Activos Fijos o en la variación del Capital de Trabajo. Las inversiones que se efectúan antes de la puesta en marcha del proyecto se agrupan en tres grupos:

- **Activos Fijos:** Son todos aquellos bienes tangibles que se utilizan en el proceso de transformación de los insumos o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. Para efectos contables, los activos fijos

están sujetos a depreciación lo cual afecta la utilidad debido a su influencia en el cálculo de impuestos.

- La depreciación es el proceso de asignar de forma sistemática y racional el costo de un bien de capital a lo largo de su ciclo de vida. Esta contabiliza la disminución del potencial de utilidad de los activos invertidos en un negocio, ya sea por la pérdida de valor debida al desgaste físico derivado de la utilización habitual del bien, por el deterioro que provoca la acción de los elementos o debido a la obsolescencia causada por cambios tecnológicos y la introducción de nuevas y mejores máquinas y métodos de producción.
- En el Café Bar NUESTRA TIERRA, se emplea una depreciación anual para gran parte de los Activos por el uso y el deterioro que sufren cada uno de ellos.
- Activos Intangibles: Son aquellos que están constituidos por los servicios o derechos adquiridos para la puesta en marcha del proyecto. Contablemente la pérdida de valor de los Activos Intangibles se lleva a cabo a través de la amortización.
- Capital de Trabajo: Está constituido por los Activos Corrientes para la operación del proyecto durante un ciclo productivo.

b. Políticas Financieras

Las Políticas Financieras permiten presupuestar el manejo de los diferentes aspectos que afectan el flujo de caja y la toma de decisiones de la empresa.

▪ Mano de Obra

Según la proyección de la demanda obtenida del estudio de mercado y los parámetros de requerimiento de personal en cada una de las áreas, para el primer año de funcionamiento se necesita de los siguientes empleados:

- ❖ Un administrador, con un contrato laboral a término fijo a tres meses prorrogables.
- ❖ Un auxiliar contable de tiempo completo, con un contrato por prestación de servicios.
- ❖ Un barman con horario de 5 p.m. a 2 a.m., con un contrato por prestación de servicios.
- ❖ Dos cocineros, el primero en el horario de 9 a.m. a 6 p.m. y el otro en el horario de 6 p.m. a 3 a.m., cada uno con un contrato laboral.
- ❖ Tres meseros con rotación de turnos, con un contrato por prestación de servicios.

La decisión para iniciar el funcionamiento del Café Bar NUESTRA TIERRA es tomar al administrador y a los cocineros a través de contrato laboral y al resto del personal por prestación de servicios. Esto debido a que si todo el personal está por nómina, la carga prestacional aumenta y afecta notoriamente las utilidades de la empresa.

La contratación laboral se realiza con el propósito de evaluar las dos opciones de vinculación mediante un comparativo que permita conocer lo más apropiado para la empresa y sus colaboradores.

- **Inventarios**

Cuando los procesos de producción y comercialización son de corta duración (no mayor a un día), no llegan a acumularse productos en proceso, ni productos terminados, es decir que solo se le asignan recursos de almacenamiento a la materia prima. El Café Bar NUESTRA TIERRA maneja una política de colchón de seguridad del 30% de Bebidas Alcohólicas con respecto a las ventas mensuales.

En lo referente a los alimentos por ser productos perecederos se maneja una política del 10% para carnes y verduras y del 20% para el resto de alimentos.

▪ **Gastos de Operación:**

Para el normal funcionamiento del Café Bar NUESTRA TIERRA, se incurre en los siguientes gastos:

- ❖ Por concepto de arrendamiento;
- ❖ Por concepto de pago de administración
- ❖ Los servicios Públicos de Alcantarillado, Energía, Teléfono.

▪ **Precios**

De acuerdo al Estudio de Mercado realizado, se plantea manejar un estándar de precios similar al de la Competencia en cuanto a los productos ofrecidos en común.

▪ **Políticas de efectivo**

- ❖ Se maneja saldo en caja como base para el cambio a los clientes o imprevistos para compra de materia prima.
- ❖ El pago a proveedores se realiza a 30 días.
- ❖ No se maneja ventas a crédito, sin embargo se reciben tarjetas de crédito, débito lo cual hace que el 100% del ingreso de las ventas no se obtenga de inmediato.
- ❖ El pago de mano de obra se realiza de forma mensual.

▪ **Costos**

Los costos representan un decremento de recursos que a diferencia de los gastos, estos recursos se consumen para fabricar un producto. El costo se convertirá en gasto al momento de la venta del producto terminado.

Clasificación de los Costos

Los costos pueden clasificarse de acuerdo con el volumen de producción que maneja la empresa en costos fijos y costos variables.

Los costos fijos son aquellos que son cuantificados de manera global no varían aunque hubiese variación en el volumen de producción de un período determinado y los costos variables son aquellos en los que puede observarse un ajuste directamente proporcional al nivel de producción. Cuando un costo fijo es asignado a los productos, la cantidad de costo fijo que recibe cada producto será menor si la cantidad de unidades producidas es mayor.

En cambio, la cantidad de costo variable permanecerá constante por períodos y rangos de producción

▪ Costo de Producción

La contabilidad de costos se enfoca en la valuación de inventarios de productos en proceso y de productos terminados. Para ello, es necesario determinar los elementos del costo de producción incurridos en el proceso productivo, aunque por ser un negocio Café Bar no se mantienen inventarios de Productos en Proceso, adicionalmente debido a que se maneja Materia Prima de características perecederas.

El proceso productivo en este tipo de establecimiento se realiza a través de las órdenes de trabajo y no se hace necesario estimar la cantidad de tiempo o material requerido para la elaboración de cada una de ellas, puesto que su descripción se encuentra en el menú y manuales de funciones.

Los elementos del costo de producción son los siguientes:

- ❖ Materia Prima: Está compuesta por los materiales físicos que componen el producto. Este primer elemento del costo de producción se divide en materia prima directa que es aquella donde todos los materiales utilizados en la elaboración del producto son fácilmente identificables, mientras que en la materia prima indirecta no.
- ❖ Mano de obra: Se define como el costo del tiempo que los trabajadores invierten en el proceso productivo y que debe ser

cargado a los productos. La mano de obra directa incluye todo el tiempo de trabajo que directamente se aplica a los productos y la mano de obra indirecta se refiere a todo el tiempo que se invierte para mantener en funcionamiento el establecimiento pero que no se relaciona directamente con los productos.

- ❖ **Costos Indirectos de Fabricación:** A diferencia de la Materia Prima y de la Mano de Obra, los CIF no pueden ser cuantificados de forma individual en relación con el costo final de los costos, pues incluye todos aquellos gastos que se relacionan para mantener en operación un establecimiento productivo.

- **Proyección de Ventas**

Se dice que una empresa vende bien cuando el valor de sus ventas, teniendo en cuenta el tipo de negocio, guarda una proporcionalidad razonable con el valor de los activos. Es decir que las empresas comercializadoras deben vender \$2 por cada \$1 invertido y que a mayor número de ventas mejor rentabilidad para el negocio.

En el estudio de mercado se estableció como política que el Café Bar NUESTRA TIERRA abarcaría un 25% de la participación de Ventas de la Competencia para el primer año de funcionamiento y realizaría un incremento anual del 5% de las ventas.

INVERSION			
INVERSION FIJA	Cantidad	VALOR	
		V. Unitario	V. Total
TERRENOS E INSTALACIONES			
Alquiler	12	\$ 400.00	\$ 4,800.00
subtotal			\$ 4,800.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
	Cantidad	Unitario	Total
Licuada	2	\$ 80.00	\$ 160.00
Nevera	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Horno Microondas	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Cocina a gas	1	\$ 560.00	\$ 560.00
Juego de Cubiertos	50	\$ 8.00	\$ 400.00
Juego de Vajillas	50	\$ 20.00	\$ 1,000.00
Juego de Copas	30	\$ 15.00	\$ 450.00
Juego de Vasos	40	\$ 12.00	\$ 480.00
Juego de Vasos Cerveceros	50	\$ 13.00	\$ 650.00
Juego de Cuchillos	50	\$ 7.00	\$ 350.00
Sillas para Mesas	48	\$ 7.00	\$ 336.00
Sillas para Barra	12	\$ 15.00	\$ 180.00
Mesas	12	\$ 35.00	\$ 420.00
Caja Registradora	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Individuales	50	\$ 0.70	\$ 35.00
Pantalla plana de 52"	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
Computador	1	\$ 800.00	\$ 800.00
subtotal			\$ 8,391.00
GASTOS PREOPERATIVOS			
Gastos de Constitucion	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Imprevistos	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Subtotal			\$ 1,000.00
CAPITAL DE TRABAJO			
	Cantidad	V/unit.	V/total
Mercaderia	1	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Subtotal			\$ 6,000.00
REMUNERACIONES			
Subtotal			\$ 4,244.84
TOTAL INVERSION			\$ 24,435.84

REMUNERACION DEL PERSONAL						
Orden	CARGO	# PERSONAL	S. MENSUAL	B. SOCIALES	T. MENSUAL	S. ANUAL
01	Administrador	1	600	\$ 192.90	\$ 792.90	\$ 9,514.80
02	Auxiliar Contable	1	350	\$ 120.86	\$ 470.86	\$ 5,650.30
03	Barman	1	300	\$ 106.45	\$ 406.45	\$ 4,877.40
04	Cocineros	2	320	\$ 112.21	\$ 864.43	\$ 10,373.12
05	Meseros	3	250	\$ 92.04	\$ 1,026.13	\$ 12,313.50
06	Guardia	2	250	\$ 92.04	\$ 684.08	\$ 8,209.00
				TOTAL	\$ 4,244.84	\$ 50,938.12

BENEFICIOS SOCIALES							
Orden	CARGO	V/. MENSUAL	13vo	14vo	Aporte Patronal	F.Reserva	Vacaciones
01	Administrador	600	\$ 50.00	\$ 20.00	\$ 72.90	\$ 50.00	\$ 25.00
02	Auxiliar Contable	350	\$ 29.17	\$ 20.00	\$ 42.53	\$ 29.17	\$ 14.58
03	Barman	300	\$ 25.00	\$ 20.00	\$ 36.45	\$ 25.00	\$ 12.50
04	Cocineros	320	\$ 26.67	\$ 20.00	\$ 38.88	\$ 26.67	\$ 13.33
05	Meseros	250	\$ 20.83	\$ 20.00	\$ 30.38	\$ 20.83	\$ 10.42
06	Guardia	250	\$ 20.83	\$ 20.00	\$ 30.38	\$ 20.83	\$ 10.42

CEDULA DE GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS			
Orden	DESCRIPCION	V/MENSUAL	V/ ANUAL
01	Remuneraciones	\$ 4,244.84	\$ 50,938.12
02	Servicios Básicos	\$ 100.00	\$ 1,200.00
03	Directv	\$ 60.00	\$ 720.00
04	Internet	\$ 50.00	\$ 600.00
TOTAL ANUAL		\$ 4,344.84	\$ 53,458.12

COSTO DE VENTAS					
Orden	DESCRIPCION	CANTIDAD	V/DIARIA	V/MENSUAL	V/ ANUAL
01	Costo de Venta de productos en general	1	\$ 250.00	\$ 7,500.00	\$ 90,000.00
TOTAL ANUAL				\$ 7,500.00	\$ 90,000.00

INGRESO EN VENTAS					
Orden	DESCRIPCION	CANTIDAD	C/UNITARIO	V/MENSUAL	V/ ANUAL
01	Venta de productos en general	1	425.00	\$ 12,750.00	\$ 153,000.00
TOTAL ANUAL				\$ 12,750.00	\$ 153,000.00

DEPRECIACIONES								
				1	2	3	4	5
DESCRIPCION	%	VALOR	V.RESIDUAL	DEP. ANUAL				
Licuadaora	20%	\$ 160.00	\$ 16.00	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80	\$ 28.80
Nevera	20%	\$ 1,000.00	\$ 100.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00
Horno Microondas	20%	\$ 120.00	\$ 12.00	\$ 21.60	\$ 21.60	\$ 21.60	\$ 21.60	\$ 21.60
Cocina a gas	20%	\$ 560.00	\$ 56.00	\$ 100.80	\$ 100.80	\$ 100.80	\$ 100.80	\$ 100.80
Juego de Cubiertos	20%	\$ 400.00	\$ 40.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00
Juego de Vajillas	20%	\$ 1,000.00	\$ 100.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00
Juego de Copas	20%	\$ 450.00	\$ 45.00	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00
Juego de Vasos	20%	\$ 480.00	\$ 48.00	\$ 86.40	\$ 86.40	\$ 86.40	\$ 86.40	\$ 86.40
Juego de Vasos Cervecedores	20%	\$ 650.00	\$ 65.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00	\$ 117.00
Juego de Cuchillos	20%	\$ 350.00	\$ 35.00	\$ 63.00	\$ 63.00	\$ 63.00	\$ 63.00	\$ 63.00
Sillas para Mesas	20%	\$ 336.00	\$ 33.60	\$ 60.48	\$ 60.48	\$ 60.48	\$ 60.48	\$ 60.48
Sillas para Barra	20%	\$ 180.00	\$ 18.00	\$ 32.40	\$ 32.40	\$ 32.40	\$ 32.40	\$ 32.40
Mesas	20%	\$ 420.00	\$ 42.00	\$ 75.60	\$ 75.60	\$ 75.60	\$ 75.60	\$ 75.60
Caja Registradora	20%	\$ 50.00	\$ 5.00	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 9.00
Individuales	20%	\$ 35.00	\$ 3.50	\$ 6.30	\$ 6.30	\$ 6.30	\$ 6.30	\$ 6.30
Pantalla plana de 52"	33%	\$ 1,400.00	\$ 140.00	\$ 419.96	\$ 419.96	\$ 419.96	\$ 419.96	\$ 419.96
Computador	33%	\$ 800.00	\$ 80.00	\$ 239.98	\$ 239.98	\$ 239.98	\$ 239.98	\$ 239.98
		\$ 8,391.00	\$ 839.10	\$ 1,774.31				

TABLA DE AMORTIZACION

C= 24,435.84
 i = 0.015
 n = 60

PERIODOS	A.CAPITAL	INTERESES	TOTAL	SALDO CAPITAL
0				\$ 24,435.84
1	\$ 253.97	\$ 366.54	\$ 620.51	\$ 24,181.87
2	\$ 257.78	\$ 362.73	\$ 620.51	\$ 23,924.09
3	\$ 261.65	\$ 358.86	\$ 620.51	\$ 23,662.44
4	\$ 265.57	\$ 354.94	\$ 620.51	\$ 23,396.87
5	\$ 269.56	\$ 350.95	\$ 620.51	\$ 23,127.31
6	\$ 273.60	\$ 346.91	\$ 620.51	\$ 22,853.71
7	\$ 277.70	\$ 342.81	\$ 620.51	\$ 22,576.01
8	\$ 281.87	\$ 338.64	\$ 620.51	\$ 22,294.14
9	\$ 286.10	\$ 334.41	\$ 620.51	\$ 22,008.04
10	\$ 290.39	\$ 330.12	\$ 620.51	\$ 21,717.65
11	\$ 294.75	\$ 325.76	\$ 620.51	\$ 21,422.90
12	\$ 299.17	\$ 321.34	\$ 620.51	\$ 21,123.74
13	\$ 303.65	\$ 316.86	\$ 620.51	\$ 20,820.08
14	\$ 308.21	\$ 312.30	\$ 620.51	\$ 20,511.88
15	\$ 312.83	\$ 307.68	\$ 620.51	\$ 20,199.04
16	\$ 317.52	\$ 302.99	\$ 620.51	\$ 19,881.52
17	\$ 322.29	\$ 298.22	\$ 620.51	\$ 19,559.23
18	\$ 327.12	\$ 293.39	\$ 620.51	\$ 19,232.11
19	\$ 332.03	\$ 288.48	\$ 620.51	\$ 18,900.08
20	\$ 337.01	\$ 283.50	\$ 620.51	\$ 18,563.08
21	\$ 342.06	\$ 278.45	\$ 620.51	\$ 18,221.01
22	\$ 347.19	\$ 273.32	\$ 620.51	\$ 17,873.82
23	\$ 352.40	\$ 268.11	\$ 620.51	\$ 17,521.41
24	\$ 357.69	\$ 262.82	\$ 620.51	\$ 17,163.73
25	\$ 363.05	\$ 257.46	\$ 620.51	\$ 16,800.67
26	\$ 368.50	\$ 252.01	\$ 620.51	\$ 16,432.17
27	\$ 374.03	\$ 246.48	\$ 620.51	\$ 16,058.15
28	\$ 379.64	\$ 240.87	\$ 620.51	\$ 15,678.51
29	\$ 385.33	\$ 235.18	\$ 620.51	\$ 15,293.18
30	\$ 391.11	\$ 229.40	\$ 620.51	\$ 14,902.06
31	\$ 396.98	\$ 223.53	\$ 620.51	\$ 14,505.08
32	\$ 402.93	\$ 217.58	\$ 620.51	\$ 14,102.15
33	\$ 408.98	\$ 211.53	\$ 620.51	\$ 13,693.17
34	\$ 415.11	\$ 205.40	\$ 620.51	\$ 13,278.06
35	\$ 421.34	\$ 199.17	\$ 620.51	\$ 12,856.72
36	\$ 427.66	\$ 192.85	\$ 620.51	\$ 12,429.06
37	\$ 434.07	\$ 186.44	\$ 620.51	\$ 11,994.99
38	\$ 440.58	\$ 179.92	\$ 620.51	\$ 11,554.40
39	\$ 447.19	\$ 173.32	\$ 620.51	\$ 11,107.21
40	\$ 453.90	\$ 166.61	\$ 620.51	\$ 10,653.31
41	\$ 460.71	\$ 159.80	\$ 620.51	\$ 10,192.60
42	\$ 467.62	\$ 152.89	\$ 620.51	\$ 9,724.98
43	\$ 474.64	\$ 145.87	\$ 620.51	\$ 9,250.34
44	\$ 481.75	\$ 138.76	\$ 620.51	\$ 8,768.59
45	\$ 488.98	\$ 131.53	\$ 620.51	\$ 8,279.61
46	\$ 496.32	\$ 124.19	\$ 620.51	\$ 7,783.29
47	\$ 503.76	\$ 116.75	\$ 620.51	\$ 7,279.53
48	\$ 511.32	\$ 109.19	\$ 620.51	\$ 6,768.21
49	\$ 518.99	\$ 101.52	\$ 620.51	\$ 6,249.23
50	\$ 526.77	\$ 93.74	\$ 620.51	\$ 5,722.46
51	\$ 534.67	\$ 85.84	\$ 620.51	\$ 5,187.78
52	\$ 542.69	\$ 77.82	\$ 620.51	\$ 4,645.09
53	\$ 550.83	\$ 69.68	\$ 620.51	\$ 4,094.26
54	\$ 559.10	\$ 61.41	\$ 620.51	\$ 3,535.16
55	\$ 567.48	\$ 53.03	\$ 620.51	\$ 2,967.68
56	\$ 575.99	\$ 44.52	\$ 620.51	\$ 2,391.68
57	\$ 584.63	\$ 35.88	\$ 620.51	\$ 1,807.05
58	\$ 593.40	\$ 27.11	\$ 620.51	\$ 1,213.64
59	\$ 602.31	\$ 18.20	\$ 620.51	\$ 611.34
60	\$ 611.34	\$ 9.17	\$ 620.51	\$ 0.00
	\$ 23,662.44	\$ 11,706.62	\$ 35,369.06	

ANALISIS FINANCIERO							
FLUJO DE EFECTIVO DEL PLAN DE NEGOCIOS							
		2011	2012	2013	2014	2015	
DETALLE							
INSTALACIONES	\$	-4,800.00					
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$	-8,391.00					
GASTOS PREOPERATIVOS	\$	-1,000.00					
CAPITAL DE TRABAJO	\$	-10,244.84					
INGRESO POR VENTA		\$ 153,000.00	\$ 175,950.00	\$ 202,342.50	\$ 232,693.88	\$ 267,597.96	
COSTOS DE PRODUCCION		\$ 90,000.00	\$ 90,000.00	\$ 90,000.00	\$ 90,000.00	\$ 90,000.00	
GASTOS ADMINISTRATIVO Y VENTAS		\$ 53,458.12	\$ 53,458.12	\$ 53,458.12	\$ 53,458.12	\$ 53,458.12	
GASTOS FINANCIEROS		\$ 4,134.01	\$ 3,486.11	\$ 2,711.45	\$ 1,785.27	\$ 677.90	
DEPRECIACIÓN		\$ 1,774.31	\$ 1,774.31	\$ 1,774.31	\$ 1,774.31	\$ 1,774.31	
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 3,633.55	\$ 27,231.46	\$ 54,398.61	\$ 85,676.17	\$ 121,687.62	
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		\$ 545.03	\$ 4,084.72	\$ 8,159.79	\$ 12,851.43	\$ 18,253.14	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 3,088.52	\$ 23,146.74	\$ 46,238.82	\$ 72,824.75	\$ 103,434.48	
25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 772.13	\$ 5,786.69	\$ 11,559.70	\$ 18,206.19	\$ 25,858.62	
UTILIDAD NETA		\$ 2,316.39	\$ 17,360.06	\$ 34,679.11	\$ 54,618.56	\$ 77,575.86	
READICION DE DEPRECIACIÓN		\$ 1,774.31	\$ 1,774.31	\$ 1,774.31	\$ 1,774.31	\$ 1,774.31	
FLUJO EFECTIVO OPERATIVO		\$ 4,090.70	\$ 19,134.37	\$ 36,453.43	\$ 56,392.87	\$ 79,350.17	
VALOR DE SALVAMENTO						\$ 839.10	
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$	-24,435.84	\$ 4,090.70	\$ 19,134.37	\$ 36,453.43	\$ 56,392.87	\$ 80,189.27

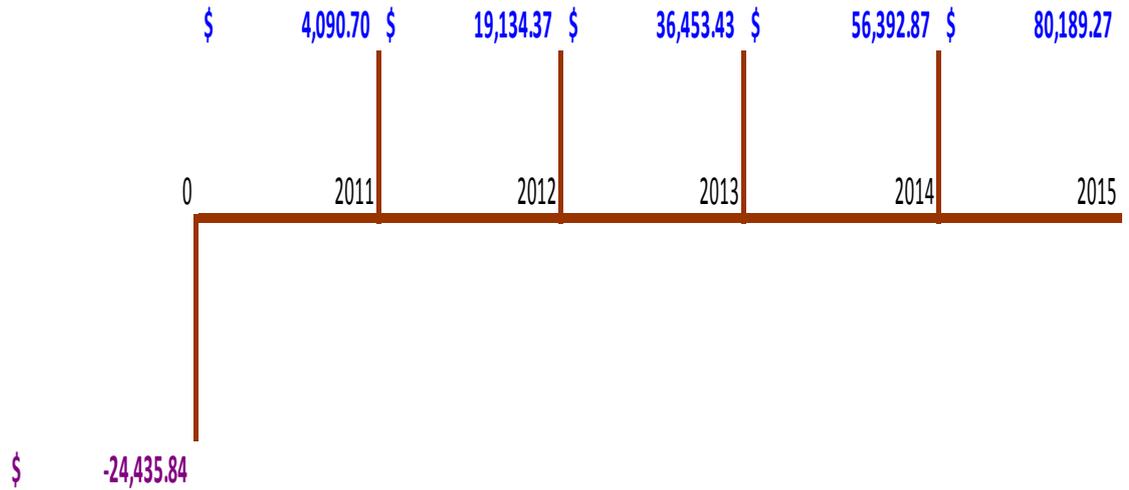
TIR \$ 0.7908 79.08%

18% Tasa de oportunidad

	2011	2012	2013	2014	2015	
	1.18	1.39240	1.64303	1.93878	2.28776	
VAN= \$	3,466.70	\$ 13,742.01	\$ 22,186.68	\$ 29,086.82	\$ 35,051.47	\$ -24,435.84
VAN= \$	79,097.83					

PERIODO RECUPERACION DESCONTADO DE LA INVERSION

FLUJO NORMAL



Costo de Oportunidad = 18%

Año	V/en el Tiempo	V/ actual	V/ACUMULADO
0	\$ 24,435.84	\$ 24,435.84	
2011	\$ 4,090.70	\$ 3,466.70	\$ 3,466.70
2012	\$ 19,134.37	\$ 13,742.01	\$ 17,208.71
2013	\$ 36,453.43	\$ 22,186.68	\$ 39,395.39
2014	\$ 56,392.87	\$ 29,086.82	\$ 68,482.20
2015	\$ 80,189.27	\$ 35,051.47	\$ 103,533.67

PR

2 años
3 meses
27 días

Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite determinar la viabilidad de realizar la inversión de un proyecto determinado, para el caso de la creación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo, se estudiará su factibilidad por medio del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno.

Valor Actual Neto

VAN = \$79,097.83

Como el VAN es mayor a 0, el proyecto es bueno porque, en dólares de hoy, los ingresos son mayores que los egresos. Adicionalmente, si no se invierte en el proyecto “Creación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo” se dejarían de perder \$79,097.83 más la tasa de oportunidad.

Tasa Interna de Retorno

La TIR mide la rentabilidad de una inversión y es la tasa a la cual son descontados los flujos de caja de forma tal que los ingresos y los egresos sean iguales, es decir a la tasa en que el VAN se hace cero.

La Tasa Interna de Retorno arrojó un porcentaje del 79,08%, superior a la tasa de oportunidad del 18% la cual es el promedio de las tasas ofrecidas en las entidades bancarias. Es decir, que el estudio de factibilidad para la creación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo es viable, porque la inversión se recupera desde su primer año de funcionamiento.

4.3 CONCLUSIONES

La iniciativa de la puesta en marcha de un Café Bar, se generó con el fin de brindar diferentes alternativas en cuanto a productos y servicios en un mismo lugar, debido a que en la Ciudad de Babahoyo no existe un establecimiento que reúna todas estas características para satisfacer las necesidades del cliente.

El estudio de mercado realizado, arrojó que este tipo de establecimiento tiene gran aceptación en el sector de investigación debido a los productos, servicios adicionales y la infraestructura que tuvo un grado de aprobación del 85% y esto a su vez se convierte en una ventaja competitiva, que permite atraer por medio de reconocimiento y publicidad a Ecuatorianos y extranjeros que quieren ver el lado positivo del país.

La creación del Café Bar, tiene un impacto social y ambiental positivo para el sector, puesto que se pretende alcanzar un alto porcentaje de participación en los Café Bar de la ciudad y por ende aumenta su actual reconocimiento.

El estudio técnico permitió establecer las características de la maquinaria y equipo y medir la infraestructura de 89,65 metros cuadrados, para la operatividad diaria del establecimiento. De igual forma, determinar los

tiempos, procesos y personal para cada uno de los puestos de trabajo.

Por medio del diagnóstico del entorno interno y externo de la compañía se analizó que los factores más relevantes son las fortalezas y oportunidades medias, que contrarrestan las debilidades y amenazas que pueden afectar el desempeño de la organización.

Con el estudio administrativo, se estipularon las pautas de planeación estratégica, los deberes y derechos de empleados y empleadores que encaminan al buen funcionamiento del clima organizacional.

Se realizó el estudio legal, con el cual se determinó el procedimiento necesario para la puesta en marcha del Café Bar y las entidades relacionadas que expiden los permisos requeridos para el funcionamiento, con el propósito de no incurrir en multas y/o sanciones.

El estudio financiero, recopiló la información de costos, gastos e ingresos del estudio de mercados, técnico, administrativo y legal.

La evaluación financiera permitió determinar la viabilidad del proyecto y la recuperación de la inversión en un tiempo inferior a un año.

4.4. RECOMENDACIONES

Las autoras de este proyecto recomiendan a los estudiantes, que se esfuercen por generar la creación de su propia empresa y de esta forma aplicar sus conocimientos en los diferentes procesos administrativos y aumentar su crecimiento personal contribuyendo a la disminución del desempleo en el país.

A los empresarios de las pequeñas y medianas empresas para que constantemente, ofrezcan un valor agregado a sus productos y servicios ofrecidos y de esta forma aumentar la competitividad de las pymes.

4.5. BIBLIOGRAFIA

- BACA CURREA, Guillermo. Ingeniería Económica. Fondo Educativo Panamericano. 2002.

- CAMACHO CUELLAR, Jairo. Las mejores recetas de cocina. Educar.2009.

- CHIAVENATO, Idalberto. Administración de los Recursos Humanos. Segunda Edición. Bogotá. McGraw Hill. 2000.

- CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. Quinta Edición. México. McGraw Hill. Año 2006.

- CRAVENS, DAVID. Marketing Estratégico. 8º Edición España. McGraw Hill. Año 2007.

- DONNELLY GIBSON, Ivancevich. Dirección y Administración de Empresas. Octava Edición. Estados Unidos. Addison-Wesley Iberoamericana. 2004.

- HERNANDEZ HERNÁNDEZ, Abraham y HERNANDEZ VILLALOBOS Abraham. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. México. Thomson Learning. 2001.
- KOONTZ, Harold. Administración una Perspectiva Global. Décima Primera Edición. México. McGraw Hill. 2000.
- MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. Tercera Edición. Bogotá. McGraw Hill. 2005.
- PERREAULT, William D. y Mc CARTHY, E. Jerome. Marketing un Enfoque Global. Décima Tercera Edición. México. McGraw Hill. 2001.
- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera Edición. Bogotá. McGraw Hill. 2008.
- STANTON, William J., ETZEL, Michael J. y WALKER, Bruce J. Fundamentos de Marketing. Décimo Primera Edición. McGraw Hill. México. 2000.

ANEXOS

ANEXO N° 1

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMATICA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTION EMPRESARIAL

La presente encuesta tiene como finalidad conocer el estudio de factibilidad para la Implementación de un Café Bar en la Ciudad de Babahoyo.

1.- ¿Con qué Frecuencia al mes visita usted un Café Bar?

Una

Dos

Tres o más

Ninguna

2.- ¿Con quienes suele usted ir acompañado a estos sitios?

Personas del mismo sexo

Personas del sexo opuesto

Grupo de amigos

3.- ¿Cuál de las siguientes bebidas adquiere con más frecuencia?

Cerveza

Cocteles

Vino

Bebidas de Café

Malteadas

4.- ¿Cuál de las siguientes comidas es de su preferencia?

Cazuela de Mariscos

Parrillada Mixta

Chuleta de Ternera Rellena

5.- ¿Cuáles de los eventos mencionados a continuación, le gustaria encontrar en este tipo de establecimientos?

Comediante

Musica en vivo

Videos – Conciertos

Fútbol

6.- ¿Le gustaría encontrar un Café Bar, donde su estructura fisica sea época antigua?

SI

NO

7.- ¿Cuál de los siguientes servicios, considera usted el más importante en este tipo de establecimientos?

Comodidad

Espacio Acogedor

Agilidad

Amabilidad

8.- ¿Cuál es el rango monetario que usted generalmente invierte con las personas que lo acompañan, en este tipo de diversión y esparcimiento?

Menos de a \$60

De \$61 a \$100

Más de \$100

9.- ¿Su Sexo es?

Masculino

Femenino

10.- ¿Su rango de usted está entre?

18 a 25 años

26 a 33 años

34 a 40 años

Mayor de 40

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN....

ANEXO N° 2

ESTRUCTURA PLANTA CAFÉ BAR “NUESTRA TIERRA”

