



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL – SEPTIEMBRE 2022

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

PRUEBA PRÁCTICA

COMERCIO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTOBAR EN EL
RECINTO PUEBLO NUEVO DE LA PARROQUIA FEBRES CORDERO**

EGRESADO:

RICARDO ANDRÉS GÓMEZ OCHOA

TUTOR:

ING. LUIS ALBERTO LOZANO CHAGUAY, MAE

AÑO 2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	8
CAPITULO 1: IDEA DE NEGOCIO	10
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	10
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
1.3 ESTUDIO DE MERCADO.....	16
Fórmula de la muestra:	17
Cálculo de la muestra:.....	17
1.3.1 Resultados de la Investigación.....	18
1.3.2 Análisis de la Demanda	28
1.3.3 Establecimiento de la demanda potencial.....	28
1.3.4 Análisis de la Competencia.....	30
CAPITULO II: DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO	31
2.1 DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	31
2.1.1 Giro del negocio.....	31
2.1.2 Razón social.....	31
2.1.3 Isologo	32
2.1.4 Slogan	33
2.1.5 Productos	34
2.2 FUNDAMENTACIÓN GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO	40
2.2.1 Misión	40
2.2.2 Visión.....	40
2.2.3 Política de calidad.....	41
2.2.4 Valores del emprendimiento.....	41
2.2.5 Objetivos empresariales.....	43
2.2.6 Análisis FODA	43
2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL	45

2.3.1 Organigrama Estructural.....	45
2.3.2 Análisis y Diseño de Puestos	45
2.3.3 Proceso de Reclutamiento, selección y capacitación.....	47
CAPITULO III: MODELO DE NEGOCIO	50
3.1 SEGMENTO DEL MERCADO.....	51
3.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO PROPUESTA DE VALOR.....	51
3.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	53
3.4 RELACIÓN CON EL CLIENTE.....	54
3.5 FUENTES DE INGRESOS.....	55
3.6 ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO	55
3.7 ACTIVIDADES CLAVES.....	57
3.8 RED DE SOCIOS.....	57
3.9 ESTRUCTURA DE COSTOS	61
CAPITULO IV: ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO.....	62
4.1 FACTIBILIDAD TÉCNICA	62
4.1.1 Macro localización del emprendimiento.....	62
4.1.2 Micro localización del emprendimiento	63
4.1.3 Instalaciones del negocio	63
4.2 FACTIBILIDAD FINANCIERA	65
4.3 FACTIBILIDAD OPERATIVA.....	75
4.4 FACTIBILIDAD AMBIENTAL.....	80
4.5 FACITIBILIDAD SOCIAL	82
CONCLUSIÓN	83
RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFÍA	85
ANEXOS	88

ÍNDE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Con que frecuencia usted acude a restaurantes?.....	18
Tabla 2 ¿Qué elementos tomaría en cuenta para asistir a un restaurante?	19
Tabla 3 ¿Considera usted que la atención al cliente es importante en un restaurante? ..	20
Tabla 4 ¿Cuál es el rango de precios que usted pagaría por bebidas con y sin alcohol? 21	
Tabla 5 ¿Estaría dispuesto a degustar platos hechos a partir de la carne de búfalo?.....	22
Tabla 6 ¿Conoce en su sector un restobar que brinde platos y bebidas variados?	23
Tabla 7 ¿Le gustaría tener en su sector un restobar que le brinde un ambiente acogedor y un menú variado?.....	24
Tabla 8 ¿En qué periodo de tiempo le gustaría asistir a un restobar?	25
Tabla 9 Generalmente, ¿con quién usted compartiría la experiencia de asistir a un restobar?.....	26
Tabla 10 ¿En cuál red social le gustaría tener interacción con los productos y servicios del restobar?.....	27
Tabla 11 Frecuencia de compra.....	29
Tabla 12 Demanda potencial del Restobar	29
Tabla 13 Análisis de la competencia	30
Tabla 14 Costillas de búfalo	34
Tabla 15 Costillas de cerdo a la BBQ.....	35
Tabla 16 Alitas BBQ	36
Tabla 17 Pinchos de lomo fino y piña	37
Tabla 18 Bloody Mary.....	38
Tabla 19 Shirley Temple	39
Tabla 20 Análisis FODA	44
Tabla 21 Análisis y diseño de puestos.....	45
Tabla 22 Modelo de negocio	50
Tabla 23 Maquinaria.....	55
Tabla 24 Equipos y herramientas de oficina	56
Tabla 25 Muebles y enseres.....	56
Tabla 26 Herramientas para cocina	56
Tabla 27 Inversión inicial del proyecto	65
Tabla 28 Remuneraciones	67

Tabla 29 Beneficios sociales	67
Tabla 30 Depreciación.....	67
Tabla 31 Amortización	68
Tabla 32 Amortización de gastos de constitución	70
Tabla 33 Capital de trabajo.....	70
Tabla 34 Costos de ventas	71
Tabla 35 Ventas.....	71
Tabla 36 Gastos administrativos y de ventas.....	72
Tabla 37 Flujo de caja	73
Tabla 38 VAN y TIR.....	75
Tabla 39 Relación Beneficio-Costo.....	75
Tabla 40 Periodo de recuperación de la inversión.....	75

ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1. Bar	11
Ilustración 2. Restaurante	12
Ilustración 3. Grill.....	13
Ilustración 4. Menú.....	13
Ilustración 5. Tabla nutricional de la carne de búfalo	14
Ilustración 6. Bebidas sin alcohol.....	15
Ilustración 7. ¿Con que frecuencia usted acude a restaurantes?.....	18
Ilustración 8. ¿Qué elementos tomaría en cuenta para asistir a un restaurante?	19
Ilustración 9. ¿Considera usted que la atención al cliente es importante en un restaurante?	20
Ilustración 10. ¿Cuál es el rango de precios que usted pagaría por bebidas con y sin alcohol?.....	21
Ilustración 11. ¿Estaría dispuesto a degustar platos hechos a partir de la carne de búfalo?	22
Ilustración 12. ¿Conoce en su sector un restobar que brinde platos y bebidas variados	23
Ilustración 13. ¿Le gustaría tener en su sector un restobar que le brinde un ambiente acogedor y un menú variado?.....	24
Ilustración 14. ¿En qué periodo de tiempo le gustaría asistir a un restobar?	25
Ilustración 15. Generalmente, ¿con quién usted compartiría la experiencia de asistir a un restobar?.....	26
Ilustración 16. ¿En cuál red social le gustaría tener interacción con los productos y servicios del restobar?	27
Ilustración 17. Razón social.....	31
Ilustración 18. Isologo	32
Ilustración 19. Slogan.....	33
Ilustración 20. Misión.....	40
Ilustración 21. Visión	41
Ilustración 22. Políticas de calidad	41
Ilustración 23. Objetivos empresariales.....	43
Ilustración 24. Organigrama estructural	45
Ilustración 26. Proveedores de carnes	58
Ilustración 27. Proveedores de bebidas	58

Ilustración 28. Proveedor de hortalizas y frutas	59
Ilustración 29. Proveedores de artículos de cocina.....	59
Ilustración 30. Proveedor de internet.....	60
Ilustración 31. Proveedores de mobiliarios	60
Ilustración 32. Banco.....	61
Ilustración 33. Macro localización del emprendimiento	62
Ilustración 34. Micro localización del emprendimiento	63
Ilustración 35. Instalaciones del negocio.....	64
Ilustración 36. Instalaciones del negocio.....	64
Ilustración 37. Proceso de compra.....	76
Ilustración 38. Proceso de producción.....	77
Ilustración 39. Proceso de servicio al cliente	78
Ilustración 40. Proceso del servicio Delivery	79
Ilustración 41. Factibilidad social.....	82

INTRODUCCIÓN

Los establecimientos de comidas en donde se expenden platos a la carta mantienen un margen de aceptación positivo con el paso del tiempo, debido a esto surge la oportunidad de establecer un estudio de factibilidad para la implementación de un restobar en el recinto Pueblo Nuevo, este proyecto tiene como atractivo la preparación de diversos platos con base en cárnicos, el plato fuerte o principal de este proyecto se lo realiza a partir de la carne de búfalo debido al exquisito sabor y valores nutricionales que posee este ejemplar. Además, el restobar ofrecerá bebidas con y sin alcohol y servicios de reservas y alquiler del establecimiento por eventos sociales, con esto se pretende generar un impacto positivo en esta localización, debido a la carencia de este tipo de establecimientos en la zona.

Para desarrollar el estudio de factibilidad del presente proyecto se ejecutó un análisis metodológico mediante la herramienta CANVA, por este medio se ejecuta un análisis que permita determinar la aceptación que tendrá el negocio. En el desarrollo del proyecto se destacan diversos capítulos, los cuales reflejan información relevante, en el capítulo I, se puede exponer que, por medio de un análisis de encuestas realizadas a una muestra específica del sector, el proyecto recibe un 100% de aprobación por parte de la comunidad.

Por otra parte, en el capítulo II se pone en manifiesto la formación de políticas de calidad que permitan fomentar el crecimiento del negocio, además de establecer la estructura organizacional con la que operará el restobar, en el capítulo III se plantea la estructura en un modelo de negocio, en donde se desglosa información detallada sobre el segmento de cliente, la propuesta de valor, los canales de comercialización, la relación con el cliente, las fuentes de ingreso, los recursos claves, las actividades claves, los socios claves y la estructura de costos los cuales aporten de forma positiva al emprendimiento

y por último, en el capítulo IV se realiza un análisis financiero, en el cual se determinan los rubros necesarios para la puesta en marcha del proyecto y de qué manera estas cantidades serán retribuidas como ganancias con el paso del tiempo.

CAPITULO 1: IDEA DE NEGOCIO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La creación de un Restobar en el recinto Pueblo Nuevo de la Parroquia Febres Cordero, perteneciente al cantón de Babahoyo, buscará un enfoque directo a satisfacer las necesidades de los consumidores de la localidad, ofreciendo un ambiente agradable y familiar, donde se podrá degustar: platos especiales y a la carta, bebidas con y sin alcohol, para satisfacer los paladares de los clientes y así la experiencia que se ofrecerá, sea inolvidable.

Dentro del recinto Pueblo Nuevo, el restobar es único, debido a que no existe competencia alguna dentro del mismo, esto permite que se puedan desarrollar técnicas y estrategias en el servicio, tales como la implementación de shows artísticos en días y horas específicas, es por esta razón que la expectativa de introducirse en este mercado es favorable, ya que sería un gran atractivo y saldría de la cotidianidad que se encuentra el lugar seleccionado para la implementación del Restobar.

La temática del mismo se basará en el estilo rústico, por su sencillez y naturalidad que en este se pueda percibir; y a su vez la rudeza que se transmita en todo el lugar; contará con mesas y sillas de madera, con tallados en las paredes donde se podrá evidenciar la identidad del lugar, además existirá un área en donde los clientes podrán tomarse fotos y hacer videos, con esto se espera que la estancia de los consumidores en el establecimiento sea placentera.

El Restobar a más de ser un lugar donde se ofrezca un buen ambiente, comida de calidad, y una excelente atención, tratará siempre de satisfacer a sus consumidores, lo cual será una herramienta clave para el desarrollo del negocio; es por este motivo que el local estará siempre a disposición para celebraciones, ya sean estos festejos por graduaciones, cumpleaños, o cualquier tipo de reuniones.

1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Bar

Un bar (del inglés bar, barra) es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas y aperitivos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra. La persona que atiende el bar suele estar de pie, tras la barra, y en el mundo anglosajón se conoce tradicionalmente con el nombre de barman o bartender. (Mecho, 2015, p. 15)



Ilustración 1. Bar

Restaurante

Entendemos por restaurante aquel establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes con un servicio alimenticio de diverso tipo. Un restaurante es un espacio público ya que cualquier persona puede acceder a él. Sin embargo, no es una entidad de bien público ya que el servicio de alimentación se otorga a los clientes a cambio de un pago y no gratuitamente. La noción de restaurante ha existido desde tiempos lejanos para la humanidad, aunque los modos de pagos, los platos servidos, la atención, el ambiente y la calidad del servicio fueran variando notablemente. (Delgado J. , 2013)

Los establecimientos de ambientación rural son uno de los negocios que más han prosperado en la industria turística, en gran parte por las características de nuestra orografía y las condiciones meteorológicas de nuestro país. Pero a veces no es necesario ir al campo para crear un estilo rústico en un restaurante. El objetivo es impregnar este

espíritu de libertad y sosiego desde la decoración del local a la propia gastronomía, sin salir de la ciudad. (Diario Siglo XXI, 2015, p. 1)



Ilustración 2. Restaurante

Turismo en la parroquia Febres Cordero

La Parroquia Febres Cordero del Cantón Babahoyo, posee mucha diversidad natural, distintos productos agrícolas, costumbres, tradiciones, gastronomía, y recursos naturales como el río Matilde Esther y la cascada del Pailón de San Jacinto es un lugar muy interesante, pero factores como el desconocimiento de dicho lugar, el difícil acceso, escasas señaléticas turísticas, deficiente seguridad y el insuficiente servicio de transporte, impiden su desarrollo. (Moreira, 2020, p. 7)

En la parroquia Febres Cordero según el informe narrativo de las entrevistas aplicadas para el levantamiento de información, se dio como resultado, que en los últimos tres años los turistas visitan con mayor concurrencia la parroquia por estacionalidad o solo por tiempo de fines de semanas, fiestas populares y en temporada de carnavales. (Peñañiel, 2019, p. 13)

Grill

El grill es un utensilio que sirve para asar carnes, pescados y verduras y que consiste en una rejilla de hierro forjado. Debajo se coloca una fuente de calor, como carbón o fuego con leña o gas, sobre las hornillas se colocan los alimentos y se dejan

hasta asarse. Si bien grill proviene del inglés y significa "parrilla", es una palabra tomada a su vez del francés grille, que significa "reja" o "parrilla", y que a su vez proviene del latín cratis, un término que se traduce como "enrejado, celosía" y que es un diminutivo de cráticula, "rejilla". (Aguilar, 2021)



Ilustración 3. Grill

Menú

Se trata del conjunto de opciones disponibles, las cuales se ordenan siguiendo un orden en específico o particular. Son una especie de guía que sigue el consumidor para conocer la variedad de productos que están a su disposición, para elegir el que más se adecúe a su situación o preferencia. Una de las concepciones cotidianas para el término, son los menús de comida, ofrecidos en restaurantes, que dan al cliente una gama de elecciones que varían en precio, porciones y elementos de acompañamiento. (Perez, 2021)



Ilustración 4. Menú

Búfalo

Sus orígenes, hay antecedentes de la India de hallazgos arqueológicos que demuestran la presencia de los búfalos desde hace 60, 000 años a.e, pero se cree que fueron domesticados hace 3,000a.e., en la India, Irak y China. El búfalo de agua es nativo de Asia, la especie Bubalus bubalis, incluye 19 razas (considerando también al Búfalo de pantano (Swamp buffalo), mundialmente las cuatro más conocidas son Carabao, Mediterránea, Murrah y Jafarabadi. (Almaguer, 2007, p. 3)

Propiedades de la carne de búfalo

La carne de búfalo es una de las carnes rojas más nutritivas y saludables, ya que posee un buen porcentaje de proteínas, minerales y Omega 3 y 6. Además, en comparación con la de res, cuenta con un 40 % menos de colesterol y un 55 % menos de calorías. Esta carne es considerada una de las proteínas más orgánicas del mercado, debido a que la crianza del búfalo tiene una menor traza de medicamentos químicos y no requiere hormonas de crecimiento. (Tettay, 2021)



#CARNESLECID

TABLA NUTRICIONAL COMPARATIVA

	BUFALO	VACUNO	DIFERENCIA
Calorías (Kcal)	231	576	-345
Proteína (gr)	50	45.14	+4.86
Lípidos (gr)	3	39.08	-36.08
Monoinsaturados (gr.)	1	16.6	-15.6
Polinsaturados (gr)	0	1.77	-1.77
Colesterol (mg)	140	194	-54
Minerales UI	1.282	1.168	+1.114
Vitaminas	20.95	18.52	+2.43
Sodio (mg)	778	1246	-468

*Resultado de estudio de investigación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, DACA (División Académica de Ciencias Agropecuarias)

Ilustración 5. Tabla nutricional de la carne de búfalo

Ventajas de consumir carne de búfalo

Investigaciones anteriores ya habían comprobado que la carne de búfalo es más nutritiva que la de bovino, pues contiene mayor cantidad de minerales como el hierro y menor porcentaje de grasa y calorías. Esta última investigación demostró que, aunque el búfalo produce un poco menos cantidad de carne que la res, sí tiene ventajas para el productor, porque el animal criado se puede sacar antes de pesar 500 kilos al mercado, lo que reduce el ciclo del negocio. (Vindas, 2017)

Bebidas con Alcohol

Se entiende por bebida alcohólica aquella bebida en cuya composición está presente el etanol en forma natural o adquirida, y cuya concentración sea igual o superior al 1 por ciento de su volumen y que tiene diferente concentración dependiendo de su proceso de elaboración. (Pazmiño, 2021)

Bebidas sin Alcohol

Las bebidas no alcohólicas son las que en su composición entra el agua potable gasificada o no, adicionada con cualquiera de las sustancias siguientes: azúcares, jugos de frutas, extractos vegetales permitidos, ácidos orgánicos (cítrico, láctico, fumárico, glucónico, málico y tartárico), esencias y colorantes naturales o sintéticos autorizados. (Avilez, 2020)



Ilustración 6. Bebidas sin alcohol

Ambiente agradable

El ambiente de un negocio es tan importante como la amabilidad de un buen servicio o la calidad del producto que se sirve. Entendiendo por ambiente, aquello que hace el entorno, esto es, la decoración, el sonido (ruido, música o silencio), y el tipo de gente que conforma el estilo del establecimiento. Depende de cómo te quieras posicionar en la mente del cliente, tu estilo deberá ser uno u otro; dependiendo del tipo de público que quieras atraer o la idea que quieres que se lleven de ti, así debe ser tu ambiente. (Espinoza, 2016)

Cuando consigues altos niveles de satisfacción en tus clientes, tendrás clientes que repiten, lo que significa una mayor posibilidad de ingresos y, si lo gestionas bien, sin duda de beneficios. Una buena experiencia también genera marketing de boca en boca a favor de tu negocio. El boca a boca ha demostrado ser una de las formas de marketing más poderosas y confiables a la hora de promocionar y favorecer a tu restaurante. (Gelabert, 2019)

1.3 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta fundamental para poder determinar la viabilidad de un proyecto, este estudio se encuentra enfocado a la población de la Parroquia Febres Cordero, perteneciente al Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos; el autor Ferrer manifiesta que “un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.” (2021)

Fórmula de la muestra:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * P * Q}$$

Donde:

N= Población (19.745 habitantes)

n= Muestra

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de muestra

z= Nivel de confianza

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 19.745}{0.05^2 (19.745 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{18963.098}{50.3204} = 376 \text{ habitantes}$$

1.3.1 Resultados de la Investigación

1. ¿Con que frecuencia usted acude a restaurantes?

Tabla 1 ¿Con que frecuencia usted acude a restaurantes?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	276	73%
Quincenal	100	27%
Mensual	0	0%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

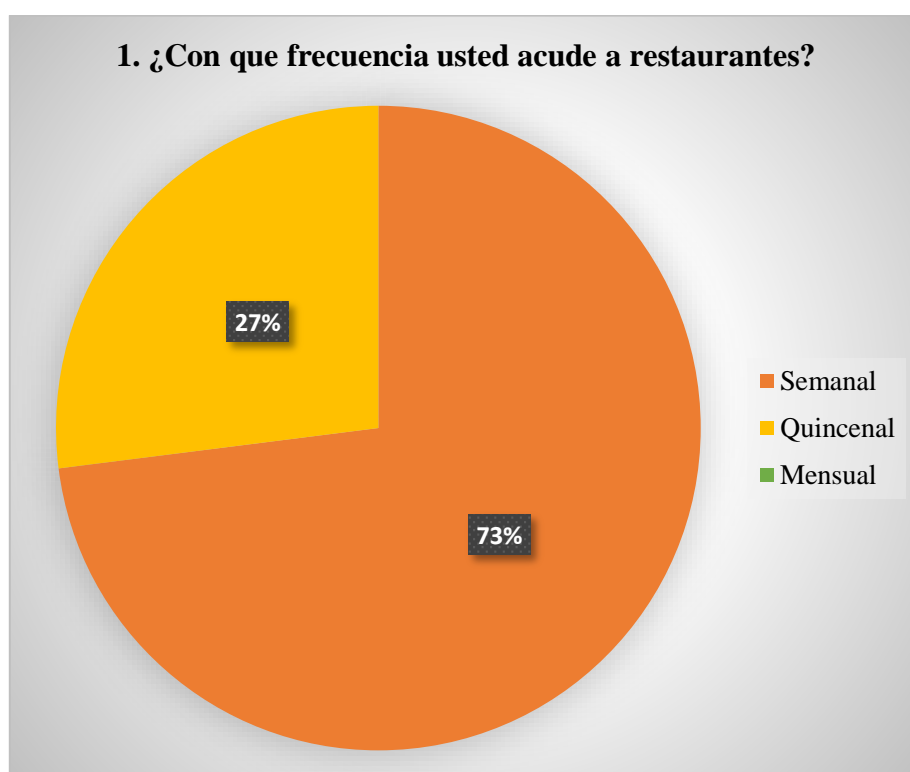


Ilustración 7. ¿Con que frecuencia usted acude a restaurantes?

Análisis:

Al efectuar la presente pregunta se puede enfatizar que del 100% de personas encuestadas, el 73% manifestó que frecuenta restaurantes semanalmente, mientras que el 27% expresó que prefieren consumir alimentos preparados en restaurantes quincenalmente.

2. ¿Qué elementos tomaría en cuenta para asistir a un restaurante?

Tabla 2 ¿Qué elementos tomaría en cuenta para asistir a un restaurante?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ubicación	38	10%
Ambiente	53	14%
Precios	115	31%
Calidad	170	45%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

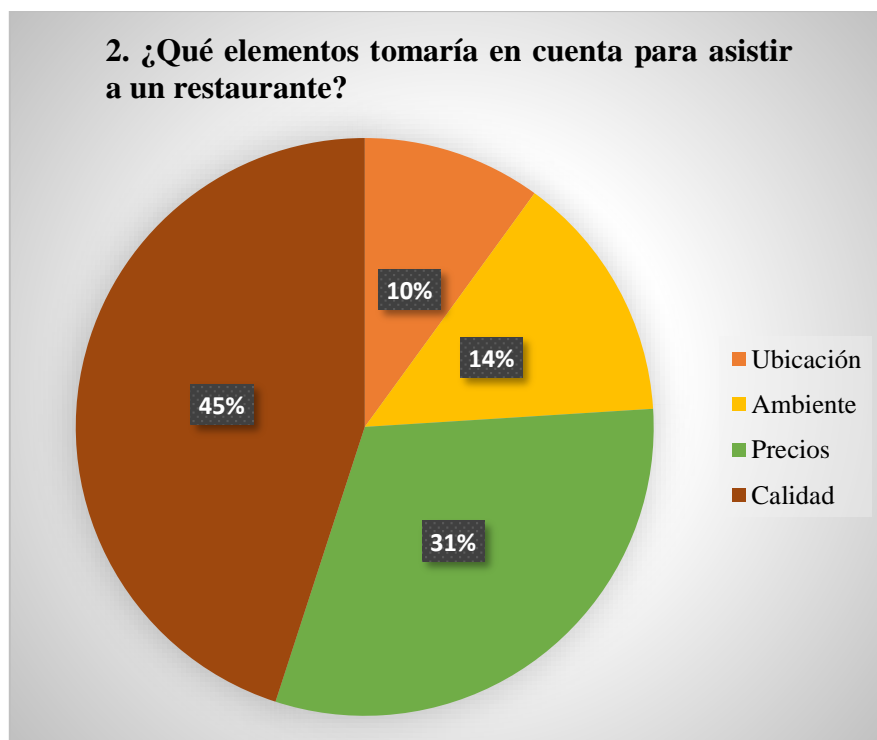


Ilustración 8. ¿Qué elementos tomaría en cuenta para asistir a un restaurante?

Análisis:

En la presente incógnita se plantearon varios elementos que las personas toman en consideración para asistir a un restaurante, el mayor porcentaje se adjudica al elemento de calidad con un 43%, lo que establece que la mejora continua será un elemento fundamental para el desarrollo de las actividades en el restobar, el 28% se fija más en los precios y el 10% toma en cuenta la ubicación del restobar.

3. ¿Considera usted que la atención al cliente es importante en un restaurante?

Tabla 3 ¿Considera usted que la atención al cliente es importante en un restaurante?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	376	100%
No	0	0%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

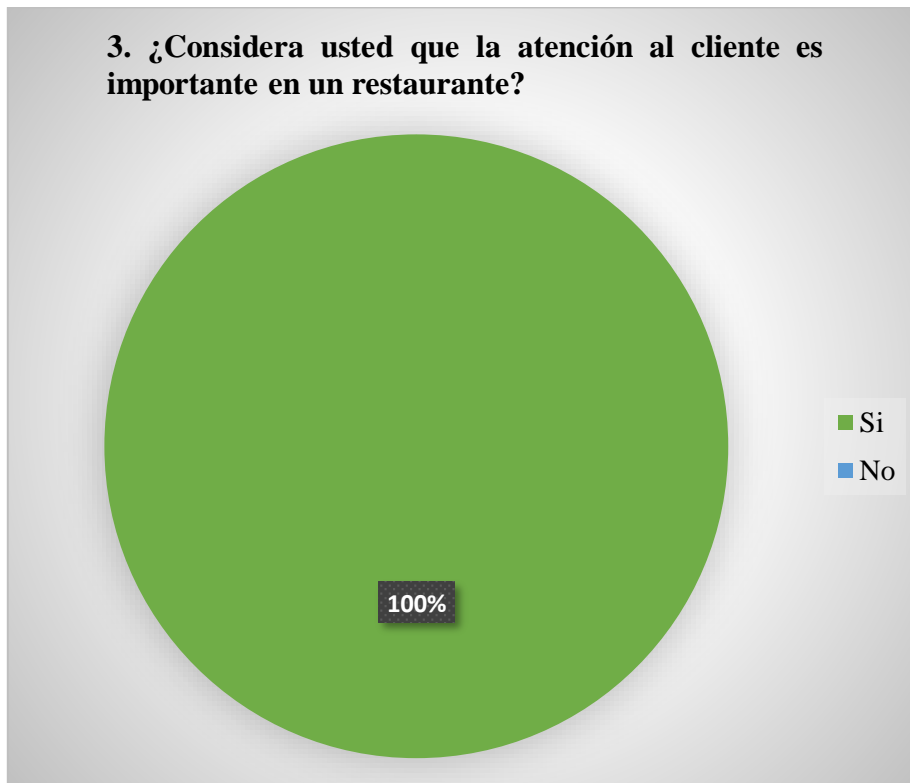


Ilustración 9. ¿Considera usted que la atención al cliente es importante en un restaurante?

Análisis:

Al realizar la presente pregunta a los habitantes de la Parroquia Febres Cordero, se determinó que el 100% de las personas encuestadas presentan una respuesta positiva respecto a que la atención del cliente es importante al momento de elegir un restaurante, por este motivo el restobar garantizará una agradable experiencia a los que lo prefieran.

4. ¿Cuál es el rango de precios que usted pagaría por bebidas con y sin alcohol?

Tabla 4 ¿Cuál es el rango de precios que usted pagaría por bebidas con y sin alcohol?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$3-\$6	235	63%
\$7-\$10	110	29%
\$11-\$15	31	8%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

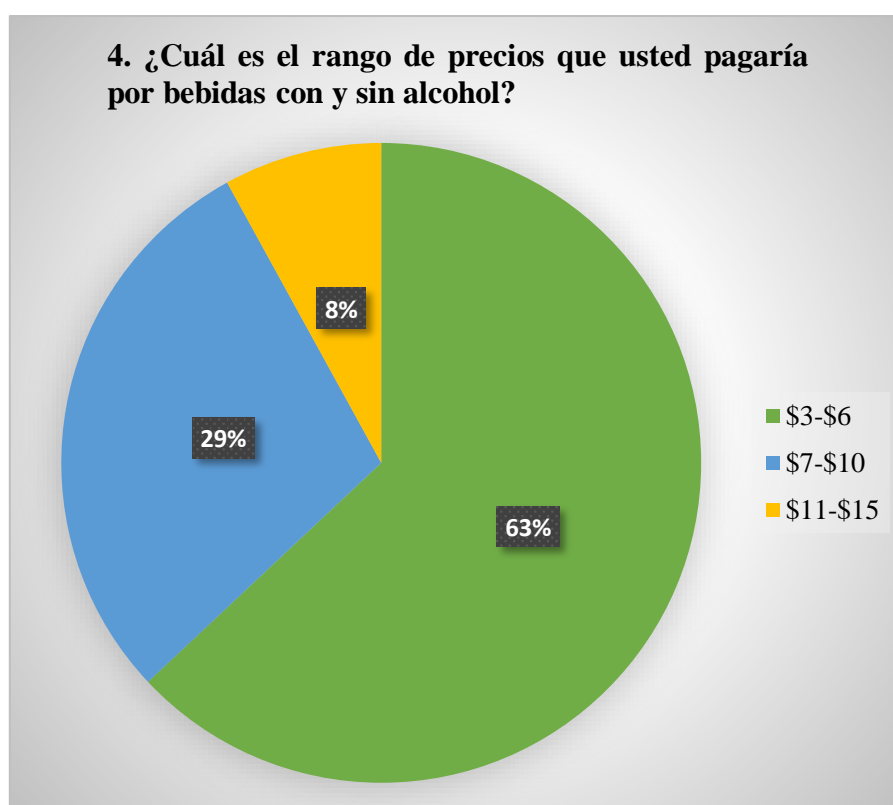


Ilustración 10. ¿Cuál es el rango de precios que usted pagaría por bebidas con y sin alcohol?

Análisis:

El 63% de las personas a las que se les aplicó las encuestas optaron por el rango de precio de \$3 a \$6, mientras que por otra parte el 29% manifestó que pagarían \$7-\$10 y el 8% prefiere pagar \$11-\$15 para consumir bebidas con y sin alcohol.

5. ¿Estaría dispuesto a degustar platos hechos a partir de la carne de búfalo?

Tabla 5 ¿Estaría dispuesto a degustar platos hechos a partir de la carne de búfalo?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	80%
No	0	0%
Tal vez	76	20%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

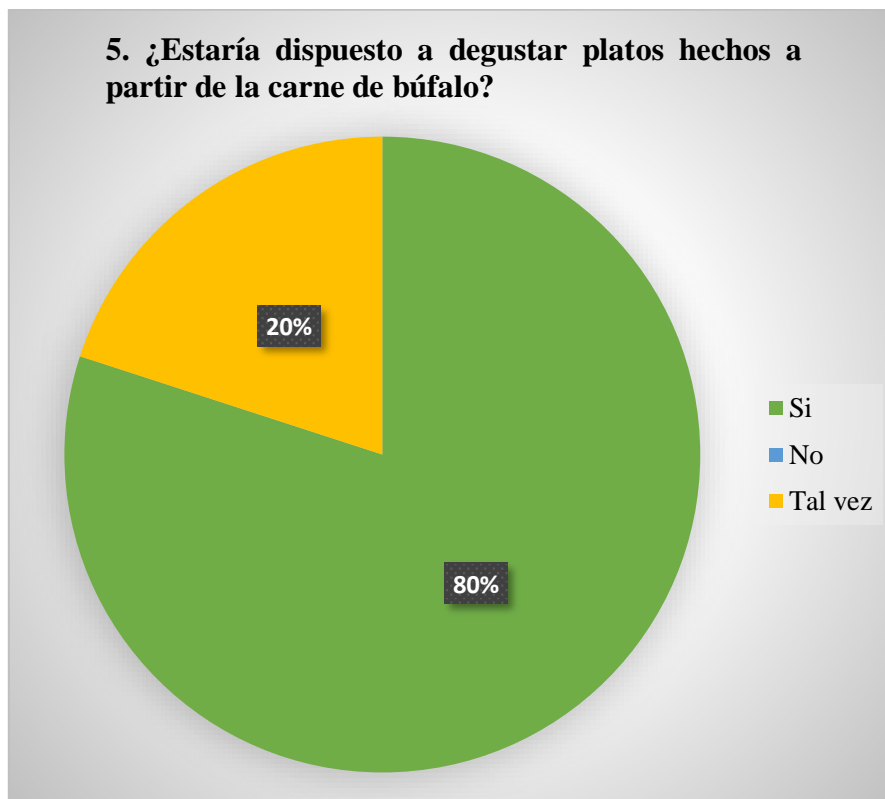


Ilustración 11. ¿Estaría dispuesto a degustar platos hechos a partir de la carne de búfalo?

Análisis:

De la cantidad total de personas encuestadas se destaca que el 80% de individuos estarían dispuestos a degustar platos hechos a partir de la carne de búfalo, mientras que el 20% restante mencionó que tal vez la probarían.

6. ¿Conoce en su sector un restobar que brinde platos y bebidas variados?

Tabla 6 ¿Conoce en su sector un restobar que brinde platos y bebidas variados?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	376	100%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

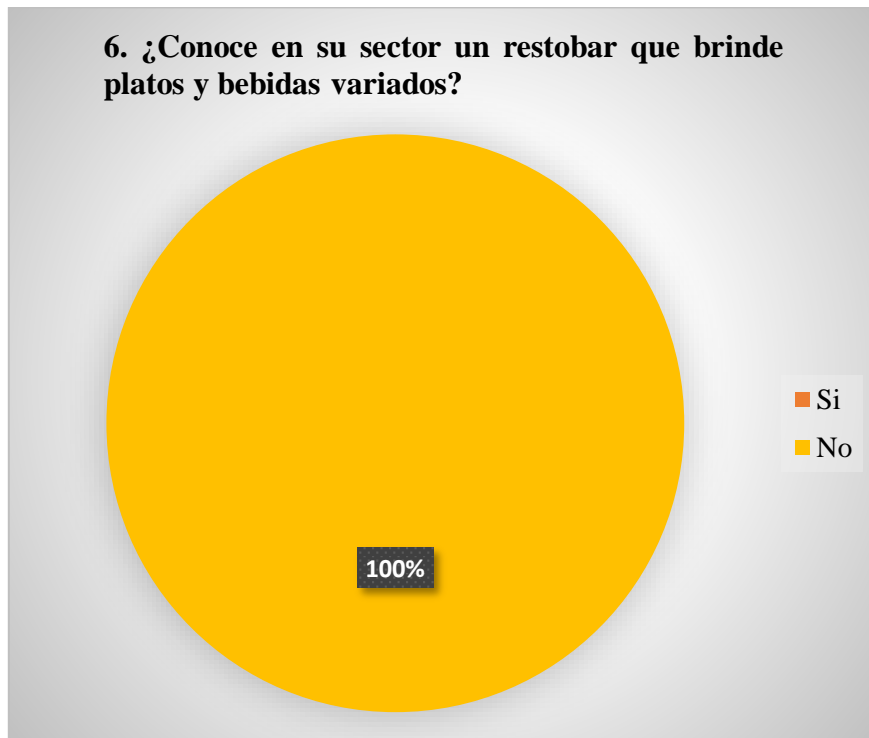


Ilustración 12. ¿Conoce en su sector un restobar que brinde platos y bebidas variados

Análisis:

La totalidad de las personas encuestadas de la Parroquia Febres Cordero, manifestaron que el sector en el que residen no conoce ningún establecimiento que brinde estas características. Esta información es necesaria para la implementación del establecimiento.

7. ¿Le gustaría tener en su sector un restobar que le brinde un ambiente acogedor y un menú variado?

Tabla 7 ¿Le gustaría tener en su sector un restobar que le brinde un ambiente acogedor y un menú variado?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	376	100%
No	0	0%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

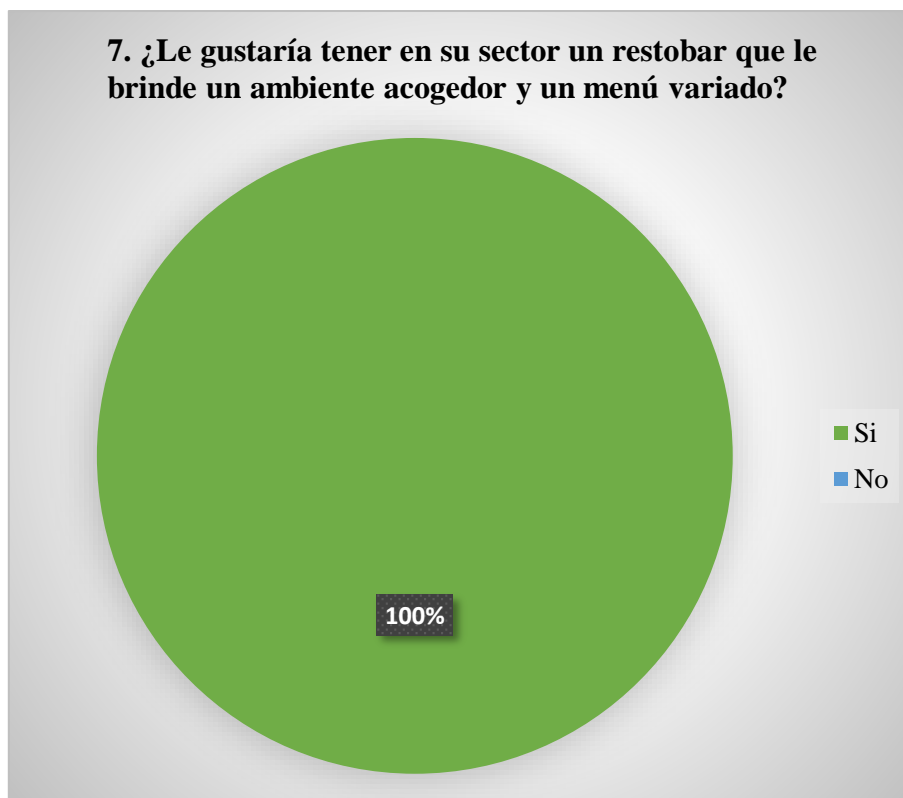


Ilustración 13. ¿Le gustaría tener en su sector un restobar que le brinde un ambiente acogedor y un menú variado?

Análisis:

Al momento de realizar la presente incógnita, se determina que el 100% de las personas encuestadas se inclinaron por una respuesta positiva. Lo que indicaría que el restobar tendría la aceptación del público.

8. ¿En qué periodo de tiempo le gustaría asistir a un restobar?

Tabla 8 ¿En qué periodo de tiempo le gustaría asistir a un restobar?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mañana	23	6%
Tarde	123	33%
Noche	230	61%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

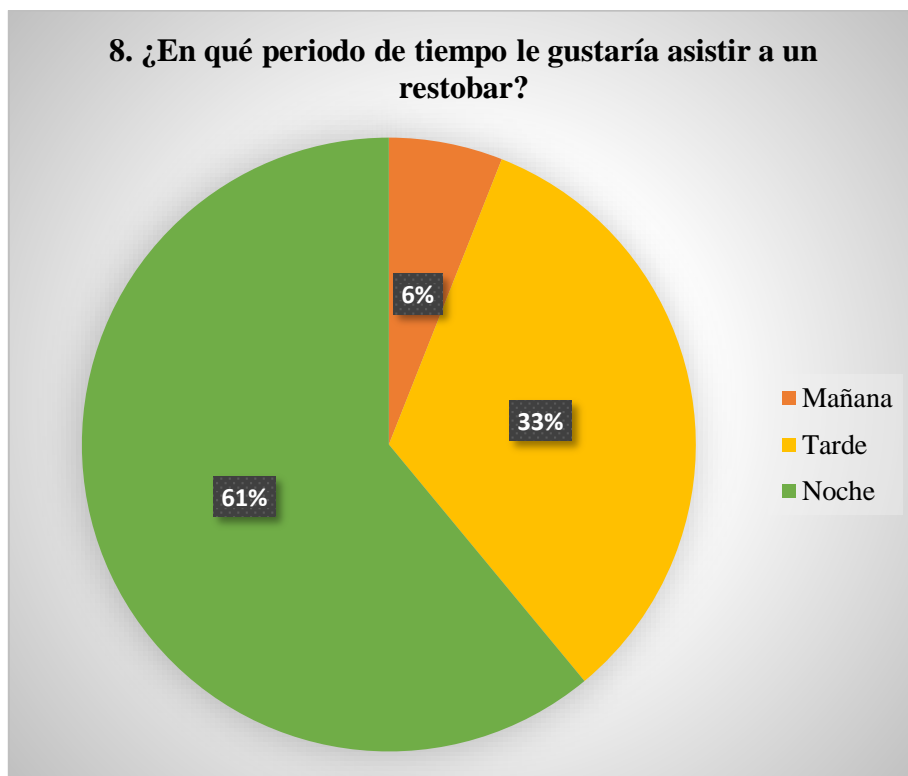


Ilustración 14. ¿En qué periodo de tiempo le gustaría asistir a un restobar?

Análisis:

El mayor porcentaje de personas encuestadas en la presente incógnita se inclinaron hacia un horario nocturno, con un total de 61% de aceptación, por lo cual el principal horario de atención del establecimiento será en ese periodo de tiempo, seguido de un 33% con el horario de la tarde y, por último, un 6% con el horario de la mañana.

9. Generalmente, ¿con quién usted compartiría la experiencia de asistir a un restobar?

Tabla 9 Generalmente, ¿con quién usted compartiría la experiencia de asistir a un restobar?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familiares	100	27%
Novia/o	123	32%
Amigos	153	41%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

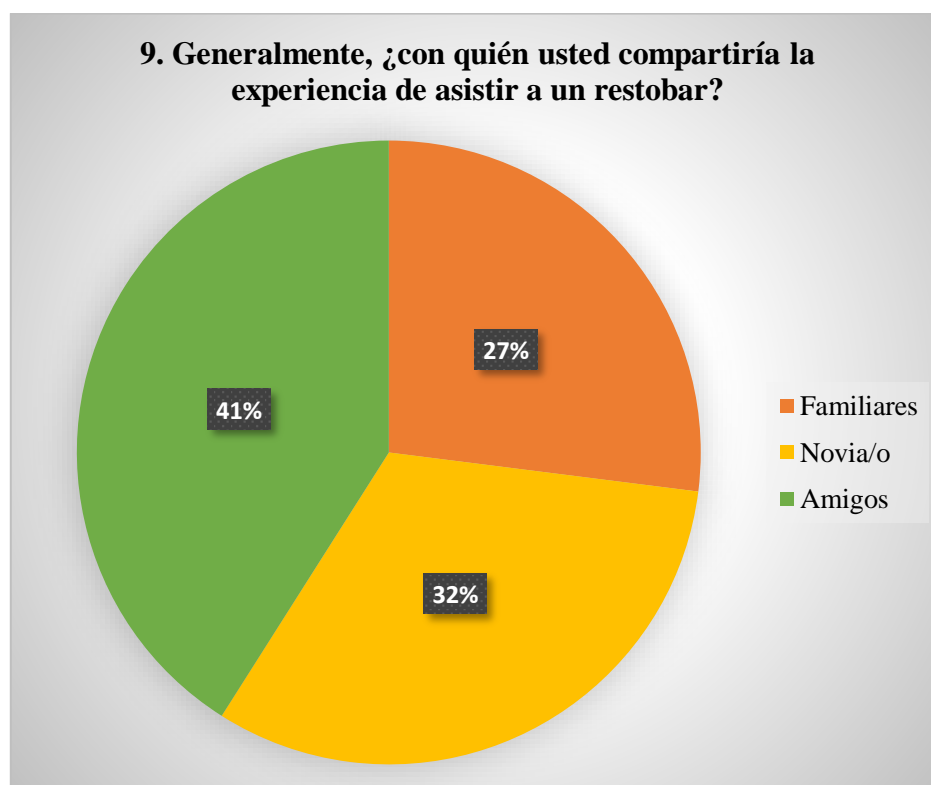


Ilustración 15. Generalmente, ¿con quién usted compartiría la experiencia de asistir a un restobar?

Análisis:

En la presente pregunta se determina que el 41% de las personas prefieren compartir en restaurantes con amigos, el 32% con sus parejas y el 27% con familiares, en todos estos escenarios se presentan aspectos positivos para el restobar.

10. ¿En cuál red social le gustaría tener interacción con los productos y servicios del restobar?

Tabla 10 ¿En cuál red social le gustaría tener interacción con los productos y servicios del restobar?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiktok	203	54%
WhatsApp	115	31%
Facebook	32	8%
Otro	27	7%
TOTAL	376	100%

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

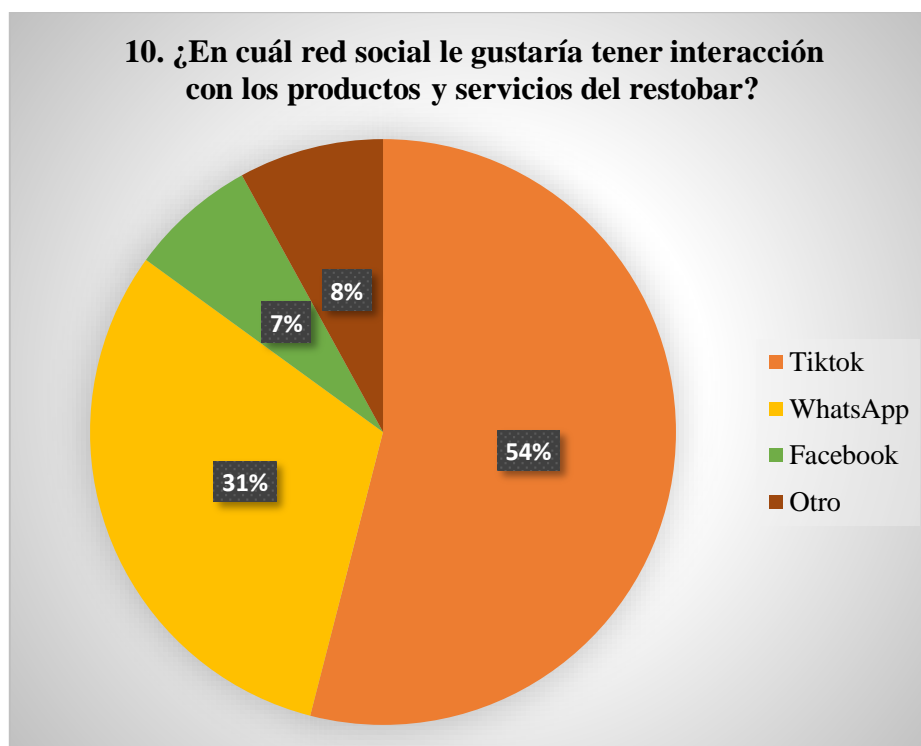


Ilustración 16. ¿En cuál red social le gustaría tener interacción con los productos y servicios del restobar?

Análisis:

El 54% de las personas encuestas prefieren la red social Tik Tok, es por esto que se pretende informar de las actividades del restobar por esta plataforma, el 31%, 8% y 7% prefieren WhatsApp, Facebook y otra red social respectivamente.

1.3.2 Análisis de la Demanda

Una vez definido el público y el sector en el que se va a competir, es necesario determinar la demanda por medio de un análisis de la frecuencia con la que los habitantes del Recinto Pueblo Nuevo asisten a restaurantes, esto permitirá establecer el índice de compra o de consumo que recibirá el establecimiento. La importancia de este emprendimiento radica en el aporte al desarrollo social y su influencia en el turismo de la localidad, debido a que se pondrá a disposición del consumidor platos novedosos en presentación y sabor.

1.3.3 Establecimiento de la demanda potencial

Cuando se habla de la demanda potencial, se hace referencia a la probabilidad de éxito que puede presentar un producto o servicio, el mismo que se calcula de la siguiente manera:

$$D_p = (M_o * \%A_c * F_c)$$

Donde:

Demanda potencial (**D_p**)

Número de compradores (**M_o**) = 73% posibles clientes. (P#1)

Margen de aceptación (**%A_c**) = 100% de aceptación. (P#7)

Frecuencia de compra (**F_c**) = 3,47

Tabla 11 Frecuencia de compra

PERIODO	Xi	Fi	Xi*Fi
Semanal	4	276	1104
Quincenal	2	100	200
TOTAL		376	1304

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

$$x = \frac{Xifi}{N}$$

Donde:

Xifi= 1304

N= 376

$$x = \frac{1304}{376}$$

$x = 3,47$ veces

Tabla 12 Demanda potencial del Restobar

DEMANDA POTENCIAL DEL RESTOBAR		
Población		19.745
Número de compradores	73%	14,413.85
Margen de aceptación	100%	14,413.85
Frecuencia de compra	3,47	50,016.06

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

En la presente tabla se puede concluir que la demanda potencial será de 50,016.06, la misma que influirá en la actividad del restobar.

1.3.4 Análisis de la Competencia

En el mercado que se pretende participar la competencia es mínima, debido que, al ser un recinto de un determinado número de personas, no existe una adecuada inversión que impulse el desarrollo social, por esta razón la implementación de nuevos puntos de consumo novedosos son una buena opción al momento de romper la rutina.

Tabla 13 Análisis de la competencia

FICHA TÉCNICA DE LA COMPETENCIA			
Nombre de la Competencia	Productos Ofertados	Precio	Observaciones
Restaurante Doña Mari	♣ Platos típicos	♣ \$1-\$2.50	♣ Ubicado en Mata de Cacao.
	♣ Comida rápida	♣ \$3-\$5	♣ Servicio de comida típica en el día.
		♣ \$6-\$10	♣ Venta de comida rápida en la noche.
Restaurante Desvío Mata de Cacao	♣ Platos típicos	♣ \$3-\$10	♣ Ubicado en Mata de Cacao. ♣ Servicio de comida típica.

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

CAPITULO II: DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1.1 Giro del negocio

El presente proyecto constará de la implementación de un Restobar, el mismo estará ubicado en la Parroquia Febres Cordero, del Recinto Pueblo Nuevo, este les brindará a los habitantes del recinto un ambiente agradable, debido a que su diseño estará enfocado en lo rústico, para crear una mejor experiencia a todos sus visitantes; también dispondrá de platos especiales y a la carta de excelente calidad y bebidas con y sin alcohol.

Además, se ofrecerán shows en vivo en días estratégicos, para que al cliente se le haga más placentero visitar el establecimiento, ya que la música y la buena comida, garantizará efectos positivos en el estado de ánimo del cliente; asimismo el restobar estará disponible para festividades, tales como: aniversarios, cumpleaños, graduaciones, entre otros y así asegurar la satisfacción del consumidor.

2.1.2 Razón social

La razón social o también conocida como nombre comercial, es una herramienta que permite establecer un posicionamiento en el mercado, además ayuda a diferenciarse de la competencia. El emprendimiento será conocido por los habitantes del recinto Pueblo Nuevo, perteneciente a la Parroquia Febres Cordero, como: “Restobar Búfalo”, este nombre surge porque el platillo principal serán las costillas de Búfalo, el mismo que aporta nutrientes que benefician a la salud del consumidor.

RESTOBAR BÚFALO

Ilustración 17. Razón social

La razón social es el nombre o denominación oficial de una empresa, es decir, es la forma de nombrar a la persona jurídica y que permite identificarla de manera inequívoca. Este nombre se emplea para usos formales, jurídicos y administrativos y no tiene por qué coincidir con el nombre comercial de la misma o con las marcas que comercializa. (Lopez, 2022)

2.1.3 Isologo

El ser humano requiere de elementos claros que le permitan comprender que es lo que sucede a su alrededor, para esto intervienen los sentidos, los cuales filtran la información, debido a esto se establece una imagen del negocio agradable a la vista por medio de un isologo. Como se puede visualizar en la imagen, el diseño tiene el vector de un búfalo, de color dorado, con aspecto minimalista que permite brindar una mejor visualización de la imagen corporativa.



Ilustración 18. Isologo

El isologo, también conocido como isologotipo, es un tipo de logo el cual consta de una imagen gráfica que incluye un texto (ambos agrupados bajo un mismo dibujo) y que sirve para identificar y representar a una marca. Es una combinación entre el logotipo

y el isotipo, en el que la imagen y las palabras no pueden separarse, ya que de otro modo podría no quedar claro de qué marca se trata a primera vista. (Grudemi, 2020)

2.1.4 Slogan

Toda empresa que se dedique a la venta, ya sea de productos o servicios, requiere de una presentación corta y clara que le permita al consumidor recordar a qué se dedica un determinado negocio o a su vez qué puede obtener del mismo. El mensaje que se quiere transmitir al consumidor es la calidad del producto que va a consumir, no solo en el sabor de la carne sino también en todo el proceso productivo del plato, por este motivo, el slogan de la empresa es:


L O M E J O R P A R A T I

Ilustración 19. Slogan

El eslogan es una palabra o frase corta fácil de recordar, un lema original e impactante, que a menudo se utiliza en la publicidad y la propaganda política como frase identificativa. Además, se espera generar confianza en el interlocutor o público al que va dirigido el mensaje. (Delgado, 2019)


2.1.5 Productos

Tabla 14 Costillas de búfalo

COSTILLAS DE BÚFALO				
				
Ingredientes	Medidas	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Costillar de búfalo	Lb	1	2.00	2.00
Sal	gr.	25	0.002	0.05
Pimienta	gr.	3	0.003	0.009
Ajo	Unidad	6	0.07	0.42
Miel	ml.	15	0.006	0.09
Azúcar morena	gr.	22	0.011	0.242
Salsa de tomate	gr.	60	0.005	0.30
Tomate	Unidad	1	0.10	0.10
Salsa Tabasco	gr.	5	0.003	0.015
Papas	Lb	1	0.40	0.40
Zanahoria	Unidad	1	0.10	0.10
Col	gr.	200	0.15	0.15
Aceite	ml.	30	0.005	0.15
Orégano	gr.	3	0.003	0.009
Crema de leche	gr.	200	0.006	1.20
Mayonesa	gr.	60	0.005	0.30
COSTO TOTAL				5.54
MARGEN DE ERROR (9%)				0.50
COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN				6.04
COSTO POR PORCIÓN				3.02
149% BENEFICIO				4.50
IVA 12%				
PRECIO REAL DE VENTA				7.52
PREPARACIÓN				
<p>En un tazón colocamos las costillas y se procede a condimentarlas con sal y pimienta por ambos lados, luego se las envuelve en papel de aluminio y se llevan directamente al horno a 180° por 60 minutos. Antes de empezar con la salsa, se pica en cuadritos medio tomate y se lo sofríe por unos minutos. Para la ensalada se ralla 150gr de zanahoria y 200 gramos de col, se los mezcla en una ensaladera con la crema de leche, mayonesa y la sal al gusto. Para la salsa se pican las 6 cabezas de ajo y se lo fríe con 2 cucharadas de aceite, se va añadiendo poco a poco la cucharada de miel, luego se mezcla con la azúcar morena y la salsa de tomate. Después de mezclar bien, se procede a añadir el orégano, 4 cucharadas de tomate frito y Salsa de Tabasco al gusto. Para finalizar, se deja cocinar a fuego medio por unos 15 minutos. Par servir se complementa con papas fritas.</p>				


Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 15 Costillas de cerdo a la BBQ

COSTILLAS DE CERDO A LA BBQ				
				
Porciones: 2			Tiempo:	2h30min
Ingredientes	Medidas	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Costillas de cerdo	lb	2	2.00	4.00
Sal	gr.	25	0.002	0.05
Paprika	gr.	15	0.003	0.045
Pimienta	gr.	6	0.002	0.012
Cebolla blanca	Unidad	1	0.10	0.10
Ajo	Unidad	2	0.07	0.14
Aceite	ml.	30	0.005	0.15
Salsa inglesa	ml.	15	0.004	0.06
Salsa de Tomate	gr.	30	0.005	0.15
Vinagre de manzana	ml.	15	0.002	0.03
Limón	Unidad	1	0.10	0.10
Mostaza	gr.	30	0.005	0.15
Azúcar Morena	gr.	11	0.011	0.12
Arroz	lb	1.5	0.14	0.21
COSTO TOTAL				5.32
MARGEN DE ERROR (9%)				0.48
COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN				5.80
COSTO POR PORCIÓN				2.90
124% BENEFICIO				3.60
IVA 12%				
PRECIO REAL DE VENTA				6.50
PREPARACIÓN				
<p>Paso 1: Hervir agua en una olla y colocar media cebolla blanca y ajo. Cuando el agua este hirviendo, se colocan las costillas a fuego medio, dejar cocinar por 1 hora hasta que la carne este bien cocida.</p> <p>Paso 2: para la salsa BBQ, se pica una cebolla en cuadros y se sofríe por unos minutos en aceite vegetal, luego se agrega el ajo picado, el vinagre de manzana, la salsa de tomate e inglesa y el jugo de limón. Después de unos minutos se agrega la mostaza, azúcar, puré de tomate y paprika, sazonar con sal y pimienta. Se deja cocinar por 20 minutos hasta que la salsa espese.</p> <p>Paso 3: se retiran las costillas y se las coloca en una bandeja para hornear, se la revuelve en la salsa BBQ y se las pone en el horno a 175°C por media hora. Después se sacan las costillas, se les pone más salsa BBQ y se las ingresa de nuevo al horno por 15 minutos más.</p>				

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 16 Alitas BBQ

ALITAS BBQ				
				
Porciones: 2 (6 alitas)			Tiempo:	
Ingredientes	Medidas	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Alitas de pollo	Lb	1	1.50	1.50
Sal	gr.	25	0.002	0.05
Pimienta Negra	gr.	6	0.002	0.012
Miel	ml.	60	0.006	0.36
Ajo	Unidad	5	0.07	0.35
Cebolla blanca	Unidad	1	0.10	0.10
Aceite de oliva	ml.	14	0.009	0.13
Mostaza	gr.	30	0.005	0.15
Mantequilla	gr.	10	0.005	0.05
Salsa de tomate	Lb	60	0.005	0.30
Azúcar morena	gr.	22	0.011	0.24
COSTO TOTAL				3.24
MARGEN DE ERROR (9%)				0.29
COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN				3.53
COSTO POR PORCIÓN				1.76
170% BENEFICIO				2.99
IVA 12%				
PRECIO REAL DE VENTA				4.75
PREPARACIÓN				
<p>Se pica la cebolla junto con los dientes de ajo, en el sartén se coloca un poco de mantequilla y aceite de oliva y se vierte la cebolla y ajo para sofreírlos a fuego medio. Una vez que estén dorados, se le agrega sal y pimienta al gusto, la miel de abeja, la mostaza, la mantequilla, la salsa de tomate y la azúcar morena. Cocinar durante 20 minutos hasta la salsa se reduzca y espese.</p> <p>En una bandeja para horno, se colocan las alitas, con una brocha se le esparce salsa BBQ por ambos lados. En el horno precalentado a 180°C, colocar la bandeja y hornear por 20 minutos.</p> <p>Después se agrega más salsa BBQ y se vuelve a hornear por 10 minutos. Retirar del horno y servir.</p>				


Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 17 Pinchos de lomo fino y piña

PINCHOS DE LOMO FINO Y PIÑA				
				
Porciones: 2			Tiempo:	30min
Ingredientes	Medidas	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Lomo de res	lb.	1.5	3.00	3.00
Piña	gr.	100	0.002	0.20
Perejil	gr.	15	0.001	0.10
Ajo	Unidad	1	0.07	0.07
Orégano	gr.	5	0.003	0.015
Aceite	ml.	50	0.005	0.25
Sal	gr.	11	0.002	0.022
Pimienta	gr.	6	0.002	0.012
Palo de chuzo	Unidad	2	0.05	0.10
COSTO TOTAL				3.77
MARGEN DE ERROR (9%)				0.34
COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN				4.11
COSTO POR PORCIÓN				2.05
131% BENEFICIO				2.70
IVA 12%				
PRECIO REAL DE VENTA				4.75
PREPARACIÓN				
<p>Paso 1: Cortar la piña y el lomo de res en trozos iguales e insertar los palillos de chuzo y salpimentar.</p> <p>Paso 2: Para hacer el chimichurri, agregar en un tazón el perejil y el ajo cortados finamente, luego muy bien mezclar todo.</p> <p>Paso 3: Cubrir los pinchos con el chimichurri y llevarlos al horno a 180°C por 10 minutos, después se las retira del mismo y se sirven.</p>				

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 18 Bloody Mary

COCTEL CON ALCOHOL				
Bloody Mary				
				
Porciones: 1			Tiempo:	5min
Ingredientes	Medidas	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Vodka	ml.	125	0.008	1.00
Juego de tomate	ml.	200	0.006	1.20
Limón	Unidad	1	0.10	0.10
Salsa inglesa	ml.	6	0.004	0.024
Sal	gr.	8	0.002	0.016
Pimienta	gr.	8	0.002	0.016
Ají tabasco	gr.	7	0.003	0.021
Hielo	gr.	200	0.001	0.20
Apio	gr.	10	0.002	0.02
COSTO TOTAL				2.60
MARGEN DE ERROR (9%)				0.23
COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN				2.83
COSTO POR PORCIÓN				2.83
89% BENEFICIO				2.52
IVA 12%				0.64
PRECIO REAL DE VENTA				6.00
PREPARACIÓN				
Mezclar los ingredientes en la licuadora.				
Vaciar en un vaso helado y adornar con apio y limón.				

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 19 Shirley Temple

COCTEL SIN ALCOHOL				
SHIRLEY TEMPLE				
				
Porciones: 1			Tiempo:	5min
Ingredientes	Medidas	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Granadina	ml.	30	0.007	0.21
Limón	Unidad	1	0.10	0.10
Lima	Unidad	1	0.15	0.15
Soda	ml.	90	0.001	0.009
Cerezas	Unidad	2	0.003	0.006
Hielo	gr.	10	0.002	0.02
COSTO TOTAL				0.50
MARGEN DE ERROR (9%)				0.05
COSTO TOTAL DE PREPARACIÓN				0.55
COSTO POR PORCIÓN				0.55
388% BENEFICIO				2.13
IVA 12%				0.32
PRECIO REAL DE VENTA				3.00
PREPARACIÓN				
Se agregan todos los ingredientes en un vaso con hielo.				
Se los mezcla bien y se decora con las cerezas.				

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

2.2 FUNDAMENTACIÓN GERENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO

Para las organizaciones es necesario poder establecer herramientas administrativas que permitan optimizar procesos y generar identidad a la misma; el presente proyecto de emprendimiento se basa principalmente en la identificación de las necesidades del consumidor y para esto se pretende establecer una misión, visión, políticas de calidad, valores y objetivos, los cuales permitan crear una excelente relación cliente-empresa.

2.2.1 Misión

Las organizaciones requieren de un propósito para poder ejecutar sus acciones, por esta razón el restobar Búfalo plantea la siguiente misión:

Brindar a los consumidores una nueva experiencia de sabores, ofreciendo una variedad de platos exquisitos en un ambiente rústico y confortable, que permita desconectarse de las actividades cotidianas, generando una estadía inolvidable.

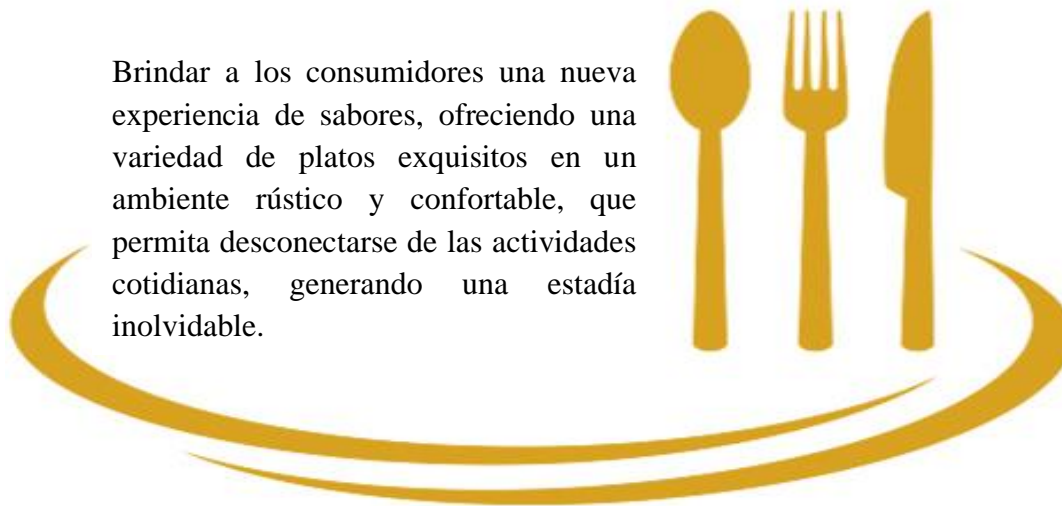


Ilustración 20. Misión

2.2.2 Visión

Los objetivos que se plantean en una empresa en su gran mayoría son para ejecutarse a largo plazo, para realizar esto es necesario definir una visión que aporte al crecimiento de la misma.

El Restobar búfalo está enfocado en ser un establecimiento reconocido e innovador por los habitantes del Recinto Pueblo Nuevo, asegurando la calidad y la mejora continua de sus productos y servicios, para así obtener la preferencia de los mismos y destacar en el mercado.



Ilustración 21. Visión

2.2.3 Política de calidad

Las políticas de calidad del Restobar Búfalo son las siguientes:

- *Ofrecer un adecuado servicio al cliente, cumpliendo con todas sus necesidades.
- *Los colaboradores del Restobar deben de demostrar ética y educación al consumidor.
- *Realizar procesos de desinfección de todos los utensilios y áreas que se utilicen.
- *Garantizar un menú variado con productos saludables y a precios accesibles.



Ilustración 22. Políticas de calidad

2.2.4 Valores del emprendimiento

Las organizaciones se construyen en base a varios recursos, ya sean estos tangibles o intangibles, uno de estos elementos que destaca es el factor humano, el cual requiere de lineamientos y directrices para ejecutar las actividades designadas, por este motivo se determinan valores claves para fortalecer los cimientos de la organización. Para

desarrollar las actividades de una manera ética y transparente, el Restobar Búfalo constará con los siguientes valores corporativos:

♣ **Calidad:**

Brindar a nuestros clientes platos y bebidas con materiales de calidad en un espacio limpio y presentable.

♣ **Responsabilidad:**

El establecimiento se compromete de manera puntual a la adecuada capacitación de sus colaboradores y la correcta ejecución de protocolos enfocados a la seguridad ocupacional de los trabajadores y además tener un adecuado manejo de desperdicios.

♣ **Ética:**

Realizar el cobro con transparencia de los artículos consumidos.

♣ **Innovación:**

Establecer procesos creativos que aporten a la satisfacción de los consumidores.

♣ **Puntualidad:**

Respetar los horarios de atención al cliente y los tiempos de entrega de la orden.

♣ **Trabajo en equipo:**

Estructurar sistemas que impulsen el trabajo en sinergia para la optimización del tiempo.

2.2.5 Objetivos empresariales

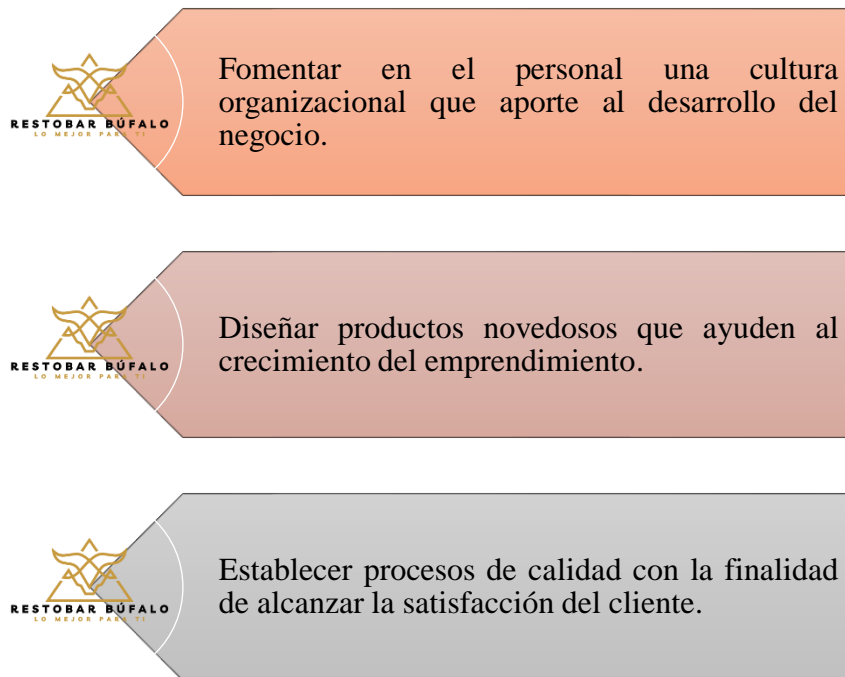


Ilustración 23. Objetivos empresariales

2.2.6 Análisis FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales.

El análisis FODA es una herramienta simple y, a la vez, potente que te ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora. Te permite trabajar para mejorar el negocio y el equipo mientras te mantienes a la cabeza de las tendencias del mercado.

(Raeburn, 2021)

Tabla 20 Análisis FODA

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Platos novedosos. ▪ Poca competencia. ▪ Estructura amigable con un ambiente confortable. ▪ Variedad de platos y bebidas. ▪ Procesos de calidad en la preparación de alimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecimiento nuevo con poco reconocimiento. ▪ Poca variedad de proveedores. ▪ Local con aforo limitado. ▪ Materiales de trabajo con poca vida útil.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alianza estratégica para darse a conocer en el mercado. ▪ Medios de pago variados. ▪ Propuesta alimenticia original. ▪ Posibilidad de expandirse a otras parroquias. ▪ Uso de herramientas publicitarias que aporten al posicionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasez de la materia prima principal (carne de búfalo). ▪ Aumento en el costo de producción. ▪ Aumento de la competencia. ▪ Aparición de productos sustitutos a precios bajos.

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

2.3.1 Organigrama Estructural

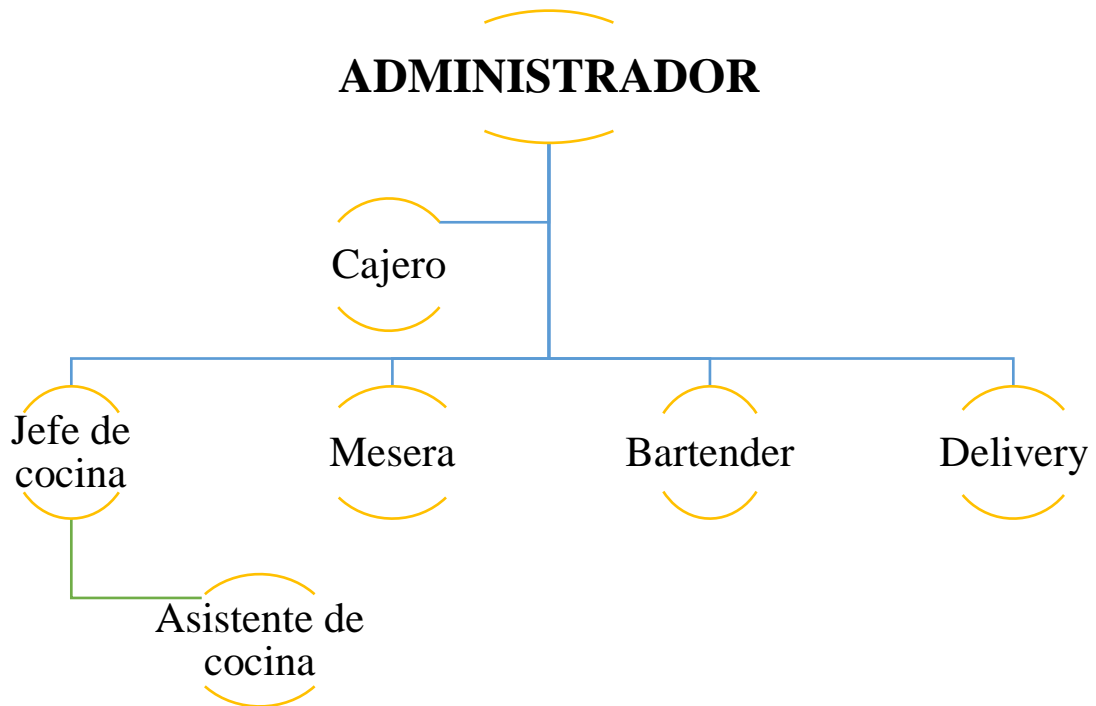


Ilustración 24. Organigrama estructural

2.3.2 Análisis y Diseño de Puestos

Tabla 21 Análisis y diseño de puestos

CARGO	FUNCIONES	REQUISITOS
ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none">Encargarse del funcionamiento del establecimiento.Administrar los recursos tangibles e intangibles.Asumir la responsabilidad de las actividades del establecimiento.Liderar a los colaboradores.Controlar las actividades que se ejecutan para alcanzar las metas planteadas.	<ul style="list-style-type: none">Título de tercer nivel.Experiencia laboral de 1 año en administración.Conocimientos básicos en administración, informática y contabilidad.Capacidad de liderar y delegar tareas.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluar el crecimiento del establecimiento. 	
CAJERO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio al cliente. ▪ Realizar cierres de caja. ▪ Cobrar el valor que se efectúe por el consumo. ▪ Entregar dinero en caso de ser necesario. ▪ Comunicar al administrador cualquier novedad que suscite en el local. ▪ Contabilizar todas las ventas efectuadas en el día. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de bachiller. ▪ Conocimientos básicos en contabilidad e informática. ▪ Experiencia laboral mínima de 6 meses en servicio al cliente.
JEFE DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preparar el menú del negocio. ▪ Verificar el estado de la materia prima. ▪ Mantener los utensilios de cocina en orden y limpios. ▪ Servir los platos con las porciones adecuadas. ▪ Enlistar los productos faltantes para realizar el pedido a los proveedores. ▪ Delegar acciones al asistente de cocina. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudios en cocina profesional. ▪ Conocimientos sobre gastronomía. ▪ Experiencia laboral de 1-2 años.
ASISTENTE DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpieza de los alimentos. ▪ Picar, pelar o desmenuzar y medir los alimentos. ▪ Ayudar a la elaboración de los platos. ▪ Supervisar el tiempo de cocción. ▪ Lavar los utensilios. ▪ Almacenar los alimentos de manera adecuada. ▪ Tener una correcta manipulación del área y los alimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudios en cocina o artes culinarias. ▪ Conocimientos en gastronomía. ▪ Experiencia laboral de 1 año. ▪ Capacidad para trabajar en equipo.
MESERA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidades comunicativas. ▪ Correcta manipulación de utensilios de cocina. ▪ Mantener una adecuada limpieza del establecimiento y las mesas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de bachiller. ▪ Conocimientos en servicio al cliente. ▪ Trabajo en equipo. ▪ Experiencia laboral de 6 meses o 1 año.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio al cliente. ▪ Presentar el menú al cliente. ▪ Efectuar recomendaciones sobre bebidas si se solicitan. ▪ Anotar los pedidos dispuestos por los clientes. ▪ Servir los alimentos. ▪ Entregar la cuenta a los consumidores. ▪ Retirar los platos de la mesa. ▪ Recepción de llamadas del servicio de Delivery. 	
BARTENDER	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atender el pedido de los clientes. ▪ Servir las bebidas solicitadas. ▪ Realizar cocteles con o sin alcohol. ▪ Mantener la limpieza de la barra. ▪ Mezclar bebidas con prudencia y rapidez. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de bachiller. ▪ Conocimientos sobre la elaboración de cocteles. ▪ Experiencia en servicio al cliente. ▪ Facilidad de comunicación.
DELIVERY	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Retirar pedido del local. ▪ Revisar el estado de la comida. ▪ Buscar rutas cercanas al domicilio. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de Bachiller ▪ Disponibilidad de tiempo. ▪ Licencia vigente. ▪ Vehículo propio.

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

2.3.3 Proceso de Reclutamiento, selección y capacitación

El reclutamiento es un sistema de información, mediante el cual la organización divulga y ofrece al mercado de recursos humanos oportunidades de empleo que pretende llenar, con el fin de atraer a un número suficiente de candidatos idóneos para un puesto específico en una determinada organización. (Rivera , 2019, p. 1)

El proceso de reclutamiento que se llevará a cabo en el Restobar Búfalo será difundido por redes sociales, volantes y artículos de periódicos, además se trabajará en conjunto con un aliado clave, tal como: la municipalidad de Babahoyo, específicamente

con la Dirección de Gestión Empresarial, Emprendimiento e Innovación, con esto se espera poder alcanzar una mayor cantidad de postulantes al puesto, los mismos que deben cumplir con las especificaciones requeridas.

Cuando ya se haya efectuado el proceso de reclutamiento se pasara a la fase de selección en donde se analizara las habilidades, conocimiento y aptitudes del personal reclutado, en el caso del administrador este deberá realizar una prueba practica-analítica en donde se ponga en manifiesto la capacidad que tiene el aspirante en cuanto a la toma de decisiones, procesos operativos, manejo de recursos, análisis en sistemas informáticos para medir el rendimiento del negocio a lo largo del tiempo, entre otros.

Para la selección del aspirante a cajero se deberá analizar diversos factores, como, la experiencia en el manejo de paquete de office, cierres de caja, control de facturas, atención al cliente, y demás actividades relacionadas con el puesto. Todos estos conocimientos serán de vital importancia para la ejecución de las actividades del restobar, puesto que al ser personal de primera línea recae una gran responsabilidad sobre este.

Para efectuar el proceso de selección del jefe de cocina y asistente de la misma área se realizará una evaluación practica en donde se analizará los conocimientos relacionados con; control y seguridad de los procesos de cocina, conocimientos básicos de fundamentos químicos en el área de cocina, noción en cortes, adecuada manipulación de carnes, preparación de alimentos en parrillas, presentación novedosa de platillos y conocimiento de la sazón de la gastronomía ecuatoriana.

Para finalizar el proceso de selección para el puesto de mesera y bartender, se llevará a cabo mediante un análisis de las capacidades de cada individuo, en el caso de la mesera, esta deberá hacer una demostración de como organizaría los platillos entregados por el área de cocina y de qué manera daría una presentación al cliente sobre el menú

ofertado en la carta, es ahí donde se observará la capacidad de comunicación con el consumidor; por otra parte el aspirante a bartender deberá realizar la preparación de diversos cocteles para determinar la experiencia del mismo, además de analizar la inocuidad y limpieza de los utensilios que utilice para realizar esta labor.

El restobar Búfalo brindará a su fuerza de trabajo programas de capacitación referentes al mercado en el que laboran, los mismos que se impartirán de manera presencial en el establecimiento y estas serán impartidas por personal capacitado de entidades como: el municipio, cámara de comercio, entre otros; esto se ejecutará con el fin de fomentar el desarrollo profesional de los trabajadores.

CAPITULO III: MODELO DE NEGOCIO

Tabla 22 Modelo de negocio

<p>8. ALIADOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proveedores de carnes. -Proveedores de bebidas. -Proveedores de hortalizas y frutas. -Proveedores de artículos de cocina. -Proveedor de internet. -Proveedores de mobiliarios. -Propietario del local. -Banco. 	<p>7. ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proceso de compra de productos. -Procesos de transformación de la materia prima. -Proceso de atención al cliente. -Proceso del servicio Delivery. 	<p>2. PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> -Crear un establecimiento con un ambiente acogedor y rustico para lograr la aceptación del consumidor. -Productos y servicio de calidad. -Servicio de Delivery personalizadas -Reservaciones -Servicio de internet sin costo. 	<p>4. RELACIÓN CON EL CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> -Oportunidad de calificar el servicio por medio de técnicas especiales. -Promociones por eventos deportivos. -Promociones por cumpleaños. 	<p>1. SEGMENTO DEL MERCADO</p> <p>Todas las personas que deseen degustar y residan en la parroquia Febres Cordero.</p>
	<p>6. RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> -Personal adecuado en la atención al consumidor. -Activos. -Patrimonio. -Recursos tecnológicos. 		<p>3. CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Establecimiento. -Redes sociales. -Vallas Publicitarias. 	
<p>9. ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pago a colaboradores. -Servicios básicos. -Pago de préstamo. -Pago de internet. -Compra de insumos y activos. -Pago de alquiler. 		<p>5. FUENTES DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ventas del menú ofertado en restobar. -Venta de bebidas en el Bar. -Servicio de Delivery. -Alquiler del establecimiento. 		

3.1 SEGMENTO DEL MERCADO

La segmentación de mercado desde sus comienzos fue abordada por Smith, como un espacio de compra y venta homogéneo debido a la distribución de ciertos productos por segmentos determinados y que eran de preferencia del consumidor, de manera que se reunía a personas con gustos y preferencias similares. (Smith, 1956 citado en Espinoza, et al., 2018, p. 130)

En función de la información reflejada sobre el segmento de mercado, el restobar Búfalo se caracterizará porque englobará, como clientes potenciales, a todas las personas que deseen degustar los platos que se ofertan y que residan en la parroquia Febres Cordero o sectores aledaños.

3.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor es una estrategia que se pone en marcha en las empresas para poder distinguir a sus competidores por algo concreto y así tener la aprobación del público en el cual se trata de destacar un mejor negocio y como va a beneficiarse a las personas que van utilizar el producto o servicio y no los que ofrece la competencia. (Colcha y Contreras, 2019, p. 21)

La propuesta de valor que el restobar Búfalo le brindará a su clientela se encuentra estructurada de la siguiente manera:

- ✓ **Crear un establecimiento con un ambiente acogedor y rústico para lograr la aceptación del consumidor:**

Los establecimientos de expendio de alimentos preparados requieren de una imagen estilizada y atractiva, que le permita al consumidor disfrutar su estancia en el local, debido a esto, el restobar Búfalo dispondrá de un área física, en donde destacarán los diseños

rústicos y minimalista, lo que apunta a generar un ambiente acogedor, para de esta manera generar ingresos positivos al emprendimiento.

✓ **Productos y servicio de calidad:**

El restobar búfalo al ser un establecimiento en donde se preparan alimentos, debe contar con procedimientos y productos de calidad, por esta razón se pretende ejecutar normativas como la ISO 45000, la cual se enfoca en la seguridad ocupacional de los colaboradores, esta cumplirá otorgándoles a los trabajadores equipos e instrumentarias que protejan su integridad y que les permita brindar un buen servicio; por otra parte, la aplicará la norma ISO 22000, la misma que garantiza la inocuidad de los alimentos en todo el proceso de transformación de la materia prima.

✓ **Servicio de Delivery:**

El restobar al poseer varios sectores aledaños, debe de contar con el servicio de delivery, lo que permitirá tener un mayor alcance de clientes, los cuales podrán acceder a este servicio mediante llamadas telefónicas o por WhatsApp.

✓ **Reservaciones personalizadas:**

El establecimiento pondrá a disposición de los clientes, la opción de realizar una reserva por mesa, parcial o total, la misma que se adecuará en función a lo solicitado por los interesados en adquirir este servicio.

✓ **Servicio de internet sin costo:**

El uso de medios digitales con el paso del tiempo se torna más importante, ya que influye en las opiniones de la sociedad actual, por este motivo, el restobar Búfalo, ofrecerá a los clientes un servicio de internet sin costo, que les permitirá utilizar sus dispositivos móviles en el momento en que lo necesite.

3.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Un canal de distribución es un conjunto de participantes organizacionales que ejecutan todas las funciones necesarias para conseguir que un producto de un vendedor llegue al comprador final. (Guiltinan, 1998 citado en Sierra, et al., 2015, p. 515)

El restobar Búfalo contará con los siguientes canales de distribución:

✓ **Establecimiento:**

Las relaciones comerciales son necesarias para tener un crecimiento en el tiempo en el sector en el que se compite, este proceso se puede efectuar en diversas formas y escenarios; el restobar Búfalo al ser un negocio de platos a la carta, se especializará principalmente en la atención al cliente en el local, este espacio físico aportará identidad a la marca debido a su diseño, además de esto, los clientes podrán adquirir sus productos de manera segura y a su vez podrán observar las actividades que se realicen dentro del mismo, como la preparación de cocteles en la barra, entre otros. Se prevé que esto impulse en gran medida los objetivos comerciales del emprendimiento.

✓ **Redes sociales:**

El emprendimiento además de utilizar un establecimiento físico para poder realizar el proceso de atención al cliente, también utilizará redes sociales de mayor tráfico de usuarios para conseguir una colectividad interactiva, estas redes se las implementará para agilizar el proceso de recepción de pedidos para los servicios de delivery y alquiler del establecimiento.

✓ **Vallas Publicitarias:**

La afluencia de vehículos en la zona, genera ventaja y oportunidad para aplicar un sistema de vallas publicitarias, en donde se refleje la información más relevante del

restobar, con esto se pretende tener influencia sobre el turismo en la Parroquia Febres Cordero del Cantón Babahoyo.

3.4 RELACIÓN CON EL CLIENTE

La relación con el cliente consiste en crear y mantener vínculos entre las personas y las empresas. Sin clientes, una organización no es viable. Por tanto, es esencial establecer una buena gestión de la relación con el cliente. (Aguirre, 2021)

✓ Oportunidad de calificar el servicio a través de técnicas especiales:

La relación con los clientes es necesaria y útil para realizar mejoras en los productos o servicios que oferta una empresa; para el restobar Búfalo, la opinión de los clientes es importante, por esta razón implementará un método interactivo en las redes sociales para poder calificar el nivel de satisfacción y si recomendaría a otras personas a acceder al servicio que el emprendimiento posee. Para llevar a cabo este procedimiento, se utilizará la herramienta Net Promoter Scores o NPS, esto ayudará a determinar los resultados que va obteniendo el proyecto con el paso del tiempo.

✓ Promociones por eventos deportivos:

El Ecuador es un país con un territorio donde la actividad cultural y deportiva tienen gran relevancia en la sociedad, muchas actividades económicas poseen mayor afluencia de clientes cuando se realizan eventos deportivos específicos, debido a esto el restobar aprovechará estos eventos para efectuar actividades que atraigan al cliente, ofreciéndoles combos o promociones dependiendo del equipo que juegue.

✓ Promociones por cumpleaños:

El ser humano presenta necesidades fundamentales como el reconocimiento, esto influye de alguna manera en el comportamiento del individuo, en consecuencia, el

emprendimiento realizará actividades por motivos de cumpleaños, con lo que se pretende mejorar la estancia del consumidor en el establecimiento y a su vez se busca fidelizar al mismo. Las promociones incluirán bebidas o alimentos de repostería.

3.5 FUENTES DE INGRESOS

Una fuente de ingresos es uno de los factores más importantes que componen un modelo de negocio. Es básicamente la forma en la que una empresa comercializa su producto o servicio con los clientes y estos a cambio devuelven una suma de dinero específica. Es importante que un negocio tenga bien definidas cuáles son sus fuentes de ingreso para de esa forma ser capaz de optimizarlas y tener un mayor rendimiento. (García, 2021)

Las principales fuentes de ingresos del restobar son:

- ✓ Ventas del menú ofertado en restobar.
- ✓ Venta de bebidas en el Bar.
- ✓ Servicio de Delivery.
- ✓ Alquiler del establecimiento.

3.6 ACTIVOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL NEGOCIO

Tabla 23 Maquinaria

MAQUINARIA			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cocina Industrial de 6 quemadores	2	1.300,00	2.600,00
Olla arrocera 16 lb.	1	380,00	380,00
Campana para cocina tipo isla	1	150,00	150,00
Parrilla 70 x 70 x 90 Importado	1	580,00	580,00
Refrigeradora	1	800,00	800,00
Cafetera 8C	1	140,00	140,00
Procesador de alimentos	1	110,00	110,00

Estantería abierta de acero (alacena)	1	400,00	400,00
Campana Extractora de Calor	1	1.500,00	1.500,00
Horno industrial a gas	1	800,00	800,00
Mesa Central	1	900,00	900,00
Vitrina - Enfriador	1	1.200,00	1.200,00
TOTAL			9.560,00

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 24 Equipos y herramientas de oficina

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DE OFICINA			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de Escritorio	2	400,00	800,00
Impresora múltiple	1	450,00	450,00
Teléfono	1	45,00	45,00
TOTAL			1.295,00

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 25 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio en "L" con Cajonera	1	400,00	400,00
Mesas Plásticas	6	50,00	300,00
Sillas Plásticas	24	12,00	288,00
TOTAL			988,00

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 26 Herramientas para cocina

HERRAMIENTAS PARA COCINA			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Vasos	30	2,50	75,00
Platos	8	50,00	400,00
Cubiertos	7	12,00	84,00
Pírex	6	20,00	120,00
Copa cervecera	12	2,00	24,00
Copa / helado	12	2,00	24,00
Salero y pimentero	6	3,90	23,40
Charol rectangular	7	36,07	252,49

Cucharon para salsa	3	2,00	6,00
Tabla gourmet para cortar gigante	3	4,00	12,00
Hacha de cocina	5	5,00	25,00
Cuchillo de filetear 8"	5	6,00	30,00
Cuchillo de carne 8"	5	12,00	60,00
Sartén hondo 28cm	4	25,00	100,00
TOTAL			1.235,89

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

3.7 ACTIVIDADES CLAVES

Todo modelo de negocio está fundamentado en actividades, las mismas que en conjunto se definen como procesos, y la agrupación de estos define como las operaciones de una organización. Este apartado incluye hipótesis sobre las actividades que necesitarán ser comprendidas y dominadas para producir y comercializar la oferta. (Mise, 2022)

Debido a esto, las actividades claves que realizará el restobar Búfalo son las siguientes:

- ✓ Proceso de compra.
- ✓ Procesos de transformación de la materia prima.
- ✓ Procesos de atención al cliente
- ✓ Proceso del servicio Delivery.

3.8 RED DE SOCIOS

Se refiere a las alianzas estratégicas que establece la organización para colaborar en temas como compartir experiencias, costes y también recursos. Socios estratégicos, socios industriales, socios inversores son algunos de los socios claves para una empresa. (Sánchez, 2020)

A continuación, se refleja la red de socios con la que trabajará el restobar:

✓ **Proveedores de carnes:**

El restobar búfalo mantendrá relaciones comerciales con productores de carne de búfalo, los cuales se encuentran ubicados a 5 minutos de la ciudad de Bucay, específicamente en la Hacienda la Danesa, perteneciente a la familia Olsen, con esto se pretende tener un proveedor fijo de este producto.

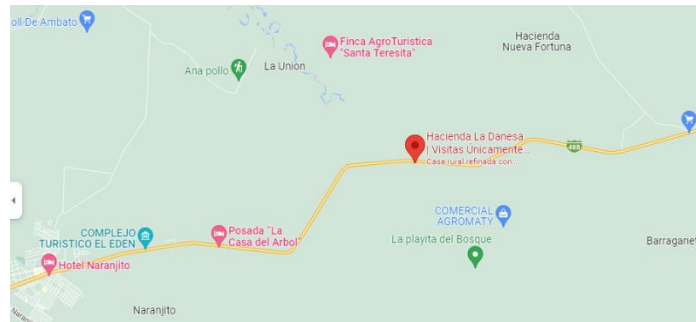


Ilustración 25. Proveedores de carnes

✓ **Proveedores de bebidas:**

Para abastecer al establecimiento de mercadería, específicamente en la línea de bebidas, se toman en cuenta dos proveedores relevantes, como son: Cervecería nacional y coral hipermercados, los mismos que proporcionarán elementos como: bebidas alcohólicas, agua tónica, esencias, jarabes, entre otros.



Ilustración 26. Proveedores de bebidas

✓ **Proveedores de hortalizas y frutas:**

Para la elaboración de los platos y bebidas que se ofertarán en el local, se requiere de una variedad de materiales, entre ellos las hortalizas y las frutas, las mismas que se adquirirán en mercados de la ciudad de Babahoyo.



Ilustración 27. Proveedor de hortalizas y frutas

✓ **Proveedores de artículos de cocina:**

Para garantizar una buena preparación de los alimentos, es necesario contar con materiales de calidad, que permitan conseguir esto, en consecuencia, se menciona proveedores de artículos de cocina reconocidos, como son: Fritega, Pycca, Termalimex, otros.



Ilustración 28. Proveedores de artículos de cocina

✓ **Proveedor de internet:**

Para brindar a los clientes un ambiente cómodo, confortable y entretenido, se pone a disposición un servicio de internet gratuito, el cual será suministrado por la empresa W&G Net, la misma que brinda servicios de fibra óptica a la localidad del Recinto Pueblo Nuevo.



Ilustración 29. Proveedor de internet

✓ **Proveedores de mobiliarios:**

Para brindar un ambiente acogedor y rústico, se debe de escoger de forma adecuada al proveedor que satisfaga estos requerimientos, por esta razón, se combina el mobiliario de dos proveedores, con lo son Pycca, Hipermarket y Colineal.



Ilustración 30. Proveedores de mobiliarios

✓ **Propietario del local:**

El establecimiento al no contar con espacio propio, requiere de aliarse con el propietario de un local disponible en la zona, ubicado estratégicamente, el cual permita el fácil acceso de los clientes al restobar.

✓ **Banco:**

Para llevar a cabo el presente proyecto, se requiere de financiamiento, el mismo que se buscará en una entidad pública reconocida, como lo es BanEcuador, donde se solicitará un crédito pyme, el cual estará sujeto a los intereses de ley.



Ilustración 31. Banco

3.9 ESTRUCTURA DE COSTOS

Es el conjunto de las proporciones que respecto del costo total de la actividad del sector o de la empresa, representa cada tipo de costo. Sabiendo que en la actividad empresarial los costos se pueden clasificar por función, es decir, de producción, que incluyen los procesos de adquisición de materias primas, insumos, conocimiento y similares, de comercialización, de apoyo y financieros. (Botero, 2020)

La estructura de costos del restobar Búfalo se encuentra constituida de la siguiente manera:

- ✓ Pago a colaboradores.
- ✓ Servicios básicos.
- ✓ Pago de préstamo.
- ✓ Pago de internet.
- ✓ Compra de insumos y activos.
- ✓ Pago de alquiler.

CAPITULO IV: ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

4.1 FACTIBILIDAD TÉCNICA

El restobar Búfalo al ser un establecimiento de transformación de materia prima requiere de gran cantidad de productos disponibles, ya sean, carnes, condimentos, hortalizas, bebidas, artículos de cocina, entre otros. Por esta razón cuenta con proveedores estratégicos locales, los cuales le brindarán todos los materiales necesarios para ejecutar de manera adecuada las actividades establecidas previamente, con esto se pretender optimizar procesos de preparación y lograr la complacencia del cliente.

Este aspecto evalúa si la infraestructura técnica que posee la empresa puede responder de manera favorable y eficiente para desarrollar el proyecto o negocio que se tiene panificado. También se debe verificar si las personas poseen los conocimientos técnicos necesarios para poder utilizar el equipo y el software necesario. (Quiroa, 2021)

4.1.1 Macro localización del emprendimiento

El restobar Búfalo se encontrará ubicado geográficamente en la ciudad de Babahoyo, en la Parroquia rural Febres Cordero.



Ilustración 32. Macro localización del emprendimiento

4.1.2 Micro localización del emprendimiento

El negocio se encontrará ubicado en el Recinto Pueblo Nuevo, cerca de la Av. Monseñor Carlos Bravo, se escogió esta ubicación debido a que es una zona céntrica y existe mucha movilidad de personas.

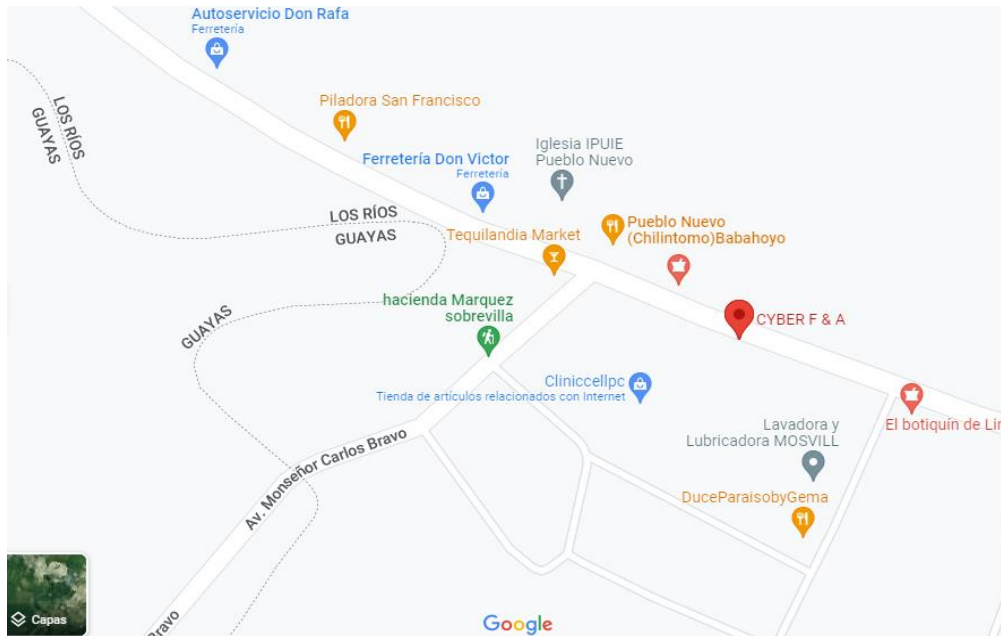


Ilustración 33. Micro localización del emprendimiento

4.1.3 Instalaciones del negocio

La estructura del establecimiento del restobar Búfalo, se caracteriza principalmente por brindar un ambiente rústico y confortable para el cliente, además presenta una distribución adecuada de los elementos internos, lo que ayuda a optimizar el espacio del mismo.

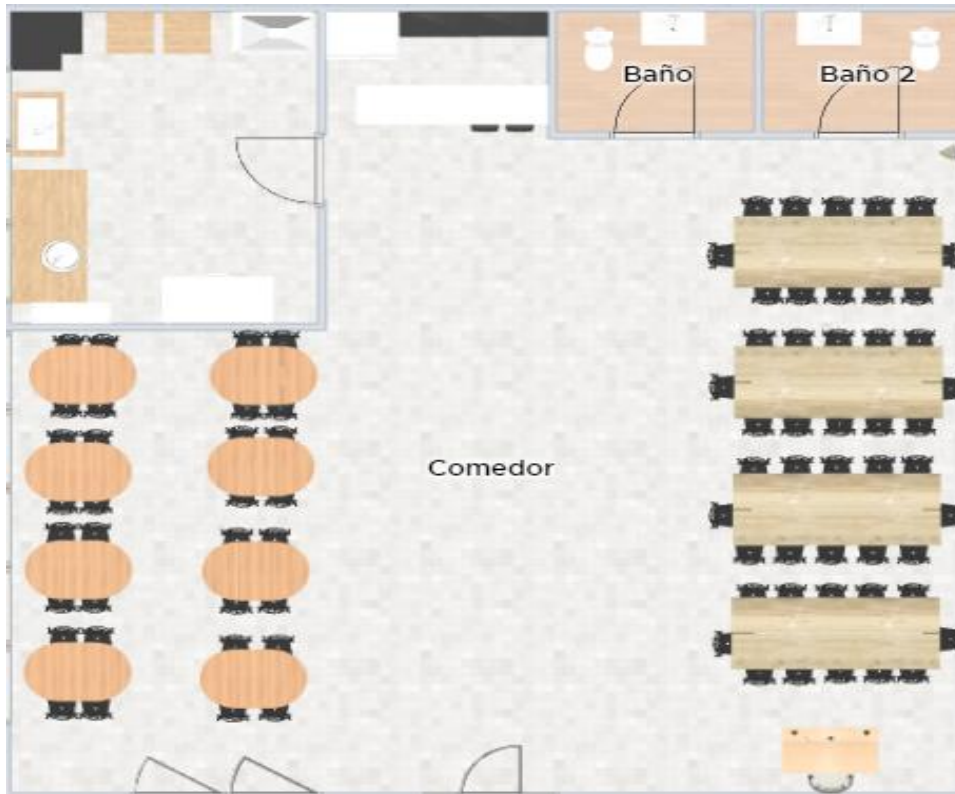


Ilustración 34. Instalaciones del negocio

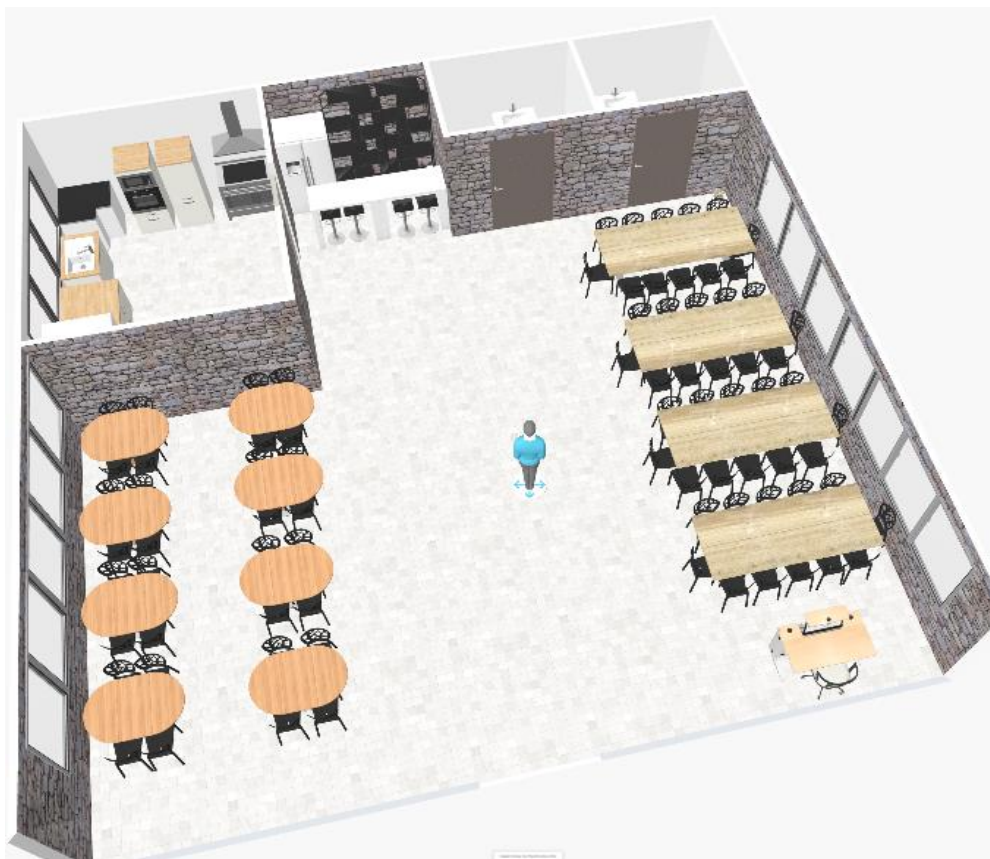


Ilustración 35. Instalaciones del negocio

4.2 FACTIBILIDAD FINANCIERA

Para determinar la factibilidad financiera de un proyecto e identificar si este generara valor, se requiere de un análisis o estudio financiero, este estudio permite cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto. (Meza, 2017 citado en Acosta & Caicedo, 2019, p. 19)

Tabla 27 Inversión inicial del proyecto

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Infraestructura				
Alquiler de local	Mes	1	450,00	600,00
Adecuación	Unidad	1	400,00	400,00
Subtotal				1.000,00
Maquinarias				
Cocina Industrial de 6 quemadores	Unidad	2	1.300,00	2.600,00
Olla arrocera 16 lb.	Unidad	1	380,00	380,00
Campana para cocina tipo isla	Unidad	1	150,00	150,00
Parrilla 70 x 70 x 90 Importado	Unidad	1	580,00	580,00
Refrigeradora	Unidad	1	800,00	800,00
Cafetera 8C	Unidad	1	140,00	140,00
Procesador de alimentos	Unidad	1	110,00	110,00
Estantería abierta de acero (alacena)	Unidad	1	400,00	400,00
Campana Extractora de Calor	Unidad	1	1.500,00	1.500,00
Horno industrial a gas	Unidad	1	800,00	800,00
Mesa Central	Unidad	1	900,00	900,00
Vitrina - Enfriador	Unidad	1	1.200,00	1.200,00
Subtotal				9.560,00
Equipos y Herramientas				
Computador de Escritorio	Unidad	1	800,00	800,00
Impresora múltiple	Unidad	1	450,00	450,00

Teléfono	Unidad	1	45,00	45,00
Subtotal				1.295,00
Muebles y Enseres				
Escritorio en "L" con Cajonera	Unidad	1	400,00	400,00
Mesas Plásticas	Unidad	6	50,00	300,00
Sillas Plásticas	Unidad	24	12,00	288,00
Subtotal				988,00
Herramientas para cocina				
Vasos	Unidad	30	2,50	75,00
Platos	Juego	8	50,00	400,00
Cubiertos	Juego	7	12,00	84,00
Pírex	Juego	6	20,00	120,00
Copa cervecera	Unidad	12	2,00	24,00
Copa / helado	Unidad	12	2,00	24,00
Salero y pimentero	Unidad	6	3,90	23,40
Charol rectangular	Unidad	7	36,07	252,49
Cucharon para salsa	Unidad	3	2,00	6,00
Tabla gourmet para cortar gigante	Unidad	3	4,00	12,00
Hacha de cocina	Unidad	5	5,00	25,00
Cuchillo de filetear 8"	Unidad	5	6,00	30,00
Cuchillo de carne 8"	Unidad	5	12,00	60,00
Sartén hondo 28cm	Unidad	4	25,00	100,00
Subtotal				1.235,89
Gastos de Constitución				
Permiso Intendencia	Unidad	1	45,00	45,00
Permiso Patente	Unidad	1	40,00	40,00
Permiso Cuerpo de Bomberos	Unidad	1	12,00	12,00
Subtotal				97,00
Capital de Trabajo				
Insumos	Mes	2	1.831,34	3.662,67
Remuneraciones	Mes	2	3.080,72	6.161,43
Subtotal				9.824,11
TOTAL, INVERSION INICIAL				24.000,00

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 28 Remuneraciones

REMUNERACIONES					
CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	500,00	195,33	695,33	8.344,00
Cajero	1	425,00	171,35	596,35	7.156,15
Jefe de Cocina	1	425,00	171,35	596,35	7.156,15
Mesera	1	425,00	171,35	596,35	7.156,15
Bartender	1	425,00	171,35	596,35	7.156,15
TOTAL	5			3.080,72	36.968,60

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 29 Beneficios sociales

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Administrador	500,00	41,67	35,42	41,67	55,75	20,83	195,33
Cajero	425,00	35,42	35,42	35,42	47,39	17,71	171,35
Jefe de Cocina	425,00	35,42	35,42	35,42	47,39	17,71	171,35
Mesera	425,00	35,42	35,42	35,42	47,39	17,71	171,35
Bartender	425,00	35,42	35,42	35,42	47,39	17,71	171,35

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 30 Depreciación

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cocina Industrial de 6 quemadores	2.600,00	260,00	10	234,00	234,00	234,00	234,00	234,00
Olla arrocera 16 lb.	380,00	38,00	10	34,20	34,20	34,20	34,20	34,20
Campana para cocina tipo isla	150,00	15,00	10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Parrilla 70 x 70 x 90 Importado	580,00	58,00	10	52,20	52,20	52,20	52,20	52,20
Refrigeradora	800,00	80,00	10	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Cafetera 8C	140,00	14,00	10	12,60	12,60	12,60	12,60	12,60
Procesador de alimentos	110,00	11,00	10	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90
Estantería abierta de acero (alacena)	400,00	40,00	10	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Campana Extractora de Calor	1.500,00	150,00	10	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
Horno industrial a gas	800,00	80,00	10	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Mesa Central	900,00	90,00	10	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00

Vitrina - Enfriador	1.200,00	120,00	10	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00
Computador de Escritorio	800,00	80,00	3	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Impresora múltiple	450,00	45,00	3	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
Teléfono	45,00	4,50	3	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Escritorio en "L" con Cajonera	400,00	40,00	10	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Mesas Plásticas	300,00	30,00	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Sillas Plásticas	288,00	28,80	10	25,92	25,92	25,92	25,92	25,92
TOTAL	11.843,00	1.184,30		1.337,82	1.337,82	1.337,82	1.337,82	1.337,82

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 31 Amortización

CUOTA FIJA (FRANCESA)				
MONTO INICIAL	24.000,00		PAGOS POR AÑO	12
PLAZO	5		TOTAL DE PAGOS	60
TASA NOMINAL	9,76%		CUOTA FIJA	507,10
TASA EFECTIVA	0,10208653		TOTAL INTERES	6.425,97
PERIODO DE PAGO	Mensual		TOTAL PAGADO	30.425,97
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	24.000	195,20	311,90	507,10
2	23.688,10	192,66	314,44	507,10
3	23.373,66	190,11	316,99	507,10
4	23.056,67	187,53	319,57	507,10
5	22.737,09	184,93	322,17	507,10
6	22.414,92	182,31	324,79	507,10
7	22.090,13	179,67	327,43	507,10
8	21.762,70	177,00	330,10	507,10
9	21.432,60	174,32	332,78	507,10
10	21.099,82	171,61	335,49	507,10
11	20.764,33	168,88	338,22	507,10
12	20.426,12	166,13	340,97	507,10
13	20.085,15	163,36	343,74	507,10
14	19.741,41	160,56	346,54	507,10
15	19.394,87	157,74	349,35	507,10
16	19.045,52	154,90	352,20	507,10
17	18.693,32	152,04	355,06	507,10
18	18.338,26	149,15	357,95	507,10
19	17.980,32	146,24	360,86	507,10
20	17.619,46	143,30	363,79	507,10
21	17.255,66	140,35	366,75	507,10
22	16.888,91	137,36	369,74	507,10

23	16.519,17	134,36	372,74	507,10
24	16.146,43	131,32	375,78	507,10
25	15.770,65	128,27	378,83	507,10
26	15.391,82	125,19	381,91	507,10
27	15.009,91	122,08	385,02	507,10
28	14.624,89	118,95	388,15	507,10
29	14.236,74	115,79	391,31	507,10
30	13.845,43	112,61	394,49	507,10
31	13.450,94	109,40	397,70	507,10
32	13.053,24	106,17	400,93	507,10
33	12.652,31	102,91	404,19	507,10
34	12.248,12	99,62	407,48	507,10
35	11.840,64	96,30	410,80	507,10
36	11.429,84	92,96	414,14	507,10
37	11.015,70	89,59	417,51	507,10
38	10.598,20	86,20	420,90	507,10
39	10.177,30	82,78	424,32	507,10
40	9.752,97	79,32	427,78	507,10
41	9.325,20	75,84	431,25	507,10
42	8.893,94	72,34	434,76	507,10
43	8.459,18	68,80	438,30	507,10
44	8.020,88	65,24	441,86	507,10
45	7.579,02	61,64	445,46	507,10
46	7.133,56	58,02	449,08	507,10
47	6.684,48	54,37	452,73	507,10
48	6.231,75	50,68	456,41	507,10
49	5.775,34	46,97	460,13	507,10
50	5.315,21	43,23	463,87	507,10
51	4.851,34	39,46	467,64	507,10
52	4.383,70	35,65	471,45	507,10
53	3.912,25	31,82	475,28	507,10
54	3.436,97	27,95	479,15	507,10
55	2.957,83	24,06	483,04	507,10
56	2.474,79	20,13	486,97	507,10
57	1.987,82	16,17	490,93	507,10
58	1.496,88	12,17	494,92	507,10
59	1.001,96	8,15	498,95	507,10
60	503,01	4,09	503,01	507,10

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 32 Amortización de gastos de constitución

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN						
Gastos de Constitución		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Permiso Intendencia	45,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Permiso Patente	40,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Permiso Cuerpo de Bomberos	12,00	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40
		19,40	19,40	19,40	19,40	19,40

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 33 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	CANTIDAD PRODUCIDA MENSUAL	COSTO DE VENTA MENSUAL
PRODUCTOS			
COSTILLAS DE BUFALO	3,02	60	180,99
COSTILLAS DE CERDO A LA BBQ	2,90	65	188,39
ALITAS BBQ	1,77	200	353,16
PINCHOS DE LOMO FINO Y PIÑA	2,83	250	706,32
COCTEL CON ALCOHOL	2,83	120	339,69
COCTEL SIN ALCOHOL - SHIRLEY TEMPLE	0,63	100	62,78
TOTAL			1.831,34

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 34 Costos de ventas

COSTO DE VENTAS								
DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	CANTIDAD PRODUCIDA MENSUAL	COSTO DE VENTA MENSUAL	2023	2024	2025	2026	2027
				Crecimiento de las ventas anual en relación al costo				
PRODUCTOS				20%	20%	20%	20%	20%
COSTILLAS DE BUFALO	3,02	250	754,14	9.049,73	10.859,67	13.031,60	15.637,92	18.765,51
COSTILLAS DE CERDO A LA BBQ	2,90	250	724,58	8.694,93	10.433,92	12.520,70	15.024,84	18.029,81
ALITAS BBQ	1,77	350	618,03	7.416,36	8.899,63	10.679,56	12.815,47	15.378,56
PINCHOS DE LOMO FINO Y PIÑA	2,83	450	1.271,38	15.256,51	18.307,81	21.969,38	26.363,25	31.635,90
COCTEL CON ALCOHOL	2,83	240	679,38	8.152,50	9.783,00	11.739,60	14.087,52	16.905,03
COCTEL SIN ALCOHOL - SHIRLEY TEMPLE	0,63	200	125,57	1.506,82	1.808,18	2.169,82	2.603,78	3.124,53
TOTAL				50.076,85	60.092,21	72.110,66	86.532,79	103.839,35

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 35 Ventas

VENTAS EN DOLARES								
DESCRIPCION	PRECIO DE VENTA	CANTIDAD VENDIDA MENSUAL	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL				
				2023	2024	2025	2026	2027
PRODUCTOS				20%	20%	20%	20%	20%
COSTILLAS DE BUFALO	7,52	250	1.879,14	22.549,725	27.059,67	32.471,604	38.965,925	46.759,110
COSTILLAS DE CERDO A LA BBQ	6,50	250	1.624,58	19.494,930	23.393,92	28.072,699	33.687,239	40.424,687

ALITAS BBQ	4,76	350	1.664,53	19.974,360	23.969,23	28.763,078	34.515,694	41.418,833
PINCHOS DE LOMO FINO Y PIÑA	5,53	450	2.486,38	29.836,512	35.803,81	42.964,577	51.557,493	61.868,991
COCTEL CON ALCOHOL	6,00	240	1.440,18	17.282,102	20.738,52	24.886,227	29.863,473	35.836,168
COCTEL SIN ALCOHOL - SHIRLEY TEMPLE	3,00	200	599,57	7.194,816	8.633,78	10.360,535	12.432,642	14.919,170
TOTAL			118.355,45	139.599	167.519	201.023	241.227	

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 36 Gastos administrativos y de ventas

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Remuneraciones	3.080,72	36.968,60
Alquiler	450,00	5.400,00
Servicios básicos	15,00	180,00
Internet	20,00	240,00
Papelería	5,00	60,00
TOTAL	3.570,72	42.848,60

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 37 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	AÑO 0	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos por venta		118.355,45	139.599,13	167.518,92	201.022,67	241.227,16
Costo de ventas		-50.076,85	-60.092,21	-72.110,66	-86.532,79	-103.839,35
UTILIDAD BRUTA		68.278,60	79.506,92	95.408,26	114.489,88	137.387,81
Gastos administrativos y de ventas		-42.848,60	-42.848,60	-42.848,60	-42.848,60	-42.848,60
UTILIDAD OPERACIONAL		25.430,00	36.658,32	52.559,66	71.641,28	94.539,21
Depreciación		-1.337,82	-1.337,82	-1.337,82	-1.337,82	-1.337,82
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS		24.092,18	35.320,50	51.221,84	70.303,46	93.201,39
Gastos de intereses		-2.170,35	-1.770,70	-1.330,24	-844,83	-309,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS 15% PT y 25% IR		21.921,83	33.549,80	49.891,60	69.458,63	92.891,54
15% Participación de Trabajadores		3.288,27	5.032,47	7.483,74	10.418,79	13.933,73
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS 25% IR		18.633,56	28.517,33	42.407,86	59.039,84	78.957,81
25% de impuesto		-4.658,39	-7.129,33	-10.601,97	-14.759,96	-19.739,45
UTILIDAD NETA		13.975,17	21.388,00	31.805,90	44.279,88	59.218,35
Depreciación		1.337,82	1.337,82	1.337,82	1.337,82	1.337,82
INVERSION						
Infraestructura	-1.000,00					
Maquinarias	-9.560,00					
Equipos y Herramientas	-1.295,00			-1.295,00		
Muebles y Enseres	-988,00					
Suministros de Oficina	-1.235,89					
Gastos de Constitución	-97,00					
Capital de Trabajo	-9.824,11	-9.824,11	-9.824,11	-9.824,11	-9.824,11	

Recuperación del capital de trabajo						9.824,11
Valor Residual						1.184,30
Valor en libros de los activos						5.135,10
Amortización de los gastos de constitución	-19,40	-19,40	-19,40	-19,40	-19,40	-19,40
Amortización de la inversión	-3.914,84	-4.314,50	-4.754,95	-5.240,37	-5.775,34	-5.775,34
FLUJO DE CAJA	-24.000,00	1.554,64	8.567,82	17.250,26	30.533,82	70.904,94

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 38 VAN y TIR

VAN A 5 AÑOS	63.121,67	Resultado positivo por lo tanto el proyecto es viable
TIR A 5 AÑOS	38,64%	TIR es mayor a la Tasa de Oportunidad

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 39 Relación Beneficio-Costo

RELACION BENEFICIO COSTO	$\frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$
=	
RELACION BENEFICIO COSTO	$\frac{87.121,67}{24.000,00}$
=	
RELACION BENEFICIO COSTO =	3,63

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

Tabla 40 Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN	3 Años	1 Mes	12 Días
--	---------------	--------------	----------------

Datos obtenidos de la investigación. Elaborado por: Ricardo Gómez

4.3 FACTIBILIDAD OPERATIVA

Los procesos operativos que se ejecutan dentro del restobar Búfalo, se encuentran clasificados en 4 lineamientos claves, los cuales destaca el: proceso de compra y transformación de la materia prima, servicio al cliente y Delivery, al establecer la secuencia de las actividades que se deben de realizar para completar cada uno de estos procesos, se pretende poseer un margen de error mínimo, lo cual aporte a la imagen de la empresa.

La factibilidad operativa identifica si el proyecto puede ser operado a través de los recursos de la organización, además de los recursos que participaran en el proyecto.

Busca la manera de tener la mejor disponibilidad del momento y lugar adecuado, cuando el proyecto se convierta en resultados. (Villarroel, 2017)

PROCESO DE COMPRA

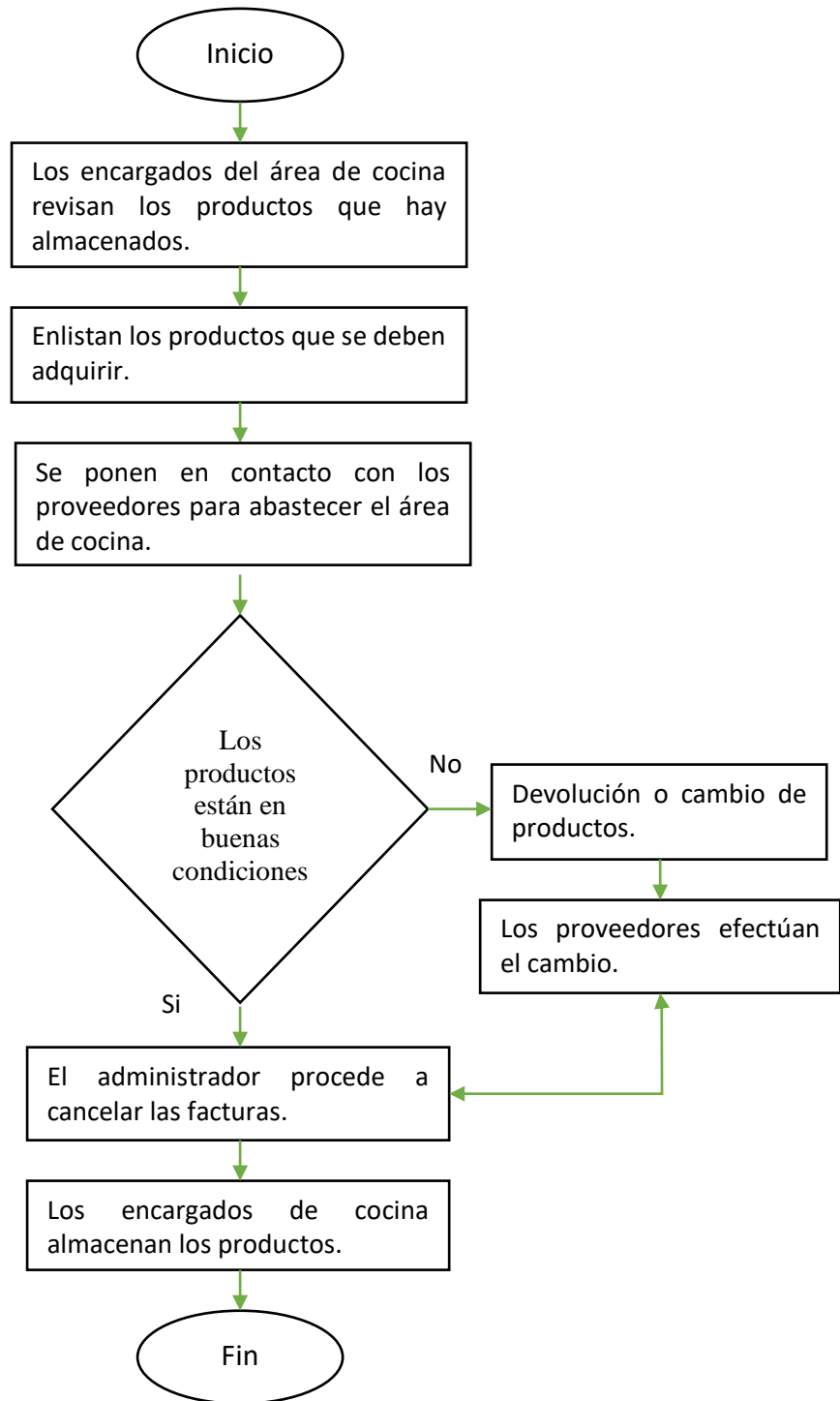


Ilustración 36. Proceso de compra

PROCESO DE PRODUCCIÓN

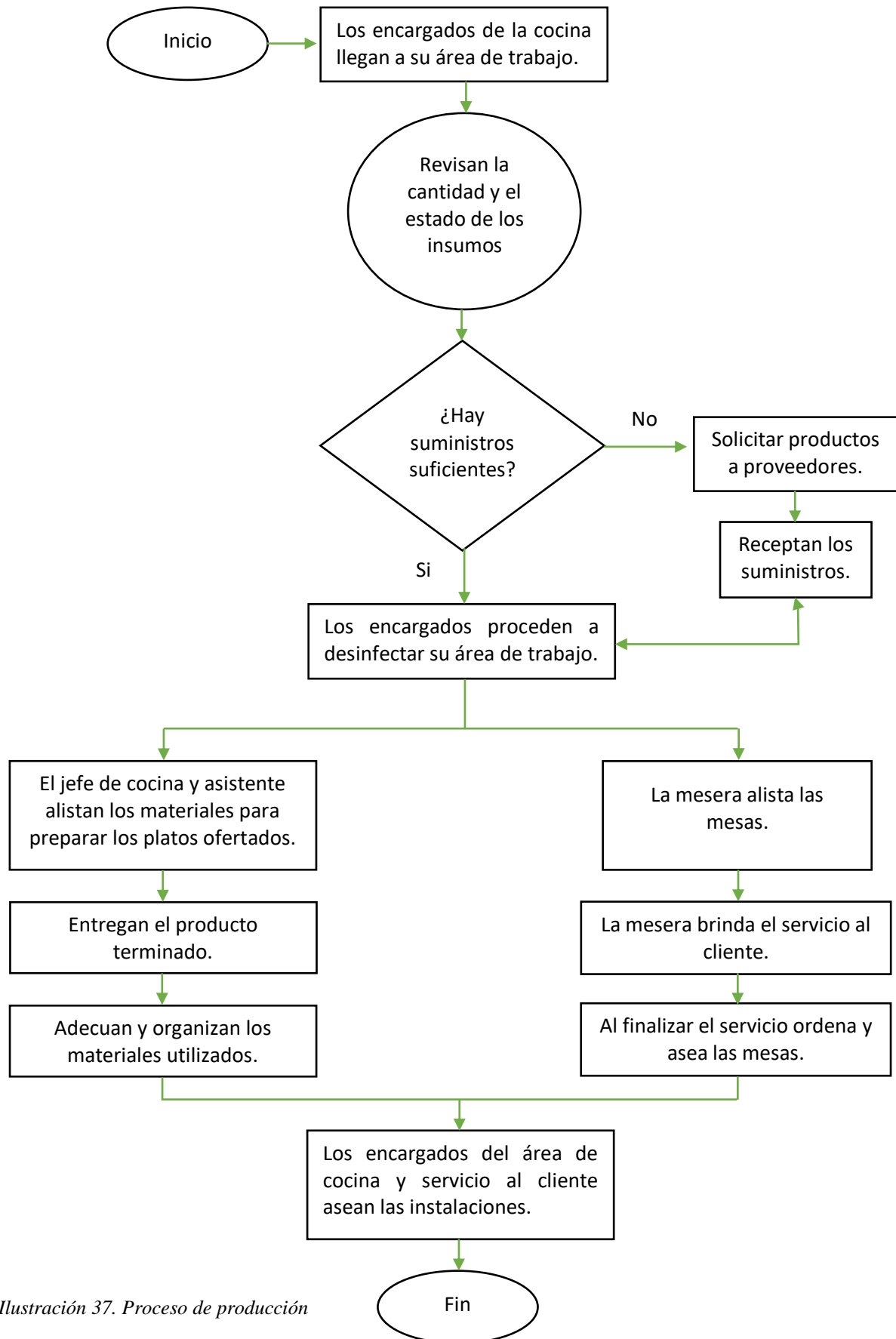


Ilustración 37. Proceso de producción

PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE

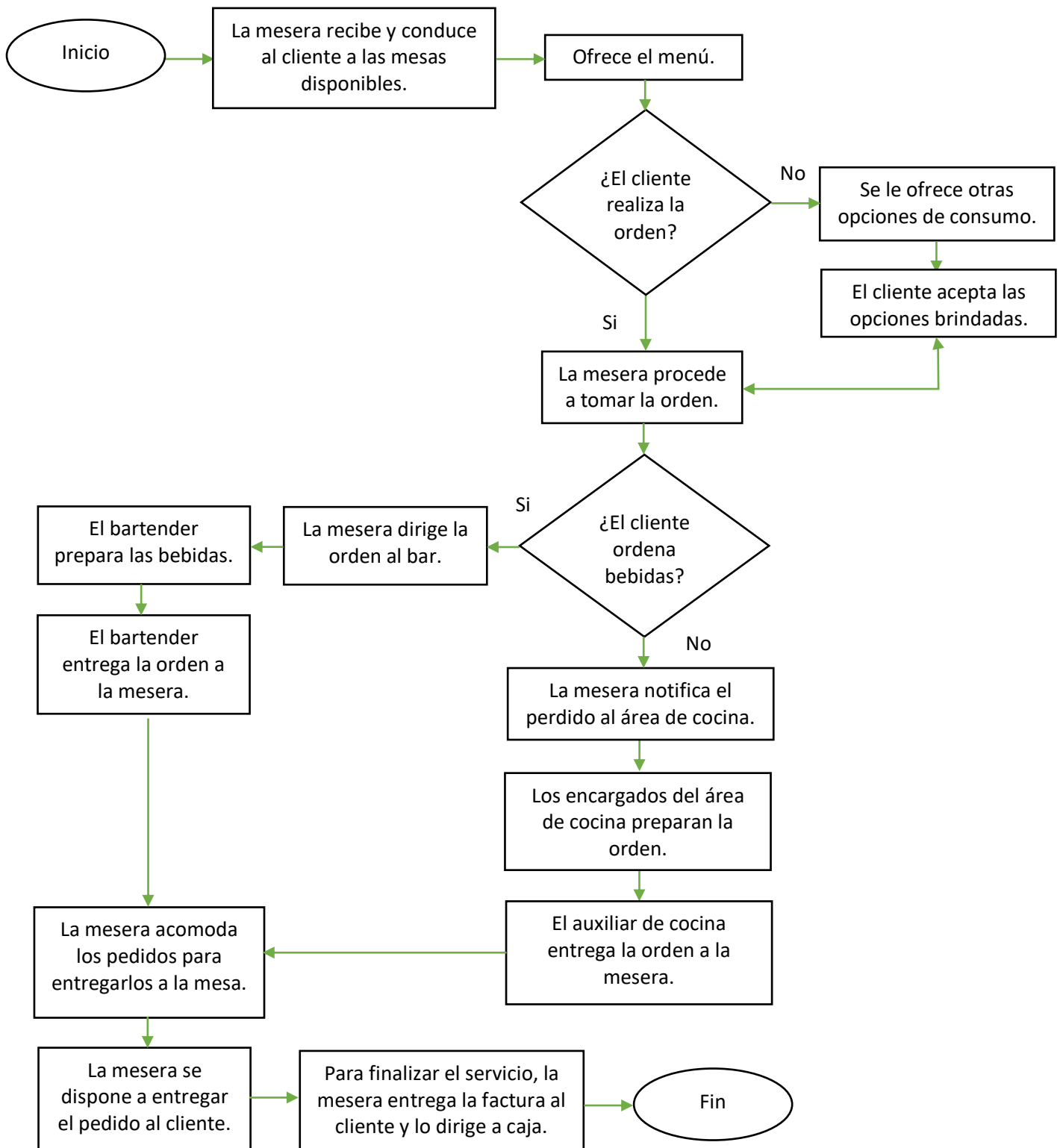


Ilustración 38. Proceso de servicio al cliente

PROCESO DEL SERVICIO DELIVERY

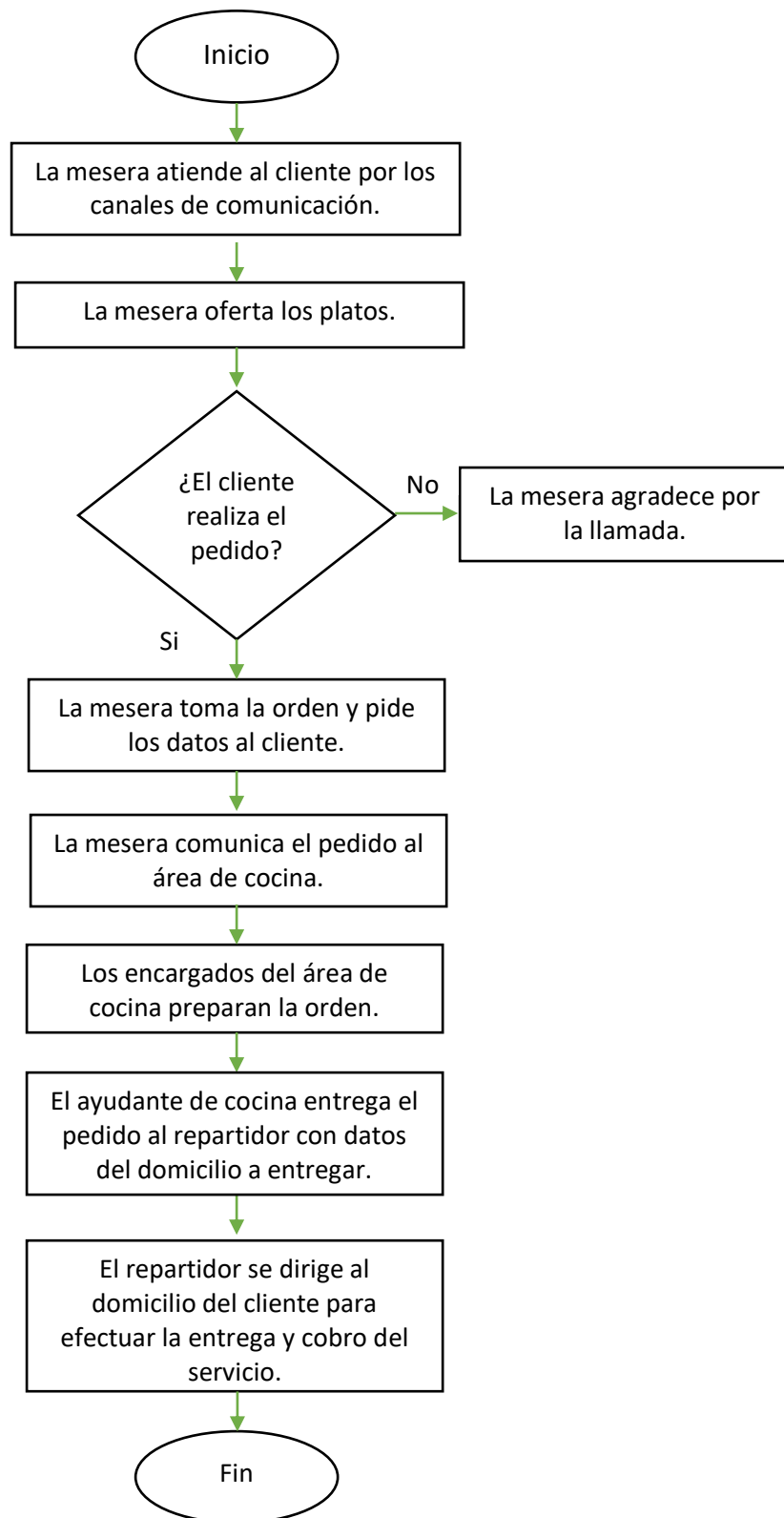


Ilustración 39. Proceso del servicio Delivery

4.4 FACTIBILIDAD AMBIENTAL

La actividad humana es el principal elemento que destaca en el impacto ambiental, por esta razón el restobar Búfalo consiente de las afectaciones que podría ocasionar al momento de realizar el proceso de manufactura de los platillos, propone una estructura adecuada de manejo de residuos y recursos no renovables, con el fin de ayudar al medio ambiente y de esta manera aportar a los objetivos de desarrollo sostenible. Entre las principales estrategias de cuidado ambiental que propone el restobar se encuentran: el adecuado manejo de desperdicios orgánicos e inorgánicos, control de olores, control de plagas, control de grasas y demás sustancias de limpieza, control de humo.

✓ Adecuado manejo de desperdicios orgánicos e inorgánicos

En el proceso de manufactura de platillos y en la atención al cliente tiende a existir diversas variedades de desperdicios sólidos, generalmente suelen ser orgánicos e inorgánicos, debido a esto en el local se establecerá puntos de recolección de desperdicios con sus respectivas señaléticas y subdivisiones, con esto se podrá almacenar cada uno de los desperdicios en el contenedor que corresponda, para posteriormente entregarlos al recolector de basura.

✓ Control de olores

En los establecimientos como restaurantes donde existe un gran índice de elementos orgánicos, suelen existir grandes cantidades de olores que en ocasiones no suelen ser tan agradables para el olfato humano, en función de esto el restobar Búfalo, efectuará limpieza de sus utensilios y áreas físicas del establecimiento con ozono y agua ozonificada, la cual permite eliminar olores indeseados y mantener la inocuidad del área de atención al cliente.

✓ **Control de plagas**

Cuando se realizan actividades de cocina en un área en específico es muy común la existencia de plagas que afectan a la inocuidad de los alimentos o a la imagen del negocio, debido a esto el emprendimiento dispondrá de un sistema preventivo de control de plagas, el cual consistirá en una limpieza constante del área de preparación de alimentos, mallas metálicas en ventanas por donde es posible el ingreso de insectos, sellar orificios o grietas que se presenten en las paredes del establecimiento y cubrir con tapa los recipientes donde se almacenan los desperdicios.

✓ **Control de grasas y sustancias de limpieza**

Existen muchos desperdicios que se originan de la preparación de alimentos, entre uno de estos se encuentra el desperdicio de aceites o grasas, los cuales, al acumularse en gran medida, en el largo plazo pueden obstruir tuberías o causar problemas de salubridad, por esto el restobar Búfalo implementará el uso de trampas de grasa que impida el paso de estas a las tuberías, en las cuales también se almacenarán las sustancias que surjan de la limpieza de los cubiertos o platos.

✓ **Control de humo**

Entre una de las especialidades que se ponen a disposición de los clientes es la preparación de platillos grill, en donde las preparaciones de estos generan cierta cantidad de humo por el proceso de cocción, por esto en el área de cocina se implementarán sistemas de ventilación y extracción de humo, los cuales aportarán a eliminar este elemento pesado del aire y ayudará a que la estancia de los clientes sea mucho más agradable.

4.5 FACITIBILIDAD SOCIAL

La evaluación social de un proyecto consiste en identificar, medir y valorar los costos y beneficios sociales que su ejecución provoca. Esta contribuye al bienestar de la sociedad en su conjunto, por lo que interesa incluir los beneficios y costos que un proyecto específico tiene para la sociedad. (García, et al., 2018, p. 58)

Desde el punto de vista social el restobar Búfalo posee un impacto positivo en la comunidad en donde se va a establecer, debido a que ningún otro local ofrece los servicios que este emprendimiento pone a disposición del cliente, además de esto, es factible socialmente, ya que aporta al desarrollo de empleos, lo cual se alinea con uno de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y fomenta el turismo en la zona, ya que la parroquia Febres Cordero atrae a muchos turistas por sus afluentes.



Ilustración 40. Factibilidad social

CONCLUSIÓN

El presente proyecto de emprendimiento denominado estudio de factibilidad para la implementación de un restobar en el Recinto Pueblo Nuevo, se desarrolló bajo la estructura de modelo de negocio CANVA, la misma que aporta a la definición de un conjunto de factibilidades, las que ayudan a identificar factores que influyen de diversas maneras en la definición de aceptación y viabilidad del proyecto.

Desde el punto de vista de la factibilidad técnica todos los insumos y materiales que se requieren para la elaboración de los platos a la carta, se encuentran de forma rápida y a costos adecuados en el mercado, desde el punto de vista operativo se presenta un aspecto positivo, ya que todos los procesos definidos en el proyecto se realizan de forma secuencial y clara, en cuanto a la viabilidad ambiental destaca la implementación de objetivos de desarrollo sostenible, por lo que se determina que este punto es favorable para el desarrollo del restobar y para finalizar, se expresa que la factibilidad financiera posee una proyección de \$63,121.67 en Valor Actual Neto, por otra parte, la Tasa Interna de Retorno se proyecta a 5 años con un 38.64% y la Relación Costo-Beneficio se determina que por cada dólar invertido se posee 3.63 dólares de ganancia.

RECOMENDACIONES

- ✓ Tomando en consideración los factores positivos que posee el restobar en el presente proyecto, se recomienda poner en marcha el modelo de negocio mediante diversas gestiones de inversión.
- ✓ A partir de la información nutricional proporcionada de la carne de búfalo en el presente proyecto de emprendimiento, se recomienda implementar más platillos a partir de esta materia prima.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, E., & Caicedo, E. (2019). *Factibilidad financiera de un proyecto de construcción en C&M Urbanizadora S.A.S.* Bogotá: Repositorio de la Universidad Externado de Colombia .
- Aguilar, A. (29 de 09 de 2021). *Gastro La Web*. Obtenido de <https://www.gastrolabweb.com/tips/2021/9/29/que-es-el-grill-en-la-cocina-esto-es-lo-que-ienes-que-saber-15633.html>
- Aguirre, M. (04 de 05 de 2021). *Appvizer*. Obtenido de <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/software-crm/relacion-cliente>
- Almaguer, Y. (2007). El búfalo, una opción de la ganadería. *REDVET*, 1-23.
- Avilez, L. (2020). *EcuRed*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Bebidas_no_Alcoh%C3%B3licas
- Botero, M. (25 de 11 de 2020). *Gerencie*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/la-estructura-de-costos-de-un-negocio.html>
- Colcha, D., & Contreras, E. (2019). *Análisis de la Influencia de la Propuesta de Valor en las Empresas: Caso aplicarse en las microempresas del Cantón Milagro*. Milagro: Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro.
- Delgado. (20 de 08 de 2019). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/eslogan/>
- Delgado, J. (14 de Octubre de 2013). *Wiki Culturalia*. Obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/10/definicion-de-restaurante.html>
- Diario Siglo XXI. (11 de 05 de 2015). Restaurantes rústicos: soluciones inspiradas en la tradición y la naturaleza. *El Corte Inglés División Empresas lanza consejos para los propietarios que buscan un ambiente natural*, pág. 1. Obtenido de <https://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/279840/restaurantes-rusticos-soluciones-inspiradas-tradicion-naturaleza>
- Espinoza, A. (28 de 06 de 2016). *Barra de ideas*. Obtenido de <https://barradeideas.com/la-personalidad-de-un-restaurante-define-el-perfil-de-su->

- Perez, J. (21 de 02 de 2021). *Concepto-Definicion*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/menu/>
- Quiroa, M. (23 de 02 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Raeburn, A. (01 de 07 de 2021). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Rivera , L. (2019). Reclutamiento y selección del personal empresarial. *Fipcaec Enfoques*, 1. doi:10.23857/fipcaec.v4i12.65
- Sánchez, C. (16 de 10 de 2020). *Sage*. Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/que-son-los-socios-claves-en-el-modelo-canvas-y-por-que-te-interesa-saberlo/#:~:text=Los%20socios%20clave%20dentro%20del,socios%20claves%20para%20una%20empresa>.
- Sierra, et al., C. (2015). Canales de distribución: características principales de los distribuidores mayoristas de materiales de construcción de extracción minera en Barranquilla - Colombia. *Revista Telos*, 512-529.
- Tettay, J. (16 de 02 de 2021). *Revista La Barra*. Obtenido de <https://www.revistalabarra.com/cinco-mitos-sobre-la-carne-de-bufalo/#:~:text=La%20carne%20de%20b%C3%BAfalo%20es%20una%20de%20las%20carnes%20rojas,un%2055%20%25%20menos%20de%20calor%C3%ADas>
- Villarroel, R. (20 de 01 de 2017). *Ingeniería de software UT Machala*. Obtenido de <https://ingenieriadesoftwareutmachala.wordpress.com/2017/01/20/factibilidad-operativa/>
- Vindas, M. (26 de 06 de 2017). *Universidad de Costa Rica*. Obtenido de <https://vinv.ucr.ac.cr/es/noticias/carne-de-bufalo-es-mas-suave-jugosa-y-saludable-que-la-de-res>

ANEXOS

Preguntas de la encuesta

1. ¿Con que frecuencia usted acude a restaurantes?

Semanal

Quincenal

Mensual

2. ¿Qué elementos tomaría en cuenta para asistir a un restaurante?

Ubicación

Ambiente

Precios

Calidad

3. ¿Considera usted que la atención al cliente es importante en un restaurante?

Si

No

4. ¿Cuál es el rango de precios que usted pagaría por bebidas con y sin alcohol?

\$3-\$6

\$7-\$10

\$11-\$15

5. ¿Estaría dispuesto a degustar platos hechos a partir de la carne de búfalo?

Si

No

Tal vez

6. ¿Conoce en su sector un restobar que brinde platos y bebidas variados?

Si

No

7. ¿Le gustaría tener en su sector un restobar que le brinde un ambiente acogedor y un menú variado?

Si

No

8. ¿En qué periodo de tiempo le gustaría asistir a un restobar?

Mañana

Tarde

Noche

9. Generalmente, ¿con quién usted compartiría la experiencia de asistir a un restobar?

Familiares

Novia/o

Amigos

10. ¿En cuál red social le gustaría tener interacción con los productos y servicios del restobar?

Tiktok

WhatsApp

Facebook

Otro

COMPILATIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

GOMEZ OCHOA RICARDO ANDRES

7%
Similitudes



< 1% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: GOMEZ OCHOA RICARDO ANDRES.docx
Tamaño del documento original: 21.51 Mo
Autor: Ricardo Gómez

Depositante: Ricardo Gómez
Fecha de depósito: 19/8/2022
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 19/8/2022

Número de palabras: 12.823
Número de caracteres: 84.414

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.diariosigloxxi.com Restaurantes rústicos: soluciones inspiradas en la tradició... https://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrador/279840/restaurantes-rusticos-soluciones-inspirad...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (99 palabras)
2	edukavital.blogspot.com Significado de Restaurante (Definición, Qué es, Concepto) ... https://edukavital.blogspot.com/2013/10/definicion-de-restaurante.html 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (96 palabras)
3	www.gastrolabweb.com ¿Qué es el grill en la cocina? Esto es lo que tienes que sab... https://www.gastrolabweb.com/tips/2021/9/29/que-es-el-grill-en-la-cocina-esto-es-lo-que-tenes-que-sa...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (96 palabras)
4	barraideas.com El ambiente de un restaurante define el perfil de su cliente Bar... https://barraideas.com/la-personalidad-de-un-restaurante-define-el-perfil-de-su-cliente/#:~:text=De...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (93 palabras)
5	conceptdefinicion.de ¿Qué es Menú? » Su Definición y Significado [2022] https://conceptdefinicion.de/menu/ 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (83 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.uta.edu.ec https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8248/1/196_o.e..pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (38 palabras)
2	dspace.esPOCH.edu.ec http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/15512/3/27700462.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (37 palabras)
3	Documento de otro usuario Entrega Presentación "FODA"(3284370)_Análisi... #c417aa El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (20 palabras)
4	Documento de otro usuario #166a48 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (15 palabras)
5	repositorio.utmachala.edu.ec http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/5502/6/TTUAIC_2015_JC_CD0004.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/software-crm/relacion-cliente>
- <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>