



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ENERO – JUNIO 2018

EMPENDIMIENTO

PROYECTO DE EMPENDIMIENTO

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

Bora Bora Restobar

EGRESADO:

Galo Vinicio Carrillo Gaibor

TUTOR:

Ing. Com. Luis Alberto Lozano Chaguay, MAE

AÑO 2018

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. Descripción de la idea de negocio.....	8
1.2. Fundamentación teórica de la idea de negocio.....	8
1.3. Estudio de mercado.....	10
CAPÍTULO II: DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO	23
2.1. Descripción del emprendimiento	23
2.2. Fundamentación gerencial del emprendimiento	41
Organigrama de “BORA BORA” Restobar	43
CAPÍTULO III: MODELO DE NEGOCIO	52
3.1. Segmento de mercado.....	54
3.2. Productos como propuesta de valor.....	54
3.3. Canales de comercialización.....	55
3.4. Relaciones con los clientes	55
3.5. Fuentes de ingreso.....	55
3.6. Activos para el funcionamiento	56
3.7. Actividades del negocio.....	66
3.8. Red de socios	67
3.9. Estructura de costos.....	67

CAPÍTULO IV: ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO.....	69
4.1. Factibilidad técnica	69
4.2. Factibilidad financiera	70
4.3. Factibilidad operativa	92
4.4. Factibilidad ambiental	94
4.5. Factibilidad social	96
CONCLUSIONES.....	97
RECOMENDACIONES.....	97
Bibliografía	98
ANEXOS	100

Índice de tablas

Tabla 1	Pregunta 1: ¿Visita usted restaurantes?	12.
Tabla 2	Pregunta 2: ¿Visita usted bares?	13.
Tabla 3	Pregunta 3: ¿Por lo general como te enteras de nuevos restaurantes/Bares?	14.
Tabla 4	Pregunta 4: ¿Cuántas veces a la semana asistes a un restaurante/Bar?	15.
Tabla 5	Pregunta 5: ¿Acostumbra a comer cuando visita un Bar?	16.
Tabla 6	Pregunta 6: ¿Cuáles son las razones por las que visitas un restaurante/Bar?	17.
Tabla 7	Pregunta 7: ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo un negocio que le brinde el servicio de restaurante y bar (Restobar), incorporando las razones antes mencionadas?	18.
Tabla 8	Pregunta 8: ¿Le gustaría disfrutar de música en vivo en el Restobar?	19.
Tabla 9	Pregunta 9: ¿Le agradaría que se oferte cerveza artesanal alemana en el Restobar?	20.
Tabla 10	Pregunta 10: ¿Está usted de acuerdo en que el Restobar implemente un Sitio Web para dar a conocer sus productos, servicios y promociones?	21.
Tabla 11	Análisis de la competencia directa del emprendimiento.	22.
Tabla 12	Producto: Brochetas de carne.	28.
Tabla 13	Producto: Milanesa de carne.	29.
Tabla 14	Producto: Lomo de cerdo.	30.
Tabla 15	Producto: Entremés causa rellena.	31.
Tabla 16	Producto: Entremés Muslitos de pollo rellenos.	32.
Tabla 17	Producto: Entremés tortilla de campo.	33.
Tabla 18	Producto: Entremés empanadas de carne.	34.
Tabla 19	Producto: Entremés camarones al ajillo.	35.
Tabla 20	Producto: Cóctel mojito.	36.

Tabla 21	Producto: Cóctel calypso.	37.
Tabla 22	Producto: Cóctel Submarino amarillo.	38.
Tabla 23	Producto: Cóctel Submarino amarillo.	39.
Tabla 24	Producto: Cóctel Submarino amarillo.	40.
Tabla 25	Funciones del gerente.	44.
Tabla 26	Funciones del jefe de pisos.	45.
Tabla 27	Funciones del chef.	46.
Tabla 28	Funciones del ayudante de cocina.	47.
Tabla 29	Funciones del mesero.	48.
Tabla 30	Funciones del barman.	49.
Tabla 31	Funciones del coctelero.	50.
Tabla 32	Mobiliario y equipo de cocina.	56.
Tabla 33	Mobiliario y equipo de bar.	61.
Tabla 34	Mobiliario y equipo de área de servicio.	64.
Tabla 35	Mobiliario y equipo de oficina.	65.
Tabla 36	Equipo de climatización.	66.
Tabla 37	Terreno y edificación.	66.
Tabla 38	Capital de trabajo.	69.
Tabla 39	Inversión inicial del emprendimiento.	70.
Tabla 40	Remuneraciones.	74.
Tabla 41	Beneficios sociales.	75.
Tabla 42	Amortización de la deuda.	75.
Tabla 43	Depreciación.	78.
Tabla 44	Costo de producción mensual.	83.
Tabla 45	Costo de producción anual.	83.
Tabla 46	Costo de producción anual en dólares.	84.

Tabla 47 Ventas mensuales de unidades.....	85.
Tabla 48 Ventas anuales de unidades.	85.
Tabla 49 Ventas anuales en dólares.....	86.
Tabla 50 Suministros de papelería y oficina.	87.
Tabla 51 Suministros anual de aseo y limpieza.....	88.
Tabla 52 Total gastos administrativos y ventas.....	88.
Tabla 53 Flujo de caja.....	89.
Tabla 54 Valor actual neto y Tasa interna de retorno.	90.
Tabla 55 Periodo de recuperación de la inversión.....	91.

Índice de figuras

Figura 1 Pregunta 1: ¿Visita usted restaurantes?.....	12.
Figura 2 Pregunta 2: ¿Visita usted bares?.....	13.
Figura 3 Pregunta 3: ¿Por lo general como te enteras de nuevos restaurantes/Bares?.....	14.
Figura 4 Pregunta 4: ¿Cuántas veces a la semana asistes a un restaurante/Bar?.....	15.
Figura 5 Pregunta 5: ¿Acostumbra a comer cuando visita un Bar?.....	16.
Figura 6 Pregunta 6: ¿Cuáles son las razones por las que visitas un restaurante/Bar?.....	17.
Figura 7 Pregunta 7: ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo un negocio que le brinde el servicio de restaurante y bar (Restobar), incorporando las razones antes mencionadas?	18.
Figura 8 Pregunta 8: ¿Le gustaría disfrutar de música en vivo en el Restobar?.....	19.

Figura 9 Pregunta 9: ¿Le agradaría que se oferte cerveza artesanal alemana en el Restobar?...20.	20.
Figura 10 Pregunta 10: ¿Está usted de acuerdo en que el Restobar implemente un Sitio Web para dar a conocer sus productos, servicios y promociones?.....21.	21.
Figura 11 Localización del emprendimiento.24.	24.
Figura 12 Diseño arquitectónico de la planta baja “BORA BORA” Restobar.....25.	25.
Figura 13 Diseño arquitectónico de la planta alta “BORA BORA” Restobar.....26.	26.
Figura 14 Diseño arquitectónico área de patio “BORA BORA” Restobar.....27.	27.
Figura 15 Valores empresariales de “BORA BORA” Restobar.....42.	42.
Figura 16 Estructura orgánica - funcional de “BORA BORA” Restobar...43.	43.
Figura 17 Modelo de negocio Canvas de “BORA BORA” Restobar.53.	53.
Figura 18 Proceso de producción de “BORA BORA” Restobar..... 92.	92.
Figura 19 Proceso de servicio “BORA BORA” Restobar.93.	93.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día vivimos en un mundo que está compuesto de un dinamismo social, tecnológico, empresarial y económico, donde la forma de satisfacer las necesidades debe ajustarse a los gustos y preferencias de una sociedad cada vez más exigente. Lo antes mencionado se convierte en el reto o desafío que toda organización debe asumir al momento de atender las necesidades mediante una oferta de bienes o servicios.

El emprendimiento resulta ser un término muy de moda en estos días, considerándolo como la capacidad de dar respuesta a la demanda insatisfecha de ciertos sectores de la sociedad, y que brinda la oportunidad para que individuos o grupos de individuos generen alternativas de solución en el corto plazo.

Este emprendimiento es justamente la respuesta a un sector social del cantón Babahoyo que se encuentra insatisfecho con la oferta de restaurantes y bares, promoviendo de esta manera La integración de estos dos servicios y añadiéndole componentes estratégicos como ambientación y exclusividad de sus productos y servicios.

CAPÍTULO I: IDEA DE NEGOCIOS.

En vez de creer en la generación espontánea de ideas geniales, las cuales aparecen instantáneamente en la mente de sus inventores, más vale tener claro que una idea que conduce a la creación de una empresa debe conceptualizarse, es decir, desarrollarse: surge como una vaga noción que debe intelectualizarse para convertirse en un objeto más preciso, sin que deje de ser suficientemente sencilla para poderse comunicar con rapidez y para que los participantes empresariales o grupos de interés la comprendan con facilidad. (Filion, 2011, pág. 25)

1.1. Descripción de la idea de negocio.

La idea de negocio está orientada a la implementación de un *Restobar* denominado “Bora Bora”, que ofrecerá comidas y bebidas diferentes a las que se ofrecen en la actualidad dentro del mercado gastronómico de la ciudad de Babahoyo.

El negocio está enfocado en ofrecer al público una diversa variedad de platos a la carta y una amplia gama de bebidas tanto frías como calientes siendo los pioneros en nuestra ciudad en ofrecer cerveza artesanal de barril, también cubriremos un servicio completo de cafetería y para complementar el ambiente tendremos música en vivo de artistas locales, siendo nuestra prioridad la satisfacción del cliente.

Todo esto se desarrollara en un acogedor local rustico-moderno que dispondrá de 3 ambientes en el cual uno será la parte interior de la planta baja y el segundo en la parte alta del local, que básicamente dará acceso a un ambiente de terraza o al aire libre. Bora Bora *Restobar* tendrá acceso a un negocio adyacente que se encuentra ya en funcionamiento y tiene total aceptación de nuestra ciudadanía, el mismo brinda servicios de Bar Discoteca llamado Sport Rock Café, del cual soy propietario y administrador, logrando así un complemento ideal. El servicio va dirigido a la sociedad de clase media alta local, provincial y nacional.

El posicionamiento y aceptación se lograra dando un servicio de primera calidad tanto en el servicio que se va a ofrecer como en la infraestructura del local que será algo novedoso y de primera calidad.

1.2. Fundamentación teórica de la idea de negocio.

El primer restaurante se fundó entonces en 1765, cuyo propietario fue Boulanger, se lo consideró como el primer sitio de comida de esa ciudad, en donde solamente se admitía a gente

que fuese exclusivamente a comer. Su éxito fue inmediato, numerosos restaurantes fueron abiertos y éstos eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos, después de la Revolución Francesa en 1789, ya que la aristocracia arruinada no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a este nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número (Morfin Herrera, 2004, pág. 9)

En otros países, el restaurante, tal como lo conocemos hoy, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos, con este nombre comenzaron a competir con los hoteles, ofreciendo abundantes comidas, elegantemente servidas y a precios razonables. En Londres el primer restaurante abrió en 1873 (Aduriz, 2005, pág. 962)

El bar es un establecimiento de venta y consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas acompañadas de botanas, se distingue por su barra donde el barman prepara las bebidas, generalmente los clientes consumen más bebidas que alimentos y pueden sentarse dentro del bar o en la terraza si es que tiene, el lugar cuenta con música y ambiente (Segura, 2016, pág. 18)

El Ecuador recientemente fue catalogado como uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial, lo que conlleva a que se establezca una infraestructura turística capaz de brindar las mejores oportunidades de distracción y convivencia, tanto para el cliente interno como los clientes extranjeros. Básicamente es aquí donde radica la oportunidad de este emprendimiento y que a la falta de un lugar exclusivo de esparcimiento en la ciudad de Babahoyo, que brinde varios servicios integrados como el de restaurante y bar, se busca ser parte de la estructura turística del País.

Resto-bar

Hoy en día las personas buscan un mayor valor agregado dentro del sector gastronómico, que les permita disfrutar de una serie de servicios complementarios y estar satisfechos. Esta demanda social impulsa al desarrollo de nuevas alternativas dentro de este sector, considerando al *Restobar* como la mejor alternativa para emprender y cubrir dichas necesidades. “El Restaurante-Bar, en donde se mezcla el buen comer con la exquisitez de una bebida alcohólica en un ambiente agradable, amenizado con música de fondo o con grupos en vivo, dependiendo del estilo del mismo” (Ahumada & Rambal, 2016, pág. 21)

1.3. Estudio de mercado

Para este estudio de mercado se aplicó una metodología descriptiva, realizando una encuesta donde se plasmaron varias preguntas a : estudiantes universitarios, profesionales del sector público y privado, y personas adultas.

Dado que la proyección de este emprendimiento es de cobertura local, provincial y nacional, se utilizó para efectos de calcular la muestra la totalidad de la población del cantón Babahoyo (156.777 habitantes) , que es el contexto inicial donde se desarrollaran las actividades de marketing integral.

Para este efecto se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{\frac{E^2}{N-1} + PQ}$$

Dónde:

n= Muestra (?)

PQ = Varianza de la población (0,25)

E= Margen de error (0,05)

K= Constante de corrección de error (2)

N= Población (156.777)

Calculo de la muestra

$$n = \frac{PQ \cdot N}{N-1 \frac{E^2}{K^2} + PQ} = \frac{(0,25 \cdot 156.777)}{(156.777-1) \frac{(0,05)^2}{(2)^2} + 0,25}$$

398 habitantes

Una vez aplicado el respectivo instrumento a la muestra representativa, se recogieron sus opiniones y comentarios, y se llegó a obtener los siguientes resultados:

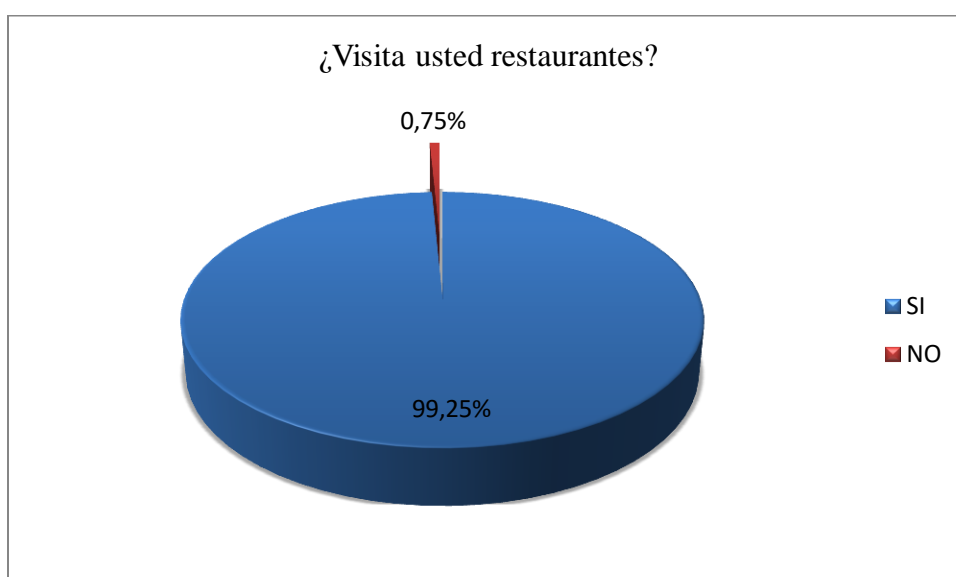
1. ¿Visita usted restaurantes ?

Tabla 1

Pregunta 1: ¿Visita usted restaurantes?

Detalle	Frecuencia	%
SI	395	99,25%
NO	3	0,75%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

**Figura 1.** Pregunta 1: ¿Visita usted restaurantes?**Análisis**

El 99,25% de los informantes manifestaron que si visitan restaurantes, lo que se convierte potencialmente en la oportunidad de atender este tipo de demanda. Un 0,75% no visita este tipo de establecimientos.

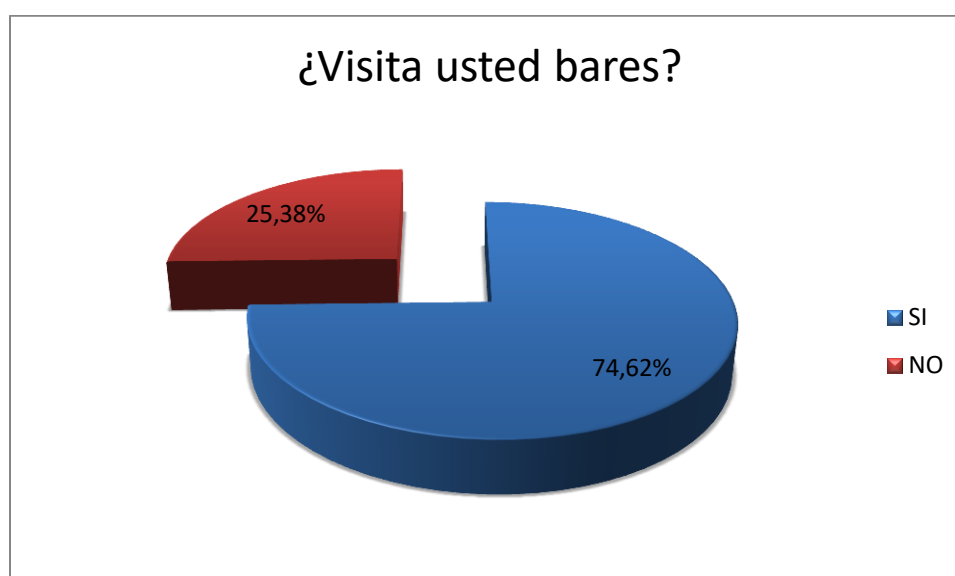
2. ¿Visita usted bares?

Tabla 2

Pregunta 2: ¿Visita usted bares?

Detalle	Frecuencia	%
SI	297	74,62%
NO	101	25,38%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

*Figura 2.* Pregunta 2: ¿Visita usted bares?**Análisis**

El 74,62% de los informantes si frecuentan bares, lo que se convierte potencialmente en la oportunidad de atender este tipo de demanda. Un 25,38% no visita este tipo de establecimientos.

3. ¿Por lo general como te enteras de nuevos restaurantes/Bares?

Tabla 3

Pregunta 3: ¿Por lo general como te enteras de nuevos restaurantes/Bares?

Detalle	Frecuencia	%
Periódicos	0	0,00%
Redes Sociales	180	45,23%
Recomendación	218	54,77%
Otro(especifique)	0	0,00%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

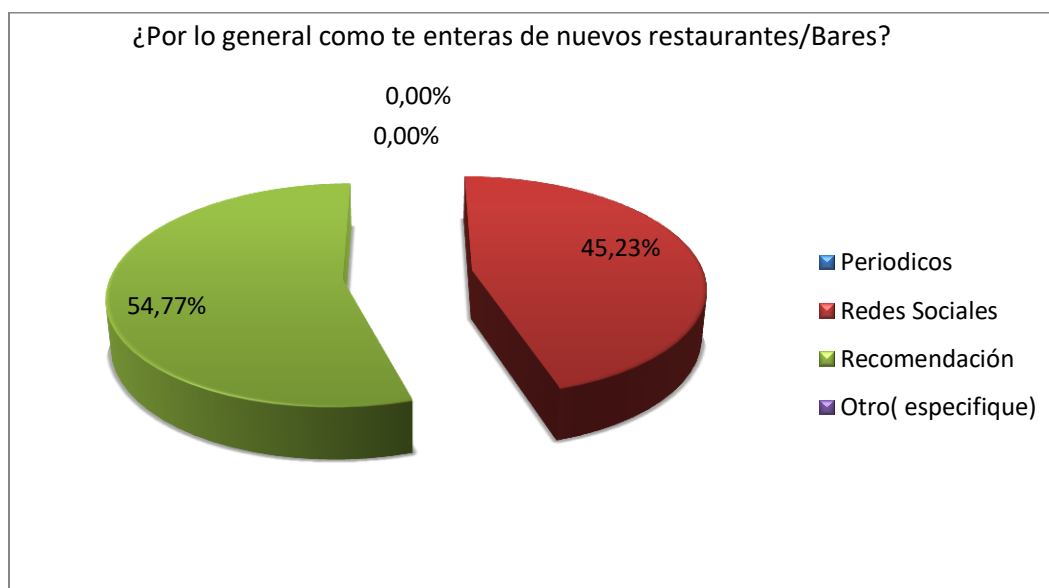


Figura 3. Pregunta 3: ¿Por lo general como te enteras de nuevos restaurantes/Bares?

Análisis

El 54,77% de los informantes manifiestan que se enteran de restaurantes o bares nuevos por referidos o recomendación de terceras personas. El 45,23% conocen de estos nuevos establecimientos por redes sociales.

4. ¿Cuántas veces a la semana asistes a un restaurante/Bar?

Tabla 4

Pregunta 4: ¿Cuántas veces a la semana asistes a un restaurante/Bar?

Detalle	Frecuencia	%
Una vez por semana	17	4,27%
Dos veces a la semana	144	36,18%
Tres veces a la semana	185	46,48%
Más de tres veces a la semana	52	13,07%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

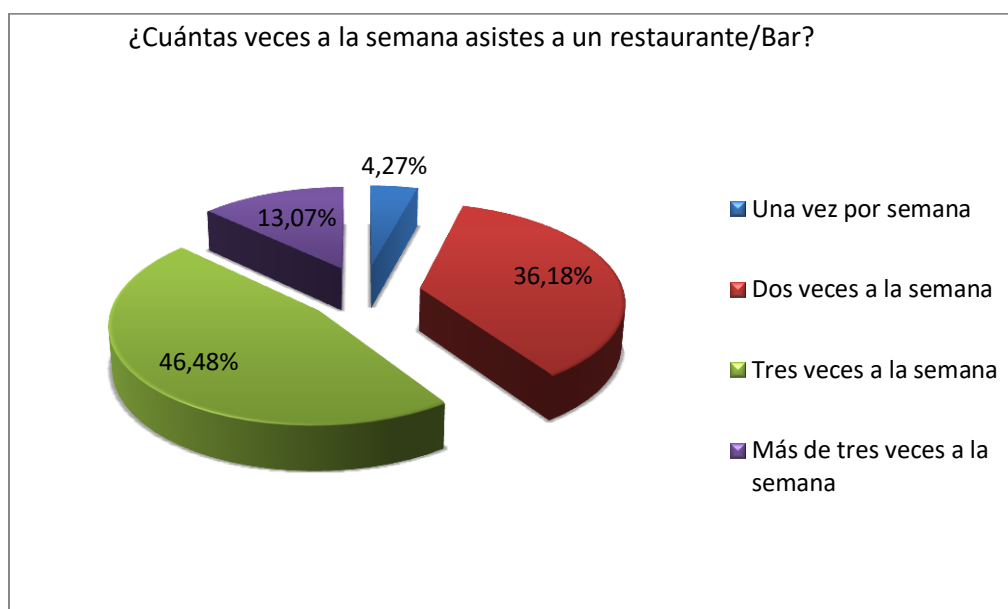


Figura 4. Pregunta 4: ¿Cuántas veces a la semana asistes a un restaurante/Bar?

Análisis

El 46,48% de los informantes manifiestan asistir a restaurantes y/o bares al menos tres veces a la semana. Mientras que el 36,18% lo hace dos veces por semana; existe un 13,07% que visita estos establecimientos por más de tres ocasiones a la semana y tan solo un 4,27% lo hace una vez por semana.

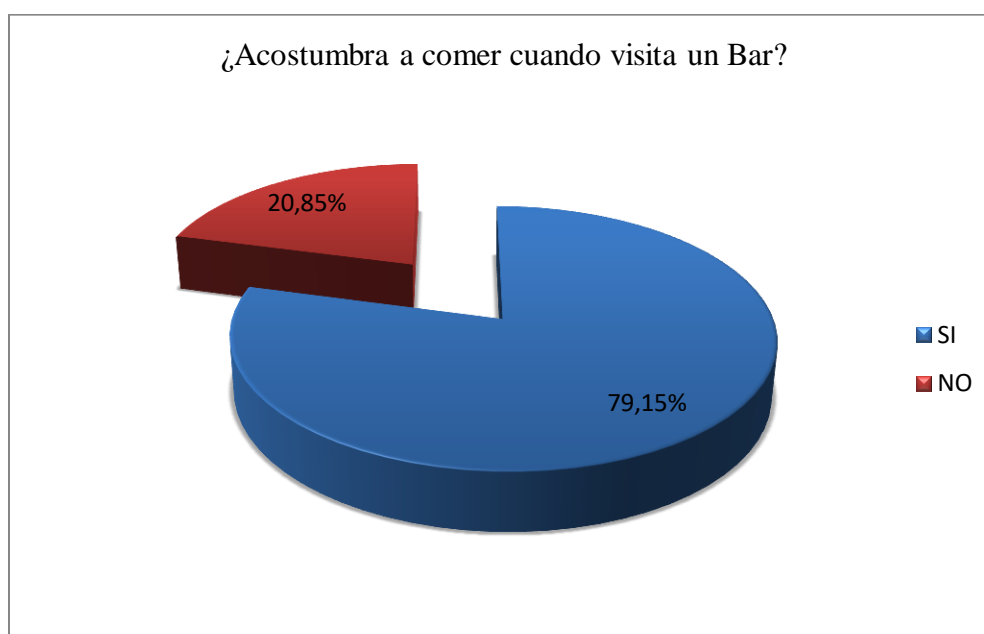
5. ¿Acostumbra a comer cuando visita un Bar?

Tabla 5

Pregunta 5: ¿Acostumbra a comer cuando visita un Bar?

Detalle	Frecuencia	%
SI	315	79,15%
NO	83	20,85%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

**Figura 5.** Pregunta 5: ¿Acostumbra a comer cuando visita un Bar?**Análisis**

El 79,15% de los informantes manifiestan que si solicitan alimentos cuando visitan un bar. Mientras que el 20,85% prefiere no ingerir alimentos cuando visita estos establecimientos de bebidas.

6. ¿Cuales son las razones por las que visitas un restaurante/Bar?

Tabla 6

Pregunta 6: ¿Cuáles son las razones por las que visitas un restaurante/Bar?

Detalle	Frecuencia	%
Buen servicio	52	13,07%
Ambiente	41	10,30%
Buena comida/bebida	295	74,12%
Precio	7	1,76%
Localización	3	0,75%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

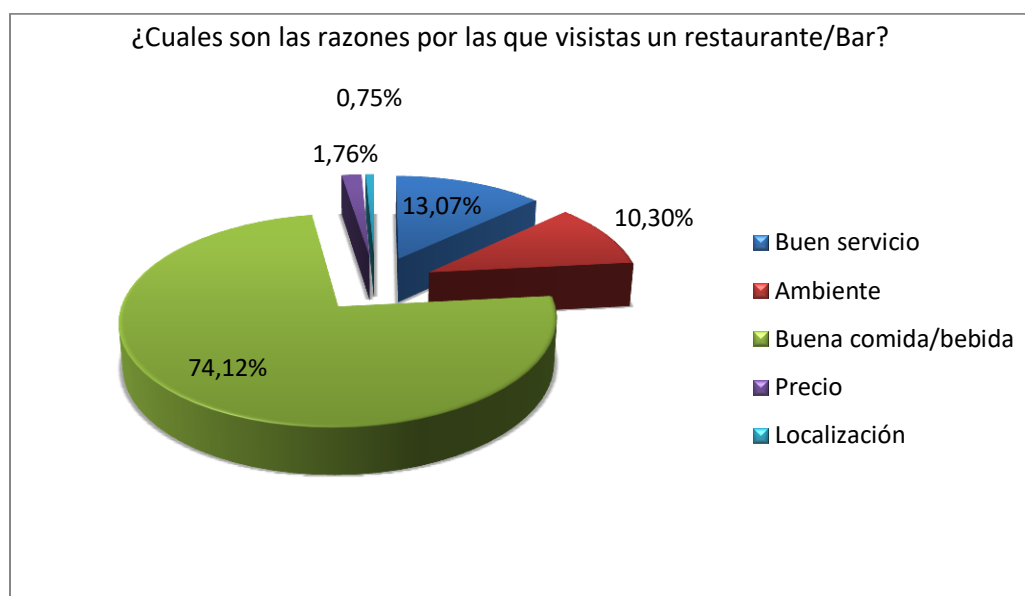


Figura 6. Pregunta 6: ¿Cuáles son las razones por las que visitas un restaurante/Bar?

Análisis

El 74,12% de los informantes manifiestan que la principal razón por la que visitan un restaurante y/o bar es por la calidad de su comida y/o bebidas. Mientras que el 13,07% lo hace por el buen servicio que reciben y un 10,30% lo hace por el ambiente agradable del establecimiento. Apenas un 2,51% toman en cuenta el precio y la localización del lugar.

7. ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo un negocio que le brinde el servicio de restaurante y bar(Restobar), incorporando las razones antes mencionadas?

Tabla7

Pregunta 7: ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo un negocio que le brinde el servicio de restaurante y bar (Restobar), incorporando las razones antes mencionadas?

Detalle	Frecuencia	%
SI	398	100,00%
NO	0	0,00%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

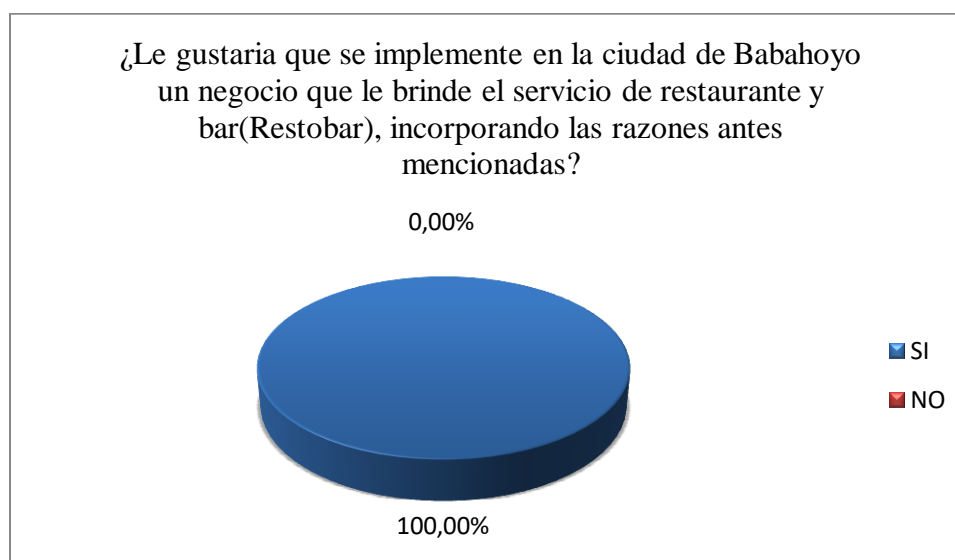


Figura 7. Pregunta 7: ¿Le gustaría que se implemente en la ciudad de Babahoyo un negocio que le brinde el servicio de restaurante y bar (Restobar), incorporando las razones antes mencionadas?

Análisis

El 100% de los informantes manifiestan su visto bueno para la implementación de un Restobar que integre buen servicio, buena comida y bebidas, ambientes adecuados y precios cómodos.

8. ¿Le gustaría disfrutar de música en vivo en el Restobar?

Tabla 8

Pregunta 8: ¿Le gustaría disfrutar de música en vivo en el Restobar?

Detalle	Frecuencia	%
SI	380	95,48%
NO	18	4,52%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

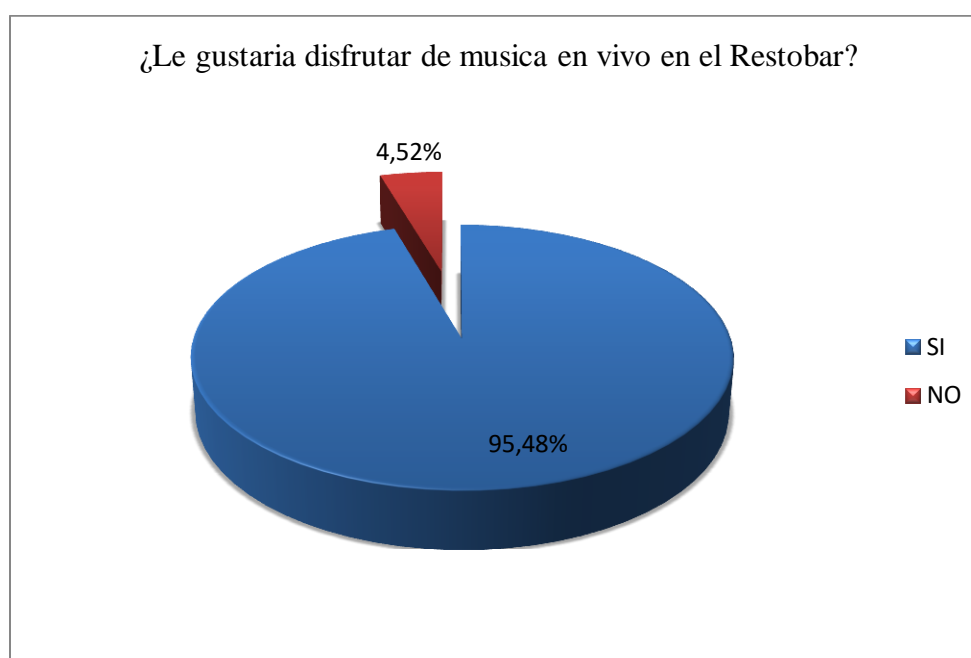


Figura 8. Pregunta 8: ¿Le gustaría disfrutar de música en vivo en el Restobar?

Análisis

El 95,48% de los informantes manifiestan que les gustaría disfrutar de música en vivo durante su estancia en el Restobar. Sin embargo apenas un 4,52% le es indiferente si existe o no música en vivo en el establecimiento.

9. ¿Le agradaría que se oferte cerveza artesanal alemana en el Restobar?

Tabla 9

Pregunta 9: ¿Le agradaría que se oferte cerveza artesanal alemana en el Restobar?

Detalle	Frecuencia	%
SI	293	73,62%
NO	105	26,38%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

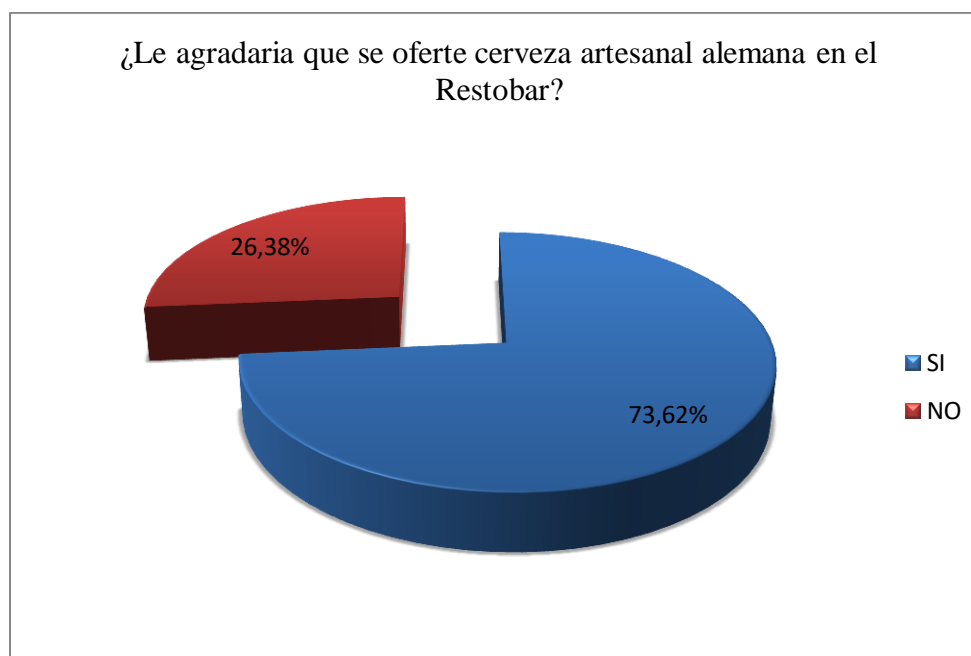


Figura 9. Pregunta 9: ¿Le agradaría que se oferte cerveza artesanal alemana en el Restobar?

Análisis

El 73,62% de los informantes manifiestan que les gustaría disfrutar de cerveza artesanal alemana durante su estancia en el Restobar. Sin embargo apenas a un 26,38% considera que el establecimiento no debe ofertar cerveza artesanal.

10. ¿Está usted de acuerdo en que el Restobar implemente un Sitio Web para dar a conocer sus productos, servicios y promociones?

Tabla 10

Pregunta 10: ¿Está usted de acuerdo en que el Restobar implemente un Sitio Web para dar a conocer sus productos, servicios y promociones?

Detalle	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	305	76,63%
Algo de acuerdo	52	13,07%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	41	10,30%
Algo en desacuerdo	0	0,00%
Muy en desacuerdo	0	0,00%
Total	398	100%

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

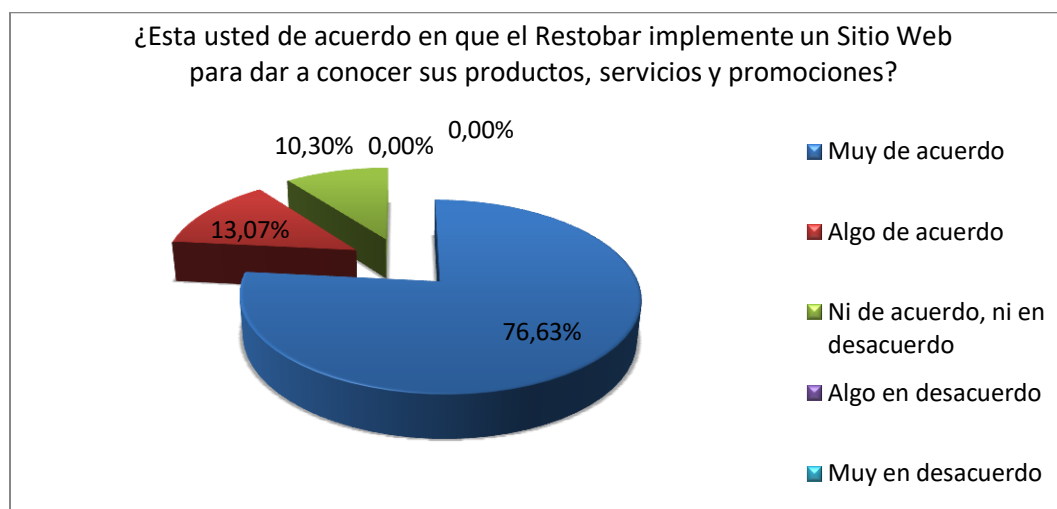


Figura 10. Pregunta 10: ¿Está usted de acuerdo en que el Restobar implemente un Sitio Web para dar a conocer sus productos, servicios y promociones?

Análisis

El 89,7% de los informantes manifiestan estar muy de acuerdo y algo de acuerdo en la implementación de un sitio web oficial del Restobar, para conocer las ofertas y novedades del

mismo. Un 10,30% de los informantes se comporta indiferente a la implementación de un sitio web.

Análisis de la competencia

Dentro del contexto competitivo en la ciudad de Babahoyo existen una serie de restaurantes que mantienen una oferta tradicional de alimentos y ambientación. De igual forma sucede con los bares que manejan paradigmas de mercadeo bastante convencionales.

Como competencia específica se han identificado dos establecimientos a saber:

Tabla 11
Análisis de la competencia directa del emprendimiento.

Establecimiento	Oferta de mercado	Dirección
Rout 66	Bebidas con alcohol y sin alcohol. Música en vivo poco frecuente.	Calle 5 de junio y calle Mejía.
La Industria	Bebidas con alcohol y sin alcohol. Cocteles. Piqueos. Raramente música en vivo	Avenida universitaria y Calle Juan Agnoletto.

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Una vez que se conoce la percepción de los informantes y las características de la competencia directa que tienen un giro de negocio orientado a la oferta del servicio de bar, el emprendimiento “BORA BORA” Restobar se fundamentara en una estructurara con un diseño organizacional estratégico, que permita afianzar el modelo de negocio más adecuado.

CAPÍTULO II: DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Descripción del emprendimiento

Nombre de la empresa

Restobar “Bora Bora”

Logotipo



Slogan

Dale gusto a tu paladar.



Con este Slogan o promesa de venta, se pone de manifiesto que bajo una clara percepción de la demanda insatisfecha de las personas, “BORA BORA” Restobar romperá paradigmas en la entrega de alimentos y bebidas al gusto de los clientes, con ambientes adecuados de esparcimiento.

Giro del emprendimiento

“BORA BORA” es un restaurante bar, que ofrece una variedad de platos a la carta de la costa y una amplia gama de bebidas tanto frías como calientes siendo los pioneros en nuestra ciudad en ofrecer cerveza artesanal de barril, para complementar el ambiente tendremos música en vivo de artistas locales, priorizando la satisfacción del cliente.

La oferta gastronómica, representa aquel servicio a la hora de dar a conocer la variedad de platos, así como la calidad del servicio que brindan los restaurantes mediante la preparación de la exquisita comida, para que los comensales puedan degustar de la misma sin embargo es importante, destacar las preferencias por parte de los clientes de esta manera crear un ambiente acogedor, mediante la atención personalizada como aquel factor que promueve la oferta gastronómica, de un determinado sector en base de las tendencias culinarias o tradiciones (López, 2017, pág. 27)

Ubicación

“BORA BORA” restobar estará ubicado en la Ciudadela El Mamey de la ciudad de Babahoyo.

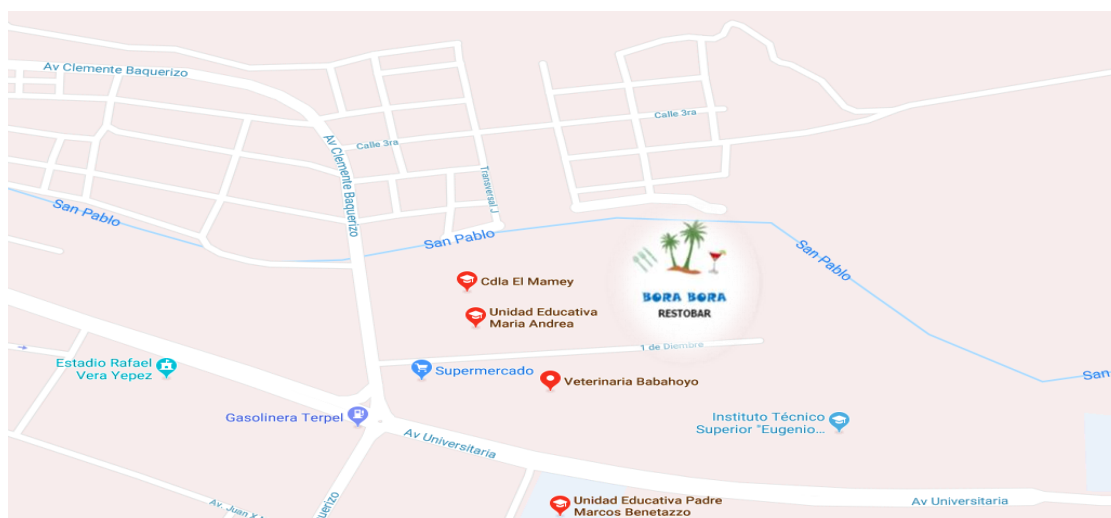


Figura 11. Localización del emprendimiento.

Instalaciones

Con el propósito de impulsar un concepto diferente, las instalaciones tendrán una combinación rustico – moderno, que al complementarlo con un adecuado mobiliario, una agradable ambientación y la animación apropiada, permitirá a los clientes a vivir una experiencia única e inigualable. Se implementará un sistema de iluminación que permita resaltar detalles arquitectónicos y elementos de decoración serán para realzarlos o darles efecto, como por ejemplo a las palmeras artificiales. La infraestructura total será de 15,17 m de largo por 7,52 de ancho, bajo la siguiente especificación de diseño técnico arquitectónico:



Figura 12. Diseño arquitectónico de la planta baja “BORA BORA” Restobar.

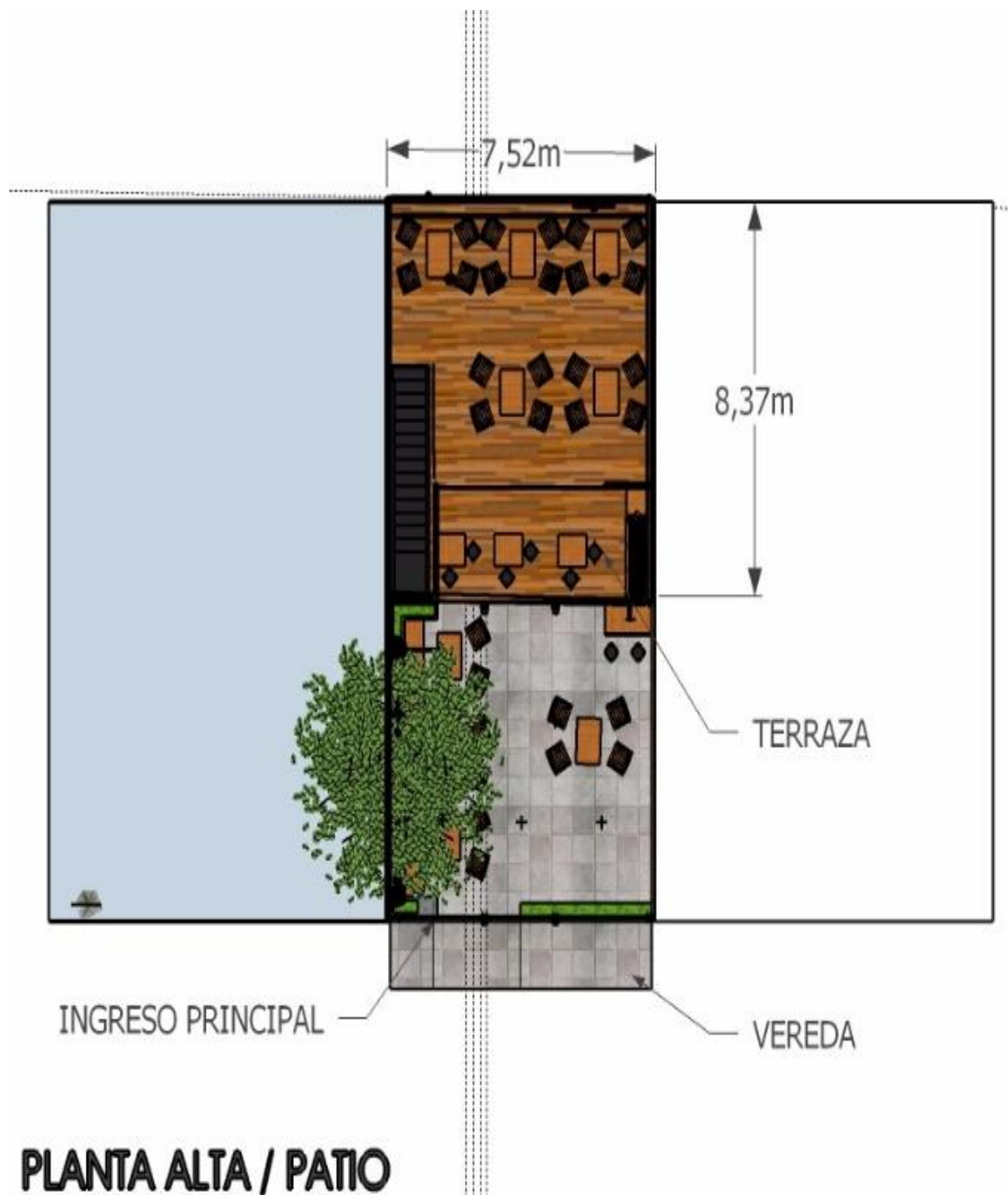


Figura 13. Diseño arquitectónico de la planta alta “BORA BORA” Restobar.




Figura 14. Diseño arquitectónico área de patio “BORA BORA” Restobar.

Productos

La comida que se oferte será típica de la costa Ecuatoriana, las bebidas tendrán una representación más latinoamericana:

Tabla 12


Producto: Brochetas de carne.

BROCHETAS		
CLASIFICACIÓN: Carne		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Lomo de res	Kg	0.800
Salchicha	Kg	0.250
Longaniza	Kg	0.120
Vinagre	L	0.100
Aceite	L	0.180
Sal	Kg	0.030
Pimienta	Kg	0.010
Orégano	Kg	0.003
Cebolla	Kg	0.200
Jitomate	Kg	0.120
Morrón rojo	Kg	0.100
Lechuga italiana	Kg	0.120
Pinchos de madera	Pieza	16
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (4 porciones)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cortar la carne, las salchichas y la longaniza en trozos de 2.5 cm aproximadamente. 2. Dejar los trozos con un adobo de vinagre, aceite, sal, pimienta y orégano por 2 horas. 3. Echar un poco de este aliño a la cebolla, tomate y morrón. 4. Poner los pinchos a la parrilla, volteando por cada lado para que se cocinen parejo. 5. Servir los anticuchos con una hoja de lechuga. 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 13


Producto: Milanesa de carne.

MILANESA		
CLASIFICACIÓN: Carne		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Bistec de ternera	Kg	0.400
Huevo	Kg	0.400
Ajo	Kg	0.005
Perejil	Kg	0.040
Limón	Kg	0.010
Pan molido	Kg	0.100
Aceite vegetal	L	0.040
Jamón de pavo ahumado	Kg	0.160
Queso provolone	Kg	0.160
Sal	Kg	0.008
Pimienta	Kg	0.004
FOTOGRAFIA		
		
METODO DE PREPARACIÓN (4 porciones)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Batir 3 huevos con el ajo molido, perejil y jugo de limón. 2. Empanizar los bisteces dos veces por ambos lados. 3. Freír los bisteces por 2 o 3 minutos y salpimentar. 4. Colocar arriba de cada uno la rebanada de jamón y la de queso, hasta que se derrita. 5. Servir con un huevo frito encima y perejil picado. 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 14

Producto: Lomo de cerdo.

LOMO DE CERDO		
CLASIFICACIÓN: Carne		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Leche	L	0.500
Limón	Kg	0.070
Lomo de cerdo	Kg	0.600
Margarina	Kg	0.030
Cebolla	Kg	0.100
Ajo	Kg	0.020
Sal	Kg	0.005
Pimienta	Kg	0.002
Lechuga italiana	Kg	0.120
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (4 porciones)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mezclar la leche y el jugo de limón en una cacerola honda. 2. Agregar el lomo, tapanlo y dejarlo reposar un día. 3. Dorarlo el lomo con mantequilla y salpimentar. 4. Freír ajo y cebolla, agregar el lomo y la mezcla de leche. 5. Hornear por dos horas. 6. Colar la grasa de la salsa y hervir el remanente para reducirlo y espesarlo. 7. Servirlo con reducción y una hoja de lechuga. 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 15

Producto: Entremés causa rellena.

CAUSA RELLENA		
CLASIFICACIÓN: Entremés		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Papa	Kg	0.750
Limón	Kg	0.010
Chile habanero	Kg	0.020
Pechuga de pollo	Kg	0.500
Cebolla	Kg	0.015
Mayonesa	Kg	0.125
Sal	Kg	0.020
Pimienta	Kg	0.002
Decoración:		
Huevo	Kg	0.120
Aceituna negra sin hueso	Kg	0.005
Perejil	Kg	0.040
Jitomate	Kg	0.050
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (4 porciones)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hervir la pechuga con cebolla y sal. 2. Poner a hervir las papas con sal y media tajada de limón. 3. Pelar y prensar las papas. 4. Cuando la papa esté fría, agregar la sal, el jugo de limón, el aceite y el habanero licuado, revolver hasta obtener una masa. 5. Mezclar el pollo deshebrado con la mayonesa. 6. Dentro de un cortador redondo extender una capa de masa, una de relleno de pollo y otra de masa, prensando un poco al hacerlo. <p>Decorar con huevo, aceitunas, jitomate y perejil picado.</p>		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 16

Producto: Entremés Muslitos de pollo rellenos.

MUSLITOS DE POLLO RELLENOS		
CLASIFICACION: Entremés		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Relleno:		
Agua	L	0.500
Pechuga pollo	Kg	0.300
Cebolla	Kg	0.150
Ajo	Kg	0.010
Jitomate	Kg	0.100
Sal	Kg	0.015
Pimienta	Kg	0.002
Perejil	Kg	0.020
Aceite	L	0.020
Masa:		
Harina de trigo	Kg	0.450
Fritura:		
Huevo	Kg	0.120
Pan molido	Kg	0.100
Aceite vegetal	L	0.500
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACION (4 porciones)		
<p>Relleno:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hervir la pechuga en los 500 ml de agua con cebolla y sal. 2. Picar y freír 100 gramos de cebolla, ajo y jitomate. 3. Agregar la pechuga deshebrada y salpimentar. <p>Masa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Añadir poco a poco el caldo colado de la pechuga a la harina, revolver hasta obtener una masa y retirar del fuego. 2. Rellenar una bolita de masa y dar forma de pera. 3. Pasar por huevo batido, pan rallado y freír. <p>Para servir adornar con perejil.</p>		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 17

Producto: Entremés tortilla de campo.

TORTILLA DE CAMPO		
CLASIFICACIÓN: Entremés		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Aceite de oliva	L	0.015
Cebolla	Kg	0.040
Tocino ahumado	Kg	0.040
Papa	Kg	0.500
Crema	L	0.060
Ajo	Kg	0.010
Huevo	Kg	0.480
Sal	Kg	0.020
Pimienta	Kg	0.004
Perejil	Kg	0.002
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (4 porciones)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Freír la cebolla y el tocino por 5 minutos. 2. Mezclar en un recipiente las papas, crema, ajo, sal y pimienta. 3. Agregar la cebolla, tocino y huevo. 4. Hornear la mezcla a 180 °C. <p>Al servir decorar con perejil.</p>		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 18


Producto: Entremés empanadas de carne.

EMPANADAS DE CARNE		
CLASIFICACIÓN: Entremés		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Harina de trigo	Kg	0.350
Margarina	Kg	0.150
Sal	Kg	0.010
Agua	Kg	0.030
Relleno:		
Carne molida de res	Kg	0.350
Aceite de oliva	Kg	0.050
Cebolla	Kg	0.100
Morrón verde	Kg	0.060
Pasas	Kg	0.050
Alcaparras	Kg	0.010
Aceitunas negras sin hueso	Kg	0.020
Huevo	Kg	0.120
Laurel	Kg	0.003
Ajo	Kg	0.020
Jitomate	Kg	0.050
Orégano	Kg	0.003
Salsa tabasco	L	0.010
Perejil	Kg	0.080
Sal	Kg	0.010
Pimienta	Kg	0.005
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (4 porciones)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mezclar la harina con la mantequilla y la sal. 2. Agregar agua poco a poco y amasar hasta formar una bola y dejar reposar una hora. 3. Freír la carne de cerdo picada, agregar los demás ingredientes y dejar al fuego por 10 minutos. 4. Estirar la masa y cortarla en ocho círculos de 10 cm. 5. Colocar el relleno en los círculos y sellar los bordes. 6. Bañar las empanadas con huevo batido y hornear a 180 °C por 30 minutos, hasta que estén doradas 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 19


Producto: Entremés camarones al ajillo.

CAMARONES AL AJILLO		
CLASIFICACIÓN: Entremés		
INGREDIENTES	UNID AD	CANTIDAD
Camarones	Kg	0.500
Margarina	Kg	0.150
Sal	Kg	0.010
Agua	Kg	0.030
Ajo	Kg	0.020
Vino blanco	Tz	0.500
Aceite de oliva	Kg	0.050
Cebolla	Kg	0.100
Limón	Kg	0.010
Perejil	Kg	0.080
Aji molido	Kg	0.050
Aceitunas negras sin hueso	Kg	0.020
Huevo	Kg	0.120
Pan	Kg	0.200
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (4 porciones)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Calentar la sartén a fuego medio y con 3 cdas. de aceite. Agregar los ajos y cocinar moviendo el mango del sartén por unos 2 mins. hasta quedar ligeramente dorados. 2. Aumentar el fuego y cocinar los camarones hasta que obtengan un color rosado por todos lados, aproximadamente 2 minutos. 3. Agregar la cebolleta picadita, después el vino, mantequilla y jugo de limón. Llevar a un hervor hasta que la salsa se reduzca a la mitad (unos 2 minutos). Una vez reducida, se agregan el perejil y el ají molido. Sazonar con sal. 4. Los camarones al ajillo se pueden servir encima de la rodaja de pan como aperitivo adornando el plato con rodajas de limón y perejil 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 20


Producto: Cóctel mojito.

MOJITO		
CLASIFICACIÓN: Cóctel		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Cerveza clara	L	0.150
Ron	L	0.045
Limón	Kg	0.010
Hierbabuena	Kg	0.005
Jarabe natural	L	0.030
Hielo	Pza	3
Popote	Pza	1
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACION (1 porción)		
<ol style="list-style-type: none"> 1.Echar al vaso las hojas de hierbabuena y el jugo del medio limón. 2.Añadir jugo natural y machacar. 3.Después agregar hielo y ron. 4.Finalmente echar la cerveza y decorar con una rodaja de limón y una ramita de hierbabuena. 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 21


Producto: Cóctel calypso.

CALYPSO		
CLASIFICACIÓN: Cóctel		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Ron	L	0.045
Hielo	Pieza	3
Jugo de naranja	L	0.100
Jarabe natural	L	0.015
Limón	Kg	0.010
Rebanada de naranja	Kg	0.015
Popote flexible	Pieza	1
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (1 porción)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Verter todos los ingredientes en la licuadora con hielo picado. 2. Batir unos segundos. 3. Colar sobre un vaso con hielo e introducir el popote. 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 22


Producto: Cóctel Submarino amarillo.

SUBMARINO AMARILLO		
CLASIFICACIÓN: Cóctel		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Tequila	L	0.030
Cerveza clara	L	0.150
Piña	Kg	0.015
Albahaca	Kg	0.005
Jarabe natural	L	0.020
Limón	L	0.020
Hielo	Pieza	3
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (1 porción)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Escarchar el vaso con limón y chile en polvo. 2. Macerar los ingredientes con excepción de la cerveza, colocarlos en un caballito y ponerlos dentro del vaso escarchado. 3. Llenar el vaso con cerveza clara. 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 23


Producto: Cóctel Submarino amarillo.

MACHU PICCHU		
CLASIFICACIÓN: Cóctel		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Granadina	L	0.008
Hielo	Pieza	3
Jugo de naranja	L	0.120
Licor de menta	L	0.008
Pisco	L	0.060
Rebanada de naranja	Kg	0.015
Cereza marrasquino	Kg	0.008
Palillo de madera	Pieza	1
Popote flexible	Pieza	1
FOTOGRAFIA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (1 porción)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Verter en el vaso el jarabe de granadina y los cubos de hielo. 2. Añadir las tres onzas del jugo de naranja. 3. Aparte, mezclar la crema de menta con el pisco y con una cucharilla de bar, agregar cuidadosamente a la preparación anterior para evitar que se mezclen. 4. Decorar el vaso con la rodaja de naranja, la cereza y el popote. 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

Tabla 24

Producto: Cóctel Submarino amarillo.

MORIR SOÑANDO		
CLASIFICACIÓN: Bebida sin alcohol		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD
Leche evaporada	L	0.060
Jugo de naranja	L	0.120
Hielo	Pieza	3
Popote	Pieza	1
FOTOGRAFÍA		
		
MÉTODO DE PREPARACIÓN (1 porción)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poner los hielos en el vaso. 2. Añadir el jugo y la leche evaporada. 3. Revolver y colocar el popote. 		

Datos obtenidos en el campo (Elaboración Propia)

2.2. Fundamentación gerencial del emprendimiento

Misión

Brindar alimentos y bebidas de excelente calidad, acompañados del mejor de los servicios, en un ambiente acogedor orientado a satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Visión

Ser el Restobar referente en el servicio de alimentos y bebidas bajo conceptos de innovación y calidad, que garanticen la sostenibilidad a largo plazo.

Valores

La filosofía de “BORA BORA” Restobar se basará en los siguientes valores:

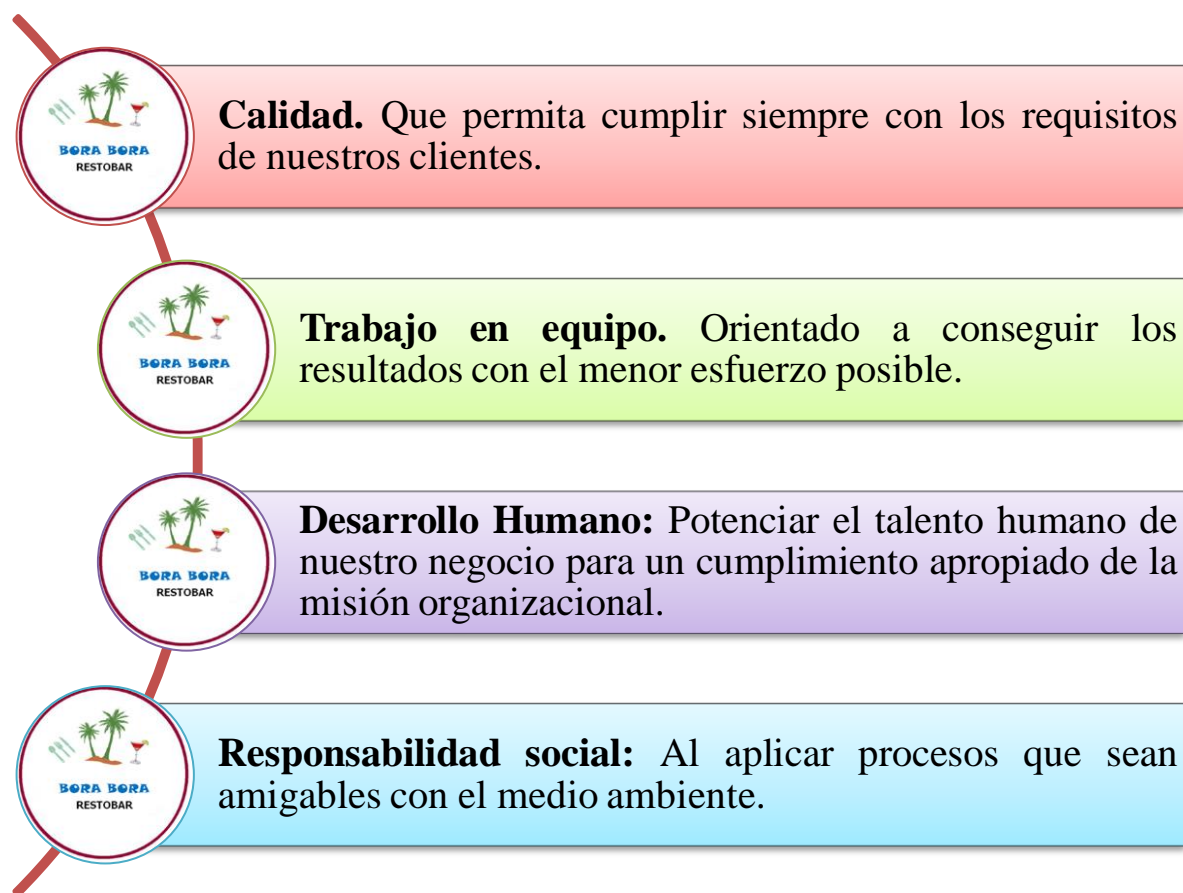


Figura 15. Valores empresariales de “BORA BORA” Restobar.

Objetivos empresariales

Objetivo general

- Gestionar de manera permanente la innovación en conceptos de servicio diferenciado de restaurante - bar, para lograr la satisfacción plena de los clientes.

Objetivos específicos

- Ofrecer confianza y calidad al atender a los clientes de manera oportuna y veraz.
- Innovar de manera constante para cumplir los requisitos de nuestros clientes.
- Fomentar el desarrollo de rutas turísticas del Ecuador.

2.3 Estructura organizacional y funcional

La estructura organizativa es un factor clave en el éxito de los negocios, ya que por medio de esta se establecen las responsabilidades y niveles de autoridad, que le permiten al talento humano dar su mejor aporte al logro de los objetivos organizacionales.

Organigrama de “BORA BORA” Restobar

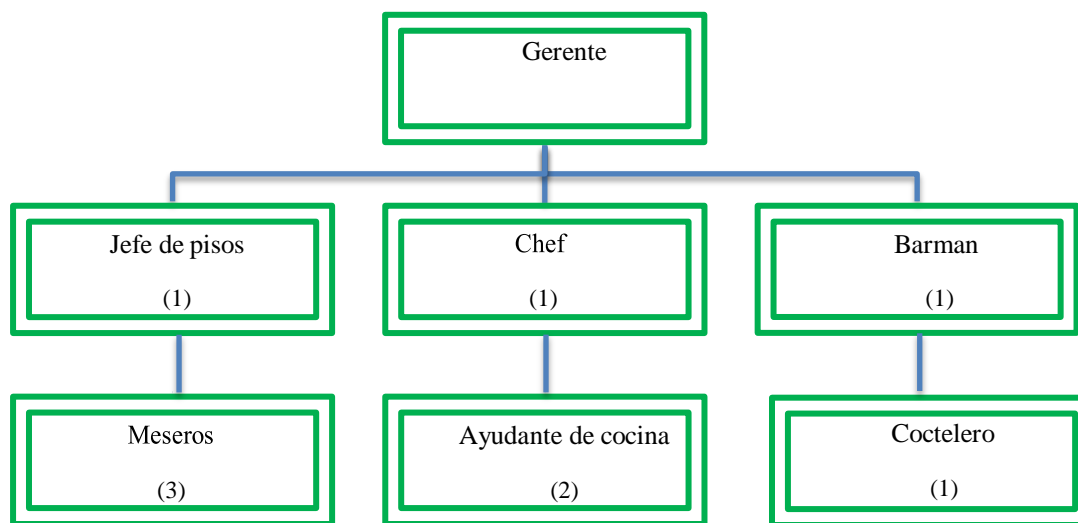


Figura 16. Estructura orgánica - funcional de “BORA BORA” Restobar.

Tabla 25
Funciones del gerente.

CARGO:	GERENTE	No. DE PUESTOS:	1
OBJETIVO DEL CARGO:	Planificar, organizar, liderar y controlar el servicio de comidas y bebidas.		
FUNCIONES	Ejecutar la gestión administrativa del negocio.		
	Atender los requerimientos del personal.		
	Tomar decisiones sobre proveedores.		
	Tomar decisiones sobre volúmenes de compras.		
	Establecer el estándar necesario para la producción de alimentos y servicio de bebidas.		
	Tomar decisiones sobre publicidad y comunicación.		
	Realizar el respectivo control financiero del negocio.		
INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN			
INTERNA		EXTERNA	
Jefe de piso		Clientes	
Chef		Proveedores	
Barman		Dependencias públicas	

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 26
Funciones del jefe de pisos.

CARGO:	JEFE DE PISOS	No. DE PUESTOS:	1
OBJETIVO DEL CARGO:	Dirigir y brindar apoyo a los meseros para brindar un buen servicio.		
FUNCIONES	Recibir el dinero del pago que realizan los clientes y emitir los comprobantes respectivos.		
	Realizar diariamente el corte de caja.		
	Asignar tareas a los meseros.		
	Asegurar que el mobiliario esté en perfectas condiciones.		
	Dar la bienvenida a los clientes, asignarles mesa y mesero.		
	Llevar el reporte de comentarios de los clientes acerca del servicio.		
	Reportar novedades al Gerente.		
INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN			
INTERNA		EXTERNA	
Gerente general		Clientes	
Meseros			

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 27
Funciones del chef.

CARGO:	CHEF	No. DE PUESTOS:	1
OBJETIVO DEL CARGO:	Producir los alimentos solicitados en base a los estándares establecidos.		
FUNCIONES	Mantener el almacén, refrigerador y congelador, limpio y organizado.		
	Mantener un correcto stock, usar el sistema PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas) e informar al gerente sobre insumos faltantes.		
	Delegar y supervisar las actividades del ayudante de cocina.		
	Elaborar los platillos de las comandas, de acuerdo a las recetas estándar.		
	Supervisar que se cumplan los lineamientos de sanidad e higiene establecidos.		
	Dejar el área de trabajo limpia y ordenada.		
INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN			
INTERNA	EXTERNA		
Gerente general			
Ayudante de cocina			
Meseros			

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 28
Funciones del ayudante de cocina.

CARGO:	AYUDANTE DE COCINA	No. DE PUESTOS:	2
OBJETIVO DEL CARGO:	Apoyar a producir los alimentos solicitados en base a los estándares establecidos.		
FUNCIONES	Mantener el área de trabajo limpia y ordenada en todo momento.		
	Acomodar los insumos y limpiar el almacén.		
	Apoyar en mise en place, preparación y elaboración de platillos al cocinero.		
	Lavar y acomodar el equipo de cocina al final del servicio.		
	Llevar las bolsas de basura de cocina al contenedor.		
	Dejar el área de trabajo limpia y ordenada.		
	Realizar limpieza profunda.		
INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN			
INTERNA	EXTERNA		
Chef			

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 29
Funciones del mesero.

CARGO:	MESERO	No. DE PUESTOS:	3
OBJETIVO DEL CARGO:	Servir los alimentos y bebidas a los clientes en el orden solicitado y cuando estos lo deseen.		
FUNCIONES	Resolver las quejas e informar al jefe de piso los problemas identificados, de manera inmediata.		
	Surtir la estación de servicio constantemente con lo que se requiera.		
	Mantener impecable el restaurante, el mobiliario, las cartas y la cubertería.		
	Realizar el correcto montaje de las mesas.		
	Recibir al cliente, dar la carta y sugerir alimentos y bebidas.		
	Tomar la orden de alimentos y bebidas, presentando un servicio amable, eficiente, con profesionalismo y buena memoria.		
	Cantar la comanda en cocina y bar para solicitar los alimentos y bebidas que ordenó el cliente.		
	Retirar los platos, vasos, cubiertos y servilletas sucias cuando el cliente termine de consumir.		
	Solicitar al jefe de piso la cuenta, presentarla al cliente para que realice su pago.		
	Despedir al cliente agradeciendo su visita.		
	Limpiar las mesas una vez que se desocupen.		
	Lavar y acomodar la loza y cubertería al final del servicio.		
		Dejar el área de trabajo limpia y ordenada.	
	Realizar limpieza profunda.		
INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN			
INTERNA		EXTERNA	
Jefe de piso		Clientes	

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 30
Funciones del barman.

CARGO:	BARMAN	No. DE PUESTOS:	1
OBJETIVO DEL CARGO:	Despachar los requerimientos de bebidas con y sin alcohol.		
FUNCIONES	Mantener la barra y el refrigerador, limpio y ordenado.		
	Mantener un correcto stock, usar el sistema PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas) e informar al gerente sobre insumos faltantes.		
	Preparar las bebidas de las comandas, de acuerdo a las recetas estándar		
	Realizar la exposición de bebidas para promocionar y atraer clientes.		
	Supervisar la venta responsable de bebidas alcohólicas.		
	Almacenar o refrigerar la materia prima que no se ocupe.		
	Lavar y acomodar el equipo de bar y la cristalería al final del servicio.		
	Dejar el área de trabajo limpia y ordenada.		
	Realizar limpieza profunda.		
INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN			
INTERNA	EXTERNA		
Gerente general	Clientes		
Meseros			

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 31
Funciones del coctelero.

CARGO:	COCTELERO	No. DE PUESTOS:	1
OBJETIVO DEL CARGO:	Despachar los requerimientos cocteles en base a estándares.		
FUNCIONES	Mantener la barra y el refrigerador, limpio y ordenado.		
	Mantener un correcto stock, usar el sistema PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas) e informar al gerente sobre insumos faltantes.		
	Preparar las bebidas de las comandas, de acuerdo a las recetas estándar		
	Realizar la exposición de bebidas para promocionar y atraer clientes.		
	Supervisar la venta responsable de bebidas alcohólicas.		
	Almacenar o refrigerar la materia prima que no se ocupe.		
	Lavar y acomodar el equipo de bar y la cristalería al final del servicio.		
	Dejar el área de trabajo limpia y ordenada.		
	Realizar limpieza profunda.		
INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN			
INTERNA	EXTERNA		
Gerente general	Clientes		
Meseros			
Barman			

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Proceso de reclutamiento y selección de personal

Una buena planeación del talento humano permitirá que el emprendimiento logre sus objetivos organizacionales de forma adecuada. “El reclutamiento de personal implica encontrar y atraer a candidatos para los puestos vacantes del empleador” (Dessler, 2015, pág. 95).

Para efectos de reclutamiento de personal se emplearan tableros de anuncios en internet y redes sociales. Una vez constituido el emprendimiento, se podrá realizar reclutamiento interno de ser necesario, ya que a nivel de emprendimiento se suelen presentan dificultades al reclutar, ya sea por sueldos poco competitivos o por expectativas de los candidatos. “Para paliar esas dificultades de reclutamiento, la selección del personal a menudo se basa en recomendaciones y en las relaciones del emprendedor, lo que representa ciertas ventajas....” (Filion, 2011, pág. 204).

El proceso de reclutamiento y selección es fundamental ya que por medio de este podemos captar candidatos idóneos para ocupar las diferentes vacantes del emprendimiento.

CAPÍTULO III: MODELO DE NEGOCIO

Ostewalder y Pigner en el libro Generación de modelos de negocio explican como con una forma sencilla y gráfica se puede diseñar un modelo de negocio y este modelo de negocio es el Modelo Canvas, también conocido con el modelo del lienzo.

La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica (Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, 2014, pág. 4)

El modelo de negocios de “BORA BORA” Restobar, está basado en la filosofía del Modelo Canvas, ya que este emprendimiento se apoya mucho en tecnologías emergentes, considerándose para el mismo la categoría de Startup. Por lo tanto se entiende que una “Startup es una gran empresa en su etapa temprana; a diferencia de una Pyme, la Startup se basa en un negocio que será escalable más rápida y fácilmente, haciendo uso de tecnologías digitales” (Entrepreneur , 2017)

MODELO DE NEGOCIO RESTOBAR "BORA BORA"

<p>ALIADOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de alimentos y bebidas con o sin alcohol: <ul style="list-style-type: none"> - Pronaca. - Supermaxi. - Maxicarnes. - Cerveceria artesanal alemana CHERUSKER. - Licorera Romanos. - Mundo Café. - Megamaxi. - Dispro. 	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño e implementación de infraestructura del negocio. • Desarrollo de sitio Web. • Marketing integral. 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tres ambientes rústicos - modernos en un solo lugar. • Música en vivo. • Comida variada. • Bebidas artesanales. 	<p>RELACIÓN CON EL CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social media • Calificación del producto. • Promociones semanales. 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universitarios. • Profesionales. • Jóvenes y adultos. 
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra del terreno • Construcción del local • Implementación y/o adecuación de Restobar • Servicios básicos • Pago de personal • Desarrollo de sitio web 		<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas de alimentos -Restaurant • Ventas de bebidas - Bar. 		

Figura 17. Modelo de negocio Canvas de "BORA BORA" Restobar.

3.1. Segmento de mercado

El segmento de clientes a los que “BORA BORA” restobar se orienta son:

Universitarios.- Por ser un segmento joven y que gusta de este tipo de espacios, se considera un mercado importante de satisfacer.

Profesionales.- La combinación de un ambiente rustico – moderno se convierte en el atractivo ideal para que profesionales puedan acceder a nuestros servicios.

Jóvenes y adultos.- Este es un segmento potencial ya que son consideradas las personas que no están en los dos segmentos anteriores.

3.2. Productos como propuesta de valor

La propuesta de valor es básicamente lo que “BORA BORA” restobar le entregara a los clientes:

Tres ambientes rústicos - modernos en un solo lugar.- Los clientes podrán disfrutar de tres ambientes, de los cuales uno será la parte interior de la planta baja y el segundo en la parte alta del local, que básicamente dará acceso a un ambiente de terraza o al aire libre.

Música en vivo.- Inicialmente cada quince días los clientes podrán disfrutar de música en vivo de artistas locales.

Comida variada.- Existirá una diversidad de platos originarios de la costa y entremés exclusivos.

Bebidas artesanales.- “BORA BORA” restobar será el pionero en ofertar cerveza artesanal alemana de barril, para lo cual se contara con proveedores certificados en este tipo de producto.

3.3. Canales de comercialización

El local o negocio.- “BORA BORA” Restobar utilizara un canal de distribución directo, ya que se necesita establecer un contacto directo con el consumidor final. La ventaja de usar este canal es que los alimentos y bebidas no aumentan en su precio algún costo relacionado a intermediarios.

Sitio Web.- “BORA BORA” Restobar utilizara un canal de distribución directo, por medio de su sitio web oficial, donde los clientes podrán conocer las novedades y productos ofertados.

3.4. Relaciones con los clientes

“BORA BORA” Restobar en su propósito de mantener relaciones duraderas con los clientes, que permita generar un adecuada fidelización, impulsara las siguientes estrategias:

Social media.- Se emplearan las redes sociales basadas en plataforma Web 2.0, tratando de llegar a muchas personas con información pertinente.

Calificación del producto.- Los clientes tendrán la oportunidad de calificar nuestro servicio y/o productos, esto les permitirá ser parte integral del desarrollo de “BORA BORA” Restobar.

Promociones semanales.- Las promociones serán una de las compensaciones atractivas que “BORA BORA” Restobar ofrecerá a sus clientes semana a semana

3.5. Fuentes de ingreso

Las principales fuentes de ingreso que tendrá “BORA BORA” Restobar son por los siguientes conceptos:

Ventas de alimentos –Restaurant.- Son los ingresos provenientes de la facturación de alimentos demandados por los clientes.

Ventas de bebidas - Bar.- Son los ingresos provenientes de la facturación de bebidas demandadas por los clientes.

3.6. Activos para el funcionamiento

Tabla 32








Mobiliario y equipo de cocina.


MOBILIARIO Y EQUIPO DE COCINA				
	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<p>Cocina</p> 	<p>Marca: Indurama. Medidas: alto 115 cm, ancho 1.25 m y fondo 69 cm. Cubierta de acero inoxidable, 6 quemadores y horno.</p>	1	\$3,500	\$3,500
<p>Campana extractora</p> 	<p>Marca: Piccolo. Medidas: 60 cm x 49.3 cm. 200w de potencia. Acero inoxidable.</p>	1	\$1,000	\$1,000
<p>Horno microondas</p> 	<p>Marca: Whirlpool. Medidas: alto 26.19 cm, ancho 45.24 cm y fondo 35.56 cm. 700w de potencia.</p>	1	\$580	\$580
<p>Mesa de trabajo</p> 	<p>Marca: Rivam. Medidas: alto 90cm, ancho 60 cm y largo 1.5 m. Cubierta de acero inoxidable.</p>	1	\$1,100	\$1,100
<p>Fregadero</p> 	<p>Marca: Eb Técnica. Medidas: 188 cm x 50 cm. Fregadero con doble escurridor.</p>	1	\$1,200	\$1,200
<p>Escurridor de trastes</p> 	<p>2 niveles. Acero cromado.</p>	2	\$80	\$160
<p>Refrigerador</p> 	<p>Marca: Mabe. Medias: alto 167 cm, ancho 56 cm y fondo 65 cm. Refrigerador con congelador.</p>	1	\$1,980	\$1,980

<p>Estante</p> 	<p>Marca: Zarazunet. Medias: 85 cm ancho y fondo 30 cm. Anaquel metálico de 4 niveles, carga 35 kg por nivel.</p>	6	\$300	\$1,800
<p>Bote de basura 19 L</p> 	<p>Marca: Rattan. De plástico con tapa.</p>	4	\$79	\$316
<p>Bote de basura 82 L</p> 	<p>Marca: Rattan. De plástico con tapa.</p>	4	\$140	\$560
<p>Bote de basura 130 L</p> 	<p>Marca: Rattan. De plástico con tapa.</p>	3	\$250	\$750
<p>Licuada</p> 	<p>Marca: Oster. Vaso de vidrio de 1.5 litros, cuchillas de acero inoxidable, 450w de potencia.</p>	1	\$250	\$250
<p>Batidora</p> 	<p>Marca: Hamilton. Tazón de acero inoxidable, aspas batidoras y de globo, 290w de potencia.</p>	1	\$230	\$230
<p>Batidora de inmersión</p> 	<p>Marca: Proctor silex. Dos velocidades, mango ergonómico, 120w de potencia.</p>	1	\$160	\$160
<p>Olla Express</p> 	<p>Marca: Ekco. Capacidad de 6 litros.</p>	1	\$170	\$170
<p>Olla</p> 	<p>Marca: Vasconia. Aluminio con teflón. Capacidad de 6 litros.</p>	1	\$125	\$125
<p>Cacerola</p> 	<p>Marca: Vasconia. Aluminio con teflón. Capacidad de 5 litros.</p>	3	\$50	\$150
<p>Cazo</p> 	<p>Marca: Vasconia. Aluminio. Capacidad de 4 litros.</p>	2	\$40	\$80
<p>Sartén</p> 	<p>Marca: Ekco. Aluminio con teflón.</p>	3	\$80	\$240

 <p>Plancha doble quemador</p>	<p>Marca: Vasconia. Aluminio.</p>	2	\$250	\$500
 <p>Charola para horno</p>	<p>Marca: Inmeza. Medidas: 45 cm x 65 cm. Aluminio.</p>	2	\$80	\$160
 <p>Molde para pay</p>	<p>Marca: ekco 22 cm de diámetro. Teflón.</p>	4	\$50	\$200
 <p>Inserto de aluminio</p>	<p>Medidas: largo 32.4 cm x ancho 26.4 cm y fondo 6 cm. Acero inoxidable.</p>	4	\$80	\$320
 <p>Bowl de aluminio</p>	<p>Acero inoxidable. Capacidad de 4 litros.</p>	6	\$40	\$240
 <p>Canastilla para freír</p>	<p>Medidas: 12cm x 25cm. Circular de acero inoxidable.</p>	1	\$70	\$70
 <p>Termómetro</p>	<p>Rango de 0 a 200 °C. Termómetro análogo de acero inoxidable.</p>	1	\$250	\$250
 <p>Báscula</p>	<p>Marca: Euroline. Báscula análoga, mide hasta 10 kg.</p>	1	\$150	\$150
 <p>Contenedor hermético</p>	<p>Marca: Ekco. 12 contenedores de plástico, 5 tamaños diferentes.</p>	3	\$80	\$240
 <p>Tabla para picar</p>	<p>Marca: Ekco. Medidas. 30 cm x 20 cm. Polipropileno.</p>	3	\$25	\$75
 <p>Rodillo</p>	<p>Marca: Ekco. Polipropileno.</p>	2	\$25	\$50
 <p>Mamila de cocina</p>	<p>De plástico con graduación y tapón de cierre. Capacidad 250 ml.</p>	4	\$30	\$120
 <p>Taza medidora</p>	<p>Capacidad de 1 litro. Plástico.</p>	1	\$70	\$70
 <p>Cucharas medidoras</p>	<p>Marca: Bakers. 5 cucharas de polipropileno.</p>	1	\$30	\$30

 <p>Brocha</p>	<p>Marca: Bakers. Silicón.</p>	1	\$40	\$40
 <p>Espátula</p>	<p>Marca: Tramontina. Silicón.</p>	2	\$40	\$80
 <p>Aro</p>	<p>Acero inoxidable. Medidas: diámetro 8 cm y altura 4 cm.</p>	5	\$30	\$150
 <p>Colador</p>	<p>Marca: Ekco. Colador de malla de 18 cm.</p>	2	\$25	\$50
 <p>Batidor globo</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable.</p>	2	\$25	\$50
 <p>Pinza</p>	<p>Acero inoxidable con mango.</p>	2	\$29	\$58
 <p>Abrelatas</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable.</p>	1	\$40	\$40
 <p>Exprimidor</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable.</p>	1	\$25	\$25
 <p>Pelador</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable.</p>	1	\$30	\$30
 <p>Rallador</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable de 4 lados.</p>	1	\$55	\$55
 <p>Machacador</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable. Mango de madera.</p>	2	\$20	\$40
 <p>Volteador</p>	<p>Marca: Ekco. Ranurado de acero inoxidable. Mango de madera.</p>	2	\$25	\$50
 <p>Trinche para parrilla</p>	<p>Marca: Vasconia. Acero inoxidable.</p>	2	\$20	\$40
 <p>Cucharón</p>	<p>Marca: Vasconia. Acero inoxidable.</p>	2	\$20	\$40
 <p>Cuchara de cocina</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable.</p>	4	\$20	\$80
 <p>Cuchara ranurada</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable.</p>	2	\$20	\$40

 <p>Cuchillo de sierra</p>	<p>Marca: Select. Acero inoxidable. Mango de plástico.</p>	2	\$25	\$50
 <p>Cuchillos chef</p>	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable. Mango de plástico.</p>	3	\$40	\$120
 <p>Chaira</p>	<p>Marca: Ekco. Acero. Mango de plástico.</p>	1	\$30	\$30
 <p>Plato cuadrado</p>	<p>Medida: 26 cm. Plato cuadrado de loza color blanco.</p>	70	\$20	\$1,400
 <p>Plato rectangular</p>	<p>Medidas: largo 30 cm y ancho 8 cm. Plato rectangular de porcelana.</p>	30	\$20	\$600
 <p>Ramequín</p>	<p>Medidas: diámetro 8 cm y altura 5cm. Melamina.</p>	30	\$8	\$240
 <p>Cuchara de mesa</p>	<p>Marca: Malva. Acero inoxidable.</p>	70	\$2	\$140
 <p>Tenedor de mesa</p>	<p>Marca: Malva. Acero inoxidable.</p>	70	\$2	\$140
 <p>Cuchillo de mesa</p>	<p>Marca: Laurel. Acero inoxidable.</p>	70	\$2	\$140
 <p>Portacubiertos</p>	<p>Plástico.</p>	2	\$40	\$80
 <p>Charola para servicio</p>	<p>Medidas: 27x35 cm. Antiderrapante.</p>	8	\$30	\$240
 <p>Canastilla para pan</p>	<p>Medidas: 27x8x4 cm. Plástico.</p>	25	\$4	\$100
 <p>Servilletero</p>	<p>Servilletero de madera grabado con logo.</p>	25	\$10	\$250
 <p>Salsera</p>	<p>Salsera con forma de coco, elaborada de cerámica,</p>	25	\$10	\$250











Salero y pimentero 	Elaborados de vidrio con tapa acero inoxidable	25	\$20	\$500
TOTAL			\$21,974	

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 33
Mobiliario y equipo de bar.

MOBILIARIO Y EQUIPO DE BAR				
	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
 Dispensador de cerveza artesanal	Sistema de 5 canillas o dispensadores de cerveza artesanal.	1	\$2,500	\$2,500
 Dispensadora de café	Marca: Cappuchino Maquina dispensadora de café 24 litros.	1	\$800	\$800
 Fregadero	Marca: Edesa. Medidas: 80 cm x 52 cm. Fregadero con escurridor.	1	\$350	\$350
 Maquina de hielos	Marca: Emerson. Produce hasta 12 kg de hielo en 24 horas. 130w de potencia.	1	\$2,000	\$2,000
 Licuadora	Marca: Taurus. Modelo: Vitra 10. Vaso de vidrio de 1.5 litros, cuchillas de acero inoxidable, 450w de potencia.	1	\$250	\$250
 Inserto de aluminio	Medidas: largo 32.4 cm x ancho 26.4 cm y fondo 6 cm. Acero inoxidable.	2	\$80	\$160



<p>Bowl de aluminio</p> 	<p>Acero inoxidable. Capacidad de 4 litros.</p>	3	\$40	\$120
<p>Contenedor redondo</p> 	<p>Capacidad de 2 litros. Policarbonato.</p>	2	\$25	\$50
<p>Set para bar</p> 	<p>Marca: Barcraft. Pinzas de hielo, cucharilla de cóctel, shaker, coladera con gusano y jigger de acero inoxidable.</p>	2	\$500	\$1,000
<p>Dosificador corte automático</p> 	<p>1 onza. Boquilla de plástico con rodamientos de acero inoxidable en el interior.</p>	5	\$45	\$225
<p>Organizador para bar</p> 	<p>Medidas: 24 cm x 15 cm. Plástico.</p>	1	\$150	\$150
<p>Tapete para bar</p> 	<p>Medidas: 43 cm x 32 cm. Hule. Antiderrapante y antiescurrimientos.</p>	2	\$200	\$400
<p>Tabla para picar</p> 	<p>Marca: Cocina mía. Medidas. 30 cm x 20 cm. Tabla de polipropileno.</p>	2	\$25	\$50
<p>Cuchillo chef</p> 	<p>Acero inoxidable.</p>	2	\$40	\$80
<p>Exprimidor</p> 	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable.</p>	1	\$25	\$25
<p>Colador</p> 	<p>Marca: Ekco. Colador de malla de 18 cm.</p>	1	\$25	\$25
<p>Abrelatas</p> 	<p>Marca: Ekco. Acero inoxidable.</p>	1	\$30	\$30
<p>Destapador</p> 	<p>Marca: Ekco. Con sacacorchos y navaja multiusos.</p>	4	\$30	\$120
<p>Pinzas para hielo</p> 	<p>Acero inoxidable.</p>	25	\$10	\$250

<p>Jarra</p> 	Capacidad de 1.78 litros. Vidrio.	25	\$20	\$500
<p>Hilera</p> 	Capacidad de 1.66 litros. Vidrio.	25	\$30	\$750
<p>Tarro cervecero</p> 	Capacidad de 300 mililitros. Vidrio.	100	\$7	\$700
<p>Vaso highball</p> 	Capacidad de 300 mililitros. Vidrio.	100	\$3	\$300
<p>Vaso old fashion</p> 	Capacidad de 300 mililitros. Vidrio.	100	\$1	\$100
<p>Vaso pilsen</p> 	Capacidad de 350 mililitros. Vidrio.	100	\$1	\$100
<p>Caballito tequilero</p> 	Capacidad de 60 mililitros. Vidrio.	100	\$1	\$100
<p>Copa de agua</p> 	Capacidad de 300 mililitros. Vidrio.	100	\$8	\$800
<p>Copa margarita</p> 	Capacidad de 270 mililitros. Vidrio.	100	\$15	\$1,500
<p>Copa martinera o de cóctel</p> 	Capacidad de 270 mililitros. Vidrio.	100	\$15	\$1,500
			TOTAL	\$14,935

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 34
 Mobiliario y equipo de área de servicio.

MOBILIARIO Y EQUIPO DE ÁREA DE SERVICIO				
	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Caja registradora 	Marca: Sharp. Pantalla visible para cajero y sistema de seguridad con llave. 4.5w de potencia.	1	\$1,200	\$1,200
Mesa con 4 sillas 	Marca: Mobeler. Mesa cubierta de formaica de 75 cm x 75cm y alto 80 cm. Silla de madera tapizada en tacto piel sintético de 78 cm de alto y diámetro 38 cm.	25	\$400	\$10,000
Computadora 	Marca: Acer. Sistema operativo Windows 10. Disco duro 1TB.	1	\$1,800	\$1,800
Equipo de audio 	Marca: Italy. Mezcladora amplificada con bocinas y micrófono. 1500w de potencia.	1	\$3,000	\$3,000
Proyector 	Tamaño de proyección: 15 a 67 pulgadas. 24w de potencia.	1	\$900	\$900
Equipo de iluminación 	Set de luces disco: ledball disco, láser mini y estrobo RGB. 50w de potencia.	2	\$800	\$1,600
Lámpara colgante 	Acabado blanco opalino. 110 cm de alto. 40w de potencia.	15	\$80	\$1,200
Reflector 2 cabezas 	Voltaje máximo 150 w, con fotocelda.	7	\$150	\$1,050
Cuadros decorativos 	Impresión digital calidad HD, montado en bastidor de madera 150X100cm.	4	\$250	\$1,000

<p>Fuente de cristal</p> 	<p>Cristal con logotipo de "BORA BORA, cortina de agua y lámpara de halógeno. 70w de potencia.</p>	1	\$3,000	\$3,000
<p>Palmera artificial</p> 	<p>Medida: 2.2 metros. Plástico.</p>	10	\$250	\$2,500
TOTAL				\$27,250


Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 35
Mobiliario y equipo de oficina.

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA				
	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<p>Escritorio</p> 	<p>Medidas: 1.20 x 1.20 metros. Escritorio con cajón y estante de melamina.</p>	1	\$1,800	\$1,800
<p>Archivero</p> 	<p>Medidas: alto 68.88 cm, producto 45.72 cm. Tres cajones con chapa.</p>	1	\$800	\$800
<p>Silla de oficina</p> 	<p>Medidas: altura 41 cm y asiento 45 x 43 cm. Estructura tubular, y acojinamiento de hule espuma.</p>	2	\$100	\$200
<p>Teléfono</p> 	<p>Marca: Alcatel. Alámbrico.</p>	1	\$150	\$150
<p>Impresora</p> 	<p>Marca: Hp. Funciones: impresión, copia y escaneado.</p>	1	\$350	\$350
<p>Computadora</p> 	<p>Marca: Acer. Sistema operativo Windows 10. Disco duro 1 TB.</p>	1	\$1,800	\$1,800
TOTAL				\$5,100


Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 36
Equipo de climatización.

CLIMATIZACION				
	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Escritorio 	Innovair Piso Techo 36000 Btu Seer 13 R-410	2	\$2,100	\$4,200
TOTAL				\$4,200

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 37
Terreno y edificación.

TERRENO Y EDIFICIO				
	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Terreno y edificio 	Terreno más edificación	1	\$90,000	\$90,000
TOTAL				\$90,000

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

3.7. Actividades del negocio

Para “BORA BORA” restobar el objetivo fundamental es la satisfacción de sus clientes a partir de la generación de un servicio adecuado, para lograr esto se requieren realizar acertadamente las siguientes actividades:

Diseño e implementación de infraestructura del negocio.- La ambientación del negocio es clave para que nuestros clientes se sientan a gusto, por lo que la infraestructura rustico – moderna debe ser estructurada por un arquitecto que acoja la estrategia de estructura empresarial.

Desarrollo de sitio Web.- El sitio Web oficial de “BORA BORA” Restobar, debe ser diseñado de una manera que los clientes tengan fácil acceso, información relevante y confiable y permita una interacción permanente.

Marketing integral.- Desde el inicio “BORA BORA” Restobar efectuara una campaña comunicacional y promocional a gran escala para captar la atención y posicionarse en la mente de las personas.

3.8. Red de socios

“BORA BORA” Restobar estructurara una red de socios claves que le permitan operar de manera adecuada y cumplir con sus objetivos empresariales, estos socios claves son:

Proveedores de alimentos.- Que facilitaran todos los elementos empleados en la producción de alimentos dentro del negocio usando la logística pertinente, estos son Maxicarnes, Supermaxi, Pronaca, etc.

Proveedores de bebidas.- Que facilitaran las diferentes bebidas alcohólicas y no alcohólicas para el negocio usando la logística pertinente. Entre los principales proveedores tenemos a Licorera Romanos, Cerveza artesana Cherusker.

3.9. Estructura de costos

La estructura de costos e inversión de “BORA BORA” Restobar, está compuesta de los siguientes aspectos que ascienden a una inversión inicial de \$167.263,25:

Compra del terreno

Construcción del local

Implementación y/o adecuación de Restobar

Pago de servicios básicos

Pago de personal

Desarrollo de sitio web

Acciones de marketing integral.

CAPÍTULO IV: ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPREDIMIENTO

4.1. Factibilidad técnica

La factibilidad técnica le permite a un emprendimiento determinar si los equipos, herramientas, software, proveedores, que se intervendrán en todo el proceso de puesta en marcha y ejecución del negocio, estén disponibles en el mercado y se pueda acceder a ellos.

En el caso de “BORA BORA” Restobar se ha considerado emplear todos los aspectos relacionados a: equipos, herramientas, software y proveedores que existen en el mercado local, ya que la naturaleza del negocio permite estas facilidades. Por tal razón existe una fuerte factibilidad técnica para poner en marcha y garantizar la sostenibilidad del Restaurante Bar.

Tabla 38
Capital de trabajo.

TRABAJO		CAPITAL DE		
Abarrotes	Mensual	1	1.572,50	1.572,50
Especias	Mensual	1	48,00	48,00
Frutas	Mensual	1	90,00	90,00
Carnicos	Mensual	1	2.343,75	2.343,75
Subtotal				4.054,25

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

4.2. Factibilidad financiera

“BORA BORA” Restobar, aplicará un esquema de gestión financiera que permita tomar decisiones adecuadas por parte del Gerente, para el buen funcionamiento del negocio.

Además de su labor permanente de análisis y planeación financiera, el administrador financiero tiene como actividad principal la toma de decisiones financieras y de inversión. Las decisiones de inversión determinan con qué tipo de activos cuenta la empresa. Las decisiones financieras determinan que hace la compañía para recaudar el dinero necesario para pagar los activos en los que invierte (Gitman & Zutter, 2016, pág. 19)

Tabla 39
Inversión inicial del emprendimiento.

INVERSION INICIAL DEL EMPRENDIMIENTO				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
INFRAESTRUCTURA				
Terreno	Unidad	1	40.000,00	40.000,00
Construcción de edificio	Unidad	1	50.000,00	50.000,00
Subtotal				90.000,00
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MOBILIARIO Y EQUIPO DE COCINA				
Cocina	Unidad	1	3.500,00	3.500,00
Campana extractora	Unidad	1	1.000,00	1.000,00
Horno microondas	Unidad	1	580,00	580,00
Mesa de trabajo	Unidad	1	1.100,00	1.100,00
Fregadero	Unidad	1	1.200,00	1.200,00
Escurreidor de trastes	Unidad	2	80,00	160,00
Refrigerador	Unidad	1	1.980,00	1.980,00

Estante	Unidad	6	300,00	1.800,00
Bote de basura 19 L	Unidad	4	79,00	316,00
Bote de basura 82 L	Unidad	4	140,00	560,00
Bote de basura 130 L	Unidad	3	250,00	750,00
Licuadaora	Unidad	1	250,00	250,00
Batidora	Unidad	1	230,00	230,00
Batidora de inmersión	Unidad	1	160,00	160,00
Olla Express	Unidad	1	170,00	170,00
Olla	Unidad	1	125,00	125,00
Cacerola	Unidad	3	50,00	150,00
Cazo	Unidad	2	40,00	80,00
Sartén	Unidad	3	80,00	240,00
Plancha doble quemador	Unidad	2	250,00	500,00
Charola para horno	Unidad	2	80,00	160,00
Molde para pay	Unidad	4	50,00	200,00
Inserto de aluminio	Unidad	4	80,00	320,00
Bowl de aluminio	Unidad	6	40,00	240,00
Canastilla para freír	Unidad	1	70,00	70,00
Termómetro	Unidad	1	250,00	250,00
Báscula	Unidad	1	150,00	150,00
Contenedor hermético	Unidad	3	80,00	240,00
Tabla para picar	Unidad	3	25,00	75,00
Rodillo	Unidad	2	25,00	50,00
Mamila de cocina	Unidad	4	30,00	120,00
Taza medidora	Unidad	1	70,00	70,00
Cucharas medidoras	Unidad	1	30,00	30,00
Brocha	Unidad	1	40,00	40,00
Espátula	Unidad	2	40,00	80,00
Aro	Unidad	5	30,00	150,00
Colador	Unidad	2	25,00	50,00
Batidor globo	Unidad	2	25,00	50,00
Pinza	Unidad	2	29,00	58,00
Abrelatas	Unidad	1	40,00	40,00
Exprimidor	Unidad	1	25,00	25,00
Pelador	Unidad	1	30,00	30,00
Rallador	Unidad	1	55,00	55,00
Machacador	Unidad	2	20,00	40,00
Volteador	Unidad	2	25,00	50,00
Trinche para parrilla	Unidad	2	20,00	40,00

Cucharón	Unidad	2	20,00	40,00
Cuchara de cocina	Unidad	4	20,00	80,00
Cuchara ranurada	Unidad	2	20,00	40,00
Cuchillo de sierra	Unidad	2	25,00	50,00
Cuchillos chef	Unidad	3	40,00	120,00
Chaira	Unidad	1	30,00	30,00
Plato cuadrado	Unidad	70	20,00	1.400,00
Plato rectangular	Unidad	30	20,00	600,00
Ramequín	Unidad	30	8,00	240,00
Cuchara de mesa	Unidad	70	2,00	140,00
Tenedor de mesa	Unidad	70	2,00	140,00
Cuchillo de mesa	Unidad	70	2,00	140,00
Portacubiertos	Unidad	2	40,00	80,00
Charola para servicio	Unidad	8	30,00	240,00
Canastilla para pan	Unidad	25	4,00	100,00
Servilletero	Unidad	25	10,00	250,00
Salsera	Unidad	25	10,00	250,00
Subtotal				\$21.474,00

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MOBILIARIO Y EQUIPO DE BAR				
Dispensador de cerveza artesanal	Unidad	1	2.500,00	2.500,00
Dispensador de Café Industrial	Unidad	1	800,00	800,00
Fregadero	Unidad	1	350,00	350,00
Máquina de hielos	Unidad	1	2.000,00	2.000,00
Licuadaora	Unidad	1	250,00	250,00
Inserto de aluminio	Unidad	2	80,00	160,00
Bowl de aluminio	Unidad	3	40,00	120,00
Contenedor redondo	Unidad	2	25,00	50,00
Set para bar	Unidad	2	500,00	1.000,00
Dosificador corte automático	Unidad	5	45,00	225,00
Organizador para bar	Unidad	1	150,00	150,00
Tapete para bar	Unidad	2	200,00	400,00
Tabla para picar	Unidad	2	25,00	50,00
Cuchillo chef	Unidad	2	40,00	80,00
Exprimidor	Unidad	1	25,00	25,00

Colador	Unidad	1	25,00	25,00
Abrelatas	Unidad	1	30,00	30,00
Destapador	Unidad	4	30,00	120,00
Pinzas para hielo	Unidad	25	10,00	250,00
Jarra	Unidad	25	20,00	500,00
Hilera	Unidad	25	30,00	750,00
Tarro cervecero	Unidad	100	7,00	700,00
Vaso highball	Unidad	100	3,00	300,00
Vaso old fashion	Unidad	100	1,00	100,00
Vaso pilsen	Unidad	100	1,00	100,00
Caballito tequilero	Unidad	100	1,00	100,00
Copa de agua	Unidad	100	8,00	800,00
Copa margarita	Unidad	100	15,00	1.500,00
Copa martinera o de cóctel	Unidad	100	15,00	1.500,00
Subtotal				\$14.935,00

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MOBILIARIO Y EQUIPOS DE AREA DE SERVICIOS				
Caja registradora	Unidad	1	1.200,00	1.200,00
Mesa con 4 sillas	Unidad	25	400,00	10.000,00
Computadora	Unidad	1	1.800,00	1.800,00
Equipo de audio	Unidad	1	3.000,00	3.000,00
Proyector	Unidad	1	900,00	900,00
Equipo de iluminación	Unidad	2	800,00	1.600,00
Lámpara colgante	Unidad	15	80,00	1.200,00
Reflector 2 cabezas	Unidad	7	150,00	1.050,00
Cuadros decorativos	Unidad	4	250,00	1.000,00
Fuente de cristal	Unidad	1	3.000,00	3.000,00
Palmera artificial	Unidad	10	250,00	2.500,00
Subtotal				\$27.250,00

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MOBILIARIO Y EQUIPOS DE OFICINA				
Escritorio	Unidad	1	1.800,00	1.800,00
Archivero	Unidad	1	800,00	800,00

Silla de oficina	Unidad	2	100,00	200,00
Teléfono	Unidad	1	150,00	150,00
Impresora	Unidad	1	350,00	350,00
Computadora	Unidad	1	1.800,00	1.800,00
Acondicionadores de aire	Unidad	2	2.100,00	4.200,00
Subtotal				\$9.300,00

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
DOCUMENTOS DE FUNCIONAMIENTO				
Permisos de Funcionamiento	Unidad	1	250,00	250,00
Subtotal				\$250,00

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO				
Abarrotes	Mensual	1	1.572,50	1.572,50
Especias	Mensual	1	48,00	48,00
Frutas	Mensual	1	90,00	90,00
Cárnicos	Mensual	1	2.343,75	2.343,75
Subtotal				\$4.054,25

TOTAL INVERSION INICIAL **\$167.263,25**

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 40
Remuneraciones.

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	650,00	239,98	889,98	10.679,70
Jefe de pisos	1	500,00	192,00	692,00	8.304,00
Meseros	3	390,00	156,82	1.640,46	19.685,46
Chef	1	500,00	192,00	692,00	8.304,00
Ayudante de cocina	2	400,00	160,02	1.120,03	13.440,40

Barman	1	390,00	156,82	546,82	6.561,82
Coctelero	1	390,00	156,82	546,82	6.561,82
TOTAL	10			6.128,10	\$73.537,20

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 41
Beneficios sociales.

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Gerente	650	54,17	32,08	54,17	72,48	27,08	239,98
Jefe de pisos	500	41,67	32,08	41,67	55,75	20,83	192,00
Meseros	390	32,50	32,08	32,50	43,49	16,25	156,82
Chef	500	41,67	32,08	41,67	55,75	20,83	192,00
Ayudante de cocina	400	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02
Barman	390	32,50	32,08	32,50	43,49	16,25	156,82
Coctelero	390	32,50	32,08	32,50	43,49	16,25	156,82

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 42
Amortización de la deuda.

CUOTA FIJA				
MONTO INICIAL		167.263,25		
PLAZO		5		
INTERES NOMINAL		18%		
PERIODO DE PAGO		Mensual		
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	167.263,25	2.508,95	1.738,44	4.247,39
2	165.524,81	2.482,87	1.764,52	4.247,39

3	163.760,30	2.456,40	1.790,98	4.247,39
4	161.969,31	2.429,54	1.817,85	4.247,39
5	160.151,47	2.402,27	1.845,12	4.247,39
6	158.306,35	2.374,60	1.872,79	4.247,39
7	156.433,56	2.346,50	1.900,88	4.247,39
8	154.532,68	2.317,99	1.929,40	4.247,39
9	152.603,28	2.289,05	1.958,34	4.247,39
10	150.644,94	2.259,67	1.987,71	4.247,39
11	148.657,23	2.229,86	2.017,53	4.247,39
12	146.639,70	2.199,60	2.047,79	4.247,39
13	144.591,91	2.168,88	2.078,51	4.247,39
14	142.513,40	2.137,70	2.109,69	4.247,39
15	140.403,71	2.106,06	2.141,33	4.247,39
16	138.262,38	2.073,94	2.173,45	4.247,39
17	136.088,93	2.041,33	2.206,05	4.247,39
18	133.882,88	2.008,24	2.239,14	4.247,39
19	131.643,73	1.974,66	2.272,73	4.247,39
20	129.371,00	1.940,57	2.306,82	4.247,39
21	127.064,18	1.905,96	2.341,42	4.247,39
22	124.722,75	1.870,84	2.376,55	4.247,39
23	122.346,21	1.835,19	2.412,19	4.247,39
24	119.934,01	1.799,01	2.448,38	4.247,39
25	117.485,64	1.762,28	2.485,10	4.247,39
26	115.000,53	1.725,01	2.522,38	4.247,39
27	112.478,15	1.687,17	2.560,21	4.247,39
28	109.917,94	1.648,77	2.598,62	4.247,39
29	107.319,32	1.609,79	2.637,60	4.247,39
30	104.681,72	1.570,23	2.677,16	4.247,39
31	102.004,56	1.530,07	2.717,32	4.247,39
32	99.287,24	1.489,31	2.758,08	4.247,39
33	96.529,17	1.447,94	2.799,45	4.247,39
34	93.729,72	1.405,95	2.841,44	4.247,39
35	90.888,27	1.363,32	2.884,06	4.247,39
36	88.004,21	1.320,06	2.927,32	4.247,39
37	85.076,89	1.276,15	2.971,23	4.247,39
38	82.105,65	1.231,58	3.015,80	4.247,39
39	79.089,85	1.186,35	3.061,04	4.247,39
40	76.028,81	1.140,43	3.106,96	4.247,39
41	72.921,86	1.093,83	3.153,56	4.247,39
42	69.768,30	1.046,52	3.200,86	4.247,39
43	66.567,43	998,51	3.248,88	4.247,39
44	63.318,56	949,78	3.297,61	4.247,39
45	60.020,95	900,31	3.347,07	4.247,39
46	56.673,88	850,11	3.397,28	4.247,39

47	53.276,60	799,15	3.448,24	4.247,39
48	49.828,36	747,43	3.499,96	4.247,39
49	46.328,40	694,93	3.552,46	4.247,39
50	42.775,94	641,64	3.605,75	4.247,39
51	39.170,19	587,55	3.659,83	4.247,39
52	35.510,35	532,66	3.714,73	4.247,39
53	31.795,62	476,93	3.770,45	4.247,39
54	28.025,17	420,38	3.827,01	4.247,39
55	24.198,16	362,97	3.884,41	4.247,39
56	20.313,75	304,71	3.942,68	4.247,39
57	16.371,06	245,57	4.001,82	4.247,39
58	12.369,24	185,54	4.061,85	4.247,39
59	8.307,39	124,61	4.122,78	4.247,39
60	4.184,62	62,77	4.184,62	4.247,39
		87.579,98	167.263,25	\$254.843,23

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 43
Depreciación.

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Edificio	90.000,00	9.000,00	20	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00
Cocina	3.500,00	350,00	3	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00
Campana extractora	1.000,00	100,00	3	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Horno microondas	580,00	58,00	3	174,00	174,00	174,00	174,00	174,00
Mesa de trabajo	1.100,00	110,00	10	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
Fregadero	1.200,00	120,00	10	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00
Escurreidor de trastes	160,00	16,00	10	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40
Refrigerador	1.980,00	198,00	3	594,00	594,00	594,00	594,00	594,00
Estante	1.800,00	180,00	10	162,00	162,00	162,00	162,00	162,00
Bote de basura 19 L	316,00	31,60	10	28,44	28,44	28,44	28,44	28,44
Bote de basura 82 L	560,00	56,00	10	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40
Bote de basura 130 L	750,00	75,00	10	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50
Licuadaora	250,00	25,00	3	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Batidora	230,00	23,00	3	69,00	69,00	69,00	69,00	69,00
Batidora de inmersión	160,00	16,00	3	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
Olla Express	170,00	17,00	3	51,00	51,00	51,00	51,00	51,00
Olla	125,00	12,50	3	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50
Cacerola	150,00	15,00	3	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Cazo	80,00	8,00	3	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00

Sartén	240,00	24,00	3	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Plancha doble quemador	500,00	50,00	3	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Charola para horno	160,00	16,00	3	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
Molde para pay	200,00	20,00	3	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Inserto de aluminio	320,00	32,00	3	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Bowl de aluminio	240,00	24,00	3	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Canastilla para freír	70,00	7,00	3	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Termómetro	250,00	25,00	3	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Báscula	150,00	15,00	3	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Contenedor hermético	240,00	24,00	3	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Tabla para picar	75,00	7,50	3	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50
Rodillo	50,00	5,00	3	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Mamila de cocina	120,00	12,00	3	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Taza medidora	70,00	7,00	3	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Cucharas medidoras	30,00	3,00	3	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Brocha	40,00	4,00	3	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Espátula	80,00	8,00	3	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Aro	150,00	15,00	3	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Colador	50,00	5,00	3	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Batidor globo	50,00	5,00	3	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Pinza	58,00	5,80	3	17,40	17,40	17,40	17,40	17,40
Abrelatas	40,00	4,00	3	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Exprimidor	25,00	2,50	3	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50
Pelador	30,00	3,00	3	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Rallador	55,00	5,50	3	16,50	16,50	16,50	16,50	16,50
Machacador	40,00	4,00	3	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00

Volteador	50,00	5,00	3	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Trinche para parrilla	40,00	4,00	3	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Cucharón	40,00	4,00	3	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Cuchara de cocina	80,00	8,00	3	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Cuchara ranurada	40,00	4,00	3	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Cuchillo de sierra	50,00	5,00	3	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Cuchillos chef	120,00	12,00	3	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Chaira	30,00	3,00	3	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Plato cuadrado	1.400,00	140,00	3	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Plato rectangular	600,00	60,00	3	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Ramequín	240,00	24,00	3	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Cuchara de mesa	140,00	14,00	3	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
Tenedor de mesa	140,00	14,00	3	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
Cuchillo de mesa	140,00	14,00	3	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
Portacubiertos	80,00	8,00	3	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Charola para servicio	240,00	24,00	3	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Canastilla para pan	100,00	10,00	3	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Servilletero	250,00	25,00	3	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Salsera	250,00	25,00	3	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Dispensador de cerveza artesanal	2.500,00	250,00	3	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Dispensador de Café Industrial	800,00	80,00	3	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Fregadero	350,00	35,00	3	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00
Máquina de hielos	2.000,00	200,00	3	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Licuada	250,00	25,00	3	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Inserto de aluminio	160,00	16,00	3	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00

Bowl de aluminio	120,00	12,00	3	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Contenedor redondo	50,00	5,00	3	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Set para bar	1.000,00	100,00	3	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Dosificador corte automático	225,00	22,50	3	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50
Organizador para bar	150,00	15,00	3	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Tapete para bar	400,00	40,00	3	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Tabla para picar	50,00	5,00	3	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Cuchillo chef	80,00	8,00	3	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Exprimidor	25,00	2,50	3	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50
Colador	25,00	2,50	3	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50
Abrelatas	30,00	3,00	3	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Destapador	120,00	12,00	3	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Pinzas para hielo	250,00	25,00	3	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Jarra	500,00	50,00	3	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Hilera	750,00	75,00	3	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00
Tarro cervecero	700,00	70,00	3	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
Vaso highball	300,00	30,00	3	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Vaso old fashion	100,00	10,00	3	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Vaso pilsen	100,00	10,00	3	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Caballito tequilero	100,00	10,00	3	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Copa de agua	800,00	80,00	3	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Copa margarita	1.500,00	150,00	3	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Copa martinera o de cóctel	1.500,00	150,00	3	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Caja registradora	1.200,00	120,00	3	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Mesa con 4 sillas	10.000,00	1.000,00	3	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Computadora	1.800,00	180,00	3	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00

Equipo de audio	3.000,00	300,00	3	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Proyector	900,00	90,00	3	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
Equipo de iluminación	1.600,00	160,00	3	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Lámpara colgante	1.200,00	120,00	3	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Reflector 2 cabezas	1.050,00	105,00	3	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
Cuadros decorativos	1.000,00	100,00	3	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Fuente de cristal	3.000,00	300,00	3	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Palmera artificial	2.500,00	250,00	3	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Escritorio	1.800,00	180,00	3	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Archivero	800,00	80,00	3	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Silla de oficina	200,00	20,00	3	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Teléfono	150,00	15,00	3	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Impresora	350,00	35,00	3	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00
Computadora	1.800,00	180,00	3	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Acondicionadores de aire	4.200,00	420,00	3	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00
TOTAL		16.295,90		24.701,64	24.701,64	24.701,64	24.701,64	24.701,64

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 44

Costo de producción mensual.

PRODUCCIÓN MENSUAL UNIDADES	2019	2020	2021	2022	2023
Alimentos a la carta	450	855	1.197	1.436	1.580
Alimentos al centro para compartir(entremés)	450	855	1.197	1.436	1.580
Alimentos acompañados de bebidas	500	950	1.330	1.596	1.756
Cocteles	350	665	931	1.117	1.229
Refresco	400	760	1.064	1.277	1.404
Cerveza artesanal	500	950	1.330	1.596	1.756
Cerveza botella convencional	1.500	2.850	3.990	4.788	5.267

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 45

Costo de producción anual.

PRODUCCIÓN ANUAL UNIDADES	2019	2020	2021	2022	2023
Alimentos a la carta	5.400	10.260	14.364	17.237	18.960
Alimentos al centro para compartir(entremés)	5.400	10.260	14.364	17.237	18.960
Alimentos acompañados de bebidas	6.000	11.400	15.960	19.152	21.067
Cocteles	4.200	7.980	11.172	13.406	14.747
Refresco	4.800	9.120	12.768	15.322	16.854
Cerveza artesanal	6.000	11.400	15.960	19.152	21.067
Cerveza botella convencional	18.000	34.200	47.880	57.456	63.202

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 46

Costo de producción anual en dólares.

		2019	2020	2021	2022	2023
COSTO DE PRODUCCIÓN EN DOLARES	COSTO UNITARIO	COSTO DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE COMPRA
Alimentos a la carta	4,59	24.811	47.141	65.997	79.196	87.116
Alimentos al centro para compartir(entremés)	2,97	16.054	30.503	42.704	51.245	56.369
Alimentos acompañados de bebidas	5,14	30.811	58.541	81.957	98.348	108.183
Cocteles	2,43	10.216	19.411	27.175	32.610	35.871
Refresco	1,08	5.189	9.859	13.803	16.564	18.220
Cerveza artesanal	1,89	11.351	21.568	30.195	36.234	39.857
Cerveza botella convencional	1,08	19.459	36.973	51.762	62.115	68.326
TOTAL		\$117.892	\$223.995	\$313.592	\$376.311	\$413.942

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 47

Ventas mensuales de unidades.

VENTA MENSUAL UNIDADES	2019	2020	2021	2022	2023
Alimentos a la carta	550	855	1.197	1.436	1.580
Alimentos al centro para compartir(entremés)	550	855	1.197	1.436	1.580
Alimentos acompañados de bebidas	600	950	1.330	1.596	1.756
Cocteles	450	665	931	1.117	1.229
Refresco	500	760	1.064	1.277	1.404
Cerveza artesanal	600	950	1.330	1.596	1.756
Cerveza botella convencional	2.000	2.850	3.990	4.788	5.267

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 48

Ventas anuales de unidades.

VENTA ANUAL UNIDADES	2019	2020	2021	2022	2023
Alimentos a la carta	6.600,00	10.260,00	14.364,00	17.236,80	18.960,48
Alimentos al centro para compartir(entremés)	6.600,00	10.260,00	14.364,00	17.236,80	18.960,48
Alimentos acompañados de bebidas	7.200,00	11.400,00	15.960,00	19.152,00	21.067,20
Cocteles	5.400,00	7.980,00	11.172,00	13.406,40	14.747,04
Refresco	6.000,00	9.120,00	12.768,00	15.321,60	16.853,76
Cerveza artesanal	7.200,00	11.400,00	15.960,00	19.152,00	21.067,20
Cerveza botella convencional	24.000,00	34.200,00	47.880,00	57.456,00	63.201,60

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 49
Ventas anuales en dólares.

		2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS EN DOLARES	PRECIO DE VENTA UNITARIO	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL	VENTA ANUAL
Alimentos a la carta	8,50	56.100	87.210	122.094	146.513	161.164
Alimentos al centro para compartir(entremés)	5,50	36.300	56.430	79.002	94.802	104.283
Alimentos acompañados de bebidas	9,50	68.400	108.300	151.620	181.944	200.138
Cocteles	4,50	24.300	35.910	50.274	60.329	66.362
Refresco	2,00	12.000	18.240	25.536	30.643	33.708
Cerveza artesanal	3,50	25.200	39.900	55.860	67.032	73.735
Cerveza botella convencional	2,00	48.000	68.400	95.760	114.912	126.403
TOTAL		\$270.300	\$414.390	\$580.146	\$696.175	\$765.793

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 50

Suministros de papelería y oficina.

PAPELERÍA/OFICINA				
INSUMO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL SEMESTRAL
Hojas de papel	paquete 500 hojas	1	3,00	3,00
Comandas	6 blocks 50 hojas	1	5,00	5,00
Rollo para caja registradora	paquete 10 rollos	2	2,50	5,00
Marca textos	pieza	1	1,00	1,00
Bolígrafos	paquete 12 piezas	1	5,00	5,00
Lápiz	paquete 10 piezas	1	0,25	0,25
Corrector de cinta	Unidad	1	0,50	0,50
Portalápices	Unidad	1	1,50	1,50
Tijeras	Unidad	1	7,00	7,00
Adhesivo	Unidad	1	3,00	3,00
Calculadora	Unidad	1	25,00	25,00
Perforadora	Unidad	1	5,00	5,00
Grapadora	Unidad	1	5,00	5,00
Grapas	caja 500 piezas	1	1,50	1,50
Quita grapas	Unidad	1	1,00	1,00
Carpeta profesional	Unidad	2	7,00	14,00
TOTAL				\$82,75

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 51

Suministros anual de aseo y limpieza.

ASEO/LIMPIEZA				
INSUMO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL ANUAL
Bolsas para basura	paquete 40 piezas	5	2,50	12,50
Trapos para limpiar	pieza	10	3,00	30,00
Trapos para cocina	pieza	10	4,50	45,00
Recogedor	pieza	4	7,00	28,00
Jerga	pieza	5	5,00	25,00
Escoba	pieza	4	5,50	22,00
Jalador pisos	pieza	4	14,00	56,00
Cubeta	pieza	4	2,50	10,00
Limpiador multiusos	botella 2 L	2	7,50	15,00
Limpiador vidrios	botella 600 ml	2	8,00	16,00
Cloro	galón	5	2,00	10,00
Desengrasante	botella 1 L	2	9,00	18,00
Lavatrastes en polvo	bolsa 2.1 kg	5	5,75	28,75
Fibra	pieza	5	4,00	20,00
TOTAL				\$336,25

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 52

Total gastos administrativos y ventas.

DETALLE	Medida	VALOR	VALOR ANUAL
Remuneraciones	Mensual	6.128,10	73.537,20
Servicios básicos	Mensual	60,00	720,00
Internet	Mensual	40,00	480,00
Papelería	Semestral	82,75	165,50
Publicidad	Trimestral	500,00	2.000,00
Materiales de limpieza	Mensual	28,02	336,25
TOTAL			\$ 77.238,95

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 53

Flujo de caja.

DETALLE	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por venta		270.300,00	414.390,00	580.146,00	696.175,20	765.792,72
Costos de Producción		117.891,89	223.994,59	313.592,43	376.310,92	413.942,01
UTILIDAD BRUTA		152.408,11	190.395,41	266.553,57	319.864,28	351.850,71
Gastos administrativos y de ventas		77.238,95	77.238,95	77.238,95	77.238,95	77.238,95
Depreciación		24.701,64	24.701,64	24.701,64	24.701,64	24.701,64
UTILIDAD OPERATIVA		50.467,52	88.454,82	164.612,98	217.923,69	249.910,12
Gastos de Intereses		28.297,30	23.862,38	18.559,90	12.220,16	4.640,25
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		22.170,22	64.592,44	146.053,08	205.703,53	245.269,87
25% de impuesto		5.542,55	16.148,11	36.513,27	51.425,88	61.317,47
UTILIDAD NETA		16.627,66	48.444,33	109.539,81	154.277,65	183.952,40
Depreciación		24.701,64	24.701,64	24.701,64	24.701,64	24.701,64
INVERSION						
Infraestructura	-90.000,00					
Mobiliario y Equipo de Cocina	-21.474,00				-21.474,00	
Mobiliario y Equipo de Bar	-14.935,00				-14.935,00	
Mobiliario y Equipo de Área de Servicio	-27.250,00				-27.250,00	
Mobiliario y Equipo de Oficina	-9.300,00				-9.300,00	
Documentos de Funcionamiento	-250,00					
Capital de Trabajo	-4.054,25					
Recuperación del capital de trabajo						4.054,25
Amortización de la inversión		22.671,34	22.671,34	22.671,34	22.671,34	22.671,34
FLUJO DE CAJA	-167.263,25	18.657,96	50.474,63	111.570,11	156.307,95	190.036,95

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 54

Valor actual neto y Tasa interna de retorno.

		2019	2020	2021	2022	2023
VAN=	- lo	+ $\frac{f1}{(1+i)^1}$	+ $\frac{f2}{(1+i)^2}$	+ $\frac{f3}{(1+i)^3}$	+ $\frac{f4}{(1+i)^4}$	+ $\frac{f5+Vs}{(1+i)^5}$
VAN=	- 167.263,25	+ $\frac{18.657,96}{1,18}$	+ $\frac{50.474,63}{1,3924}$	+ $\frac{111.570,11}{1,643032}$	+ $\frac{156.307,95}{1,93877776}$	+ $\frac{206.332,85}{2,287757757}$
VAN=	- 167.263,25	+ 15.811,83	+ 36.250,09	+ 67.905,01	+ 80.621,90	+ 90.189,99
VAN=	123.515,57					
TIR=	37%					

Tasa de Descuento= 18%

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

Tabla 55

Periodo de recuperación de la inversión.

AÑOS	FLUJOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
AÑO 0	167.263,25			
2018	18.657,96	1,18	15.811,83	15.811,83
2019	50.474,63	1,3924	36.250,09	52.061,92
2020	111.570,11	1,643032	67.905,01	119.966,93
2021	156.307,95	1,93877776	80.621,90	200.588,83
2022	190.036,95	2,287757757	83.066,90	283.655,73

PERIODO DE RCUPERACION DE LA INVERSION	=	3	AÑOS	7	MESES	1	DIAS
--	---	---	------	---	-------	---	------

Datos obtenidos en la investigación (Elaboración Propia)

4.3. Factibilidad operativa

Este tipo de factibilidad debe garantizar que el producto o servicio de un negocio se entregue a los clientes bajo las condiciones que se ha ofertado. Para este efecto “BORA BORA” Restobar ha diseñado dos procesos fundamentales que garantizan la buena producción de los productos y un buen servicio:

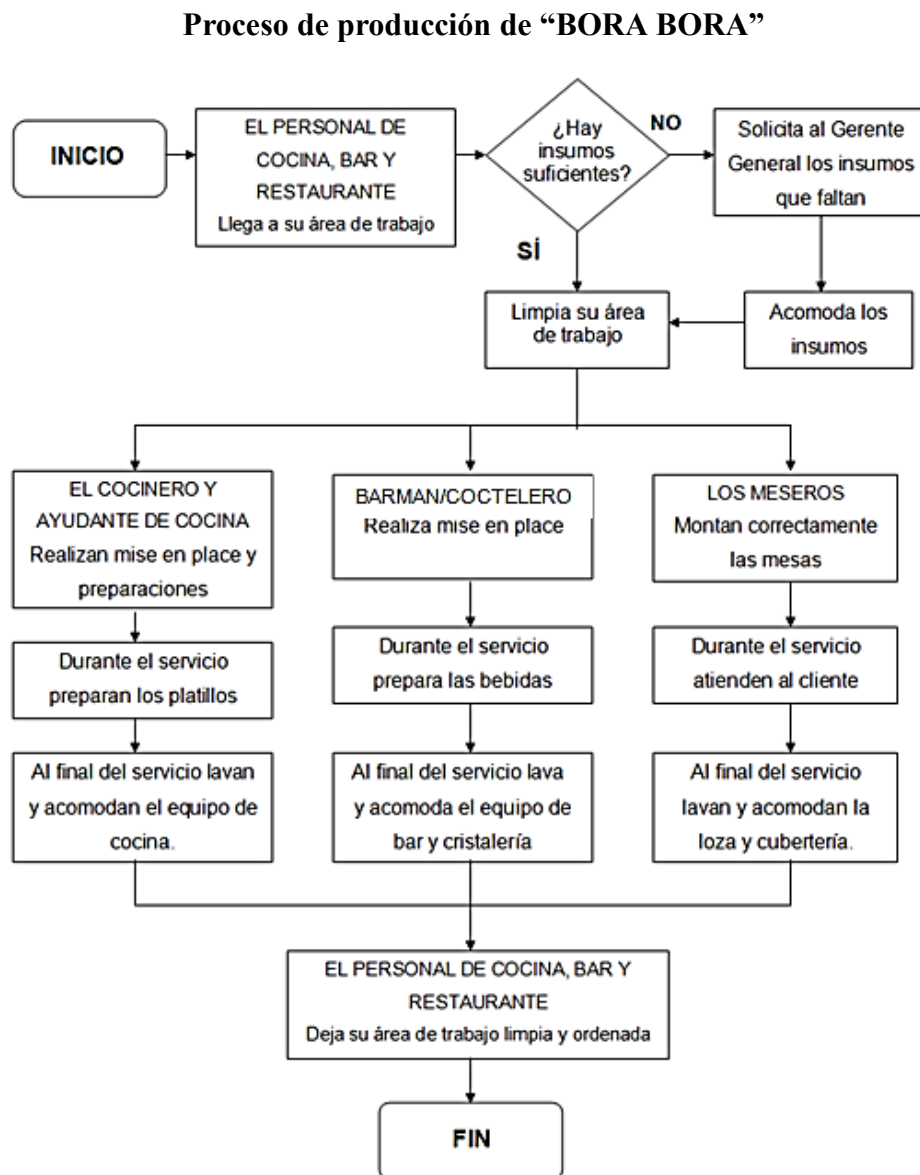


Figura 18. Proceso de producción de “BORA BORA” Restobar.

Proceso del servicio de “BORA BORA”

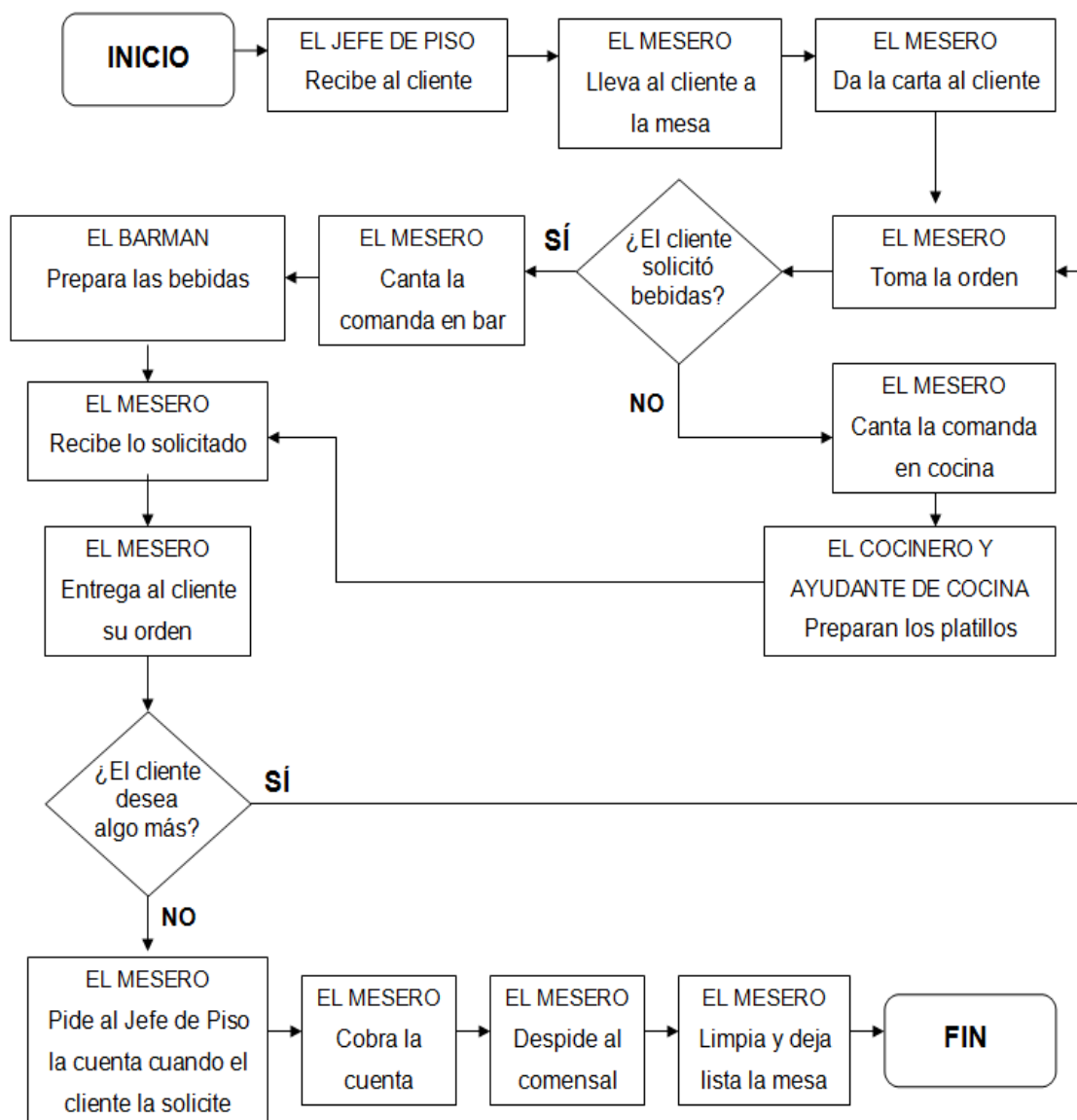


Figura 19. Proceso de servicio “BORA BORA” Restobar.

Los mapas de procesos describen los métodos o pasos que se emplearán en la prestación del servicio, con el fin de satisfacer las necesidades y/o exigencias de los consumidores.

4.4. Factibilidad ambiental

Con la finalidad de contribuir a un desarrollo sostenible y sustentable, “BORA BORA” Restobar acoge las normativas vigentes que impulsan un impacto ambiental positivo. En base a esto se describe los procesos de responsabilidad social que se emplearan en el negocio:

Gestión de residuos

Los residuos de alimentos, aceites y grasas usadas no serán vertidos a la red pública de alcantarillado. Estos residuos deberán ser entregados a los gestores autorizados por el Departamento de higiene ambiental del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Babahoyo, para lo cual previamente se los deberá filtrar y almacenar temporalmente en recipientes tapados.

Los recipientes de residuos serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y preferentemente con fundas plásticas en su interior. Deberán ser vaciados regularmente de acuerdo a los días y horarios establecidos para la recolección municipal o su delegado.

Los residuos orgánicos obtenidos se recogerán en recipientes plásticos tapados y en buen estado, fuera de áreas de preparación de alimentos y atención al cliente.

Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán en la fuente de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y reutilización, salvo el caso de envases de productos químicos de desinfección y limpieza que serán entregados al gestor autorizado.

El almacenamiento de los residuos se realizará en áreas ventiladas y techadas, manteniendo condiciones higiénicas que eviten la generación de vectores (insectos, roedores) y olores.

Emisiones a la atmósfera y ruido

Los equipos de sonido, amplificación, parlantes, altavoces, generadores, baterías de ventilación, extractores, de “BORA BORA” Restobar, serán aislados acústicamente, con el objeto de controlar que las emisiones de ruido hacia el exterior del sitio, no rebasen los límites máximos permitidos de acuerdo a los horarios y normativa pertinente.

Se colocará campanas de extracción y/o filtros de condensación de grasa, filtros de carbón activado u otros, con las especificaciones técnicas necesarias que garanticen el control de emisiones gaseosas.

Aguas residuales no domésticas

El aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas, carnes, entre otros para la preparación de alimentos, y el lavado de los utensilios de cocina con agua, exige que “BORA BORA” Restobar instale y de mantenimiento a trampas de grasa.

Este dispositivo para retención de aceite y grasa estará localizado en los conductos de desagüe de las cocinas, antes del punto de descarga al alcantarillado.

La grasa, aceite y sólidos removidos deberán envasarse en contenedores herméticos y resistentes a impactos, localizados en áreas donde no existan sumideros, canaletas, ni exista el riesgo de derrames hacia los sistemas de alcantarillado. (Quito ambiente, 2007, pág. 9)

4.5. Factibilidad social

La factibilidad social de “BORA BORA” Restobar está dada por la capacidad que tenga el negocio para aportar con desarrollo socioeconómico del país, mediante la generación de espacios de trabajo o empleo. De la misma forma considerando que las personas siempre tendrán el afán de satisfacer sus necesidades alimentación y esparcimiento, se entregara productos y servicios cargados de valor que contribuyan a la satisfacción plena de dichas necesidades. “Es importante resaltar que el emprendimiento formal contribuye significativamente al desarrollo socioeconómico de un territorio por su capacidad para crecer y generar empleo” (Lozano & et al, 2017, pág. 60) .

CONCLUSIONES

A través del estudio exploratorio se determinó que existe una demanda insatisfecha del 97,49%, porque los establecimientos de alimentos y bebidas que se encuentran en la Ciudad de Babahoyo, son muy tradicionales y tienen deficiencias en sus productos, servicio y ambiente.

También se detectó la oportunidad para establecer un restaurante bar y posteriormente se realizó el estudio de campo donde a través del cuestionario de análisis de mercado se pudo saber que el nuevo establecimiento propuesto es aceptado por el 88% de los encuestados.

Por lo tanto el Restobar “BORA BORA” es una nueva opción con un concepto innovador y calidad en sus productos y servicios. Que evidencia una factibilidad financiera, técnica, operativa, ambiental y social, altamente aceptables.

RECOMENDACIONES

En base a los resultados factibles, es una gran oportunidad para la puesta en marcha del Restobar “BORA BORA”, por lo que se recomienda continuar el proceso de consolidación del emprendimiento.

Bibliografía

- Quito ambiente*. (16 de 11 de 2007). Recuperado el 15 de enero de 2018, de www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/.../15-marco-normativo?...bares-y...
- Entrepreneur* . (09 de 11 de 2017). Recuperado el 20 de enero de 2018, de <https://www.entrepreneur.com/article/304376>
- Aduriz, e. a. (2005). *Larousse Gastronomique en Español*. España: Larousse.
- Ahumada, E., & Rambal, K. (01 de 11 de 2016). *Universidad Autonoma del Estado de México - Repositorio institucional*. Recuperado el 05 de enero de 2018, de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/64513>
- Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. (2014). *Manual para emprender*. Sevilla: Fundación Pública Andaluza.
- Bembibre, C. (2009). *Definición ABC*. . Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/fruta.php>
- Dessler, G. (2015). *Administración de recursos humanos*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Filion, L. (2011). *Administración de Pymes: Emprender, dirigir y desarrollar empresas*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2016). *Principios de administración financiera*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- López, E. (Enero de 2017). *El servicio de alimentación y su impacto en el desarrollo económico - turístico del cantón Pallatanga Provincia de Chimborazo*. Recuperado el 15 de Enero de 2018, de

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26483/1/Eduardo%20Jos%C3%A9%20L%C3%B3pez%20Guti%C3%A9rrez180463644-5..pdf>

Lozano, L., & et al. (2017). La responsabilidad social del emprendimiento informal y su impacto en el medio ambiente. *Pro Sciences: Revista de producción, ciencias e investigación*, 55-74.

Morfin Herrera, M. (2004). *Administración de comedor y bar*. México: Trillas.

Moya, M. A. (2012). Demanda. En M. A. Moya, *Fundamento de Economía* (pág. 57). México: Marisol Simón.

Segura, C. (01 de 11 de 2016). *Repositorio Institucional - UNiversidad Autónoma del Estado de México*.

Recuperado el 25 de 01 de 2018, de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/64513>

ANEXOS

Cuestionario de la encuesta

UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION FINANZAS E INFORMATICA
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

El presente instrumento tiene como finalidad, obtener informacion para la implementacion de un RESTO-BAR "BORA BORA" en la Ciudad de Babahoyo.

ENCUESTA

1. Visita usted restaurantes ?

SI NO

2. Visita usted bares ?

SI NO

3. Por lo general como te enteras de nuevos restaurantes/Bares?

Periodicos
 Redes Sociales
 Recomendación
 Otro(especifique)

4. Cuántas veces a la semana asistes a un restaurante/Bar?

Una vez por semana
 Dos veces a la semana
 Tres veces a la semana
 Más de tres veces a la semana

5. Acostumbra a comer cuando visita un Bar?

SI NO

6. Cuales son las razones por las que visistas un restaurante/Bar?

Buen servicio
 Ambiente
 Buena comida/bebida
 Precio
 Localización

7. Le gustaria que se implemente en la ciudad de Babahoyo un negocio que le brinde el servicio de restaurante y bar(Restobar), incorporando las razones antes mencionadas?

SI NO

8. Le gustaria disfrutar de musica en vivo en el Restobar?

SI NO

9. Le agradaria que se oferte cerveza artesanal alemana en el Restobar?

SI NO

10. Esta usted de acuerdo en que el Restobar implemente un Sitio Web para dar a conocer sus productos, servicios y promociones?

Muy de acuerdo
 Algo de acuerdo
 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 Algo en desacuerdo
 Muy en desacuerdo

Investigando datos de proveedor de cerveza artesanal Cherusker.



Barriles cerveza artesanal.



Sistema dispensador de cerveza artesanal de 5 canillas.

