



**Carrera de Administración para Economía Popular y Solidaria,
Micros y Pequeñas Empresas**

Título:

**Modelo de negocios CANVAS para la creación de Aldaya Bar
cantón Pedro Vicente Maldonado**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnóloga
en Administración para Economía Popular y Solidaria, Micros y
Pequeñas Empresas**

Autor:

Ochoa Ubilla, Dayana Pricila

Tutor:

Jiménez Durán, Blanca Alexandra

Puerto Quito, Marzo, 2023

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Por medio de la presente:

Yo, Ochoa Ubilla Dayana Pricila con cédula de identidad 1727108712, en calidad de egresado de la Carrera en Administración para Economía Popular y Solidaria promoción 1.0 (4) TSEPS 1, declaro que toda la información incluida en este Trabajo de Titulación, como requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo en Administración para Economía Popular y Solidaria es producto de mi investigación, esfuerzo personal y responsabilidad legal, afirmo que cualquier material utilizado como fuente ha sido debidamente citados y referenciado de acuerdo a las normas establecidas por la institución.

Puerto Quito, 10 de Marzo del 2023

Atentamente,

Ochoa Ubilla Dayana Pricila

1727108712

Firma del estudiante

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto:

Modelo de negocios CANVAS para la creación de Aldaya Bar cantón Pedro Vicente Maldonado presentado por la Srta Dayana Pricila Ochoa Ubilla para optar por el Título de Tecnólogo en Administración para Economía Popular y Solidaria, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Puerto Quito a los 10 días del mes de Marzo del 2023

FIRMA TUTOR

No. C.C. 0500741723

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo está dedicado principalmente a Dios, por darme salud, vida energía y sabiduría, además de ser mi gran inspiración para llevar a cabo uno de mis deseos más anhelados, que hoy se encuentra en su etapa final.

A mis padres porque sin su amor, cariño, paciencia y tiempo, esta realidad no hubiese sido posible, gracias por inculcarme valores y principios, por enseñarme que las cosas se hacen con esfuerzo, pasión y ternura.

Finalmente, a mis hermanos por su apoyo incondicional, quiénes me han transmitido una lluvia de emociones; sobre todo felicidad porque sé que nunca estuve sola y menos durante este proceso.

Dayana Ochoa Ubilla

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que fueron parte de este proceso, a los docentes quiénes me transmitieron conocimientos para poder elaborar de manera correcta esta investigación.

Al Instituto Universitario Pichincha, por abrirme sus puertas y permitirme ser parte de esta gran familia, quiénes se esfuerzan por llevar un mensaje a cada estudiante e inculcarles una misión y visión de vida.

A mi familia y amigos, por estar en cada uno de los momentos más importantes de mi vida.

Dayana Ochoa Ubilla

CONTENIDO

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	i
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
IDEA A DEFENDER	15
JUSTIFICACIÓN.....	16
OBJETIVO GENERAL.....	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
CAPÍTULO I	18
MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL	18
ANTECEDENTES.....	18
<i>Aplicación de Modelo Negocio Canvas a bares</i>	18
MARCO TEÓRICO	19

<i>Modelo de negocios</i>	19
<i>Modelo CANVAS</i>	19
<i>Creador</i>	20
<i>¿Para qué sirve el modelo CANVAS?</i>	20
<i>Beneficios del modelo CANVAS</i>	20
<i>Bar</i>	21
<i>Tipos de Bares</i>	21
<i>Bar temático</i>	21
<i>Bar de tapas</i>	21
<i>Bar Tradicional</i>	21
<i>Bar Café</i>	22
<i>Bar Pub</i>	22
<i>Bar de Vinos</i>	22
<i>Bar Karaoke</i>	22
<i>Bar Cócteles</i>	22
<i>Piano Bar</i>	22
<i>Bares de Apuestas y Máquinas de Juego</i>	22
MARCO LEGAL	23
<i>Registro Único del Contribuyente (RUC)</i>	23
<i>Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos</i>	23
<i>Licencia para actividad económica</i>	23
MARCO CONCEPTUAL	24
<i>Segmentos de Clientes</i>	24
<i>Propuesta de Valor</i>	24
<i>Canales de Distribución</i>	24
<i>Relación con el Cliente</i>	25
<i>Flujos de Ingreso</i>	25
<i>Recursos Claves</i>	25
<i>Actividades Claves</i>	25
<i>Socios Claves</i>	25
<i>Costos</i>	25

CAPÍTULO II.....	26
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	26
DISEÑO METODOLÓGICO	26
<i>Enfoque de Investigación.....</i>	<i>26</i>
<i>Enfoque Cuantitativo y Cualitativo</i>	<i>26</i>
<i>Métodos de investigación</i>	<i>26</i>
<i>Método Deductivo.....</i>	<i>26</i>
<i>Método Inductivo.....</i>	<i>27</i>
<i>Tipo de investigación.....</i>	<i>27</i>
<i>De Campo</i>	<i>27</i>
<i>Nivel de Investigación</i>	<i>27</i>
<i>Exploratorio.....</i>	<i>27</i>
<i>Técnicas de Investigación</i>	<i>27</i>
<i>Encuesta.....</i>	<i>28</i>
<i>Instrumento</i>	<i>28</i>
<i>Cuestionario estructurado.....</i>	<i>28</i>
<i>Unidades de análisis.....</i>	<i>28</i>
<i>Determinación de la Población.....</i>	<i>29</i>
<i>Muestra.....</i>	<i>29</i>
<i>Cálculo de la Muestra</i>	<i>29</i>
<i>Interpretación de resultados</i>	<i>31</i>
CAPÍTULO III	40
DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS PARA LA CREACIÓN DE ALDAYA BAR CANTÓN PEDRO VICENTE MALDONADO.....	40
MODELO DE NEGOCIOS CANVAS	40
<i>Lienzo del modelo de negocio</i>	<i>47</i>
CONCLUSIONES	48
RECOMENDACIONES	49

BIBLIOGRAFÍA 50
ANEXOS..... 54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	29
Tabla 2	31
Tabla 3	32
Tabla 4	33
Tabla 5	34
Tabla 6	35
Tabla 7	36
Tabla 8	37
Tabla 9	38
Tabla 10	42
Tabla 11	43
Tabla 12	43
Tabla 13	44
Tabla 14	44
Tabla 15	45
Tabla 16	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	24
Figura 2	28
Figura 3	31
Figura 4	32
Figura 5	33
Figura 6	34
Figura 7	35
Figura 8	36
Figura 9	37
Figura 10	38
Figura 11	41
Figura 12	41
Figura 13	56
Figura 14	57
Figura 15	57
Figura 16	58
Figura 17	58
Figura 18	59
Figura 19	59

RESUMEN

El siguiente proyecto tiene por tema: “Modelo de Negocios Canvas para la creación de Aldaya Bar cantón Pedro Vicente Maldonado”.

Este trabajo investigativo se enfoca en la realización de implementar un modelo con la metodología canvas, que ayude a la viabilidad de poder crear un nuevo bar en la zona pedro vicentina. Su objetivo es acaparar un público potencial que buscan una experiencia social, relajada; así como también la oferta de bebidas, alimentos variados que sean de alta calidad y agrado del cliente. Para establecer una propuesta de valor única ofrecerá promociones especiales, como también priorizar la atención como uno de los elementos claves para la fidelización de los clientes habituales.

Para un manejo exitoso del negocio, se demanda una planificación adecuada en el que garantice la viabilidad a largo plazo del negocio, para ello Canvas al ser una herramienta esencial, permitirá visualizar los factores claves, establecer estrategias previo a la conformación del establecimiento.

La elaboración de un diagnóstico situacional es esencial para conocer los clientes altamente potenciales ante la nueva propuesta, en la que se determina la acogida, reacción, necesidades, preferencias, oportunidades, desafíos. La información recopilada del estudio presente ayudará con la toma de decisiones elementales para el desarrollo del mismo.

En la realización de este proyecto, cabe mencionar que se divide en tres capítulos como son los siguientes: el I capítulo establece la fundamentación teórica, en el II se habla de la metodología de investigación y en el III da referencia a la implementación del modelo Canvas en el desarrollo del negocio.

Palabras Claves: Modelo de negocios Canvas, bar, factores claves, establecimiento, clientes, viabilidad.

ABSTRACT

The following project has as its theme: "Canvas Business Model for the creation of Aldaya Bar canton Pedro Vicente Maldonado".

This investigative work focuses on implementing a model with the canvas methodology, which helps the feasibility of creating a new bar in the Pedro Vicentina area. Its objective is to capture a potential audience that is looking for a social, relaxed experience; as well as the offer of drinks, varied foods that are of high quality and to the customer's liking. To establish a unique value proposition, it will offer special promotions, as well as prioritizing customer service as one of the key elements for the loyalty of regular customers.

For successful business management, adequate planning is required to ensure the long-term viability of the business, for which Canvas is an essential tool, it will allow you to visualize the key factors, establish strategies prior to the establishment of the establishment.

The elaboration of a situational diagnosis is essential to know the highly potential clients before the new proposal, in which the reception, reaction, needs, preferences, opportunities, challenges are determined. The information collected from the present study will help with making elementary decisions for its development.

In carrying out this project, it is worth mentioning that it is divided into three chapters such as the following: chapter I establishes the theoretical foundation, chapter II talks about the research methodology and chapter III refers to the implementation of the Canvas model. in business development.

Keywords: Canvas business model, bar, key factors, establishment, clients, viability.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo el desarrollo de un modelo de negocios CANVAS para la creación de Bar Aldaya en el cantón Pedro Vicente Maldonado. En los últimos años, los centros de diversión nocturna se encuentran en constante evolución y crecimiento esto hace que la creciente demanda de este tipo de servicios y la diversificación sean una opción cada vez más popular entre los consumidores. Por otra parte, este tipo de establecimiento como los bares, son importantes en el sector económico, sector turístico; ya que, proporcionan empleo a muchas personas de la industria, a su vez, atraen visitantes locales, regionales inclusive hasta extranjeros.

Según (Torres, 2013) dice que:

Dentro del sector turístico, el subsector más representativo es aquel relacionado con los hoteles, bares y restaurantes, el cual abarca aproximadamente el 80% del total de los establecimientos registrados en el MINTUR; por lo cual es sustancial analizar la importancia del subsector dentro de la economía del país durante la última década en función a sus principales variables; empleo, inversión y producción. (pág. 11)

La creación de Bar Aldaya en Pedro Vicente Maldonado se enfocará en ofrecer una amplia variedad de bebidas y platos ligeros, así como también la diversidad de salas de entretenimiento con tecnología vanguardista en un ambiente acogedor y con un servicio de calidad, aquella alternativa que diferenciará de la competencia de mercado.

Este proyecto busca contribuir al desarrollo de un negocio sólido y viable en el cantón Pedro Vicente Maldonado, para ello, se utilizará la metodología Canvas; ya que, es una herramienta visual que nos permitirá diseñar, planificar de manera estructurada. Este cuenta con nueve bloques en su lienzo tales como: propuesta de valor, segmentos de clientes, canales, fuentes de ingreso, recursos claves, actividades claves, socios claves, estructura de costos y flujo de efectivo. De esta manera nos facilitará realizar un análisis de viabilidad para la toma de decisiones y con ello cumplir los objetivos planteados.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Latinoamérica los centros de diversión nocturnos en especial los bares, han sido de gran acogida por ser una forma popular de entretenimiento y recreación del ocio. En el Ecuador estos tipos de establecimientos modernos se popularizaron a partir del siglo XX, con la llegada del turismo y la creciente economía. A medida que la economía crece, también lo ha hecho la demanda de lugares de entretenimiento, es por ello, que estos lugares se encuentran en constante competencia promoviendo y aportando al sector turístico y económico del país.

Los bares han sido y son parte importante dentro del cantón Pedro Vicente Maldonado; ya que, estos contribuyen al empleo y crecimiento económico del área. No obstante, durante la pandemia muchos de estos tipos de establecimientos se han visto forzados a cerrar o a disminuir su capacidad, lo que ha perjudicado significativamente pérdidas económicas a los propietarios y empleados; además de esto, la falta un modelo de negocio sólido, hace que muchos bares sean vulnerables ante las situaciones de crisis económicas y restricciones sanitarias.

Según Osterwalder, A (2010) dice que:

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 (p. 19)

Bajo estas premisas descritas se ostenta la siguiente pregunta:

¿Cuán beneficioso es aplicar el Modelo de negocios Canvas para garantizar la viabilidad de la creación de Bar Aldaya en Pedro Vicente Maldonado, tomando en cuenta las características del mercado y la competencia en la zona?

IDEA A DEFENDER

El beneficio de aplicar el modelo de negocios CANVAS es garantizar la viabilidad de la creación de Bar Aldaya en Pedro Vicente Maldonado, a través del uso de esta metodología se podrá identificar el público objetivo; en el que se adaptará los productos, servicios a sus necesidades y preferencias. Además, se conseguirá analizar la competencia existente y obtener más ventajas sobre estas. El CANVAS también nos ayudará a diseñar una estrategia de ingresos, como también determinar los recursos necesarios; el cual nos permitirá tener una visión holística del negocio.

JUSTIFICACIÓN

El cantón Pedro Vicente Maldonado es una zona con gran potencial turístico y comercial, es por ello que la apertura de un nuevo negocio en esta zona sería altamente beneficiosa para el crecimiento económico. Aldaya Bar sería una propuesta acogedora por los consumidores, puesto que esta buscaría diferenciarse de la competencia, utilizando la tecnología de vanguardia y servicio de calidad dejándole al cliente una sensación agradable mediante la experiencia.

La creación de este tipo de establecimientos ayudaría con la socialización de personas, esto beneficiaría a mejorar la interacción social y cohesión que ciertos individuos suelen tener. Por lo tanto, se mantendría activas mentalmente, hecho que no correrían con el riesgo de un aislamiento social.

Aldaya Bar, además, de querer ser un centro de entretenimiento y recreación de ocio, también buscaría ser una fuente de empleo directa e indirectamente para la comunidad pedro vicentina; ya que, contaría con una variedad de proveedores, esto hace que contribuya al crecimiento de otras empresas en la zona, aportando al desarrollo económico. De esta manera surgirían más plazas u oportunidades de trabajo para cubrir un porcentaje de la población desempleada.

Por otra parte, se buscaría emplear un modelo de negocios sólido, para asegurar el éxito de la compañía, debido a que muchos lugares no ostentan una planificación, esto hace que los emprendimientos fracasen y no cumplan con los objetivos establecidos a corto, mediano y largo plazo. Es por ello, que surge la necesidad de implementar el modelo CANVAS, visto que es una herramienta sencilla y eficaz para identificar estrategias e información clave con el fin de obtener viabilidad a la hora de iniciar el proyecto.

Todos estos aspectos expuestos dan indicios de que es concebible crear Aldaya Bar. No obstante, es imprescindible realizar un estudio de mercado, investigaciones de modo que nos orienten y despeje inquietudes al respecto.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de negocio; mediante la metodología CANVAS, para la creación de Bar Aldaya en el cantón Pedro Vicente Maldonado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

*Consultar información bibliográfica relacionada con la implementación de modelos de negocios canvas referente a la creación de establecimientos como bares, mediante fuentes confiables.

*Realizar un diagnóstico situacional, identificando el grado de aceptación que tendrá la creación de Bar Aldaya en el cantón Pedro Vicente Maldonado, en la que se utilizará la encuesta como técnica de recopilación de datos.

*Desarrollar cada uno de los nueve elementos que contemplan el modelo CANVAS, para la visualización de viabilidad y factibilidad del diseño empleado para el Bar Aldaya en el cantón Pedro Vicente Maldonado.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

ANTECEDENTES

El presente trabajo investigativo tiene por objeto la creación del giro de negocio Aldaya Bar aplicando el modelo Canvas, por lo que se realizó una investigación, y es importante mencionar que ha sido utilizado por una variedad de industrias, además de proyectos investigativos lo que ha demostrado ser una herramienta sencilla y eficaz. Lo cual fueron tomadas para dar comprensión al lector.

Aplicación de Modelo Negocio Canvas a bares

En la Universidad de Guayaquil (Vega & Viejo, 2020) se realizó una investigación sobre la implementación de la metodología Canvas para el diseño de un Bar Karaoke personalizado en la parroquia de Tarqui, donde se enfocaría los 9 módulos del lienzo Canvas identificando los factores, riesgos y oportunidades.

Universidad Católica Santiago de Guayaquil (Cabrera & Román, 2016) se realizó un estudio de investigación sobre la aplicación del modelo de negocios Canvas con enfoque al desarrollo de conocimientos claves de estrategias y planes estratégicos para un bar restaurante.

MARCO TEÓRICO

Modelo de negocios

“Un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio” (Amit & Zott, 2001 citado en Ricart, 2009.p 14).

Por otra parte Llorens,G (2010) dice que:

Un modelo de negocios es una representación de la lógica del negocio. Describe lo que una empresa ofrece a sus cliente, cómo llega a ellos, cómo se relaciona con ellos, como interactúa con sus proveedores, empleados y el medio en el cual está inserto, en resumen, es una representación de cómo se organiza la empresa para lograr sus objetivos. (p. 4)

Según Palacios & Duque (2011) establecen que:

El modelo de negocio, se relaciona con la forma en la que un negocio hace dinero, entrega valor a los clientes; hace referencia a la lógica de la compañía, es estático, no reflexivo, no es una descripción de la receta para el cambio y se centra en la oportunidad. (p. 24)

Un modelo de negocios, es dicha herramienta que ayuda de forma visual a identificar con claridad y viabilidad el tipo de emprendimiento que se introducirá en el nicho de mercado.

Modelo CANVAS

Para Osterwalder & Pigneur (2008) citado en Llor & Mora (2021):

El modelo CANVAS es una herramienta para confeccionar modelos de negocio dónde describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor. El proceso del diseño del modelo de negocio es parte de la estrategia de éste, por lo que es de vital importancia conocer en profundidad como opera en la empresa y al mismo tiempo sus fortalezas y debilidades. El modelo CANVAS es una herramienta que debe permitir confeccionar nuestro propio modelo de negocio y ayudar a validar su viabilidad, no solo económica, sino de planteamiento de todos los elementos en el entorno de la empresa o proyecto empresarial. (p. 8)

Por otra parte podemos decir que el modelo canvas permite planificar, visualizar desafíos y oportunidades claves que contiene un negocio, su presentación en forma de

lienzo incluye nueve bloques fundamentales que nos ayudará a desarrollar un plan sólido para alcanzar los objetivos.

Creador

El creador de Business Model Canvas es Alexander Osterwalder, quien nació en Suiza en 1974, es considerado como uno de los mayores expertos en innovación empresarial.

Osterwalder, A (2004) citado en Sánchez, Vélez, & Araujo (2016) el uso del modelo canvas, ayuda a identificar la información clave, para mejorar la gestión empresarial, pero también se sugiere analizar cómo desarrollar indicadores para supervisar las estrategias del Canvas. Este modelo es basado en Learn- Startup, el cual busca centrarse en promover nuevas formas de generar valor al consumidor, a través de la validación del aprendizaje.

¿Para qué sirve el modelo CANVAS?

Al hablar de canvas como modelo de negocio nos referimos a la representación gráfica visual de manera simplificada, aquella que servirá como ayuda con la viabilidad y factibilidad para sobresalir en el mercado empresarial, ésta es una etapa previa antes de ejecutar un emprendimiento.

Para Alonso, M (2022) el modelo Canvas ayuda a diseñar en un lienzo estrategias claras y concisas que permite que la empresa pueda iniciarse con mayor dinamismo.

Beneficios del modelo CANVAS

El modelo canvas es favorable para la construcción de un negocio sólido, ya que esta herramienta permite obtener información clave; además promueve el trabajo en equipo, generando estrategias para el lienzo que se representará de forma visual en una sola página.

En palabras de Broitman, P (2019) dice que:

El modelo Canvas es muy útil como apoyo para la gestión, para pensar en el futuro y proyectarse a corto y mediano plazo. Tiene los beneficios de ser visual, bajo costo y colaborativa. Además, proporciona un lenguaje común para describir, visualizar y también adaptar modelos de negocio en un solo cuadro.

Bar

Es un tipo de establecimiento comercial, dónde se ofrecen bebidas alcohólicas y comidas ligeras, por lo general estos lugares son frecuentados con objeto de ocio, socializar, relajarse mientras consumen el producto y el servicio que se ofrecen.

“La acepción más habitual del término alude al comercio donde se sirven bebidas que pueden tomarse en una barra, ya sea de pie o en banquetas altas” (Pérez & Gardey, 2021).

Por otra parte la definición de (Ministerio del Turismo, 2018) dice que:

Bar: Establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocaditos, picadas, sándwich, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o mostrador donde se servirán las bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. (p. 8)

Tipos de Bares

Los bares suelen ser lugares con un fin específico como: reuniones, socializaciones, etc. Es por ello, que podemos encontrar algunos tipos de bares más populares como los que se expondrán a continuación:

Bar temático

Está orientado a una decoración específica y lo refleja en los menús, música, eventos.

Bar de tapas

Estos tipos de bares son comunes en España, por lo general sirven comida variada desde lo tradicional hasta innovaciones, las porciones suelen ser muy pequeñas y a esto se le conoce como “tapas”. “Este tipo de bares tiene gran demanda entre los turistas, en este sentido los bares de tapas son incluso el motivo por el cual gran parte de los turistas deciden visitar ciertas ciudades” (Cascante, J, 2020, p. 31).

Bar Tradicional

Son aquellos bares que mantienen la decoración de estos hace varias décadas y se mantienen clásicos. Estos son conocidos por su ambiente acogedor y relajado.

Bar Café

Establecimientos especializados en la venta de café, estos ofrecen una amplia variedad de tipos de bebidas que contengan cafeína, además de brindar postres, bocadillos. Son lugares modernos y elegantes.

Bar Pub

Es un tipo de bar tradicional originario en Inglaterra, su especialidad es la cerveza, por ello contienen variedades de las mismas en barriles. El objetivo de este es disfrutar de las bebidas alcohólicas.

Bar de Vinos

Se especializan en la degustación de vinos, por lo general tienen un ambiente sofisticado y elegante. Estos suelen ser escogidos para citas o reuniones importantes.

Bar Karaoke

Establecimiento en el que los clientes pueden disfrutar de la música y cantar canciones que serán proyectadas las letras en pantallas grandes, estos tipos de bares suelen ser animados y divertidos.

Bar Cócteles

Se especializan en la creación de cócteles, tienen una amplia variedad de bebidas alcohólicas, por lo general estos lugares son atendidos por bartenders son aquellos expertos en la preparación de las mismas, el cual puede personalizarlas.

Piano Bar

Es un tipo de establecimiento que ofrece música en vivo y son interpretados por instrumentos en especial el piano. El piano bar contiene un ambiente relajado.

Bares de Apuestas y Máquinas de Juego

Son establecimientos en los que se ofrecen actividades de juego y apuestas, tales como: máquinas tragamonedas, juegos de mesa, entre otros. Estos bares suelen ser ideales para disfrutar con amigos, ya que es un ambiente animado.

MARCO LEGAL

Para la constitución de Aldaya Bar en el cantón Pedro Vicente Maldonado se debe tomar en cuenta varios aspectos legales, que serán imprescindibles para operar y dar apertura al negocio.

Registro Único del Contribuyente (RUC)

En el Artículo 3 de Ley de Registro Único de Contribuyentes (2016) se establece que toda persona natural, jurídica que ostente o inicie procesos de actividades económicas dentro del país, están sujetas y obligadas a inscribirse por una sola vez en el RUC, además de pagar tributación en el Ecuador.

Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

En el artículo 26 numeración 7 de Ley de Defensa contra incendios (2018) establece que “los dueños o los empresarios de espectáculos que funcionen sin el correspondiente permiso de la Jefatura de Bomberos” (p. 5). Estos serán castigados con una multa tres salarios mínimos y hasta 30 días de cárcel

En el Artículo 1 de Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios (2008) establece que toda edificación que esté por construirse o remodelarse y su actividad gira en torno al comercio, educación, alojamiento, presentación de servicios, entre otras. Están obligadas a cumplir las resoluciones contempladas bajo el reglamento presente.

Licencia para actividad económica

En los Art. 547 y 548 de COOTAD (2015) en donde nos expresa lo siguiente:

“Para ejercer una actividad comercial, industrial o financiera, se deberá obtener una patente anual, previa inscripción en el registro que mantendrá, para estos efectos, cada municipalidad” como también “están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior, las personas naturales, jurídicas” (p. 218). Las municipalidades tienen la responsabilidad de otorgar las licencias de actividades comerciales o también conocidas como patentes, de esta manera se asegura que los establecimientos cumplen con los requisitos legales y normas de seguridad.

MARCO CONCEPTUAL

Figura 1

Lienzo Canvas



Fuente: (Fainberg, s.f.)

Segmentos de Clientes

Es el aquel que identifica los clientes (segmento de mercado) en que la empresa se enfocará. “Una empresa atiende a uno o varios segmentos del mercado. Se debe segmentar para conocer el nicho y oportunidades del negocio” (Osterwalder & Pigneur, 2010 citado en Lozano et al, 2019 p. 93)

Propuesta de Valor

Se define el tipo de producto o servicios y como se diferenciará de la competencia.

“La Propuesta de Valor es el factor que determina que un cliente se decida por nuestra empresa o por otra; su objetivo es solucionarle un problema o satisfacerle una necesidad” (Sonderegger, 2020, p. 8).

Canales de Distribución

En este segmento se describe como la empresa se comunica y llega a su grupo objetivo de mercado, en la que ofrecerá una oferta diferenciada. “Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la organización y los clientes” (Sonderegger, 2020, p. 8).

Relación con el Cliente

Se refiere a la interacción entre los clientes y la empresa como se relacionan entre ellos, en este segmento se busca estrategias para adquirir nuevos clientes, mantener a los existentes y mejorarla. “Se determina la manera de captar clientes y relacionarse con ellos” (Acosta, R et al, 2015, p.110).

Flujos de Ingreso

En este elemento se describe la monetización del servicio y producto que ofrece el emprendimiento y como se generan los ingresos, básicamente da referencia a la forma en que la empresa obtiene recursos económicos, mediante la venta de sus productos o servicios. Por otra parte Montoya, J; et al (2016) nos dice que los ingresos se “generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor que ofrece la empresa”.

Recursos Claves

Son aquellos activos necesarios en el que un negocio debe definir antes de la ejecución de una propuesta de valor. Bajo referencia Fernández, D (2022) los recursos claves son aquellos que permitirán diseñar una propuesta de valor clara, de esta manera se podrá atender las solicitudes de los diferentes clientes.

Actividades Claves

Es aquellas tareas prioritarias que no pueden prescindir en el negocio.

“Las acciones más importantes que debe realizar una empresa para tener éxito son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, de esta manera llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y generar ingresos” (Sonderegger, 2020, p. 9).

Socios Claves

Son aquellas partes relacionadas que interactúan entre sí y son fundamentales en la empresa, estos pueden ser distribuidores, proveedores, etc. El objetivo de este segmento es identificar como contribuyen con el éxito del negocio a largo plazo.

Costos

Este último segmento es importante, ya que se relaciona directamente con los recursos e ingresos. “Además será una forma de saber cuál es el precio que tendrá que pagar el cliente para adquirir el producto o servicio” (Armas,J; et al, 2017, p. 8).

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

DISEÑO METODOLÓGICO

En el presente trabajo se desarrollará el diagnóstico de mercado, donde se llegará a la conclusión de viabilidad basándonos en la información recolectada, que posteriormente serán analizadas. En este capítulo se dará a conocer la siguiente metodología que se implementará en esta investigación.

Enfoque de Investigación

Enfoque Cuantitativo y Cualitativo

En este proyecto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. Visto que nos ayudará a comprender la información obtenida mediante encuestas; la misma que nos proporcionará reportes cuantificables y cualidades.

“El enfoque cuantitativo (un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio (...) se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones” (Sampieri, R; et al 2014, p. 4). Este enfoque implica utilizar datos cuantificables, tales como: las encuestas, estadísticas que nos permitirá analizar el fenómeno o hecho.

“Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos” (Sampieri, R, 2014, p. 7). Este enfoque permite interpretar datos no cuantificables y analizar el fenómeno estudiado.

Ambos enfoques llevarán a cabo el objetivo al obtener una comprensión más profunda, tanto en experiencia, perspectiva, tendencia, patrones del hecho en cuestión.

Métodos de investigación

Método Deductivo

En base a referencia el método deductivo, busca estrategias de razonamiento, donde parte desde la premisa general hasta el hecho específico. Este enfoque contiene mayores probabilidades de producir conclusiones válidas por lo que es tomado en cuenta para el estudio presente.

Método Inductivo

El razonamiento inductivo nos ayuda con las observaciones en búsqueda de patrones, este cuenta con una lógica inversa al método deductivo, la cual nos ayudará con la cantidad de datos que han sido recopilados, obteniendo una amplia vista panorámica con la información tomada.

Tipo de investigación

De Campo

Se ha determinado la investigación de campo, puesto que es muy esencial en el proyecto de creación “Aldaya Bar”, visto que se utilizará la encuesta, la cual nos permitirá obtener datos precisos de fuente primaria e información importante sobre el mercado, clientes potenciales, tendencias del sector. Además, en base a la aplicación de campo se logrará obtener una vista amplia para la toma de decisiones.

Nivel de Investigación

El nivel de investigación da referencia al conocimiento que ostenta el investigador sobre el hecho que se está indagando, a su vez este puede variar, dependiendo la profundidad del estudio. A sí mismo, cada nivel cuenta con estrategias apropiadas. Por consiguiente; este trabajo investigativo contara con el nivel exploratorio.

Exploratorio

Nos hace referencia a conocer nuevos aspectos de información ya existentes poco estudiadas. Es por ello, que se aplicará el nivel de investigación exploratoria, en el que se realizará en base a un estudio de indagación bibliográfica previo al uso del modelo de negocio Canvas que serán basados a la ideología de Alexander Osterwalder. Así mismo, obtener un la comprensión general, para formular preguntas correlacionadas con la problemática del proyecto.

Técnicas de Investigación

Las técnicas son aquellas herramientas que nos ayudan a recolectar, organizar para después analizar y presentar los datos que han sido compilados. La encuesta será el método adecuado para el presente estudio.

Encuesta

En este proyecto se aplicará la encuesta; ya que, a través de ésta, se recopilará la información mediante preguntas estructuradas en base al proyecto de crear Aldaya Bar, las cuales serán dirigidas a un porcentaje de la población conocida como muestra. El objetivo será la compilación de datos de primera mano, para conocer los clientes potenciales, el interés y la disposición a pagar por los servicios y productos que se ofrecerán.

Instrumento

Cuestionario estructurado

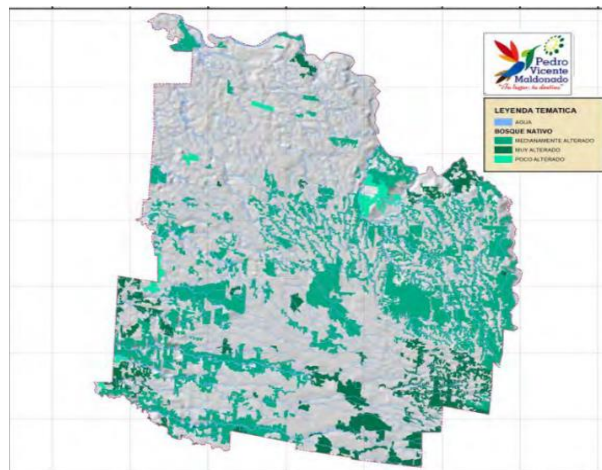
El cuestionario ha sido un instrumento elegible para aplicarlo en este trabajo investigativo, debido a que al ser un conjunto de preguntas preestablecidas de manera claras, precisas y ordenadas, permiten obtener información muy necesaria del estudio en investigación.

Unidades de análisis

En el este proyecto investigativo tendrá como unidad de análisis a la población del Cantón Pedro Vicente Maldonado, en la que se enfocará a un grupo de personas específicas, que cumplan con las características determinadas para ser clientes potenciales, el rango de edad establecido fue de 18 a 50 años.

Figura 2

Mapa del Cantón Pedro Vicente Maldonado



Fuente: (Ambuludí, 2019)

Determinación de la Población

Tabla 1

Determinación de la población

	Datos del INEC
Población	12924 (El 1% respecto a la provincia Pichincha)
Mujeres	6735 (52,11 %)
Hombres	6189 (47,89 %)
PEA	El 43,24% pertenece al PEA

Fuente: Datos del INEC (2010)

Para determinar la población de objeto de estudio se ha utilizado datos del INEC del año 2010, donde el cantón Pedro Vicente Maldonado hay un total de 12924 personas las cuales el 52,11 % son mujeres y 47,89% son hombres.

Muestra

La muestra es una técnica específica que selecciona a un subconjunto de un conjunto universal, en este caso la población total de Pedro Vicente Maldonado, para ello, se ha escogido el muestreo probabilístico, es decir, todas las personas tendrán las mismas posibilidades de ser elegidos para formar parte de la misma.

Cálculo de la Muestra

Se tomará la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{N * Z^2 * PQ}{E^2 (N-1) + Z^2 + PQ}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra (?)

N= Población universal o total (12924)

E= Margen de error (8%)

Z= Nivel de confianza (1.96)

P= Probabilidad del éxito (0.5)

Q= Probabilidad del fracaso (0.5)

$$n = \frac{12924 * (1.96)^2 * (0.5)(0.5)}{(8)^2 (12924-1) + (1.96)^2 + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{12924 * 3.8416 * 0.25}{0.064 * 12923 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{12412.2096}{83.674}$$

$$n = 148.3401$$

Según los resultados obtenidos mediante el cálculo realizado, la encuesta será aplicada a 148 personas en el cantón Pedro Vicente Maldonado.

Interpretación de resultados

1. ¿A usted le gusta disfrutar de centros de diversión tales como bares?

Tabla 2

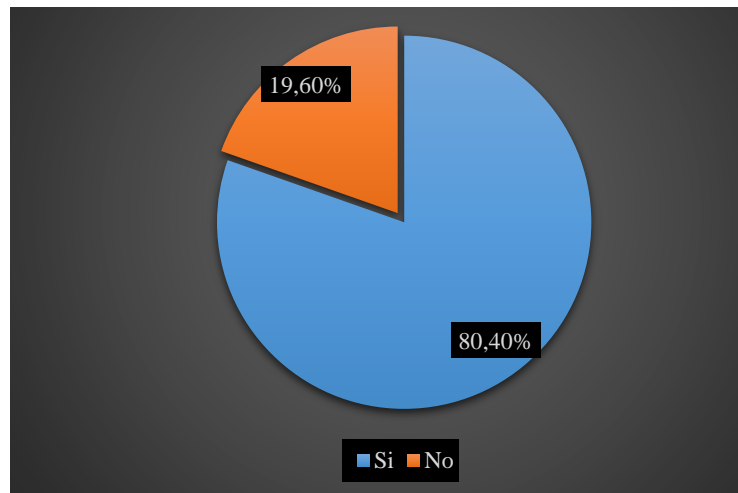
Resultados de tabulación de datos de la pregunta 1

¿A usted le gusta disfrutar de centros de diversión tales como bares?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	119	80,40%
No	29	19,60%
Total	148	100,00%

Fuente: (Ochoa, 2023)

Figura 3

Resultados de tabulación de datos de la pregunta 1



Fuente: (Ochoa, 2023)

Interpretación

Según los resultados obtenidos el 80.4% porcentaje que responde a la cifra de 119 de las personas encuestadas respondió de forma afirmativa, esto es, que sí les gusta disfrutar de centros de entretenimiento tales como son los bares. No obstante, una minoría significativa que corresponde al 19,6% de la muestra indicó que no les gusta o no disfruta de este tipo de lugares.

En cuanto a las personas que respondieron sí, se continuó con la compilación de datos, mientras que las restantes con opción contraria no continuaron con la encuesta.

2. ¿Con qué frecuencia usted asiste o visita algún bar?

Tabla 3

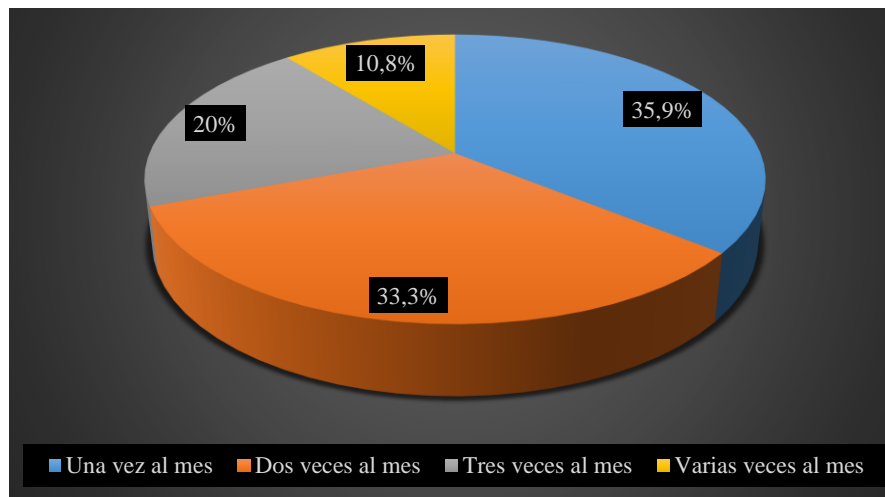
Resultados de tabulación de datos de la pregunta 2

¿Con qué frecuencia usted asiste o visita algún bar?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al mes	42	35,9%
Dos veces al mes	40	33,3%
Tres veces al mes	24	20%
Varias veces al mes	13	10,8%
Total	119	100%

Fuente: (Ochoa, 2023)

Figura 4

Resultados de tabulación de datos de la pregunta 2



Fuente: (Ochoa, 2023)

Interpretación

De acuerdo a los resultados compilados el 35,9% asiste a un bar una vez al mes, y el 33,3% asiste dos veces al mes, es decir una cantidad significativa de los encuestados consideran que este tipo de lugar resulta ser atractivo para el ocio. Por otra parte, el 20% indica que le gusta asistir tres veces al mes, mientras que el 10.8% asiste varias veces al

mes, lo que nos demuestra que para algunos individuos, los bares son un lugar altamente frecuente para el entretenimiento.

3. ¿Cuál es la bebida que usted más ingiere en un bar?

Tabla 4

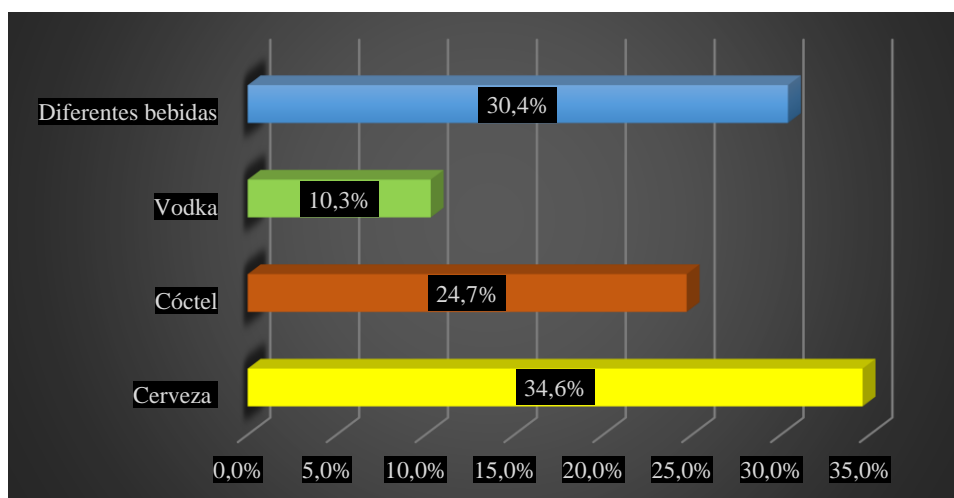
Resultados de tabulación de datos de la pregunta 3

¿Cuál es la bebida que usted más ingiere en un Bar?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Cerveza	39	34,6%
Cóctel	30	24,7%
Vodka	13	10,3%
Diferentes bebidas	37	30,4%
Total	119	100,0%

Fuente: (Ochoa, 2023)

Figura 5

Resultados de tabulación de datos de la pregunta 3



Fuente: (Ochoa, 2023)

Interpretación

En base a los resultados obtenidos, la información recolectada expresa que la cerveza es la bebida popular más consumida por las personas con un porcentaje correspondiente al 34,6%, mientras que con un 30,6% reportaron consumir otros tipos, lo que nos indica que se puede incluir una amplia variedad de bebidas alcohólicas y no

alcohólicas. Por último, los datos expresan cifras de minoría, pero significantes en cuanto al cóctel y vodka, se debe tomar en cuenta, visto que hay una amplia diversidad de opciones y de gustos.

4. ¿Cuál es su concepto o temática favorita para un bar?

Tabla 5

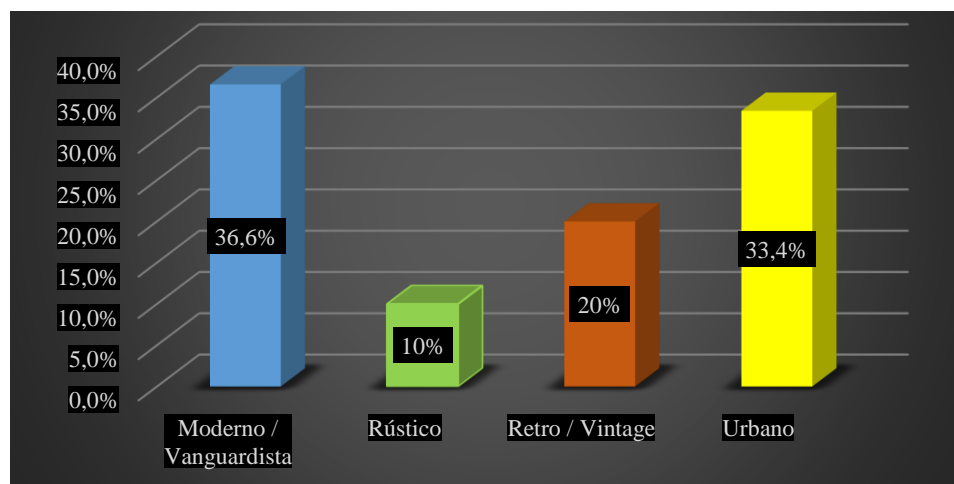
Resultados de tabulación de datos de la pregunta 4

¿Cuál es su concepto o temática favorita para un Bar?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Moderno / Vanguardista	45	36,6%
Rústico	12	10%
Retro / Vintage	24	20%
Urbano	38	33,4%
Total	119	100%

Fuente: (Ochoa, 2023)

Figura 6

Resultados de tabulación de datos de la pregunta 4



Fuente: (Ochoa, 2023)

Interpretación

Los resultados de la encuesta da a conocer que las personas en su mayoría se inclinan a las temáticas de bar moderno/ vanguardista con un porcentaje de 36,6% y el urbano correspondiente al 33,4%, lo que da a conocer una idea clara y significativa en cuanto a la temática que tendrá Bar Aldaya. Por otra parte, también se obtuvo una minoría

de opiniones variadas en conceptos de bares como el rústico con 10% de aceptación y retro/vintage con 20% de aprobación o de interés personal.

5. ¿Qué valora usted cuando visita un bar?

Tabla 6

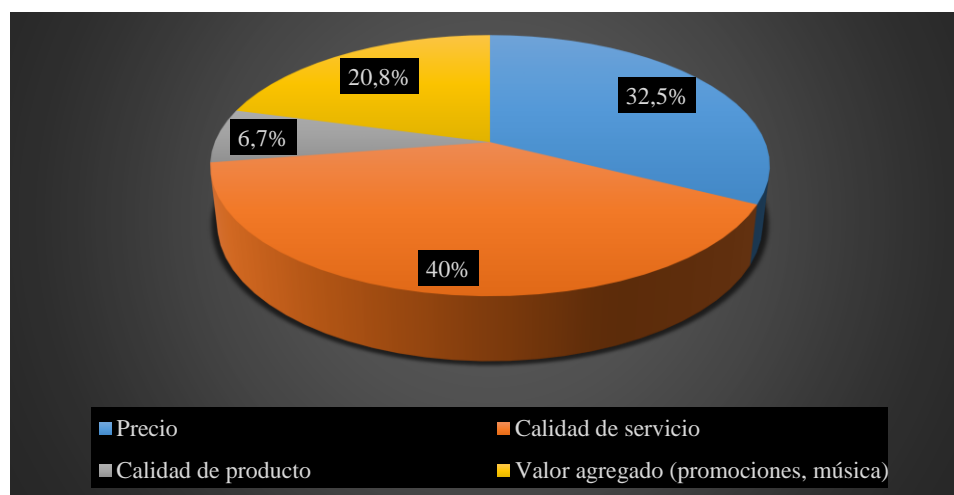
Resultados de tabulación de datos de la pregunta 5

¿Qué valora usted cuando visita un Bar?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Precio	39	32,5%
Calidad de servicio	48	40%
Calidad de producto	8	6,7%
Valor agregado (promociones, música)	24	20,8%
Total	119	100%

Fuente: (Ochoa, 2023)

Figura 7

Resultados de tabulación de datos de la pregunta 5



Fuente: (Ochoa, 2023)

Interpretación

Los resultados obtenidos expresan lo siguiente:

La calidad de servicio es el factor más considerable en tomar en cuenta; ya que, ostenta un 40%, lo que quiere decir, que la atención al cliente es un aspecto relevante para que éste se sienta satisfecho. Por otra parte, el factor precio corresponde al 32,5% de

encuestados, lo cual indica que el consumidor es sensible ante estos, visto que pueden optar por otros proveedores que les proporcione los productos a un valor adecuado o de mercado.

También, se obtuvo una pequeña minoría de respuestas en valor agregado con 6,7% y calidad de producto con 20,8% lo que lleva contemplar, que se debe tomar en cuenta estos aspectos a la hora crear Bar Aldaya.

6. ¿Cuánto usted suele gastar en promedio cuando va a un bar?

Tabla 7

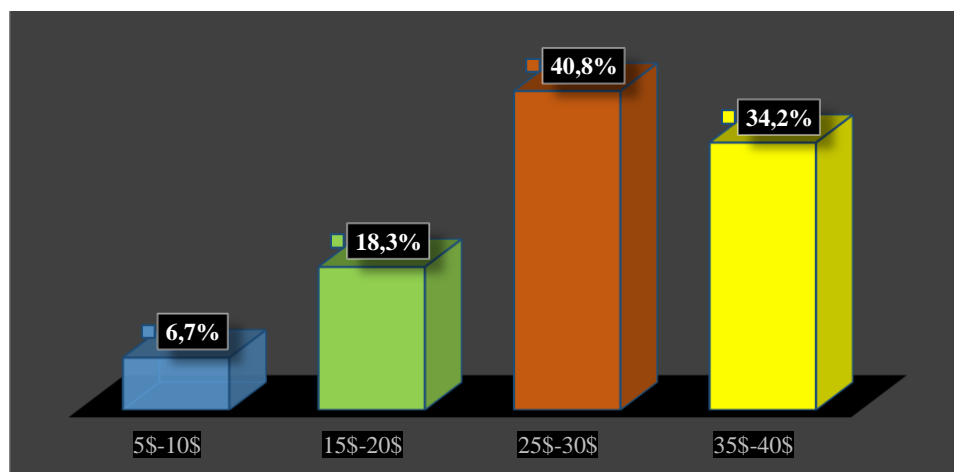
Resultados de tabulación de datos de la pregunta 6

¿Cuánto usted suele gastar en promedio cuando va a un Bar?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
5\$-10\$	8	6,7%
15\$-20\$	22	18,3%
25\$-30\$	48	40,8%
35\$-40\$	41	34,2%
Total	119	100%

Fuente: (Ochoa, 2023)

Figura 8

Resultados de tabulación de datos de la pregunta 6



Fuente: (Ochoa, 2023)

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos, el rango de gasto más usual es entre los 25\$ -30\$ correspondientes a un 40,8%, el segundo rango es de 35\$- 40\$ que representan al 34,2% de los encuestados, el tercer rango de 15\$- 20\$ con un porcentaje de 18,3% y por último el cuarto rango de 5\$- 10\$ presenta con 6,7%. En base a los resultados muestran dos grupos representativos que gastan de 25 a 40 dólares; por otra parte se encuentra un conjunto de individuos minoritarios que expresan un gasto menor. Lo que procede a ser información útil, valida en la creación de Bar Aldaya para comprender mejor las inclinaciones de los consumidores en cuanto al desembolso de dinero a realizar, de esta manera ayuda al ajuste de precio y ofertas.

7. ¿Usted conoce algún Bar que ofrezca otros productos aparte de la venta de bebidas alcohólicas en Pedro Vicente Maldonado?

Tabla 8

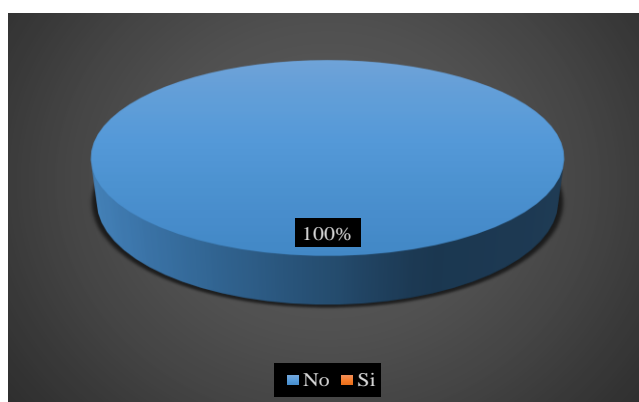
Resultados de tabulación de datos de la pregunta 7

¿Usted conoce algún Bar que ofrezca otros productos aparte de la venta de bebidas alcohólicas en Pedro Vicente Maldonado?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	119	100%
Si	0	0%
Total	119	100%

Fuente: (Ochoa, 2023)

Figura 9

Resultados de tabulación de datos de la pregunta 7



Fuente: (Ochoa, 2023)

Interpretación

En base a los resultados obtenidos el 100% de las personas encuestadas no conocen algún bar que ofrezca productos adicionales a la venta de bebidas alcohólicas en el cantón Pedro Vicente Maldonado, lo que representaría una oportunidad para la creación de Aldaya Bar para atraer a un público más amplio, de manera que aumente la base de clientes potenciales.

8. ¿Le gustaría que existiera en Pedro Vicente Maldonado un Bar donde ofrezca: platillos ligeros, aperitivos, snacks, bebidas alcohólicas y no alcohólicas?

Tabla 9

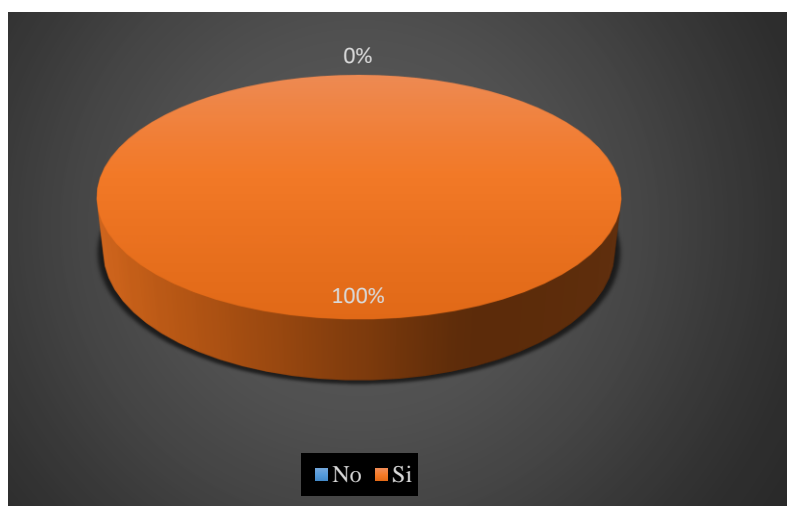
Resultados de tabulación de datos de la pregunta 8

¿Le gustaría que existiera en Pedro Vicente Maldonado un Bar donde ofrezca: platillos ligeros, aperitivos, snacks, bebidas alcohólicas y no alcohólicas?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	119	0%
Si	0	100%
Total	119	100%

Fuente: (Ochoa, 2023)

Figura 10

Resultados de tabulación de datos de la pregunta 8



Fuente: (Ochoa, 2023)

Interpretación

En base a los resultados obtenidos, la cifra correspondiente al 100% está de acuerdo a la apertura de un nuevo bar, en donde se ofrezca variedad de producto y venta de bebidas alcohólicas como no alcohólica, visto que se consideraría nuevo e innovador en la zona de Pedro Vicente Maldonado.

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS PARA LA CREACIÓN DE ALDAYA BAR CANTÓN PEDRO VICENTE MALDONADO

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

1. Segmento de clientes

Personas entre 18 a 50 años de edad, que les guste o sea de su agrado el consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, aperitivos, disfruten de la música, juegos, entretenimiento, e interacción social.

2. Propuesta de Valor

Los beneficios únicos del servicio y productos que se ofrecerá a los clientes potenciales son los siguientes:

- Amplia variedad de bebidas
- Experiencia única lo que incluye: música, juegos de mesa, eventos temáticos. Donde se destacará la interacción social y entretenimiento.
- Ambiente y decoración, dónde se busca obtener una vista panorámica de temática que permita una experiencia visual y ambiental agradable.
- Ingredientes de alta calidad en cuanto a licores y bebidas artesanales.
- Implementación de platillos ligeros, snacks y aperitivos para degustación del cliente.
- Servicio excepcional al cliente con personal altamente capacitado.

3. Canales de Distribución

El proyecto será producto de propagación mediante lo siguientes medios:

- Redes sociales, esto comprende a Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok.
- Sitios Web
- Publicidad local, esto quiere decir, que se utilizará volantes y post.
- Publicidad de boca en boca.

Tabla 10

Precio

Productos	Valor
Cerveza nacional botella 600ml	2,50
Martinini Apple	3,25
Cóctel de Liria	3,50
Cóctel Angel Face	4,00
Cóctel Angel	4,00
Cóctel Americano	3,00
Cóctel Alexandra	3,75
Cóctel Alexander	3,50
Cóctel Alisios de Pasión	4,00
Cerveza artesanal (copa)	1,50
Botella de agua 330ml	0,60
Menú de aperitivos snacks	5,00
Coca- Cola 330ml	2,50
Pepsi 330ml	0,75
Fiora- vanti 300 ml	0,75

Fuente: (Ochoa, 2023)

Promoción

Se busca la fidelización con los clientes, mediante comunicación personalizada, ya sea por teléfonos, celulares y correos. De manera que se brinde información correspondiente a la que haya solicitado el consumidor.

Plaza

Los productos y servicios ofertados, estarán expuestos en un lugar estratégico considerando la accesibilidad del consumidor y cliente.

5. Fuentes de ingreso

Sus principales fuentes de ingreso se obtendrán mediante la venta y comercialización de alimentos y variedad de bebidas. Así, como la realización de eventos temáticos y juegos de mesa.

6. Recursos claves

Lo que se ofrecerá como recursos claves la una infraestructura amplia y sujeta al concepto temático de un bar, además de lo siguiente:

Los insumos de cocina son importantes en la preparación de los platillos y operación del negocio, visto que sería esencial para la degustación, satisfacción, posteriormente haya la retención del cliente. Es por ello, que se reconoce como un recurso relevante para el emprendimiento de Aldaya Bar.

Tabla 11

Insumos de cocina

INSUMOS DE COCINA
Cocina industrial
Estanterías
Refrigeradoras
Mesones para preparar alimentos
Platos, cucharas, cubiertos
Horno

Fuente: (Ochoa, 2023)

Los insumos de equipamiento de barra son relevantes, ya que, es el área dónde se colocará, ofrecerá los catálogos de las bebidas y se registra las ventas de las mismas.

Tabla 12

Insumos de equipamiento de barra

INSUMOS DE EQUIPAMIENTO DE BARRA
Área de caja registradora
Estante especiales para colocar las botellas
Jarras, Copas, Vasos
Mostrador
Taburetes
Máquina de hielo

Fuente: (Ochoa, 2023)

Los insumos de equipamiento mobiliario son relevantes, ya que se añade a la infraestructura y decoración de Aldaya Bar en el que se presentará un ambiente temático y atractivo para el público.

Tabla 13

Insumos de equipamiento mobiliario

INSUMOS DE EQUIPAMIENTO MOBILIARIO
Mesas
Sillas
Equipos de Iluminación
Elementos decorativos

Fuente: (Ochoa, 2023)

Los insumos de equipamiento tecnológico son recursos claves, visto que Aldaya Bar presentará este factor diferenciador dentro de la competencia.

Tabla 14

Insumos de equipamiento tecnológico

INSUMOS DE EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO
Proyector
Pantalla
Computadora
Juegos de mesas (entretenimiento)

Fuente: (Ochoa, 2023)

7. Actividades claves

- Estudio de mercado: antes del desarrollo de Aldaya Bar se dispone hacer una investigación para determinar la demanda y acogida de los productos y servicios que se ofertarán.
- Selección del lugar: se ubica en un lugar con facilidad en accesibilidad.
- Diseño y temática: realizar una temática llamativa a la vista experimental del cliente.
- Obtención de permisos para funcionamiento: otorgamiento de licencias para la operación legalmente del establecimiento por medio de regulaciones gubernamentales.
- Compra de suministros y equipamiento: realizar la adquisición de los equipamientos para la preparación de los productos y servicios a ofertar.
- Apertura y operación: el podrá ofrecer su conjunto de productos y servicios a clientes potenciales.

- Establecimiento de precios y marketing: realización donde se ejecuta un ajuste de costos a cada producto y servicio. Además del desarrollo de estrategias publicitarias que ayuden con el aumento de visitas al establecimiento.
- Contratación del personal: reclutación de empleados capacitados para dar una excelente atención al cliente. Así como también la inclusión de cocineros y ayudantes, bartenders, etc.
- Desarrollo del menú: realización de aperitivos, platillos ligeros para la satisfacción y degustación del cliente.
- Venta de bebidas tanto alcohólicas y no alcohólicas.
- Realización de eventos y promociones.

8. Socios Claves

Los productores que proveerán los materiales para el proyecto presente, serán provenientes de la ciudad de Quito. Debido a que el lugar donde se tiene programado el emprendimiento, es decir; Pedro Vicente Maldonado; carece de empresas que ofrezcan los materiales o suministros necesarios para el negocio.

Tabla 15

Socios Claves

Socio	Teléfono	Ubicación	Ciudad
Distribuidora licores del Ecuador	099 783 1689	Av. 6 de Diciembre y Jorge Washington N21-11, diagonal al Banco Guayaquil	Quito
Cervecería Nacional (Pilsener)	(02) 3978600	Av. Francisco de Orellana, Parroquia Cumbaya	Quito
Multilimpio	(02) 249 3737	Av. Mariscal Sucre Oe6-191 y José Miguel Carrión	Quito
Ecuavases	099 573 4673	Av. de La Prensa N48-71	Quito
Termalimex	(02) 227 5912	Av. Rumipamba Oe1-60 y Av. 10 de Agosto	Quito
Arca Continental Ecuador	1800-26-2226	Panamericana Nte. km 12	Quito

Fuente: (Ochoa, 2023)

9. Estructura de Costos

Los gastos asociados al negocio tendrán divisiones en diferentes categorías, tales como: infraestructura, gastos fijos, permisos de funcionamiento anuales, equipos de sonido,

equipos mobiliarios, equipos de cocina, que evaluarán el presupuesto inicial para la inversión.

Tabla 16

Estructura de Costos

Cantidad	Activo	Precio Unitario	Precio Total
	Infraestructura		
1	Remodelación	\$1.000	\$1.000
	Gasto Fijo		
2	Salario	450	900
1	Arriendo	200,00	200,00
	Permisos de funcionamiento		
1	Licencias de funcionabilidad (anuales)	500,00	500,00
	Equipo de sonido y Video		
1	Computadora	500,00	500,00
2	Caja de Sonido	200,00	400,00
10	Luces Led	8,00	80,00
2	Smart TV 52 pul	450,00	900,00
1	Kit de cámaras	300,00	300,00
3	Caja de aire acondicionado	250,00	750,00
1	Proyector	200,00	200,00
	Equipos Mobiliarios		
1	Barra de madera	180,00	180,00
3	Kit de coctelería	30,00	90,00
4	Juegos de mesas y sillas	200,00	800,00
1	Juego de muebles (3)	120,00	120,00
	Equipos de cocina		
3	Juego de Vajillas	12,00	36,00
3	Docena de Cucharas	2,50	7,50
1	Cocina Industrial	350,00	350,00
4	Cuchillos	2,00	8,00
3	Juego de ollas	25,00	75,00
2	Congelador	300,00	600,00
2	Tanques de gas	40,00	80,00
3	Juego de vasos	12,00	36,00
3	Juego de copas	25,00	75,00
2	Tablas de picar	1,50	3,00
3	Jarras	5,00	15,00
2	Licadoras	35,00	70,00
	Total de inversión		8275,5

Fuente: (Ochoa, 2023)

Lienzo del modelo de negocio

Lienzo Canvas				
8. Socios Claves	7. Actividades Claves	2. Propuesta de Valor	4. Relación con los Clientes	1. Segmento de Clientes
<p>Se realizará mediante los siguientes proveedores que cubrirán todas las áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Proveedores de equipos de cocina. * Proveedores de limpieza * Proveedores para coctelería. * Proveedores de envases. * Proveedores de servicio y mantención de equipos tecnológicos. 	<p>Busca establecer todos los procesos que consta en la realización y ejecución del proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Ventas de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. * Desarrollo del menú. * Realización de eventos. * Promociones 	<p>Busca cubrir las necesidades presentes del cantón por medio de: Variedad de productos, servicios y atención de calidad, ambiente - decoración, experiencia única.</p>	<p>Se busca la fidelización con los clientes, mediante comunicación personalizada, ya sea por teléfonos, celulares y correos. De manera que se brinde información correspondiente a la que haya solicitado el consumidor.</p>	<p>Personas entre 18 a 50 años, que les guste o sea de su agrado el consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, aperitivos, disfruten de la música, juegos de entretenimiento, e interacción social; dentro del cantón Pedro Vicente Maldonado.</p>
<p>6. Recursos Claves</p> <p>Infraestructura amplia en la que contiene equipamientos e insumos mobiliarios completos.</p>			<p>3. Canales de Distribución</p> <p>Se realizará mediante las redes sociales como: Facebook, instagram, twitter, tik tok, sitios web.</p>	
<p>9. Estructura de Costos</p>			<p>5. Estructura de ingresos</p>	
<p>El presupuesto evaluado es de \$ 8275.5 que constará por consiguiente: equipos mobiliarios, enseres de cocina, costo de infraestructura, gastos fijos.</p>			<p>El principal ingreso será por medio de la venta de los productos ofertados y servicios, se podrá realizar a través de transferencias y efectivo.</p>	

CONCLUSIONES

- En resumen, se concluye que en base a la recolección de datos mediante la encuesta, el 80,40% de las personas del conjunto muestral en el cantón Pedro Vicente Maldonado, son posibles clientes potenciales. Además, que estas personas respondieron de manera positiva a la acogida del nuevo proyecto Aldaya Bar, donde la octava pregunta formulada en el cuestionario decía lo siguiente: ¿Le gustaría que existiera en Pedro Vicente Maldonado un Bar donde ofrezca: platillos ligeros, aperitivos, snacks, bebidas alcohólicas y no alcohólicas? Los resultados arrojaron el 100% de las afirmaciones correspondientes al sí como respuesta.
- Por consiguiente, el uso de la encuesta permitió, conocer opiniones claves respecto a gustos, preferencias y necesidades del público al que será dirigido, los cuales se deberán tomar en cuenta en el momento en que se ejecute la etapa de operación del emprendimiento. Los resultados obtenidos del estudio de mercado fueron primordial e importantes, ya que se obtuvieron criterios variados y relevantes en la que se pudieron identificar falencias que deberán ser cubiertas, mediante las características diferenciadoras que ostentará Aldaya Bar.
- Para finalizar, se estableció que el uso del modelo de negocios Canvas resulta ser viable para crear Aldaya Bar, puesto que permite clasificar e identificar ideas e ir las plasmando en cada uno de los elementos de manera detallada, y a su vez controlar estas áreas. Visto que, la herramienta es visual y es elaborada en una sola plantilla resulta ser flexible y de adaptación rápida en cualquier etapa del proyecto presente.

RECOMENDACIONES

- Realizar evaluaciones financieras, proyecciones de costos e ingresos realistas, para alcanzar los objetivos deseados. Además, de solicitar financiamiento y asesoramiento para la toma de decisiones confiables y viables.
- Implementar el desarrollo de un plan de marketing sólido, con la finalidad aumentar y fidelizar el público objetivo. La idea primordial es darse a conocer como marca y a su vez, cumplir con los índices de ventas preestablecidos.
- Realizar una evaluación de riesgos que permita anticiparse a situaciones imprevistas, tomando medidas preventivas que minimicen el impacto negativo de estas.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, R., Flores, M., & García, G. (2015). Cómo crear un modelo de negocio: caso Taxiwoman. *Revista Academia & Negocios*, 1 (2), 105-114. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6302635>
- Alonso, M. (12 de octubre de 2022). *asana*. Obtenido de asana: <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>
- Ambuludí, F. (2019). *Gad Municipal Pedro Vicente Maldonado*. Obtenido de Gad Municipal Pedro Vicente Maldonado: <http://pedrovicentemaldonado.gob.ec/index.php/component/phocadownload/category/455-ordenes-del-dia-febrero-2023?Itemid=101>
- Armas, J., Herrera, N., Rangel, Y., Díaz, K., Pianeta, W., & Pérez, E. (2017). *Repositorio de la Universidad Nacional Abierta y Adistancia*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Nacional Abierta y Adistancia: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/17253/Trabajo%20de%20Grado%20Diplomado%20Marketing%20para%20el%20Emprendimiento%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Broitman, P. (8 de Febrero de 2019). *Pontificia Universidad Católica de Chile*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica de Chile: <https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/#:~:text=El%20modelo%20Canvas%20es%20muy%20%20C3%BAtil%20como%20apoyo,adaptar%20modelos%20de%20negocio%20en%20>
- Cabrera, M., & Román, D. (13 de Septiembre de 2016). *Repositorios de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Repositorios de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil: <http://201.159.223.180/bitstream/3317/6787/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-308.pdf>
- Cascante, J. (Abril de 2020). *Repositorio de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49912/1/Estudio%20de%20los%20bare>

- s%20tem%20C3%A1ticos%20existentes%20de%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil%20para%20el%20desarrollo%20de%20un%20bar%20Caribe%20B1o.pdf
COOTAD. (16 de Enero de 2015). *Gob.ec*. Obtenido de Gob.ec:
<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-10/CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf>
- Da Silva, D. (5 de Abril de 2022). *Blog de Zendesk*. Obtenido de Blog de Zendesk:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>
- Fainberg, N. (s.f.). *Platzi*. Obtenido de Platzi: <https://platzi.com/clases/1309-canvas/11946-que-es-la-metodologia-canvas/>
- Fernández, D. (3 de Febrero de 2022). *Blog*. Obtenido de Blog:
<https://josedavidfernandez.com/recursos-clave-modelo-canvas/>
- Ley de Defensa contra incendios. (23 de Octubre de 2018). *Gob.ec*. Obtenido de Gob.ec:
<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2019-11/LEYDEFENSACONTRAINCENDIOS.pdf>
- Ley de Registro Único de Contribuyentes. (20 de Mayo de 2016). *Gob.ec*. Obtenido de Gob.ec:
<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/ley%20del%20ruc.pdf>
- Llorens, G. (Mayo de 2010). *researchgate.net*. Obtenido de researchgate.net:
https://www.researchgate.net/profile/Georgy-Llorens/publication/237074622_PhD_-_Publicacion_Ventaja_Competitiva/links/00b4951b3f04f96044000000/PhD-Publicacion-Ventaja-Competitiva.pdf
- Lloor, J., & Mora, N. (Marzo de 2021). *Repositorio de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/55481/1/ICT-055-2020-T2%20-%20MEMORIA%20FINAL.pdf>
- Lozano, L. e. (2019). EL MODELO DE NEGOCIO: METODOLOGÍA CANVAS COMO INNOVACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EMPRESARIALES. *Revista Ciencia e Investigación*, 4, 87-99. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/786/576>

- Ministerio del Turismo. (05 de Octubre de 2018). *Turismo. gob.ec*. Obtenido de Turismo. gob.ec: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Montoya, J., Hurtado, H., & Silva, A. (2016). *Hemeroteca Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD*. Obtenido de Hemeroteca Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD.: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/1914/2140>
- Osterwalder, A. (2010). *Generación de modelos de negocios* (Tercera edición ed.). Nueva Jersey: Deusto. Obtenido de <https://issuu.com/edicionesdeusto/docs/cap01>
- Palacios, M., & Duque, E. (Mayo de 2011). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Dialnet-ModelosDeNegocio-3776508.pdf>
- Pérez, J., & Gardey, A. (20 de Enero de 2021). *Definición de*. Obtenido de Definición de.: <https://definicion.de/bar/>
- Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios. (2008). *bomberosguayaquil.gob.ec*. Obtenido de bomberosguayaquil.gob.ec: https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/wp-content/uploads/2018/09/REGLAMENTO_DE_PREVENCION_MITIGACION_Y_PROTECCION_CONTRA_INCENDIOS_DEL_MIES.pdf
- Ricart, J. (2009). El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universia Business Review*(23), 12-25. Obtenido de Repositorio de Universia Business Review: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. En R. Sampieri, C. Fernández, & L. Baptista, *Metodología de la investigación* (Sexta Edición ed., págs. 2-21). México: McGraw Hill Education. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58257558/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias.pdf?1548409632=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDefiniciones_de_los_enfoques_cuantitativ.pdf&Expires=167

- Sánchez, J., Vélez, M., & Araujo, P. (Junio de 2016). BALANCED SCORECARD PARA EMPRENDEDORES: DESDE EL MODELO CANVASAL CUADRO DE MANDO INTEGRAL. *redalyc.org UAEM*, XXIV(1), 37-47. Obtenido de redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/909/90943602004.pdf>
- Shalvee, M. (19 de Noviembre de 2021). *Dunia ka Gyan Explore The World*. Obtenido de Dunia ka Gyan Explore The World: <https://duniakagyan.com/what-is-social-networking/>
- Sonderegger, P. (2020). Cómo utilizar el Business Model Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio) para reducir el riesgo. *Revista Abierta de Informática*, 4, 7-16.
- Torres, V. (Octubre de 2013). *Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Recuperado el 16 de Enero de 2023, de Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6863/7.36.001446.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Vega, G., & Viejo, E. (Junio de 2020). *Repositorio de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/50054/1/BINGQ-ISCE-20P35.pdf>

ANEXOS

Modelo de encuesta

El objeto de la encuesta es para el trabajo de titulación: Sobre la creación de un nuevo Bar en Pedro Vicente Maldonado. Su opinión es fundamental para el desarrollo de este proyecto, puesto que ayudará a comprender el grado de aceptación en el mercado. Por favor, conteste las siguientes preguntas:

Sexo:

Edad:

1. ¿A usted le gusta disfrutar de centros de diversión tales como bares?

Si

No

2. ¿Con qué frecuencia usted asiste o visita algún bar?

Una vez al mes

Dos veces al mes

Tres veces al mes

Varias veces al mes

3. ¿Cuál es la bebida que usted más ingiere en un bar?

Cerveza

Cóctel

Vodka

Diferentes bebidas

4. ¿Cuál es su concepto o temática favorita para un bar?

Moderno / Vanguardista

Rústico

Retro

Urbano

5. ¿Qué valora usted cuando visita un bar?

Precio

Calidad de servicio

Calidad de producto

Valor agregado (promociones, música)

6. ¿Cuánto usted suele gastar en promedio cuando va a un bar?

5\$ -10\$

15\$-20\$

25\$- 30\$

35\$- 40\$

7. ¿Usted conoce algún bar que ofrezca otros productos aparte de la venta de bebidas alcohólicas en Pedro Vicente Maldonado?



Si



No

8. ¿Le gustaría que existiera en Pedro Vicente Maldonado un bar donde ofrezca: platillos ligeros, aperitivos, snacks, bebidas alcohólicas y no alcohólicas?



Si



No

Figura 13

Resultados del anti plagio

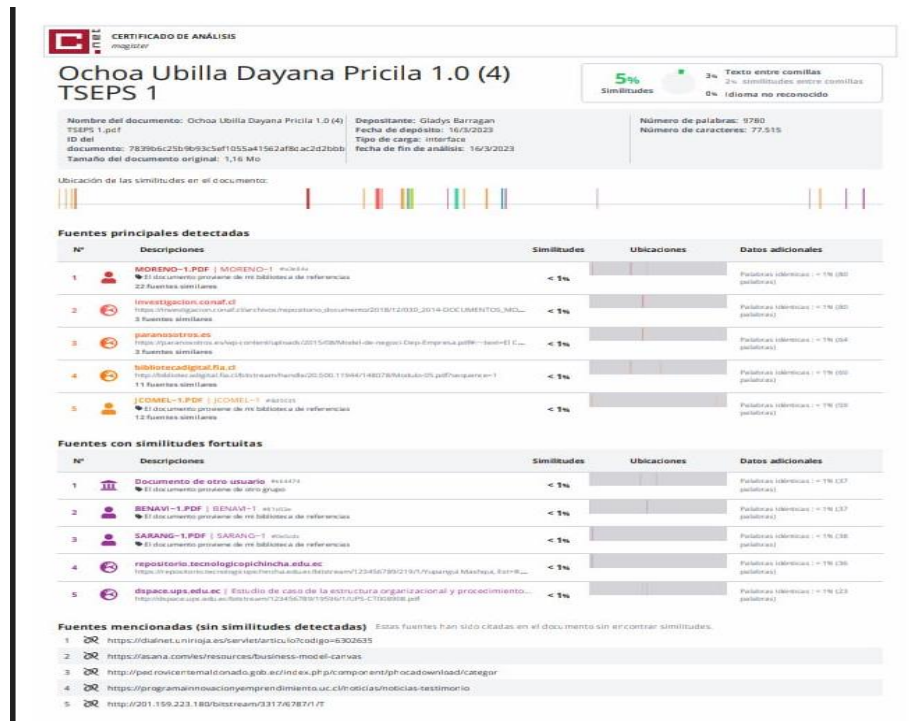


Figura 14

Establecimiento escogido



Figura 15

Interior del establecimiento



Figura 16

Proceso de Remodelación y Diseño



Figura 17

Factura 1

Agroveterinaria y Ferrería San Lucas Cordero Oroscó Tania Carola Coronel Donoso SN y Elías Escobar Coronel Donoso SN y Elías Escobar Teléfono: 0939828246 em@il: corderotania107@hotmail.com Obligado a Llevar Contabilidad : Agente de Retención Resolución No 1 Contribuyente Especial Res. No. NAC-DGERCGC20-000057		RUC : 1717126591001 FACTURA No: 002-002-000069977 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN : 0203202301171712659100120020020000699771234567818 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN : 02/03/2023 16:00:51 Ambiente : Producción Emisión: Normal CLAVE DE ACCESO 0203202301171712659100120020020000699771234567818		
Cliente: OCHOA SALDAÑA EDGAR RUC / CI: 1714928601 Dirección : PEDRO VICENTE MALDONADO		Fecha: 02/03/2023 14:06:		
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
10702	Sikaceram Plus 25kg	3.000 UND S	7.01848	21.06
15157	Cerámica sí luciene blanco 45x45 2.08xcaja	2.080 UND S	7.66446	15.94
Sin Utilización Del Sistema Financiero			Subtotal	37.00
Forma PAGO:			Descuento:	0.00
			Tarifa 0% :	0.00
			Tarifa 12% :	37.00
			IVA 12 % :	4.44
			TOTAL	41.44

Figura 18

Factura 2

Agroveterinaria y Ferreteria San Lucas
Cordero OroSCO Tania Carola
 Coronel Donoso SN y Elias Escobar
 Coronel Donoso SN y Elias Escobar
 Teléfono: 0939828246
 em@il: corderotania107@hotmail.com
 Obligado a LLevar Contabilidad :
 Agente de Retención Resolución No 1
 Contribuyente Especial Res. No. NAC-DGERCGC20-000057

RUC : 1717126591001
 FACTURA No:
 002-002-000069856
 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN :
 0103202301171712659100120020020000698561234567815
 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN :
 01/03/2023 08:00:42
 Ambiente : Producción Emisión: Normal
 CLAVE DE ACCESO
 0103202301171712659100120020020000698561234567815

Cliente: OCHOA SALDAÑA EDGAR Fecha: 01/03/2023 07:42:
 RUC / CI: 1714928601
 Dirección : PEDRO VICENTE MALDONADO

CÓDIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	P.U.	TOTAL	
10702	Sikaceram Plus 25kg	UND S 10.000	6.72607	67.26	
15157	Ceramica sí luciene blanco 45x45 2.08xcaja	UND S 2.080	7.66446	15.94	
Forma PAGO: Sin Utilización Del Sistema Financiero 93.19				Subtotal	83.20
				Descuento:	0.00
				Tarifa 0% :	0.00
				Tarifa 12% :	83.20
				IVA 12 % :	9.98
				TOTAL :	93.19

Figura 19

Factura 3

Agroveterinaria y Ferreteria San Lucas
Cordero OroSCO Tania Carola
 Coronel Donoso SN y Elias Escobar
 Coronel Donoso SN y Elias Escobar
 Teléfono: 0939828246
 em@il: corderotania107@hotmail.com
 Obligado a LLevar Contabilidad :
 Agente de Retención Resolución No 1
 Contribuyente Especial Res. No. NAC-DGERCGC20-000057

RUC : 1717126591001
 FACTURA No:
 002-002-000069724
 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN :
 2702202301171712659100120020020000697241234567815
 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN :
 27/02/2023 12:00:49
 Ambiente : Producción Emisión: Normal
 CLAVE DE ACCESO
 2702202301171712659100120020020000697241234567815

Cliente: OCHOA SALDAÑA EDGAR Fecha: 27/02/2023 11:19:
 RUC / CI: 1714928601
 Dirección : PEDRO VICENTE MALDONADO

CÓDIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	P.U.	TOTAL	
10702	Sikaceram Plus 25kg	UND S 10.000	6.72607	67.26	
15157	Ceramica sí luciene blanco 45x45 2.08xcaja	UND S 58.240	7.66446	446.38	
Forma PAGO: Sin Utilización Del Sistema Financiero 575.28				Subtotal	513.64
				Descuento:	0.00
				Tarifa 0% :	0.00
				Tarifa 12% :	513.64
				IVA 12 % :	61.64
				TOTAL :	575.28