

INTRODUCCIÓN

En este estudio de factibilidad vamos a conocer a fondo el estudio de mercado para la realización de un bar cafetería. A pesar de la gran expansión en Panamá de restaurantes y bares sentimos la necesidad de enfocarnos en un proyecto que cubra las necesidades de toda persona que busca un doble ambiente.

Todos hemos sentido la necesidad de buscar un lugar para poder pasar un rato con nuestros amigos y poder conversar cómodamente en un ambiente agradable ya que en nuestro país este concepto no existe.

Así que por medio, de este estudio podremos saber si nuestra idea es rentable o no y como cumplir con todas las exigencias que involucran la iniciación de un proyecto.

1. Marco Lógico (Marco de Referencia)

- **Planteamiento y Justificación**
- Antecedentes

Durante los últimos años la Avenida Balboa ha tenido un crecimiento de gran magnitud en el comercio panameño comenzando con la construcción del centro de entretenimiento Extreme Planet unido a la cadena internacional de restaurantes Bennigan's, seguido años después por el conocido Hotel Miramar Intercontinental y años mas tarde la colosal infraestructura de Multicentro todas estos comercios cercanos al área bancaria han hecho de la Avenida Balboa el lugar perfecto para estaciones de combustible, inclusive condominios, restaurantes , bares y discotecas; siendo estas ultimas las que mas han prosperado en los últimos años, haciendo de la Avenida Balboa y sus áreas aledañas puntos de reflujo de vida nocturna.

- Planteamiento del problema

Nuestra experiencia de casi 5 años en el negocio de entretenimiento nocturno y nuestro conocimiento en comidas rápidas nos ha llevado a percibir la falta de un lugar donde se combine la vida nocturna con la comida y un buen café con la opción de un ambiente cerrado o al aire libre con el disfrute de la vista hacia la bahía. La carencia de estos lugares en el corazón de Panamá nos ha llevado a la visualización de este problema.

Es notorio la cantidad de bares y restaurantes que existen en la ciudad de Panamá pero ninguno con las características que el nuestro ofrece lo que nos hace únicos en nuestra clase.

- Justificación del proyecto

La justificación de este proyecto la podemos traducir en términos de propósito y también en términos de aporte que pueda brindar. De ahí que, pasaremos a detallar por separado cada uno de esos señalamientos.

Propósito:

La importancia de este proyecto se puede ver en términos del propósito satisfacer la necesidad del público de poder salir a un lugar y disfrutar de una velada al aire libre en compañía de amistades al mismo tiempo que en su interior tener la opción de un bar ambientalizado.

Por otra parte, es importante para nosotros no solo gustar al público sino llegar a ser la primera opción para ellos.

Aporte:

Aparte de los planteamientos hechos en el punto anterior, creemos que este proyecto se justifica en la medida que se convierte en un aporte, que nos deja como opción para empresarios que quieran llevar a cabo sus reuniones en uno de nuestros salones a un precio mas bajo con un servicio de calidad.

- Descripción del proyecto

Un bar – cafetería situado en el corazón del área metropolitana y del área bancaria en una de las vías más transitadas de la ciudad; la Avenida Balboa, ubicado exactamente en lo que se conocía como LA PANGA se levanta AVENUE un bar – cafetería que en su parte frontal se habilita con mesas y toldas con vista a la bahía y utilizando el lote adyacente para estacionamientos. En su parte interior contamos con un bar completo, con licores como whisky, vodka, ron, seco, los famosos shots, tales como tequila, entre otros. También una cocina especializada en comida criolla y mariscos y dos salones de conferencias que se pueden unir al bar formando un gran salón para eventos. Independientemente del publico al que estamos dirigidos y debido a la bendecida ubicación nos encontramos rodeados por un área hotelera inmensa que alberga a millones de turistas que visitan cada año nuestro país, ya que con solo caminar una cuadra tenemos frente a nosotros el Hotel Miramar Intercontinental.

- **Conocimiento del fenómeno de estudio**

- Investigaciones realizadas

–ENCUESTAS O ENTREVISTAS

–COMPETENCIA

–INVERSION

–LOCAL

–LEYES QUE RIGEN

- **Panorama económico del país**

- Evolución macro de la economía

Esto depende mucho del manejo o de las situaciones que se den en el gobierno con el alza de la electricidad y la caja de seguro social ya que esto nos puede afectar a nosotros como consumidores como a los clientes que también lo son aunque no de forma tan directa ya que el publico al que nos dirigimos es clase media – media a clase media – alta.

- Evolución sectorial que atañe al proyecto

Panamá sigue creciendo y el área en el que pretendemos llevar a cabo nuestro proyecto tiene de por si un alto grado de vida nocturna como se puede ver en la calle Uruguay en las noches y en horas de la tarde alto numero de personal de bancos y otros establecimientos aledaños a los que se les puede recibir en el local o enviar su pedido a su oficina.

- **Marco político legal**

- Leyes que se vinculan al proyecto

- Licencia Comercial Tipo B

- Las reformas tributarias, Por el cual se reglamenta la Ley 61 de 26 de diciembre de 2002 . Por el cual

se reglamenta el Impuesto de Transferencia de Bienes Corporales Muebles y la Prestación de Servicios (ITBMS).

- Las reformas Fiscales, ley 6 del 2 febrero 2005.
- Permiso sanitario de Operación al establecimiento; éste tiene una vigencia de un (1) año y se realizan inspecciones mensuales al establecimiento.
- Ley N° 9 del 19 de enero de 1989 (incentivos a la micro y pequeñas empresas del país).
- Licencia de expendio de licores con la corregiduría y junta comunal.
- Control del Tabaco; Esta Ley modifica el numeral 2 del párrafo 6 del artículo 1057-V del Código Fiscal, el artículo 171 de la Ley No. 66 de 10 de noviembre de 1947, adiciona el artículo 249-A al Código Penal y deroga cualquier disposición legal que le sea contraria.
- Municipio de Panamá en su acuerdo No. 136, numeral 6, referente a los negocios dedicados al expendio de bebidas alcohólicas ubicados dentro de la Ciudad de Panamá el cual dice: ..pagarán según sus ventas brutas anuales y de acuerdo con la siguiente tabla:

Ventas brutas anuales (en balboas)

Impuesto Mensual (en balboas)

de mas de..150,000.00

250

de 100,000.01 hasta 150,000.00

225

de 75,000.01 hasta 100,000.00

175

de 50,000.01 hasta 75,000.00

150

de 25,000.01 hasta 50,000.00

125"

- **Objetivos del proyecto**

- Objetivo General

Satisfacer una necesidad general de una población específica que oscila regularmente entre los 18 a 30 años de edad, además de turistas, obteniendo beneficios de lucro de ella, llevándola a cabo con éxito y principalmente recuperando la inversión inicial en un plazo no mayor de seis meses.

- Objetivos específicos

- Demostrar factibilidad en el proyecto, a través de cuadros de costos, inversión y Estados Financieros proyectados.
- Llevarlo a cabo sin mayores contratiempos, en un máximo tiempo de 3 meses.

- Establecer una estrategia de mercado efectiva y accesible.
- Mantenerse en el mercado.

• **Metodologías de la investigación**

- Revisión bibliográfica

Sostuvimos una reunión con antiguos empleadores, los actuales dueños de reconocidos bares y discotecas nocturnas. De ahí no solo conseguimos gran parte de la asesoría necesaria, pero también uno de nuestros inversores.

- Encuestas y/o entrevistas

El objetivo de nuestra encuesta es captar a un mercado de consumidores nuevos para la aceptación de un bar cafetería con calidad de servicio rápido, eficiente y con precios accesibles.

- En que grupos de estas edades e ingresos se encuentra usted.

Edades Ingresos

- 18 – 24 100 – 300
- 25 – 34 300 – 500
- 35 – 44 500 – 700
- 45 – 54 700 – 1000
- 55 – 64 1000 – o más
- 65 o más

- ¿Conoce usted algún tipo de establecimiento que brinde doble ambiente de bar cafetería?

Si____ No____

Si contesta sí, seguir a la pregunta # 2

Si contesta no, porque _____

- Cual es el tipo de establecimiento de vida nocturna que usted frecuenta:

- Bares
- Discotecas
- Cines
- Restaurantes
- Tabernas
- Otros _____

- En cual de estos Corregimientos usted vive:

- Bella Vista
- San Francisco
- Betania
- Otros _____

- En que corregimientos usualmente están los establecimientos que usted frecuenta:

- Bella Vista
 - San Francisco
 - Betania
 - Otros _____
- A la hora de escoger el tipo de entretenimiento nocturno (en pareja, o grupo de amigos) , cuál es el factor mas importante en su decisión
 - Precio
 - Calidad y asistencia en el servicio
 - Comida
 - Horario
 - Cercanía al trabajo
 - Cercanía a su urbanización
 - Otros _____
- En que horario usted asiste a entretenimientos nocturnos
 - Entre 6:00 PM. A 8:00 PM
 - Entre 8:00 PM a 10:00 PM
 - 10:00 PM en adelante
- Cual es el consumo promedio por persona en el establecimiento que usted frecuenta
 - De \$ 5 a menos
 - De \$ 6 a \$ 12
 - De \$ 13 y más
- ¿Qué tiempo estaría dispuesto a esperar nuestro servicio?
 - De 10 a 15 minutos
 - De 16 a 30 minutos
- ¿Con que desearía acompañar sus bebidas? Marque las que se acomoden a su gusto.
 - Búfalo Wings
 - Nachos
 - Ceviche
 - Arañitas
 - Patacones
 - Anillos de cebolla
 - Papas fritas
 - Otros _____

Hoja de evaluación

Bar / Café Avenue

Nos interesa mucho sus sugerencias y comentarios. Deseamos conocer lo que le gusta a nuestra clientela para conservarlo o mejorarlo. Nos interesan también sus quejas y reclamos para modificar o suprimir lo que no les agrade.

Por favor evalúenos

Circule una letra en cada categoría

E = Excelente B = Bueno R = Regular M = Malo

Apariencia del establecimiento E B R M

Orden / Arreglo E B R M

Selección del personal / trato del personal E B R M

Calidad del producto E B R M

Precio del producto E B R M

Servicio de la barra / cantinero E B R M

Meseros E B R M

Evaluación total del establecimiento E B R M

Compare el establecimiento con la competencia E B R M

¿Visitaría de nuevo el establecimiento? Sí _____ No _____

Sugerencias _____

• **Visitas al área del proyecto**

Avenida Balboa, antiguo bar La Panga. Hemos realizado tres visitas. La primera con el fin de determinar el local y hacer una planeación de lo que queríamos versus lo que podíamos, por limitantes como espacio y logística.

La segunda visita fue con el fin de determinar el precio y la entrega del local, además de la ubicación de las áreas, tales como el bar, el restaurante, etc.

La tercera visita fue para determinar la ubicación de la materia prima.

A continuación algunas fotos del local:

• **Estudio de Mercado**

• **Demanda**

• Consumidores y sus características

- Consumidor: son de clase media baja a alta, es decir personas con un ingreso mensual de 500.00 o más (basados en los niveles de consumo por persona en estos niveles de ingreso, el costo promedio por plato es de 2.00 hacia arriba en las bebidas alcohólicas y por plato de entrada 5.00.
- Aproximadamente el 80% provienen de los corregimientos de bella vista 36.84%; San Francisco 22.53% y Betania 19.95%.
- Acompañan con sus bebidas con entradas como Nachos 49.79%, arañitas 37.42% y otros (búfalo wings, papas fritas, anillos de cebolla) 11.40%

- El 74.94 toman bebidas alcohólicas, un 19.08 prefieren bebidas derivadas del café y sodas u otros.
- Tienen una edad que oscila entre los 18 y 55 años.
- Mostrar habladores con las diferentes promociones tiene un 56% de aceptación.
- Un 74.08% no desea esperar más de 15 minutos en ser servidos desde que hacen su pedido.
- Entre los factores de decisión que más influyen en nuestros consumidores, en orden de prioridad tenemos:
 - calidad y asistencia en el servicio,
 - precio,
 - variedad en menús y promociones,
 - cercanía al trabajo.

2.1.1.1 Consumidores Actuales

Residentes del corregimiento de Bella Vista y San Francisco, personas que laboran en el área bancaria.

2.1.1.2 Consumidores Potenciales

Por medio de las estrategias de mercadeo y ventas, serán los consumidores a los que se puedan llegar por medios de promociones, días especiales de 2x1, medios de comunicación como son periódico y radio; personas que se encuentren entre los 18 a 55 años.

2.1.2 Análisis de la demanda

2.1.2.1 Comportamiento

Para determinar la demanda global, tomamos como referencia los ingresos anualizados percibidos por los bares ubicados en el corregimiento de bella vista y san francisco.

- Factores Determinantes de la Demanda
 - Locación
 - Estrategia de ventas
 - Estrategia de mercadeo
 - Calidad de servicio
 - Doble ambiente el cual incluye cafetería y bar lo cual nos permite abarcar y cubrir las necesidades de una mayor variedad de clientela.

2.1.2.3 Distribución Geográfica de la Demanda

Corregimiento de Bella Vista, San Francisco y Betania.

2.1.2.4 Proyección de la Demanda

Según la dirección de estadísticas y censo de la contraloría de la republica, e información obtenida de funcionarios de esta misma institución los ingresos totales generados por hoteles, restaurantes y otras actividades afines para los distritos de Panamá y San Miguelito fueron de \$ 160,017,000 de los cuales aproximadamente el 60% de la muestra representa los restaurantes y bares o sea \$ 96,010,200 que anualizados nos arroja un mercado global para esta actividad de 128,031,600.

2.2 Oferta

2.2.1 El Producto o Servicio

Local comercial enfocado a un segmento de mercado joven brindándoles entradas (comida rápida) y bebidas alcohólicas y derivadas del café en un doble ambiente de bar y cafetería dándole al cliente la opción de cenar en nuestro local disfrutando de una magnífica vista a la avenida Balboa y al aire libre y al mismo tiempo disponer de las facilidades de un bar con un ambiente muy minimalista.

2.2.1.1 Usos Actuales y Potenciales

Como servicio brindamos un ambiente placentero rodeado de buena música, gente agradable, con precios accesibles al mercado que vamos dirigidos y variaciones que nos hacen diferenciarnos de la competencia para brindar una opción más al cliente.

- Usuarios

Toda persona mayor de 18 años con disponibilidad de capital y ganas de pasar un buen rato en un excelente lugar en el corazón de la capital.

- **Identificación de los Competidores**

De acuerdo al estudio de mercado no identificamos establecimientos que ofrecieran el mismo tipo de concepto (producto y servicio). Pudimos observar que nuestra competencia más cercana las conforman las parrilladas y comidas rápidas además de algunas cadenas de hoteles que venden este tipo de producto y que identificamos como nuestra más cercana competencia, se encuentran los siguientes.

Nombre del Establecimiento	Dirección	Teléfono
Taberna de Benignas	Ave. Balboa Centro Comercial Extreme Planet, 3er piso	214-7022
Taberna 21	Vía Argentina frente al parque Andrés Crespo	214-2021
Café Café	Ave. Balboa a un costado del Edif. Los delfines, Bella Vista Panamá	264-0106
La Kava	Calle Uruguay, frente a la Bodeguita	265-4199

2.2.3 Análisis de la Oferta

- Comportamiento Histórico de la Oferta

El sector que presentó mayor crecimiento de empleos a sido el sector terciario como la construcción, el comercio, restaurantes y hoteles. Es importante destacar que los sectores más dinámicos de la economía en el último año fueron las exportaciones y las inversiones por firmas internacionales las cuales constituyen ingresos de alto nivel por persona ocupada y son menos intensivas en el uso de mano de obra.

Para ser más exactos el corregimiento de Bella Vista y San Francisco, por más de 15 años a sido el predilecto para los bares y discotecas el cual durante los últimos 5 años a crecido de una forma acelerada, siendo las siguientes áreas las más cotizadas: calle Uruguay, Marbella, y las cercanas a la misma.; Punta Pacifica (con un mayor dominio en las discotecas).

- Factores Determinantes de la Oferta

- Ofrecen servicios en un solo ambiente o sea se limita a ser restaurante o discoteca, no se encuentra un lugar que contenga un poco de los dos ambientes.
- La mayoría de la competencia se sitúa en los corregimientos de San Francisco y Bella Vista.

- Las cafeterías cierran muy temprano dejando solo las discotecas y bares.
- Promociones atractivas para los clientes.
- Horarios especiales en los cuales los precios sean más atractivos.

- Distribución Geográfica de la Oferta

Corregimiento de Bella Vista y San Francisco.

- Proyección de la Oferta

Se estima que durante los siguientes 10 años el corregimiento de Bella Vista y San Francisco seguirá creciendo como el predilecto para el establecimiento de bares, discotecas y restaurantes ya que su valor va en aumento como punto comercial y de construcción.

2.3 Comercialización del Producto

- Volumen Físico Venta Estimado

Estimamos un promedio de 100 personas por día lo que se puede traducir a 75 bebidas por día, lo que hacen 450 bebidas de consumo a la semana dando una venta total de 1800 bebidas al mes aproximadamente. Todo esto es planificado a una apertura de martes a sábado ósea 5 días a la semana y calculando que no todos los días tengamos la misma asistencia pero siempre y cuando tratando de lograr la meta estipulada de 100 personas por día, gracias a nuestro plan de mercadeo.

- Precio de Venta por Unidad

LISTADO DE PRECIOS:

RONES	BOTELLA	1/2 BOTELLA	TRAGOS
RON CRUZAN	35.00		3.00
RON BACARDI	35.00	20.00	3.00
RON ABUELO	40.00	20.00	3.00
RON CARTA VIEJA	30.00	15.00	3.00
VODKAS			
STOLICHNAYA	35.00	25.00	4.00
SMIRNOFF	25.00	20.00	4.00
SKY	35.00		4.00
ABSOLUT	40.00	25.00	4.00
GREY GOOSE (1Lt)	120.00		6.30
WHISKEY			
CHIVAS 12	60.00	30.00	4.50
CHIVAS 18	80.00		
BUCCANNANS 12	60.00	30.00	4.50
BUCCANNANS 18	95.00		12.00
JACK DANNIELS	60.00	30.00	4.50
JHONNY WALKER	60.00	30.00	4.50
TEQUILA			
TEQUILA SAUZA	45.00		4.00

CUERVO TRADICIONAL	45.00		4.00
SECO			
SECO HERRERANO	25.00	20.00	3.00
CERVEZAS			
CERVEZAS NACIONALES		2.00	
CERVEZAS IMPORTADAS		3.50	
CIGARRILLOS		2.50	
OTROS:			
SMIRNOFF ICE			3.00
RED BULL LATA			4.00

- Costo del Producto por unidad

Nuestros costos unitarios están basados en los costos de las bebidas y los aperitivos; Comprenden 2 tipos de menú.

1. Bebidas (alcohólicas y cafés)

2. Aperitivos.

El costo del licor representa el 60% del costo total de las bebidas, el otro 40% se divide entre hielo y mezcladores.

- **Naturaleza y Grado de Intervención estatal**

- El precio

Como se puede apreciar en la tabla de precios anterior nuestros precios compiten de forma directa con los de nuestra competencia esto se debe a nuestra estrategia de mercadeo en conjunto con nuestros diversos proveedores para captar el publico al que queremos llegar y hacernos presentes; adicional a esto ofrecemos mayor variedad de opciones y facilidades para nuestros clientes.

- La norma de calidad

Nos regimos por una estricta norma de calidad ya que tratamos de satisfacer al nuestro consumidor con el mejor servicio y la mejor atención, los precios más accesibles y las mejores entradas y bebidas preparadas por un personal altamente capacitado para realizar estas labores.

- **Plan o estrategia de ventas**

Nuestro plan de publicidad y ventas se basa en desarrollar una clara identificación entre bar/cafetería avenue y su mercado objetivo, para esto se designa un presupuesto. La publicidad será dirigida directamente al consumidor, ya que debemos concentrar los pocos recursos para dirigirlo al mercado objetivo tratando de informar sobre nuestros productos, de una manera mas efectiva creando así una imagen de prestigio sobre la calidad y el servicio de nuestro bar/ cafetería. Tales como:

- Promoción por radio, Internet, e-mails masivos por base de datos, pop up's (ventas que se abren en las paginas de Internet se entra en las misma).
- Promociones competitivas tales como: 2x1, ladys nights, happy hours etc. Dependiendo de los días para hacer mas efectivas las mismas.
- Flyers que sean repartidos en los lugares donde se encuentran nuestros clientes potenciales.

• **ANÁLISIS F.O.D.A.**

El análisis F.O.D.A. nos permite conocer el entorno en el que se desarrolla nuestra empresa y sus posibilidades de triunfo ante un mercado altamente competitivo.

FORTALEZAS

- Servicio rápido, tanto en la barra en las mesas.
- Precios competitivos en los aperitivos y bebidas
- Poco personal involucrado en la operación.
- Doble ambiente el cual nos permite abarcar un mayor grupo de clientes.
- Localización estratégica en la cual hay un gran tránsito de carros y personas en las cercanías.
- Alta calidad en servicios y productos.

OPORTUNIDADES

- Capacidad de atraer a usuarios que buscan un ambiente tanto de cafetería como bar sin tener que escoger entre uno de los dos.
- Creciente hábito de tener un lugar con un ambiente donde conversar y consumir tanto bebidas alcohólicas como cafés, jugos y otros y poder a la vez comer (aperitivos).
- Es un concepto nuevo que no existe en Panamá aun; en el cual la comodidad, diversión y poder compartir un rato agradable con un grupo de personas; con alta calidad de servicio y producto.

DEBILIDADES

- Falta de experiencia por parte de los propietarios en este tipo de actividad
- Falta de personal
- Poco presupuesto.

AMENAZAS

- Proyecto fácil de imitar.
- Incursos de franquicias reconocidas a nivel mundial (bennig's, hard rock café, etc).

• **ANÁLISIS F.O.D.A. DE LA COMPETENCIA**

FORTALEZAS

- Imagen establecida en el mercado
- Clientela ya creada y leal
- Buena localización
- La inversión inicial a sido recuperada
- Amplio conocimiento del mercado.

OPORTUNIDADES

- Incremento en el tamaño del mercado
- Nuevas áreas de desarrollo
- Creciente consumo en este tipo de lugares.

DEBILIDADES

- Demora en el servicio
- Alto numero de personas involucradas en la operación
- Operación compleja en el control y manejo del lugar

AMENAZAS

- Proliferación de nuevos establecimiento en el mercado
- Incursión de nuevas cadenas y franquicias reconocidas a nivel mundial.

• ESTUDIO TÉCNICO

• Tamaño

- Capacidad de producción

Nuestro personal estará habilitado para trabajar en su máxima capacidad, atendiendo a 150 personas al mismo tiempo como máximo de capacidad que puede albergar el lugar. Para la atención de nuestra clientela contamos con una barra extensa en la que se logran colocar 10 personas, cómodamente sentadas, dentro de la misma contamos con 2 cantineros, y una cajera. Fuera de Barra contaremos con 6 salonereros o meseros, 1 seguridad y dentro de la cocina un cocinero.

- Definición del tamaño

El Bar-Café contara con un local de aprox. 400mt² de distribución física en el cual el 30% representa la cocina y oficina, el resto será destinado a la terraza y el bar, esto nos permitirá recibir unas 90 personas debidamente sentadas y en la barra un capacidad de 10 personas lo cual haría un total de 100 personas. Para atender unas 300 personas por día en calidad de rotación, de Lunes a Miércoles en horarios de 4:00pm a 1:00am y de Jueves a Sábados de 4:00pm a 3:00am.

- Posibilidad de expansión futura

Cabe la posibilidad de en un futuro logremos la expansión con miras al turismo internacional contando con otro local en área de amador dependiendo de la demanda que esta área ofrezca de aquí a cinco años.

• Factores determinantes del tamaño

- El mercado

Consideramos que nuestro proyecto tiene mucha aceptación por parte del segmento de mercado al que estamos dirigido, debido al incremento de profesionales de cierta edad y a la escasez de este tipo de establecimientos y ligado a esto, la cercanía de nuestro local con el área bancaria consideramos nuestro mercado es completamente amplio y lleno de oportunidades.

- La materia prima básica

Debido a la beneficiosa posición geográfica de Panamá, contamos con las tres materias primas que hacen funcionar nuestro negocio, que son el café, licor y mariscos. Al ver la creciente demanda de café frío como bebida preferida y de moda decidimos hacerla parte de nuestro menú pidiendo la representación de Café Durán; de igual manera con Varela Hermanos los cuales cuentan con una de las carteras más grandes de licores tanto nacionales como internacionales y contando con ingenios azucareros; y como ultimo punto los mariscos que nos representan como país de costa y que nos beneficia grandemente a esto podemos sumar la variedad de acompañamientos que podemos unir a los platos producto de nuestro sector agrícola, todo esto trae como consecuencia el abaratamiento de los costos.

- El financiamiento

Para efectos de este proyecto, el financiamiento provendrá de dos fuentes: préstamo bancario y recursos propios de los accionistas.

La inversión de capital necesaria para el establecimiento y puesta en ejecución del restaurante es \$ 57590.82 lo que incluye activos fijos equipo y maquinarias; activos nominales; remodelaciones y capital de trabajo necesario para operación inicial del proyecto. El aporte de los socios será del 30% del monto total de la inversión o sea \$17590.82 los cuales serán utilizados para cubrir los gastos iniciales del proyecto que incluyen los activos nominales, inventario e instalación de servicios básicos del bar / cafetería.

- Financiamiento Bancario

El financiamiento bancario lo conforma un préstamo por \$ 40,000 con una tasa fija del 12% anual sobre saldo por un periodo de cinco años al que se le harán aportes de capital e intereses mensuales de \$ 889.78

- Análisis y proyecciones financieras

Las proyecciones financieras para el proyecto de bar café Avenue las hicimos en base a 5 años debido a que los accionistas del proyecto desean ver un desarrollo a largo plazo y al mismo tiempo no ser subjetivos en cuanto a los resultados posteriores.

- **Justificación del tamaño**

Observando lo que indican nuestras encuestas consideramos que este local cuenta con el área perfecta y el tamaño adecuado para comenzar nuestro proyecto ya que podemos comenzar con un establecimiento de cierto tamaño pero debido a sus más de 1000 mt² de terreno podemos ampliarnos conforme crezca la demanda.

- **Tecnología**
- **Análisis de la tecnología**
- Alternativas de tecnología en proceso

Contaremos con maquinaria de bar y cocina no de primera mano ya que consideramos que podemos obtener maquinaria de segunda mano con mucha vida útil por delante a la mitad de su costo original y conforme avancemos iremos actualizando nuestros. Adicional a esto muchos de nuestros proveedores ofrecen su maquinaria con tal de comprometerlos al consumo mensual de sus productos y de la promoción de sus productos dentro del local.

- **Justificación de la alternativa recomendada**

Es necesario obtener la maquinaria adecuada pero no es recomendable obtenerla de primera mano por su alto costo ya que esto subiría la inversión a un punto en el que posiblemente no es posible la recuperación de la inversión.

- **Descripción del proceso**
- Proceso total

Dentro del proceso el equipo a utilizar es de uso común en restaurantes y bares, por consiguiente no consideramos exista ningún tipo de inconveniente en la disponibilidad local de mismo. Nuestro flujo de proceso será de tipo intermitente secuenciado debido a que el cliente escoja un determinado aperitivo o bebida a consumir, o sea, se desarrolla un orden exacto o secuencia de procesamiento a medida que las ordenes llegan y pasan las estaciones

- **Aspectos de ingeniería del proyecto**
- Especificación de la maquinaria y equipo

El equipo tendrá un valor total de \$30,000.00 y estará compuesto por: congelador de acero inoxidable; Otras maquinarias y equipo entre los que podemos destacar: estufa, freidoras, mesa de acero inoxidable, sillas y mesas, caja registradora, escritorio de oficina y otros. Tecnología: equipo de sonido, 2 proyectores y 2 computadoras.

- **Localización**
- Macro localización

Republica de Panamá, Ciudad de Panamá, Provincia de Panamá, Distrito de Panamá, Corregimiento de Bella Vista.

- Micro localización

Avenida Balboa, a 200 metros de multicentro, a lado del edificio Condesa del Mar y Princesa del Mar.

- **Aspectos organizacionales**

- **Organización para la ejecución**
- Estructura organizativa

- 3 Accionistas
- Banco
- Presidente y representante legal
- Secretario

- Recurso humano requerido

- Administrador: es la persona encargada de llevar adelante el control de los fondos, inventarios y personal del negocio; debe velar porque los objetivos estratégicos de los propietarios se ejecuten.
- Secretaria: es la encargada de darle apoyo en el manejo de las actividades que realiza, diariamente, el administrador (informes de ventas, depósitos, caja menuda, manejo de cuentas a proveedores.
- Cajero: preferiblemente mujeres, son las encargadas de manejar y administrar de manera eficiente la caja registradora (marcar correctamente, al alejarse poner llave a la caja y asegurarse que queda otra persona encargada, asegurarse que marra claro la caja); verificar junto con la secretaria el fondo de cambio inicial y final de su turno; asegurase que cuenta con los suministros necesarios para atender a nuestros clientes; solicitar al administrador que proceda a ser cambios correspondientes al cometer algún error al macar; y su vez, estar pendiente al cambio de dinero cuando así lo requiera.
- Cocinero: es la persona encargada de la preparación de los aperitivos y comidas del lugar.
- Seguridad: personal que tendrán la responsabilidad de velar por el cuidado y seguridad tanto de las personas que están en el local, como del mismo personal y establecimiento en general; el seguridad debe estar atento si tratan de asaltar o formar alguna disputa en el establecimiento.
- Meseros: esta persona es responsable y es parte importante ya que de esta va a depender la frecuencia de los clientes en el local, deben estar bien entrenados para dar una atención amable y eficiente, aquí también se incluyen los cantineros ya que de ellos se dependerá la rapidez con que se entregan los pedidos.

- Programación de la ejecución

Las diferentes etapas para la organización y consecución de los permisos, para la puesta en marcha de nuestro proyecto, según el límite estimado de duración de cada actividad; cumpliendo así, con nuestros planes de apertura programada par el mes de inicio de operaciones (n). Estas etapas las resumimos a continuación:

	n-4	n-3	n-2	n-1	n
Organización					
Permisos:					
MICI	X				
Salud	X	X			
Municipales	X	X	X	X	
Remodelación		X	X	X	
Capacitación y entrenamiento				X	
Inauguración					X

- **Organización para la operación**

- Estructura organizativa

- Recurso humano requerido

- Administrador: es la persona encargada de llevar adelante el control de los fondos, inventarios y personal del negocio; debe velar porque los objetivos estratégicos de los propietarios se ejecuten.
- Secretaria: es la encargada de darle apoyo en el manejo de las actividades que realiza, diariamente, el administrador (informes de ventas, depósitos, caja menuda, manejo de cuentas a proveedores.
- Cajero: preferiblemente mujeres, son las encargadas de manejar y administrar de manera eficiente la caja registradora (marcar correctamente, al alejarse poner llave a la caja y asegurarse que queda otra persona encargada, asegurarse que marra claro la caja); verificar junto con la secretaria el fondo de cambio inicial y final de su turno; asegurase que cuenta con los suministros necesarios para atender a nuestros clientes; solicitar al administrador que proceda a ser cambios correspondientes al cometer algún error al macar; y su vez, estar pendiente al cambio de dinero cuando así lo requiera.
- Cocinero: es la persona encargada de la preparación de los aperitivos y comidas del lugar.
- Seguridad: personal que tendrán la responsabilidad de velar por el cuidado y seguridad tanto de las personas que están en el local, como del mismo personal y establecimiento en general; el seguridad debe estar atento si tratan de asaltar o formar alguna disputa en el establecimiento.
- Meseros: esta persona es responsable y es parte importante ya que de esta va a depender la frecuencia de los clientes en el local, deben estar bien entrenados para dar una atención amable y eficiente, aquí también se incluyen los cantineros ya que de ellos se dependerá la rapidez con que se entregan los pedidos.

Meseros

Seguridad

Cocinero

Cajera

Secretaria

Administrador

Junta Directiva

-