



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN**  
**EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DESARROLLO**  
**TURÍSTICO**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE**  
**TURISMO Y HOTELERÍA**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN**  
**DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**TEMA**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN**  
**DE UN BAR DISCOTECA EN LA PARROQUIA DE SAN**  
**PABLO DE ATENAS, CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA**  
**BOLÍVAR, AÑO 2014”**

**AUTORAS**

**ATIENCIA BALSECA ROSA MARIBEL**  
**VALVERDE CHELA ALICIA EUGENIA**

**DIRECTOR**

**ING. MARIO ESCOBAR G**

**PARES ACADÉMICOS:**  
**LCDA. MARÍA QUINTANA**  
**ING. SILVANA DEL SALTO**

**GUARANDA, ECUADOR**

**2015**

## **II. DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado con todo mi cariño a Dios, de manera especial a mi madre que con todo esfuerzo y sacrificio me apoyo incondicionalmente, para culminar una etapa de mi vida.

### **Maribel**

Este proyecto dedico en especial a Dios por ser mi guía, mi sustento y en cada camino a seguir. A mis padres y hermanas que gracias a su comprensión y ayuda en momentos buenos y malos. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nada a cambio.

A mis familiares y amigos que también han ayudado para que mi vida estudiantil llegue a la meta anhelada

### **Alicia**

### **III. AGRADECIMIENTO**

Al concluir con este trabajo presentamos nuestro más profundo agradecimiento:

A las autoridades de la Universidad Estatal de Bolívar que hicieron posible culminar la Ingeniería, así como, a los docentes que aportaron con sus conocimientos a nuestra formación y capacitación.

Al Ingeniero Mario Enrique Escobar, director, a la Licenciada María Fernanda Quintana y a la Ingeniera Silvana Del Salto, pares académicos de nuestro proyecto por su orientación, paciencia y amable dedicación para con nosotros.

A todos quienes de una u otra manera contribuyeron con la realización del trabajo que ponemos a consideración.

**Maribel y Alicia**

#### **IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**

##### **CERTIFICO**

Que el trabajo de graduación titulado: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR DISCOTECA EN LA PARROQUIA SAN PABLO DE ATENAS, CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2014”**, de la autoría de las estudiantes; Rosa Maribel Atiencia Balseca con numero de cedula 0201948908 y Alicia Eugenia Valverde Chela con cedula de identidad 0201549060, previo a la obtención del título de Ingenieras en Administración de empresas de Turismo y Hotelería, ha sido dirigido y asesorado por mi persona, bajo los lineamientos dispuestos por la facultad, por lo que se encuentra listo para su defensa.

Guaranda 05 de Enero del 2016.

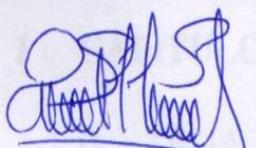
Ing. Mario Enrique Escobar Gortaire.

**DIRECTOR**

## V. AUTORIA NOTARIADA

El presente trabajo de graduación titulado: “PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UN BAR DISCOTECA EN LA DE PARROQUIA SAN PABLO DE ATENAS, CANTON SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLIVAR, AÑO 2014”, es de la autoría y creación de las señoritas Rosa Maribel Atiencia Balseca con cédula de identidad No. 0201948908 y Alicia Eugenia Valverde Chela con cédula de identidad No. 0201549060.

Mencionando que legalmente somos responsables como autoras de nuestro trabajo de graduación y a la vez especificando en las cintas bibliográficas la información obtenida de otros libros, documentos e internet.



Maribel Atiencia

CI. 0201948908



Alicia Valverde

CI. 0201549060



Factura: 001-002-000000896



20150201002D00199

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20150201002D00199**

Ante mí, NOTARIO(A) HERNAN RAMIRO CRIOLLO ARCOS de la NOTARÍA SEGUNDA , comparece(n) ROSA MARIBEL ATIENCIA BALSECA SOLTERO(A), mayor de edad, domiciliado(a) en GUARANDA, portador(a) de CÉDULA 0201948908, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE, ALICIA EUGENIA VALVERDE CHELA SOLTERO(A), mayor de edad, domiciliado(a) en GUARANDA, portador(a) de CÉDULA 0201549060, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE, quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva copia. GUARANDA, a 29 DE SEPTIEMBRE DEL 2015.

ROSA MARIBEL ATIENCIA BALSECA

CÉDULA: 0201948908

ALICIA EUGENIA VALVERDE CHELA

CÉDULA: 0201549060



NOTARIO(A) HERNAN RAMIRO CRIOLLO ARCOS  
NOTARÍA SEGUNDA DEL CANTON GUARANDA

II.	DEDICATORIA	II
III.	AGRADECIMIENTO .....	III
IV.	CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
V.	AUTORIA NOTARIADA .....	¡Error! Marcador no definido.
VI.	TABLA DE CONTENIDOS .....	¡Error! Marcador no definido.
VII.	LISTA DE CUADROS .....	X
VIII.	LISTA DE GRÁFICOS .....	XI
IX.	LISTA DE ANEXOS .....	XII
X.	RESUMEN EJECUTIVO .....	XIV
XI.	INTRODUCCIÓN .....	XVII
1	CAPÍTULO I.....	1
1.1	TEMA.....	2
1.2	ANTECEDENTES .....	3
1.3	JUSTIFICACIÓN.....	11
1.4	OBJETIVOS.....	13
1.4.1	General .....	13
1.4.2	Específicos .....	13
1.5	METODOLOGÍA .....	14
1.5.1	Métodos.....	14
1.5.2	Tipo de Investigación.....	15
1.5.3	Técnicas e Instrumentos para la Obtención de Datos. ....	16
1.5.4	Universo y Muestra. ....	16
1.5.5	Procesamiento de Datos. ....	18
1.6	MARCO TEÓRICO .....	19

1.6.1	Marco Geo referencial.....	19
1.7	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	26
1.7.1	Marco Teórico Científica .....	28
1.7.2	Marco Teórico Legal.....	39
	<b>47</b>	
<b>2</b>	<b>CAPITULO II .....</b>	<b>47</b>
2.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	48
2.2	CONCLUSIONES.....	67
2.3	RECOMENDACIONES .....	68
<b>3</b>	<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>69</b>
3.1	ESTUDIO DE MERCADO.....	70
3.1.1	Definición del Producto .....	70
3.1.2	Análisis de la Demanda y Proyecciones .....	73
3.1.3	La Oferta, Análisis y Proyecciones.....	76
3.1.4	Demanda Insatisfecha y Proyecciones .....	77
3.1.5	Análisis de Precios .....	78
3.1.6	Capacidad de Producción.....	81
3.1.7	Análisis de la Comercialización.....	81
3.2	ESTUDIO TÉCNICO.....	83
3.2.1	El Proyecto .....	83
3.2.2	Tamaño.....	84
3.3	LOCALIZACIÓN .....	85
3.3.1	Localización. ....	85
3.3.2	Ingeniería del Proyecto o Proceso Productivo .....	86
3.3.3	Flujo grama .....	88

3.3.4	Distribución de la Planta .....	90
3.4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL .....	95
3.4.1	Nombre de la Empresa .....	95
3.4.2	Giro del Negocio .....	95
3.4.3	Slogan.....	95
3.4.4	Logotipo .....	96
3.4.5	Propietaria .....	96
3.4.6	Requisitos para la Conformación de la Empresa .....	97
3.4.7	Orgánico Estructural .....	99
3.5	ESTUDIO FINANCIERO.....	105
3.5.1	Costo Total.....	105
3.5.2	Inversión Total .....	107
3.5.3	Estructura de Costos.....	110
3.5.4	Punto de Equilibrio .....	114
3.5.5	Estado de Resultados.....	115
3.5.6	Estado de Situación Financiera .....	116
3.5.7	Flujo de Fondos de Efectivo .....	117
<b>4</b>	<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>120</b>
4.1	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	121
4.1.1	Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable .....	121
4.1.2	Tasa Interna de Retorno (Tir).....	123
4.1.3	Índices Financieros.....	125
4.2	EVALUACIÓN SOCIAL .....	129
<b>5</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>130</b>
<b>6</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>131</b>

#### **IV. LISTA DE CUADROS**

Cuadro No. 1 .....	48
Cuadro No. 2 .....	49
Cuadro No. 3 .....	50
Cuadro No. 4 .....	51
Cuadro No. 5 .....	52
Cuadro No. 6 .....	53
Cuadro No. 7 .....	54
Cuadro No. 8 .....	55
Cuadro No. 9 .....	56
Cuadro No. 10 .....	57
Cuadro No. 11 .....	58
Cuadro No. 12 .....	59
Cuadro No. 13 .....	60
Cuadro No. 14 .....	61
Cuadro No. 15 .....	63
Cuadro No. 16 .....	63
Cuadro No. 17 .....	64
Cuadro No. 18 .....	65
Cuadro No. 19 .....	66

## V. LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.....	48
Gráfico No. 2.....	49
Gráfico No. 3.....	50
Gráfico No. 4.....	51
Gráfico No. 5.....	52
Gráfico No. 6.....	53
Gráfico No. 7.....	54
Gráfico No. 8.....	55
Gráfico No. 9.....	56
Gráfico No. 10.....	57
Gráfico No. 11.....	58
Gráfico No. 12.....	59
Gráfico No. 13.....	60
Gráfico No. 14.....	61
Gráfico No. 15.....	64
Gráfico No. 16.....	65
Gráfico No. 17.....	66

## **VI. LISTA DE ANEXOS**

ANEXO N° 1. Costos de Producción - Materia Prima Directa.....	131
ANEXO N° 2. Costos de Producción - Mano de Obra Directa .....	132
ANEXO N° 3. Costos de Producción - Depreciaciones en Producción.....	133
ANEXO N° 4. Costos de Producción - Movilización y Mantenimiento.....	134
ANEXO N° 5. Costos de Producción - Amortización .....	134
ANEXO N° 6. Costos de Administración - Sueldos .....	135
ANEXO N° 7. Costos de Administración - Útiles de Aseo .....	136
ANEXO N° 8. Costos de Administración - Papelería.....	136
ANEXO N° 9. Costos de Administración - Servicios Básicos .....	137
ANEXO N° 10. Costos de Administración - Depreciaciones Administrativas..	138
ANEXO N° 11. Gastos de Venta Anual - Promoción y Publicidad.....	139
ANEXO N° 12. Gastos Financieros Anuales .....	139
ANEXO N° 13. Inversión Total - Terreno .....	140
ANEXO N° 14. Inversión Total - Construcciones .....	140
ANEXO N° 15. Inversión Total - Maquinaria .....	141
ANEXO N° 16. Inversión Total - Equipo de Cocina .....	141
ANEXO N° 17. Inversión Total - Cristalería Platería.....	142
ANEXO N° 18. Inversión Total - Muebles y Enseres .....	143
ANEXO N° 19. Inversión Total - Equipo de Cómputo .....	143
ANEXO N° 19. Inversión Total - Equipo de Oficina .....	144
ANEXO N° 21. Elaboración del Proyecto de Factibilidad .....	144
ANEXO N° 22. Gastos de Organización .....	144
ANEXO N° 23. Capital de Trabajo para un mes - Materia Prima Directa .....	145
ANEXO N° 24. Mano de Obra Directa.....	146

ANEXO N° 25. Depreciaciones en Producción .....	147
ANEXO N° 26. Movilización y Mantenimiento .....	148
ANEXO N° 27. Amortización.....	148
ANEXO N° 28. Costos de Administración Mensual - Sueldos .....	149
ANEXO N° 29. Costos de Administración Mensual - Útiles de Aseo .....	150
ANEXO N° 30. Costos de Administración Mensual - Papelería .....	150
ANEXO N° 31. Costos de Administración Mensual - Servicios Básicos.....	150
ANEXO N° 31. Depreciaciones Administrativas .....	151
ANEXO N° 33. Costos de Venta Mensual - Promoción y Publicidad.....	152
ANEXO N° 34. Gastos Financieros Mensual .....	152
ANEXO N° 35. Encuestas Aplicadas a la población de la Parroquia San Pablo de Atenas.....	153
ANEXO N° 36. Ficha de Observación Directa .....	157
ANEXO N° 31. Discotecas en la Ciudad de Guaranda.....	158
ANEXO N° 38. Mapa Político del Ecuador .....	165
ANEXO N° 31. Mapa Político de la Provincia Bolívar .....	166

## **VII. RESUMEN EJECUTIVO**

La recreación es el momento de ocio o entretenimiento que decide tener una persona o grupo de personas, aunque no está relacionado con el sedentarismo ni con el completo reposo, físico o espiritual del individuo; más bien, se relaciona con realizar actividades que puedan alentar a la plenitud espiritual, a la carga de energías físicas, y en general, a aquellas actividades que conducen al bienestar íntegro de la persona.

### **Entre las características de la recreación se menciona que:**

- >Se lleva a cabo durante el tiempo libre o desocupado.
- >Involucrar actividades que son generalmente auto-motivadas y voluntarias.
- >Es por naturaleza seria y requiere concentración del participante.
- .->Requiere actividad.
- >Contempla infinidad de actividades y formas de expresión ilimitadas
- >Es un estado de expresión creativa.
- >Es constructiva y benéfica para el individuo y la sociedad.
- >Algunas veces pueden proporcionar beneficios económicos.

### **La recreación es importante porque:**

- >Mantiene el equilibrio durante la rutina diaria y actividades placenteras, para evitar la muerte prematura de la juventud.
- >Enriquece la vida de la gente, Contribuye a la dicha humana.
- >Contribuye al desarrollo y bienestar físico.
- >Es disciplina, Es identidad y expresión.

->Como valor grupal, subordina intereses egoístas, Fomenta cualidades cívicas, -  
previene la delincuencia.

->Es cooperación, lealtad y compañerismo.

->Educa a la sociedad para el buen uso del tiempo libre.

La recreación involucra actividades como bailar, danzar, hacer ejercicios, trotar, de tal manera que ante la falta de establecimientos de recreación en la parroquia San Pablo de Atenas hemos creído necesario implementar un Bar Discoteca donde los jóvenes y personas adultas sean hombres y mujeres acudan a pasar momentos de sano esparcimiento

Para este fin se realizó una investigación de mercado dirigida a los pobladores de la parroquia, en esta investigación se concluye que el nivel de demanda presenta una tendencia creciente, concluyendo que no existe competencia en el sector.

El estudio técnico define la localización estratégica y se detalla el proceso productivo, se estructura la distribución de la planta y especifica el estudio administrativo organizacional.

Con el estudio económico y la evaluación financiera se obtienen datos de interés acerca de la viabilidad y rentabilidad arrojando resultados económicos para el primer año de operación y con una proyección a cuatro años, posteriormente y como base las tasas promedio de crecimiento de la población.

En estos capítulos se realizan los cálculos en torno al presupuesto de inversión, presupuesto de gastos, inversiones en activos corrientes, activos no corrientes y en activos diferidos, así como el capital de trabajo, financiamiento de la inversión, las depreciaciones y amortización de intangibles, presupuesto de costos y gastos proyectados, establecimiento de la estructura de costos, presupuesto de ingresos, punto de equilibrio, estado de resultados, estado de situación financiera, flujo de fondos de efectivo proyectados, tasa de rendimiento económica mínima aceptable, valor actual neto VAN positivo, tasa interna de retorno, período de recuperación

de la inversión PRI en el segundo año de inversión, relación costo – beneficio y un análisis de índices financieros de liquidez, endeudamiento y rentabilidad.

## VIII. INTRODUCCIÓN

Por el ritmo de vida tan acelerado que están llevando en los últimos tiempos, las personas, siempre necesitan tomarse un momento para votar el stress y donde puedan compartir en familia o entre amigos, disfrutar de la vida nocturna, degustar de un buen aperitivo y al mismo tiempo sentirse seguro en el lugar donde se encuentra.

La mayoría de los centros de entretenimiento están enfocados a un segmento de mercado que incluye en los actuales momentos a jóvenes-adultos y a adultos, lo cual restringe la clientela a cierto sector del mercado.

Por tal motivo surge la idea de implementar un Bar Discoteca donde nuestro mercado meta pueda tener varias opciones para suplir las necesidades de los clientes en un ambiente acogedor y con una gran variedad de bebidas y alimentos, además de nuevos servicios o eventos como la presentación de grupos musicales, artistas y actividades en las que se integre a la familia como el caso de arrendamiento del local para bautizos, cumpleaños, etc..

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

Elaborar un proyecto de inversión para la implementación de una actividad empresarial es primordial pues parte de objetivos, estudios administrativos, financieros, operativos, de marketing... etc., que culminarán con la toma de decisiones de inversión

Como empresarias y futuras profesionales en la carrera de Turismo y Hotelería vamos a aprovechar la tenencia de un lote aprovechar la tenencia de un lote de terreno ubicado en la parroquia de San Pablo de Atenas e implementar el Bar Discoteca al que acudan pobladores en edad adulta de la localidad y de poblaciones vecinas como Bilován y otras.

# **CAPÍTULO I**

## **1.1 TEMA**

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR  
DISCOTECA EN LA PARROQUIA DE SAN PABLO DE ATENAS, CANTÓN  
SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2014

## 1.2 ANTECEDENTES

Una **discoteca** es conocida en Argentina, Bolivia y Uruguay como **boliche**, en México como **Antro** y en los Estados Unidos como **discotheque**, es un local público con horario preferentemente nocturno para escuchar música grabada, bailar, interactuar con otras personas y consumir bebidas; también se conoce como night club, boîte, disco, etc.; y, utilizan luces láser que iluminan la pista de baile.

Se diferencia de las antiguas salas de baile porque la música no es tocada en vivo, sino que proviene de discos que son "mezclados" (reproducidos sin solución de continuidad, pero si por un look) por un disc jockey (DJ), que "anima" la noche mezclando la música.

La primera sala de baile que se convirtió en discoteca fue la Scotch-Club en la ciudad alemana de Aquisgrán, cuando el 19 de octubre de 1959 la banda que normalmente tocaba allí no estaba disponible, teniendo que usarse un tocadiscos con una grabación de ellos.

Klaus Quirini asumió esta metodología del tocadiscos y así se hizo popular rápidamente fuera de la ciudad, el nombre de disc jockey había sido acuñado por Walter Winchell en 1935.

A finales de los 60 los soldados emplazados en la Alemania Occidental llevaron a casa el formato discoteca, la versión estadounidense de la discoteca comenzó a hacerse popular y con estos clubes, la demanda de nuevos pasos de baile se disparó.

Los sellos discográficos empezaron a sacar álbumes completos con diferentes tipos de canciones, imitando el efecto discoteca mediante la mezcla de estilos, desde el fox-trot al boogaloo. Instructores de baile aparecieron en la escena, lanzando LP como "Killer Joe's International Discotheque", del famoso instructor de danza de la alta sociedad Frank "Killer Joe" Piro, que popularizó muchos pasos de baile en los años 60 y 70; algunas tradiciones incas empezaron a desarrollar estas costumbres por los rituales hacia dioses y hacia el tiempo

Discotecas como el Studio 54 de Nueva York se han hecho célebres por su música, su ambiente o por la asistencia de clientes famosos, actualmente, existen discotecas para menores de 18 años: las llamadas discotecas light o matinées que organizan en las mismas discotecas que funcionan normalmente, pero con un horario generalmente desde las 20:00 horas hasta la medianoche. La diferencia con la discoteca de noche es que no se expenden bebidas alcohólicas; sin embargo hay controversia ya que la norma se ve afectada por la llamada previa o botellón que realizan los jóvenes antes de entrar a la discoteca, en la cual beben alcohol.

El bar discoteca hace referencia al establecimiento donde se sirven bebidas, esta palabra es de origen inglés, cuyo aforismo deriva de la traducción de “BARRA”, su utilización se inicia para diferenciar entre taberna y/o despachos de vino.

Antiguamente, esta clase de establecimientos adoptaban este nombre debido a la barra que se encuentra en la parte inferior del mostrador, donde los clientes descansaban sus pies mientras disfrutaban de una bebida, sentados en los altos bancos que les permitían alcanzar sin dificultad la superficie del mostrador; en estos sitios la variedad de las bebidas era muy extensa, desde la más popular hasta el cóctel más exótico y sofisticado, acompañados de una buena música.

El Ministerio de Turismo del Ecuador, a través de su Dirección Nacional de Calidad, establece la siguiente clasificación y categorización de los bares discotecas:

**Bar Americano:** Es el bar abierto al público, en donde se sirve todo tipo de bebidas y cócteles, cuenta con instalaciones completas y funcionales; y, requiere de profesionales muy capacitados.

**Discoteca:** Este tipo de lugares ha tenido mucho éxito entre la gente joven, cuenta con pista de baile, una sala con mesas y la barra.

**Peña:** Es un lugar que ofrece show en vivo de música variada, su origen es chileno, cuenta con una diversidad de bebidas alcohólicas.

**Bar Cervecerero:** Lugar donde se vende variedad de cerveza, tanto nacional como importada.

**Café Bar:** Ofrece licores, cocteles, café, sandeces y bocadillos, acompañados de un ambiente tranquilo para disfrutar con mesura.

**Disco Bar:** Vende todo tipo de bebidas alcohólicas, cuenta con una pista de baile iluminada, es diferente a la discoteca por la estructura e iluminación.

**Cantina:** Para muchas personas este nombre resulta vulgar, en México es un lugar donde se vende todo tipo de bebidas.

**Piano Bar:** Se ofrece bebidas alcohólicas, música de piano en vivo como entretenimiento.

**Bares temáticos:** Son lugares que además de ofrecer bebidas alcohólicas ofrecen temas como deportes, teatro, etc.

## **DISCOTECAS POR CATEGORÍAS**

Según el Ministerio de Turismo, en el Instructivo para la ejecución y Disposiciones del Departamento de Registro y Control se menciona que:

Las discotecas de lujo deben cumplir con los siguientes requisitos:

Entradas independiente para los clientes, diferente a la del personal de servicio y mercancías, SS.HH. independientes para hombres y mujeres, vestíbulo con guardarropa y teléfono, salida de emergencia, aire acondicionado y/o calefacción, mobiliario alfombras, decoración vajilla y cristalería de lujo, dependencias del personal de servicio vestuario y SS.HH. independientes con lista de bebidas. Con cinco variedades de cada grupo de licores, whiskies, cremas, coñacs, champanes, cervezas, colas, refrescos y cocteles.

## **DISCOTECAS DE PRIMERA CATEGORÍA**

Las discotecas de primera categoría deben cumplir con los siguientes requisitos:

Entradas. Entrada independiente para los clientes, de la del personal de servicio, SS.HH. Independientes para hombres y mujeres, Guardarropa y teléfono, Salida de emergencia, aire acondicionado y/o calefacción, mobiliario alfombras, decoración vajilla y cristalería de primera, dependencias del personal de servicio vestuario y SS.HH, lista de bebidas. Con cuatro variedades de cada grupo de licores, whiskies, cremas, coñacs, champanes, cervezas, colas, refrescos y cocteles.

## **DISCOTECAS DE SEGUNDA CATEGORÍA**

Las discotecas de segunda categoría deben cumplir con los siguientes requisitos:

Entrada. Una sola entrada para los clientes y personal de servicio, SS.HH. Independientes para hombres y mujeres, teléfono público, mobiliario alfombras, decoración vajilla y cristalería de segunda, lista de bebidas, con tres variedades de cada grupo de licores, whiskies, cremas, coñacs, champanes, cervezas, colas, refrescos y cocteles.

La disco bar se desenvuelve en un ambiente sumamente agradable y de gran diversión que suele ofrecer a los asistentes atracciones de jerarquía, funciona en un ambiente en diferentes niveles, con calidad del sonido único y en el que la amplitud y comodidad de sus barras y la acertada organización permiten una mayor comodidad y confort al público mayor de 21 años.

En las jornadas en las que el clima no acompaña, la disco bar abre sus puertas y recibe a su público en su conocido reducto invernal, constituyendo un lugar de entretenimiento nocturno que nada tiene que envidiar a los mejores disco bar de grandes plazas.

## **Fundamentación. Centros nocturnos de diversión**

En los años 60, se llamaba a estos centros nocturnos, lugares de esparcimiento que podría ser familiar y poseen variedad de cantantes bailarinas, música en vivo (los únicos que cantan son los clientes con el karaoke) bailarinas y la música de Dj; así se menciona a centros nocturnos como Capri, Las Fuentes, Las diligencias, La taberna del Greco, Discotequera, entre las que generaron otras discotecas.

En las grandes ciudades como Quito y Guayaquil, profesionales, estudiantes colegiales y universitarios, jefes y empleados de empresas y oficinas públicas y privadas, en repetidas ocasiones trasnocharon, bailaron y bebieron en estos centros ubicados en distintos sectores de la metrópoli, como los suburbios o barrios de la ciudad; pero la mayoría de ellos desaparecieron y ahora solo se ven algunas de las fachadas de las casas que ocuparon.

Entre los mejores Bares Discotecas del Ecuador se mencionan:

### **Blu Lounge bar**



Cuenta con un servicio personalizado, con terraza y una exquisita comida para degustar, cada viernes hay un tema especial para disfrutar con tus amigos, Dj's y excelente música; se encuentra ubicado en las calles 24 de mayo y Segundo Cueva Celi.(Loja).

### **Cuarto Piso Bar-Discoteca**



Brinda un servicio exclusivo a sus clientes que van desde jóvenes a ejecutivos, cuenta con una amplia gama de música, deliciosos cocteles, artistas invitados nacionales e internacionales y dj en vivo; está ubicado

en la calle Av. Orillas del Zamora y Guayaquil. (Loja).

### **Caña Grill**



Caña Grill es la discoteca histórica de Montañita, en la mayoría de las noches toca una banda en vivo y hay dos cantantes que se turnan para tocar música en inglés y español; tocan temas internacionales y latinos siempre en clave de Rock, Reggae o Fusión.

### **Friends Bar**



Se encuentra ubicado en la calle Rocafuerte y Av. Orillas del Zamora, tiene un ambiente acogedor, música para todos los gustos, gran variedad de cocteles y bocaditos que el encantaran a tu paladar. (Quito).

### **Tequila Club**



Con más de 10 años de experiencia ubicado en la Foch, con un ambiente único, diferente donde se prenden tus mejores farras, con los mejores D'j, música de moda, la mejor cocteleria y licores a su elección. (Quito).

## **Bar Iguana**



Iguana Bar está ubicada en Manta, en la playa "Piedra Larga" en la que se puede disfrutar del sol, el mar, un buen ambiente y la mejor comida. (Manta).

## **BARES Y DISCOTECAS DE GUARANDA**

- La Terraza, esta discoteca cuenta con tres escenarios diferentes, pistas de bailes, solo donde ofrecen cocteles, karaoke y la pista general; los días de atención son el día Martes a Sábado, las entradas son de \$2,00 y cuando realizan algún tipo de evento varia su precio desde \$5,00 hasta \$ 10,00.
- 7 Santos: Es un Bar- Cafetería, donde se puede disfrutar de una comida rápida y también escuchar música armoniosa y beber un coctel o una bebida alcohólica, este lugar es de gran afluencia de extranjeros y es un lugar que en sus paredes se puede escribir y también apreciar piezas muy antiguas, sus días de atención son de Lunes a Sábado y no tienen ningún costo su ingreso, solo el consumo.
- El Peñón es una discoteca donde se puede ir a bailar y disfrutar de bebidas alcohólicas, sus días de atención son los días Martes y Sábados su ingreso es de \$ 1,00 por persona.

En el país, ciudad de Guaranda y en el cantón San Miguel, existen variadas discotecas que ofertan pistas de bailes, promociones a los clientes y se rigen de acuerdo al horario dispuesto por la Intendencia de Policía, sin embargo los turistas

y pobladores locales son más exigente y buscan establecimientos novedosos donde puedan satisfacer su apetito o disfrutar momentos de sano esparcimiento.

La parroquia rural de San Pablo de Atenas, pertenece al cantón San Miguel de Bolívar y está a pocos minutos de la cabecera cantonal, posee una población de 5489 habitantes, de ellos de acuerdo a la escala poblacional quienes desean disfrutar de música del momento en un lugar adecuado se encuentran entre las edades de 20 a 49 años y son unas 1817 personas según el PDOT de la Parroquia y de acuerdo al cuadro de Grupos de Edad.

En el sector no existen establecimientos de esparcimiento llamados discotecas o bares, existiendo tan solo cantinas o un night club al que no pueden acceder jóvenes sean hombres o mujeres a divertirse sanamente.

La ubicación de la parroquia es estratégica pues está en plena vía y por ella se desplazan hacia los cantones de San Miguel, a la parroquia de Bilován, Balsapamba o Montalvo.

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

La parroquia de San Pablo de Atenas posee pocos sitios para el esparcimiento y diversión de los jóvenes y adultos; y, su población cada vez está creciendo por lo que sus pobladores demandan de una serie de servicios que les permita divertirse sanamente en un ambiente seguro y con las condiciones adecuadas.

El proyecto de inversión para la implementación de **UN BAR DISCOTECA EN LA PARROQUIA DE SAN PABLO DE ATENAS, CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR**, va a contribuir con la parroquia al contar con un establecimiento en el que se brinde entretenimiento y sano esparcimiento.

La idea del negocio es ofrecer un establecimiento en que jóvenes y adultos encuentren un ambiente agradable, luces apropiadas, música actual y variedad de licores y cocteles además de ser atendido por profesionales en el área.

El lugar donde funcionará el Bar Discoteca será acondicionado para que los clientes puedan compartir tragos, picadas, buena atención, rapidez, higiene y un amplio salón bailable donde se reúnan familiares, amigos o parejas a compartir momentos inolvidables y no se desplacen a otros sitios, parroquias o cantones vecinos a buscar este tipo de diversión; para lo que contará con la infraestructura adecuada, todos los servicios básicos y una localización privilegiada pues estará a 100 metros del centro poblado y de la Y que va al centro.

Geográficamente el mercado al que se dirige este proyecto está conformado por jóvenes comprendido entre los 18 años en adelante y gustan de lugares de diversión en los que se incluyan a personas de mayor edad ya que se ofrecerá dos ambientes (ambiente pub, lugar tranquilo de tragos, picadas y música funcional aire libre con terraza y entradas independientes al segundo ambiente) ambiente disco y bailable donde el horario será hasta el permitido.

El bar discoteca deberá cumplir con las siguientes características:

Instalaciones

- Contar con una entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio.
- Calefacción y aire acondicionado.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros, con agua suficiente en los lavabos.
- Decoración y mobiliario, cubertería, vajilla y cristalería de calidad.
- Servicios Higiénicos adecuados
- Variedades de vinos, licores, whiskies y cocteles.
- Barra o mostrador tanto para la categoría como a la capacidad del establecimiento.

El proyecto de inversión se convertirá en una nueva opción para la población de la parroquia San Pablo de Atenas así como también de quienes visiten o transiten por la vía y deseen pasar momentos de sano esparcimiento.

Entre los beneficiarios directos con el proyecto se mencionan a los promotores, inversionistas, propietarios del inmueble donde funcionará así como a los proveedores de materia prima, a los transportistas que se contratará para la logística y a las entidades del Estado donde se cancelará por los servicios, tasas e impuestos.

## **1.4 OBJETIVOS.**

### **1.4.1 General**

Elaborar el proyecto de inversión para la implementación de un Bar Discoteca en la parroquia de San Pablo de Atenas, cantón San Miguel, provincia Bolívar, año 2014

### **1.4.2 Específicos**

- Determinar mediante la investigación de mercado, la demanda, oferta y canales de comercialización que se utilizará en el proyecto.
- Determinar a través del estudio técnico, el tamaño, la ingeniería y los requerimientos del proyecto.
- Proponer en el estudio organizacional administrativo la estructura orgánica y funcional.
- Evaluar financieramente el proyecto con indicadores e índices que permitan la toma de decisiones.

## 1.5 METODOLOGÍA

Para determinar la población y nuestros usuarios de acuerdo al servicio y productos que vamos a ofertar en el Bar Discoteca, utilizaremos varias fuentes de información primarias como encuestas y entrevistas; y, las secundarias a través de consultas en internet y bibliográfica referentes al tema. (ACHIG Subía, 2012)

La metodología comprende la descripción de:

- Métodos
- Tipo de Investigación
- Técnicas e Instrumentos para la obtención de Datos.
- Universo y Muestra.
- Procesamiento de Datos.

### 1.5.1 Métodos

(Ramirez, Metodologia de la Investigacion, 2011, pág. 15)

Para el presente estudio utilizaremos el:

**Método Científico.-** Basado en la relación casusa-efecto y de la lucha de las contradicciones; es decir que, si no se implementa el Bar Discoteca en la parroquia San Pablo de Atenas, no podrán divertirse en un ambiente acogedor los amigos, familias y turistas

**Método Inductivo.-** Es el que nos permite conocer la problemática desde lo particular a lo general, para obtener buenos resultados en el estudio, partiendo del conocimiento de lo que va a ofertar el Bar Discoteca hasta la buena atención y satisfacción de los clientes.

**Método Deductivo.-** Nos ayudara a buscar soluciones partiendo de aspectos generales y particularizando los hechos, causas y problemas, en este caso se realizará una investigación de lo que es un Bar Discoteca y la idea que se acoplará con el proyecto.

### **1.5.2 Tipo de Investigación**

Por los objetivos: Es una investigación aplicada, porque nos ayudará a resolver problemas prácticos que se plantea en lo que es un Bar Discoteca. (Ramirez, Metodología de la Investigación, 2011, pág. 15)

Por el lugar es una investigación documental, porque nos basamos en todo lo escrito y referente al proyecto de inversión.

Por el enfoque es una investigación de acción, porque toma como referencia el análisis de la competencia en el cantón y que se refiera a un Bar Discoteca.

Para el presente estudio de factibilidad utilizaremos los tipos de investigación:

- Exploratoria que nos introduce al conocimiento de las características globales de las unidades de estudio, donde evidenciaremos conceptos y definiciones que nos aproxime con el objeto de la investigación, en este caso lo que es un Bar Discoteca.
- Descriptiva que se ocupa de estudiar los hechos en tiempo presente; es decir, aquellos que ocurren en la actualidad con el fin cumplir con su finalidad valiéndonos de datos estadísticos para establecer estrategias sobre la competencia y prestar un servicio diferenciado con el que nos posicionemos y obtendremos resultados positivos.
- Bibliográfica que se la considera como una fuente secundaria de la información y se basa en la recopilación de datos escritos en libros, revistas e internet.
- Histórica, se ocupa de investigar los hechos considerando la mayor cantidad de la información en referencia al servicio y productos que vamos a brindar; es decir, evidenciar cuales han sido los cambios que se han dado con el transcurso del tiempo y como está evolucionando este tipo de negocios”. (Ramirez, 2011, pág. 18)

### **1.5.3 Técnicas e Instrumentos para la Obtención de Datos.**

(Ramirez, 2011, pág. 21), manifiesta que dentro de la estructura del estudio de factibilidad vamos a aplicar la:

Encuesta estructurada dirigida a la población del sector (Habitantes de entre los 20 hasta los 50 años de la parroquia de San Pablo de Atenas y una parte de la parroquia de Bilován, por estar cerca.

Emplearemos una Guía de observación no estructurada que será llenada en base de los Bares Discotecas que existen en la ciudad de Guaranda o San Miguel para conocer los productos o servicios que ofertan, condiciones del local, música, ambiente, calidad del servicio, picaditas, cocteles, etc.

### **1.5.4 Universo y Muestra.**

El Universo de estudio para la presente investigación será la población joven de la parroquia de San Pablo de Atenas, especialmente aquellos que se encuentran entre los 20 a 50 años de edad.

La parroquia posee una población de 5489 habitantes, de ellos de acuerdo a la escala poblacional quienes desean disfrutar de música del momento en un lugar adecuado se encuentran entre las edades de 20 a 50 años y son unas 1817 personas; según el PDOT de la Parroquia y de acuerdo al cuadro de Grupos de Edad.

### 1.5.4.1 Muestra

El Universo de estudio de la presente investigación es de 1817 personas.

#### CALCULO

Fórmula de Cálculo del tamaño de la muestra.

$$N = \frac{M}{e^2 (m - 1) + 1} .$$

$$N = \frac{1817}{(0.005)^2 (1817 - 1) + 1} .$$

$$N = \frac{1817}{0.0025 (1816) + 1} .$$

$$N = \frac{1817}{4,54 + 1} .$$

$$N = \frac{1817}{5,54}$$

$$N = 327.98$$

$$N = \mathbf{328}$$

Se realizarán 328 encuestas a los jóvenes en toda la parte central de la parroquia, mismos que nos permitirán obtener la información y determinar la factibilidad del Bar Discoteca.

### **1.5.5 Procesamiento de Datos.**

Para un mejor análisis e interpretación de los resultados, lo realizaremos aplicando la encuesta a la población, posteriormente esta información lo tabularemos y en cuadros y gráficos en Excel analizaremos las opiniones vertidas en cada interrogante de la encuesta.

## 1.6 MARCO TEÓRICO

### 1.6.1 Marco Geo referencial

#### 1.6.1.1 Macro Localización

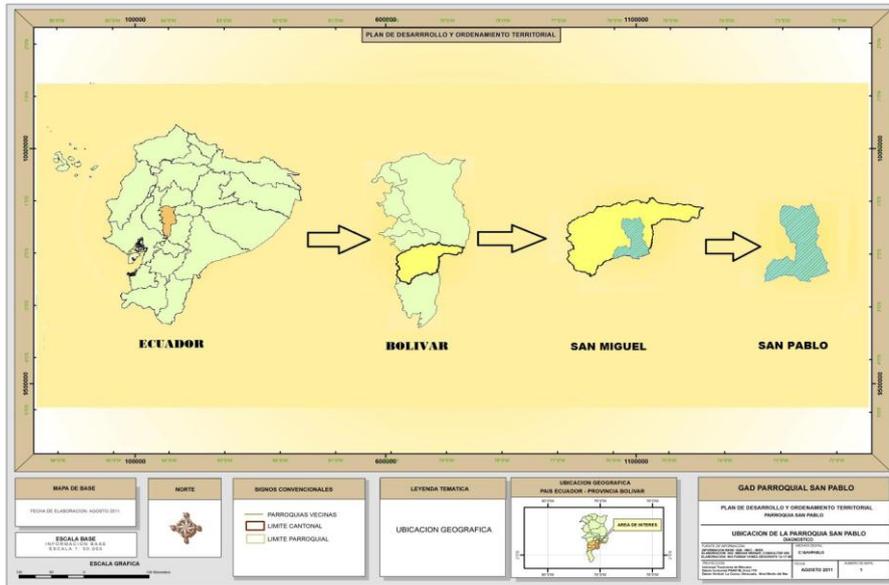
La provincia de Bolívar, de acuerdo al ordenamiento territorial, pertenece a la región comprendida por las provincias de Los Ríos, Guayas y Santa Elena.



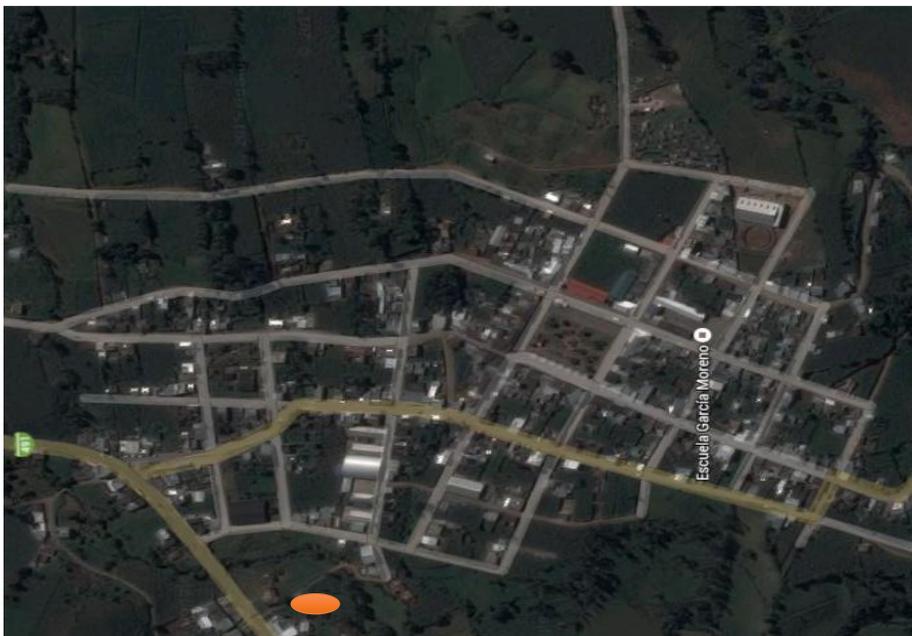
### 1.6.1.2 MICROLOCALIZACION

El cantón San Miguel se encuentra en la parte Suroriental de la provincia Bolívar.

Ubicación de la Parroquia San Pablo en el Cantón, Provincia y País.



Mapa de Límites Parroquiales de San Pablo.



Fuente: PDOT San Pablo

## **UBICACIÓN**

La Provincia Bolívar está ubicada en el centro occidente de la región Interandina, enclavada en la Hoya del Río Chimbo.

Su territorio montañoso y quebrado se ubica en un área de aproximadamente 3.336 km<sup>2</sup> que comprende las estribaciones occidentales de la cordillera occidental de los Andes, el valle formado por el río Chimbo y, en una pequeña parte, la sabana tropical.

La capital es la ciudad de Guaranda y la provincia se encuentra formada por 7 cantones: Guaranda, Chimbo, San Miguel, Chillanes, Echeandía, Caluma y las Naves; hay 9 parroquias urbanas y 21 rurales, la población es de 183.641 habitantes, con población predominantemente rural.

Bolívar tiene un clima muy variado que va desde el seco frío del páramo, al cálido húmedo del subtropical, la temperatura oscila entre 3 ° C y 24 ° C; sus límites políticos se señalan: Al Norte, la provincia de Cotopaxi; al Sur, la provincia del Guayas; al Este, las provincias de Tungurahua y Chimborazo y, al Oeste, la provincia de los Ríos. La provincia está integrada por los cantones Guaranda, Chimbo, Chillanes, Echeandía, San Miguel, Caluma y Las Naves.

Según el Plan Provincial, la principal actividad económica en Bolívar es la agricultura, la provincia es la primera productora de maíz blanco harinoso a nivel nacional y la distribución de la tierra es sumamente desigual y predomina el minifundio.

En los tiempos pre incásicos, Bolívar estuvo habitada por las tribus de los Chimbus, Guarangas, Guanujos, Simiátugs, Tomabelas, Pacatones y Chillanes; tribus aguerridas que presentaron porfiada resistencia tanto a la invasión incaica como a la española.

En su conjunto, la provincia tiene características culturales muy particulares que se cimentaron a través de años de historia, destacándose en la actualidad como una sociedad intercultural y pluricultural.

Tanto los utensilios arqueológicos como las expresiones culturales actuales expuestas hoy en día en los museos constituyen una parte importante del acervo cultural de la provincia, en el campo de la danza, (una actividad cotidiana en la época precolombina) el evento que resume la fusión de lo aborigen y lo español es la Fiesta del Carnaval; dada su trascendencia, el 31 de octubre de 2002, mediante acuerdo del Ministerio de Educación y Cultura el Carnaval de Guaranda fue nombrado Patrimonio Intangible de la Nación.

La participación de la provincia en el PIB nacional es marginal, no se cuenta con un modelo de desarrollo definido, tampoco existen políticas provinciales para impulsar y mejorar el desarrollo económico, una consecuencia de ello es que la provincia oferta fuerza laboral que es utilizada en otras partes del país y últimamente en el exterior, en efecto, debido a la alta y creciente tasa de desempleo (que registra una incorporación de 2.000 personas anualmente), la emigración es un alivio y la única oportunidad para muchos bolivarenses.

En tanto la parroquia San Pablo de Atenas, se encuentra ubicada en el cantón San Miguel; al sur occidente de la cabecera cantonal en la ladera izquierda del ramal de la cordillera de Chimbo; posee una superficie de 89,94 Km<sup>2</sup> aproximadamente y una altura promedio de 2500 m.s.n.m., sus límites según las Actas de Sesiones del H. Concejo Municipal de San Miguel 8-15 y 22 de Agosto de 1915, corresponden a:

NORTE: tomando desde el Cerro Magashpa sigue el arroyo Lambran hasta desembocar el Yagui y siguiendo su curso hasta la desembocadura del arroyo Calzado y siguiendo éste hasta la Loma Curiyaco Cordillera de Punsucama.

SUR: Desde el lindero de entre las Haciendas “María Rosa” y “El Carmen” que están en el embarcadero, y siguiendo su curso más la confluencia con el Pullusuray y siguiendo sus aguas al Cerro de Punsucama.

ESTE: La cordillera de Punsucama hasta Curiyaco.

OESTE: Tomando desde el Punto Magashpa siguiendo esa cordillera hasta Aluza Grande, de donde sigue por la colina Pumamaqui al Río Rodeo, hasta desembocar

en el Río de la Chima, cuyo curso sigue hasta la boca de Sicoto, donde toma el cauce del Río Guapo hasta el Punto Cruz Loma al Cerro Changuil y baja a las Haciendas de “El Carmen” y “María Rosa”.

## **CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO**

### **Historia**

La parroquia San Pablo de Atenas tuvo dos fundaciones, la primera en lo que hoy se llama San Pablo Apóstol, debido a la mala situación geográfica buscaron un lugar más amplio para la nueva fundación, el señor Juan Rivera obsequio el terreno para la primera fundación, el señor Vicente Flores vecino y oriundo del cantón Guaranda donó el terreno para la segunda fundación en el lugar denominado Santiagopamba, destinado para la plaza, escuela y cementerio.

Fue elevada a parroquia civil el 11 de enero de 1879 por gestiones realizada por el señor Don Juan Pio de Mora, se dice que este nombre fue sugerido por el párroco de San Miguel Antonio Domínguez San Pablo por el apóstol y Atenas por la similitud a Grecia. (Tomado de la Monografía de la Parroquia san Pablo de Atenas).

**Cabecera Parroquial.-** La Cabecera parroquial es San Pablo de Atenas y cuenta con los siguientes barrios: La Dolorosa, Pumamaqui Bajo, San Pablo Apóstol, Unión y Progreso, La Merced, Central y San José.

**Comunidades Rurales:** Cascarillas, Cuitoro, El Ripio, El Torno, Guamalán, Guantupamba, Habaspamba, La Villamora, Moraspamba, Pucará, Pumamaqui, San Francisco de la Chima, San Ramón, Santa Rosa de Achupallas, Sicoto, Tablas, Santiagopamba. **SECTORES:** La Soledad, La Palmera, Hacienda La Chima, Hualiconhuayco, Logmapamba, Moraspamba, Santa Rosa de Guamalán.

**Agro producción.-** La producción agropecuaria es la base económica de la parroquia San Pablo, en agricultura sobresale la producción de maíz suave, en

ganadería la crianza de animales bovinos como complemento de la economía familiar.

**Vialidad.-** Las arterias principales de la parroquia es la vía que conecta a San Pablo y al Cantón San Miguel con el cantón Chillanes, también está la vía a Babahoyo.

**Altura:** 2500 m.s.n.m.

**Superficie:** 89,94 Km<sup>2</sup>

**Principales Organizaciones Locales:** Agrícolas: Puerta del Cielo, Nuevo Porvenir, Nueva Esperanza, 17 de Octubre, Santiagopamba; Cooperativas de Transporte, Compañía de Taxis, Junta Parroquial, Tenencia Política, Colegio, Escuelas, Seguro Social Campesino, Subcentro de Salud.

**Transporte:** Las principales cooperativas de transporte que sirven a la parroquia son: La Compañía Express Atenas, Flota Bolívar, San Pedro en forma regular al pasar al cantón Chillanes, adicionalmente las cooperativas de transporte interprovincial que pasan por la parroquia vía a la Costa.

### **Dinámica demográfica**

**Población.-** La población de la parroquia San Pablo de Atenas es de 5.489 habitantes, de los cuales el 51,90% son mujeres y el 48,10% son hombres.

**Fuente:** Ecuador en Cifras, Censo 2010, INEC 2011.

La población de la parroquia San Pablo, es una población joven, alrededor del 54,93% tiene menos de 29 años; la población adulta representa el 31,88% y la población de 65 años y más representa el 13,19%.

Es necesario destacar que en la parroquia San Pablo el 89,12% de su población se auto identifica según sus costumbres y su cultura como mestizo/a; el 8,16% como indígena; el 1,95% como blanco/a.

**Educación de la población.-** En cuanto a la educación de la población, en la Parroquia San Pablo el 87,76% sabe leer y escribir.

## 1.7 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

**Administración.-** Es la dirección racional de las actividades de una organización, ya sea lucrativa o no, en ella se aborda la planeación, organización, dirección y control de las actividades separadas por la división del trabajo que ocurren dentro de las organizaciones.

**Calidad.-** Es un sistema de gestión empresarial íntimamente relacionado con el concepto de Mejora Continua, que tiene como principios fundamentales, la obtención de la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente tanto interno como externo; es un proceso de mejora continua de todas las actividades y procesos que se llevan a cabo en la empresa

**Comercialización.-** Conjunto de actividades vinculadas al intercambio de bienes y servicios entre productores y consumidores

**Cristalería.-** Conjunto de objetos de cristal para servir bebidas alcohólicas como no alcohólicas.

**Diseño de la Investigación:** Plan global que se aplica para implementar un proyecto de investigación de mercados.

**Elaboración.-** Preparación de un producto a partir de la combinación de sus componentes

**Emprendimiento.-** proviene del francés entrepreneur (pionero) y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente

**Empresa unipersonal:** Persona natural o jurídica y que una vez inscrita en el registro mercantil forma una persona jurídica que reúne las calidades requeridas para ejercer el comercio.

**Establecimiento.-** Lugar donde se ejerce un negocio de alimentos y bebidas.

**Equipamiento.-** Equipos y utensilios necesarios para un establecimiento de alimentos y bebidas como cocinas, freidoras, refrigeradoras, enfriadores, etc.

**Encuesta.-** Sistema de recolección de información aplicado al público consumidor con el fin de conocer sus actitudes, motivos, opiniones y móviles

**Factibilidad.-** se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

**Innovación.-** Es la aplicación de nuevas ideas, productos, servicios y prácticas con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad, elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial; es decir, no solo hay que inventar algo, si no, por ejemplo introducirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello.

**Investigación de Marketing.-** Búsqueda sistemática y objetiva de información que permite procesamiento y análisis, para identificar problemas y oportunidades concernientes a la empresa y su actividad de marketing

**Ley.-** Desde un punto de vista material, ley es toda regla social obligatoria, emanada de autoridad competente, por lo cual no solo son leyes los que dicta el poder legislativo sino también la constitución, los decretos, las ordenanzas municipales, etc.

**Marketing.-** Es una disciplina general responsable del uso creativo de los recursos de una empresa, para alcanzar metas específicas de rentabilidad, cuyo propósito general es el de satisfacer las necesidades del consumidor mediante actividades de publicidad y promoción, que incluye diseño de productos y técnicas de ventas.

**Menaje.-** Objetos necesarios para realizar un servicio, esta incluye cubertería, cristalería, platería, etc.

**Producción:** Se considera uno de los principales procesos económicos, medio por el cual el trabajo humano crea riqueza.

**Proyecto.-** Un proyecto (del latín proiectus) es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo definido; la gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto

Receta estándar.- Listado de ingredientes con precios específico de las bebidas o comida rápida para conocer su costo real.

### **1.7.1 Marco Teórico Científica**

“Los países poco desarrollados se han convencido que el desarrollo económico de sus países no se debe dejar al juego espontáneo de las fuerzas del mercado sino que se requiere de un esfuerzo deliberado y orientado de un modo específico, capaz de obtener un ritmo más activo de crecimiento del ingreso por habitante lo que implica conocer desde los aspectos teóricos y conceptuales básicos de la microeconomía hasta las fases prácticas y ejecutivas de la macroeconomía.

En este campo de la Investigación y estudio queda incluido las técnicas de programación global y sectorial como la preparación y evaluación de proyectos de inversión, cualquiera sea el área y más aún en el sector turístico en la que existe una combinación de los denominados proyectos productivos y de los de utilidad inducida o diferida.

Los primeros proyectos para producir bienes o servicios característicos del sector privado o mixtos y los segundos típicos del sector público, en los que se incluyen los proyectos de infraestructura económica y social tales como construcción de carreteras, electrificación, centros educativos, médicos, etc.”

El proyecto constituye un eslabón en el proceso de aproximaciones sucesivas que implica la técnica de programación y un elemento importante relacionado con los requisitos de flexibilidad y revisión continua del programa, es la forma más efectiva que tienen las organizaciones para cumplir con su misión y hacer operativas las estrategias”. (Muñoz Guerrero, 2012)

Un proyecto no es más que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema a ser resuelto, para satisfacer una necesidad, según Sapag Chain, un proyecto surge como respuesta a una idea que busca ya sea la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros (demanda insatisfecha de algún producto o servicio).

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, tendiente a resolver entre muchas, una necesidad humana; así puede haber diversas ideas, inversiones de diversos monto, tecnologías y metodologías, con diversos enfoques, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en toda sus facetas como educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, turismo, etc.

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que si se le asigna determinado monto de capital y le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general.

A su vez la evaluación de un proyecto de inversión cualquiera que sea éste, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver la necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable; asignando los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.” (Muñoz Guerrero, 2012)

Proyecto es el proceso de conocimiento de un modelo más o menos organizado de concebir el mundo y de dotarlo de ciertas características que resultan en primera instancia de la experiencia personal del individuo que realiza el proceso.

Este es uno de los requisitos que se debe cumplir en el **proyecto** desde la etapa de pre- inversión hasta llegar al momento de la fase inversión o de ejecución, fase final y de gran importancia para quien lidera, planea, organiza y controla los recursos humanos, técnicos, financieros y administrativos necesarios para generar la respuesta correcta a la necesidad detectada o a la oportunidad manifiesta.

Conocer es, en términos muy generales, la actividad por medio de la cual adquirimos la certeza de que hay una realidad, de que el mundo circundante existe y está dotado de ciertas características que no ponemos en duda la realidad del Proyecto, es el proyecto mismo a ejecutar, de ahí la importancia de conocerlo desde todos los puntos de vistas posibles, pues será quien en definitiva pondrá a prueba el saber, el hacer y el ser de su director y toda su orquesta, en otras palabras, es el conjunto de música jazz que une toda su creatividad y recursos para tocar la melodía que más le guste al inversionista: terminar la obra dentro de un límite de tiempo y recursos con la mayor calidad.

El concepto de ciencia se expresa a partir del conocimiento sistemático que el hombre realiza sobre una realidad determinada, lo expresa en un conjunto de explicaciones coherentes y lógicas a partir de las cuales se validan y formulan alternativas a esa realidad, esta será la característica principal de un proyecto visto desde el punto de vista del método científico y del cual se debe apropiarse los proyectos para realizar su ejecución conforme a las expectativas no solo del cliente sino también de todos los actores que convergen en la solución a esa necesidad o en el saber aprovechar a cabalidad la oportunidad presentada.

La ciencia es un tipo de conocimiento que proporciona al hombre explicaciones coherentes, ordenadas y sistemáticas acerca de la estructura y comportamiento de la naturaleza y capaces de orientarse a éste en su actividad práctica, para proyectos no hay mejor práctica que iniciar con un estudio del proyecto del cual depende su futuro profesional, la acción solo es la última fase del proceso de toma de decisiones, de ahí la razón fundamental del por qué debe existir un equilibrio entre la racionalidad y la acción impulsiva.

Para que el conocimiento de la realidad sea científico se hace necesario definir los requisitos para tal fin, se debe:

1. Identificar las características, propiedades y relaciones de los objetos sobre los cuales se construyen las proposiciones teóricas (leyes)
2. Hacer uso de un lenguaje en la formulación de sus proposiciones.
3. Apoyar en la lógica para la construcción de su teoría.
4. Acuda al método científico en la validación de sus teorías, lo cual supone la aplicación de procesos de observación, experimentación, inducción, análisis y síntesis.

Observar, describir, explicar y predecir, son procesos básicos por los cuales ha de pasar el conocimiento científico que se quiera construir acerca de hechos y realidades en cualquiera de sus aplicaciones a campos específicos, lo que, según el objeto de conocimiento, dan lugar a las ciencias formales y a las ciencias fácticas.

Las ciencias formales tienen como objeto de conocimiento objetos ideales y en las que se opera deductivamente como las matemáticas y la lógica; estas ciencias se refieren a conceptos abstractos producidos formalmente sin alusión a objetos y/o situaciones percibidas por la experiencia.

Las ciencias fácticas o empíricas toman como su objeto hechos y/o situaciones percibidas por la experiencia de hombre.

El conocimiento de carácter fáctico tiene las siguientes características que le son propias:

- Verificación del conocimiento. La ciencia busca ver reflejadas sus afirmaciones en la experiencia, no basta, por lo tanto, que sus proposiciones sean lógicamente coherentes, que tengan sentido para el investigador, es necesario que a través de procedimientos rigurosamente establecidos dichas proposiciones sean avaladas por la práctica.
- Relativismo del conocimiento. Es posible investigar sobre las mismas realidades en periodos diferentes, dando lugar a nuevas explicaciones en su objeto.

- Acumulación del conocimiento. El conocimiento científico se desarrolla sobre la base de la acumulación del conocimiento, de modo que cada investigación toma en cuenta el conocimiento previamente construido, por lo que cada investigación hace parte de la estructura teórica ya existente.
- Explicación y predicción en el conocimiento. La actividad del investigador en las ciencias fácticas debe orientarse a conocer y explicar su objeto de conocimiento y dar alternativas para que éste pueda modificarse.
- Aplicación del conocimiento. La aplicación de las ciencias fácticas se refiere a la posibilidad de crear medios eficaces como respuesta de solución a los problemas según su objeto.

Para el Proyecto es de vital importancia apoyarse en las ciencias fácticas para realizar una revisión del proyecto que se implementará, esta revisión debe realizarse en cada una de las etapas de la formulación, iniciando por estudiar su justificación (descripción del problema), los objetivos generales y específicos que se quieren alcanzar en términos de solución del problema, el estudio de mercado (identificación del bien o servicio, la demanda, la oferta, el precio y la comercialización), el estudio técnico (cómo se va a hacer, cuándo se va a hacer, dónde se va a hacer), el estudio financiero (con qué se va a hacer) y la evaluación financiera, económica y social, todo con miras a centrar la atención en aquellos aspectos de mayor importancia en la fase de inversión o de ejecución del proyecto.

Finalmente y con el fin de hacer del proyecto un éxito, el Gerente de Proyectos deberá contar con tres elementos básicos para llevar a feliz término el proyecto en su etapa de inversión o ejecución:

1. Un pensamiento holístico e integrador aplicado en procesos de reflexión pública;
2. Si se es consciente a dónde se quiere ir y cómo se debe llegar, se requiere la apropiación de la idea, proyecto o empresa;

3. Planeación sin acción no es planeación, por tal razón se requiere de la energía que irradia la motivación para no desfallecer ante el menor obstáculo.

**“PROYECTO DE INVERSIÓN:** Los proyectos pueden ser:

- De instalación o implantación de un conjunto integrado de bienes de producción.
- De operación dirigidos a la racionalización del uso de factores de producción.

Existe una categoría de un proyecto que se organiza según la actividad económica que puede ser la producción de bienes, infraestructura económica o social y la prestación del servicio

Las fases del proyecto son la serie de acciones que llevan a la identificación y materialización de un proyecto y los elementos de la secuencia de tareas. Se dividen en fases principales:

Identificación y definición del problema o de la oportunidad

1. Recopilación de la información
2. Análisis de información
3. Identificación de las restricciones que limitan la solución del problema o el aprovechamiento de la oportunidad
4. Definición de una medida de eficiencia en función de los objetivos del sistema en donde aparece el problema o la oportunidad
5. Construcción y validación del modelo, el cual es la representación del sistema.
6. Búsqueda de alternativas para generar soluciones posibles al problema o al aprovechamiento de la oportunidad
7. Evaluación de alternativas por medio de su valoración y escogiendo la mejor de ellas en función de los criterios de exigencia.
8. Ejecución y control por medio de la puesta en práctica de la alternativa escogida y controlando que la ejecución de la solución satisfaga los objetivos.

9. Evaluación ex – post el cual se lleva a cabo después que el proyecto termine para determinar si el proyecto funcionó según lo programado.” (Muñoz Guerrero, 2012)

“Las inversiones de un proyecto son clasificadas según su objetivo como sigue:

- Inversiones de reemplazos
- Inversiones de expansión
- Inversiones de modernización
- Inversiones estratégicas

Las inversiones de reemplazo son aquellas que solo implican cambiar algo que ya estaba en marcha y que se deterioró, pero que no implica mejora tecnológica, de capacidad, de factores económicos, de formas o de estrategias de operación.

Las inversiones de expansión son las que están orientadas a crecer la capacidad de producción, a generar un nuevo producto, a enfrentar un nuevo mercado, etc.

Las inversiones de modernización están destinadas a buscar una mejora tecnológica, una mayor tasa de producción, una mejor calidad, a permitir el uso de una materia prima de menor costo o disminuir el consumo de energía.

Las inversiones estratégicas son las que están orientadas a dar fortaleza a la organización a largo plazo, como las destinadas a servir de base para la integración vertical u horizontal, las de investigación y desarrollo, las de desarrollo de personal o las de gestión tecnológica.

Cualquiera que sea el objetivo todas las inversiones presentan características que son necesarias tener en cuenta por las implicaciones que para la evaluación de un proyecto pueden llegar a tener. Algunas de sus características son las siguientes:

- Se dan hacia futuro y por lo tanto es necesario hacer pronósticos de comportamiento del ambiente comercial, técnico, económico, financiero y tecnológico en el que la entidad ejecutora de la inversión se desenvuelve, introduciendo el concepto de riesgo.

- Se dan en ambientes económicos que cambian rápida y notablemente y que se deben tener en cuenta las variaciones de aspectos tales como la inflación, devaluación, leyes tributarias, políticas arancelarias, apertura económica, etc.
- Se plantean generalmente a largo plazo y sus efectos son duraderos y prácticamente irreversibles.” (Muñoz Guerrero, 2012)

“Las etapas en la preparación y ejecución de un proyecto de inversión son los pasos por los que transita un proyecto desde la identificación de la idea, los anteproyectos preliminares o estudios previos de factibilidad, el anteproyecto definitivo o estudio de factibilidad y el proyecto completo de ingeniería y de ejecución.

Las etapas que reducen el grado de riesgo e incertidumbre tienen las siguientes etapas:

- **Idea inicial:** Se analiza, completa y ordena en forma superficial para tomar la decisión de suspender el estudio o continuar el procedimiento; se formula el nombre del proyecto y sus objetivos, la localización en el ámbito regional, los aspectos institucionales, etc.
- **Estudio de pre factibilidad:** Se detallan los aspectos señalándolos como términos de referencia, profundizando en los cálculos, estimaciones e investigaciones a fin de identificar las alternativas convenientes, que se estudiarán como factibles.
- **Estudio de factibilidad:** Se detallan y amplían con toda precisión los puntos básicos tratados en la idea inicial y en el estudio de pre factibilidad y se presentan, recogen y analizan las conclusiones de los estudios de mercado, del tamaño del proyecto, de la localización del mismo, así como los aspectos económicos de la organización administrativa.
- **Búsqueda y definición del financiamiento:** Se procede a la determinación del esquema de financiamiento más adecuado que conlleva a una optimización del retorno económico del proyecto.
- **Evaluación del proyecto:** Examinar con determinados criterios los resultados de una acción o propósito por medio de la evaluación de inversiones y la evaluación financiera.

- Ingeniería y construcción: Corresponde al periodo de diseño de ingeniería y arquitectura para la construcción de instalaciones así como el levantamiento mismo de las instalaciones hasta dejarlas listas para la instalación de los equipos necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Puesta en marcha y operación:
- El estudio de mercado para la justificación del proyecto, permite una confluencia de personas e instituciones en actitud de ofrecer o demandar bienes o servicios y de cuyas acciones surge la formación de un precio, en un lugar y a un determinado tiempo” (Baca Urbina, 2013)

Existen cinco agentes que tiene influencia sobre las decisiones de mercado, donde están los proveedores, competidores, distribuidores, consumidores y el mercado externo.

“La viabilidad o no de un proyecto reside principalmente en el mercado consumidor, que será quien decida la adquisición del producto que genere la empresa creada por el proyecto.

Proceso de investigación de mercados para realizar una investigación de mercado se deben seguir ciertos pasos para cumplir con el objetivo que se busca, debiendo:

Primero identificar y formular los problemas y las oportunidades con el fin de determinar cuál es la información necesaria y cómo podemos obtenerla de manera eficiente y eficaz. El objetivo de la investigación de mercados consiste en proporcionar información obtenida de investigaciones profundas para la toma de decisiones.

Seguido de este paso es necesario pasar a la creación del diseño de la investigación el cual es un plan que se va a seguir para cumplir los objetivos de investigación de mercados; estructura o marco para resolver un problema específico; esto se puede hacer por medio de estudios descriptivos o estudios causales.

Después se pasa a la selección del método básico de investigación, estas pueden ser:

- Investigación por encuesta: Investigación en la cual el entrevistador interactúa con el entrevistado para obtener hechos, opiniones y actitudes.
- Investigación por observación: Estudio descriptivo que vigila las acciones de los observados sin interactuar directamente con ellos.

Experimentos: Investigación para medir la causalidad en los cuales el investigador modifica una o más variables para observar el efecto de esto en otras variables.

La selección del procedimiento de muestreo sigue en esta secuencia y puede ser de muestreo probabilístico o no probabilístico, el primero es un subconjunto de una población que aseguran un corte transversal representativo al ver a cada elemento de la población una posibilidad diferente de cero a ser seleccionado y el segundo se maneja por subconjuntos de una población en los cuales se efectúa poco o ningún intento para lograr un corte transversal representativo.

**Factibilidad de un proyecto:** El estudio de factibilidad se constituye en un plan de producción, proyecto o presupuesto que contiene todos los detalles relacionados con las variables que afectan a la decisión de invertir a tal punto que sirve de guía para la implementación de la inversión.

Es un conjunto de informaciones ordenadas dentro de un marco metodológico que nos permite determinar las ventajas y desventajas de asignar recursos (inversión) a una determinada actividad que se desarrollará en un futuro inmediato”

El estudio de factibilidad se lo aborda desde dos componentes principales: el diseño de implementación del proyecto y su evaluación.

**La Elaboración o Diseño.-** Consiste en obtener y ordenar la información necesaria para conseguir una combinación eficiente de recursos y maximizar la producción, considera componentes como el mercado para determinar la demanda futura, la localización, definiendo la mejor alternativa de ubicación, el tamaño, escogiendo la escala apropiada conciliando criterios técnicos y económicos; la ingeniería, en la que se combina de una manera óptima los factores; las inversiones con la creación de infraestructura productiva; costos e ingresos, para saber cuánto nos costará la producción y el volumen monetario de las ventas; el

financiamiento, en el que se define las fuentes de los recursos para realizar la inversión; y el estudio administrativo y legal para establecer el esquema de organización de la empresa y el marco legal respectivo. (Baca Urbina, 2013)

**Evaluación.-** Es un proceso sistemático que permite identificar, medir y valorar los costos y beneficios relevantes asociados a una decisión de inversión, el objetivo fundamental de la evaluación es juzgar en forma concreta, el grado de conveniencia de una acción de invertir”

**Producción:** Es el proceso mediante el cual se transforman y sufren modificaciones físicas o conceptuales un grupo de factores productivos, bienes y servicios, obteniéndose como resultado otros productos distintos con un valor agregado.

**Mercado:** Es el área donde se interrelacionan tanto oferentes como demandantes de bienes y servicios, los dos con objetivos diferentes, los primeros buscan vender sus productos a los mejores precios; mientras los segundos buscan adquirir la mayor cantidad de bienes a precios bajos.

La mayor o menor cantidad de los unos frente a los otros determinará el grado de competencia y poder de los productores o compradores para imponer condiciones

**Competencia:** Es el resultado de la concurrencia al mercado de muchos o pocos actores y de la variedad o no de las cualidades de un producto.

**Demanda:** Son las cantidades de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir a los diferentes precios, constituye una relación funcional inversa entre la cantidad demandada de un bien y su precio; pues, cuando el precio aumenta, la cantidad demandada disminuye; y, cuando el precio disminuye la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores aumenta”. (Baca Urbina, 2013)

“La demanda depende de los siguientes determinantes:

- a) El precio del bien
- b) El ingreso de los consumidores

- c) El gusto y preferencias de los consumidores
- d) El precio de otros bienes relacionados
- e) La población consumidora
- f) Otros determinantes” (Muñoz Guerrero, 2012)

**Oferta:** Es la cantidad de bienes y servicios que un productor está dispuesto a ofrecer a los consumidores a diferentes precios.

Entre los precios y las cantidades existe una relación directa, a mayores precios, mayor es la cantidad de bienes y servicios que el productor está dispuesto a ofrecer; y, a menores precios, menor es la cantidad que el productor está dispuesto a ofrecer a los consumidores.

Los determinantes de la oferta son:

- a) El precio del bien
- b) El cambio en los objetivos de los productores
- c) Variaciones en los costos de producción
- d) Cambios en la tecnología
- e) Variaciones en los precios de otros bienes”. (Baca Urbina, 2013)

**Teoría del Consumidor:** Esta teoría analiza el comportamiento de los consumidores en el mercado y las diferentes decisiones que estos toman, dependiendo del grado de utilidad que el bien les proporcione.

Los factores que se toman en cuenta en el comportamiento de los consumidores son las cualidades que el consumidor le atribuye al bien o servicio y el ingreso disponible del consumidor.” (Muñoz Guerrero, 2012)

### 1.7.2 Marco Teórico Legal

Los requisitos legales para la instalación de un Bar Discoteca son los siguientes:

- Autorización del Municipio (Patente Municipal)
- Autorización Ministerio de Salud (ARCSA)

- Autorización a los Bomberos
- Autorización a la Empresa Eléctrica
- Registro Único de Contribuyentes – RUC –
- Registro en el Ministerio de Turismo que necesita los siguientes documentos:
- Copia Certificada de la Escritura
- Nombramiento del Representante Legal
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad
- Lista de Precios
- Copia de la papeleta de votación
- Certificado de búsqueda de nombre comercial emitido por el IEPPI
- Copia de escrituras, título de propiedad o arrendamiento de local legalizado
- Licencia Anual de Funcionamiento
- Número patronal del IESS
- Permiso a la Intendencia de Policía

#### **Permiso Ministerio de Salud (ARCSA)**

Un permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos como los restaurantes que se deben al control sanitario, este documento es entregado por el Ministerio de Salud al establecimiento que efectúan con óptimas condiciones sanitarias. Los requisitos son:

1. Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
2. Certificado (s) de Salud.
3. Documento del control del cumplimiento de requisitos para la actividad
4. Certificado de uso de suelo
5. Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
6. Comprobante de pago de patente del año.

#### **Certificados de Salud (Empleados)**

Es una obligación del empresario o dueño del negocio sacar los certificados de los permisos sanitarios de los empleados otorgados por el Ministerio de Salud, su

fecha de plazo es hasta el 31 de marzo de cada año y está sujeta al Código de la Salud

### **Patente Municipal**

La obtención del permiso de patente es concedida por el Municipio de la ciudad y son para las personas que tengan actividades económicas y empresariales, su fecha de vencimiento es hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

### **Impuesto a los Bomberos**

Para acceder al certificado debe haber cancelado el impuesto a los bomberos se debe realizar los siguientes pasos:

Presentar solicitud dirigida a los bomberos.

- Una persona indicará la hora y fecha en que irán a realizar la inspección.
- Los bomberos emiten un informe en el cual indican si se encontró o no desperfectos.
- Se debe pagar un impuesto de acuerdo a la categoría del establecimiento
- Se recibe un certificado, nuevamente se realiza una inspección del establecimiento.
- Se debe renovar el permiso anualmente

### **Permiso de la Intendencia de la Policía**

Existen algunos requerimientos importantes para que se pueda acceder a dicho permiso para lo cual se debe presentar los siguientes requisitos:

- Copia de Cédula de Identidad

- Certificado de propiedad o arrendamiento
- Registro Único de Contribuyente

Es muy importante tener en cuenta un punto básico que en el caso de no tener el RUC, se deberá presentar únicamente la cédula del propietario y el certificado de propiedad, de esta manera se puede conseguir permiso provisional.

### **Licencia Anual de Funcionamiento**

Esto se lo hace cada primer mes del año (enero) de cada año, el representante del establecimiento tiene que acudir al Municipio a cancelar este rubro con los siguientes documentos:

1. Patente Municipal
2. Permiso de Bomberos.

Tiene un plazo hasta el 31 de marzo de cada año y este trámite se lo hace una sola vez y con el comprobante de este pago, el contribuyente se acerca a pagar en el Ministerio de Turismo

### **Rótulos y Publicidad Exterior**

Es utilizada para instalar propaganda publicitaria como rótulos, letreros, vallas pancartas, etc.; esto puede ser en áreas públicas o privadas y la obligación es cancelar al Municipio, el permiso para la instalación de rótulos o publicidad pautaada y tiene validez por un año, una vez obtenida el permiso de la instalación y licencia del rótulo si no se cumple tiene una sanción de clausurar el establecimiento con base legal.- Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo.

### **Impuesto Predial**

Cancelan este impuesto anualmente los propietarios de inmuebles con una prórroga que va de enero a junio con una rebaja del 10% vencido este plazo hay una recarga del 2% hasta diciembre.

### **Registro en IEPI**

Requerimos con una solicitud dirigida al Director de Documentos y Estadística de búsqueda fonética del IEPI, para que se encargue de investigar si existe otra empresa con el logo o nombre del establecimiento, aprobado esta solicitud con el visto bueno, procederemos a su registro legal. Este trámite cuesta 8 dólares y consta con una firma de abogado.

### **Número Patronal**

La entidad que asigna un número a la empresa que recién está naciendo, con el objeto de tener control de los empleados por orden de dependencia y sus legítimas aportaciones es el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (IESS)

### **REQUISITOS PARA EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LAS DISCOTECAS Y PEÑAS**

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Licencia anual de funcionamiento
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su Emisión)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Acuerdo Ministerial No 5318<sup>a</sup>. Artículo 1.- De los Permisos.- El permiso anual de funcionamiento será otorgado por la Intendencia General de Policía de la jurisdicción correspondiente, el mismo que tendrá una vigencia de un año calendario.

Para el otorgamiento del permiso de uso de suelo que emite la Dirección de Planificación, el propietario del negocio o de la actividad económica deberá realizar el siguiente trámite.

Categoría 1 y 2

## **CENTROS NOCTURNOS, DIVERSIÓN TOLERANCIA**

### **REQUISITOS**

- Solicitud dirigida al Señor Director de Planificación para el otorgamiento del permiso
- Informe de regulación urbana con la factibilidad
- Formularios de aprobación de planos y permiso de construcción firmado por el profesional (arquitecto o ingeniero), que vaya a ejecutar la obra (caso de ser nueva).
- Plano de edificación (platas, fachadas, cortes) (equipamiento, puertas de ingreso y de escape, salidas de emergencia) (instalaciones eléctricas, sanitarias, especiales) control de ruidos y medidas de seguridad.
- Memoria técnica descriptiva (tipo de giro con la que va a funcionar el local, plan de manejo, plan de emergencias)
- RUC/RISE tipo de actividad comercial – RUC. RISE
- Permisos anteriores de funcionamiento del local
- En caso de arriendo del local, se presentará el permiso expreso del propietario autorizando el uso del local para el fin determinado en el RUC/RISE
- Patente Municipal.

### **REQUISITOS PARA EL INFORME DE REGULACIÓN**

- Formulario de solicitud de regulación
- Copia de la cédula y certificado de votación del propietario
- Copia del pago del impuesto predial actualizado

- Certificado de no adeudar al municipio actualizado
- Copia de la escritura
- Una carpeta con vincha
- Certificado de factibilidad de agua

## **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO PARA LOCALES Y ESTABLECIMIENTOS SUJETOS A VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO**

### **Establecimientos que deben obtener permiso de funcionamiento:**

- De servicios de salud públicos y privados.
- Farmacéuticos.
- De medicamentos homeopáticos.
- De productos naturales de uso medicinal.
- De cosméticos y productos higiénicos.
- De alimentos.
- Comerciales y de servicios.
- Servicios de turismo.
- Escenarios permanentes de espectáculos.
- Servicios funerarios.
- Estaciones para expendio de combustibles y lubricantes.
- Establecimiento de plaguicidas de uso doméstico e industrial...
- Otros establecimientos sujetos a control sanitario descritos en el Ac. Ministerial No. 4907 del 27 de junio de 2014, publicado en el Registro Oficial No. 294 de 22 de julio de 2014...

### **Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)**

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).

3. Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
5. Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
6. Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
7. Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Costos del permiso de funcionamiento: (Descritos en el Ac. Ministerial No 4907)

\* Acuerdos Ministeriales- ac 00004712 2014 11 feb

## **CAPITULO II**

## 2.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

### ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SAN PABLO DE ATENAS

#### 1. GÉNERO DEL ENCUESTADO

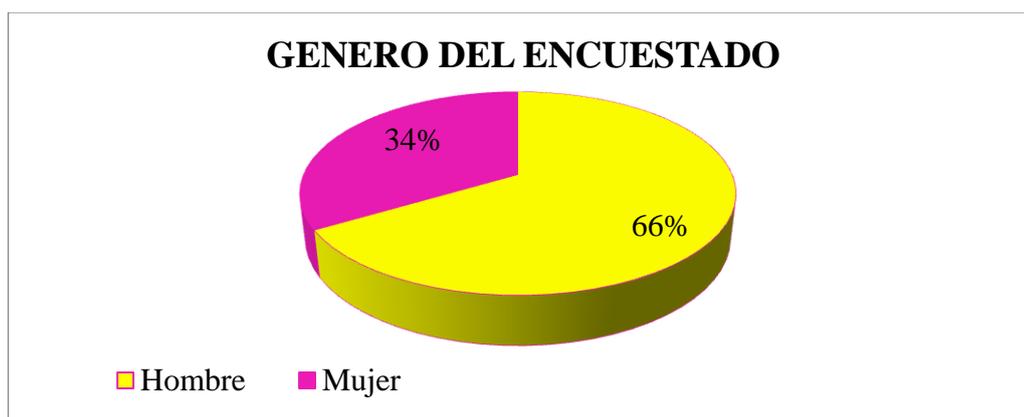
Cuadro No. 1

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Hombre	218	66 %
Mujer	58	34 %
TOTAL	328	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

Gráfico No. 1



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

#### ANÁLISIS:

Aleatoriamente al haber escogido a los encuestados, del total, más de la mitad de ellos fueron hombres con un 66 y las mujeres fueron 34 de cada encuestados, quienes respondieron a esta encuesta en la parroquia de San Pablo de Atenas, de preferencia se escogió a jóvenes o personas adultas por ser un proyecto de un Bar Discoteca.

## EDAD DEL ENCUESTADO

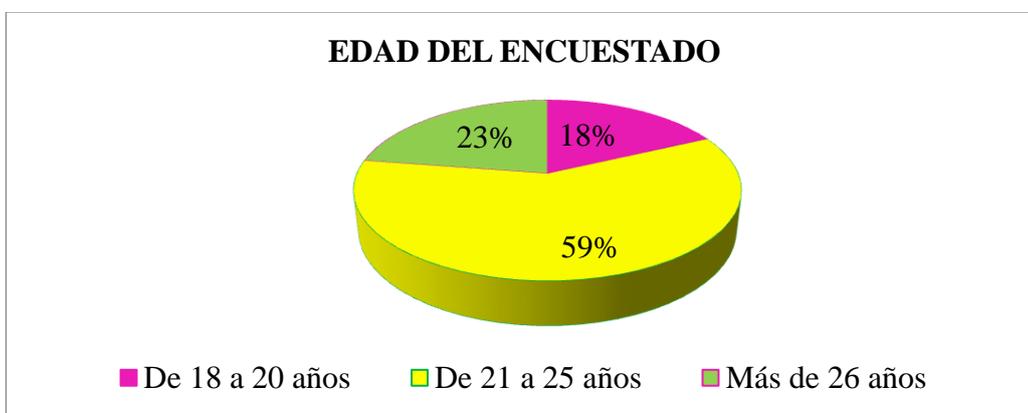
**Cuadro No. 2**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
De 18 a 20 años	59	18%
De 21 a 25 años	195	59%
Más de 26 años	74	23%
<b>TOTAL</b>	<b>328</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 2**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

### ANÁLISIS:

De los encuestados quienes fueron hombres y mujeres, se escogió 3 rangos abarcando el primero de 18 a 20 años, el segundo de 21 a 25 y el tercero de más de 26 años; rangos que consideramos claves para quienes acuden a disfrutar de un Bar Discoteca. De los rangos el que está entre los 21 a 25 años es el que mayormente fue encuestado, constituyendo más de la mitad y en menor proporción están las otras dos alternativas.

## PREGUNTA N° 1

### ¿CUÁL ES SU ACTIVIDAD PRINCIPAL?

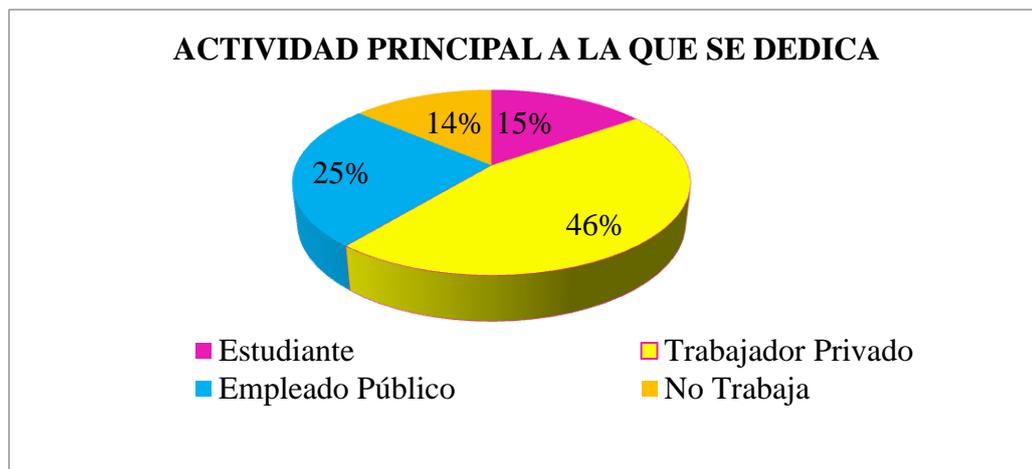
**Cuadro No. 3**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Estudiante	50	15%
Trabajador Privado	150	46%
Empleado Público	83	25%
No Trabaja	45	14%
<b>TOTAL</b>	<b>328</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 3**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

### ANÁLISIS:

A la pregunta de cuál es su actividad principal, de los encuestados 5 de cada 10 fueron trabajadores privados, que poseen sus fincas y laboran en ellas o poseen su negocio propio, en tanto el resto se distribuyeron en casi los mismos porcentajes como empleado público que laboran en instituciones públicas o el magisterio y los restantes fueron estudiantes y otros pobladores que no trabajan

## PREGUNTA N° 2

### ¿ASISTE A UN BAR DISCOTECA?

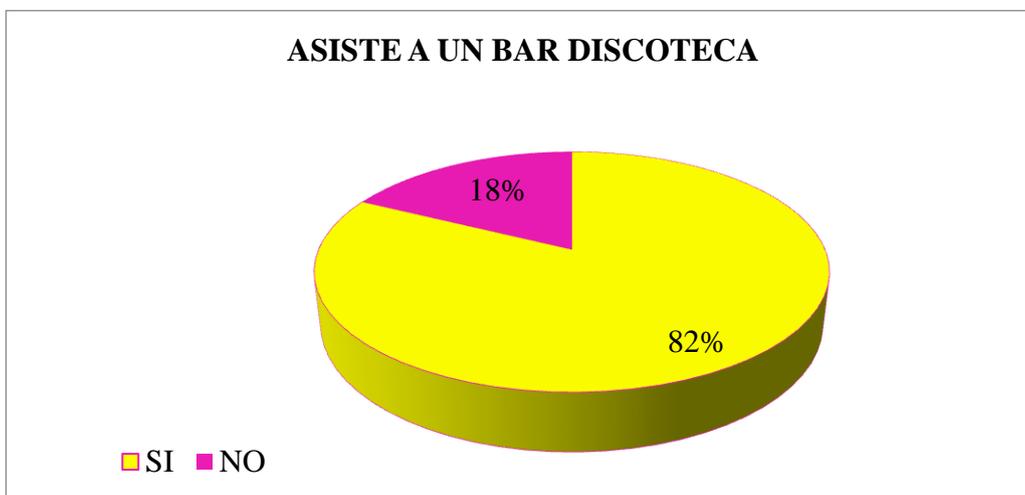
**Cuadro No. 4**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	270	82 %
No	58	18 %
<b>TOTAL</b>	<b>328</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 4**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

### ANALISIS:

Quienes fueron encuestados manifestaron en su gran mayoría que si asisten a un Bar Discoteca, lo que confirmamos con la edad y actividad diaria que realizan, de tal manera que son 8 de cada 10 personas y 2 de cada 10 no asisten a divertirse.

### PREGUNTA N° 3

¿CON QUE FRECUENCIA VA USTED A UN BAR DISCOTECA?

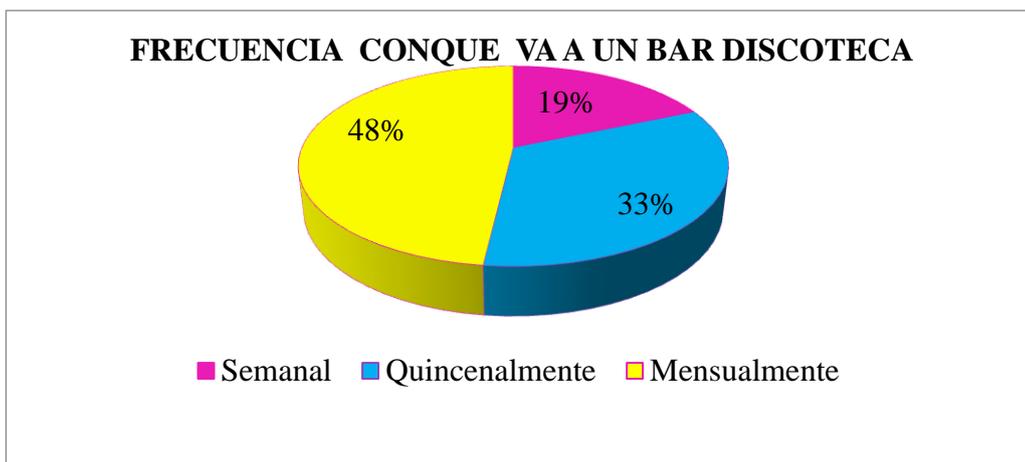
**Cuadro No. 5**

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Semanal	50	19%
Quincenalmente	90	33%
Mensualmente	130	48%
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 5**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

### ANALISIS:

Los encuestados que acuden a un Bar Discoteca lo hacen en orden de prioridad e importancia mensualmente 5 de cada 10, quincenalmente son 3 de cada 10 y semanalmente 2 de los encuestados, al ser jóvenes tienen esas energías de vivir momento de sano esparcimiento pero indudablemente lo que manda en esta actividad es el pago de entradas y consumo.

#### PREGUNTA N° 4

#### ¿A QUÉ BAR DISCOTECA ACUDE HABITUALMENTE?

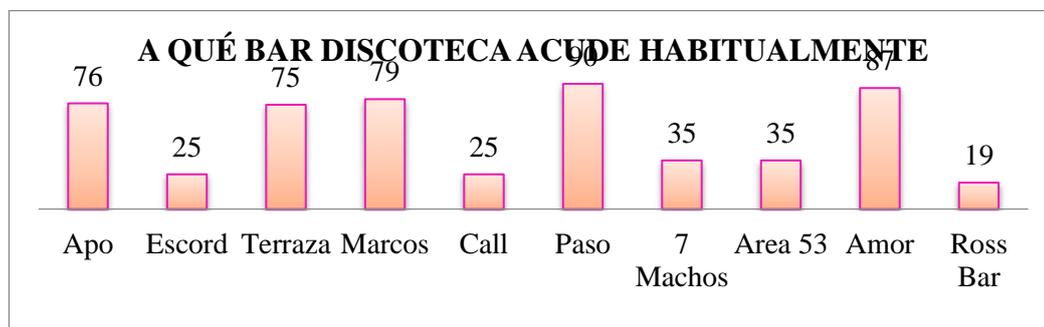
**Cuadro No. 6**

OPCION	NUMERO
Apo	76
Escord	25
Terraza	75
Marcos	79
Call	25
Paso	90
7 Machos	35
Área 53	35
Amor	87
Ross Bar	19

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 6**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

#### ANALISIS:

Las respuestas son varias respecto de los bares discotecas que han visitado, mencionando a las más cercanas como las más lejanas y a las que acuden a divertirse, así están la Apo, Terraza, Marcos, Paso y Amor, y, otras como Escord, Call, 7 Machos, área 53 y Ross Bar.

### PREGUNTA N° 5

¿EN QUÉ LUGAR SE LOCALIZA EL BAR DISCOTECA AL QUE ACUDE HABITUALMENTE?

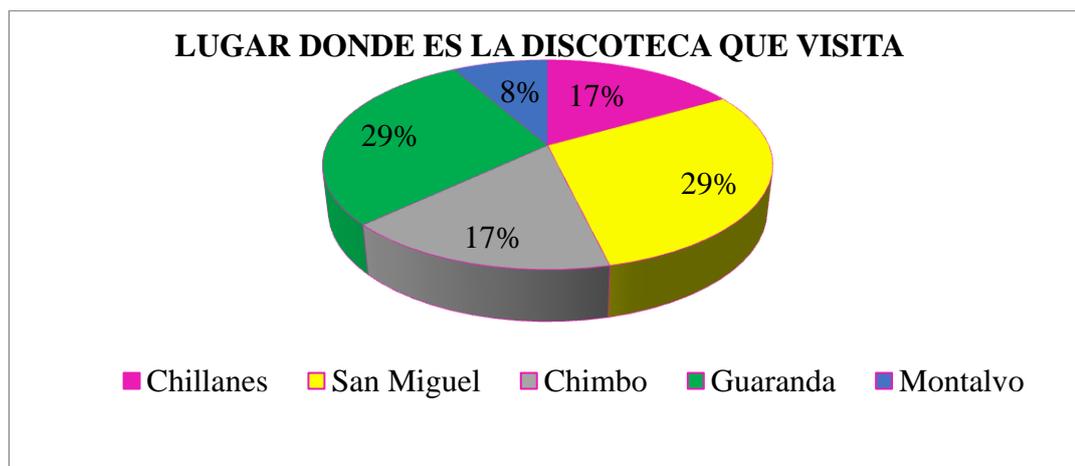
Cuadro No. 7

OPCION	NUMERO	PORCENTAJE
Chillanes	45	17%
San Miguel	80	30%
Chimbo	45	17%
Guaranda	78	29%
Montalvo	22	8%
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

Gráfico No. 7



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

### ANALISIS:

De acuerdo a la pregunta anterior, las discotecas que mayormente visitan no están en la ciudad de San Miguel ni en Chimbo, sino en ciudades como Chillanes, Guaranda o Montalvo; lo que a su vez es un indicativo la falta de centros de recreación cercanos a la parroquia de San Pablo de Atenas

## PREGUNTA N° 6

**¿QUE LE ATRAE MÁS DEL BAR DISCOTECA AL QUE ACUDE HABITUALMENTE?**

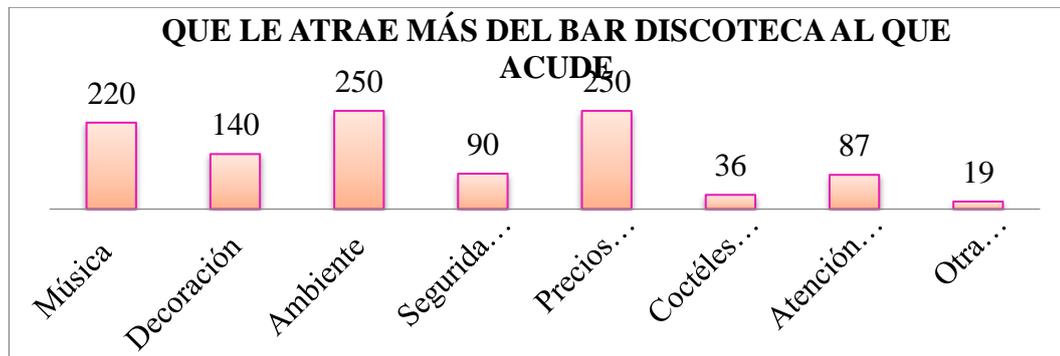
**Cuadro No. 8**

OPCION	NUMERO
Música	220
Decoración	140
Ambiente	250
Seguridad y Seriedad	90
Precios de las Entradas	250
Cócteles que ofertan	36
Atención Personalizada	87
Otra característica	19

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 8**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

## ANALISIS:

Varias son las motivaciones que inciden en el desplazamiento hacia sitios de recreación por parte de los jóvenes, mencionando la música, el precio de las entradas, el ambiente, la seguridad, decoración, espacio, atención personalizada, descuentos en las entrada, artistas que taren o DJ que mezcla la música

### PREGUNTA N° 7

**¿CUÁL ES EL PRECIO QUE PAGA POR LA ENTRADA AL BAR DISCOTECA?**

**Cuadro No. 9**

<b>OPCION</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Un dólar	45	17
Dos Dólares	120	44
Tres Dólares	23	9
Cuatro Dólares	55	20
Más de Cinco Dólares	27	10
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 9**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

### ANALISIS:

Dependiendo de la ciudad, del local, de la temporada o del artista que presentan en el Bar Discoteca, los encuestados pagan desde uno hasta más de cinco dólares, pero estos precios son referenciales incluso cuando hay promociones de entradas o de cocteles o una cerveza gratis; sin embargo el precio que prima mayoritariamente es de dos dólares.

### PREGUNTA N° 8

### ¿CÓMO CALIFICA USTED AL BAR DISCOTECA QUE FRECUENTA?

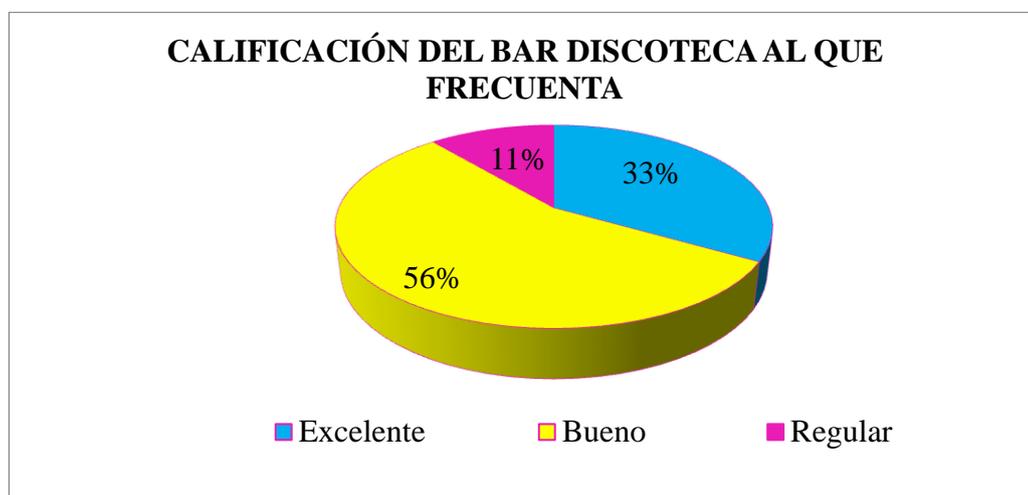
**Cuadro No. 10**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Excelente	90	33%
Bueno	150	56%
Regular	30	11%
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 10**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

### ANÁLISIS:

Para la mayoría de los encuestados, respecto de la calificación del Bar Discoteca que frecuentan la consideran Bueno y Excelente 9 de cada diez personas, sea como se mencionó anteriormente por el ambiente, la música, el DJ, las promociones y tan solo 1 de cada diez encuestado la consideran regular, sin embargo la mayoría de ellas están en otras ciudades lejanas a San Pablo de Atenas.

### PREGUNTA N° 9

### ¿ENTRE CUANTAS PERSONAS VAN AL BAR DISCOTECA?

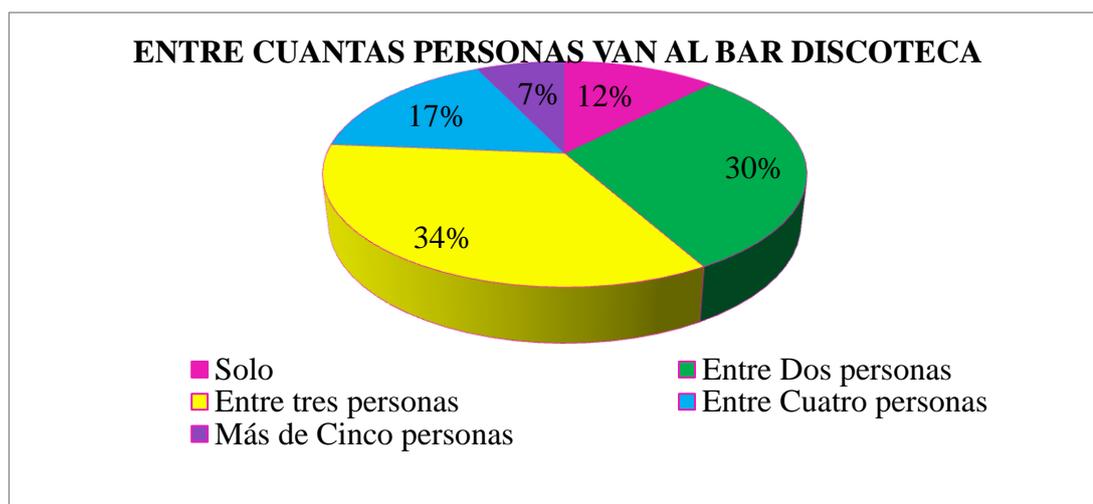
**Cuadro No. 11**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Solo	33	12 %
Entre Dos personas	80	30 %
Entre tres personas	93	34 %
Entre Cuatro personas	45	17 %
Más de Cinco personas	19	7 %
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde

**Gráfico No. 11**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

### ANÁLISIS:

Quienes frecuentan los Bares Discotecas lo hacen a veces solos o en compañía de sus amigos o familiares según las encuestas de hasta más de 5 personas y se desplazan en sus vehículos a ciudades como San Miguel, Chimbo, Guaranda, Montalvo o Chillanes

### PREGUNTA N° 10

**¿CUÁL ES LA MÚSICA QUE PREFIERE ESCUCHAR EN EL BAR DISCOTECA?**

**Cuadro No. 12**

<b>OPCION</b>	<b>NÚMERO</b>
Rock	76
Retro	134
Tropicales	158
Romántica	250
Salsa	223
Alternativa	75
<b>Otro Género</b>	<b>99</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 12**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

### **ANALISIS:**

Entre la música que prefieren escuchar se mencionan todos los ritmos desde Salsa, Romántica, Tropical, Rock, Retro, Alternativa o de otro género como la tecno cumbia, etc.

**PREGUNTA N° 11**

**¿QUE OTROS SERVICIOS LE BRINDA EL BAR DISCOTECA QUE FRECUENTA?**

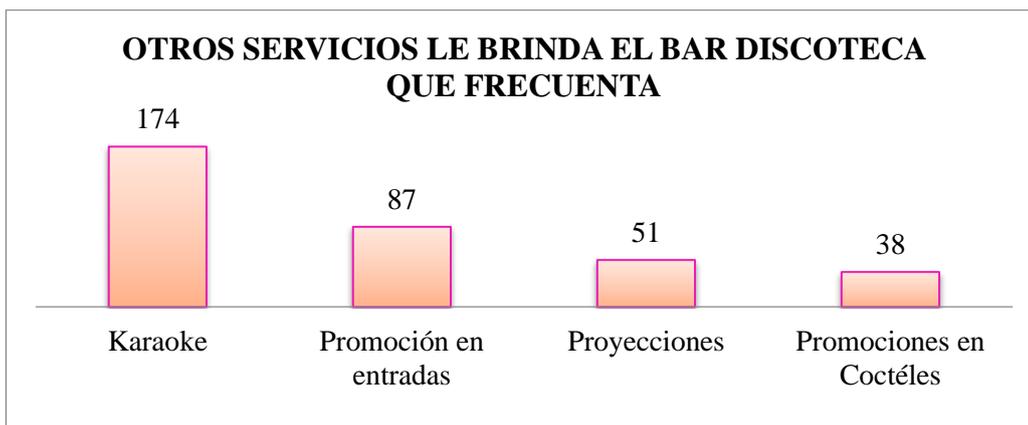
**Cuadro No. 13**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NÚMERO</b>
Karaoke	174
Promoción en Entradas	87
Proyecciones	51
Promociones en Cocteles	38
<b>TOTAL</b>	<b>174</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 13**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

**ANÁLISIS:**

Loa encuestados manifiestan que cuando acuden a estos centros de diversión les gusta también a más de divertirse sanamente los servicios complementarios que hay en los Bares Discotecas como el Karaoke en un gran porcentaje, las promociones que ofertan, las proyecciones de videos musicales y uno que otro coctel gratis.

**PREGUNTA N° 12**

**¿QUÉ TIPO DE BEBIDAS HABITUALMENTE CONSUME CUANDO VA A UN BAR DISCOTECA?**

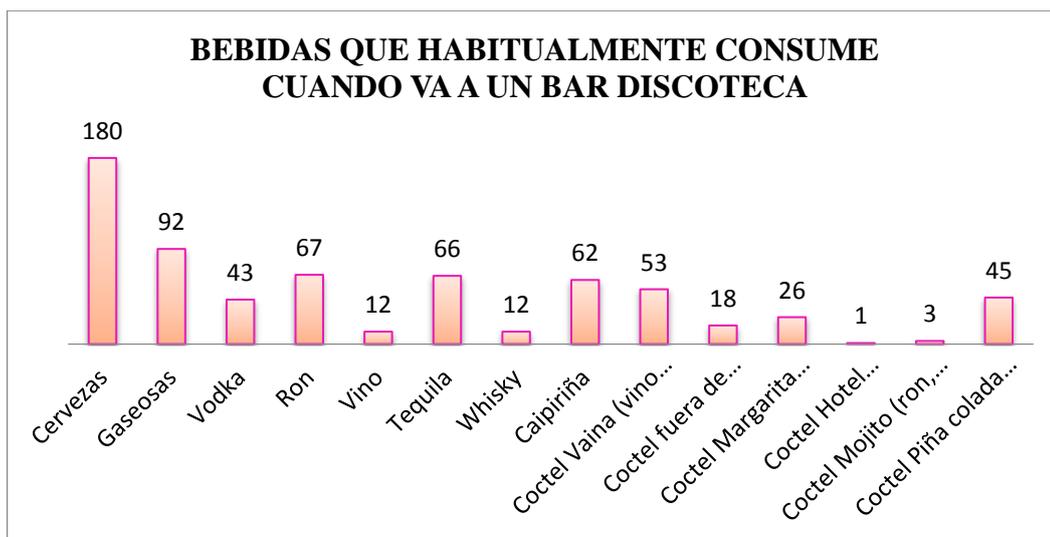
**Cuadro No. 14**

<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>
Cervezas	180
Gaseosas	92
Vodka	43
Ron	67
Vino	12
Tequila	66
Whisky	12
Caipiriña	62
Coctel Vaina (vino tinto, coñac, huevo)	53
Coctel fuera de órbita (punta, melón, naranja, piña)	18
Coctel Margarita strawberry (Tequila, naranja, granadina)	26
Coctel Hotel California (ron, Amaretto, naranja, miel de abeja)	1
Coctel Mojito (ron, limón, hierba buena)	3
Coctel Piña colada (ron, coco, piña)	45

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 14**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**ANALISIS:**

Quienes visitan estos centros de diversión a más de bailar o cantar en el Karaoke les gusta tomar o brindar algunas bebidas entre las más comunes como la cerveza, ciertas gaseosas, ron, vodka y ciertos cocteles como caipiriña, vaina y otros.

Muy pocos de los encuestados consumen Whisky o ciertos cocteles exóticos y que les solicitan sean porque han consumido en otros establecimientos o en la playa cuando se han ido de paseo

**PREGUNTA N° 13**

**¿ESTARÍA USTED DE ACUERDO QUE SE IMPLEMENTE UN BAR DISCOTECA EN LA PARROQUIA DE SAN PABLO DE ATENAS?**

**Cuadro No. 15**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	318	97 %
No	10	3 %
<b>TOTAL</b>	<b>328</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

**Cuadro No. 16**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

**ANALISIS:**

No todos los encuestados están de acuerdo que se implemente un Bar Discoteca en la parroquia de San Pablo de Atenas, constituyendo menos de uno de cada 10 personas, siendo exactamente un 3 % del total de encuestados, en cambio mayoritariamente manifiestan y creen que si es necesario, pues les evitaría desplazarse a otras ciudades en busca de diversión con los consecuentes peligros que esto acarrea.

#### PREGUNTA N° 14

### ¿QUÉ CONDICIONES DEBERÍA TENER ESTE ESTABLECIMIENTO DE RECREACIÓN?

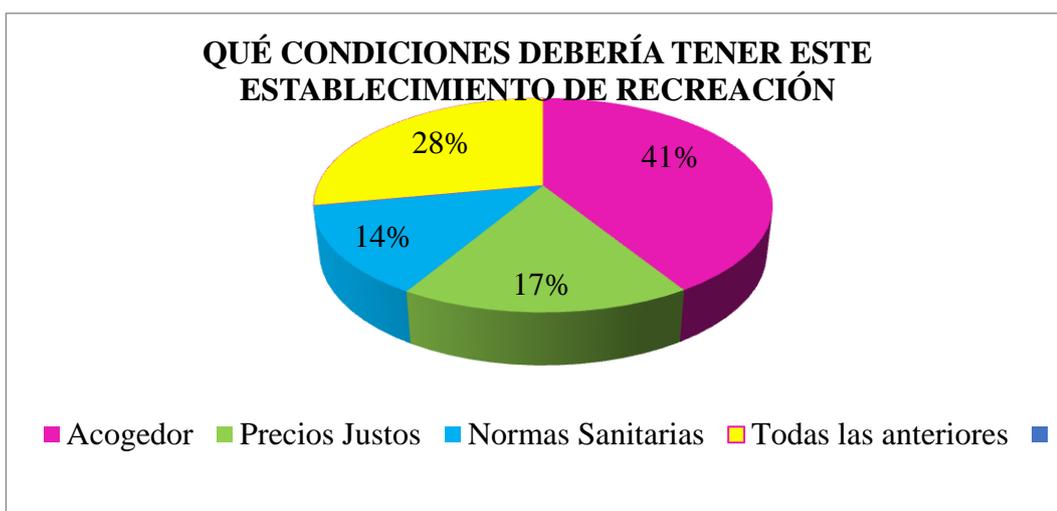
Cuadro No. 17

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Acogedor	131	40 %
Precios Justos	55	17 %
Normas Sanitarias	43	13 %
Todas las anteriores	89	50 %
<b>TOTAL</b>	<b>318</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

Gráfico No. 15



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

#### ANÁLISIS:

De la misma manera quienes consideran que se debe implementar el Bar Discoteca en la parroquia de San Pablo de Atenas, debe reunir a más de buena música, un ambiente acogedor, que cobren precios justos, que cumplan con las normas sanitarias y de seguridad así un sector de los encuestados manifestó que todas las anteriores condiciones

### PREGUNTA N° 15

**¿LE GUSTARÍA QUE EN EL BAR DISCOTECA EXISTA UNA VARIEDAD DE BEBIDAS?**

**Cuadro No. 18**

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	290	88
No	28	12
<b>TOTAL</b>	<b>318</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atienza y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 16**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atienza y Alicia Valverde.

### **ANÁLISIS:**

Entre los encuestados que desean se implemente el Bar Discoteca, consideran que debe existir una variedad de bebidas y que estén al alcance de los bolsillos de quienes acuden a estos centros de diversión sea que sean empedados privados, empleados públicos o estudiantes, la relación en esta pregunta es de 9 de cada diez que sí y uno que no.

**PREGUNTA N° 16**

**¿EL BAR DISCOTECA DEBERÍA OFERTAR PLATOS EXPRESS SALUDABLES COMO?**

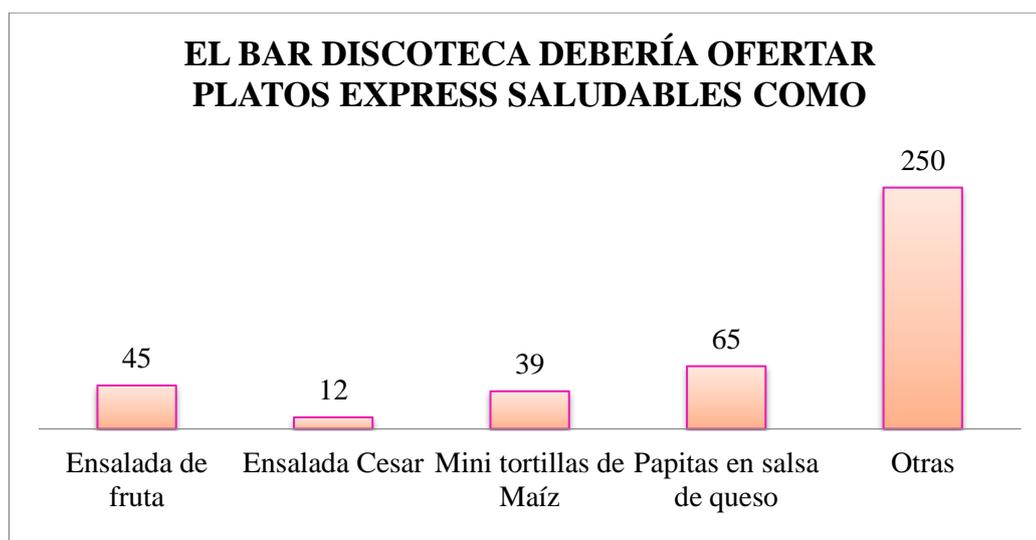
**Cuadro No. 19**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NÚMERO</b>
Ensalada de fruta	257
Ensalada Cesar	45
Mini tortillas de Maíz	124
Papitas en salsa de queso	267
Otras	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**Gráfico No. 17**



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atencia y Alicia Valverde.

**ANÁLISIS:**

Los encuestados opinan que en el Bar Discoteca que se implemente debería ofertar además de los platos saludables como ensaladas de frutas, ensalada César, mini tortillas de maíz o papitas en salsa de queso, comida rápida como salchipapa, papi pollo, hamburguesas, hot dogs, etc.

## 2.2 CONCLUSIONES

- Que tanto hombres como mujeres mayores de edad, sean empleados públicos, trabajadores o estudiantes de la parroquia San Pablo de Atenas, acuden a un Bar Discoteca a recrearse, divertirse y pasar momentos gratos con sus amigos y familiares pero no existe uno en la parroquia San Pablo de Atenas.
- No existe en la parroquia centros de diversión y cuando frecuentan, los usuarios van a otras poblaciones como San Miguel, Chimbo, Guaranda, Chillanes e incluso Montalvo, lo que causa peligro tanto a la ida como al retorno
- Varios de los encuestados frecuentemente asisten semanalmente y hasta mensualmente a las discotecas en otras ciudades, atraídos por servicios que ofrecen como música, ambiente, seguridad, atención y promociones; que ofertan, cancelando entradas desde un dólar a hasta más de cinco dólares, pero depende si es solo el servicio de discoteca o con presentación de artistas.
- Quienes van a divertirse en el Bar Discoteca lo catalogan como excelente hasta Regular y se desplazan solos incluso con más de 5 amigos, demostrando que desean divertirse

### **2.3 RECOMENDACIONES**

- Es imprescindible la implementación del Bar Discoteca en la parroquia San Pablo de Atenas ante la carencia de este centro de diversión.
- El nuevo Bar Discoteca debe reunir algunas características como ambiente, precios justos, música del momento, etc.; capaz de generar interés en los pobladores del sector para acudir a ella y no desplazarse a otras en lugares diferentes.
- Cuando se implemente el Bar Discoteca debe estar en continua concordancia con eventos que garanticen un flujo permanente de visitantes

## **CAPÍTULO III**

### **3.1 ESTUDIO DE MERCADO**

Quien no vende no tiene éxito en su negocios, bajo este slogan, el Capítulo II pone de manifiesto la importancia y los resultados de las encuestas realizadas a los pobladores de la parroquia de San Pablo de Atenas a quienes se les ofertará un Bar Discoteca de calidad, con música moderna, ambiente agradable, de tal manera que ya no se desplacen a otros sitios de la provincia o país a vivir momentos de relax, satisfacción o entretenimiento con el consiguiente peligro que entraña el retorno tanto para hombres o mujeres.

Con el primer estudio (mercado) se:

- Determinó el número de usuarios o demandantes del servicio de Bar Discoteca.
- Determinamos la existencia de bares discotecas en el sector o a que Bar Discoteca se desplazan los jóvenes en busca de diversión.
- Determinamos en base del Balance Demanda – Oferta, la demanda insatisfecha
- Analizamos la capacidad de oferta del Bar Discoteca a implementar en la parroquia con los diferentes productos y servicios
- Determinamos el precio a cancelar los usuarios por entrar a la discoteca y los productos que ofertaremos.

#### **3.1.1 Definición del Producto**

La propuesta define con base en el proyecto de inversión los productos y sus precios a los que serán ofertados, considerando los costos fijos y variables, la competencia y el segmento de mercado.

La promoción se realizará con la apertura e inauguración del establecimiento a la que acuda directamente el consumidor, también se va a elaborar hojas volantes y tarjetas de presentación, se organizará fiestas pilotos, antes de la apertura normal, con invitaciones para los medios de comunicación y con un valor de consumo mínimo sea para barra libre o para consumo normal.

El Bar Discoteca ofertará una pista de baile amplia, cómodos asientos, una barra de licores y elaboración de cocteles, incorporando una decoración llamativa para el establecimiento con juegos de luz láser y música del momento y de gusto del cliente,

Adicionalmente ofrecemos promociones como:

- Si cumple años en esta semana trae a diez amigos y te regalamos una botella de nuestros auspiciantes
- Las damas no pagan cover los días jueves y viernes.
- Noches temáticas.
- Licores y la mejor cerveza nacional.
- Tarjetas promocionales de consumo.
- Atención personalizada.
- Seguridad privada.
- Parqueaderos.
- Hombres USD 2,0 valor con derecho a consumo.
- Mujeres USD 1,0.

### **Segmentación**

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos, la esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores y uno de los elementos decisivos del éxito del Bar Discoteca es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado

### **Variables de Segmentación**

Dentro de las variables consideraremos la segmentación geográfica, demográfica y psicográfica.

### **Segmentación Geográfica**

Requiere dividir el mercado en diferentes unidades geográficas, de la siguiente manera:

País: Ecuador.

Región: Sierra.

Provincia: Bolívar.

Cantón: San Miguel.

Parroquia: San Pablo de Atenas.

Cabe recalcar que en la parroquia no existen delimitaciones de barrios, por lo que se consideró esto al momento de la aplicación de la muestra.

#### **3.1.1.1 Segmentación Demográfica**

Consiste en dividir el mercado en grupos, a partir de rangos así:

Edad: 18 a 45 años.

Sexo: hombres y mujeres.

Ocupación: trabajadores de oficina, profesionales en ejercicio, actividades económicas por cuenta propia.

#### **3.1.1.2 Segmentación Psicográfica**

Divide a los compradores en diferentes grupos y consiste en agrupar a la población de un mercado de acuerdo a estratos sociales.

Clase social: media.

Estilo de vida: normal.

Personalidad: alegre, divertida, amable, cordial

### **DEMANDA POTENCIAL**

Los principales clientes del Bar Discoteca serán los habitantes de la parroquia de San Pablo de Atenas y sectores aledaños como Bilován y Piscurso.

El promedio de edad de la gente que visitará nuestro Bar Discoteca, será de 18 a 45 años, estas personas poseen un mayor poder adquisitivo y son trabajadores públicos e independientes

#### **3.1.2 Análisis de la Demanda y Proyecciones**

El proyecto, consideró a los pobladores locales de la parroquia que requiere establecimientos donde se pueda recrear, distraer, bailar y escuchar música en un ambiente agradable; por lo que de acuerdo a la investigación de campo realizado y una vez tabulada las encuestas, la Demanda Actual y Mercado Meta la obtuvimos de la siguiente manera:

De la investigación de campo, Capítulo II, las respuestas de las encuestas y que se relacionan con la Demanda fueron:

Pregunta N° 2.- Asiste a un Bar Discoteca	Si	82 %
Pregunta N° 5.- En qué lugar se localiza el bar discoteca		
Al que acude habitualmente	todos	100 %
Pregunta N° 8.- Cómo califica Ud. al Bar Discoteca que frecuenta Regular		11 %
Pregunta N° 13.- Estaría usted de acuerdo que se implemente un		
Bar Discoteca en la parroquia de San Pablo de Atenas	Si	97 %
<b>TOTAL</b>		<b>290 %</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>72,5 %</b>

## CALCULO DEL MERCADO META

<b>POBLACIÓN EN ESTUDIO</b>	<b>% PROMEDIO</b>	<b>MERCADO META</b>
1817	72,5 %	1317
<b>TOTAL</b>		<b>1317</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atiencia y Alicia Valverde.

De la población o universo en estudio y que consta en la página No 17, son 1817 posibles usuarios, clientes o personas que acuden a un Bar Discoteca, a quienes se les aplicó la encuesta y conforme las 4 preguntas con sus respectivos porcentajes; la sumatoria nos da como resultado el 290 % que dividiendo para 4 que son el número de las preguntas, tendremos un promedio del 72,5 %.

Este porcentaje promedio lo multiplicados por los 1817 personas que son el Universo y el resultado fue de 1317 personas que constituyen el mercado meta.

Del mercado meta determinamos la frecuencia o las veces que acuden a un local a divertirse, es decir; a un Bar Discoteca, por lo que de acuerdo a la pregunta No 3, los resultados fueron:

<b>OPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Semanal	50	19%
Quincenalmente	90	33%
Mensualmente	130	48%
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Estos datos lo actualizamos con los resultados del mercado meta y obtendremos:

<b>CONCEPTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>NÚMERO</b>
Semanal	19%	250
Quincenalmente	33%	435
Mensualmente	48%	632
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>1317</b>

Como se puede apreciar, el mercado meta tiene una participación en relación a la frecuencia de semanal, quincenalmente y mensualmente, por lo que debemos cuantificar el mercado meta en forma anual, así:

CONCEPTO	NÚMERO	VARIABLE	NÚMERO ANUAL
Semanal	250	52	13012
Quincenalmente	435	26	11300
Mensualmente	632	12	7586
<b>TOTAL</b>	<b>1317</b>		<b>31898</b>

Si incluimos en nuestro cálculo la variable personas con las cuales va a un Bar Discoteca, se tendría que la Demanda Actual, es:

CONCEPTO	%	NÚMERO ANUAL	PERSONAS	TOTAL
Solo	12%	3828	1	3828
Entre Dos personas	30%	9569	2	19139
Entre tres personas	34%	10845	3	32536
Entre Cuatro personas	17%	5423	4	21690
Más de Cinco personas	7%	2233	5	11164
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>31898</b>		<b>88357</b>

De acuerdo a los cálculos realizados, considerando las variables frecuencia con que acuden a un Bar Discoteca y número de acompañantes, al año 2014, los posibles usuarios serían 88.357 personas.

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar y calcular la demanda futura, debemos recurrir a la fórmula del monto, pues contamos con la Demanda Actual al año 2014 (un año) y no poseemos datos de una serie histórica continúa es decir anterior, de tal manera que aplicamos el 1,52 % anual, que es la tasa de crecimiento poblacional pues el proyecto se relaciona con el aumento de la demanda o población, como se especifica a continuación: (dato del Gobierno Central y tomado del INEC), así:

La fórmula del monto es:  $M = C (1+i)^n$

Esta fórmula la adaptamos a la Demanda Futura quedando de la siguiente manera:

$$DF = DA (1+i)^n$$

<b>DF =</b>	<b>Demanda Futura</b>
<b>DA =</b>	<b>Demanda Actual</b>
<b>1 =</b>	<b>Constante</b>
<b>i =</b>	<b>% de crecimiento poblacional (1,52%)</b>
<b>n =</b>	<b># de años</b>

$$DF = DA (1+i)^n$$

$$DF = 88357 (1+0,152)^1$$

$$DF = 88357 (1,152)^1$$

$$DF = 89700$$

### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA FUTURA
2015	88.357
2016	89.700
2017	91.063
2018	92.447
2019	93.853
2020	95.279

FUENTE: Investigación de Campo.

ELABORACIÓN: Maribel Atienza y Alicia Valverde

### 3.1.3 La Oferta, Análisis y Proyecciones

Con respecto a la oferta, si bien no existe en la parroquia de San Pablo de Atenas un Bar Discoteca o Discoteca, los moradores, jóvenes o personas adultas se desplazan a otras ciudades de la provincia o de la región lo que implica un

desplazamiento con los consiguientes peligros en el ir o venir a altas horas de la noche; sin embargo no está por demás mencionar a los Bares Discotecas que existen en el medio (Guaranda, Chimbo, San Miguel) como Marcos, Call, Paso, 7 Machos, Área 53, Ross Bar, la Terraza.

Estos establecimientos están localizados en muchos de los casos a más de media hasta una hora de viaje, por lo que si bien es oferta o competencia al momento de instalar el Bar Discoteca en la parroquia, ya no se desplazaran a estas ciudades.

### **CÁLCULO DE LA OFERTA ACTUAL**

La Oferta actual si implementamos nuestro proyecto será de cero.

#### **3.1.4 Demanda Insatisfecha y Proyecciones**

La Demanda Insatisfecha Actual la obtenemos restando la Demanda Actual y Proyectada menos la Oferta Actual y Proyectada, así:

#### **DEMANDA INSATISFECHA AL AÑO 2015**

<b>Concepto</b>	<b>Año 2015</b>		
	<b>Demanda Actual</b>	<b>Oferta Actual</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
Número de personas	88357	0	88357

La Demanda Insatisfecha Futura, la obtenemos de la resta de la Demanda Futura con la Oferta Futura, así:

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Años	Demanda Insatisfecha Futura		
	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2016	89.700	0	89.700
2017	91.063	0	91.063
2018	92.447	0	92.447
2019	93.853	0	93.853
2020	95.279	0	95.279

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORACIÓN: Maribel Atencia y Alicia Valverde

### 3.1.5 Análisis de Precios

De acuerdo a la encuesta y resultados obtenidos, los precios que pagan al ingresar a las Discotecas varía de acuerdo a:

Solo Discoteca

Matinee Bailable

Presentación de Artistas

Eventos Ocasionales

Fiestas

Feriados

Sin embargo de ello, los precios de las entradas varían desde 2 hasta más de cinco dólares incluido a veces en los de más de cinco dólares un vaso de cerveza.

Vamos a cobrar un dólar la entrada y dependiendo de los licores a servirse serán los precios, así:

<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>
Cerveza Club	1,5
Gaseosas	1
Vodka	15,00
Ron	10.57
Vino	5.17
Tequila	2,00
Whisky	<b>28,00</b>
Caipiriña	2,00
Coctel Vaina (vino tinto, coñac, huevo)	4,00
Coctel fuera de órbita (punta, melón, naranja, piña)	3,00
Coctel Margarita strawberry (Tequila, naranja, granadina)	4,00
Coctel Hotel California (ron, Amaretto, naranja, miel de abeja)	3,00
Coctel Mojito (ron, limón, hierba buena)	3,00
Coctel Piña colada (ron, coco, piña)	3,00

## **CARTA DE BEBIDAS**

### **WHISKY**

Johnnie Green.....	\$180.00
Swing .....	\$140.00
Johnnie Black .....	\$120.00
Johnnie Red .....	\$70.00
J&B .....	\$30.00
White Horse .....	\$25.00
Chivas Regal .....	\$60.00
Vodka Ruskaya.....	\$20.00

### **RON**

Bacardi Dorado .....	\$30.00
Bacardi Blanco .....	\$30.00
Ron Havana Club .....	\$40.00
Tequila Silver El Charro.....	\$30.00
Sex on the Beach.....	\$5.00
(Vodka, Curacao, naranja y granadina) Coctel Vaina.....	\$5.00

(Vodka, blue curazao, y limón) fuera de órbita .....	\$5.00
Coctel Hotel California (ron, Amaretto, naranja, miel de abeja) .....	\$2.00
Coctel Mojito (ron, limón, hierba buena .....	\$3.00
Coctel Margarita strawberry (Tequila, naranja, granadina.....	\$5.00
(Vodka, licor de melón y sprite) kriptonita .....	\$6.00
(Vodka, blue curacao y granadina) Ojos Verdes .....	\$5.00
Coctel Piña colada (ron, coco, piña) .....	\$3.00
(Ron, blue curacao y naranja) caipirinha .....	\$3.00

### **CERVEZA NACIONAL**

Cerveza Club Verde 330cm3 .....	\$2.50
Cerveza Pilsener mediana 330 cm3 .....	\$1.50
Cerveza pilsener grande 600 cm3 .....	\$2.00

### **CERVEZA IMPORTADA**

Cerveza Budweiser mediana .....	\$5.00
Cerveza Corona mediana .....	\$5.00
Cerveza heineken lata .....	\$5.00

### **OTROS:**

Energizantes (Red bull, energizante cult energy drink) .....	\$3.00
Cigarrillos (Marlboro, lark, express, lucky struke) .....	\$2.00
Gaseosa (coca cola, fanta, sprit).....	\$1.80
Agua mineral (con gas, sin gas) .....	\$1.00
Chocolates, chicles y caramelos.....	\$0.50

### **PICADITAS**

Mini tortillas de maíz .....	\$0.50
Ensalada Cesar .....	\$3.00
Ensalada de frutas .....	\$3.00
Papitas en salsa de queso.....	\$3.00

### 3.1.6 Capacidad de Producción

La capacidad de producción está ligada a la demanda insatisfecha, a la dimensión de la Discoteca y a los equipos con los que se brinde un buen servicio de entretenimiento.

De acuerdo al proyecto y conforme las dimensiones de la discoteca se atenderá 3 días a la semana, Jueves, Viernes y Sábado; y, el horario será de acuerdo a lo dispuesto por la Intendencia General de Policía

Se laborará 3 días a la semana y en 52 semanas consecutivas se tendrá la siguiente proyección:

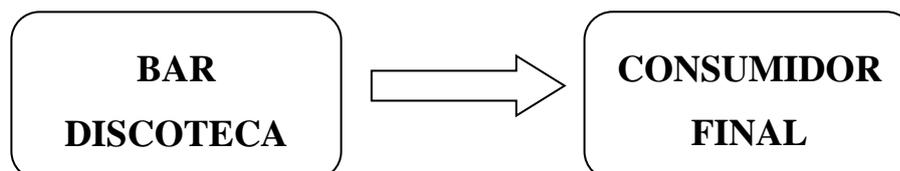
<b>DIA</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SÁBADO</b>
<b>NÚMERO DE CLIENTES</b>	45	120	150
<b>TOTAL SEMANA</b>			<b>315</b>
<b>TOTAL AÑO</b>			<b>16380</b>

De la Demanda Insatisfecha se va a atender el 18,54 % ( $16380/88.357*100$ ) y que se utilizará para calcular los ingresos por entradas así como por bebidas.

### 3.1.7 Análisis de la Comercialización

El Bar Discoteca a implementarse en la parroquia de San Pablo de Atenas, utilizará un canal de comercialización a fin de llegar al consumidor final y será:

#### CADENA DE COMERCIALIZACIÓN



Será utilizado este canal de distribución, ya que vamos a atender exclusivamente en nuestras instalaciones y realizaremos promociones así como se contratará publicidad en Radio Spazio que tiene cobertura e influencia hacia la parte sur de la provincia y llega a ciudades como Babahoyo, Montalvo, etc.

**LA PROMOCIÓN SERÁ DE:**

- Entradas libres.
- Obsequios de llaveros, ceniceros con el logo del Bar Discoteca
- Sorteos manijas, picadas, cocteles.
- Concursos variados cada semana.
- Sorteos de premios con entrega de cupones semanalmente para cocteles y entradas
- Los días viernes la entrada será 2x1 según la demanda.
- Los días sábados la cerveza será 2x1.

## **3.2 ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico abarca una descripción del proyecto como tamaño, localización, ingeniería del proyecto, proceso productivo, distribución del Bar Discoteca.

Con el estudio técnico se pretende contestar a las preguntas: donde, cuanto, cuando, como y con que producir, por lo tanto el aspecto técnico operativo del proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional; de ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo y número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

### **3.2.1 El Proyecto**

Al describir la estructura física del proyecto a implementar (Bar Discoteca), este debe contener a más de las pistas de baile, la barra, los dos reservados, la oficina administrativas para el gerente o secretaría contadora y otro espacio destinado a bodegas donde se almacenará la materia prima (licores y otros materiales), etc.

En el estudio técnico se va a determinar las instalaciones, el tipo de material que se utilizará para su construcción, considerado los resultados obtenidos de la investigación de mercado.

### 3.2.2 Tamaño

El tamaño del proyecto se determinó en el Estudio de Mercado así como la capacidad de producción, por lo que en el estudio técnico se analiza el proceso productivo, las instalaciones, maquinaria y espacio a ocupar.

De la Demanda Insatisfecha y sus proyecciones así como la capacidad de producción, el proyecto va a cubrir el 18,54 % con una oferta de servicios semanal 315 personas los 3 días de la semana (jueves, viernes y sábado), totalizando al año 16.380.

#### ESPACIO DE CONSTRUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	M2	VALOR m2	TOTAL
Terreno	600	20	12.000,00
Construcción y Obra Civil	250	200	50.000,00
Cerramientos	100	40	4.000,00
Parqueaderos	200	10	2.000,00
TOTAL			68.000,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Maribel Atienza y Alicia Valverde

### **3.3 LOCALIZACIÓN**

El proyecto de ubicará en Ecuador, en la Provincia Bolívar

#### **3.3.1 Localización.**

**Calle:** Av. Simón Bolívar

##### **3.3.1.1 Macro Localización.**

PAÍS	Ecuador
PROVINCIA	Bolívar
CANTÓN	San Miguel
PARROQUIA	San Pablo de Atenas

##### **3.3.1.2 Micro Localización.**

El Bar Discoteca estará ubicada en la parroquia San Pablo de Atenas a 300 metros de la plaza central y a pocos metros de la vía principal Bilován San Miguel, en los predios de la familia Atiencia que cuenta con todos los servicios básicos como agua potable, alcantarillado, recolección de basura, acceso vial.

Para la puesta en marcha del proyecto, el futuro Bar Discoteca contará con una construcción civil de 250 m<sup>2</sup>, en un terreno de propiedad de la familia, cuya extensión total es de 600 m<sup>2</sup>, con capacidad para recibir 400 personas.

#### **VENTAJAS DE LOCALIZACIÓN**

La ubicación geográfica del Bar Discoteca ofrece Ventajas y Desventajas.

## **VENTAJAS**

- Facilidad de acceso.
- Medios de transporte las 24 horas.
- Existencias de variados comercios.
- Existencias de Instituciones públicas y privadas
- Estará cerca de algunos proveedores.
- El tránsito de personas es permanente debido a la cercanía al centro poblado

## **DESVENTAJAS**

- Falta de iluminación.
- Cultura de la población

### **3.3.2 Ingeniería del Proyecto o Proceso Productivo**

El Bar Discoteca para brindar un buen servicio, debe seguir el siguiente proceso productivo:

## **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**

El proceso productivo es sencillo, pues comprende dos actividades, la primera relacionada con el ingreso y la atención al cliente y la segunda con la preparación de un bocadito o coctel, así:

## **EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE ESTE SERVICIO CONSISTE EN:**

- La elaboración de picadas
- Preparación de cocteles
- Elección de las pistas musicales.

## **EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO EN HORARIO DIURNO SERA:**

- Contacto con los proveedores
- Compras de insumos
- Limpieza del local
- Acondicionar la iluminación y sonido

## **PROCESO DE PRODUCCIÓN HORARIO NOCTURNO**

- Atención al cliente
- Elaboración de picadas y cocteles.
- Reproducción de pistas musicales
- Cobro de lo consumido
- Mantener la seguridad

## **CONTROL DE CALIDAD**

El compromiso de la empresa hacia los clientes es con eficiencia y eficacia, rapidez y calidad de los productos ofrecidos.

El control de calidad se logrará mediante:

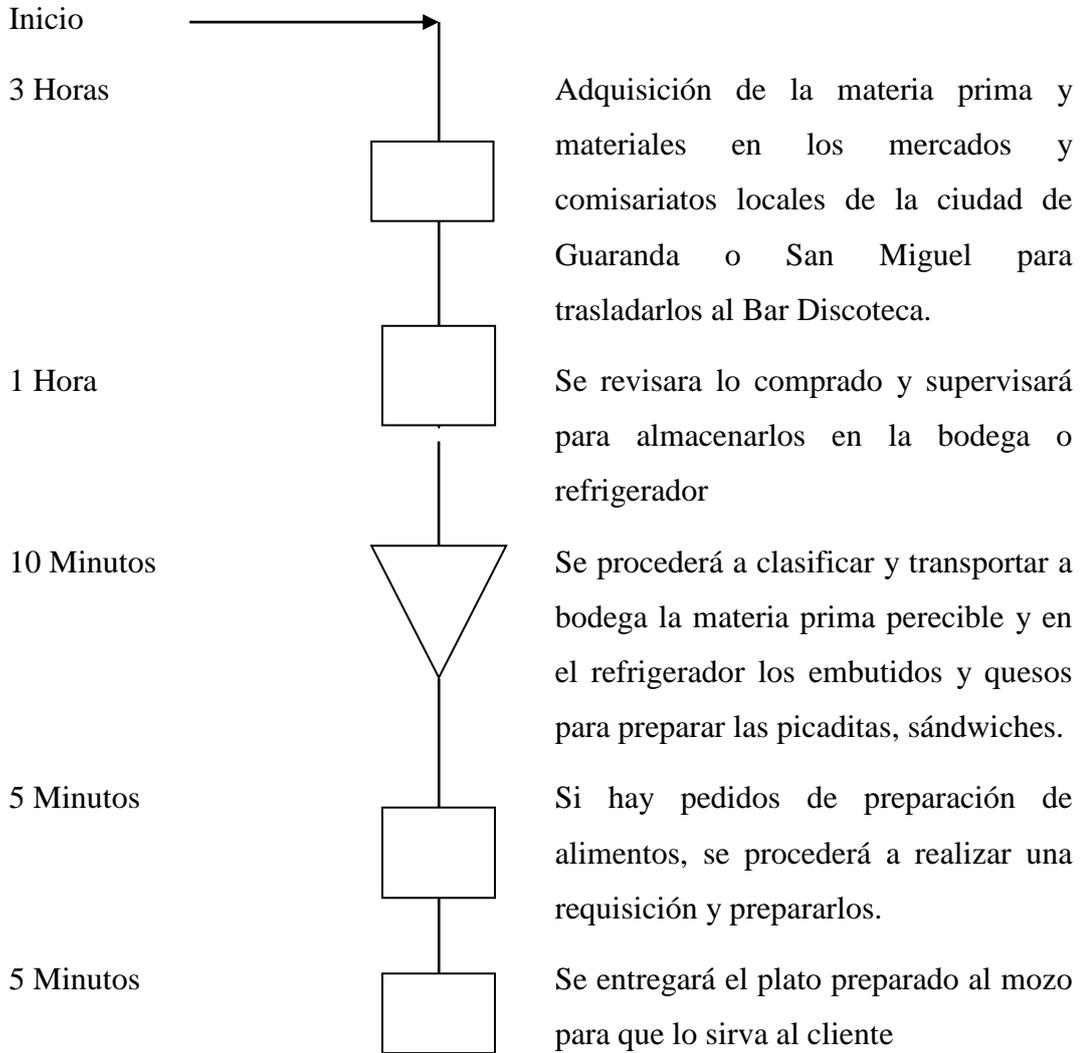
- Capacitación a los empleados para que brinden una adecuada atención a los clientes
- Excelente relación con los proveedores
- Políticas motivacionales y cultura de calidad de los empleados.

El control de calidad en la preparación de comidas estará a cargo de la cocinera, quien previa capacitación será responsable de:

- Recibir los productos y verificar fechas de vencimientos
- Controlar manipulación de alimentos
- Lavar bien los productos alimentarios
- Mantener constantemente la limpieza de los utensilios

### 3.3.3 Flujo grama

GRAFICO N° 9



## **PROCEDIMIENTOS DE COMPRAS**

### **ENCARGADO: GERENTE O ADMINISTRADOR**

- El administrador controla a los encargados de los distintos departamentos respecto de los pedidos de insumos.
- El administrador realiza la lista de insumos para ser adquiridos.
- Realiza las compras y archiva
- Transporta, controla, archiva las facturas y registra las adquisiciones.

## **PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE – CONSUMO PICADAS.**

### **RESPONSABLES**

- Seguridad
- Barman
- Jefe de partida
- Caja
- El guardia verifica que el cliente no porte armas.
- El cliente realiza el pedido al mesero
- El mesero registra en un cardex de consumo de alimentos.
- El mesero presenta al Jefe de partida el pedido
- El jefe de partida elabora, controla el pedido y entrega al mesero.
- El mesero entrega al cliente el pedido y registra la entrega
- El cliente luego pasa por caja a pagar el consumo
- El cajero entrega la factura de lo consumido.

### 3.3.4 Distribución de la Planta

#### REQUERIMIENTOS

Las necesidades de espacio han sido diseñadas en función de los requerimientos que se necesita para brindar un eficiente servicios y productos en el Bar Discoteca, así:

#### TERRENOS

El terreno donde se construirán el Bar Discoteca y futura empresa se localizará en el sector sureste de la parroquia de San Pablo de Atenas, cantón San Miguel, en un área de 600 m<sup>2</sup> cuyo costo es de US \$ 12.000,00 dólares; y, está distribuido en:

Oficinas Administrativas	10 m <sup>2</sup>
Pistas de baile	150 m <sup>2</sup>
Barra	20 m <sup>2</sup>
Cocina	12 m <sup>2</sup>
Área de reservados	80 m <sup>2</sup>
Baño Hombres	6 m <sup>2</sup>
Baño Mujeres	6 m <sup>2</sup>
Bodega de Materiales	10 m <sup>2</sup>
Parqueaderos	200 m <sup>2</sup>
Áreas Libres	106 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>600 m<sup>2</sup></b>

## **INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURA**

El terreno cuenta con todos los servicios básicos como:

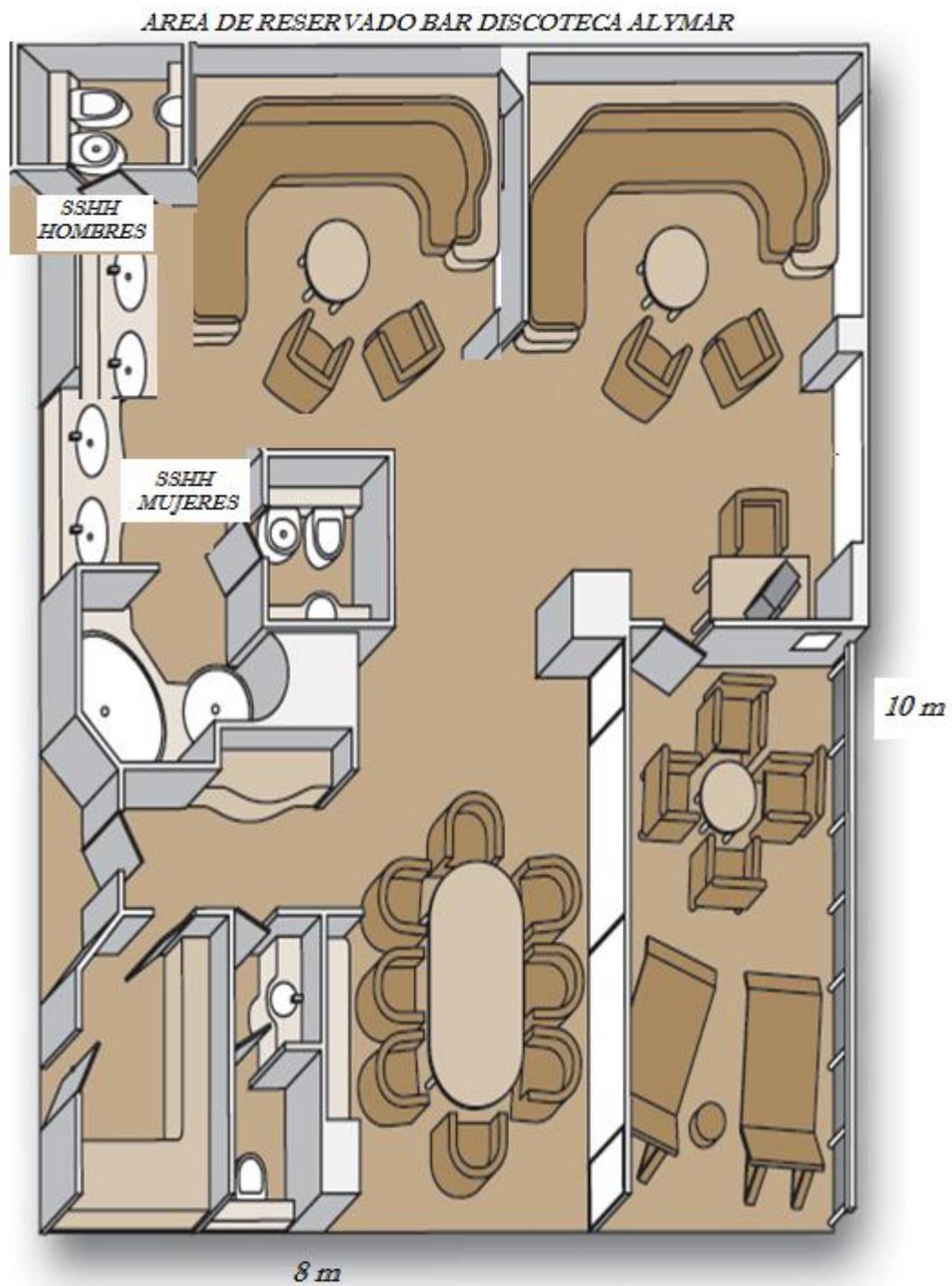
Agua

Pozo séptico

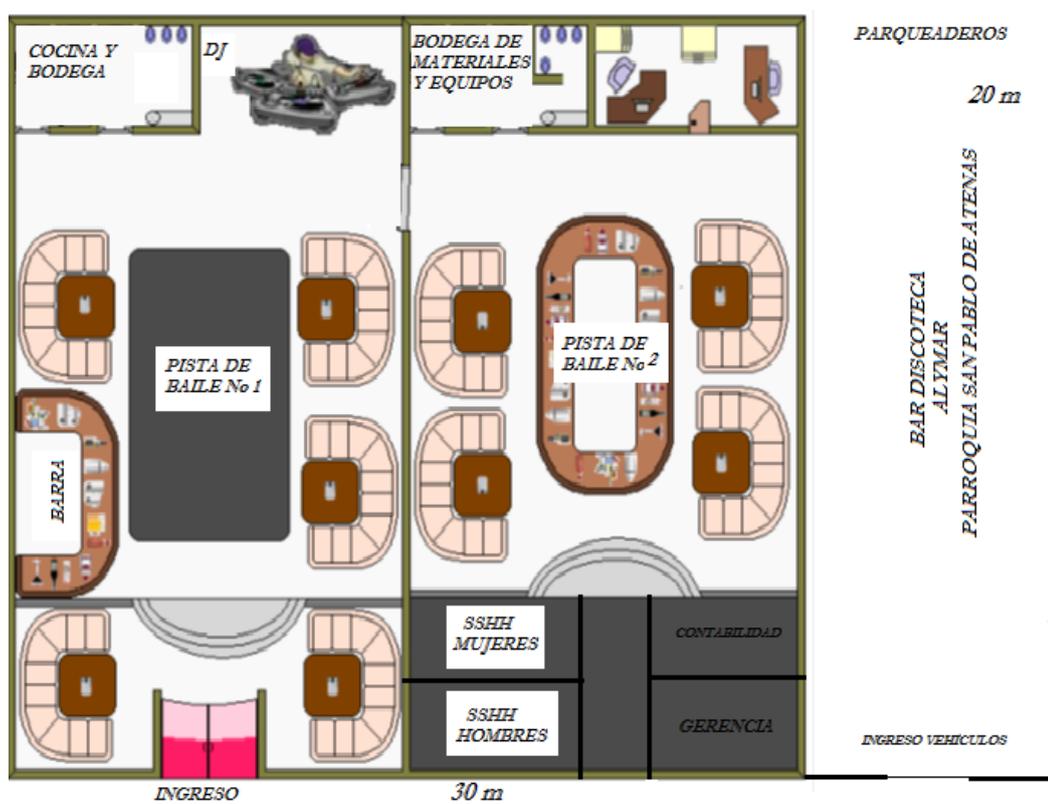
Energía Eléctrica

## DISTRIBUCIÓN DEL BAR DISCOTECA

### SALA PRIVADA



## INGRESO Y PISTAS DE BAILE



## EQUIPOS DE CÓMPUTO

No	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora	2	750	1.500,00
	<b>TOTAL</b>			<b>1.500,00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

La adquisición de las computadoras e impresora serán de mucha utilidad para el área administrativa, así como para las mezclas de la música.

## MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN
Barra
Mesas
Muebles
Estanterías
Sillas
Escritorios
Archivador
Sillón Giratorio

Fuente: Trabajo de campo.

Estos muebles de oficina se utilizarán en cada una de las 2 pistas de baile general y reservado así como para las áreas administrativas, con la finalidad de acoplar los equipos y dar mejor espacio al personal de oficina y clientes.

## **3.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL**

### **3.4.1 Nombre de la Empresa**

La empresa se denominará Bar Discoteca ALYMAR, que será una sociedad de hecho y estará representada por su propietaria.

### **3.4.2 Giro del Negocio**

Este negocio está ligado al sector terciario de la economía, es decir al de la recreación y esparcimiento en la parroquia de San Pablo de Atenas.

### **3.4.3 Slogan**

**BAR DISCOTECA ALYMAR, DONDE EL ENTRETENIMIENTO NO TIENE PRECIO**

### **MISIÓN**

Es una empresa dedicada a la diversión y esparcimiento nocturno en un lugar divertido, amigable y sobre todo confortable, cuyo accionar lo realizarán personas capacitadas con infraestructura y equipamiento moderno ubicado en la parroquia San Pablo de Atenas

### **VISIÓN**

Ser una empresa líder en el mercado de la recreación y diversión nocturna, reconocida a nivel provincial y buscando la excelencia del servicio mediante el trabajo perseverante de todos los integrantes para la satisfacción de nuestros clientes.

## **FILOSOFÍA**

Brindar buena atención y calidad en el Bar Discoteca para que el cliente se sienta cómodo y visite nuevamente nuestro local.

## **OBJETIVO**

Mantener la fidelidad de nuestros clientes potenciales con un crecimiento anual sostenido en ventas y utilidades.

### **3.4.4 Logotipo**

El logotipo, se liga a la actividad que nos vamos a dedicar, esto es el entretenimiento, la recreación y diversión sana.



### **3.4.5 Propietaria**

Al ser una sociedad de hecho, su dueña y administradora será:

Sra. MARIBEL ATIENCIA

### **3.4.6 Requisitos para la Conformación de la Empresa**

Persona natural mayor de edad y capaz de contraer obligaciones

Nombrar al Contador que será el encargado de llevar la Contabilidad, el Ruc en el SRI y en el Seguro Social

#### **Requisitos Legales**

Los requisitos legales para el funcionamiento de la empresa son los siguientes:

#### **Registro Único de Contribuyentes- RUC**

El RUC, es el punto de partida para el proceso de administración tributaria y constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas.

El RUC, es el documento que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal, por lo que los contribuyentes deben inscribirse en el SRI dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

Requisitos:

Formulario suscrito por el representante legal.

Copia de cedula de identidad y certificado de votación del representante legal.

Original y copia de la planilla de servicio básico agua luz o teléfono

Aspectos Tributarios

Obligaciones con el Servicio de Rentas Internas (SRI):

El SRI, es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la

normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

El pago del impuesto a la Renta se lo realiza anualmente y tiene vigencia desde el 1ro. De enero al 31 diciembre, los pasos a seguir son los siguientes:

Las obligaciones tributarias varían según el tipo de contribuyente y de acuerdo a las características de su actividad económica.

Las obligaciones con el SRI son las siguientes:

Presentar declaración del IVA como agente de retención si es que la actividad lo amerita, ésta declaración se presentará mensualmente de las operaciones grabadas por dicho impuesto, la base imponible es el 12%.

### **Declaración del Impuesto a la Renta Empleados.**

Realizar retenciones en la fuente por concepto de impuesto a la renta y presentar las correspondientes declaraciones y pago retenido.

### **Patente Municipal**

Requisitos:

Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del propietario o representante legal.

Formulario de declaración del impuesto de patentes

Formulario para categorización

Escritura de constitución legalizada de la empresa.

Clave catastral.

### **Permiso de Funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos**

Se realizó la investigación sobre los requisitos que se necesita para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos, a continuación se describe los requisitos:

Requisitos:

Original y copia de la cedula de identidad y papeleta de votación

Copia del RUC.

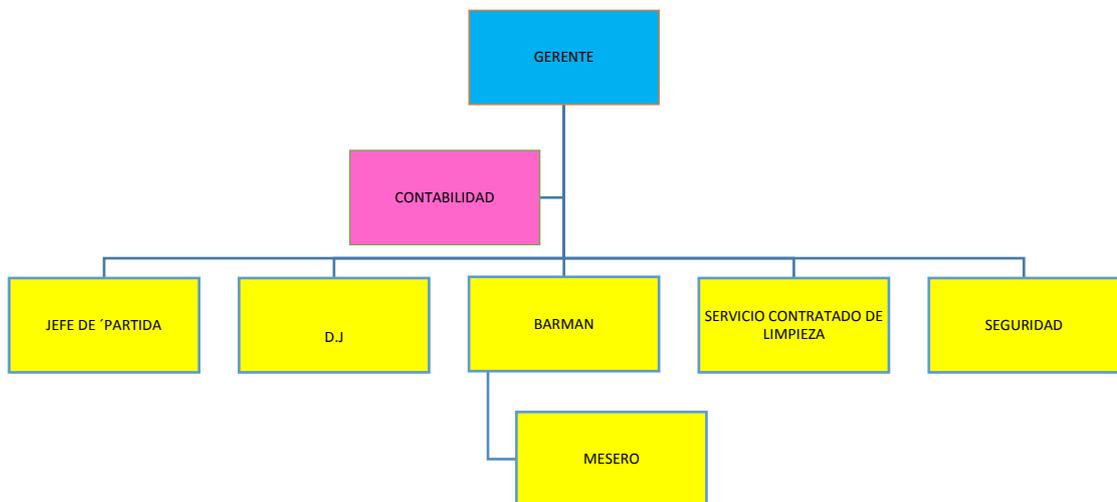
Formulario de declaración del Impuesto de patentes

Informe favorable de inspección.

Copia de la Patente Municipal.

#### **3.4.7 Orgánico Estructural**

La organización de la empresa estará integrada por departamentos así:



## **ORGÁNICO FUNCIONAL**

### **GERENTE O ADMINISTRADOR**

**SUPERVISA A:** Jefe y Personal de los Departamentos.

### **PERFIL**

Licenciatura en carreras empresariales.

Experiencia organización de eventos

Poder de negociación propia.

Capacidad para dirigir personas de acuerdo al cargo

Edad entre 25 y 40 años.

### **FUNCIONES:**

- Realizar el seguimiento de las operaciones diarias y mensuales del negocio.

- Elaborar el presupuesto mensual y anual.
- Solicitar informe a los encargados cuando crea necesarios.
- Elaborar los pagos a proveedores, empleados, impuestos, etc.
- Controlar, autorizar y aprobar las compras.
- Firmar permisos, certificados, cheques y otros documentos importantes para la buena marcha del establecimiento.
- Apoyar a los empleados en sus distintas funciones y puestos de trabajo.
- Supervisar y coordinar las actividades programadas.
- Representar a la empresa en todo acontecimiento que la organización participe.

### **PERFIL**

- Licenciado o contador público
- Experiencia 3 años en el área contable.
- Serio, preciso, confiable, responsable.

### **CONTABILIDAD**

#### **FUNCIONES:**

- Recibir los pedidos de insumos del Coordinador y de los demás departamentos.
- Presentar los presupuestos de compras al gerente
- Realizar los pagos de facturas contados y créditos.
- Distribuir las mercaderías según departamento que corresponda.
- Presentar las facturas compras al jefe administrativo.
- Maneja el archivo de la empresa

#### **FUNCIONES:**

#### **JEFE DE PARTIDA**

- Conoce todos los tipos de bebidas usadas en el bar.

- Debe conocer los tipos más comunes de botanas.
- Debe conocer el almacenamiento correcto de los vinos.
- Debe conocer la preparación de bebidas compuestas.
- Debe conocer el tipo de cristalería donde servir cada bebida.
- Levanta inventarios para solicitar lo faltante al almacén.
- Llena requisiciones al almacén.
- Prepara botanas.
- Sirve bebidas.
- Elabora junto con el cajero de bar el informe de control de botellas cerradas vendidas

## **DJ**

Experiencia en manejo de equipos y mezclas musicales

Buenas referencias

Sexo masculino

## **FUNCIONES**

- Planificar diariamente los temas a digitalizar.
- Verificar sonido, luces y decoración del local tres horas antes de la apertura.
- Solicitar la compra de equipos, previa entrega de tres presupuestos, como mínimo.
- Manejar el archivo e inventario de todo el equipamiento, luces y sonidos del local.
- Solicitar la contratación de ayudantes según sea necesario.

## **MESERO**

### **FUNCIONES**

Recibir los pedidos de consumo de los clientes

Presentar los pedidos en la barra y cocina.

Completar la ficha de pedido y verificar el control al final de la jornada.

Entregar el pedido al cliente.

Marcar la tarjeta de consumición del cliente.

Juntar botellas vacías y platos utilizados.

Mantener la limpieza permanente en el lugar.

## **SEGURIDAD GUARDIANA**

### **FUNCIONES**

- Controla el Ingreso de las personas.
- Solicita documentos de identidad a menores de edad, sospechosos y comunica a la policía nacional.
- Controla la tarjeta de salida y fue abonado correctamente.
- Cuida y resguarda que dentro y fuera del local no exista disturbios e inconvenientes menores y tratar de solucionarlo.
- Advierte a los clientes que quieren crear algún tipo de problema lo deriva fuera del local a todos aquellos clientes que sigan causando inconvenientes aún después de ser advertidos.
- Elaboran estrategias de seguridad del local.
- Ordena los vehículos que ingresan al estacionamiento del local.
- Trata con amabilidad y respeto a los clientes.
- Dirige las salidas de los vehículos.
- Prohíbe la entrada de aquellos que no sean clientes.
- Responsable del cuidado de todos los vehículos que se encuentren dentro del estacionamiento.

### **PERFIL BARMAN**

Experiencia anterior en pub o discotecas 1 año

Ágil, preciso.

Conocimiento en preparación de tragos

Cursos atención al cliente.

Sexo masculino

Edad entre 20 a 30 años.

**FUNCIONES:**

- Conoce todos los tipos de bebidas usadas en el bar.
- Debe conocer los tipos más comunes de botanas.
- Debe conocer el almacenamiento correcto de los vinos.
- Debe conocer la preparación de bebidas compuestas.
- Debe conocer el tipo de cristalería donde servir cada bebida.
- Levanta inventarios para solicitar lo faltante al almacén.
- Llena requisiciones al almacén.
- Prepara botanas.
- Sirve bebidas.
- Elabora junto con el cajero de bar el informe de control de botellas cerradas vendidas.
- Elabora una pequeña exposición de bebidas para promocionar y atraer nuevos clientes.
- Cerrar el bar y proteger todos los artículos.
- Distribuye y evalúa las tareas de su ayudante.

### 3.5 ESTUDIO FINANCIERO.

El Estudio Financiero define aspectos básicos para el proyecto como:

Costo Total del Proyecto

Inversión Total del Proyecto

#### 3.5.1 Costo Total

CONCEPTO	PARCIAL	REFERENCIAL	TOTAL
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>			
Costos Directos			
Materia Prima	57.460,80	Anexo No 1	71.794,80
Mano de Obra Directa	9.600,00	Anexo No 2	
Costos Indirectos			
Materia Prima Ind	144,00		
Depreciación	3.438,00	Anexo No 3	
Movilización y Transporte	1152,00	Anexo No 4	
Amortización	270,00	Anexo No 5	270,00
<b>COSTOS DE ADMINISTRACION</b>			<b>10.686,60</b>
Sueldos	8.382,84	Anexo No 6	
Útiles de Aseo	444,00	Anexo No 7	
Papelería	156,96	Anexo No 8	
Servicios Básicos	684,00	Anexo No 9	
Depreciaciones Ecu. Of.	1018,80	Anexo No 10	
<b>COSTOS DE VENTA</b>			<b>636,00</b>
Promoción y Publicidad	636,00	Anexo No 11	
<b>COSTO FINANCIERO</b>			
Intereses	4.349,22	Anexo No 12	<b>4.349,22</b>
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>87.736,62</b>

Estos aspectos son muy importante para continuar con el proyecto, ya que se analiza los egresos de acuerdo a los cuatro costos, así: Costo de Producción, Gasto Administrativo, Gasto de Ventas y Gastos Financieros; en tanto que con el siguiente cuadro de la Inversión Total se menciona a las Inversiones en Activos Corrientes, No Corrientes (Propiedad, Planta y Equipo) y el Capital de Trabajo, la totalidad de la Inversión y el Financiamiento así como los Ingresos para en base del Estado de Resultados determinar la Utilidad y los indicadores financieros.

### **DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS.**

Los costos de acuerdo a lo que me han impartido en clases y de la investigación de campo en términos totales durante un año de operaciones del proyecto son:

Costos de Producción.

Costos de administración.

Costos de venta

Costos financieros.

El Costo Total asciende a 87.736,62 dólares.

**Costos de Producción.-** Son los recursos que se requieren para operar adecuadamente e incluye la materia prima directa, mano de obra directa e indirecta, materia prima indirecta, depreciación, etc.; y, totalizando 71.794,80 dólares.

**Gastos Administrativos.-** Se refiere a los rubros que se originan en la administración y consta de sueldos al personal, papelería, útiles de aseo, depreciaciones de los bienes de administración, cantidad que asciende a 10.686,60 dólares.

**Gastos de Ventas.-** Son los recursos que se invierten para promocionar o dar a conocer el servicio y productos que se va a ofertar, su valor es de 636,00 dólares.

**Gastos financieros.-** Rubros originados que se pagarán por los intereses del crédito que se va a obtener así como del financiamiento del proyecto, el valor es de 4.349,62 dólares

### 3.5.2 Inversión Total

<b>RUBROS</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>REFERENCIAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INVERSION FIJA</b>			<b>84.487,00</b>
Terreno	12.000,00	Anexo No 13	
Construcciones	56.000,00	Anexo No 14	
Maquinaria	7.710,00		
Equipos	300,00	Anexo No 15	
Cristalería	657,00		
Muebles y Enseres	4.620,00	Anexo No 16	
Equipo de Computo	1.500,00	Anexo No 17	
Equipo de Oficina	1.700,00		
<b>INVERSION INTANGIBLES</b>			<b>2.700,00</b>
Elaboración Proyecto Factibilidad	1.500,00	Anexo No 18	
Gastos de Organización	1200,00	Anexo No 18	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Materia Prima	4.788,40	Anexo No 20	7.915,44
Mano de Obra	800,00	Anexo No 21	
Gastos de Fabricación	394,50	Anexo No 22	
Gastos Administrativos y Generales	890,55	Anexo No 23	
Gastos de Venta	53,00	Anexo No 24	
Gastos Financieros	966,49	Anexo No 25	
Amortización	22,50	Anexo No 26	
<b>INVERSION TOTAL</b>			<b>95.102,44</b>

**INVERSIÓN TOTAL.-** Son los recursos que se necesitan para la implementación del proyecto, el monto asciende a 95.102,44 dólares y se clasifican en:

Inversión Fija, Activos Fijos, Activos No Corrientes (Propiedad, Planta y Equipos)

Inversión Activos Intangibles

Capital de Trabajo

Inversión Activos Fijos.- Se refiere a todos los bienes muebles e inmuebles que requiere el proyecto cuyo valor asciende a 84.487 dólares.

Inversión Activos Intangibles.- Denominados también otros activos y lo constituyen los estudios del proyecto, gastos de la organización o constitución, cuyo monto es de 2.700,00 dólares.

Capital de Trabajo.- Es el dinero en efectivo que se requiere para trabajar durante un ciclo de producción o ventas, considerando una semana o un mes para los diferentes rubros, su valor asciende a 7.915,44 dólares.

#### **CUADRO DE FINANCIAMIENTO**

FUENTES	INVERSION FIJA E INTALGIBLE	%	CAPITAL DE TRABAJO	%	TOTAL	%
Aporte Propio	50.943,50	53,57	7.915,44	8,32	58.858,94	61,89
Préstamo	36.243,50	38,11	0,00	0,00	36.243,50	38,11
<b>TOTAL</b>	<b>87.187,00</b>	<b>91,68</b>	<b>7.915,44</b>	<b>8,32</b>	<b>95.102,44</b>	<b>100,00</b>

De acuerdo al Cuadro de Financiamiento, del Total de la Inversión que es de US\$ 95.102,44 dólares, la propietaria aportarán con recursos propios la suma de 58.858,94 dólares que corresponden al 61,89 % y la diferencia, esto es US\$ 36.243,50 dólares constituyen el 38,11 % serán obtenidos a través de un crédito en una de las instituciones financieras de la localidad.

#### **FINANCIAMIENTO POR PARTIDAS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PROPIETARIO CREDITO</b>	<b>CRED BAN</b>
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>INVERSION</b>		
Terreno	12.000,00	12.000,00	0,00
Construcciones	56.000,00	28.000,00	28.000,00
Maquinaria	7.710,00	3.855,00	3.855,00
Equipos	300,00	150,00	150,00
Cristalería /Platería	657,00	328,50	328,50
Muebles y Enseres	4.620,00	2.310,00	2.310,00
Equipo de Computo	1.500,00	750,00	750,00
Equipo de Oficina	1.700,00	850,00	850,00
Inversiones Fijas Intangibles	2.700,00	2.700,00	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Materia Prima	4.788,40	4.788,40	
Mano de Obra	800,00	800,00	-
Gastos de Fabricación	394,50	394,50	-
Gastos Administrativos y Gules	890,55	890,55	-
Gastos de Venta	53,00	53,00	-
Gastos Financieros	966,49	966,49	-
<b>Amortización</b>	22,50	22,50	
<b>TOTAL</b>	<b>95.102,44</b>	<b>58.858,94</b>	<b>36.243,50</b>
<b>PARTICIPACION</b>		<b>61,89</b>	<b>38,11</b>

El financiamiento para este proyecto se lo va a realizar con capital propio por parte de los accionistas (propietaria) y un crédito bancario.

## **TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA**

### **CALCULO DEL PRESTAMO**

Monto	<b>36.243,50</b>	
Tasa de Interés	12	%
Plazo	5	Años
Cuota de Capital	7.248,70	

<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
1	7.248,70	4.349,22	11.597,92	36.243,50
2	7.248,70	3479,38	10.728,08	28.994,80
3	7.248,70	2609,53	9.858,23	21.746,10
4	7.248,70	1739,69	8.988,39	14.497,40
5	7.248,70	869,84	8.118,54	7.248,70
<b>TOTAL</b>	<b>36.243,50</b>	<b>13.047,66</b>	<b>49.291,16</b>	<b>0,00</b>

Empleando la fórmula para el cálculo de interés por cuotas variables y de acuerdo a la tasa de interés que cobran los bancos (Fomento o Pichincha) para este tipo de actividades, el financiamiento lo calculamos a 5 años, con lo que las cuotas anuales son variables correspondiendo al pago total que resulta de la suma del Capital más el Interés, totalizando a los 5 años 49.291,16 dólares.

### **3.5.3 Estructura de Costos**

Los costos se estructuran de acuerdo a Fijos y Variables

Los Costos Variables son aquellos que se incurren durante el proceso de transformación y venta, variando de acuerdo al volumen de la producción y se

incluyen materia prima directa e indirecta así como otros que dependen de la Producción.

En tanto que los Costos Fijos son aquellos permanentes en el proceso de producción y no se modifican

En el cuadro anterior se detalla la estructura de Costos Fijos y Variables del Proyecto comprendidos para un año.

<b>DESCRIPCION</b>	<b>FIJO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>TOTAL</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>			<b>71794,8</b>
Materia Prima		57.460,80	
Mano de Obra Directa	9.600,00		
Materia Prima Ind		144,00	
Depreciación	3.438,00		
Movilización y Transporte		1152,00	
Amortización	270,00		270
<b>COSTOS DE ADMINISTRACION</b>			<b>10.686,60</b>
Sueldos y Salarios	8.382,84		
Útiles de Aseo		444,00	
Papelería		156,96	
Servicios Básicos		684,00	
Depreciaciones Ecu. Of.	1018,80		
<b>COSTOS DE VENTA</b>			<b>636,00</b>
Promoción y Publicidad	636,00		
<b>COSTO FINANCIERO</b>			
Intereses	4.349,22		<b>4.349,22</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>27.694,86</b>	<b>60.041,76</b>	<b>87.736,62</b>

Los Costos Fijos de acuerdo a su clasificación son 27.694,86 en tanto que los variables son 60.041,76 dólares

### 3.4.5 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

Los ingresos que generen la microempresa se los obtendrán sumando los ingresos por entradas al Bar Discoteca, el consumo de licores y cocteles y el consumo de alimentos, así:

#### INGRESOS POR ENTRADAS

<b>DIA</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SÁBADO</b>
<b>NÚMERO DE CLIENTES</b>	45	120	150
<b>TOTAL SEMANA</b>			<b>315</b>
<b>TOTAL AÑO</b>			<b>16380</b>
<b>PRECIO DE LA ENTRADA</b>			2
<b>SUBTOTAL INGRESO POR ENTRADAS</b>			<b>32760</b>

## INGRESO POR LICORES

				MES	AÑO		Subtotal
PRODUCTO	No de Usuarios	Consumo de Productos	Consumo de Productos Semana			PRECIO DE VENTA	Ingresos
Cerveza Club	200	3	600	2400	28800	1,5	43200
Gaseosas	50	1	50	200	2400	1	2400
Vodka	2	5	10	40	480	15	7200
Ron	12	1	12	48	576	12	6912
Vino	15	1	15	60	720	6	4320
Tequila	1	15	15	60	720	15	10800
Whisky	3	1	3	12	144	35	5040
Caipiriña	12	1	12	48	576	2	1152
Coctel Vaina (vino tinto, coñac, huevo)	12	1	12	48	576	4	2304
Coctel fuera de órbita (punta, melón, naranja, piña)	12	1	12	48	576	3	1728
Coctel Margarita strawberry (Tequila, naranja, granadina)	12	1	12	48	576	4	2304
Coctel Hotel California (ron, Amaretto, naranja, miel de abeja)	12	1	12	48	576	3	1728
Coctel Mojito (ron, limón, hierba buena)	12	1	12	48	576	3	1728
Coctel Piña colada (ron, coco, piña)	12	1	12	48	576	3	1728
			<b>TOTAL</b>				<b>92544</b>

## INGRESOS POR ALIMENTACIÓN

Este ingreso lo consideramos el 10 % de los licores y corresponde a 9254

**TOTAL INGRESOS**

**134.558**

### 3.5.4 Punto de Equilibrio

PE =	$\frac{C F}{Y}$
1 -	$\frac{C V}{Y}$

PE =	$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{INGRESOS TOTALES}}$
1 -	$\frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS TOTALES}}$

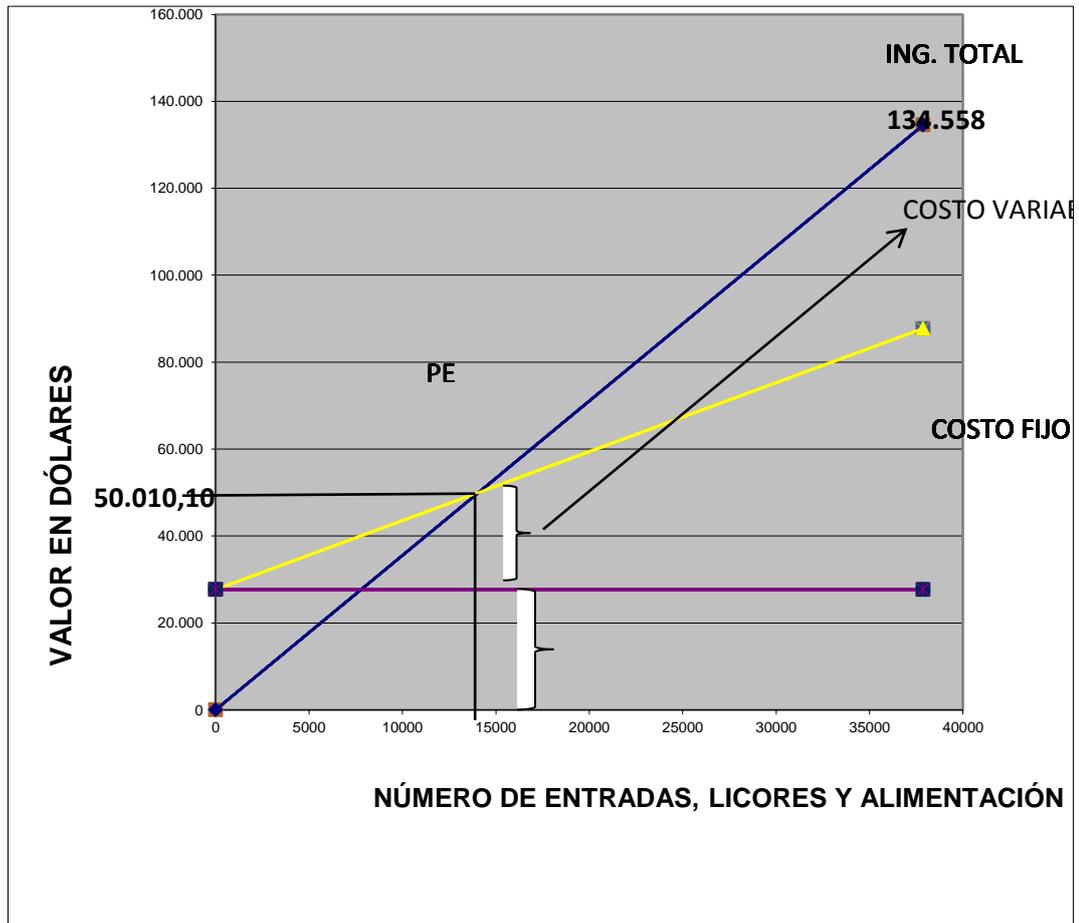
=	27.694,86
1 -	60.041,76
	134.558,00
=	27.694,86
1 -	0,446214718
=	27.694,86
	0,553785282
=	50.010,10

Para determinar el punto de equilibrio se debe considerar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los ingresos, aplicando la fórmula, por lo que para superar todos los gastos no se puede vender menos de 50.010,10 dólares lo que quiere decir con este rubro no ganamos ni perdemos.

<b>CANTIDADES PRODUCIDAS</b>	37.872
<b>INGRESOS TOTALES</b>	134.558,00
<b>COSTO VARIABLE</b>	60.041,76
<b>COSTO FIJO</b>	27.694,86
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>87.736,62</b>

En el punto de equilibrio, las ventas son iguales a los costos y gastos, por lo que al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad y al bajar las ventas se produce pérdida; de allí que el punto de equilibrio es el nivel de ventas que debemos alcanzar en un determinado periodo de tiempo para no obtener pérdidas.

## GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



Para tener concordancia con el cálculo numérico del punto de equilibrio, en el gráfico anterior se demuestra que el ingreso total es de 134.558 dólares, el Costo Fijo es de 27.694,9 dólares y el Costo Variable de 87.736,60 dólares.

### 3.5.5 Estado de Resultados

El Estado de Resultados o anterior Estado de Pérdidas y Ganancias, se estructura en base de los Ingresos por entradas, venta de licores y de alimentos y a los cuales se les resta los costos de producción, gastos administrativos, de venta, financieros y los impuestos que por Ley se deben cancelar a los trabajadores y al Estado.

El Estado de Resultados para el Primer Año, se anota a continuación.

## ESTADO DE RESULTADOS

### PRIMER AÑO

			Año 1	%
	<b>CONCEPTO /AÑOS</b>			
	INGRESOS		134.558,00	100,00
-	COSTOS		94.715,32	70,39
-	Costo de Producción	71.794,80		53,36
-	Costos Administrativos	10.686,60		7,94
-	Costos de Ventas	636,00		0,47
-	Costos Financieros	11.597,92		8,62
=	UTILIDAD EN OPERACIÓN		39.842,68	29,61
-	Participación (15%) Trabajadores		5.976,40	4,44
=	Utilidad antes de Imp. a la Renta		33.866,28	25,17
-	Impuesto a la Renta (22%)		7.450,58	5,54
=	<b>UTILIDAD NETA</b>		26.415,70	19,63

Cancelando todos los gastos e impuestos se obtendrá una utilidad neta de US\$ 26.415,70 dólares que corresponden al 19,63 % en relación a los ingresos totales y que pasará a ser parte del patrimonio; los costos de mayor incidencia son los de producción con el 53,36 %, los administrativos con el 7,94 %, el Financiero con el 8,62 % y de ventas con el 0,47 %

### 3.5.6 Estado de Situación Financiera

<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos Corriente</b>		39.463,68	<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja	10.266,58		Ctas x Pagar	10.728,08
Bancos	28.000,00			
Ctas x Cobrar			Pasivo Largo Plazo	
Dtos x Cobrar			Dtos x Pagar	26.965,16
Inventarios	1197,10			

<b>Activos Fijos</b>			<b>PATRIMONIO</b>	
Terreno	12.000,00			
Construcciones	56.000,00			
Maquinaria	7.710,00	81.074,20	Capital	58.858,94
Equipos	300,00		Utilidad Ejercicio	26.415,70
Muebles y Enseres	4620,00			
Cristalería	657,00			
Equipo de Oficina	1.700,00			
Equipo de Computo	1.500,00			
Depreciación	-3.412,80			
Activos Diferidos	2.430,00	2.430,00		
<b>TOTAL</b>	<b>122967,88</b>		<b>TOTAL</b>	<b>122.967,88</b>

El Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre del Año 1, nos demuestra la situación económica financiera en que se encontrará la microempresa al primer año, luego de un año de funcionamiento, así el Activo Corriente es de 39.463,68 dólares en el que se incluye Caja, Bancos y la cuenta de Inventario de Mercadería; el Activo No Corriente de 81.074,20 dólares y Otros Activos de 2.430 dólares; lo que da un Activo Total de 122.967,88 dólares.

El Pasivo de Corto Plazo es de 10.728,08 dólares, el Pasivo de Largo Plazo de 26.965,16 dólares; dentro de Patrimonio se encuentra el Capital Propio que es de 58.858,94 dólares y la Utilidad del Ejercicio es de 26.415,70 dólares, sumados entre el Pasivo y el Patrimonio se igualan al Activo Total.

### **3.5.7 Flujo de Fondos de Efectivo**

El flujo de fondos es muy importante para la evaluación del proyecto pues está proyectado para cinco años, en él se detalla la Inversión Inicial al año CERO, distribuida en Activos Fijos Tangibles, Activos Fijos Intangibles y Capital de Trabajo, la proyección se realiza de acuerdo al incremento en la producción o venta del producto para cada año y se detalla a continuación.

El flujo de fondos es importante para la evaluación de proyectos, estimándose para 5 años la vida útil del proyecto; de allí que con una inversión al año cero (0) de US\$ 93.402,44 dólares, distribuido en Inversiones Fijas Tangibles, Intangibles, Capital de Trabajo; el Flujo Neto de Caja al Año 1 es de US\$. 30.098,50 dólares.

**FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO**  
**AÑO 2015- 2019**

	<b>RUBROS /AÑOS</b>		<b>2.015</b>	<b>2.016</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>
	Ingresos		134.558,00	141.285,90	148.350,20	155.767,70	163.556,09
+	Fondo de Salvamento						40.014,00
			134.558,00	141.285,90	148.350,20	155.767,70	203.570,09
			<b>94.715,32</b>	<b>90.746,29</b>	<b>94.233,17</b>	<b>97.937,63</b>	<b>101.870,53</b>
-	Costos de Producción		71.794,80	75.384,54	79.153,77	83.111,46	87.267,03
-	Costos Administrativos		10.686,60	11.220,93	11.781,98	12.371,08	12.989,63
-	Costos de Ventas		636,00	661,44	687,90	715,41	744,03
-	Costos Financieros		11.597,92	3.479,38	2.609,53	1.739,69	869,84
=	Utilidad Operacional		39.842,68	50.539,61	54.117,02	57.830,07	101.699,56
-	Participación (15%) Trabajadores		5.976,40	7.580,94	8.117,55	8.674,51	15.254,93
=	Utilidad antes de Participación		33.866,28	42.958,67	45.999,47	49.155,56	86.444,62
-	Impuesto a la Renta (22%)		7.450,58	9.450,91	10.119,88	10.814,22	19.017,82
=	<b>Utilidad Neta Ejercicio</b>		<b>26.415,70</b>	<b>33.507,76</b>	<b>35.879,59</b>	<b>38.341,34</b>	<b>67.426,81</b>
+	Depreciaciones		3.412,80	3.412,80	3.412,80	3.412,80	3.412,80
+	Amortizaciones		270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
	<b>INVERSIONES</b>						
	Fija	82.787,00					
+	Intangible	2.700,00					
+	Capital de Trabajo	7.915,44					
	Recuperación capital de Trabajo						7.915,44
	<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>93.402,44</b>	<b>30.098,50</b>	<b>37.190,56</b>	<b>39.562,39</b>	<b>42.024,14</b>	<b>79.025,05</b>

## **CAPITULO IV**

## 4.1 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera determina cuan factible es ejecutar el proyecto por los indicadores y demuestra la rentabilidad que se obtiene en un periodo de tiempo (1 o 5 años), para ello se debe analizar el Estado de Resultados y el Estado de Situación Financiera utilizando los valores de los activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos.

Además se debe recurrir y analizar la información contable en base de técnicas como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y los índices financieros que actualizan los valores futuros a valores presentes, así:

### 4.1.1 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable

TREMA = Tasa de Interés+ Tasa de Inflación + Tasa de Premio al Riesgo

$$\text{TREMA} = 8 \% + 4,5 \% + 3 = 15,5$$

### CÁLCULO DEL VAN

VAN =	INVERSION	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i) <sup>1</sup>	(1+i) <sup>2</sup>	(1+i) <sup>3</sup>	(1+i) <sup>4</sup>	(1+i) <sup>5</sup>
VAN =	-93.402,44	30.098,50	37.190,56	39.562,39	42.024,14	79.025,05
		(1+0,155) <sup>1</sup>	(1+0,155) <sup>2</sup>	(1+0,155) <sup>3</sup>	(1+0,155) <sup>4</sup>	(1+0,155) <sup>5</sup>
VAN =	-93.402,44	30.098,50	37.190,56	39.562,39	42.024,14	79.025,05
		1,16	1,33	1,54	1,78	2,06
VAN =	-93.402,44	26.059,30	27.878,46	25.676,54	23.614,07	38.446,33
<b>VAN =</b>	<b>48.272,26</b>					

VAN= - Inversión Inicial + Sumatoria FNE, actualizado

Estos cálculos nos demuestran que luego de actualizar los ingresos y a una tasa de rendimiento económica mínima aceptable del 15,5 % se obtiene un valor equivalente a 48.272,26 dólares.

### VAN 1

VAN =	INVERSION	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN =	-93.402,44	30.098,50	37.190,56	39.562,39	42.024,14	79.025,05
		(1+0,3)1	(1+0,3)2	(1+0,3)3	(1+0,3)4	(1+0,3)5
VAN =	-93.402,44	30.098,50	37.190,56	39.562,39	42.024,14	79.025,05
		1,3	1,69	2,197	2,8561	3,71293
VAN =	-93.402,44	23152,69	22006,25	18007,46	14713,82	21283,74
<b>VAN =</b>	<b>5.761,52</b>					

### VALOR ACTUAL NETO 2

VAN =	INVERSION	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
VAN =	-93.402,44	30.098,50	37.190,56	39.562,39	42.024,14	79.025,05
		(1+0,4)1	(1+0,4)2	(1+0,4)3	(1+0,4)4	(1+0,4)5
VAN =	-93.402,44	30.098,50	37.190,56	39.562,39	42.024,14	79.025,05
		1,40	1,96	2,74	3,84	5,38
VAN =	-93.402,44	21.498,93	18.974,78	14.417,78	10.939,23	14.693,48
<b>VAN =</b>	<b>-12.878,25</b>					

El Valor Actual Neto (VAN), mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada (15,5 %), después de recuperar toda la inversión. El VAN no es otra cosa que el flujo neto de fondos en el período de evaluación en dinero a tiempos actuales.

El VAN se calcula encontrando la sumatoria de los valores actualizados a una tasa de descuento TREMA, restados de la inversión inicial.

#### 4.1.2 Tasa Interna de Retorno (Tir)

La TIR es la Tasa Interna de Retorno o Tasa de Rendimiento Total del Proyecto, que se calcula en términos de tasas o valores (VAN) actuales con un valor positivo y otro valor negativo.

La TIR es aquella tasa que se hace al VAN igual a 0, para lo cual se calcula un valor actual positivo y uno negativo, ambos cercanos a cero.

Para calcular se debe obtener un valor neto negativo y aplicar la siguiente fórmula.

$$TIR = R1 + (R2 - R1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

Obtendremos un VAN negativo, para lo cual se eleva la tasa de descuento

TIR =	INVERSION	F1 +	F2 +	F3 +	F4 +	F5
	-93.402,44	(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
TIR =	-93.402,44	30.098,50 (1+0,33)1	37.190,56 (1+0,33)2	39.562,39 (1+0,33)3	42.024,14 (1+0,33)4	79.025,05 (1+0,33)5
TIR =	-93.402,44	30.098,50 1,33	37.190,56 1,7556	39.562,39 2,334948	42.024,14 3,10548084	79.025,05 4,130289517
TIR =	-93.402,44	22630,45	21183,96	16943,58	13532,25	19133,05
TIR =	<b>20,85</b>					

Está técnica y cuadros nos demuestran los cálculos y la aceptabilidad del proyecto al obtener dos valores netos actualizados.

El Valor Actual Neto VAN positivo y negativo se combina por medio de la fórmula y cálculos de aproximaciones sucesivas, para obtener la tasa interna de retorno TIR, por lo que al ser el rendimiento superior al requerimiento mínimo, es factible ejecutar el proyecto de inversión

Los cálculos lo podemos apreciar a continuación:

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

$$TIR = R1 + (R2 - R1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

RI = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN 1	=	45
R2= Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN2	=	30

Van 1	=	-12878,25
Van2	=	5761,52

$$TIR = R1 + (R2 - R1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 33,09$$

Se obtuvo dos resultados del Valor Actual Neto que proyectaron resultados tanto positivos como negativos y se calculó mediante la fórmula de la Tasa Interna de Retorno (TIR), la misma que corresponde al 33,09 %, el resultado del VAN es cercana a CERO (en nuestro caso 20,85 dólares).

### 4.1.3 Índices Financieros

Las razones financieras que con más frecuencia se usan en esta categoría son:

#### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PRI	Inversión	93.402,44	
	Utilidad Promedio Anual	45580,127	2,05

El Período de Recuperación de la Inversión PRI mide en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo de capital involucrado, es decir se recuperará la inversión con el presente negocio en 2 años y 5 días.

Índice de Solvencia	Activo Corriente	39.463,68	
	Pasivo Corriente	10.728,08	3,68

Este indicador muestra que el negocio por cada dólar (1) que adeuda a corto plazo, se dispone de 3 dólares con 68 centavos en los activos corrientes, por lo que es muy elevado, pudiendo destinar al pago de las deudas, adquirir materia prima, etc.

Es evidente que se tendrá mucha liquidez o dinero en efectivo al que hay que darle un uso adecuado.

Relación Activo Total	Ventas	134.558,00	
	Activo	122967,88	1,09

Esta razón indica que los Activos para tener ese nivel de ventas se han generado en base de 1,09 veces.

Endeudamiento	Deuda Total	37.693,24	
	Activo Total	122967,88	0,31

Se observa que por cada dólar invertido en los activos de la empresa, está financiado con 31 centavos de Deuda.

Apalancamiento	Activo Total	122967,88	
	Patrimonio	85.274,64	1,44

Significa que la cuenta del Patrimonio para generar el Activo Total se lo ha hecho en base de 1,44 veces.

Margen Neto en Ventas	Utilidad Neta	26.415,70	
	Ventas	134.558,00	19,63

Este indicador financiero nos demuestra que por cada dólar invertido en Ventas, ha generado un 19,63 % de Utilidad

Rentabilidad de Patrimonio	Utilidad Neta	26.415,70	
	Patrimonio	85.274,64	30,98

Esto significa que por cada dólar invertido en el Patrimonio, se ha generado 30 dólares con 98 centavos de dólar de Utilidad.

Rentabilidad del Activo	Utilidad Neta	26.415,70	
	Activo	122967,88	21,48

La rentabilidad del activo nos demuestra que por cada dólar invertido en los Activos, han generado 21 dólares con 48 centavos de Utilidad.

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Define la rentabilidad del proyecto dividiendo los ingresos actualizados para los costos actualizados más la inversión, obteniendo el costo que representa la Inversión versus los ingresos.

## INGRESOS ACTUALIZADOS

ING =	INVERSION	ING1 +	ING2 +	ING3 +	ING4 +	ING5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
ING =	-93.402,44	134.558,00	141.285,90	148.350,20	155.767,70	203.570,09
		(1+0,33)1	(1+0,33)2	(1+0,33)3	(1+0,33)4	(1+0,33)5
ING =	-93.402,44	134.558,00	141.285,90	148.350,20	155.767,70	203.570,09
		1,33	1,7556	2,334948	3,10548084	4,130289517
ING =	-93.402,44	101.171,43	80.477,27	63.534,69	50.158,96	49.287,12
ING =	<b>251.227,04</b>	Ingresos	Actualizados			

## COSTOS ACTUALIZADOS

COS =	INVERSION	COS 1 +	COS2 +	COS3 +	COS 4 +	COS 5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
COS	-93.402,44	94.715,32	90.746,29	94.233,17	97.937,63	101.870,53

=						
		(1+0,33) <sup>1</sup>	(1+0,33) <sup>2</sup>	(1+0,33) <sup>3</sup>	(1+0,33) <sup>4</sup>	(1+0,33) <sup>5</sup>
COS	-93.402,44	94.715,32	90.746,29	94.233,17	97.937,63	101.870,53
=		1,33	1,7556	2,334948	3,10548084	4,130289517
COS	-93.402,44	71214,52632	51689,61381	40357,71807	31537,0267	24664,25921
=						
COS	<b>126.060,70</b>	Costos	Actualizados			
=						

La fórmula es:

RELACIÓN BENEFICIO COSTO	Ingresos Actualizados
	Costos Actualizados + Inversión
RBC =	251.227,04
	219.463,14
RBC=	1,144734514

Es decir que por cada dólar invertido en los costos, recibimos US\$ 1,144 de Ingresos Actualizados

## **4.2 EVALUACIÓN SOCIAL**

La implementación del Bar Discoteca, generará un impacto social en los pobladores de la ciudad ya que contarán con un establecimiento para la recreación.

En el aspecto social no solo se mide por la creación de puestos de trabajo directo e indirecto que alcanza a 6 directos y 15 indirectos en los que se mencionan a dueños de camionetas, distribuidores de materias primas, de cerveza, gaseosas, etc; sino también por el total de Sueldos y Remuneraciones así como del rubro 15 % participación trabajadores que pagará, estimándose que el primer año se cancelarán 23.959,24 dólares en Remuneraciones que representan el 17,81 % en relación a los Ingresos o ventas del primer año.

En lo referente a Impuestos, se pagarán por concepto de Impuesto a la Renta 7.450,58 dólares que representa en relación a los Ingresos el 5,54 %

## **EVALUACIÓN AMBIENTAL**

El proyecto no afectará al medio ambiente en el sector pues se ubicará a unos 100 metros del centro poblado y en él los pobladores podrán ingresar para recrearse, distraerse y pasar momentos de sano esparcimiento con amigos, familiares, compañeros de trabajo o de estudio, etc.

En lo referente a desperdicios de comidas y residuos, estos se eliminarán cuando pasen los carros recolectores de basura que generalmente son los días miércoles de cada semana.

Existirá una ligera contaminación al medio ambiente en lo relacionado al ruido, pero el local se ubicará fuera del perímetro urbano.

## 5 BIBLIOGRAFÍA

1. ACHIG SUBÍA Lucas, Enfoques y Métodos de la Investigación Científica. Segunda Edición. Quito 2010.
2. DRUPIS Antonio, Gestión de Proyectos, Gestión 2000 SA, Barcelona, 2008
3. GALLEGO Felipe y MELENDO) Diccionario de Hostelería: Hotelería y Turismo, Restaurant y Gastronomía 2014
4. MICHELLE, Frieda Comida del Ecuador, Recetas tradicionales de Hoy, Quito, Artes Gráficas Señal, 12 Edición, 2012
5. HERNÁNDEZ Juanita, Amello Eloy, Diseño de Proyectos, EB. PRODEC, Quito, 2009
6. MÉNDEZ A, Carlos E. Metodología Guía para Elaborar Diseños de Investigación en Ciencias. Editorial McGraw-Hill. Bogotá, Colombia. Segunda Edición. 2010
7. PAZMIÑO, Iván: Metodología de la Investigación Científica, Gráficas Fuentes Quito. 2008.
8. CEVALLOS PÉREZ, Diego RESTAURANTE DE CARNES A LA PARRILLA, Quito 2011
9. RAMÍREZ, Marcelo: *Metodología de la investigación*, UNITA, 3ra edición, Quito, 2013
10. SAPAG CHAIN Nassir, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Prentice Hall, México, Quinta Edición. 2013.

## 6 ANEXOS

### ANEXO N° 1. Costos de Producción - Materia Prima Directa

PRODUCTO	No de Usuarios	Consumo de Productos	Consumo de Productos Semana	MES	AÑO	Costo Unitario	COSTO
Cerveza Club	200	3	600	2400	28800	0,9	25920
Gaseosas	50	1	50	200	2400	0,6	1440
Vodka	2	5	10	40	480	9	4320
Ron	12	1	12	48	576	7	4032
Vino	15	1	15	60	720	4	2880
Tequila	1	15	15	60	720	11	7920
Whisky	3	1	3	12	144	20	2880
Caipiriña	<b>12</b>	<b>1</b>	12	48	576	1	576
Coctel Vaina (vino tinto, coñac, huevo)	12	1	12	48	576	1,5	864
Coctel fuera de órbita(punta, melón, naranja, piña)	12	1	12	48	576	1,2	691,2
Coctel Margarita strawberry (Tequila, naranja, granadina)	12	1	12	48	576	1,5	864
Coctel Hotel California (ron, Amaretto, naranja, miel de abeja)	12	1	12	48	576	1,2	691,2
Coctel Mojito (ron, limón, hierba buena)	12	1	12	48	576	1,2	691,2
Coctel Piña colada (ron, coco, piña)	12	1	12	48	576	1,2	691,2
<b>SUBTOTAL LICORES</b>					37872		<b>54460,8</b>
SUBTOTAL ALIMENTACION							3000
<b>TOTAL</b>							<b>57460,8</b>

**ANEXO N° 2. Costos de Producción - Mano de Obra Directa**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>ANUAL</b>
DJ	280,00	280,00
Barmán	280,00	280,00
Cocinera	240,00	240,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>800,00</b>	800,00
<b>TOTAL</b>		<b>9.600,00</b>

**ANEXO N° 3. Costos de Producción - Depreciaciones en Producción**

	<b>VALOR</b>	<b>AÑOS</b>	<b>% DE</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR A</b>	<b>DEPRECIACION</b>	
<b>BIENES</b>	<b>LIBROS</b>	<b>DEPRECIAC</b>	<b>DEPRECIAC</b>	<b>RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIAR</b>	<b>ANUAL</b>	<b>MES</b>
				10 % BLOB			
Construcciones	56.000,00	20	5	5600,00	50.400,00	2520	210,00
Maquinaria	7.710,00	10	10	771,00	6.939,00	693,9	57,83
Equipos	300,00	10	10	30,00	270,00	27	2,25
Cristalería/ Platería	657,00	3	33,3	65,70	591,30	197,1	16,43
<b>TOTAL</b>	<b>64.667,00</b>			<b>6.466,70</b>	<b>58.200,30</b>	<b>3.438,00</b>	<b>286,50</b>

D= Valor del Activo – Valor Residual

DEPRECIACIÓN = DEPRECIACIÓN ANUAL/ 12

No. de Años

**ANEXO N° 4. Costos de Producción - Movilización y Mantenimiento**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>TOTAL MES</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
Transporte	4	20,00	80,00	960
Movilización	4	4,00	16,00	192
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>96,00</b>	1152

**ANEXO N° 5. Costos de Producción - Amortización**

	<b>VALOR</b>	<b>AMORTIZACION</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>LIBROS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>MES</b>
Elaboración Proyecto Factibilidad	1.500,00	150,00	12,50
Gastos de Organización	1.200,00	120,00	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.700,00</b>	<b>270,00</b>	<b>22,50</b>

**ANEXO N° 6. Costos de Administración - Sueldos**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO BASICO UNIFICADO</b>	<b>APORTE IESS</b>	<b>DECIMO</b>	<b>DECIMO</b>	<b>FONDOS RESERVA</b>	<b>VACA</b>	<b>TOTAL A PAGAR</b>
			<b>TERCERO</b>	<b>CUARTO</b>		<b>ACIONES</b>	
Gerente	420,00	45,57	35,00	42,00	35,00	21,00	598,57
Contador	100,00						100,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>520,00</b>	<b>45,57</b>	<b>35,00</b>	<b>42,00</b>	<b>35,00</b>	<b>21,00</b>	<b>698,57</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>8.382,84</b>

**ANEXO N° 7. Costos de Administración - Útiles de Aseo**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Escobas y Otros	3	2,00	6,00
Ambientales	10	1,50	15,00
Tarros de Basura	2	5,00	10,00
Aromatizantes	4	1,00	4,00
Cepillos de Baño	2	1,00	2,00
<b>TOTAL MES</b>			<b>37,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>444,00</b>

**ANEXO N° 8. Costos de Administración - Papelería**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Hojas	1	4,00	4,00
Lápices	2	0,20	0,40
Lapiceros	2	0,50	1,00
Borradores	1	0,08	0,08
Resaltadores	1	0,60	0,60
Carpetas	2	0,50	1,00
Cintas	1	1,00	1,00
Otros	5	1,00	5,00
<b>TOTAL MES</b>			<b>13,08</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>156,96</b>

**ANEXO N° 9. Costos de Administración - Servicios Básicos**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Teléfono	15,00	180,00
Agua	12,00	144,00
Energía Eléctrica	30,00	360,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>57,00</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>684,00</b>

**ANEXO N° 10. Costos de Administración - Depreciaciones Administrativas**

	<b>VALOR</b>	<b>AÑOS</b>	<b>% DE</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR A</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	
<b>BIENES</b>	<b>LIBROS</b>	<b>DEPRECIAC</b>	<b>DEPRECIAC</b>	<b>RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIAR</b>	<b>ANUAL</b>	<b>MES</b>
				10 % BLOB			
Muebles y Enseres	4.620,00	10	10	462,00	4158,00	415,80	34,65
Equipo de Computo	1.500,00	3	33,3	150,00	1350,00	450,00	37,50
Equipo de Oficina	1.700,00	10	10	170,00	1530,00	153,00	12,75
<b>TOTAL</b>	<b>7.820,00</b>			<b>782,00</b>	<b>7038,00</b>	<b>1018,80</b>	<b>84,90</b>

**ANEXO N° 11. Gastos de Venta Anual - Promoción y Publicidad**

<b>DETALLE</b>	<b>Número</b>	<b>Valor</b>	<b>V/ MES</b>	<b>V/ AÑO</b>
Hojas Volantes	500	60,00		120,00
Vasos Desechables	1	3,00		36,00
Gigantografía	2	20,00	40,00	480,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>53,00</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>636,00</b>

**ANEXO N° 12. Gastos Financieros Anuales**

<b>CALCULO PRESTAMO</b>		
Monto	<b>36.243,50</b>	
Tasa de Interés	12	%
Plazo	5	Años
Cuota de Capital	7.248,70	

<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
1	7.248,70	4.349,22	11.597,92	36.243,50
2	7.248,70	3479,38	10.728,08	28.994,80
3	7.248,70	2609,53	9.858,23	21.746,10
4	7.248,70	1739,69	8.988,39	14.497,40
5	7.248,70	869,84	8.118,54	7.248,70
<b>TOTAL</b>	<b>36.243,50</b>	<b>13.047,66</b>	<b>49.291,16</b>	<b>0,00</b>

**ANEXO N° 13. Inversión Total - Terreno**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	m2	600	20	12.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>12.000,00</b>

**ANEXO N° 14. Inversión Total - Construcciones**

<b>No</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Construcción y Obra Civil	m2	250	200,00	50.000,00
2	Parqueadero	m2	200	10,00	2.000,00
3	Cerramientos	Ml	100	40,00	4.000,00
	<b>TOTAL</b>				<b>56.000,00</b>

**ANEXO N° 15. Inversión Total - Maquinaria**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Disjokey con luces	<b>1</b>	<b>1.500</b>	1.500,00
Computador	1	900,00	900,00
Bajos	2	350	700,00
Parlantes Amplificados	4	380	1.520,00
Ecuilizador	1	300	300,00
Pantalla Gigante	1	1200	1.200,00
Cocina/ Freidora	1	250	250,00
Refrigerador	1	790	790,00
Congelador	1	550	550,00
<b>TOTAL</b>			<b>7.710,00</b>

**ANEXO N° 16. Inversión Total - Equipo de Cocina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Microondas	<b>1</b>	<b>90</b>	90,00
Batidora	<b>1</b>	<b>35</b>	35,00
Licuadaora	<b>1</b>	<b>130</b>	130,00
Extractor de Jugos	<b>1</b>	<b>45</b>	45,00
<b>TOTAL</b>			<b>300,00</b>

**ANEXO N° 17. Inversión Total - Cristalería Platería**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>CRISTALERÍA</b>			
Vasos Whiskeros	80	0,9	72,00
Vasos Cervecedores	80	1,1	88,00
Vasos medianos	80	0,6	48,00
Jarras Cervecedoras	20	1,5	30,00
Vaso Mezclador	2	20	40,00
Jarras Normales	12	1	12,00
Cocteleras	3	15	45,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>335,00</b>

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>UTENSILLIOS / PLATERÍA</b>			
Bandejas	10	5	50,00
Platillos	60	1	60,00
Ceniceros	24	1	24,00
Hieleros	12	2	24,00
Tabla para Picar	2	1	2,00
Porta servilletas	24	2	48,00
Pota sorbetes	12	2	24,00
Cucharas	60	0,5	30,00
Tenedores	60	0,5	30,00
Cuchillos	60	0,5	30,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>322,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>657,00</b>

**ANEXO N° 18. Inversión Total - Muebles y Enseres**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mueble del Bar	1	800,00	800,00
Aparador	1	300,00	300,00
Sillas	120	15,00	1800,00
Escritorios	1	120,00	120,00
Archivador	1	80,00	80,00
Sillón Giratorio	1	60,00	60,00
Mesas	10	50,00	500,00
Sillones	6	80	480
Estanterías	4	120	480
<b>TOTAL</b>			<b>4620,00</b>

**ANEXO N° 19. Inversión Total - Equipo de Cómputo**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computadora	Unidad	2	750	1500,00
<b>TOTAL</b>				<b>1500,00</b>

**ANEXO N° 20. Inversión Total - Equipo de Oficina**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Tv	2	450	900
Minicomponente	1	80	80
Parlantes	4	180	720
<b>TOTAL</b>			<b>1.700,00</b>

**ANEXO N° 21. Elaboración del Proyecto de Factibilidad**

<b>No</b>	<b>CONCEPTO/ESTUDIO</b>	<b>VALOR/.UNITARIO.</b>	<b>VALOR /TOTAL</b>
1	Mercado	500	250
2	Técnico	250	250
3	Financiero	500	250
4	Evaluaciones	250	250
<b>TOTAL</b>			1500

**ANEXO N° 22. Gastos de Organización**

<b>No.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR /UNITARIO.</b>	<b>VALOR /TOTAL</b>
1	Permisos Legales	1200	1200
	<b>TOTAL</b>		1200

**ANEXO N° 23. Capital de Trabajo para un mes - Materia Prima Directa**

<b>PRODUCTO</b>	<b>No de Usuarios</b>	<b>Consumo de Productos</b>	<b>Consumo de Productos Semana</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>COSTO</b>
Cerveza Club	200	3	600	2400	28800	0,9	25920
Gaseosas	50	1	50	200	2400	0,6	1440
Vodka	2	5	10	40	480	9	4320
Ron	12	1	12	48	576	7	4032
Vino	15	1	15	60	720	4	2880
Tequila	1	15	15	60	720	11	7920
Whisky	3	1	3	12	144	20	2880
Caipiriña	<b>12</b>	<b>1</b>	12	48	576	1	576
Coctel Vaina (vino tinto, coñac, huevo)	12	1	12	48	576	1,5	864
Coctel fuera de órbita (punta, melón, naranja, piña)	12	1	12	48	576	1,2	691,2
Coctel Margarita strawberry (Tequila, naranja, granadina)	12	1	12	48	576	1,5	864
Coctel Hotel California (ron, Amaretto, naranja, miel de abeja)	12	1	12	48	576	1,2	691,2
Coctel Mojito (ron, limón, hierba buena)	12	1	12	48	576	1,2	691,2
Coctel Piña colada (ron, coco, piña)	12	1	12	48	576	1,2	691,2
<b>SUBTOTAL LICORES</b>					37872		<b>54460,8</b>
SUBTOTAL ALIMENTACION							3000
<b>TOTAL AÑO</b>							<b>57460,8</b>
<b>TOTAL MES</b>							<b>4788,40</b>

**ANEXO N° 24. Mano de Obra Directa**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>TOTAL</b>
		<b>MES</b>
DJ	280,00	280,00
Barmán	280,00	280,00
Cocinera	240,00	240,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>800,00</b>	800,00

**ANEXO N° 25. Depreciaciones en Producción**

	<b>VALOR</b>	<b>AÑOS</b>	<b>% DE</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR A</b>	<b>DEPRECIACION</b>	
<b>BIENES</b>	<b>LIBROS</b>	<b>DEPRECIAC</b>	<b>DEPRECIAC</b>	<b>RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIAR</b>	<b>ANUAL</b>	<b>MES</b>
				10 % BLOB			
Construcciones	56.000,00	20	5	5600,00	50.400,00	2520	210,00
Maquinaria	7.710,00	10	10	771,00	6.939,00	693,9	57,83
Equipos	300,00	10	10	30,00	270,00	27	2,25
Cristalería/ Platería	657,00	3	33,3	65,70	591,30	197,1	16,43
<b>TOTAL</b>	<b>64.667,00</b>			<b>6.466,70</b>	<b>58.200,30</b>	<b>3.438,00</b>	<b>286,50</b>

D= Valor del Activo – Valor Residual

DEPRECIACIÓN = DEPRECIACIÓN ANUAL/ 12

No. de Años

**ANEXO N° 26. Movilización y Mantenimiento**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>TOTAL MES</b>
Transporte	4	20,00	80,00
Movilización	4	4,00	16,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>96,00</b>

**ANEXO N° 27. Amortización**

	<b>VALOR</b>	<b>AMORTIZACION</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>LIBROS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>MES</b>
Elaboración Proyecto Factibilidad	1.500,00	150,00	12,50
Gastos de Organización	1.200,00	120,00	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.700,00</b>	<b>270,00</b>	<b>22,50</b>

**ANEXO N° 28. Costos de Administración Mensual - Sueldos**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO BASICO UNIFICADO</b>	<b>APORTE IESS</b>	<b>DECIMO</b>	<b>DECIMO</b>	<b>FONDOS RESERVA</b>	<b>VACA</b>	<b>TOTAL A PAGAR</b>
			<b>TERCERO</b>	<b>CUARTO</b>		<b>ACIONES</b>	
Gerente	420,00	45,57	35,00	42,00	35,00	21,00	598,57
Contador	100,00						100,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>520,00</b>	<b>45,57</b>	<b>35,00</b>	<b>42,00</b>	<b>35,00</b>	<b>21,00</b>	<b>698,57</b>

**ANEXO N° 29. Costos de Administración Mensual - Útiles de Aseo**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Escobas y Otros	3	2,00	6,00
Ambientales	10	1,50	15,00
Tarros de Basura	2	5,00	10,00
Aromatizantes	4	1,00	4,00
Cepillos de Baño	2	1,00	2,00
<b>TOTAL MES</b>			<b>37,00</b>

**ANEXO N° 30. Costos de Administración Mensual - Papelería**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NUMERO</b>	<b>V/Unitario</b>	<b>V/Total</b>
Hojas	1	4,00	4,00
Lápices	2	0,20	0,40
Lapiceros	2	0,50	1,00
Borradores	1	0,08	0,08
Resaltadores	1	0,60	0,60
Carpetas	2	0,50	1,00
Cintas	1	1,00	1,00
Otros	5	1,00	5,00
<b>TOTAL MES</b>			<b>13,08</b>

**ANEXO N° 31. Costos de Administración Mensual - Servicios Básicos**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Teléfono	15,00	180,00
Agua	12,00	144,00
Energía Eléctrica	30,00	360,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>57,00</b>	

**ANEXO N° 32. Depreciaciones Administrativas**

	<b>VALOR</b>	<b>AÑOS</b>	<b>% DE</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR A</b>	<b>DEPRECIACION</b>	
<b>BIENES</b>	<b>LIBROS</b>	<b>DEPRECIAC</b>	<b>DEPRECIAC</b>	<b>RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIAR</b>	<b>ANUAL</b>	<b>MES</b>
				10 % BLOB			
Muebles y Enseres	4.620,00	10	10	462,00	4158,00	415,80	34,65
Equipo de Computo	1.500,00	3	33,3	150,00	1350,00	450,00	37,50
Equipo de Oficina	1.700,00	10	10	170,00	1530,00	153,00	12,75
<b>TOTAL</b>	<b>7.820,00</b>			<b>782,00</b>	<b>7038,00</b>	<b>1018,80</b>	<b>84,90</b>

**ANEXO N° 33. Costos de Venta Mensual - Promoción y Publicidad**

<b>DETALLE</b>	<b>Número</b>	<b>Valor</b>	<b>V/ MES</b>
Hojas Volantes	500	60,00	
Vasos Desechables	1	3,00	
Gigantografía	2	20,00	40,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>53,00</b>

**ANEXO N° 34. Gastos Financieros Mensual**

<b>CALCULO PRESTAMO</b>		
Monto	<b>36.243,50</b>	
Tasa de Interés	12	%
Plazo	5	Años
Cuota de Capital	7.248,70	

<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
1	7.248,70	4.349,22	11.597,92	36.243,50
2	7.248,70	3479,38	10.728,08	28.994,80
3	7.248,70	2609,53	9.858,23	21.746,10
4	7.248,70	1739,69	8.988,39	14.497,40
5	7.248,70	869,84	8.118,54	7.248,70
<b>TOTAL</b>	<b>36.243,50</b>	<b>13.047,66</b>	<b>49.291,16</b>	<b>0,00</b>

**ANEXO N° 35. Encuestas Aplicadas a la población de la Parroquia San Pablo de Atenas**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SAN PABLO DE ATENAS**

**Estimado Sr(a):**

El siguiente cuestionario es de carácter confidencial, está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que realizamos para la apertura de un Bar Discoteca en la parroquia San Pablo de Atenas.

**Objetivo:** Determinar las preferencias de la población y usuarios para la apertura del Bar Discoteca en la población de la parroquia San Pablo de Atenas.

**Género del Encuestado**                      Hombre ( )                      Mujer ( )

**Edad** ( )

**1.- ¿Cuál es su actividad principal?**

Estudiante ( )                                      Trabajador Privado ( )

Empleado Público ( )                                      No Trabaja ( )

**2.- ¿Asiste a un Bar Discoteca?**

Si ( )                                      No ( )

**3.- ¿Conque frecuencia va usted a un Bar Discoteca?**

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

**4.- ¿A qué Bar Discoteca acude habitualmente?**

Nombre.....

**5.- ¿En qué lugar se localiza el Bar Discoteca al que acude habitualmente?**

Ciudad.....

**6.- ¿Que le atrae más del Bar Discoteca al que acude habitualmente?**

Música ( ) Ambiente ( )

Decoración ( ) Seguridad y Seriedad ( )

Precios de la Entrada ( ) Cocteles que ofertan ( )

Atención Personalizada ( ) Otra característica ( )

**7.- ¿Cuál es el Precio que paga por la entrada al Bar Discoteca?**

Un Dólar ( ) Dos Dólares ( )

Tres Dólares ( ) Cuatro Dólares ( )

Más de Cinco Dólares ( )

**8.- ¿Cómo califica usted al Bar Discoteca qué frecuenta?**

Excelente ( ) Bueno ( ) Regular ( )

**9.- ¿Entre cuantas personas van al Bar Discoteca?**

- Solo ( )                      Entre Dos ( )  
Entre 3 a 4 ( )                      Más de 5 ( )

**10.- ¿Cuál es la música que prefiere escuchar en el Bar Discoteca?**

- Rock ( )                      Retro ( )  
Tropicales ( )                      Romántica ( )  
Salsa ( )                      Alternativos ( )  
Otro Género ( )

**11.- ¿Que otros servicios le brinda el Bar Discoteca que frecuenta?**

- Karaoke ( )                      Promoción en Entradas ( )  
Proyecciones ( )                      Promociones en Cocteles ( )

**12.- ¿Qué tipo de Bebidas habitualmente consume cuando va a un Bar Discoteca?**

- Cervezas ( )                      Gaseosas ( )  
Vodka ( )                      Ron ( )  
Vino ( )                      Tequila ( )  
Whisky ( )                      Caipiriña ( )  
Coctel Vaina (vino tinto, coñac, huevo) ( )  
Coctel fuera de órbita (punta, melón, naranja, piña) ( )  
Coctel Margarita Straw Berry (Tequila, Grandmarrier, naranja, granadina) ( )  
)

Coctel Hotel California (ron, Amaretto, naranja, miel de abeja) ( )

Coctel Mojito (ron, limón, hierba buena) ( )

Coctel Piña colada (ron, coco, piña) ( )

**13.- ¿Estaría Usted de acuerdo que se implemente un Bar Discoteca en la parroquia de San Pablo de Atenas?**

Si ( ) No ( )

**14.- ¿Qué condiciones debería tener este establecimiento de recreación?**

Acogedor ( ) Precios Justos ( ) Normas Sanitarias ( )

Todas las anteriores ( )

**15.- ¿Le gustaría que en el Bar Discoteca exista una variedad de bebidas?**

Si ( ) No ( )

**16.- ¿El Bar Discoteca debería ofertar platos express saludables cómo?**

Ensalada de fruta ( ) Ensalada Cesar ( )

Mini tortillas de Maíz ( ) Papitas en salsa de queso ( )

**Gracias por su Colaboración**

**ANEXO N° 36. Ficha de Observación Directa**

<b>UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR</b>
<b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA</b>
<b>FORMULARIO FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA</b>

FECHA:

OBJETIVO: Levantar información para la implementación de un Bar Discoteca en la parroquia de San Pablo de Atenas del cantón San Miguel.

**OBSERVACIÓN DIRECTA**

NOMBRE DEL BAR DISCOTECA

NOMBRE DEL PROPIETARIO

DIRECCIÓN

PRODUCTOS QUE OFERTA

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

ASPECTOS A OBSERVARSE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR
Espacios y amplitud de las instalaciones			
Orden y Aseo			
Infraestructura			
Tecnología y equipos			
Productos y servicios que ofertan			
Servicios Básicos			
Ubicación del local			
Espacios verdes			

RESPONSABLE:

**ANEXO N° 37. Discotecas en la Ciudad de Guaranda**

**LA TERRAZA DISCOTEK**



**LA TERRAZA DISCOTEK**



**LA TERRAZA DISCOTEK**



**LA TERRAZA DISCOTEK**



**REY ARTURO DISCOTECA**



**REY ARTURO DISCOTECA**



**BAR DISCOTECA RADIOLINA**



**BAR DISCOTECA RADIOLINA**



**DISCOTECA EL TRAPICHE**



**DISCOTECA EL TRAPICHE**



**DISCOTECA EL TRAPICHE**



**BAR DE AMIGOS**



**BAR DE AMIGOS**



**BAR DE AMIGOS**



**ANEXO N° 38. Mapa Político del Ecuador**



**ANEXO N° 39. Mapa Político de la Provincia Bolívar**

