



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELETERÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELETERÍA**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL BARRIO LAS
PEÑAS PARA EL DISEÑO DE UN BAR TEMÁTICO**

AUTOR:

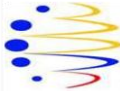
KEVIN ADRIÁN VILLÓN ALCÍVAR

TUTORA:

BLGA. JENNY CASTRO SALCEDO, MSc.

GUAYAQUIL – ECUADOR

2016

  				Presidencia de la República del Ecuador	Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes	SENESCYT SECRETARÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN	
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA							
FICHA DE REGISTRO DE TESIS							
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis De La Oferta Y Demanda Del Barrio Las Peñas Para El Diseño De Un Bar Temático							
AUTOR/ES: Kevin Adrián Villón Alcívar				TUTOR: BLGA. JENNY CASTRO SALCEDO, MSc.			
				REVISORES:			
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil				FACULTAD: Comunicación Social.			
CARRERA: Turismo y Hotelería.							
FECHA DE PUBLICACIÓN:				Nº. DE PÁGS. 151			
TÍTULO OBTENIDO: Licenciado en Turismo y Hotelería							
ÁREAS TEMÁTICAS:							
PALABRAS CLAVES: Bar temático, oferta y demanda turística, empresas A&B, actividad turística nocturna							
Resumen: El presente trabajo de investigación trata sobre el análisis de la oferta y la demanda turística en el Barrio Las Peñas en la ciudad de Guayaquil, se pudo evidenciar que el sector cuenta con una gran demanda y poca oferta de servicios de bares o diversión para cubrir dicha demanda; el objetivo principal de esta investigación es analizar esa oferta y demanda para diseñar un bar temático en el Barrio, utilizando los tipos metodología como analítico-sintético, inductivo-deductivo, descriptiva. Los instrumentos aplicados para la recolección de datos fueron: la observación, la encuesta aplicadas a una población de 2700 visitantes que acuden al lugar, y la entrevista, a la coordinadora de turismo de la prefectura y a la Jefa de promoción turística y calidad del Municipio. A través de la formula finita se obtuvo una muestra de 336 personas, logrando como resultado que, personas entre 18 y 40 años son frecuentes visitantes del Barrio, cuya preferencia de consumo son bebidas que se expenden en los lugares de diversión nocturna pero que no se sienten satisfechos. Se plantea el diseño de un bar temático que ayude a cubrir la demanda para impulsar el desarrollo socio – económico y turístico del sector, creando fuentes de empleo y mejorando la imagen del Barrio Las Peñas en cuanto a lugares de diversión se refiere.							
Nº. DE REGISTRO (en base de datos):				Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web)							
ADJUNTO PDF:				SI X		NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES : Kevin Adrián Villón Alcívar				Teléfono: 0959131101		E-mail: kevinrovillonva1930@gmail.com	
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:				Nombre: Blga. Jenny Castro Salcedo MSc.			
E-mail: jennycasegovia97@hotmail.com				Teléfono: 0999427357			



Urkund Analysis Result

Analysed Document:	TESIS KEVIN VILLÓN.docx (D24162768)
Submitted:	2016-12-08 05:10:00
Submitted By:	jenny.castrosa@ug.edu.ec
Significance:	4 %

Sources included in the report:

marco-teorico,
Cindy Peña.rtf
(D12979635)
Anteproyecto_Ma
yra.docx
(D13443244)
[http://www.ub.edu/
geocrit/sn/sn-
433.htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-433.htm)
[http://www.recetas-de-cocina.net/recetas/piqueos/brochetas-de-pollo-
en-salsa-de-tamarindo.html](http://www.recetas-de-cocina.net/recetas/piqueos/brochetas-de-pollo-en-salsa-de-tamarindo.html) [http://www.recetas-de-
cocina.net/recetas/piqueos/tequenos-rellenos-caseros.html](http://www.recetas-de-cocina.net/recetas/piqueos/tequenos-rellenos-caseros.html)

Instances where selected sources appear:



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Guayaquil, Diciembre del 2016

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad de Guayaquil, certifico:

Que el Sr. **KEVIN ADRIÁN VILLÓN ALCÍVAR**, ha realizado la tesis de grado titulada: **ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL BARRIO LAS PEÑAS PARA EL DISEÑO DE UN BAR TEMÁTICO**, la cual he analizado aplicando las disposiciones institucionales por lo que autorizo al mencionado egresado, reproduzca el documento definitivo y lo presente a las autoridades de la Universidad, y posteriormente proceda a la exposición de su contenido.

Considerándolo aprobado en su totalidad.

BLGA. JENNY CASTRO SALCEDO, MSc.

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

V

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

YO, **Cecilia Mendieta García**. Certifico que he revisado la redacción y ortografía de la Tesis de Grado:

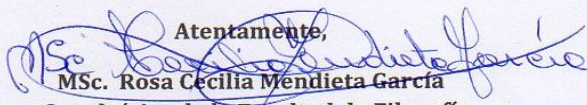
ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL BARRIO LAS PEÑAS PARA EL DISEÑO DE UN BAR TEMÁTICO.

Elaborado por el egresado: KEVIN ADRIÁN VILLÓN ALCÍVAR

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta.
- Se maneja con conocimientos y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo, y directo, por lo tanto, de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como **Magíster en Educación Superior y Especialista En Desarrollo De Proyectos Sociales y Educativos**, recomiendo la **VALIDEZ ORTOGRÁFICA** de su tesis previo a la obtención del Título de **LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**.

Atentamente,

MSc. Rosa Cecilia Mendieta García
Catedrática de la Facultad de Filosofía
REGISTRO SENESCYT # 1006-06-651875
Celular. 0985813440 - 3856098



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ACTA DE RESPONSABILIDAD

CERTIFICADO DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **VILLÓN ALCÍVAR KEVIN ADRIÁN** declaro ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Guayaquil, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

KEVIN ADRIÁN VILLÓN ALCÍVAR

C.C # 0924785801

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA

Dr. Galo Salcedo Rosales, PhD.

Rector de la Universidad de Guayaquil.

Presente.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema **es Análisis de la oferta y demanda del Barrio Las Peñas para el diseño de un bar temático**, mediante la presente y que corresponde a la Unidad Académica de la Facultad de Comunicación Social.

KEVIN ADRIÁN VILLÓN ALCÍVAR

C.C # 0924785801

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SECRETARÍA

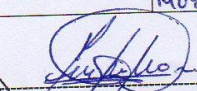
ACTA DE SUSTENTACIÓN

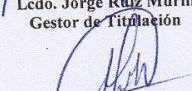
En Guayaquil, a los 02 días del mes de mayo del año 2017, siendo las 13:30, se constituye en el edificio de la Carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Comunicación Social, el Gestor de Titulación de la Carrera de Turismo y Hotelería, **Lcdo. Jorge Ruiz Murillo**, y los señores miembros del Tribunal de Sustentación: **Lcdo. Franklin Mora Méndez**, **Lcdo. Fernando Chiriboga Cisneros** y el **Ing. José Hidalgo León**. Nombrados por el Sr. Decano de la Facultad de Comunicación Social, **Lcdo. Kléber Llor Valdiviezo**, con el objeto de que el Sr. **VILLON ALCIVAR KEVIN ADRIAN**, de la carrera de **TURISMO Y HOTELERÍA**, sustente y defienda su trabajo de Titulación: **ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL BARRIO LAS PEÑAS PARA EL DISEÑO DE UN BAR TEMÁTICO**. Una vez constituido el tribunal, se lleva a efecto la exposición, para lo cual previamente el Gestor de Titulación, hace conocer el tiempo reglamentario de 30 minutos y la disponibilidad de contestar alguna pregunta propuesta por cualquiera de los señores miembros del tribunal. Habiéndose desarrollado la defensa dentro del tiempo fijado, el Tribunal de Sustentación aprueba el trabajo de titulación con las siguientes calificaciones:

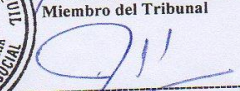
Miembros del Tribunal	Calificación Número	Calificación Letras
Lcdo. Franklin Mora Méndez	8.5	Ocho. cinco
Lcdo. Fernando Chiriboga Cisneros	8.5	Ocho. cinco
Ing. José Hidalgo León	8.5	Ocho. cinco
Promedio	8.5	Ocho. cinco
Equivalente a:		MUY BUENO


Lcdo. Jorge Ruiz Murillo
Gestor de Titulación




Lcdo. Franklin Mora Méndez
Miembro del Tribunal

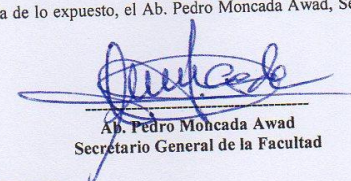

Lcdo. Fernando Chiriboga Cisneros
Miembro del Tribunal


Ing. José Hidalgo León
Miembro del Tribunal

Con el presente Acto Académico se da por concluida la Sustentación. El Sr., **VILLON ALCIVAR KEVIN ADRIAN** del CURSO ESPECIAL DE TITULACIÓN; acepta y reconoce la calificación emitida por el tribunal y las recomendaciones hechas por el mismo.


VILLON ALCIVAR KEVIN ADRIAN
C.I. 0924785801
Estudiante

Firmando para constancia de lo expuesto, el Ab. Pedro Moncada Awad, Secretario de la Facultad que lo certifica.


Ab. Pedro Moncada Awad
Secretario General de la Facultad

Guayaquil, 02 de mayo del 2017



DEDICATORIA

Este trabajo y logro se lo dedico a Dios porque es él quien guía mi camino, y me da fuerzas para seguir adelante a pesar de los obstáculos que se me presentaron para conseguir esta meta.

A mi familia y a mis padres que han sido muy importantes para mí, por su apoyo incondicional a lo largo de todos mis estudios, y han sido mi modelo a seguir quienes inculcaron en mí, los valores y principios que me han formado como persona, a tener siempre esa perseverancia y constancia para conseguir éste y todos los objetivos en mi vida.

También a mi futura esposa que ha sido un pilar fundamental para mí y poder seguir adelante.

Y por último y no menos importante a un grupo pequeño de amigos pero inmenso de cariño y el verdadero significado de amistad.

KEVIN ADRIÁN VILLÓN ALCÍVAR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar siempre conmigo, a mis padres por apoyarme en todo lo que he necesitado, a mi novia por ser mi compañera en este camino importante, y gracias a todas las personas que de una u otra manera me ayudaron a conseguir éste logro.

Gracias

RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata sobre el análisis de la oferta y la demanda turística en el Barrio Las Peñas en la ciudad de Guayaquil, se pudo evidenciar que el sector cuenta con una gran demanda y poca oferta de servicios de bares o diversión para cubrir dicha demanda; el objetivo principal de esta investigación es analizar esa oferta y demanda para diseñar un bar temático en el Barrio, utilizando los tipos metodología como analítico-sintético, inductivo-deductivo, descriptiva. Los instrumentos aplicados para la recolección de datos fueron: la observación, la encuesta aplicadas a una población de 2700 visitantes que acuden al lugar, y la entrevista, a la coordinadora de turismo de la prefectura y a la Jefa de promoción turística y calidad del Municipio. A través de la fórmula finita se obtuvo una muestra de 336 personas, logrando como resultado que, personas entre 18 y 40 años son frecuentes visitantes del Barrio, cuya preferencia de consumo son bebidas que se expenden en los lugares de diversión nocturna pero que no se sienten satisfechos. Se plantea el diseño de un bar temático que ayude a cubrir la demanda para impulsar el desarrollo socio – económico y turístico del sector, creando fuentes de empleo y mejorando la imagen del Barrio Las Peñas en cuanto a lugares de diversión se refiere.

Palabras claves: Bar temático, oferta y demanda turística, empresas A&B, actividad turística nocturna

ABSTRACT

This research deals with the analysis of the offer and demand of tourism in the Barrio Las Peñas in the city of Guayaquil, it was possible to show that the sector has a great demand and a small offer of pubs or entertainment services to cover this demand; The main objective of this research is to analyze that offer and demand, to design a thematic pub in the neighborhood, using the methodology types as analytic-synthetic, inductive-deductive, descriptive. The instruments applied to the data collection were: observation, the survey applied to a population of 2700 visitors who come to the place, and the interview to the tourism coordinator of the prefecture and the head of tourism promotion and quality of the City Hall. Through the finite formula, a sample of 336 people was obtained, getting as a result that people between 18 and 40 years are frequent visitors of the Neighborhood, whose preference of consumption are drinks that are sold in the places of night fun but, that do not feel satisfied. It is proposed to the design of a thematic pub to help satisfy the demand, to boost the socio - economic and tourism development of the sector, creating employment sources and improving the image of Barrio Las Peñas in terms of entertainment.

Keywords :

Thematic pub, tourism offer and demand, Food and Drinks Companies, Touristic activity.

ÍNDICE GENERAL

Preliminares

Carátula.....	I
Repositorio Nacional En Ciencia Y Tecnología	III
Resultado Del Sistema Anti Plagio.....	III
Aprobación Del tutor.....	IV
Certificado De Revisión De La Redacción Y Ortografía.....	IV
Acta De Responsabilidad	VII
Certificado De Autoría De La Investigación	VII
Cesión De Derechos De Autoría	VIII
Certificación De La Defensa	VIII
Dedicatoria.....	IX
Agradecimiento	X
Resumen	XII
Abstract.....	XIII
Índice General.....	XIII
Índice De Tablas	XXIX
Índice De Gráficos.....	XXIX
Índice De Ilustraciones	XXIX

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento Del Problema	3
1.2 Ubicación Del Problema En El Contexto.....	4
1.3 Situación En Conflicto	5
1.4 Alcance	6
1.5 Relevancia Social	7
1.6 Formulación Del Problema	7
1.7 Evaluación Del Problema.....	7
1.8 Objetivos	8
1.8.1 Objetivo General:	8
1.8.2 Objetivos Específicos:	9
1.9 Justificación	9
1.10 Idea A Defender	10
1.11 Objeto	10
1.12 Campo	10
1.13 Preguntas De La Investigación	11

CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO	12
2.1 Fundamento Histórico	12
2.2 Fundamento Teórico	14
2.2.1 <i>Oferta Y Demanda</i>	14
2.2.2 La Oferta Turística	15
2.2.3 La Demanda Turística	16
2.2.4 Empresas De Alimentos Y Bebidas	18
2.2.4.1 Tipos	18
2.2.4.2 El Bar	19
2.2.4.3 Tipos De Bares	20
2.2.4.4 Bar Temático	20
2.2.5 Estructura Organizacional De Una Empresa	21
2.2.6 El Bar Temático: Revisión De Casos	23
Caso 1: Bar Temático Chappu's Beer	23
Caso 2: Bar Temático Fruta Bar	23
Caso 3: Bar Temático Peña Bar El Colonial	24
2.3 Fundamento Legal	25

2.3.1 En La Constitución Del Ecuador Capítulo Segundo, Sección Octava Establece:	25
2.3.2 Según La Ley De Turismo En Lo Estipulado En Su Capítulo Ii Dice:	26
2.3.3 Permisos De La M.I. Municipalidad De Guayaquil Y Otras Entidades.....	28
2.4 Fundamento Epistemológico	28
2.5. Definición De Términos.....	29
CAPÍTULO III	32
METODOLOGÍA	32
3.1 Diseño De Investigación	32
3.2 Tipos De Investigación.....	32
3.3 Métodos De Investigación.....	33
3.3.1 Métodos Teóricos.....	33
3.4 Técnicas De Investigación	34
3.5 Instrumentos De Información.....	35
3.6 Software Que Se Utilizó.....	36
3.7 Población Y Muestra.....	36

CAPÍTULO IV.....	39
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	39
4.1 Análisis Del Registro De Observación	39
4.1.1 Infraestructura	40
4.1.2 Comunidad Receptora	40
4.1.3 Atractivos	41
4.2 Análisis De Las Encuestas	43
4.3 Análisis De Las Entrevistas	57
4.4 Triangulación De Resultados.....	62
CAPÍTULO V.....	64
PROPUESTA	64
5.1 Introducción	64
5.2 Alcance	64
5.3 Justificación	65
5.4 Objetivos.....	65
5.4.1 Objetivo General	65
5.4.2 Objetivos Específicos	65
5.5 Desarrollo De La Propuesta.....	65

5.5.1 Visión	65
5.5.2 Estructura Organizacional Del Bar	66
5.5.2.1 Organigrama Del Bar:	66
5.5.3 Equipos Y Maquinarias Del Bar.....	72
5.5.4 Áreas Del “Turistic Bar”	75
5.5.5 Logotipo De La Empresa	79
5.5.6 Tematización Y Ambientación	79
5.5.7 Menú De Bebidas A Ofrecer En El Bar	80
5.5.8 Menú De Alimentos A Ofrecer En El Bar	83
5.5.9 Estado Financiero Del Turistic Bar.....	87
5.5.9.1 Inversión Inicial.....	87
5.5.9.2 Balance Inicial	90
5.5.9.3 Depreciación	91
5.5.9.4 Sueldos De Los Trabajadores Del Bar	92
5.5.9.5 Préstamo Para La Inversión	95
5.5.9.6 Ingresos Por Ventas Del Turistic Bar	97
5.5.9.7 Presupuesto De Gastos Generales.....	102
5.5.9.8 Costos Operacionales Del Turistic Bar.....	104

5.5.9.9 Flujo De Caja Anual	107
5.5.9.10 Estado De Pérdidas Y Ganancias	108
5.5.9.11 Balance General Anual	110
5.5.9.12 Evaluación Del Proyecto Turistic Bar	111
Conclusiones.....	113
Recomendaciones.....	114
Bibliografía General.....	115
Anexos.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de empresas A & B	19
Tabla 2 Tipos de Bares	20
Tabla 3 - visitas al Barrio las peñas.....	43
Tabla 4 Nivel de consideración del Barrio Las Peñas como atractivo	44
Tabla 5 Calidad de servicio que ofrecen en los bares de Las Peñas	45
Tabla 6 Calificación de los bares de Las Peñas	46
Tabla 7 Infraestructura Óptima de los Bares Las Peñas	47
Tabla 8 Visita a los lugares de diversión nocturna	48
Tabla 9 Preferencias antes de ir a un establecimiento de diversión nocturna.....	49
Tabla 10 bebidas preferenciales de consumo	50
Tabla 11 presupuesto para asistir a un bar	51
Tabla 12 preferencias sobre lugares de entretenimiento nocturno.....	52
Tabla 13 interés sobre nuevo lugares de diversión nocturna en Las Peñas	53
Tabla 14 preferencias sobre un nuevo servicio a ofrecer en un bar	54
Tabla 15 con cuantas personas suelen asistir a un bar.....	55
Tabla 16 nivel de interés en visitar nuevo bar con temática de atractivos turísticos	56
Tabla 17 Nombre de los Entrevistados.....	57
Tabla 18 Análisis de Entrevistas.....	57
Tabla 19 Triangulación de Resultados	62
Tabla 20 personal de la empresa	66
Tabla 21 cristalería del bar	72
Tabla 22 utensilios para cocina	72
Tabla 23 utensilios para el bar.....	73
Tabla 24 Muebles y Enseres del Salón	74
Tabla 25 Muebles y Enseres de Oficina	74
Tabla 26 áreas del bar.....	75
Tabla 27 Inversión Inicial del Turistic Bar	88
Tabla 28 Balance Inicial del Turistic Bar.....	91
Tabla 29 Depreciación de los Equipos y enseres del Turistic Bar	92

Tabla 30 Amortización del Préstamo	95
Tabla 31 Cuadro de amortización del Préstamo para la Inversión del Turistic Bar	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 visitas al Barrio Las Peñas	43
Gráfico 2 Nivel de consideración del Barrio Las Peñas como atractivo	44
Gráfico 3 Calidad de servicio que ofrecen en los bares de las Peñas	45
Gráfico 4 Calificación de los bares de las peñas	46
Gráfico 5 Infraestructura Óptima de los bares Las Peñas	47
Gráfico 6 visita a lugares de diversión nocturna	48
Gráfico 7 preferencias antes de ir a un establecimiento de diversión nocturna.....	49
Gráfico 8 bebidas preferenciales de consumo	50
Gráfico 9 presupuesto para asistir a un bar	51
Gráfico 10 preferencias sobre lugares de entretenimiento nocturno.....	52
Gráfico 11 interés sobre nuevo lugares de diversión nocturna en Las Peñas.....	53
Gráfico 12 preferencias sobre un nuevo servicio a ofrecer en un bar	54
Gráfico 13 con cuantas personas suelen asistir a un bar	55
Gráfico 14 nivel de interés en visitar nuevo bar con temática de atractivos turísticos	56

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Organigrama de un bar como departamento de un hotel	22
Ilustración 2	Organigrama del bar como establecimiento	22
Ilustración 3	Chapus Beer	23
Ilustración 4	FrutaBar	23
Ilustración 5	Bar El Colonial	24
Ilustración 6	Calle Numa Pompilio Llona.....	41
Ilustración 7	Fortín de la Planchada.....	42
Ilustración 8	El Faro	42
Ilustración 9	Organigrama.....	66
Ilustración 10	Plano del Bar	75
Ilustración 11	Área del Salón	76
Ilustración 12	Plano de la Oficina.....	77
Ilustración 13	Plano de los Baños	77
Ilustración 14	Plano de la Cocina.....	78
Ilustración 15	Plano de la Bodega.....	78
Ilustración 16	Logotipo	79
Ilustración 17	brochetas de pollo.....	84
Ilustración 18	Tequeños	85
Ilustración 19	Cartilla del Bar	87
Ilustración 20	cuadro de sueldos año 2017.....	93
Ilustración 21	cuadro de sueldos año 2018.....	94
Ilustración 22	cuadro de sueldos hasta 5 años	95
Ilustración 23	Cuadro de Ingreso por Ventas.....	97
Ilustración 24	Cuadro de Ingresos por Ventas 2	98
Ilustración 25	Cuadro de Ingresos por Ventas 3	98
Ilustración 26	Cuadro de Ingresos por ventas 4.....	99
Ilustración 27	Proyección Anual de Precios	99
Ilustración 28	Proyección Anual de Precios 2	100
Ilustración 29	Proyección Anual de Cantidades a Vender	100
Ilustración 30	Proyección Anual de Cantidades a Vender 2	101
Ilustración 31	Proyección de Ventas hasta los 5 primeros años	101

Ilustración 32 Proyección de Ventas hasta los 5 primeros años continuación.....	102
Ilustración 33 Cuadro de Presupuesto de Gastos.....	102
Ilustración 34 Cuadro de Presupuesto de Gastos Generales 2	103
Ilustración 35 Gastos Generales Hasta el año 5.....	103
Ilustración 36 Cuadro de Costos Operacionales	104
Ilustración 37 Cuadro de Costos Operacionales 1	105
Ilustración 38 Cuadro de Costos Operacionales 2	106
Ilustración 39 Costos Operacionales hasta año 5	106
Ilustración 40 Cuadro de Costos Operacionales hasta Año 5.....	107
Ilustración 41 Flujo de Caja Anual.....	107
Ilustración 42 Flujo de Caja Anual 2.....	108
Ilustración 43 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	108
Ilustración 44 Estado de Pérdidas y Ganancias 1.....	109
Ilustración 45 Estado de Pérdidas y Ganancias hasta el Año 5.....	109
Ilustración 46 Balance General Anual	110
Ilustración 47 Balance general Anual 1.....	110
Ilustración 48 Balance General Anual 2	111
Ilustración 49 Evaluación del Proyecto	112

INTRODUCCIÓN

Siendo el Barrio Las Peñas uno de los lugares más visitados de la ciudad por su historia y combinación de varios atractivos y lugares de entretenimiento y diversión, es el lugar elegido para realizar la presente investigación que permite determinar la necesidad de diseñar un bar que contribuya con el desarrollo turístico del sector.

En el capítulo I se identifica la problemática principal que existe en el sector, se plantea ordenadamente su contexto permitiendo establecer el proceso mediante el cual el desarrollo de este proyecto ayude a mejorar la parte económica y turística del sector por medio del diseño de un bar temático.

El capítulo II donde se desarrolla el marco teórico, en base al Barrio Las Peñas utilizando teorías de varios autores para explicar las diferentes definiciones y entender de mejor manera lo que significa la oferta y la demanda y de cuáles son las empresas que brindan servicios de alimentación y bebidas. Además de los fundamentos legales a los cuales se debe de regir cualquier persona que quiera iniciar un lugar donde se brinde servicios a los turistas.

En el capítulo III se establece la metodología a utilizar para el desarrollo de esta investigación, mediante formula se delimita la población y la muestra sobre la cual se usarán las herramientas y técnicas de recolección de datos, para saber las diferentes perspectivas de las personas acerca del diseño del bar temático.

Luego de obtener los resultados de las herramientas de investigación utilizadas, se analizaron los mismos y se pudo determinar las opiniones y preferencias de las personas y de esta manera tener una idea clara de las necesidades que la demanda sugiere para nuevas ideas de lugares de diversión nocturna.

En el capítulo V se plantea la solución al problema, por medio de la propuesta del diseño de un bar temático en el Barrio Las Peñas, de una manera diferente y un valor agregado para que los visitantes tengan una nueva opción de entretenimiento además de las ya existentes en el lugar.

En la parte final de este proyecto de investigación se establecen una serie de conclusiones y recomendaciones que ayuden a mejorar, y que sirvan de referencia para futuras investigaciones que propongan servicios similares ya sea en el mismo sector o en diferentes partes de la ciudad.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Barrio Las Peñas ubicado en la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas se ha constituido como uno de los atractivos más visitados de la ciudad recibiendo miles de visitantes tanto nacionales como extranjeros por sus varios atractivos reunidos en un mismo sector tales como su arquitectura colonial, galerías de artes, y la historia que este encierra, entre otros.

El Barrio cuenta con lugares de diversión nocturna que con el paso del tiempo se han vuelto algo monótonos, en cuanto a la calidad de los servicios que se ofrecen, la problemática se da en la creciente demanda que actualmente existe ya que puede poner en riesgo la actividad socioeconómica del sector.

Siendo El Barrio Las Peñas el más antiguo de la ciudad de Guayaquil se ha destacado por contar con lugares que brindan el servicio de restaurantes, bares, discotecas quienes desde décadas pasadas han venido ofreciendo el mismo servicio, tratando de ir innovando dentro de sus posibilidades, pero que no ha sido suficiente para que el lugar destaque en un excelente servicio.

Es por esto que nace la idea de proponer el diseño de un bar temático, que ayude al desarrollo turístico del Barrio Las Peñas no sólo en lo referente a la diversión sino en la calidad del servicio que se brinda al turista.

1.2 UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN EL CONTEXTO

La ciudad de Guayaquil, ubicada en la provincia del Guayas cuenta con una población de 2,350.915 habitantes (según el censo realizado en el 2010 por el INEC) en esta ciudad se encuentra el Barrio Las Peñas, al final del Malecón Simón Bolívar en la calle Numa Pompilio Llona, al pie del Cerro Santana al noroeste de la urbe en la parroquia Pedro Carbo con una población de 4035.

En la actualidad El Barrio Las Peñas recibe aproximadamente 2700 visitantes semana a semana, por sus múltiples atractivos lo establece como uno de los lugares más visitados de la ciudad a lo largo de todo el año y mucho más en las fechas representativas de la ciudad, sin embargo la gran demanda que presenta el Barrio Las Peñas agrava el servicio que ofrecen los establecimientos que ahí se encuentran, no logran cubrir la totalidad de la misma.

Por tal motivo se plantea como investigación el análisis de la oferta y demanda del Barrio en un período comprendido entre el último semestre del 2016 para el diseño de un bar temático que ayude con la atención de la demanda existente en el lugar.

1.3 Situación en conflicto

Años atrás en el Barrio Las Peñas la seguridad ha sido un problema para propios y extraños debido a que la mayor parte del tiempo se suscitaban inconvenientes relacionados con la delincuencia, los turistas o visitantes se veían perjudicados con la pérdida de sus pertenencias (cámaras fotográficas, relojes, celulares entre otros) a tal punto que no podían cargarlas a la vista ni hacer uso de ellas, el turismo se puede ver afectado. Si bien es cierto el índice de delincuencia redujo notablemente con la regeneración urbana por la que pasó el Barrio Las Peñas la seguridad no deja de ser un punto de consideración para el desarrollo turístico del lugar en cuestión.

La gran demanda con la que cuenta hoy en día la ciudad de Guayaquil y por ende el Barrio las Peñas porque la mayoría de los visitantes de la ciudad acuden a este lugar por sus diferentes atractivos se constituye un problema debido a la poca oferta turística que existe en cuanto a lugares de entretenimiento se refiere.

Por otra parte la infraestructura existente en El Barrio Las Peñas utilizada para implementar sitios de diversión nocturna son las propias viviendas de los moradores del Barrio Las Peñas y Cerro Santa Ana lo que no brinda un total confort para los visitantes inclusive la seguridad de los mismos.

Además de esto se pudo evidenciar la situación actual en la que se encuentra los bares y restaurantes de Las Peñas siendo ésta que los dueños de los mismos están en conflicto entre ellos debido a la inconformidad que tienen entre unos y otros porque utilizan los establecimientos que se consideran bar o restaurante para que funcionen

como discotecas lo que genera una problemática incluso con el Municipio de la ciudad por el mal uso de los permisos de funcionamiento que este otorga lo que podría causar la clausura continua de los lugares que incumplen.

Existe una información errónea en los rótulos turísticos informativos ubicado al inicio de las escalinata donde se muestran los establecimientos con los que cuentan El Barrio Las Peñas, la mayoría aparentan ser restaurantes mientras que la realidad es otra, esto conlleva a una mala imagen para los turistas que visitan el sector.

1.4 ALCANCE

Dado que El Barrio Las Peñas es un lugar muy visitado se aprovechará esto para que el bar temático se posicione como uno de los más visitados a lo largo del año y que junto a los demás establecimientos se clarifiquen en cuanto al funcionamiento que le dan a los mismos y trabajen en conjunto para el desarrollo turístico del Barrio.

En un periodo entre 5 o 6 años se pretende que con el posicionamiento del bar temático este pueda desarrollarse más y crecer a nivel provincial y porque no nacionalmente, además que se desarrolle turística y económicamente el sector en general.

1.5 RELEVANCIA SOCIAL

La acogida que tienen los bares temáticos en la zona hacen que la realización de esta investigación sea de gran aporte al desarrollo socio-económico del Barrio Las Peñas manteniendo una relación directa con los visitantes apoyando a la interculturalidad debido a la mezcla de diferentes nacionalidades que se da en este tipo de bares y más en un lugar tan visitado como lo es el Barrio Las Peñas.

Con ello el beneficio directo para los turistas que recibirán un mejor servicio, para las personas del sector que con la llegada de más visitantes tendrán un mejor desarrollo económico, también que a las empresas proveedoras se les generará otra fuente de ingreso. Además se incrementarán las fuentes de empleo siendo este un aporte importante para el desarrollo y crecimiento económico del sector en general.

1.6 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera el diseño de un bar temático influirá en la oferta y demanda turística del Barrio Las Peñas en la ciudad de Guayaquil?

1.7 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Factibilidad

El presente proyecto será factible ya que cuenta con los recursos necesarios para su realización y no tiene impedimento alguno en cuanto a los permisos de las entidades gubernamentales se refiere.

Importancia

Es importante realizar esta investigación debido a que ayudará a identificar la demanda turística que tiene el Barrio, sus exigencias, sugerencias, y así, se pueda establecer de manera adecuada la oferta de servicio, aportando con nuevas ideas que ayuden al desarrollo turístico nocturno del sector.

Utilidad

Será de gran utilidad para reactivar el turismo nocturno o de diversión en El Barrio Las Peñas y aportará a la sociedad siendo una fuente generadora de empleo. Además del desarrollo económico del sector.

Conveniencia

Es de Conveniencia esta investigación, porque ayudará a mitigar el problema existente contribuyendo con la mejora en la parte económica, cubriendo la demanda y poder realizar de mejor manera el turismo de diversión que existe en el Barrio Las Peñas.

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 Objetivo general:

Analizar la oferta y la demanda turística en El Barrio Las Peñas, mediante un diseño de un bar temático, para contribuir al desarrollo económico del sector.

1.8.2 Objetivos específicos:

- Identificar la demanda turística que acuden al Barrio Las Peñas para el conocimiento preliminar de las características existentes en el lugar
- Determinar la oferta en el servicio de bares que ofrecen los diferentes sitios de expendio de bebidas de la zona
- Diagnosticar la relación oferta y demanda en base a los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados a los visitantes que concurren al barrio.
- Proponer el diseño de un bar temático en El Barrio Las Peñas para el mejoramiento del nivel económico social del sector turístico.

1.9 JUSTIFICACIÓN

Teórica

Este trabajo de investigación es teóricamente válido ya que será una fuente de información que aportará al beneficio local, a la innovación y el emprendimiento; información que permitirá conocer sobre el estado en el que se encuentra la oferta y demanda en cuanto al servicio de alimentos y bebidas, defendiendo desde el punto de vista teórico que con el diseño de nuevas áreas de atención se logrará proyectar un mejor servicio para el turista. Las futuras investigaciones serán beneficiadas gracias a la recopilación de información del presente trabajo realizado debido a que están fundamentadas en datos reales y comprobados con criterio analítico.

Practica

El presente trabajo de investigación aportará con una idea diferente para recibir al turista dirigidos hacia las actividades de diversión y entretenimiento agregando un plus en la temática que se va a utilizar en el

bar y así buscar brindar un servicio diferenciado y no seguir con la monotonía en la que se encuentran inmersos los establecimientos del Barrio Las Peñas contribuyendo a un mejor desarrollo del turismo en general en dicho sector.

Metodológica

Se realizó un tipo de investigación cuantitativa por medio de una observación detallada del lugar donde se llevará a cabo el presente proyecto y poder determinar con que cuenta el sector, y con la información obtenida de los resultados de las encuestas y entrevistas nos ayudará a saber cuáles son las necesidades que el turismo sugiere para así realizar de manera óptima y eficiente la propuesta de esta investigación.

1.10 IDEA A DEFENDER

El analizar la oferta y la demanda turística en el Barrio Las Peñas permitirá el diseño de un bar temático que ayudará al desarrollo socioeconómico del sector.

1.11 OBJETO

Oferta y demanda turística

1.12 CAMPO

Empresas de alimentos y bebidas

1.13 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

¿De qué manera la regeneración urbana de la ciudad ha logrado posicionar al Barrio Las Peñas?

¿Cuál será el nivel de satisfacción que tienen los turistas que visitan el Barrio?

¿Cómo influyen los bares de Las Peñas en la sociedad actualmente?

¿Cómo están constituidas las empresas de alimentos y bebidas?

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTO HISTÓRICO

El Barrio Las Peñas durante la época de la colonia se convirtió en un lugar donde habitaban personas de todas las etnias y estratos sociales pudiendo apreciar casas de diferentes tipos de construcción desde las más humildes hasta las consideradas de lujo. Años después el lugar fue arrasado por un flagelo que acabó con todas las edificaciones del Barrio, pero muy pronto en 1682 los lugareños lograron reconstruir el barrio incluso hasta el Fortín De La Planchada dándole más solidez con nuevos materiales tales como: El cal y la piedra para su defensa en ese entonces de los ataques piratas. (Hoyos & Avilés, 2010)

A inicios del siglo XVIII según en el padrón de vecinos desarrollado en el año de 1738 el Barrio Las Peñas contaba con 400 habitantes aproximadamente los cuales estaban divididos en unas 25 casas habitando en ellas personas de la nobleza guayaquileña y también parte de la clase media como pintores, carpinteros entre otros. En el año de 1764 y 1765 la ciudad volvió a ser víctima de dos incendios que redujeron las casas con las que para ese entonces contaba El Barrio.

Para 1770 el Ing. Francisco Requena realizó topográficamente el plano de la ciudad siendo éste el más exacto jamás hecho en esa época. En este plano se identifica claramente el Barrio Las Peñas con 23 predios los mismos que se dividían en 10 casas y 13 a covachas o construcciones

de menor nivel, el mismo ingeniero propuso lo que se consideraría la primera regeneración urbana de la ciudad, sugiriendo y por la situación en la que se encontraba la demolición de varios barrios que mostraban la cara fea de la ciudad, entre ellos estaba Las Peñas que para entonces tenían casas abandonadas por la gente de la clase alta. (Laviana Cuetos, 1987)

Para los inicios de la república en 1830 en el Barrio existía total democracia para la utilización de sus viviendas debido a que aún vivían gente de estratos sociales medios y parte de la elite guayaquileña. Así mismo se notaba la transformación urbana por la que había pasado el Barrio por más o menos 30 años ahora ya contaba con 50 casas. Pero una vez más la ciudad se vio afectada por otro incendio considerado el más grande en el año 1856 devastando la ciudad reduciéndola a cenizas incluyendo al Barrio Las Peñas. Después de algunos años se daría el resurgimiento de la ciudad y es en los planos de 1900 que en el Barrio figuran un total 13 casas levantadas y para 1909 el barrio totalmente reconstruido.

En el censo realizado durante el año 1919 se registraron 509 habitantes en Las Peñas, los cuales se dividían en 225 hombres y 284 mujeres.

Luego de todos los años de transición por los que pasó el Barrio finalmente para el año de 1973 el Barrio Las Peñas fue nombrado monumento histórico de la ciudad, lo que marcaría una nueva etapa para el barrio porque no solo sería un símbolo de la ciudad sino que, también se convertiría en un icono urbano - cultural por ser un lugar de reunión para artistas y personas intelectuales. No obstante el descuido de los predios por parte de los habitantes y de las autoridades llevó a que las

casas tengan que ser apuntaladas debido a la fuerte época lluviosa de ese entonces.

Años más tarde el cabildo Jaime Nebot Saadi incluye al Barrio en la regeneración urbana por la que pasaría la ciudad entre los años 2002 y 2003, al principio esto se vio impedido porque los dueños de las casas se mostraban negativos a causa de intentos anteriores de regeneración que no se concretaron, pero la buena reputación del alcalde de la ciudad cambio ese pensamiento, empezando así las remodelaciones del Barrio y junto con el apoyo de los habitantes se pudo regenerar para que sea lo que hoy en día es el Barrio Las Peñas. (Hoyos & Avilés, 2010)

2.2 FUNDAMENTO TEÓRICO

2.2.1 Oferta y Demanda

En base a lo que dice Tabáres (1982) esta actividad se la entiende como la identificación de los servicios a ofrecer en un determinado lugar.

La oferta es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado. Cárdenas Tabáres , (1982).pp 85

Por otra parte Boullón, (2006) explica que en la economía la oferta es determinar una cantidad de servicios y productos a poner en el mercado consumidor teniendo un precio establecido y que tendrá un período de tiempo en ese mismo mercado.

De acuerdo con Fischer, Durnbusch, & Schmalensee, (1990) la oferta es la cantidad de un bien que están dispuestas a vender los

vendedores en un periodo determinado de tiempo, a un precio que dependerá de ciertos factores utilizados en la producción de dicho bien.

Según lo expuesto por Balanza & Nadal (2000) la demanda la constituyen todos los consumidores potenciales y reales con necesidades específicas que desean satisfacer.

Para Kottler, Bowen, Makens, Rufin, & Reina Paz,(2004) la demanda es un deseo que cada persona o colectividad tienen, los mismos que serán satisfechos según su poder adquisitivo.

Mientras que Gregory, (1998) a diferencia de kottler y los otros explica que el deseo que tienen las personas no necesariamente será lo que consuman, porque el deseo va más allá de sus ingresos, es decir que las personas consumirán los bienes y servicios que estén en posibilidad de hacerlo.

2.2.2 La Oferta Turística

La oferta turística es una serie de productos los cuales se ubican en un mercado determinado por las necesidades de los demandantes. Entonces se entiende por oferta turística lo siguiente:

El conjunto de facilidades y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer, y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones. (Quesada Castro, 2007) p 125.

Según Amparo Sancho (1998) en su libro introducción al turismo indica que la oferta turística es el total de productos ofrecidos al turista en un lugar específico donde serán consumidos.

Entonces la define de la siguiente manera: Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. (Sancho, 1998) P 49

Pero no solamente se puede encontrar a la oferta turística como tal, por lo que otra de las formas de identificarla es como planta turística. Según lo expuesto por Gurría Di-Bella, (1991) realizar actividades económicas en base a un atractivo determinado combinando servicios, bienes y producto conformarán la planta turística.

Una vez que la actividad turística permite la explotación económica de los atractivos se establece un proceso productivo alrededor de éstos; una combinación de bienes y servicios que forman la planta turística lo cual constituye otro aspecto de los recursos disponibles para ofrecerlos a quienes los demandan. Esta planta está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido. Gurría Di-Bella, (1991) P 52

2.2.3 La Demanda Turística

De acuerdo con Tabáres (1982) La demanda turística son los grupos de personas que solicitan un bien o un servicio turístico que cumpla las expectativas de los mismos. . Por lo tanto la demanda va a variar dependiendo de las exigencias que presente los consumidores que serán las que se deba cubrir.

Es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor. Abarca por lo tanto todas las características del consumidor presente, es decir cubre el mercado actual. Cárdenas Tabares, (1982). P 85

A diferencia de tabáres, Milio Balanzá & Cabo Nadal, (2000) definen a la demanda turística en función a la cantidad de servicios que se encuentran en el mercado las mismas que el demandante consumirá. Es decir a mayor oferta mayor será la demanda.

La demanda turística de un producto o servicio es la cantidad del mismo que desea y puede realmente adquirir un colectivo en condiciones determinadas. Milio Balanzá & Cabo Nadal, (2000)

Por otra parte Montaner, (1998) dice que la demanda turística puede ser de una o más personas en conjunto que acuden a un determinado lugar impulsados por varios productos o servicios que puedan satisfacer sus diferentes necesidades.

Es el conjunto de turistas que de forma individual o colectiva están motivados por una serie de productos y servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su periodo vacacional. (Montaner Montejano, 1998), p 31.

2.2.4 Empresas de Alimentos y Bebidas

La restauración está constituida por aquellas empresas mercantiles que ofrecen, mediante precio fijo, el servicio de manutención, comidas y bebidas, entre otros. Montaner, (1998) (p.181).

De acuerdo con Raya & Izquierdo, (2007) la restauración, restaurante o todos los establecimientos que brindan servicios de alimentación y bebidas fuera de los hogares se los engloba en una denominación a nivel internacional llamada Food – Service definida así:

La actividad que se ocupa de proporcionar a los viajeros y a los residentes servicio de alimentación y bebidas. Por lo tanto quedan integrados como establecimientos en este ámbito todas las empresas comprendidas en los sectores de los restaurantes, las cafeterías y los bares, y que, dependiendo de cada país aglutinas una serie de establecimientos entre los que quedan incluidos otros. (Por ejemplo, las tabernas). P 591.

Mediante lo expuesto por Guerrero Luján, (2012) indica que la restauración hace referencia a la actividad que realiza una persona de generar ingresos mediante un restaurante o cualquier establecimiento de alimentos y bebidas. Y la restauración junto con las empresas de alojamiento forma parte del sector de servicios, integrados en lo que se conoce como actividad turística.

2.2.4.1 Tipos

Según Montaner 1998 las empresas de Alimentos y Bebidas tienen los siguientes tipos:

Tabla 1 Tipos de empresas A & B

Tipos de empresas A & B	
Restaurante	Son todos los establecimientos que brindan servicio de comidas y bebidas por un determinado precio los mismos que serán consumidos en el lugar.
Cafetería y bares	Son locales que sirven comidas y bebidas para un refrigerio rápido de forma ininterrumpida durante todo el horario de apertura. Estos servicios pueden consumirse en barra mostrador o mesas en el mismo local. (Álvarez Pérez & Garcerán García, 2003) p 118.
Empresas de comidas rápidas	Se refiere a los establecimientos de venta de comidas y bebidas a menor precio y de manera rápida que pueden ser consumidas en el mismo local o llevadas por el consumidor.
Catering	El catering son empresas destinadas a ofrecer servicios de A&B a medios de transporte además de ser servidos en otros lugares.
Restauración industrial	Este tipo de establecimiento brindan servicios a colectividades sean estas colegios, empresas, hospitales, entre otros.

Fuente: elaboración propia tomado de Montaner (1998)

2.2.4.2 El Bar

Según Álvarez & Garcerán (2003) los bares son los establecimientos que además de mesas cuentan con una barra o mostrador para atender al público brindando servicios de bebidas y bocadillos.

Mientras que del Toro Cabrera, (2011) define al bar como un establecimiento de servicios de bebidas alcohólicas y no alcohólicas las mismas que pueden o no ser acompañadas de comida, pero también incluye que además de eso las personas pueden disfrutar de música y entretenimiento durante su estancia en el lugar.

2.2.4.3 Tipos de Bares

Para identificar los tipos de bares se tomó del autor Aureliano del toro de su libro Manual del restaurante (2011) y son los siguientes:

Tabla 2 Tipos de Bares

Bar piscina	Piano bar	Bar americano	Taberna	Coffee Bar
Lobby Bar	Snack Bar	Bar Ingles	Discoteca	Bar temático
Bar de Playa	servibar	Bar cervecería	Cabaret	Night club
Bar Restaurante	Bar Irlandés	Pug	Tabernas	Bar Lácteo

Fuente: elaboración propia tomado de del Toro (2011)

2.2.4.4 Bar Temático

Según del Toro Cabrera (2011) Los bares pueden tener variada temática desde lo deportivo, el arte, un país, una región, una época, y muchas más, las mismas que deben tener relación directa entre producto ofrecido y todos los elementos que intervienen en el bar tales como:

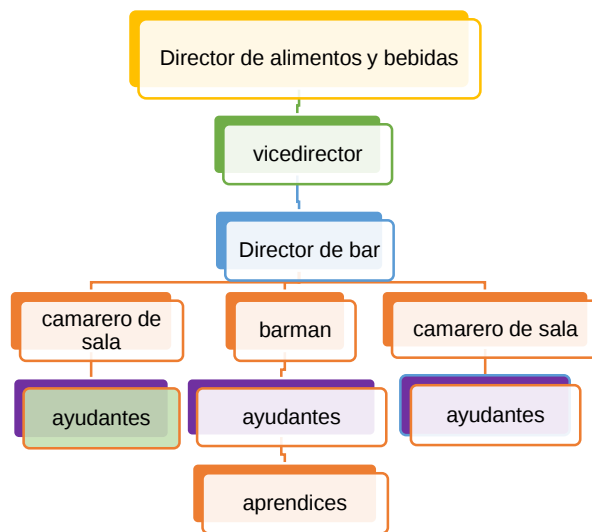
decoración, ambientación, la parte exterior, presentación de las bebidas entre otros.

Este tipo de establecimiento debe cumplir, desde su concepción una coherencia absoluta entre tema escogido y todos los elementos del bar percibidos por el cliente: diseño exterior, decoración, mobiliario, vajilla, uniformes del personal de servicio, ambientación, oferta del servicio, presentación de las bebidas y otros, sólo así se podrá proyectar la imagen deseada. (del Toro Cabrera, 2011) p 192

2.2.5 Estructura Organizacional de una empresa

Para García Ortiz, García Ortiz, & Gil Muela, (2011) la estructura organizativa de una empresa es un factor fundamental para la consecución de sus fines. Dicha organización se divide en distintos departamentos dependiendo del tamaño de la empresa representada gráficamente con un organigrama. Estos departamentos estarán ocupados por las personas de acuerdo a la categoría profesional que tengan en la empresa.

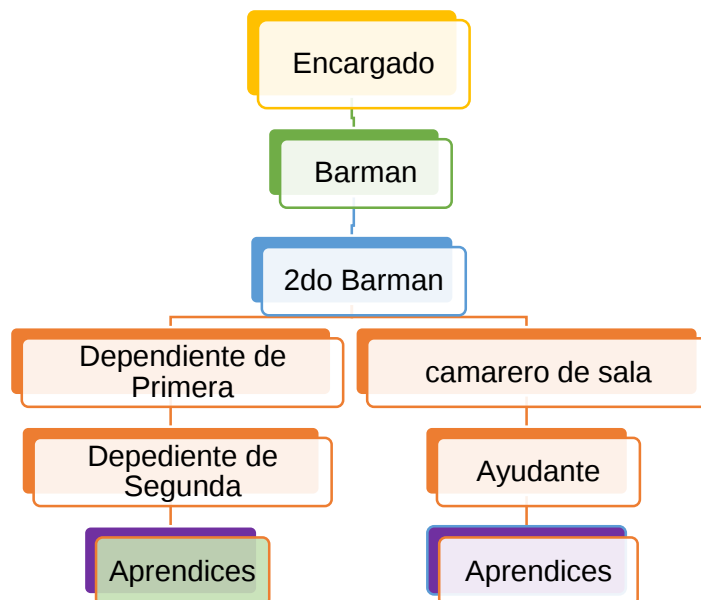
A continuación un ejemplo de una estructura organizacional de un bar como departamento de un hotel.



Fuente: tomado de Raya & Izquierdo (2007)

Ilustración 1 Organigrama de un bar como departamento de un hotel

También se muestra un organigrama de un bar como establecimiento independiente.



Fuente: tomado de (García Ortiz, Gil Muela, & García Ortiz, 2003) p8.

Ilustración 2 Organigrama del bar como establecimiento

2.2.6 El Bar Temático: Revisión de Casos

Caso 1: Bar Temático Chappu's beer



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 3 Chapus Beer

Chapus es un bar rústico costeño en donde ponen música ideal para bailar sirven todo tipo de bebidas además de Piqueos para el disfrute de los visitantes. Ubicado en la avenida principal de Urdesa lo que sería un paso casi que obligado para las personas que transitan por ahí.

Caso 2: Bar Temático FRUTA BAR



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 4 FrutaBar

Fruta Bar comenzó en el año 2000, siendo una idea de dos grandes amigos que incursionaron en el ámbito de restauración después de varios años de amistad realizando actividades de fotografías, surf, playas, etc. Dándose ahí las ideas de la ambientación y temática del bar que empezó ofreciendo sándwiches y que posteriormente gracias a sugerencias de su público adulto del sector turístico nacional e internacional dieron paso para que incluyeran los cocteles de frutas. Cuenta con tres sucursales hacia el sur de la ciudad, frente al malecón y en urdesa donde se inició.

Debido a su gran originalidad y crecimiento el instituta ecuatoriano de propiedad intelectual le otorga a fruta bar el reconocimiento oficial y de validez internacional “la apariencia distintiva” en el año 2013.

Caso 3: Bar Temático Peña Bar El Colonial



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 5 Bar El Colonial

Abrió sus puertas hace 24 años fue uno de los primeros bares en lo que hoy se conoce como la Zona Rosa de Guayaquil, su nombre va acorde con el barrio tradicional donde se encuentra, su dueña la Sra.

Margarita de salinas. Sus clientes eran los estudiantes de la politécnica debido a que era el único que atendía de lunes a viernes y en las tardes. Ofrecen piqueos, bebidas, platos a la carta, además cuenta con una pista de baile para el disfrute de los visitantes, sin duda un lugar para visitar en la parte céntrica de Guayaquil.

2.3 FUNDAMENTO LEGAL

2.3.1 En la constitución del Ecuador Capítulo Segundo, sección octava establece:

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Sección sexta
Cultura física y tiempo libre

Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

2.3.2 Según la ley de turismo en lo estipulado en su Capítulo II dice:
DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIÉNES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetos a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los Municipios y Consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de

funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

2.3.3 Permisos de la M.I. Municipalidad de Guayaquil y otras entidades

- Registro del establecimiento en el RUC – Servicio de Rentas Internas
- Uso de Suelo – Municipio de Guayaquil
- Permiso de Funcionamiento – Cuerpo de Bomberos
- Permiso de Funcionamiento – ARCSA (agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria)
- Patente Municipal – Municipio de Guayaquil
- Certificado de Trampa de Grasa - Interagua
- Tasa de Habilitación y Control – Municipio de Guayaquil

2.4 FUNDAMENTO EPISTEMOLÓGICO

Sin duda la psicología aplicada se involucra directamente con la actividad turística porque estudia el comportamiento de los seres humanos y las actividades que realizan en su tiempo libre en relación a los aspectos económicos, sociales, culturales en cuanto a las actividades

turísticas se refiere, por lo que Montaner, (1998) dice sobre la psicología del turismo lo siguiente:

La actividad turística es básicamente una relación comunicativa en la que el contacto humano es fundamental y en donde se establecen unas estrechas comunicaciones y conductas psicológicas. Por ello la psicología aplicada entre de lleno con la actividad turística.

La psicología del turismo se puede definir como aquella parte de la psicología aplicada y social que estudia el comportamiento humano con relación a su conducta de tiempo libre, generado por una serie de motivaciones encaminadas a satisfacer las necesidades originadas por los viajes y las prestaciones de servicios turísticos.

Podemos decir que la psicología aplicada al turismo abarca el estudio de los comportamientos conductuales con relación a los aspectos económicos, sociales, laborales y culturales de la actividad turística. P57.

2.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Actividad de ocio: es el tiempo que un individuo emplea fuera del lugar de trabajo para hacer lo que quiere hacer. (Zelinski, 2003) p15.

Actividad turística: Para Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier (2006), la actividad turística es un sistema vinculado directamente a la característica esencial del turista de desplazamiento eventual fuera de su lugar de residencia. Dentro de este Grupo se encuentran los alojamientos, la restauración, las agencias de viajes, el

transporte turístico y la actividad de promoción e información turística. P 28.

Calidad: es un término que puede variar su definición dependiendo de cada persona, así (Alcalde San Miguel, 2009) muestra las siguientes definiciones:

- Es lo bueno o excelente de un producto.
- Es la mayor cantidad de características que posee un producto o servicio y se asocia a un mayor precio.
- Es lo adecuado que es el producto o servicio para el uso que se le pretende dar, es decir que la calidad es lo que desea el cliente.
- Es aceptable si viene acompañado de un precio adecuado. P 6

Destinos: son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Tradicionalmente los destinos se consideraban como una zona bien definida geográficamente, como un país, una isla o una ciudad. Sin embargo cada vez se reconoce que un destino puede ser un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de la visita, nivel de educación y experiencia previa. (Bigné, Font, & Andreu, 2000) p 30

Hostelería: según (Domingo, Escodín, Gassó, & Aguirre, 2001) es la industria que se ocupa de brindar a los turistas los servicios de alojamientos, alimentación, bebidas, entre otros, por un precio determinado.

Infraestructura: son aquellos elementos, ya sean públicos o privados, necesarios para el desarrollo de la actividad turística, que permiten, entre otros, el acceso al núcleo turístico, la señalización de elementos turísticos, la presentación de servicios de sanidad, la posibilidad de comunicarse en el núcleo, la realización de un espectáculo, etc. (Olmos Juárez & García Cebrián, 2011) p 215

Mercado: es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gastarlo. (Suser Valdéz & Pedroza Escandón, 2004) p 67

Producto Turístico: Según Cabarcos Novás (2006) es el conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas. Tiene una serie de características tales como: intangibilidad, caducidad, agregabilidad, heterogeneidad, subjetividad, individualidad, simultaneidad de producción y consumo y estacionalidad. P 36.

Servicio: de acuerdo con Franco López, (2004) es un bien intangible, que se proporciona para satisfacer determinada necesidad del cliente. P 60

Visitante: aquella persona que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar visitado (González Molina, 2016) p51.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación utilizó un enfoque mixto porque los procesos de recolección, clasificación y validación de datos provienen de la realidad del lugar de investigación y se basó en los diferentes tipos de investigación como la bibliográfica, de campo, analítica entre otros.

Para Hernández, Fernández, & Pilar, (2010) Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables. El procedimiento consiste en medir un grupo de personas u objetos una o generalmente más variables y proporcionar su descripción. Son, por lo tanto, estudios puramente descriptivos que cuando establecen una hipótesis estas son descriptivas. Es por esto que el presente trabajo utilizó un diseño de investigación transeccional descriptivo de una variable puesto que se estableció una muestra de la población del lugar de estudio para medir las variables como preferencias sobre lugares de diversión nocturna, presupuestos entre otras. Obteniendo su respectivo análisis y descripción.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Según Tamayo y Tamayo (2004) en su libro Proceso de Investigación Científica, la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la

composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”. Es decir se realizó este tipo de investigación para la obtención de información real del sector y de la población y poder conocer el nivel de aceptación de los turistas sobre El Barrio Las Peñas y sus lugares de diversión nocturna.

Investigación de campo

Para la investigación de campo se realizó una observación detallada para identificar la problemática existente que tiene el lugar de estudio.

Investigación documental - Bibliográfica

Se utilizó esta investigación por medio de la cual se obtuvo información de bibliotecas, de libros sobre tema relacionados a la investigación como: definiciones de oferta y demanda, definiciones de bar, entre otras.

3.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Métodos teóricos

El presente trabajo de investigación utilizó dos métodos tales como:

Analítico Sintético: mediante este método se analizó los resultados obtenidos de las herramientas de investigación, aplicadas a una muestra específica y así mediante la síntesis de ese análisis proponer un criterio propio acerca de dichos resultados.

Inductivo Deductivo: el método inductivo deductivo va de un hecho general hacia uno en particular y regresa de uno particular hacia

uno general, es decir que en esta investigación se utilizó este método porque se partió desde las generalidades de los bares y estableciendo la correcta relación de todos sus aspectos para determinar las características que llevó la propuesta del presente proyecto.

3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se realizó la investigación mediante tres técnicas de recolección de datos que son:

Observación Directa

Esta técnica se la utilizó para determinar la problemática existente en el lugar de estudio, por medio de una ficha de observación donde se detalla las características del lugar, comportamientos e intereses de la población, es decir la situación real del lugar.

Encuesta

Mediante esta técnica se recolectaron datos sobre la investigación, utilizando un cuestionario de preguntas cerradas de opción múltiple preestablecidas acerca del Barrio Las Peñas, el nivel de visitas, además de temas sobre los lugares de diversión nocturna incluyendo los de Las Peñas para su posterior análisis. Cabe recalcar que este cuestionario fue dirigido a una muestra específica de la población total del lugar de investigación.

Entrevista

La entrevista por ser una técnica de investigación un tanto más formal se utilizó preguntas abiertas estructuradas de manera que el entrevistado tenga libre opción de respuesta. La entrevista llevo temas como el turismo en la ciudad de Guayaquil, Las Peñas como atractivo turístico, bares temáticos ventajas y desventajas, fue realizada a las personas con conocimiento del tema de investigación como personas que

integran el departamento de turismo del municipio de Guayaquil, dueños de bares entre otras.

3.5 INSTRUMENTOS DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información se utilizaron los siguientes instrumentos:

Cuestionario: Al momento de realizar el cuestionario de la encuesta, se utilizó preguntas cerradas de acuerdo a la información que se solicita conocer sobre el tema de investigación y para saber qué opinión nos daban las diferentes personas se implementó el escalamiento tipo Likert.

- Visitas al Barrio Las Peñas
- Las peñas y sus visitas como atractivo
- Servicios que ofrecen los bares de las Peñas
- Calificación de los bares de Las Peñas
- Infraestructura de los bares
- Frecuencia de visitas a los lugares de diversión nocturna
- Consideraciones antes de acudir a un bar
- Bebidas de preferencia
- Presupuesto a gastar en un bar
- Con cuantas personas se asiste a lugares de diversión nocturna
- Preferencias entre lugares de diversión
- Aceptación de nueva propuesta

Ficha de observación

En este instrumento se detalló el siguiente contenido:

- Comportamiento de las personas
- Intereses de la población
- Infraestructura del lugar

- Servicios que ofrecen
- Problemática existente, entre otras cosas.

Guía de entrevista

Las entrevistas por otra parte se realizaron con preguntas abiertas para obtener información relevante de la investigación detallada de la siguiente manera:

- Turismo en la ciudad de Guayaquil
- Demanda turística en la actualidad en Guayaquil
- Opinión sobre los lugares de establecimiento de diversión nocturna
- El Barrio Las Peñas constituido como atractivo turístico
- Empresas de alimentos y bebidas
- Ventajas y desventajas de implementar un bar temático
- Opinión sobre la propuesta de diseñar un bar temático

3.6 SOFTWARE QUE SE UTILIZÓ

Durante el desarrollo del presente proyecto se lo realizó mediante los programas de Microsoft Word donde se redactó todo el contenido del proyecto, además de éste también se utilizó Microsoft Excel para el análisis de las encuestas (gráficos y tablas).

3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Población. Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación López, (2004).

La ciudad de Guayaquil se divide en 22 parroquias (urbanas y rurales) entre las que destaca la parroquia Pedro Carbo donde se encuentran importantes atractivos como el Malecón Simón Bolívar, El Barrio Las Peñas, entre otros. Esta parroquia cuenta con 4035 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC 2010) quienes son gente trabajadora, cálida, colaboradora y que junto a los atractivos que aquí se encuentran hacen de esta parte de Guayaquil un lugar turístico el cual recibe al menos 2700 visitantes semanalmente y mucho más en días festivos y fechas conmemorativas de la ciudad.

Muestra

Muestra. Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros. La muestra es una parte representativa de la población. López, (2004).

La muestra obtenida y con la cual se trabajó es de tipo probabilístico debido a que se hizo una selección aleatoria entre todos los visitantes porque todos tienen las mismas posibilidades de ser elegidos. Según un conteo personalizado que se realizó en los bares del Barrio Las Peñas dando como resultado que cuenta con 30 establecimientos que funcionan como bares recibiendo un estimado de 2700 visitantes semanales y más en feriados según algunos de los dueños y administradores siendo este nuestro universo finito.

Fórmula finita

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

Datos necesarios

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

P: posibilidad de que ocurra un evento, $p=50$

Q: posibilidad de que no ocurra un evento, $q=50$

E: margen de error, se considera el 5%, $e=5$

Z: nivel de confianza, se considera el 95%, $z=1.96$

Por lo tanto tenemos:

$$n: \frac{(1.96)^2 \times (50)(50) \times 2700}{(5)^2 \times (2700 - 1) + (1.96)^2 \times (50)(50)}$$

$$n= \frac{3.8416 \times 2500 \times 2700}{25(2699) + 3.8416 \times 2500}$$

$$n= 336$$

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para el presente trabajo de investigación se utilizaron las técnicas de investigación encuesta, entrevista y observación para la recolección de datos.

Para el análisis de la situación actual del lugar de estudio se utilizó una ficha de observación.

Para la encuesta el grupo de personas que intervinieron fueron en un 77% del sexo masculino y un 23 % del sexo femenino estimado entre las edades de 18 a 40 años.

El respectivo análisis de los resultados de las encuestas y entrevistas se lo realizó mediante gráficos y tablas presentados a continuación.

4.1 ANÁLISIS DEL REGISTRO DE OBSERVACIÓN

Durante la realización de la técnica de observación en el Barrio Las Peñas se pudo evidenciar las condiciones reales con las que cuenta este lugar y son las siguientes:

4.1.1 infraestructura

El Barrio Las Peñas cuenta con una infraestructura óptima, debido que hace algunos años pasó por una regeneración urbana hecha por el Municipio de la ciudad de Guayaquil, no obstante aún se encuentran ciertos inmuebles en remodelación, además por su ubicación en el cerro santa Ana existen escalinatas que recorren a lo largo de todo el cerro por donde se encuentran todos los bares y restaurantes.

Cuenta con una sola calle que es la Numa Pompilio Llona propia del Barrio, cabe recalcar que la vía de acceso que conduce hasta el Barrio es la avenida Malecón Simón Bolívar siendo ésta la única, ya que el Barrio Las Peñas queda al final del Malecón.

La metrovía es uno de los medios de transporte utilizados por los visitantes y lugareños para llegar al Barrio Las Peñas.

Otro de los medios que se utiliza, son los taxis que lo transportan desde cualquier parte de la ciudad de Guayaquil o simplemente Realizar una caminata a lo largo de todo el malecón y culminando en El Barrio Las Peñas, es otra de las formas como se puede llegar.

4.1.2 Comunidad receptora

Si bien es cierto la ciudad de Guayaquil cuenta con 2'350.915 Habitantes según el INEC 2010 esta parte de la ciudad que constituye a la parroquia Pedro Carbo tiene 4035 habitantes quienes se dedican unos al negocio de los bares y restauración mientras que otros tienen sus pequeños negocios como tiendas de abarrotes, tienda de artesanías,

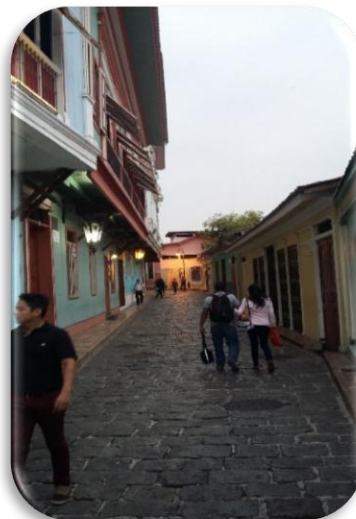
entre otras. Es decir es una comunidad dispuesta en su totalidad a recibir a los turistas nacionales y extranjeros.

4.1.3 Atractivos

Con los datos recabados mediante los instrumentos de investigación utilizados se encontró que El Barrio Las Peñas cuenta con varios atractivos como:

Calle Numa Pompilio Llona

La primera calle de la ciudad de Guayaquil de nombre Numa Pompilio Llona, característica por conservar aun sus piedras de antaño, además ubicadas al pie de la ría Guayas están las viviendas coloniales que tienen 400 años aproximadamente, Conservándose aún en su estado original. Debido a esto y por la Importancia histórica fue declarado patrimonio cultural del Ecuador en el año de 1892.



Fuente: elaboración propia

Ilustración 6 Calle Numa Pompilio Llona

Fortín de La Planchada

La planchada es otro de los atractivos con los que cuenta El Barrio Las Peñas, donde se puede evidenciar los cañones que fueron utilizados por los guayaquileños para las guerras que libraban ante los piratas de aquel tiempo.



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 7 Fortín de la Planchada

El Faro



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 8 El Faro

Subiendo las escalinatas hasta el final del cerro se encuentra el faro, construido en el año 2002 aproximadamente de donde se tiene una vista majestuosa de la ciudad tanto hacia el norte como hacia el sur.

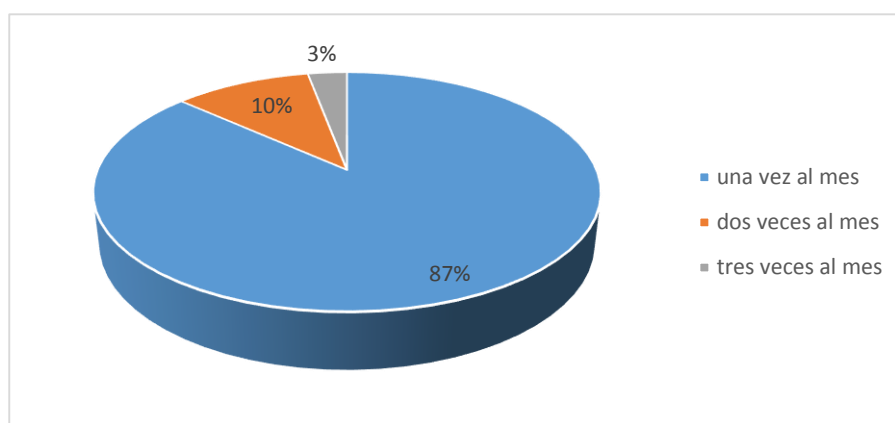
4.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Pregunta #1: Cada que tiempo visitan El Barrio Las Peñas

Tabla 3 - visitas al Barrio las peñas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
una vez al mes	291	86,61
dos veces al mes	35	10,42
tres veces al mes	10	2,98
Total	336	100,00

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 1 visitas al Barrio Las Peñas

Análisis

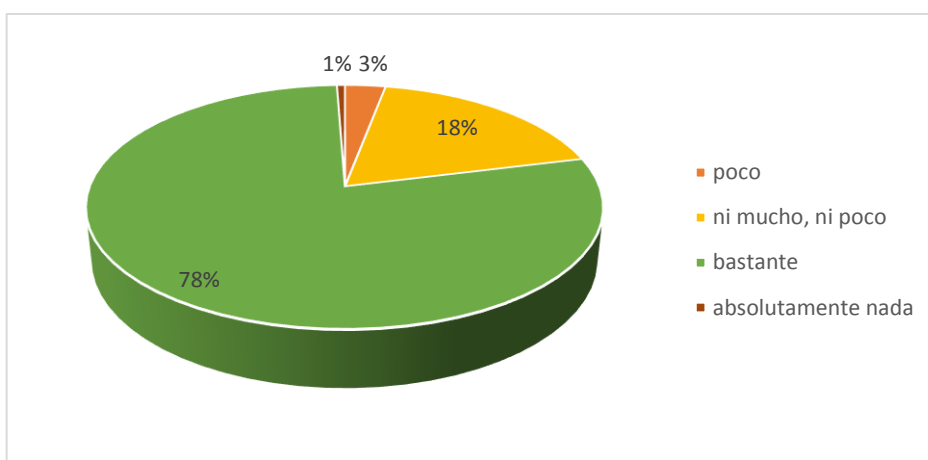
Los resultados de esta pregunta muestran que las personas en un 87% al menos una vez al mes visitan el Barrio Las Peñas ya sea por conocer, por subir hasta la cima del cerro o por los lugares de entretenimiento que ahí se encuentran. Mientras que el 10% y 3% lo hacen dos y tres veces por diversión y ejercicio.

Pregunta #2: El Barrio Las Peñas es un atractivo turístico visitado

Tabla 4 Nivel de consideración del Barrio Las Peñas como atractivo

Descripción	frecuencia	Porcentaje
poco	10	2,98
ni mucho, ni poco	61	18,15
bastante	263	78,27
absolutamente nada	2	0,60
total	336	100,00

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 2 Nivel de consideración del Barrio Las Peñas como atractivo

Análisis

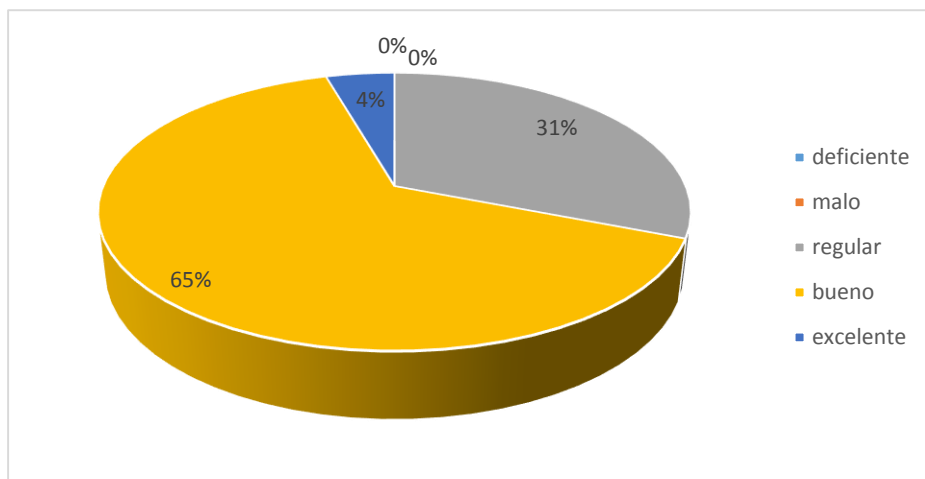
Una vez realizadas las encuestas para saber si el Barrio Las Peñas es un atractivo visitado dando como resultado que el 78% de los encuestados consideran que bastante, debido a las múltiples atracciones y la historia que este encierra.

Pregunta # 3: Como es el servicio que ofrecen los establecimientos de entretenimiento del Barrio Las Peñas

Tabla 5 Calidad de servicio que ofrecen en los bares de Las Peñas

Descripción	frecuencia	Porcentaje
deficiente	0	0
malo	0	0
regular	104	30,95
bueno	217	64,58
excelente	15	4,46
total	336	100

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 3 Calidad de servicio que ofrecen en los bares de las Peñas

Análisis

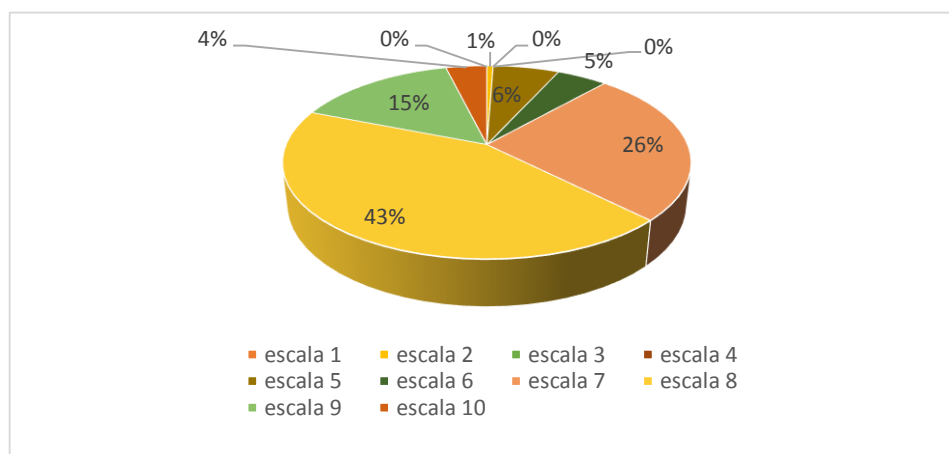
En base a las experiencias de las personas encuestadas y los resultados obtenidos muestran que el servicio que ofrecen los bares del Barrio Las Peñas es bueno en un 65% y un 4% excelente, gracias al personal capacitado que trabaja ahí y sólo un 31% considera regular porque no llenan sus expectativas y puede ser una variable para tomar en cuenta en la investigación.

Pregunta # 4: Clasificación de los bares de Las Peñas en una escala del 1 al 10

Tabla 6 Calificación de los bares de Las Peñas

Descripción	frecuencia	Porcentaje
escala 1	0	0
escala 2	2	0,60
escala 3	0	0
escala 4	0	0
escala 5	21	6,25
escala 6	16	4,76
escala 7	87	25,89
escala 8	146	43,45
escala 9	51	15,18
escala 10	13	3,87
total	336	100,00

Fuente: encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 4 Calificación de los bares de las peñas

Análisis

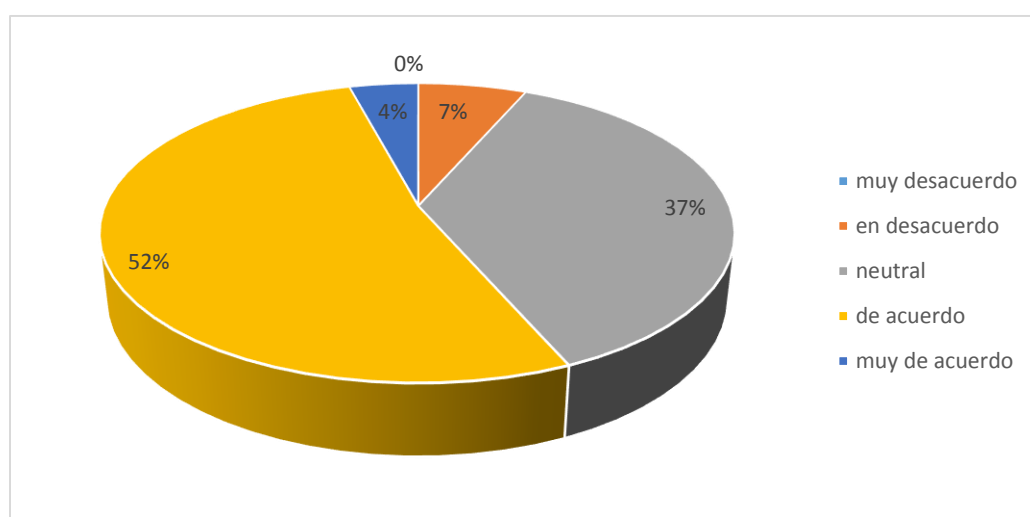
Al establecer una escala del 1 al 10 donde 1 es pésimo y 10 excelente para determinar que piensan las personas dio como resultado que el 43%, 26% y 15% consideran que los bares tienen buena aceptación por la buena música y ambiente que tienen combinado con un buen servicio, dejando el 6%, 5% y 1% de encuestados que piensan que están en escala de regular por motivo de la seguridad y los precios.

Pregunta # 5: La infraestructura con que cuentan los bares en El Barrio Las Peñas es óptima

Tabla 7 Infraestructura Óptima de los Bares Las Peñas

Descripción	frecuencia	Porcentaje
muy desacuerdo	0	0
en desacuerdo	22	6,55
neutral	124	36,90
de acuerdo	176	52,38
muy de acuerdo	14	4,17
total	336	100,00

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 5 Infraestructura Óptima de los bares Las Peñas

Análisis

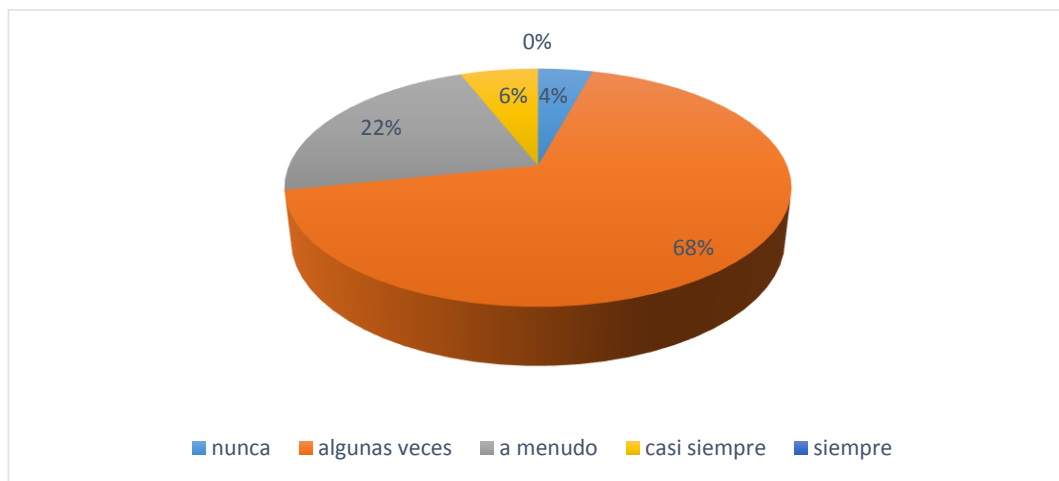
Los resultados determinaron que las personas en un 52% y 4% están de acuerdo y muy de acuerdo en que los bares tienen una buena infraestructura para brindar el servicio porque muchos de ellos tienen son espaciosos y ayudan al confort de las personas. Mientras que el 4% y 7% opinan lo contrario.

Pregunta # 6: Frecuencia de visita a los establecimientos de diversión nocturna

Tabla 8 Visita a los lugares de diversión nocturna

Descripción	frecuencia	porcentaje
nunca	14	4,17
algunas veces	227	67,56
a menudo	75	22,32
casi siempre	20	5,95
siempre	0	0,00
total	336	100,00

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: Elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 6 visita a lugares de diversión nocturna

Análisis

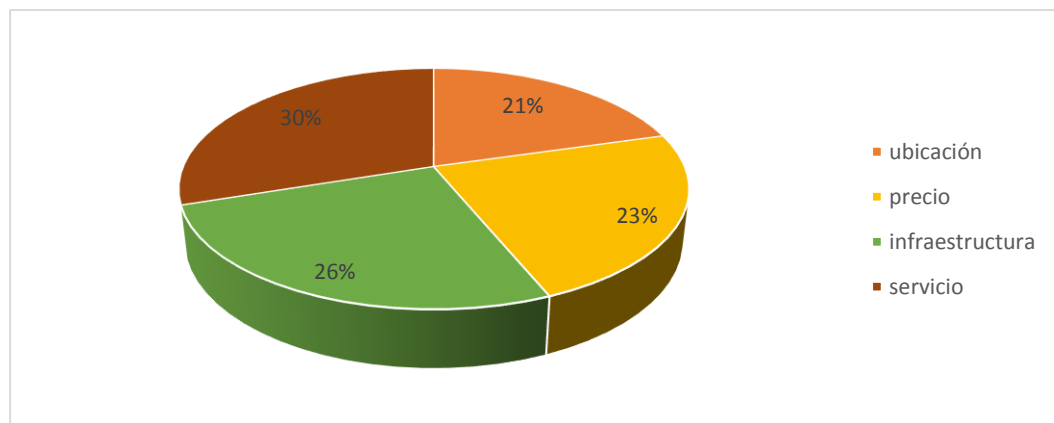
De las personas encuestadas un 68% visitan algunas veces los lugares de entretenimiento nocturnos para divertirse y pasar un momento agradable, el 22% que lo hace a menudo es debido al estrés y el 6% y 4% que salen más seguido es por motivo romper la rutina de la semana.

Pregunta # 7: Lo primero que Ud. consideraría antes de acudir a un establecimiento de diversión nocturna

Tabla 9 Preferencias antes de ir a un establecimiento de diversión nocturna

Descripción	frecuencia	Porcentaje
ubicación	69	20,54
precio	78	23,21
infraestructura	88	26,19
servicio	101	30,06
total	336	100,00

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 7 preferencias antes de ir a un establecimiento de diversión nocturna

Análisis

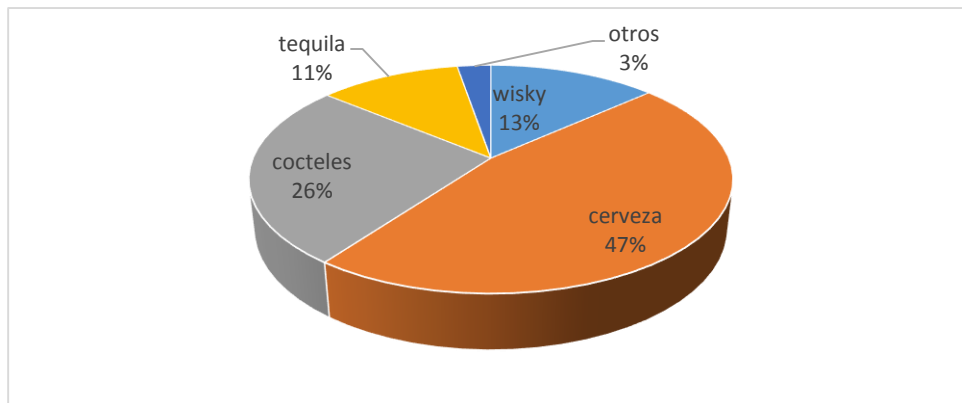
Según los resultados de esta pregunta en un 30% de los encuestados consideran antes ir un establecimiento el servicio porque es lo que marca la diferencia en estos lugares, el 26% cree que es la infraestructura debido a que forma parte de la seguridad para ir a estos lugares, el 23% dijeron tomar en cuenta el precio por sus diferentes situaciones económicas, 21% lo hace por la ubicación.

Pregunta # 8: Tipos de bebidas que le gusta consumir cuando asiste a un sitio de diversión nocturna

Tabla 10 bebidas preferenciales de consumo

Descripción	frecuencia	Porcentaje
wisky	45	13,39
cerveza	157	46,73
cocteles	87	25,89
tequila	38	11,31
otros	9	2,68
total	336	100,00

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 8 bebidas preferenciales de consumo

Análisis

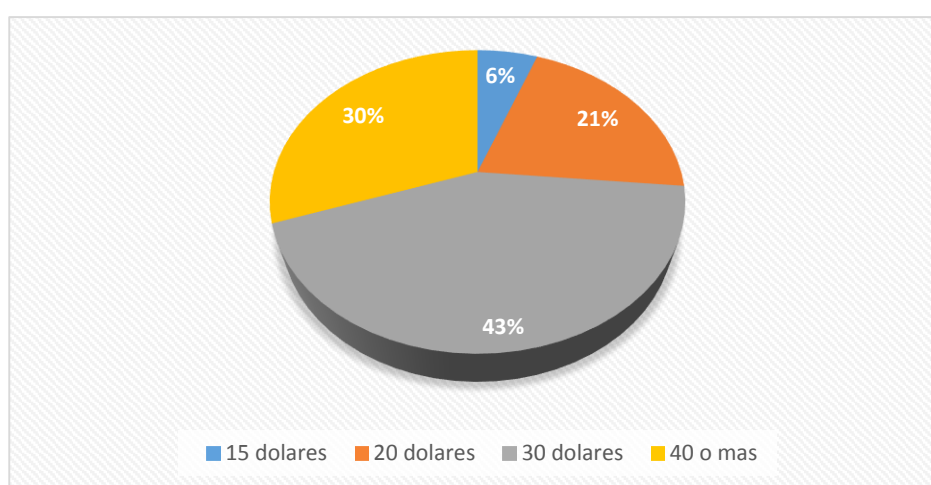
Las personas encuestadas dijeron que prefieren en cuanto a bebidas consumir la cerveza en un 47% ya que su costo no es tan elevado y un 26% se inclinó por los cocteles simplemente por beber algo diferente y para un 13% y 11% prefieren los tragos fuertes y sólo un 3% prefieren las bebidas no alcohólicas por estar conduciendo o porque no beben alcohol.

Pregunta # 9: Generalmente cuál es su presupuesto al ir a un bar

Tabla 11 presupuesto para asistir a un bar

Descripción	frecuencia	Porcentaje
15 dólares	19	5,65
20 dólares	70	20,83
30 dólares	145	43,15
40 o mas	102	30,36
total	336	100

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 9 presupuesto para asistir a un bar

Análisis

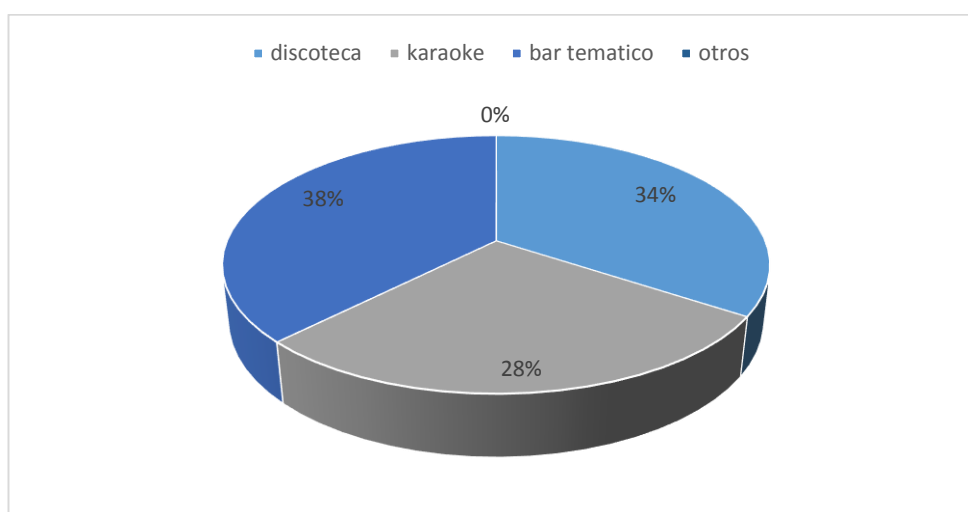
Al momento de consultar la parte económica se miden todas las variables desde a donde se va hasta como retornar y los encuestados en un 43% y 30% cuentan con un presupuesto de \$30 en adelante mientras que el 21% y 6% lo hacen en menos cantidad.

Pregunta # 10: Al momento de acudir a un lugar de entretenimiento nocturno cual preferiría

Tabla 12 preferencias sobre lugares de entretenimiento nocturno

Descripción	frecuencia	Porcentaje
discoteca	115	34,23
karaoke	95	28,27
bar temático	126	37,50
otros	0	0
total	336	100

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 10 preferencias sobre lugares de entretenimiento nocturno

Análisis

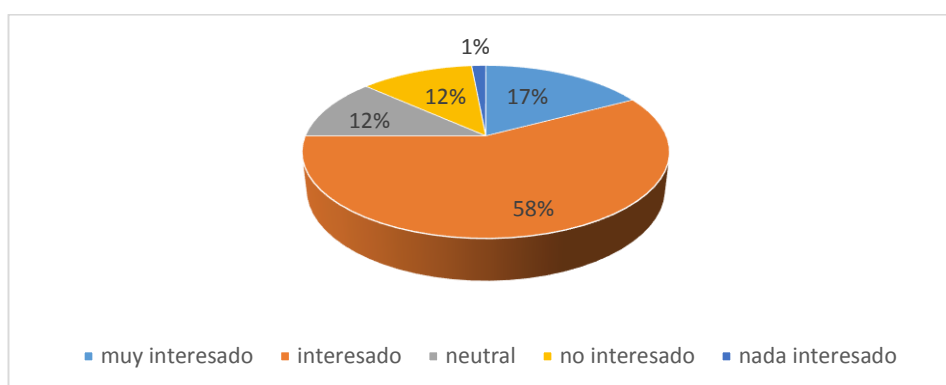
En un 38% y 34% de los encuestados prefieren un bar temático y las discotecas ya que son de más entretenimiento, no obstante los gustos varían dependiendo de cada persona, por esto el 28% optaron por asistir a un karaoke debido al gusto por cantar y beber.

Pregunta # 11: Está interesado en que se propongan nuevas ideas para lugares de diversión nocturna en El Barrio Las Peñas

Tabla 13 interés sobre nuevo lugares de diversión nocturna en Las Peñas

Descripción	frecuencia	porcentaje
muy interesado	58	17,26
interesado	194	57,74
neutral	39	11,61
no interesado	40	11,90
nada interesado	5	1,49
total	336	100,00

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 11 interés sobre nuevo lugares de diversión nocturna en Las Peñas

Análisis

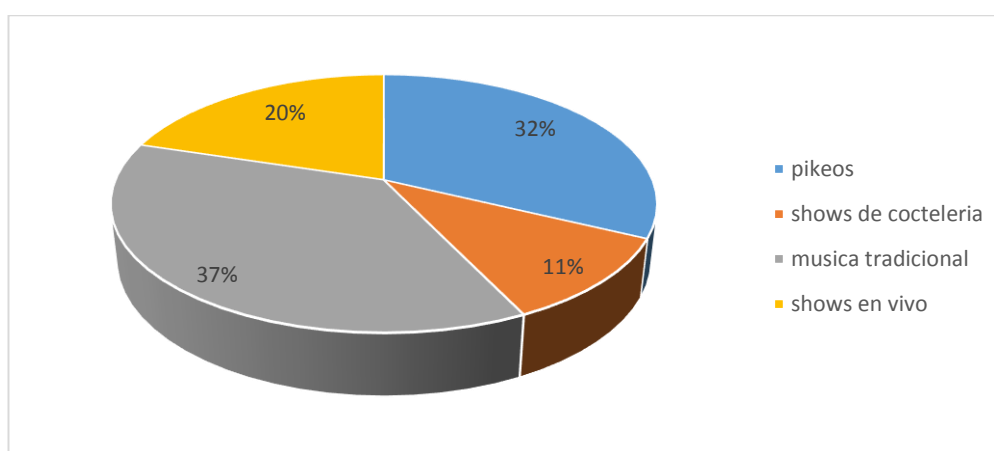
Según los resultados de esta pregunta las personas se muestran interesadas en un 58% en una nueva propuesta de lugares de diversión porque podría ser una opción diferente para visitar, el 17% se mostraron muy interesados por curiosidad de saber cómo podría ser este lugar. Finalmente el 12% estuvieron indecisos y un 12% no tuvieron interés.

Pregunta # 12: Servicios que preferirían se ofrezcan en un nuevo bar en El Barrio Las Peñas

Tabla 14 preferencias sobre un nuevo servicio a ofrecer en un bar

Descripción	frecuencia	porcentaje
piqueos	108	32,14
shows de coctelería	36	10,71
música tradicional	124	36,90
shows en vivo	68	20,24
total	336	100

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 12 preferencias sobre un nuevo servicio a ofrecer en un bar

Análisis

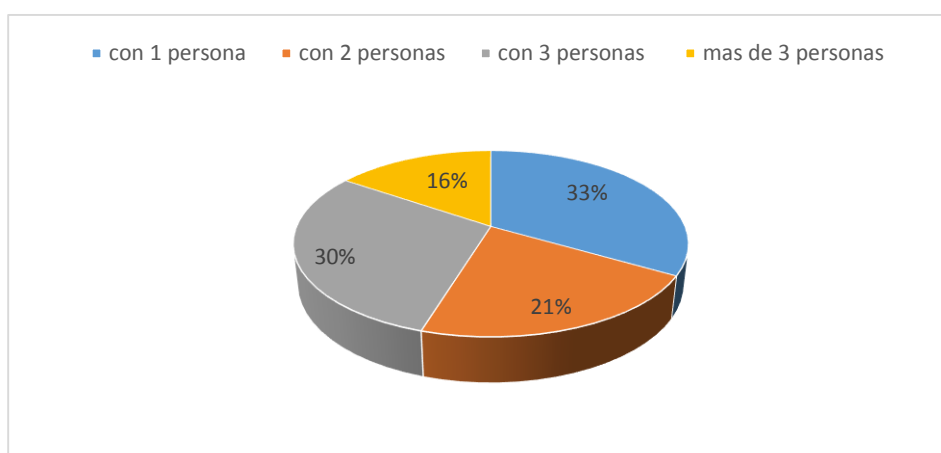
Los encuestados en un 37% decidieron la música tradicional es algo que no debe faltar en un bar por la costumbre de escucharla, los piqueos fueron considerados en un 32% ya que las personas gusta de acompañar con ellos las bebidas puede combinar todos los servicios, también las personas lo tradicional debido a la costumbre. Para los shows las personas piensan 20% y 11% que debe haber porque siempre es bueno tener algo diferente que ver.

Pregunta # 13: Con cuantas personas suele ir a visitar un centro de diversión o bar

Tabla 15 con cuantas personas suelen asistir a un bar

Descripción	frecuencia	porcentaje
con 1 persona	112	33,33
con 2 personas	72	21,43
con 3 personas	100	29,76
más de 3 personas	52	15,48
total	336	100

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 13 con cuantas personas suelen asistir a un bar

Análisis

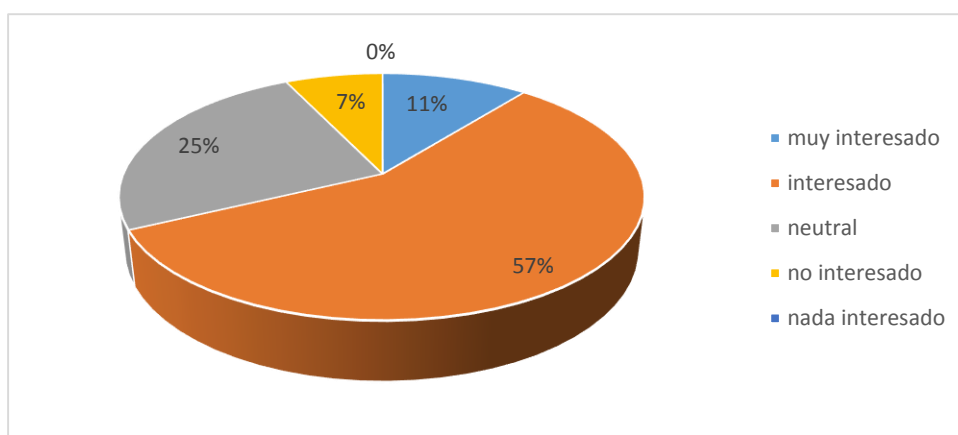
De las personas encuestadas suelen asistir acompañadas de una persona en un 33% porque puede ser una manera de empezar una relación ya sea de amistad o algo más, en un 30% lo hace de dos personas ya que se dividen los gastos y resulta más económico, el 21% y 16% asisten con tres o más personas por motivo de celebrar una fecha especial.

Pregunta # 14: Estaría interesado en visitar un bar que tenga como temática atractivos turísticos.

Tabla 16 nivel de interés en visitar nuevo bar con temática de atractivos turísticos

Descripción	frecuencia	porcentaje
muy interesado	36	10,71
interesado	192	57,14
neutral	84	25
no interesado	24	7,14
nada interesado	0	0
total	336	100

Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas



Fuente: elaboración propia encuesta realizada a los visitantes del Barrio Las Peñas

Gráfico 14 nivel de interés en visitar nuevo bar con temática de atractivos turísticos

Análisis

Frente a la propuesta de un bar que combine lo tradicional con los atractivos turísticos, las personas se mostraron interesadas en un 57% porque es una manera diferente de disfrutar de una bebida y conocer. Un 11% dijeron estar muy interesados ya que es bueno siempre contar con un lugar diferente, el 25% se mostró neutral por ser una nueva propuesta, y el 7% dijeron no estar interesados.

4.3 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Tabla 17 Nombre de los Entrevistados

NOMBRE	OCUPACIÓN
Entrevista #1: Ing. Alexis Escobar	coordinadora de turismo de la prefectura del guayas
Entrevista #2: Lcda. María José Serrano Vargas	Jefe de Proyectos Turísticos y Calidad del municipio de Guayaquil
Entrevista #3: Sr. Dimitri Valverde	Administrador de Bar Bucanero

Fuente: elaboración propia

Tabla 18 Análisis de Entrevistas

DESCRIPCIÓN	RESULTADOS
Según su criterio que opina sobre el turismo en la ciudad de Guayaquil	Entrevista 1 En la actualidad la ciudad de Guayaquil recibe muchos visitantes tanto del extranjero como de otras partes del país teniendo un crecimiento entre un 30 a 40% en comparación con años anteriores y en esto ha ayudado mucho la difusión turística hecha por la prefectura. Entrevista 2 Es una actividad en desarrollo, es la industria sin chimeneas más importante del país y la ciudad, tiene un enorme potencial si se lo maneja de forma integral con todo el sector Entrevista 3

Cómo califica Ud. a la demanda turística en la ciudad de Guayaquil en los últimos años

El turismo va creciendo día a día debido al desarrollo de proyectos turísticos y a la campaña publicitaria a la cual está sujeta la ciudad gracias al municipio en conjunto con el ministerio de turismo.

Entrevista 1

La demanda turística que llega a la ciudad de Guayaquil proveniente de países europeos y de América resultan personas exigentes en cuanto a servicio se refiere debido a que la cultura en estos países es diferente a la de Ecuador y es por esto que el turismo en la ciudad y el país deben mejorar en el servicio.

Entrevista 2

Ha mejorado considerablemente, de hecho las estadísticas presentadas por el Observatorio Turístico demuestran que la ciudad es la más visitada, si sumas turistas nacionales y extranjeros.

Entrevista 3

La demanda es buena gracias a la activación de varios atractivos turísticos de la ciudad por parte de la alcaldía y esto ayuda a llamar la atención de los turistas.

Que opina Ud. sobre los establecimientos de diversión nocturna y los servicios que ofrecen en la ciudad de Guayaquil

Entrevista 1

En cuanto a los establecimientos de

diversión nocturna los mejores son los de la puntilla considerados AAA, porque los ubicados en la parte céntrica de la ciudad como zona rosa tienen una seguridad deficiente por lo que no recomendaría visitarlos, mientras que Las Peñas por otra parte tiene seguridad pero no la suficiente y si recomendaría siempre y cuando incluya seguridad en el grupo.

Entrevista 2

Guayaquil necesita entretenimiento, pero entretenimiento competitivo organizado y seguro, poco a poco la oferta aumenta, hay mayor oferta de establecimientos de comidas y bebidas y bares temáticos, veo un panorama positivo pero cauto.

Entrevista 3

Son buenos lugares y si hablamos de Las Peñas se puede decir que en los últimos años la seguridad ha mejorado y los servicios que ofrecen los establecimientos son muy buenos

En la actualidad el Barrio Las Peñas se ha constituido como un atractivo turístico de gran interés ¿cuál es su perspectiva respecto a esto?

Entrevista 1

Bueno si porque Quien llega a la ciudad de Guayaquil y no visita el Barrio Las Peñas no ha hecho turismo debido a que en él existe la historia de la ciudad y para una persona que visita un lugar se interesa por su historia y el mejor lugar en Guayaquil

**Que opina Ud. sobre las
empresas de alimentos y
bebidas en la actualidad**

más que nada es el Barrio Las Peñas.

Entrevista 2

Es uno de los mayores atractivos de la ciudad y como tal debe ser cuidado, el mantenimiento de esta área es vital para su desarrollo y mejora continua.

Entrevista 3

El Barrio Las Peñas siempre será un gran atractivo por su cultura, tradición y lo que este encierra y eso hace que sea como la identidad de la ciudad.

Entrevista 1

Aquí en Guayaquil la mejor atención se la encuentra en los hoteles porque en los demás establecimientos su atención no es óptima debido a que las personas que ahí atienden han perdido la humildad que se requiere para brindar un servicio.

Entrevista 2

Guayaquil tiene una excelente oferta gastronómica desde las huecas a sitio gourmet, hay para todos.

Entrevista 3

En la actualidad las empresas de alimentos y bebidas deben ser más tradicionales y enfocarse en los platos típicos ya que esto nos identifica como ciudad y además deben destacar en el servicio, la higiene,

Qué ventajas y desventajas habrían en la implementación de un bar temático en el Barrio Las Peñas

Considera Ud. Que el municipio o la prefectura han fomentado el desarrollo de microempresas turísticas. ¿Por qué? Pregunta de entrevista 3

Cuál es su punto de vista referente a la propuesta de diseñar un bar que tenga como temática atractivos turísticos

presencia que es lo más importante en un establecimiento.

Entrevista 1

Dependiendo de la temática porque en Las Peñas lo que más encuentras es gente cantando, cuadros de lo antiguo y si la temática sería de atractivos turísticos sería bueno un bar y utilizar a las rutas turísticas del guayas como temática y así activar un operador que se enganche al bar sería bueno porque si uno va a un lugar y ve algo que le interesa busca más información.

Entrevista 2

Al ser un barrio patrimonial, deben respetarse las ordenanzas sobre patrimonio y ordenamiento urbano, además de las respectivas reglas sobre uso de suelo.

Entrevista 3

La principal entidad en dar a conocer la ciudad turísticamente es el municipio y esto ayuda al incremento de turista por lo que los inversionistas siguen apostando por las microempresas turísticas gracias al apoyo del municipio.

Entrevista 1

Un bar temático tiene que ver mucho

con cultura porque si ese bar será de turismo o de los atractivos turísticos del guayas de Guayaquil o del país sería atractivo porque quien no quisiera ir a un lugar donde además de tomarte un trago puedes conocer sobre la ciudad que se está visitando o de otro lugar seria exitoso.

Entrevista 2

Todo incentivo que tenga como mira el turismo sostenible es bueno, siempre considero clave la sostenibilidad y el planeamiento integral.

Entrevista 3

Interesante ya que ayudaría de alguna u otra manera a dar a conocer las bellezas con las que cuenta la ciudad y el país.

Fuente: elaboración propia

4.4 TRIANGULACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 19 Triangulación de Resultados

TRIANGULACIÓN DE RESULTADOS			
	OBSERVACIÓN	ENTREVISTA	ENCUESTA
OBJETO Oferta y Demanda Turística	En base a este instrumento de observación se pudo apreciar que el Barrio las Peñas cuenta con una demanda elevada ya sea por sus	Según los resultados de las entrevistas realizadas se pudo constatar que la ciudad tiene mucha afluencia de	Un medio importante para obtener resultados ayudó a determinar que en el barrio hay mucha oferta y

	variados atractivos o por sus lugares de diversión nocturna, además cuenta con oferta de servicios pero no en gran cantidad para cubrir dicha demanda.	turistas y crece año a año, así mismo crecen las oportunidades de ofertas de servicios en la ciudad, siempre y cuando lo hagan con un excelente servicio.	demanda turística porque es un atractivo muy importante de la ciudad siendo un lugar que no se puede dejar de visitar.
CAMPO Empresas de Alimentos y Bebidas	Las empresas de alimentos y bebidas en la ciudad son muy variadas y unas sobresalen de otras por su servicio, o infraestructura, o demás. En El Barrio de las Peñas están inmersas varias de estas empresas dispuestas a brindar un servicio a los turistas acompañados de una calidez de sus ofertantes.	Este campo es muy variado en la ciudad de Guayaquil al ser una ciudad tan grande y con muchos visitantes, estas empresas deben de mejorar el servicio que ofrecen y de esta manera tener una mejor opinión por parte de los turistas.	Se hizo un análisis en base a los resultados que dejaron las encuestas en donde dice que las empresas de A&B hay muchas en toda la ciudad y también en el barrio y que todas deben tener un buen servicio para mantenerse en buen nivel.

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Diseño de un Bar temático de atractivos turísticos en el Barrio Las Peñas

5.1 INTRODUCCIÓN

El Barrio Las Peñas ubicado en la ciudad de Guayaquil al final del Malecón Simón Bolívar en la calle Numa Pompilio Llona, es actualmente un lugar con una elevada demanda de visitantes debido a que en él existen gran variedad de atractivos los cuales despiertan gran interés en los visitantes, pero existe una poca oferta de servicios turísticos de entretenimiento.

Con la propuesta del diseño de un bar temático donde se brinde al turista un lugar cómodo y que el visitante pueda sentirse a gusto con los servicios que el bar ofrecerá desde licores hasta shows de música, cumpliendo con los estándares turísticos necesarios para lograr captar la demanda con la que cuenta el Barrio.

5.2 ALCANCE

Por medio del diseño de un bar temático se espera aportar al desarrollo socio-económico del Barrio Las Peñas, y cubrir la demanda turística con la que cuenta el sector, el diseño que se espera elaborar es de estilo rústico en base a atractivos turísticos, ya que es lo que esperan los turistas.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El diseño del bar temático en el Barrio Las Peñas es importante porque ayudará al desarrollo socio-económico del sector, debido a que generará fuentes de empleo, además será un aporte al turismo nocturno de entretenimiento mejorando la calidad del servicio que ofrecen los bares en Las Peñas y así cubrir la demanda que existe en el lugar de una mejor manera.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Diseñar un bar temático de atractivos turísticos en el Barrio Las Peñas para ayudar a cubrir la demanda turística del sector.

5.4.2 Objetivos específicos

- Planificar los diferentes departamentos del bar temático “Turistic Bar”
- Determinar el organigrama funcional de la empresa
- Calcular la cristalería y utensilios que se utilizaran en el bar.
- Definir la tematización y ambientación del bar
- Determinar la inversión inicial de la empresa

5.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.5.1 Visión

Para el año 2020 el bar temático sea reconocido en toda la ciudad de Guayaquil como el mejor en cuanto a los servicios y productos ofrecidos además de la excelencia y calidad en su infraestructura

constituyéndose como uno de los bares más visitados en El Barrio Las Peñas y la ciudad.

5.5.2 Estructura Organizacional del Bar

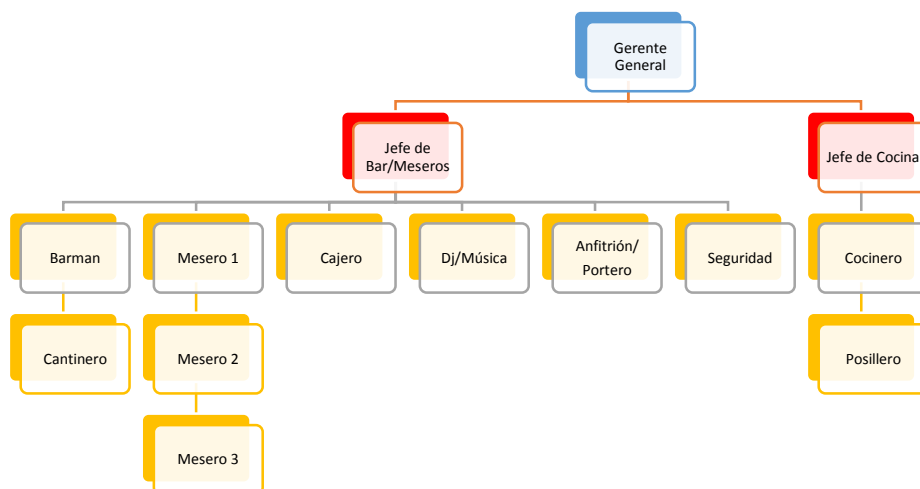
Tabla 20 personal de la empresa

CARGO	# DE PERSONAS
Gerente general	1
Jefe de bar	1
Meseros	3
Jefe de cocina	1
Cocinero	1
Cajero	1
Guardia de seguridad	1
Anfitrión	1
Barman	1
Cantinerero	1
Disjokey	1
Posillero	1
Total	14

Fuente: elaboración propia

Personal dispuesto para el bar: La totalidad del personal con la que contará el bar será de 14 personas.

5.5.2.1 Organigrama del Bar:



Fuente: elaboración propia

Ilustración 9 Organigrama

5.5.2.2 Manual de Funciones del Personal del Bar

Gerente general

Perfil:

1. Sexo (varón o mujer).
2. Mayor de 26 años.
3. Título universitario en administración de empresas, hotelería y turismo o afines.
4. Nivel de inglés alto.
5. Dispuesto a trabajar bajo presión.
6. Disponibilidad de tiempo.

Funciones:

Encargado de llevar un inventario del ingreso y salida de mercadería, supervisión de cierre de caja, realizar reuniones en forma constante con el personal del bar para capacitarlos y evaluar el desempeño de cada uno, conforme a su rol.

Jefe de Bar:

Perfil

1. Estudios en Turismo o afín
2. Sexo Masculino preferentemente
3. Edad: 25 en adelante
4. Experiencia: 1 año en puestos similares
5. Disponibilidad de horario, Don de mando, Trabajo en equipo, Trabajo bajo presión.

Función:

Su función principal es la gestión del establecimiento, relaciones públicas, supervisa el funcionamiento diario del bar, autoriza compras; en los establecimientos pequeños generalmente es el mismo propietario.

Barman:

Perfil:

1. Personales: (Presentación, Cortesía, Puntualidad, Honestidad)
2. Relaciones Humanas
3. Técnicas y Experiencia: alto conocimiento de bebidas y sus combinaciones, conocimiento del centro de trabajo e idiomas.

Funciones:

Se encarga de controlar, planificar y dirigir el servicio en la barra así como el mise en place; al finalizar el turno debe levantar la barra. Confecciona la lista de bebidas y cocteles. Elabora horarios y turnos de trabajo del personal de la barra.

Cantinero

Perfil:

1. organizar el Bar o salón de Bar.
2. Cuidar de la limpieza.
3. Preparar y servir cocteles y demás bebidas alcohólicas.
4. tener buena presencia
5. Atender a los clientes.
6. Controlar el stock de Bar y solicitar su reposición

Función:

Es la persona que apoya directamente al barman con la preparación, montaje de barra, guarniciones, y la cristalería para el servicio de las bebidas. Ayuda con el control de las bebidas que hay en la barra.

Cajero:**Perfil:**

1. Buena atención al público.
2. Buen conocimiento de preparación de informes de balances de caja.
3. Buen conocimiento de manejo de cajas registradoras.
4. Habilidad para realizar cálculos matemáticos.
5. Honestidad, puntualidad
6. Mínimo 12 meses de experiencia en labores de manejo de caja.

Función:

Su principal función es cobrar las cuentas, ya sea por medio de comandas o un sistema de punto de venta (software especializado) realizando al finalizar cada día el respectivo corte y el reporte de ventas del día. Debe evitar salir de la caja y en caso necesario dejarla encargada al jefe de Bar; es uno de los puestos de mayor responsabilidad ya que implica el manejo de efectivo.

Mesero:**Perfil**

- Sexo Indistinto
- Mayor de 18 años
- Estudios en curso o finalizados en Hotelería y Turismo
- Dinámico – Ágil
- Excelente presencia
- Inglés aplicado

Función:

Su principal función es tomar la orden de los clientes que se encuentran en el salón, debe tener control tanto de sus comandas como de surtir las mismas en tiempo y con las especificaciones de cada cliente,

debe conocer las bebidas que se ofrecen en el lugar y dar recomendaciones a los clientes.

Seguridad:

Perfil:

1. Sexo masculino.
2. Edad entre 25 - 38 años.
3. Tener un curso en seguridad.
4. Ser amable y cordial con las personas.
5. Manejar el sistema de revisión y control de las personas que ingresan.
6. Buena condición física y buena presentación

Función:

Las personas que se encuentren dentro de este departamento, deberán estar capacitados en diferentes áreas como por ejemplo en primeros auxilios, defensa personal y deben de conocer cómo reaccionar en diferentes situaciones que pudieran presentarse durante el servicio del bar. Serán personas que no consuman bebidas alcohólicas para estar en perfecto estado de sobriedad.

Jefe de cocina

Perfil

- Sexo Masculino
- Mayor a 23 años
- Estudios en Gastronomía
- Experiencia en Alimentos y Bebidas
- Trabajo bajo presión
- Disponibilidad de tiempo

Función:

Es el encargado de verificar que todas las personas que se encuentren dentro de cocina porten adecuadamente el uniforme y el gafete correspondiente.

Además se encargará de revisar que todas las órdenes solicitadas salgan en tiempo normal de su preparación y con la presentación correspondiente.

Posillero

Perfil:

1. Preferiblemente más de 6 meses de experiencia en empresas similares.
2. Actitud constante del servicio al cliente.
3. Poseer una buena capacidad de comunicación.
4. Adaptabilidad al cambio.
5. Capacidad de trabajar de forma ordenada y metódica.
6. Limpieza personal y en su entorno.
7. Disponibilidad de tiempo completo

Función:

Es quien se encarga de mantener limpios los utensilios, el menaje y vajilla de la cocina, debe estar recorriendo todas las áreas para revisar que no exista material sucio de tal manera de siempre contar con utensilios e instrumentos limpios.

Cocinero

Perfil

- Ambos sexos.
- Mayor a 25 años.
- Contar con educación de Gastronomía o cursos certificados a dichos.
- Conocer nuevas tendencias gastronómicas, manejo de equipos de cocina.
- Amabilidad, organización y respeto.

Función

El cocinero es el eje operativo de una cocina, cumple las tareas asignadas por el chef ejecutivo y rinde cuentas de su trabajo al chef de partida.

5.5.3 Equipos y Maquinarias del bar

Para la implementación del bar temático es de vital importancia contar con los utensilios necesarios para la cocción de los alimentos y la preparación de las bebidas que se ofrecerán, además de los platos y cristalería, como también contar con los mobiliarios de las distintas áreas del bar que se detallarán a continuación:

Tabla 21 cristalería del bar

CRISTALERÍA DEL BAR		
Nombre	Cantidad	Reposición
Vasos largos o Long drinks	80 unidades	80
Vasos cortos u old fashioned	80 unidades	80
Vasos Hig ball	80 unidades	80
Copas cóctel	80 unidades	80
Copas altas para batidos y coladas	80 unidades	80
Copas para brandy, cognac, balón y sniffer	80 unidades	80
Copas para champagne, cava o vinos espumosos	80 unidades	80
Copas para licores	80 unidades	80
Copa vino tinto	80 unidades	80
Copa de vino blanco	80 unidades	80
Vasitos cup	80 unidades	80
Jarras	40 unidades	40
Copa Irish coffee o refractaria	80 unidades	80

Fuente: elaboración propia

Tabla 22 utensilios para cocina

Muebles y enseres de cocina	
Cocina industrial con horno (tres quemadores)	1
Plancha industrial	1
Freidora industrial	1
Congelador Industrial	2
Refrigerador	4

Licuada	5
Campana extractora	1
Lavadero	3
Trampa de grasa	1
Perchas de almacenamiento	3
Mesas de trabajo	3
Máquina de hielo	1
Exprimidor cítricos	3
Balanza	1

Fuente: elaboración propia

Tabla 23 utensilios para el bar

Utensilios y menajes del bar y otros materiales	
Vajillas (set de 5 platos)	8
cubtería (set de 113 piezas para 11 personas)	4
jarras	40
cristalería (set de 8 piezas)	20
Vasos largos o Long drinks (set de 8 piezas)	20
Vasos cortos u old fashioned(set de 8 piezas)	20
Vasos Hig ball (set de 8 piezas)	20
Copas cóctel (set de 8 piezas)	20
Copas altas para batidos y coladas (set de 8 piezas)	20
Copas para brandy, cognac, balón y sniffer (set de 8 piezas)	20
Copas para champagne o cava (set de 8 piezas)	20
Copas para licores set de 8 piezas)	20
Copa vino tinto (set de 8 piezas)	20
Copa de vino blanco (set de 8 piezas)	20
Vasos cup (set de 8 piezas)	20
Copa Irish coffee o refractaria (set de 8 piezas)	20
Servilleteros	24
Porta sorbetes	4
Shaker o coctelera	2
Destapador de botellas	2
Sacacorchos	4
Colador de alambre (espumadera)	4
Hielera	1
Jigger	2
Pala de hielo	2
Charoles	6
Picahielo	2
Pico vertedor	24
Limpiones	24
Cuchillo	2
Tabla de picar	2

Mortero	2
otros materiales	66

Fuente: elaboración propia

Tabla 24 Muebles y Enseres del Salón

Muebles y Enseres del área del salón	
Mesas cuadradas pequeñas	8
Mesas redondas pequeñas	8
Televisor 50 pulgadas	3
Sillas	48
Taburetes para la barra	9
Parlantes	3
consola de dj	1
juego de luces completo	2

Fuente: elaboración propia

Tabla 25 Muebles y Enseres de Oficina

Muebles y enseres de Oficina	
Caja registradora	1
detector de billetes falsos	1
teléfonos	3
teléfono fax	1
Acondicionador de aire	3
Escritorios	2
Sillas ejecutivas	6
Archivadores	2
Extintor de CO2 5kg	1
Extintor de polvo 9kg	2
Extintor de polvo 25kg	1

Fuente: elaboración propia

5.5.4 Áreas del “Turistic Bar”

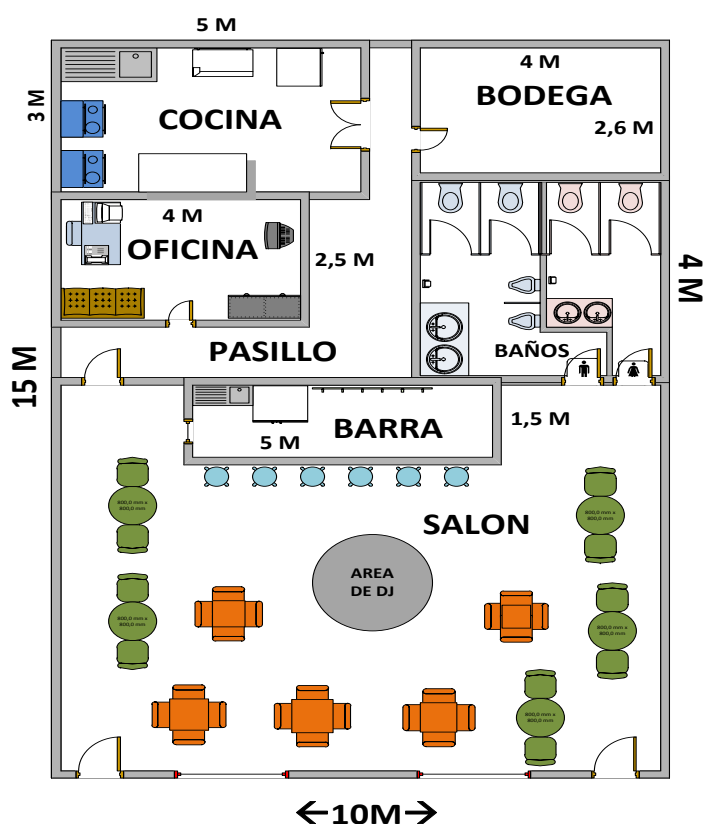
El bar posee un área extensa de 10 metros de ancho x 15 metros de largo que da a un total de 150 metros² para mayor comodidad de los empleados y comensales.

Tabla 26 áreas del bar

ÁREAS
Área de cocina
Área de almacenamiento o bodega
Área de administración u oficina
Área de salón
Área de baños

Fuente: elaboración propia

En el siguiente plano se podrá apreciar la manera en la que estarán divididas las áreas del bar:

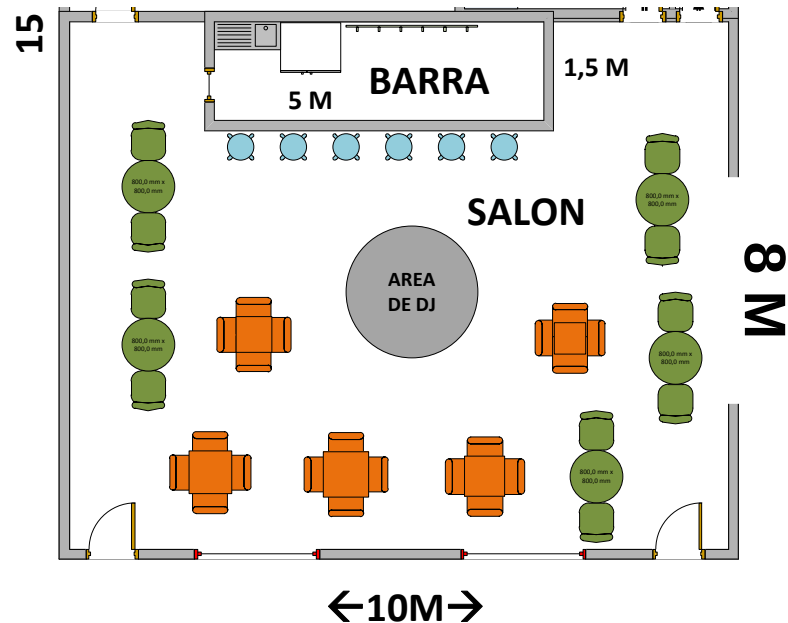


Fuente: elaboración propia

Ilustración 10 Plano del Bar

A continuación se describirá las diferentes áreas del bar y sus respectivas dimensiones.

Área del Salón



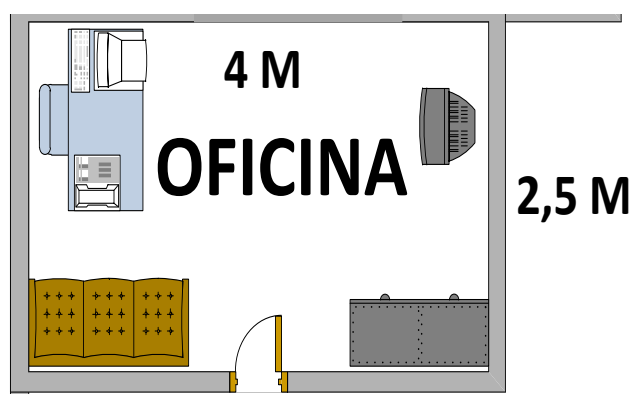
Fuente: elaboración propia

Ilustración 11 Área del Salón

El área del salón está estimada en 80 metros cuadrados en donde se encontrará una barra que tendrá 5 metros de longitud, hacia el lado derecho de la barra estarán los baños, el área de las mesas que serán mesas para cuatro personas y para dos personas y comprende la mayor parte del salón, en la parte central estará el disjockey. En la parte frontal contará con dos ventanas, una puerta de acceso y una salida de emergencia.

Área de La oficina Administrativa

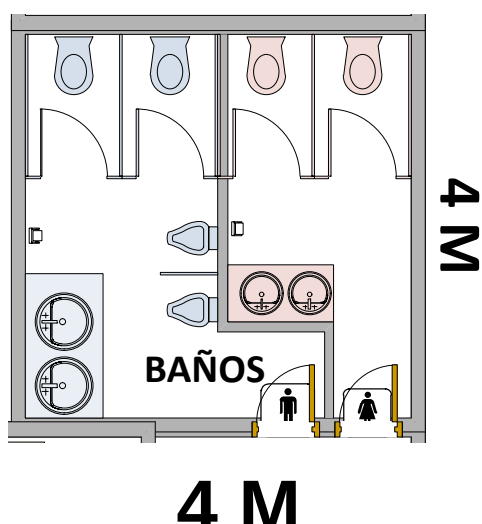
La oficina comprendida en 4 metros de ancho por 2,5 metros de largo, será el lugar donde estará el gerente y los respectivos muebles de oficina que necesitará (escritorio, computador, tv, muebles, archivadores entre otros).



Fuente: elaboración propia

Ilustración 12 Plano de la Oficina

Área de Baños



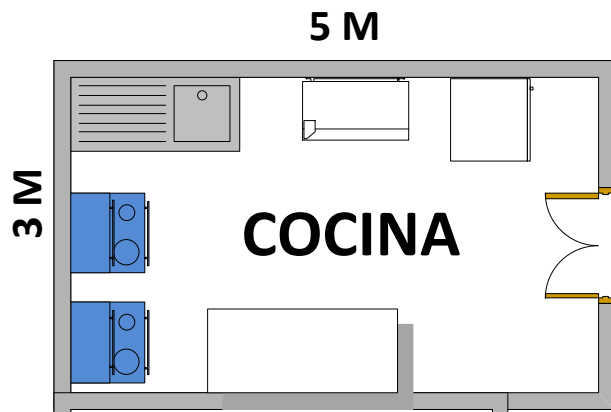
Fuente: elaboración propia

Ilustración 13 Plano de los Baños

Los baños estarán distribuidos en cuatro metros cuadrados, para el baño de mujeres se colocarán dos inodoros y dos lavamanos, mientras

que el baño de hombres tendrán dos inodoros, dos urinarios y dos lavamanos. Ambos estarán bien identificados para la fácil diferenciación de los comensales.

Área de Cocina

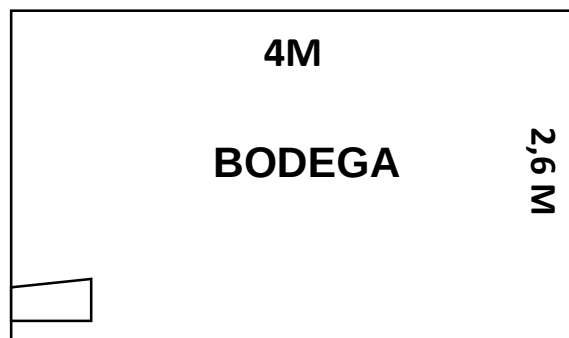


Fuente: elaboración propia

Ilustración 14 Plano de la Cocina

Es el área de producción de los alimentos que se servirán en el bar, tiene tres metros de largo y cinco de ancho, aquí se encontrarán los utensilios de cocina, los refrigeradores, mesas, lavadero, cocina entre otras cosas.

Área de Comodato o Bodega



Fuente: elaboración propia

Ilustración 15 Plano de la Bodega

El área de la bodega tendrá cuatro metros de ancho por dos metros y medio de largo, será el lugar de almacenamiento de todos los muebles, utensilios de reposición además de la mercadería que estará lista para ser utilizada, entre otras cosas.

Nota: cabe recalcar que habrá un pasillo de aproximadamente 2 metros para la movilización desde el salón hacia el área de cocina y bodega.

5.5.5 logotipo de la empresa

El logotipo está estrechamente relacionado con el significado de la empresa.



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 16 Logotipo

5.5.6 Tematización y Ambientación

Para la tematización del bar será en base a atractivos turísticos lo que significa que las personas que trabajarán en el bar llevarán su vestimenta con el nombre distintivo de la empresa con sus respectivos colores.

Por otra parte las bebidas combinadas que se ofrecerán llevarán nombres de diferentes atractivos de la ciudad y del país en general.

La infraestructura será en un ambiente rustico desde el ingreso hasta las mesas y sillas de este tipo, así mismo los baños, también se colocarán en diferentes partes del salón afiches relacionados con la temática. Se pondrán representaciones de atractivos turísticos elegidos al azar los mismos que se irán renovando continuamente. Además se presentarán proyecciones sobre varios atractivos turísticos en donde los visitantes no solo disfruten de las bebidas, los piqueos, la música tradicional, sino también puedan conocer al mismo tiempo diferentes atractivos, todo esto acompañado de un servicio excelente y de calidad harán del bar un lugar perfecto para la diversión y el entretenimiento.

5.5.7 Menú de bebidas a ofrecer en el bar

Las cervezas que se ofrecerán en el bar son las siguientes:

- Pilsener Light
- Pilsener café
- Club verde
- Budweiser
- Corona

Cocteles

Para elaborar la lista de cocteles se tomó de (Fernández García, 1994) los siguientes:

Alexander

- 1/3 de nata liquida
- 1/3 crema de cacao
- 1/3 coñac

Elaboración en coctelera

Servir en copa de coctel, Espolvorear con canela

Cuba libre

- Ron
- Cola según preferencia del cliente
- Una rodaja de limón

Elaboración directa

Servir en vaso long drink

Manhattan

- 2/3 de whisky Canadian
- 1/3 de Vermouth rojo
- Gotas de angostura
- Guinda roja

Elaboración en vaso mezclador

Servir en copa de coctel

Margarita

- 1/3 de cointreau
- 2/3 de tequila
- Jugo de medio limón

Elaboración en coctelera

Servir en copa de coctel y Bordear la copa con sal

Mojito

- 3/5 ron blanco
- 1/5 cointreau
- 1/5 de zumo de limón
- 2 cucharaditas de almíbar
- 2 chorritos de soda
- 6 hojas de menta

Elaboración directa

Servir en vaso mediano de combinado

Old Fashioned

- 1 cucharada de azúcar granulada
- 2 onzas de whisky blended
- Unas gotas de amargo de angostura
- 1 rebanada de naranja o cereza

Preparación: en vaso bajo de boca ancha agitar bien

Servir: en vaso old fashioned

Ángel Caído

- 3 onzas de ginebra
- 2 gotas de crema de menta
- 1 gota de angostura
- 1 onza de jugo de limón

Preparación:

Preparar en la coctelera. Agitar y servir en copa de coctel.

Cosmopolitan

- 1 vaso de hielo
- 2 onzas de vodka
- 1 onza de Cointreau
- 1 onza de jugo de arándanos (cranberry)
- 1 chorrito de limón

Preparación: en coctelera

Servir: en copa Martini Decore con espirales de limón.

Delicia juvenil

- 2 onzas de vodka
- 2 onzas de apricot brandy
- 1 onza de anisette

Preparación: Preparar en vaso mezclador con hielo picado y revolver. Pasar sin colar a vaso mediano. Adicionar por encima una cucharadita de crema de leche.

Blue Margarita

- 2 oz de tequila
- 1 oz de jugo de limón
- 1 oz de curazao azul
- 4 hielos

Preparación: Coloque todos los ingredientes en la licuadora y procese hasta obtener una consistencia aterciopelada. Sirva en una copa previamente escarchada con sal.

Pa' Machos

- 4 onzas de tequila
- 1 onza de jugo de limón
- Ají y sal

Preparación: Preparar en vaso mezclador con hielo. Colar en copa de coctel con borde escarchado de sal. Completar con soda. Colocar un chile (ají) pequeño dentro de la copa, para decorar.

5.5.8 Menú de alimentos a ofrecer en el bar

Brochetas de Pollo

Ingredientes

- Zucchini o zapallito italiano
- Cebollitas cóctel
- 1 pechuga de pollo cortada en trozos pequeños
- Para la salsa
 - 1 chorrito de salsa tamarindo
 - 2 cucharadas de mayonesa
 - 1 chorrito de caldo de pollo
 - Sal al gusto



Fuente: (Claudia, 2011)

Ilustración 17 brochetas de pollo

Preparación

Colocar los zucchini trozados y las cebollitas en una olla de agua hirviendo por aproximadamente 1 minuto para que tengan un tiempo de cocción previa a la fritura. Después, pinchar todos los ingredientes en el palito para la brocheta. Colocar el pollo en el medio e intercalar con las verduras. La brocheta se debe colocar en una sartén con aceite bien caliente. Tratar que la sartén sea lo suficientemente grande para que quepa la brocheta entera. Espolvorear un poco de pimienta sobre la brocheta para que le de sabor.

Otra opción es poner la brocheta en una plancha, algunas cocinas cuentan con una plancha que se coloca sobre las hornillas. Es una opción un poco más sana dado que no se usa aceite.

Para las salsa con la que se acompañará la brocheta se debe colocar la salsa tamarindo (la cantidad va a depender de cuánto se quiera hacer) en una ollita al fuego. Agrega a la olla la mayonesa, el caldo de pollo, dos cucharadas de agua y sal al gusto. Calentar por aproximadamente 1 minuto, hasta que la salsa esté homogénea.

Tequeños



Fuente: (Kate, 2010)

Ilustración 18 Tequeños

Ingredientes:

- Masa **wantán** (la venden empaquetada en los supermercados)
- Queso que se derrita.
- Jamón o salchicha.
- 1 o 2 huevos.
- Aceite.

Colocar 1 o 2 huevos en un vaso y batir con un tenedor. Luego, corta el queso en tiras al igual que el jamón. De querer hacer el relleno con salchicha, también se la corta en tiras que sean más pequeñas que el largo de la masa.

Poner la masa wantán en una tabla. Una por una, luego de haber sumergido el pincel en la mezcla de huevo, pasarlo por todo el borde de cada lámina de la masa. Esto es para que la masa selle al ser enrollada.

Después, colocar el queso con el jamón o el hot dog en el centro de la masa. Enrolla y envuelve todo. Para sellar bien, con un tenedor (con la parte que comes) aprieta cada extremo del tequeño. Para finalizar, se rellena y enrolla la cantidad necesaria. Colocar aceite a una sartén, esperar a que esté bien caliente y freír; su cocción es muy rápida. Al servir se puede acompañar con guacamole.

Patacones con queso

Ingredientes:

- Plátano de freír (de preferencia verde, el sabor será más neutro)
- Sal al gusto
- Aceite para freír
- Queso

Preparación

- Cortar los plátanos en pequeñas porciones, de 3 a 4 cm de longitud cada pedazo. Según el tamaño de los plátanos y el tamaño deseado de los patacones.
- Calentar una sartén con aceite y freír los pedazos de plátano un poco
- Sacar los trozos de plátano de la sartén
- Aplastar los plátanos calientes. Para aplastar los plátanos: pueden utilizar una tabla de cortar, encima poner el pedazo de plátano y poner un plato encima para aplastar los pedazos
- Volver a freír los pedazos aplastados por segunda vez en el aceite hasta que se doren, luego sacar y agregar sal al gusto.

Cartilla del bar

PIKEOS				CERVEZAS	
TEQUENOS	3,50			Pilsener	2,75
Jamón y queso envueltos en masa waritan				Pilsener Light	2,75
BROCHETAS DE POLLO	4,00			Club Verde	3,00
Cuadritos de pollo y vegetales				Corona	6,00
Patacones con Queso	3,50				
PAPAS CON ALITAS EN SALSA B.B.Q	6,00				
Patacones con carne	5,00				
MUCHINES DE YUCA	2,50				
Tres porciones					
					
COCTEES CON ALCOHOL					
Manhattan	6,00	Old Fashioned	5,00	Jarra de Pilsener	9,00
Whisky, Vermouth, Gotas de Angostura, Cereza		Whisky, Angostura, Robanada de Naranja, Azúcar		Jarra de Pilsener Light	9,50
Margarita	5,00	Alexander	5,00	Jarra de Club Verde	10,00
Tequila, Triple Seco, Limón		Ginebra, Crema de Cacao, Crema de Leche			
Michelada	6,00	Cosmopolitan	5,50		
Cerveza, Limón, Sal, Salsa Tabasco		Vodka, Cointreau, Jugo de Arándanos, Limón			
Ángel Caldo	5,00	Delicia Juvenil	5,00		
Ginebra, Crema de menta, Angostura, Jugo de limón		Vodka, Brandy, Anisette			
Mojito	4,50	Pa Machos	5,00		
Ron Blanco, Hierbabuena, Limón, Soda, Azúcar		Tequila, Jugo de Limón, Aji			
		Martini	4,50		
		Ginebra, Vermouth, Corteza de Limón, Aceituna			
		Cuba Libre	4,50		
		Ron Oscuro, Angostura, Limón, Cola			
COCTEES SIN ALCOHOL				BEBIDAS SIN ALCOHOL	
Banana Milshake	4,00	Banana Milshake	4,00	Botellas de Agua	1,00
Banano, Leche, Miel		Yogurt Surprise	4,00	Colas	1,50
Yogurt Surprise	4,00	Zumo de Limón, Zumo de Naranja, Leche, Yogurt Natural, miel		Jugo de Naranja	1,50
Zumo de Limón, Zumo de Naranja, Leche, Yogurt Natural, miel		Pensamientos Sobrios	4,00		
Pensamientos Sobrios	4,00	Zumo de lima, Zumo de naranja, Granadina, Tónica			
Zumo de lima, Zumo de naranja, Granadina, Tónica		Summer Cooler	4,00		
Summer Cooler	4,00	Fresas, Yogurt Natural, Leche, Miel			
Fresas, Yogurt Natural, Leche, Miel					

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 19 Cartilla del Bar

5.5.9 Estado financiero del Turistic Bar

Al realizar el estado financiero y análisis se tomó en consideración todos los aspectos que intervienen en esta área desde la inversión inicial hasta ver la rentabilidad del proyecto, detallados de la siguiente manera:

5.5.9.1 Inversión Inicial

Aquí se incluyó los materiales, equipos, maquinarias, enseres de oficina y todos los utensilios a utilizar; así mismo los gastos de constitución de la empresa, entre otros. Explicados así:

Tabla 27 Inversión Inicial del Turistic Bar

INVERSIÓN INICIAL			
Rubros	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Caja banco	1	8.517,43	8.517,43
			8.517,43
Inventario de bebidas			TOTAL
Cerveza pilsener java	10	11,50	115,00
Cerveza pilsener light java	10	11,50	115,00
Cerveza club verde java	10	13,00	130,00
Cerveza pilsener pequeña caja	2	17,50	35,00
Cerveza pilsener light pequeña caja	2	17,50	35,00
Cerveza club verde pequeña caja	2	20,00	40,00
Cerveza budweiser pequeña caja	2	18,00	36,00
Cerveza corona pequeña caja	2	40,00	80,00
Whisky paqx12	1	50,00	50,00
Vodka paqx12	1	60,00	60,00
Tequila paqx12	1	70,00	70,00
Ginebra paqx12	1	75,00	75,00
Vermouth paqx6	1	30,00	30,00
Triple seco paqx6	1	30,00	30,00
Angostura paqx6	1	35,00	35,00
Curazao paqx6	1	30,00	30,00
Brandy paqx6	1	50,00	50,00
Jugo de naranja paqx6	1	15,00	15,00
Jugo de limón paqx6	1	15,00	15,00
Crema de menta paqx6	1	18,00	18,00
Crema de leche paqx6	1	18,00	18,00
Crema de cacao paqx6	1	18,00	18,00
Cola paqx12	1	9,00	9,00
Agua paqx12	2	6,00	12,00
			1.121,00
Equipos de Computación			TOTAL
Computador	4	390,00	1.560,00
Impresora	2	160,00	320,00
			1.880,00
Muebles y enseres de Oficina			TOTAL
Caja registradora	1	149,99	149,99
detector de billetes falsos	1	76,50	76,50
teléfonos	3	71,00	213,00
teléfono fax	1	98,50	98,50
Acondicionador de aire	3	1.200,00	3.600,00
Escritorios	2	299,00	598,00
Sillas ejecutivas	6	175,00	1.050,00

Archivadores	2	590,00	1.180,00
Extintor de CO2 5kg	1	140,00	140,00
Extintor de polvo 9kg	2	95,00	190,00
Extintor de polvo 25kg	1	600,00	600,00
			7.895,99
Muebles y Enseres del área del salón			TOTAL
Mesas cuadradas pequeñas	8	83,00	664,00
Mesas redondas pequeñas	8	72,00	576,00
Televisor 50 pulgadas	3	1.864,73	5.594,19
Sillas	48	39,50	1.896,00
Taburetes para la barra	9	29,50	265,50
parlantes	3	300,00	900,00
consola de dj	1	1.200,00	1.200,00
juego de luces completo	2	900,00	1.800,00
			12.895,69
Muebles y enseres de cocina			TOTAL
Cocina industrial con horno (tres quemadores)	1	900,00	900,00
Plancha industrial	1	520,00	520,00
Freidora industrial	1	450,00	450,00
Congelador Industrial	2	950,00	1.900,00
Refrigerador	4	900,00	3.600,00
Licuada	5	180,00	900,00
Campana extractora	1	700,00	700,00
lavadero	3	339,90	1.019,70
Trampa de grasa	1	280,00	280,00
Perchas de almacenamiento	3	130,00	390,00
Mesas de trabajo	3	220,00	660,00
Máquina de hielo	1	800,00	800,00
Exprimidor cítricos	3	350,00	1.050,00
balanza	1	78,50	78,50
			13.248,20
Utensilios y menajes del bar y otros materiales			Total
Vajillas (set de 5 platos)	8	14,00	112,00
cutertería (set de 113 piezas para 11 personas)	4	150,00	600,00
jarras	40	8,00	320,00
cristalería (set de 8 piezas)	20	13,70	274,00
Vasos largos o Long drinks (set de 8 piezas)	20	14,00	280,00
Vasos cortos u old fashioned(set de 8 piezas)	20	14,00	280,00
Vasos Hig ball (set de 8 piezas)	20	14,00	280,00
Copas cóctel (set de 8 piezas)	20	15,00	300,00
Copas altas para batidos y coladas (set de 8 piezas)	20	15,00	300,00
Copas para brandy, cognac, balón y sniffer (set de 8 piezas)	20	16,00	320,00
Copas para champagne o cava (set de 8 piezas)	20	16,00	320,00

Copas para licores set de 8 piezas)	20	15,00	300,00
Copa vino tinto (set de 8 piezas)	20	16,50	330,00
Copa de vino blanco (set de 8 piezas)	20	16,50	330,00
Vasos cup (set de 8 piezas)	20	14,50	290,00
Copa Irish coffee o refractaria (set de 8 piezas)	20	15,50	310,00
Servilleteros	24	3,00	72,00
Porta sorbetes	4	3,00	12,00
Shaker o coctelera	2	45,00	90,00
Destapador de botellas	2	4,50	9,00
Sacacorchos	4	8,00	32,00
Colador de alambre (espumadera)	4	25,00	100,00
Hielera	1	20,00	20,00
Jigger	2	66,00	132,00
Pala de hielo	2	15,00	30,00
Charoles	6	10,00	60,00
Picahielo	2	6,00	12,00
Pico vertedor	24	2,50	60,00
limpiones	24	2,00	48,00
cuchillo	2	10,00	20,00
Tabla de picar	2	10,00	20,00
Mortero	2	20,50	41,00
otros materiales	66	35,00	2.310,00
Gastos de Constitución			TOTAL
Trámites Legales	1	2500,00	2.500,00
			2.500,00
Arriendo			TOTAL
Anticipo de alquiler	3	900,00	2.700,00
			2.700,00
Ambientación			TOTAL
Decoración	1	12.000	12.000,00
			12.000,00
Gastos de publicidad			TOTAL
Publicidad	1	750,00	750,00
			750,00
		GRAN TOTAL	71.410,31

Fuente: Elaboración Propia

5.5.9.2 Balance inicial

En este parte se registrarán los activos, pasivos y patrimonio con los cuales se darán inicio a las operaciones, siendo estos los siguientes:

Tabla 28 Balance Inicial del Turistic Bar

BALANCE INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		17.540,43
Caja	8.517,43	
Inventario de bebidas	1.121,00	
Utensilios y menajes del bar y otros materiales	7.902,00	
Activo Fijo		35.919,88
Equipos de Computación	1.880,00	
Muebles y enseres de Oficina	7.895,99	
Muebles y Enseres del área del salón	12.895,69	
Muebles y enseres de cocina	13.248,20	
Gastos preoperacionales		17.950,00
Deposito Alquiler	2.700,00	
Decoración	12.000,00	
Gastos de Constitución	2.500,00	
Gastos de publicidad	750,00	
TOTAL ACTIVOS		71.410,31
PASIVOS		
Pasivo Corriente	50%	
Préstamo BanEcuador	35.705,16	
TOTAL PASIVOS		35.705,16
PATRIMONIO	50%	
Capital Propio	35.705,16	
TOTAL PATRIMONIO		35.705,16
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		71.410,31

Fuente: Elaboración Propia

5.5.9.3 Depreciación

Esta tabla agrupa los activos fijos y gastos de constitución a depreciar según la vida útil de los mismos. Es decir que la depreciación es el desgaste que tienen los equipos por el tiempo de uso.

Tabla 29 Depreciación de los Equipos y enseres del Turistic Bar

DEPRECIACIÓN				
TANGIBLES				
	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Equipos de Computación	3	1.880,00	626,67	52,22
Muebles y enseres de Oficina	10	7.895,99	789,60	65,80
Muebles y Enseres del área del salón	10	12.895,69	1.289,57	107,46
Muebles y enseres de cocina	5	13.248,20	2.649,64	220,80
			4.728,81	394,07
<u>AMORTIZACIÓN</u>				
INTANGIBLES				
	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR DEL BIEN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Gastos de Constitución	1	15.250,00	15.250,00	1.270,83

Fuente: Elaboración Propia

5.5.9.4 Sueldos de los trabajadores del Bar

Incluye cada uno de las personas que laborarán en la empresa con sus respectivo sueldos y proyectado hasta los primeros 5 años.

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Gerente General	1	900,00	10.800,00	900,00	377,24	450,00	0,00	1.312,20	13.839,44	1.153,29
Jefe de cocina	1	700,00	8.400,00	700,00	377,24	350,00	0,00	1.020,60	10.847,84	903,99
Jefe de Bar/Meseros	1	550,00	6.600,00	550,00	377,24	275,00	0,00	801,90	8.604,14	717,01
Ayudante de cocina	1	400,00	4.800,00	400,00	377,24	200,00	0,00	583,20	6.360,44	530,04
Posillero	1	390,00	4.680,00	390,00	377,24	195,00	0,00	568,62	6.210,86	517,57
Anfitrión	1	380,00	4.560,00	380,00	377,24	190,00	0,00	554,04	6.061,28	505,11
Meseros	3	380,00	13.680,00	1.140,00	1.131,72	570,00	0,00	1.662,12	18.183,84	1.515,32
Cajero	1	390,00	4.680,00	390,00	377,24	195,00	0,00	568,62	6.210,86	517,57
DJ	1	400,00	4.800,00	400,00	377,24	200,00	0,00	583,20	6.360,44	530,04
Cantinero	1	390,00	4.680,00	390,00	377,24	195,00	0,00	568,62	6.210,86	517,57
Bartender	1	450,00	5.400,00	450,00	377,24	225,00	0,00	656,10	7.108,34	592,36
Guardia	1	390,00	4.680,00	390,00	377,24	195,00	0,00	568,62	6.210,86	517,57
TOTAL	14	5.720,00	77.760,00	6.480,00	5.281,36	3.240,00	0,00	9.447,84	102.209,20	8.517,43

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 20 cuadro de sueldos año 2017

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Gerente General	1	927,63	11.131,56	927,63	388,82	463,82	927,63	1.352,48	15.191,94	1.265,99
Jefe de cocina	1	721,49	8.657,88	721,49	388,82	360,75	721,49	1.051,93	11.902,36	991,86
Jefe de Bar/Meseros	1	566,89	6.802,62	566,89	388,82	283,44	566,89	826,52	9.435,17	786,26
Ayudantes de cocina	1	412,28	4.947,36	412,28	388,82	206,14	412,28	601,10	6.967,98	580,67
Posillero	1	401,97	4.823,68	401,97	388,82	200,99	401,97	586,08	6.803,51	566,96
Anfitrión	1	391,67	4.699,99	391,67	388,82	195,83	391,67	571,05	6.639,03	553,25
Meseros	3	391,67	14.099,98	1.175,00	1.166,46	587,50	1.175,00	1.713,15	19.917,08	1.659,76
Cajero	1	401,97	4.823,68	401,97	388,82	200,99	401,97	586,08	6.803,51	566,96
DJ	1	412,28	4.947,36	412,28	388,82	206,14	412,28	601,10	6.967,98	580,67
Cantinero	1	401,97	4.823,68	401,97	388,82	200,99	401,97	586,08	6.803,51	566,96
Bartender	1	463,82	5.565,78	463,82	388,82	231,91	463,82	676,24	7.790,38	649,20
Guardia	1	401,97	4.823,68	401,97	388,82	200,99	401,97	586,08	6.803,51	566,96
TOTAL	14	5.895,60	80.147,23	6.678,94	5.443,48	3.339,47	6.678,94	9.737,89	112.025,94	9.335,50

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 21 cuadro de sueldos año 2018

CARGO	CANT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	1	13.839,44	15.191,94	15.658,33	16.139,04	16.634,51
Jefe de cocina	1	10.847,84	11.902,36	12.267,76	12.644,38	13.032,56
Jefe de Bar/Meseros	1	8.604,14	9.435,17	9.724,83	10.023,38	10.331,10
Ayudantes de cocina	1	6.360,44	6.967,98	7.181,90	7.402,39	7.629,64
Posillero	1	6.210,86	6.803,51	7.012,37	7.227,65	7.449,54
Anfitrión	1	6.061,28	6.639,03	6.842,84	7.052,92	7.269,44
Meseros	3	18.183,84	19.917,08	20.528,53	21.158,76	21.808,33
Cajero	1	6.210,86	6.803,51	7.012,37	7.227,65	7.449,54
DJ	1	6.360,44	6.967,98	7.181,90	7.402,39	7.629,64
Cantinerero	1	6.210,86	6.803,51	7.012,37	7.227,65	7.449,54
Bartender	1	7.108,34	7.790,38	8.029,54	8.276,05	8.530,13
Guardia	1	6.210,86	6.803,51	7.012,37	7.227,65	7.449,54
TOTAL	14	102.209,20	112.025,94	115.465,14	119.009,92	122.663,52

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 22 cuadro de sueldos hasta 5 años

5.5.9.5 Préstamo para la inversión

Para fines de este proyecto y su financiamiento se utilizó la tasa de interés del BanEcuador determinada en un 10,21% a un plazo de 5 años indicado en la tabla de amortización siguiente:

Tabla 30 Amortización del Préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	
Monto del Crédito	35.705,16
Tasa Interés Anual	10,21%
Tasa de Interés Mensual	0,85%
Plazo	5 años
Dividendo	60 meses
Cuota Mensual	\$ 762,32

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31 Cuadro de amortización del Préstamo para la Inversión del Turistic Bar

MENSUAL					
PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	35.705,16	458,53	303,79	762,32	35.246,62
2	35.246,62	462,43	299,89	762,32	34.784,19
3	34.784,19	466,37	295,96	762,32	34.317,82
4	34.317,82	470,34	291,99	762,32	33.847,49
5	33.847,49	474,34	287,99	762,32	33.373,15
6	33.373,15	478,37	283,95	762,32	32.894,77
7	32.894,77	482,44	279,88	762,32	32.412,33
8	32.412,33	486,55	275,77	762,32	31.925,78
9	31.925,78	490,69	271,64	762,32	31.435,09
10	31.435,09	494,86	267,46	762,32	30.940,23
11	30.940,23	499,07	263,25	762,32	30.441,16
12	30.441,16	503,32	259,00	762,32	29.937,84
13	29.937,84	507,60	254,72	762,32	29.430,23
14	29.430,23	511,92	250,40	762,32	28.918,31
15	28.918,31	516,28	246,05	762,32	28.402,03
16	28.402,03	520,67	241,65	762,32	27.881,36
17	27.881,36	525,10	237,22	762,32	27.356,27
18	27.356,27	529,57	232,76	762,32	26.826,70
19	26.826,70	534,07	228,25	762,32	26.292,62
20	26.292,62	538,62	223,71	762,32	25.754,01
21	25.754,01	543,20	219,12	762,32	25.210,81
22	25.210,81	547,82	214,50	762,32	24.662,99
23	24.662,99	552,48	209,84	762,32	24.110,50
24	24.110,50	557,18	205,14	762,32	23.553,32
25	23.553,32	561,92	200,40	762,32	22.991,39
26	22.991,39	566,71	195,62	762,32	22.424,69
27	22.424,69	571,53	190,80	762,32	21.853,16
28	21.853,16	576,39	185,93	762,32	21.276,77
29	21.276,77	581,29	181,03	762,32	20.695,48
30	20.695,48	586,24	176,08	762,32	20.109,24
31	20.109,24	591,23	171,10	762,32	19.518,01
32	19.518,01	596,26	166,07	762,32	18.921,75
33	18.921,75	601,33	160,99	762,32	18.320,42
34	18.320,42	606,45	155,88	762,32	17.713,98
35	17.713,98	611,61	150,72	762,32	17.102,37
36	17.102,37	616,81	145,51	762,32	16.485,56
37	16.485,56	622,06	140,26	762,32	15.863,50
38	15.863,50	627,35	134,97	762,32	15.236,15
39	15.236,15	632,69	129,63	762,32	14.603,46
40	14.603,46	638,07	124,25	762,32	13.965,38
41	13.965,38	643,50	118,82	762,32	13.321,88
42	13.321,88	648,98	113,35	762,32	12.672,91
43	12.672,91	654,50	107,83	762,32	12.018,41
44	12.018,41	660,07	102,26	762,32	11.358,34
45	11.358,34	665,68	96,64	762,32	10.692,66
46	10.692,66	671,35	90,98	762,32	10.021,31
47	10.021,31	677,06	85,26	762,32	9.344,25
48	9.344,25	682,82	79,50	762,32	8.661,43
49	8.661,43	688,63	73,69	762,32	7.972,80

50	7.972,80	694,49	67,84	762,32	7.278,31
51	7.278,31	700,40	61,93	762,32	6.577,92
52	6.577,92	706,36	55,97	762,32	5.871,56
53	5.871,56	712,37	49,96	762,32	5.159,19
54	5.159,19	718,43	43,90	762,32	4.440,77
55	4.440,77	724,54	37,78	762,32	3.716,23
56	3.716,23	730,70	31,62	762,32	2.985,52
57	2.985,52	736,92	25,40	762,32	2.248,60
58	2.248,60	743,19	19,13	762,32	1.505,41
59	1.505,41	749,52	12,81	762,32	755,89
60	755,89	755,89	6,43	762,32	0,00

Fuente: Elaboración Propia

5.5.9.6 Ingresos por Ventas del Turistic Bar

Se debe proyectar las cantidades de los productos a ofrecer en un tiempo determinado y con su respectivo precio proyectado a los 5 primeros años con un incremento porcentual del 10% sobre los precios año a año.

INGRESOS POR VENTAS						
PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDADES SEMANAL	TOTAL SEMANAL	MES 1	MES 2	MES 3
Tequeños	\$ 3,50	10	\$ 35	\$ 140	\$ 140	\$ 140
Patacones con queso	\$ 3,50	15	\$ 53	\$ 210	\$ 210	\$ 210
Patacones con carne	\$ 5,00	10	\$ 50	\$ 200	\$ 200	\$ 200
Papas con alitas en salsa BBQ	\$ 6,00	10	\$ 60	\$ 240	\$ 240	\$ 240
Brochetas de pollo	\$ 4,00	10	\$ 40	\$ 160	\$ 160	\$ 160
Muchines de yuca	\$ 2,50	15	\$ 38	\$ 150	\$ 150	\$ 150
Club verde pequeña	\$ 3,00	90	\$ 270	\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 1.080
Pilsener light pequeña	\$ 2,75	95	\$ 261	\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 1.045
Pilsener café pequeña	\$ 2,75	80	\$ 220	\$ 880	\$ 880	\$ 880
Corona	\$ 6,00	70	\$ 420	\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 1.680
Jarra de pilsener	\$ 9,00	90	\$ 810	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.240
Jarra de pilsener light	\$ 9,50	100	\$ 950	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.800
Jarra de club verde	\$ 10,00	90	\$ 900	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600
Shots de tequila	\$ 2,75	10	\$ 28	\$ 110	\$ 110	\$ 110
Shots de whisky	\$ 2,75	9	\$ 25	\$ 99	\$ 99	\$ 99
Shots de vodka	\$ 2,75	9	\$ 25	\$ 99	\$ 99	\$ 99

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 23 Cuadro de Ingreso por Ventas

Manhattan	\$ 6,00	3	\$ 18	\$ 72	\$ 72	\$ 72
Margarita	\$ 5,00	5	\$ 25	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Michelada	\$ 6,00	10	\$ 60	\$ 240	\$ 240	\$ 240
Angel caído	\$ 5,00	4	\$ 20	\$ 80	\$ 80	\$ 80
Old fashioned	\$ 5,00	6	\$ 30	\$ 120	\$ 120	\$ 120
Alexander	\$ 5,00	2	\$ 10	\$ 40	\$ 40	\$ 40
Cosmopolitan	\$ 5,50	3	\$ 17	\$ 66	\$ 66	\$ 66
Delicia juvenil	\$ 5,00	4	\$ 20	\$ 80	\$ 80	\$ 80
Pa machos	\$ 5,00	15	\$ 75	\$ 300	\$ 300	\$ 300
Martini	\$ 4,50	5	\$ 23	\$ 90	\$ 90	\$ 90
Cuba libre	\$ 4,50	7	\$ 32	\$ 126	\$ 126	\$ 126
Mojito	\$ 4,50	6	\$ 27	\$ 108	\$ 108	\$ 108
Banana milkshake	\$ 4,00	5	\$ 20	\$ 80	\$ 80	\$ 80
Yogurt surprise	\$ 4,00	3	\$ 12	\$ 48	\$ 48	\$ 48
Pensamientos sobrios	\$ 4,00	7	\$ 28	\$ 112	\$ 112	\$ 112
Summer Cooler (refrigerado)	\$ 4,00	5	\$ 20	\$ 80	\$ 80	\$ 80
Botellas de agua	\$ 1,00	40	\$ 40	\$ 160	\$ 160	\$ 160
Gaseosas	\$ 1,50	40	\$ 60	\$ 240	\$ 240	\$ 240
Jugo de naranja	\$ 1,50	30	\$ 45	\$ 180	\$ 180	\$ 180
TOTAL		913		\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 19.055

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 24 Cuadro de Ingresos por Ventas 2

MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 140	\$ 140	\$ 140	\$ 140	\$ 140	\$ 140	\$ 140	\$ 140	\$ 140	\$ 1.680
\$ 210	\$ 210	\$ 210	\$ 210	\$ 210	\$ 210	\$ 210	\$ 210	\$ 210	\$ 2.520
\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 2.400
\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 2.880
\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 1.920
\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 1.800
\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 1.080	\$ 12.960
\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 1.045	\$ 12.540
\$ 880	\$ 880	\$ 880	\$ 880	\$ 880	\$ 880	\$ 880	\$ 880	\$ 880	\$ 10.560
\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 1.680	\$ 20.160
\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 38.880
\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 3.800	\$ 45.600
\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 43.200
\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 1.320
\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 1.188
\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 99	\$ 1.188
\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 864
\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 1.200

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 25 Cuadro de Ingresos por Ventas 3

\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 2.880
\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 960
\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 1.440
\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 480
\$ 66	\$ 66	\$ 66	\$ 66	\$ 66	\$ 66	\$ 66	\$ 66	\$ 66	\$ 792
\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 960
\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 3.600
\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 90	\$ 1.080
\$ 126	\$ 126	\$ 126	\$ 126	\$ 126	\$ 126	\$ 126	\$ 126	\$ 126	\$ 1.512
\$ 108	\$ 108	\$ 108	\$ 108	\$ 108	\$ 108	\$ 108	\$ 108	\$ 108	\$ 1.296
\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 960
\$ 48	\$ 48	\$ 48	\$ 48	\$ 48	\$ 48	\$ 48	\$ 48	\$ 48	\$ 576
\$ 112	\$ 112	\$ 112	\$ 112	\$ 112	\$ 112	\$ 112	\$ 112	\$ 112	\$ 1.344
\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 960
\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 1.920
\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 2.880
\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 2.160
\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 19.055	\$ 228.660

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 26 Cuadro de Ingresos por ventas 4

PROYECCIÓN ANUAL DE PRECIOS						
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Tequeños	\$ 3,50	\$ 3,61	\$ 3,72	\$ 3,83	\$ 3,95	
Patacones con queso	\$ 3,50	\$ 3,61	\$ 3,72	\$ 3,83	\$ 3,95	
Patacones con carne	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,47	\$ 5,64	
Papas con alitas en salsa BBQ	\$ 6,00	\$ 6,18	\$ 6,37	\$ 6,57	\$ 6,77	
Brochetas de pollo	\$ 4,00	\$ 4,12	\$ 4,25	\$ 4,38	\$ 4,51	
Muchines de yuca	\$ 2,50	\$ 2,58	\$ 2,66	\$ 2,74	\$ 2,82	
Club verde pequeña	\$ 3,00	\$ 3,09	\$ 3,19	\$ 3,28	\$ 3,39	
Pilsener light pequeña	\$ 2,75	\$ 2,83	\$ 2,92	\$ 3,01	\$ 3,10	
Pilsener café pequeña	\$ 2,75	\$ 2,83	\$ 2,92	\$ 3,01	\$ 3,10	
Corona	\$ 6,00	\$ 6,18	\$ 6,37	\$ 6,57	\$ 6,77	
Jarra de pilsener	\$ 9,00	\$ 9,28	\$ 9,56	\$ 9,85	\$ 10,16	
Jarra de pilsener light	\$ 9,50	\$ 9,79	\$ 10,09	\$ 10,40	\$ 10,72	
Jarra de club verde	\$ 10,00	\$ 10,31	\$ 10,62	\$ 10,95	\$ 11,29	
Shots de tequila	\$ 2,75	\$ 2,83	\$ 2,92	\$ 3,01	\$ 3,10	
Shots de whisky	\$ 2,75	\$ 2,83	\$ 2,92	\$ 3,01	\$ 3,10	
Shots de vodka	\$ 2,75	\$ 2,83	\$ 2,92	\$ 3,01	\$ 3,10	

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 27 Proyección Anual de Precios

Manhattan	\$ 6,00	\$ 6,18	\$ 6,37	\$ 6,57	\$ 6,77
Margarita	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,47	\$ 5,64
Michelada	\$ 6,00	\$ 6,18	\$ 6,37	\$ 6,57	\$ 6,77
Angel caído	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,47	\$ 5,64
Old fashioned	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,47	\$ 5,64
Alexander	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,47	\$ 5,64
Cosmopolitan	\$ 5,50	\$ 5,67	\$ 5,84	\$ 6,02	\$ 6,21
Delicia juvenil	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,47	\$ 5,64
Pa machos	\$ 5,00	\$ 5,15	\$ 5,31	\$ 5,47	\$ 5,64
Martini	\$ 4,50	\$ 4,64	\$ 4,78	\$ 4,93	\$ 5,08
Cuba libre	\$ 4,50	\$ 4,64	\$ 4,78	\$ 4,93	\$ 5,08
Mojito	\$ 4,50	\$ 4,64	\$ 4,78	\$ 4,93	\$ 5,08
Banana milkshake	\$ 4,00	\$ 4,12	\$ 4,25	\$ 4,38	\$ 4,51
Yogurt surprise	\$ 4,00	\$ 4,12	\$ 4,25	\$ 4,38	\$ 4,51
Pensamientos sobrios	\$ 4,00	\$ 4,12	\$ 4,25	\$ 4,38	\$ 4,51
Summer Cooler (refrigerado)	\$ 4,00	\$ 4,12	\$ 4,25	\$ 4,38	\$ 4,51
Botellas de agua	\$ 1,00	\$ 1,03	\$ 1,06	\$ 1,09	\$ 1,13
Gaseosas	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,59	\$ 1,64	\$ 1,69
Jugo de naranja	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,59	\$ 1,64	\$ 1,69

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 28 Proyección Anual de Precios 2

PROYECCION ANUAL DE CANTIDADES A VENDER							
PRODUCTO	CANTIDADES SEMANAL	CANTIDADES MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tequeños	10	40	480	528	581	639	703
Patacones con queso	15	60	720	792	871	958	1.054
Patacones con carne	10	40	480	528	581	639	703
Papas con alitas en salsa BBQ	10	40	480	528	581	639	703
Brochetas de pollo	10	40	480	528	581	639	703
Muchines de yuca	15	60	720	792	871	958	1.054
Club verde pequeña	90	360	4.320	4.752	5.227	5.750	6.325
Pilsener light pequeña	95	380	4.560	5.016	5.518	6.069	6.676
Pilsener café pequeña	80	320	3.840	4.224	4.646	5.111	5.622
Corona	70	280	3.360	3.696	4.066	4.472	4.919
Jarra de pilsener	90	360	4.320	4.752	5.227	5.750	6.325
Jarra de pilsener light	100	400	4.800	5.280	5.808	6.389	7.028
Jarra de club verde	90	360	4.320	4.752	5.227	5.750	6.325
Shots de tequila	10	40	480	528	581	639	703
Shots de whisky	9	36	432	475	523	575	632
Shots de vodka	9	36	432	475	523	575	632

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 29 Proyección Anual de Cantidades a Vender

Manhattan	3	12	144	158	174	192	211
Margarita	5	20	240	264	290	319	351
Michelada	10	40	480	528	581	639	703
Angel caído	4	16	192	211	232	256	281
Old fashioned	6	24	288	317	348	383	422
Alexander	2	8	96	106	116	128	141
Cosmopolitan	3	12	144	158	174	192	211
Delicia juvenil	4	16	192	211	232	256	281
Pa machos	15	60	720	792	871	958	1.054
Martini	5	20	240	264	290	319	351
Cuba libre	7	28	336	370	407	447	492
Mojito	6	24	288	317	348	383	422
Banana milkshake	5	20	240	264	290	319	351
Yogurt surprise	3	12	144	158	174	192	211
Pensamientos sobrios	7	28	336	370	407	447	492
Summer Cooler (refrigerado)	5	20	240	264	290	319	351
Botellas de agua	40	160	1.920	2.112	2.323	2.556	2.811
Gaseosas	40	160	1.920	2.112	2.323	2.556	2.811
Jugo de naranja	30	120	1.440	1.584	1.742	1.917	2.108

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 30 Proyección Anual de Cantidades a Vender 2

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tequeños	\$ 1.680	\$ 1.905	\$ 2.160	\$ 2.448	\$ 2.776
Patacones con queso	\$ 2.520	\$ 2.857	\$ 3.239	\$ 3.673	\$ 4.164
Patacones con carne	\$ 2.400	\$ 2.721	\$ 3.085	\$ 3.498	\$ 3.966
Papas con alitas en salsa BBQ	\$ 2.880	\$ 3.265	\$ 3.702	\$ 4.197	\$ 4.759
Brochetas de pollo	\$ 1.920	\$ 2.177	\$ 2.468	\$ 2.798	\$ 3.172
Muchines de yuca	\$ 1.800	\$ 2.041	\$ 2.314	\$ 2.623	\$ 2.974
Club verde pequeña	\$ 12.960	\$ 14.694	\$ 16.659	\$ 18.888	\$ 21.414
Pilsener light pequeña	\$ 12.540	\$ 14.217	\$ 16.119	\$ 18.276	\$ 20.720
Pilsener café pequeña	\$ 10.560	\$ 11.973	\$ 13.574	\$ 15.390	\$ 17.449
Corona	\$ 20.160	\$ 22.857	\$ 25.914	\$ 29.381	\$ 33.311
Jarra de pilsener	\$ 38.880	\$ 44.081	\$ 49.978	\$ 56.663	\$ 64.243
Jarra de pilsener light	\$ 45.600	\$ 51.700	\$ 58.616	\$ 66.457	\$ 75.347
Jarra de club verde	\$ 43.200	\$ 48.979	\$ 55.531	\$ 62.959	\$ 71.381
Shots de tequila	\$ 1.320	\$ 1.497	\$ 1.697	\$ 1.924	\$ 2.181
Shots de whisky	\$ 1.188	\$ 1.347	\$ 1.527	\$ 1.731	\$ 1.963
Shots de vodka	\$ 1.188	\$ 1.347	\$ 1.527	\$ 1.731	\$ 1.963

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 31 Proyección de Ventas hasta los 5 primeros años

Manhattan	\$ 864	\$ 980	\$ 1.111	\$ 1.259	\$ 1.428
Margarita	\$ 1.200	\$ 1.361	\$ 1.543	\$ 1.749	\$ 1.983
Michelada	\$ 2.880	\$ 3.265	\$ 3.702	\$ 4.197	\$ 4.759
Angel caído	\$ 960	\$ 1.088	\$ 1.234	\$ 1.399	\$ 1.586
Old fashioned	\$ 1.440	\$ 1.633	\$ 1.851	\$ 2.099	\$ 2.379
Alexander	\$ 480	\$ 544	\$ 617	\$ 700	\$ 793
Cosmopolitan	\$ 792	\$ 898	\$ 1.018	\$ 1.154	\$ 1.309
Delicia juvenil	\$ 960	\$ 1.088	\$ 1.234	\$ 1.399	\$ 1.586
Pa machos	\$ 3.600	\$ 4.082	\$ 4.628	\$ 5.247	\$ 5.948
Martini	\$ 1.080	\$ 1.224	\$ 1.388	\$ 1.574	\$ 1.785
Cuba libre	\$ 1.512	\$ 1.714	\$ 1.944	\$ 2.204	\$ 2.498
Mojito	\$ 1.296	\$ 1.469	\$ 1.666	\$ 1.889	\$ 2.141
Banana milkshake	\$ 960	\$ 1.088	\$ 1.234	\$ 1.399	\$ 1.586
Yogurt surprise	\$ 576	\$ 653	\$ 740	\$ 839	\$ 952
Pensamientos sobrios	\$ 1.344	\$ 1.524	\$ 1.728	\$ 1.959	\$ 2.221
Summer Cooler (refrigerado)	\$ 960	\$ 1.088	\$ 1.234	\$ 1.399	\$ 1.586
Botellas de agua	\$ 1.920	\$ 2.177	\$ 2.468	\$ 2.798	\$ 3.172
Gaseosas	\$ 2.880	\$ 3.265	\$ 3.702	\$ 4.197	\$ 4.759
Jugo de naranja	\$ 2.160	\$ 2.449	\$ 2.777	\$ 3.148	\$ 3.569
TOTAL	\$ 228.660	\$ 259.248	\$ 293.927	\$ 333.246	\$ 377.824

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 32 Proyección de Ventas hasta los 5 primeros años continuación

5.5.9.7 Presupuesto de Gastos generales

PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3
Gastos de Administración		\$ 17.660,86	\$ 4.687,98	\$ 4.037,98	\$ 4.077,98
Gerente General	1	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29
Cajero	1	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57
Servicios Básicos	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Uniformes	13	\$ 50,00	\$ 650,00	\$ -	\$ -
Mantenimiento	1	\$ 40,00	\$ -	\$ -	\$ 40,00
Materiales de limpieza	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Suministros de Oficina	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Depreciación de Muebles y enseres de Oficina			\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 65,80
Depreciación de Muebles y Enseres del Area del Salón			\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 107,46
Depreciación de Equipos de Computación			\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 52,22
Depreciación de Muebles y Enseres de Cocina			\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 220,80
Amortización		\$ 15.250,00	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83
Gastos de Ventas			\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Publicidad	1	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Gastos Financieros			\$ 303,79	\$ 299,89	\$ 295,96
Intereses			\$ 303,79	\$ 299,89	\$ 295,96
TOTAL			\$ 5.741,77	\$ 5.087,87	\$ 5.123,94

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 33 Cuadro de Presupuesto de Gastos

MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 4.037,98	\$ 4.037,98	\$ 4.077,98	\$ 4.037,98	\$ 4.037,98	\$ 4.077,98	\$ 4.037,98	\$ 4.037,98	\$ 4.077,98	\$ 49.265,77
\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 1.153,29	\$ 13.839,44
\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 6.210,86
\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 650,00
\$ -	\$ -	\$ 40,00	\$ -	\$ -	\$ 40,00	\$ -	\$ -	\$ 40,00	\$ 160,00
\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 65,80	\$ 789,60
\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 107,46	\$ 1.289,57
\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 52,22	\$ 626,67
\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 220,80	\$ 2.649,64
\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 1.270,83	\$ 15.250,00
\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
\$ 291,99	\$ 287,99	\$ 283,95	\$ 279,88	\$ 275,77	\$ 271,64	\$ 267,46	\$ 263,25	\$ 259,00	\$ 3.380,56
\$ 291,99	\$ 287,99	\$ 283,95	\$ 279,88	\$ 275,77	\$ 271,64	\$ 267,46	\$ 263,25	\$ 259,00	\$ 3.380,56
\$ 5.079,97	\$ 5.075,97	\$ 5.111,93	\$ 5.067,86	\$ 5.063,76	\$ 5.099,62	\$ 5.055,44	\$ 5.051,23	\$ 5.086,98	\$ 61.646,34

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 34 Cuadro de Presupuesto de Gastos Generales 2

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 49.265,77	\$ 35.786,43	\$ 36.683,83	\$ 37.608,77	\$ 38.562,10
Gerente General	\$ 13.839,44	\$ 15.191,94	\$ 15.658,33	\$ 16.139,04	\$ 16.634,51
Cajero	\$ 6.210,86	\$ 6.401,53	\$ 6.598,06	\$ 6.800,62	\$ 7.009,40
Servicios Básicos	\$ 6.000,00	\$ 6.184,20	\$ 6.374,05	\$ 6.569,74	\$ 6.771,43
Uniformes	\$ 650,00	\$ 669,96	\$ 690,52	\$ 711,72	\$ 733,57
Mantenimiento	\$ 160,00	\$ 164,91	\$ 169,97	\$ 175,19	\$ 180,57
Materiales de limpieza	\$ 600,00	\$ 618,42	\$ 637,41	\$ 656,97	\$ 677,14
Suministros de Oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Depreciación de Muebles y enseres de Oficina	\$ 789,60	\$ 789,60	\$ 789,60	\$ 789,60	\$ 789,60
Depreciación de Muebles y Enseres del Area del Salón	\$ 1.289,57	\$ 1.289,57	\$ 1.289,57	\$ 1.289,57	\$ 1.289,57
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 626,67	\$ 626,67	\$ 626,67	\$ 626,67	\$ 626,67
Depreciación de Muebles y Enseres de Cocina	\$ 2.649,64	\$ 2.649,64	\$ 2.649,64	\$ 2.649,64	\$ 2.649,64
Amortización	\$ 15.250,00				
Gastos de Ventas	\$ 9.000,00	\$ 9.276,30	\$ 9.561,08	\$ 9.854,61	\$ 10.157,14
Gastos de Publicidad	\$ 9.000,00	\$ 9.276,30	\$ 9.561,08	\$ 9.854,61	\$ 10.157,14
Gastos Financieros	\$ 3.380,56	\$ 2.763,37	\$ 2.080,12	\$ 1.323,76	\$ 486,45
Gastos de Interés	\$ 3.380,56	\$ 2.763,37	\$ 2.080,12	\$ 1.323,76	\$ 486,45
TOTAL	\$ 61.646,34	\$ 47.826,10	\$ 48.325,03	\$ 48.787,13	\$ 49.205,70

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 35 Gastos Generales Hasta el año 5

En las tablas anteriormente presentadas se detallan todos los gastos generales que se tendrá mes a mes en la empresa desde los administrativos hasta los intereses. Además una proyección total de los gastos hasta el quinto año.

5.5.9.8 Costos operacionales del Turistic Bar

Se determinó el costo de producción mensual de los productos a ofrecer, así mismo la mano de obra que intervendrá en dicha producción que será parte operativa de la empresa.

RUBRO	CANTIDAD MENSUALES	PRECIO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4
Materia Prima		\$ 64,50	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00
Tequeños	40	\$ 1,50	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Patacones con queso	60	\$ 1,30	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00
Patacones con carne	40	\$ 2,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Papas con alitas en salsa BBQ	40	\$ 3,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Brochetas de pollo	40	\$ 2,50	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Muchines de yuca	60	\$ 1,20	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00
Club verde pequeña	360	\$ 1,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Pilsener light pequeña	380	\$ 1,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00
Pilsener café pequeña	320	\$ 1,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Corona	280	\$ 2,25	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00
Jarra de pilsener	360	\$ 1,25	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Jarra de pilsener light	400	\$ 1,25	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Jarra de club verde	360	\$ 1,40	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00
Shots de tequila	40	\$ 3,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Shots de wisky	36	\$ 3,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00
Shots de vodka	36	\$ 3,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00
Manhattan	12	\$ 2,50	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Margarita	20	\$ 2,50	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Michelada	40	\$ 2,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Angel caído	16	\$ 2,50	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Old fashioned	24	\$ 2,50	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Alexander	8	\$ 2,50	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Cosmopolitan	12	\$ 2,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Delicia juvenil	16	\$ 2,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00
Pa machos	60	\$ 2,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Martini	20	\$ 2,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Cuba libre	28	\$ 2,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00
Mojito	24	\$ 2,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00
Banana milkshake	20	\$ 2,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Yogurt surprise	12	\$ 2,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Pensamientos sobrios	28	\$ 1,50	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00
Summer Cooler (refrigerador)	20	\$ 1,50	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Botellas de agua	160	\$ 0,35	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00
Gaseosas	160	\$ 0,50	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Jugo de naranja	120	\$ 0,50	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 36 Cuadro de Costos Operacionales

Mano de obra Directa		\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58
Jefe de cocina	1	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99
Jefe de Bar/Meseros	1	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01
Ayudante de cocina	1	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04
Posillero	1	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57
Anfitrión	1	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11
Meseros	3	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32
DJ	1	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04
Cantinero	1	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57
Bartenders	1	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36
Guardia	1	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57
TOTAL			\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 37 Cuadro de Costos Operacionales 1

MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 4.922,00	\$ 59.064,00
\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 936,00
\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 864,00
\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00
\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 4.560,00
\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 7.560,00
\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 504,00	\$ 6.048,00
\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 1.296,00
\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 1.296,00
\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 288,00
\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 384,00
\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 672,00
\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 576,00
\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 288,00
\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 504,00
\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 672,00
\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00

\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 6.846,58	\$ 82.158,90
\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 903,99	\$ 10.847,84
\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 717,01	\$ 8.604,14
\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 6.360,44
\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 6.210,86
\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 505,11	\$ 6.061,28
\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 1.515,32	\$ 18.183,84
\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 530,04	\$ 6.360,44
\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 6.210,86
\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 592,36	\$ 7.108,34
\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 517,57	\$ 6.210,86
\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 141.222,90

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 38 Cuadro de Costos Operacionales 2

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	\$ 59.064,00	\$ 60.877,26	\$ 62.746,20	\$ 64.672,51	\$ 66.657,95
Tequeños	\$ 720,00	\$ 742,10	\$ 764,89	\$ 788,37	\$ 812,57
Patacones con queso	\$ 936,00	\$ 964,74	\$ 994,35	\$ 1.024,88	\$ 1.056,34
Patacones con carne	\$ 960,00	\$ 989,47	\$ 1.019,85	\$ 1.051,16	\$ 1.083,43
Papas con alitas en salsa BBQ	\$ 1.440,00	\$ 1.484,21	\$ 1.529,77	\$ 1.576,74	\$ 1.625,14
Brochetas de pollo	\$ 1.200,00	\$ 1.236,84	\$ 1.274,81	\$ 1.313,95	\$ 1.354,29
Muchines de yuca	\$ 864,00	\$ 890,52	\$ 917,86	\$ 946,04	\$ 975,09
Club verde pequeña	\$ 4.320,00	\$ 4.452,62	\$ 4.589,32	\$ 4.730,21	\$ 4.875,43
Pilsener light pequeña	\$ 4.560,00	\$ 4.699,99	\$ 4.844,28	\$ 4.993,00	\$ 5.146,29
Pilsener café pequeña	\$ 3.840,00	\$ 3.957,89	\$ 4.079,40	\$ 4.204,63	\$ 4.333,71
Corona	\$ 7.560,00	\$ 7.792,09	\$ 8.031,31	\$ 8.277,87	\$ 8.532,00
Jarra de pilsener	\$ 5.400,00	\$ 5.565,78	\$ 5.736,65	\$ 5.912,76	\$ 6.094,29
Jarra de pilsener light	\$ 6.000,00	\$ 6.184,20	\$ 6.374,05	\$ 6.569,74	\$ 6.771,43
Jarra de club verde	\$ 6.048,00	\$ 6.233,67	\$ 6.425,05	\$ 6.622,30	\$ 6.825,60
Shots de tequila	\$ 1.440,00	\$ 1.484,21	\$ 1.529,77	\$ 1.576,74	\$ 1.625,14
Shots de whisky	\$ 1.296,00	\$ 1.335,79	\$ 1.376,80	\$ 1.419,06	\$ 1.462,63
Shots de vodka	\$ 1.296,00	\$ 1.335,79	\$ 1.376,80	\$ 1.419,06	\$ 1.462,63
Manhattan	\$ 360,00	\$ 371,05	\$ 382,44	\$ 394,18	\$ 406,29
Margarita	\$ 600,00	\$ 618,42	\$ 637,41	\$ 656,97	\$ 677,14
Michelada	\$ 960,00	\$ 989,47	\$ 1.019,85	\$ 1.051,16	\$ 1.083,43
Angel caído	\$ 480,00	\$ 494,74	\$ 509,92	\$ 525,58	\$ 541,71
Old fashioned	\$ 720,00	\$ 742,10	\$ 764,89	\$ 788,37	\$ 812,57
Alexander	\$ 240,00	\$ 247,37	\$ 254,96	\$ 262,79	\$ 270,86
Cosmopolitan	\$ 288,00	\$ 296,84	\$ 305,95	\$ 315,35	\$ 325,03
Delicia juvenil	\$ 384,00	\$ 395,79	\$ 407,94	\$ 420,46	\$ 433,37
Pa machos	\$ 1.440,00	\$ 1.484,21	\$ 1.529,77	\$ 1.576,74	\$ 1.625,14
Martini	\$ 480,00	\$ 494,74	\$ 509,92	\$ 525,58	\$ 541,71
Cuba libre	\$ 672,00	\$ 692,63	\$ 713,89	\$ 735,81	\$ 758,40
Mojito	\$ 576,00	\$ 593,68	\$ 611,91	\$ 630,69	\$ 650,06
Banana milkshake	\$ 480,00	\$ 494,74	\$ 509,92	\$ 525,58	\$ 541,71
Yogurt surprise	\$ 288,00	\$ 296,84	\$ 305,95	\$ 315,35	\$ 325,03
Pensamientos sobrios	\$ 504,00	\$ 519,47	\$ 535,42	\$ 551,86	\$ 568,80
Summer Cooler (refrigerador)	\$ 360,00	\$ 371,05	\$ 382,44	\$ 394,18	\$ 406,29
Botellas de agua	\$ 672,00	\$ 692,63	\$ 713,89	\$ 735,81	\$ 758,40
Gaseosas	\$ 960,00	\$ 989,47	\$ 1.019,85	\$ 1.051,16	\$ 1.083,43
Jugo de naranja	\$ 720,00	\$ 742,10	\$ 764,89	\$ 788,37	\$ 812,57

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 39 Costos Operacionales hasta año 5

Mano de obra Directa	\$ 82.158,90	\$ 90.030,50	\$ 92.794,43	\$ 95.643,22	\$ 98.579,47
Jefe de Cocina	\$ 10.847,84	\$ 11.902,36	\$ 12.267,76	\$ 12.644,38	\$ 13.032,56
Jefe de Bar/Meseros	\$ 8.604,14	\$ 9.435,17	\$ 9.724,83	\$ 10.023,38	\$ 10.331,10
Ayudantes de cocina	\$ 6.360,44	\$ 6.967,98	\$ 7.181,90	\$ 7.402,39	\$ 7.629,64
Posillero	\$ 6.210,86	\$ 6.803,51	\$ 7.012,37	\$ 7.227,65	\$ 7.449,54
Anfitrion	\$ 6.061,28	\$ 6.639,03	\$ 6.842,84	\$ 7.052,92	\$ 7.269,44
Meseros	\$ 18.183,84	\$ 19.917,08	\$ 20.528,53	\$ 21.158,76	\$ 21.808,33
DJ	\$ 6.360,44	\$ 6.967,98	\$ 7.181,90	\$ 7.402,39	\$ 7.629,64
Cantinero	\$ 6.210,86	\$ 6.803,51	\$ 7.012,37	\$ 7.227,65	\$ 7.449,54
Bartenders	\$ 7.108,34	\$ 7.790,38	\$ 8.029,54	\$ 8.276,05	\$ 8.530,13
Guardia	\$ 6.210,86	\$ 6.803,51	\$ 7.012,37	\$ 7.227,65	\$ 7.449,54
TOTAL	\$ 141.222,90	\$ 150.907,76	\$ 155.540,63	\$ 160.315,73	\$ 165.237,42

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 40 Cuadro de Costos Operacionales hasta Año 5.

5.5.9.9 Flujo de Caja Anual

El flujo de caja es la acumulación neta de los activos líquidos en un periodo de tiempo determinada y constituye una parte importante para determinar la liquidez de la empresa, y ayuda a medir la capacidad de la empresa para generar efectivo positivo. Detallado de la siguiente tabla:

FLUJO DE CAJA ANUAL					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL					
Ingresos por ventas	\$ 228.660,00	\$ 259.247,85	\$ 293.927,43	\$ 333.246,11	\$ 377.824,44
(-) Egresos de efectivo	\$ 178.883,20	\$ 199.306,51	\$ 216.823,27	\$ 232.774,44	\$ 250.437,46
Gastos de operación	\$ 141.222,90	\$ 150.907,76	\$ 155.540,63	\$ 160.315,73	\$ 165.237,42
Gastos de administración	\$ 28.660,30	\$ 30.430,96	\$ 31.328,35	\$ 32.253,29	\$ 33.206,63
Gastos de ventas	\$ 9.000,00	\$ 9.276,30	\$ 9.561,08	\$ 9.854,61	\$ 10.157,14
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 4.822,87	\$ 11.316,12	\$ 16.841,55	\$ 23.214,79
Participación de trabajadores	\$ -	\$ 3.868,61	\$ 9.077,10	\$ 13.509,27	\$ 18.621,49
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL	\$ 49.776,80	\$ 59.941,34	\$ 77.104,16	\$ 100.471,66	\$ 127.386,97

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 41 Flujo de Caja Anual

FLUJO DE FINANCIAMIENTO					
Ingresos de efectivo					
PRESTAMOS RECIBIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo					
Pagos de préstamos o principal	\$ 5.767,32	\$ 6.384,52	\$ 7.067,76	\$ 7.824,13	\$ 8.661,43
Pago de intereses	\$ 3.380,56	\$ 2.763,37	\$ 2.080,12	\$ 1.323,76	\$ 486,45
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIE	\$ (9.147,88)	\$ (9.147,88)	\$ (9.147,88)	\$ (9.147,88)	\$ (9.147,88)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 40.628,92	\$ 50.793,46	\$ 67.956,27	\$ 91.323,78	\$ 118.239,09

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 42 Flujo de Caja Anual 2

5.5.9.10 Estado de Pérdidas y Ganancias

Este estado presenta los movimientos esperados de la empresa en un periodo de 5 años mostrando la rentabilidad de la misma, evidenciado en el siguiente cuadro:

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
RUBRO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
Ventas Totales	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00
(-) Costos de Operación	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43
(-) Gastos de Administración	\$ 4.687,98	\$ 4.037,98	\$ 4.077,98	\$ 4.037,98	\$ 4.037,98
(-) Gastos de Ventas	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 1.848,44	\$ 2.498,44	\$ 2.458,44	\$ 2.498,44	\$ 2.498,44
(-) Gastos Financieros	\$ 303,79	\$ 299,89	\$ 295,96	\$ 291,99	\$ 287,99
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 1.544,65	\$ 2.198,55	\$ 2.162,49	\$ 2.206,46	\$ 2.210,46
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 231,70	\$ 329,78	\$ 324,37	\$ 330,97	\$ 331,57
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 1.312,95	\$ 1.868,77	\$ 1.838,12	\$ 1.875,49	\$ 1.878,89
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 288,85	\$ 411,13	\$ 404,39	\$ 412,61	\$ 413,36
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 1.024,10	\$ 1.457,64	\$ 1.433,73	\$ 1.462,88	\$ 1.465,53
	15%	22%			

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 43 Estado de Pérdidas y Ganancias

MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
\$ 19.055,00	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00	\$ 19.055,00
\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58	\$ 11.768,58
\$ 7.286,43	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43	\$ 7.286,43
\$ 4.077,98	\$ 4.037,98	\$ 4.037,98	\$ 4.077,98	\$ 4.037,98	\$ 4.037,98	\$ 4.077,98
\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
\$ 2.458,44	\$ 2.498,44	\$ 2.498,44	\$ 2.458,44	\$ 2.498,44	\$ 2.498,44	\$ 2.458,44
\$ 283,95	\$ 279,88	\$ 275,77	\$ 271,64	\$ 267,46	\$ 263,25	\$ 259,00
\$ 2.174,49	\$ 2.218,56	\$ 2.222,67	\$ 2.186,81	\$ 2.230,98	\$ 2.235,19	\$ 2.199,44
\$ 326,17	\$ 332,78	\$ 333,40	\$ 328,02	\$ 334,65	\$ 335,28	\$ 329,92
\$ 1.848,32	\$ 1.885,78	\$ 1.889,27	\$ 1.858,79	\$ 1.896,34	\$ 1.899,91	\$ 1.869,52
\$ 406,63	\$ 414,87	\$ 415,64	\$ 408,93	\$ 417,19	\$ 417,98	\$ 411,30
\$ 1.441,69	\$ 1.470,91	\$ 1.473,63	\$ 1.449,85	\$ 1.479,14	\$ 1.481,93	\$ 1.458,23

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 44 Estado de Pérdidas y Ganancias 1

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$ 228.660,00	\$ 259.247,85	\$ 293.927,43	\$ 333.246,11	\$ 377.824,44
(-) Costos de Operación	\$ 141.222,90	\$ 150.907,76	\$ 155.540,63	\$ 160.315,73	\$ 165.237,42
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 87.437,10	\$ 108.340,09	\$ 138.386,80	\$ 172.930,38	\$ 212.587,02
(-) Gastos en Administración	\$ 49.265,77	\$ 35.786,43	\$ 36.683,83	\$ 37.608,77	\$ 38.562,10
(-) Gastos de Ventas	\$ 9.000,00	\$ 9.276,30	\$ 9.561,08	\$ 9.854,61	\$ 10.157,14
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 29.171,33	\$ 63.277,35	\$ 92.141,90	\$ 125.467,01	\$ 163.867,77
(-) Gastos Financieros	\$ 3.380,56	\$ 2.763,37	\$ 2.080,12	\$ 1.323,76	\$ 486,45
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 25.790,76	\$ 60.513,99	\$ 90.061,77	\$ 124.143,25	\$ 163.381,32
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 3.868,61	\$ 9.077,10	\$ 13.509,27	\$ 18.621,49	\$ 24.507,20
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 21.922,15	\$ 51.436,89	\$ 76.552,51	\$ 105.521,76	\$ 138.874,12
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 4.822,87	\$ 11.316,12	\$ 16.841,55	\$ 23.214,79	\$ 30.552,31
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 17.099,28	\$ 40.120,77	\$ 59.710,96	\$ 82.306,97	\$ 108.321,82
	15%	22%			

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 45 Estado de Pérdidas y Ganancias hasta el Año 5

5.5.9.11 Balance General Anual

Aquí se muestra el estado de los activos, los pasivos y el patrimonio de la empresa. Saber su situación al final del ejercicio económico que por lo general es anual y de esta manera saber que decisiones se tomará financieramente. Explicado de la siguiente forma:

BALANCE GENERAL ANUAL					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 49.146,35	\$ 99.939,81	\$ 167.896,08	\$ 259.219,86	\$ 377.458,95
Inventario de bebidas	\$ 1.121,00	\$ 1.121,00	\$ 1.121,00	\$ 1.121,00	\$ 1.121,00
Utensilios y menajes del bar y otros ma	\$ 7.902,00	\$ 7.902,00	\$ 7.902,00	\$ 7.902,00	\$ 7.902,00
Total Activos Corrientes	\$ 58.169,35	\$ 108.962,81	\$ 176.919,08	\$ 268.242,86	\$ 386.481,95
Activos Fijos					
Equipos de Computación	\$ 1.880,00	\$ 1.880,00	\$ 1.880,00	\$ 1.880,00	\$ 1.880,00
Muebles y enseres de Oficina	\$ 7.895,99	\$ 7.895,99	\$ 7.895,99	\$ 7.895,99	\$ 7.895,99
Muebles y Enseres del area del salon	\$ 12.895,69	\$ 12.895,69	\$ 12.895,69	\$ 12.895,69	\$ 12.895,69
Muebles y enseres de cocina	\$ 13.248,20	\$ 13.248,20	\$ 13.248,20	\$ 13.248,20	\$ 13.248,20
(-) Depreciación Acumulada	\$ (5.355,47)	\$ (10.710,95)	\$ (16.066,42)	\$ (21.421,90)	\$ (26.777,37)
Total Activos Fijos	\$ 30.564,41	\$ 25.208,93	\$ 19.853,46	\$ 14.497,98	\$ 9.142,51

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 46 Balance General Anual

Activos Diferidos					
Deposito Alquiler	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00
Decoracion	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Gastos de Constitución	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Gastos de publicidad	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (15.250,00)	\$ (15.250,00)	\$ (15.250,00)	\$ (15.250,00)	\$ (15.250,00)
Total Activos Diferidos	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 91.433,75	\$ 136.871,74	\$ 199.472,54	\$ 285.440,84	\$ 398.324,45

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 47 Balance general Anual 1

PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 3.868,61	\$ 9.077,10	\$ 13.509,27	\$ 18.621,49	\$ 24.507,20
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 4.822,87	\$ 11.316,12	\$ 16.841,55	\$ 23.214,79	\$ 30.552,31
Total Pasivos Corrientes	\$ 8.691,49	\$ 20.393,21	\$ 30.350,82	\$ 41.836,27	\$ 55.059,50
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 29.937,84	\$ 23.553,32	\$ 16.485,56	\$ 8.661,43	\$ 0,00
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 29.937,84	\$ 23.553,32	\$ 16.485,56	\$ 8.661,43	\$ 0,00
TOTAL PASIVOS	\$ 38.629,32	\$ 43.946,53	\$ 46.836,38	\$ 50.497,71	\$ 55.059,50
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 35.705,16	\$ 35.705,16	\$ 35.705,16	\$ 35.705,16	\$ 35.705,16
Utilidad del Ejercicio	\$ 17.099,28	\$ 40.120,77	\$ 59.710,96	\$ 82.306,97	\$ 108.321,82
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 17.099,28	\$ 57.220,05	\$ 116.931,00	\$ 199.237,98
TOTAL PATRIMONIO	\$ 52.804,43	\$ 92.925,20	\$ 152.636,16	\$ 234.943,13	\$ 343.264,95
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 91.433,75	\$ 136.871,74	\$ 199.472,54	\$ 285.440,84	\$ 398.324,45
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 48 Balance General Anual 2

5.5.9.12 Evaluación del Proyecto Turistic Bar

Para la evaluación financiera del proyecto intervienen dos indicadores financieras como lo son el TIR (tasa interna de retorno) que expresada en porcentaje debe resultar mayor a la tasa de descuento inicial y el VAN (valor actual neto) que mientras sea mayor a 0 significara que el proyecto es rentable.

EVALUACIÓN PROYECTO	
INVERSIÓN INICIAL	(71.410,31)
Flujo año 1	40.628,92
Flujo año 2	50.793,46
Flujo año 3	67.956,27
Flujo año 4	91.323,78
Flujo año 5	118.239,09
EVALUACIÓN FINANCIERA	
TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 159.694,30
TIR	73%
B/C	\$ 2,24
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	1 Año 7 MESES

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 49 Evaluación del Proyecto

Esto significa que en la realización de este proyecto, su costo de inversión inicial se recuperará en un tiempo de 1 año y 7 meses.

CONCLUSIONES

El Barrio Las Peñas es un atractivo muy importante de la ciudad y cuenta con varios lugares de diversión nocturna a los que acuden cientos de visitantes los mismos que se pueden ver afectados por las problemáticas que tiene el sector como la seguridad, y las ya expuestas en la parte inicial de esta investigación.

La parte netamente teórica es fundamental del trabajo de investigación para entender de mejor manera la estructura de lo que se investiga referente al campo y objeto, elementos claves para direccionar la investigación y documentarla.

El presente trabajo de investigación se realizó en base a métodos y técnicas investigativas tales como investigación descriptiva, método analítico, deductivo entre otros. Y junto con las herramientas de recolección de datos permitieron obtener información real del lugar de estudio.

Con la obtención de los resultados de la investigación y su correcto análisis e interpretación fue de ayuda para poder determinar las directrices idóneas para el desarrollo del trabajo de investigación.

El diseño de un bar ayuda al desarrollo turístico económico y social del sector, creando fuentes de empleo y contribuyendo al desarrollo turístico de la ciudad de Guayaquil.

RECOMENDACIONES

Para futuro poder ayudar al desarrollo del sector se puede mejorar la seguridad en todo el sector y lograr que los turistas se sientan más a gusto cuando van a visitar el Barrio Las Peñas.

Es necesario continuar con los procesos de investigación permitiendo que la línea de ayuda al desarrollo social se fortalezca de tal manera que los pequeños problemas detectados se sigan solucionando en secuencia

Se recomienda a futuras investigaciones utilizar los métodos de investigación como el analítico sintético, ya que ayudará a crear su propio criterio del trabajo a desarrollar siendo esto de vital importancia.

Se sugiere que se involucren con mayor continuidad a más actores del servicio turístico del Barrio las Peñas para que al analizar los resultados tener nuevas idea de las preferencias de la población en cuestión.

Las futuras propuestas deben ir encaminadas al desarrollo del turismo en Guayaquil donde la implementación de otros servicios fortalezcan dicha actividad turística.

BIBLIOGRAFÍA

- Raya, J., & Izquierdo, S. (2007). *Turismo, Hotelería y Restaurante*. Lima - Peru: Lexus.
- Alcalde San Miguel, P. (2009). *Calidad*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- Álvarez Pérez, I., & Garcerán García, N. (2003). *Tecnico en hoteleria y turismo*. Madrid: Cultural S.A.
- Bigné, J., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos; Análisis y Estrategia de Desarrollo*. Madrid: ESIC Editorial.
- Boullón, R. (2006). *Planificacion de Espacios Turisticos*. Mexico: Trillas.
- Cabarcos Novás, N. (2006). *Promoción y Venta de Servicios Turísticos, Comercialización de Servicios Turísticos*. Espana: IdeasPropias Editorial, S.L.
- Cárdenas Tabares, F. (1982). *Comercializacion del Turismo Determinacion y Análisis del Mercado*. Mexico DF: Trillas.
- Claudia. (26 de Mayo de 2011). *Mujeres Activa*. Obtenido de Recetas Caceras: <http://www.recetas-de-cocina.net/recetas/piqueos/brochetas-de-pollo-en-salsa-de-tamarindo.html>
- del Toro Cabrera, A. (2011). *Manual del Restaurante*. Guayaquil: IEPI.
- Domingo, F., Escodín, G., Gassó, D., & Aguirre, J. (2001). *Diccionario Enciclopédico Universal Interactivo*. Madrid: Cultural S.A.
- Esteve Secall, R., Fuentes García, R., Martín Rojo, M., & Torres Bernier, E. (2006). *Estructura de Mercados Turísticos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Fernández García, D. (1994). *Escuela de Hostelería y Turismo; Bar y Coctelería*. Málaga: Daly S.L.

- Fischer, S., Durnbusch, R., & Schmalensee, R. (1990). *Economía*. Mexico: McGraw Hill Interamericana S.A.
- Franco López, A. (2004). *Administración de la Empresa Restaurantera*. Mexico : Trillas.
- García Ortiz, F., García Ortiz, P., & Gil Muela, M. (2011). *Operaciones Basicas y Servicios en Restaurante y Eventos Especiales*. Madrid: Paraninfo S.A.
- García Ortiz, F., Gil Muela, M., & García Ortiz, P. (2003). *Hostelería y Turismo: Bebidas*. Madrid: Paraninfo S.A .
- González Molina, P. (2016). *Información y Atención al Visitante; UF0082*. Logroño, La Rioja: Tutor Formación.
- Gregory, P. (1998). *Fundamentos de Economía*. Mexico: Continental S.A.
- Guerrero Luján, R. (2012). *Tecnicas Elementales de Servicio*. Madrid : Paraninfo S.A.
- Gurría Di-Bella, M. (1991). *Introducción al Turismo*. Mexico DF: Trillas.
- Hernandez Sampieri, R., Baptista, P., & Fernandez, C. (2003). *metodologia de la investigacion*. mexico: mc graw hill interamericana.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Pilar, B. (2010). *metodologia de la investigacion*. mexico: Mc Graw/Interamericana.
- Hoyos, M., & Avilés, E. (2010). *Las Peñas: La historia*. Ecuador: Poligrafica C.A.
- Kate. (28 de Diciembre de 2010). *Mujer activa*. Obtenido de recetas de cocina: <http://www.recetas-de-cocina.net/recetas/piqueos/tequenos-rellenos-caseros.html>
- Kottler, P., Bowen, J., Makens, J., Rufin, R., & Reina Paz, D. (2004). *Marketing Para el Turismo*. Madrid: Pearson Education S.A.

- Laviana Cuetos, M. (1987). *Guayaquil en el Siglo XVIII; Recursos Naturales y Desarrollo Económico*. Sevilla: E.E.H.A. Alfonso XII; Publicaciones de la Escuela de Estudios Hispano Americanos de Sevilla. 332.
- Lopez, P. L. (2004). poblacion muestra y mueatreo. *scielo-*
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012, 1-2.
- Milio Balanzá, I., & Cabo Nadal, M. (2000). *Comercializacion de Productos y Servicios turísticos*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Montaner Montejano, J. (1998). *Estructura del mercado turistico*. Madrid: Sintesis S.A.
- Olmos Juárez, L., & García Cebrián, R. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Quesada Castro , R. (2007). *Elementos del Turismo*. San Jose de Costa Rica: Editorial EUNED.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Egraf.
- Suser Valdéz, R. A., & Pedroza Escandón, J. E. (2004). *Exportación Efectiva*. Mexico: ISEF empresa líder.
- tamayo y tamayo, m. (2004). *el proceso de la investigacion centifica*. mexico: limusa.
- Zelinski, E. (2003). *The Joy is Not Working; El Placer de no Trabajar*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.

ANEXOS



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Carrera: TURISMO Y HOTELERÍA

Ficha de Encuesta

Encuesta aplicada a los visitantes del Barrio Las Peñas	
Fecha	18/09/2016
Lugar	Guayaquil
Nombre y apellido del encuestador	Kevin Villón Alcívar

Datos Generales

Género: masculino ☐ Femenino ☐

Edad:

Entre 10 a 20 años ☐ entre 41 a 50 años ☐
Entre 21 a 30 años ☐ mayor de 51 años ☐
Entre 31 a 40 años ☐

Estado Civil

Soltero ☐ casado ☐ viudo ☐ divorciado ☐

Sector donde vive

Ciudad/Cantón _____

Concepto:

El Barrio Las peñas es constituido como uno de los lugares más visitados del cantón Guayaquil porque cuenta con varias atracciones como lo son, su arquitectura colonial, sus galerías de artes y también sus lugares de entretenimiento como sus bares y restaurantes donde acuden cientos de turistas a lo largo de todo el año.

Con lo anterior expuesto

Encuesta

1) ¿Cada que tiempo Ud. visita al barrio las peñas?

Una vez al mes ☐ dos veces al mes ☐ más de tres veces al mes ☐

2) ¿Cree Ud. que el barrio las peñas es un atractivo turístico visitado?

Poco ☐ ni mucho, ni poco ☐ bastante ☐ absolutamente nada ☐

3) Considera Ud. que el servicio que ofrecen los establecimientos de entretenimiento nocturno del barrio las peñas es:

Deficiente ☐ malo ☐ regular ☐ bueno ☐
excelente ☐

4) ¿En una escala del 1 al 10 cómo calificaría a los bares del barrio las peñas?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐
10 ☐

5) La infraestructura con que cuentan los bares en el barrio las peñas es optima

Muy desacuerdo ☐ en desacuerdo ☐ neutral ☐ de acuerdo ☐

Muy de acuerdo ☐

6) ¿Con que frecuencia visita Ud. los establecimientos de diversión nocturna?

Nunca ☐ algunas veces ☐ a menudo ☐ casi siempre ☐

Siempre ☐

7) ¿Qué es lo primero que Ud. consideraría antes de acudir a un establecimiento de diversión nocturna?

Ubicación ☐ precio ☐ infraestructura ☐ servicio ☐

8) ¿Qué tipo de bebidas le gusta consumir cuando asiste a un sitio de diversión nocturna?

Wisky ☐ cerveza ☐ cocteles ☐ tequila ☐

Otros (especifique) _____

9) ¿Generalmente cuál es su presupuesto al ir a un bar?

15 ☐ 20 ☐ 30 ☐ 40 o mas ☐

10) ¿Al momento de acudir a un lugar de entretenimiento nocturno cual preferiría?

Discoteca ☐ karaoke ☐ bar temático ☐

otros _____

11) ¿Está interesado en que se propongan nuevas ideas para lugares de diversión nocturna en el barrio las peñas?

Muy interesado ☐ interesado ☐ neutral ☐

No interesado ☐ nada interesado ☐

12) ¿Qué servicios preferiría que se ofrezcan en un nuevo bar en El Barrio Las Peñas?

Piqueos	☐
Show de coctelería	☐
Música tradicional	☐
Shows en vivo	☐

13) ¿Con cuantas personas suele ir a visitar un centro de diversión o bar?

Con una persona	☐
Con dos personas	☐
Con tres personas	☐
Con más de tres personas	☐

14) Estaría interesado en visitar un bar que tenga como temática atractivos turísticos

Muy interesado	☐	interesado	☐	neutral	☐	no
interesado	☐	nada interesado	☐			



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Carrera: TURISMO Y HOTELERÍA

FICHA DE ENTREVISTA

FECHA:		HORA:
LUGAR: Cantón Guayaquil, Provincia del Guayas.		ENTREVISTADOR: Kevin Adrián Villón Alcívar
ENTREVISTADO:		
Especialidad:		Cargo:

Introducción:

Característica de la Entrevista: Confidencial

Preguntas

1) ¿Según su criterio que opina sobre el turismo en la ciudad de Guayaquil?
2) ¿Cómo califica Ud. a la demanda turística en la ciudad de Guayaquil en los últimos años?

3) ¿Que opina Ud. sobre los establecimientos de diversión nocturna y los servicios que ofrecen en la ciudad de Guayaquil?
4) En la actualidad el Barrio Las Peñas se ha constituido como un atractivo turístico de gran interés ¿cuál es su perspectiva respecto a esto?
5) ¿Considera Ud. que el municipio o la prefectura deben fomentar el desarrollo de microempresas turísticas? ¿Porque? Solo para entrevista #3
6) ¿Que opina Ud. sobre las empresas de alimentos y bebidas en la actualidad?
7) ¿Qué ventajas y desventajas habrían en la implementación de un bar temático?
8) ¿Cuál es su punto de vista referente a la propuesta de diseñar un bar que tenga como temática atractivos turísticos?

**Trabajo de campo reconocimiento del lugar de estudio Barrio
Las Peñas**



Bar El Rincón del Cerro



Bar El Galeón de Arturs

Tienda de artesanías en el Barrio Las Peñas



Galería de Artes

Trabajo de campo realización de encuestas

