

Universidad de Guayaquil



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
BAR-PLAYA EN PUERTO ENGABAO, CANTÓN GRAL.
VILLAMIL PLAYAS, PROV. DEL GUAYAS.

AUTOR:

JENNIFER GEAMELLA TORRES MOREIRA

TUTOR:

LCDO. AURELIANO DEL TORO CABRERA

OCTUBRE 2014

GUAYAQUIL - ECUADOR

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR-PLAYA EN PUERTO ENGABAO, CANTÓN GRAL. VILLAMIL PLAYAS, PROV. DEL GUAYAS.

AUTOR/ES:
Torres Moreira Jennifer Geamella

REVISORES:
Lcdo. Del Toro Cabrera Aureliano

INSTITUCIÓN:
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD:
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA: TURISMO Y HOTELERÍA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGES: 119

ÁREAS TEMÁTICAS:

Estudio de factibilidad para la creación de un Bar-Playa.

PALABRAS CLAVE:

Estudio de factibilidad, Turistas, Turismo, Playa, Puerto Engabao.

RESUMEN:

Este proyecto analiza la viabilidad de crear un bar-playa en Puerto Engabao, Cantón General Villamil Playas, el mismo que a través de la investigación de mercado ha permitido determinar que la demanda insatisfecha en cuanto a la falta de alternativas de turismo en esta zona es notablemente alta por lo que se considera que el proyecto presentado es comercialmente viable. Sus condiciones geográficas hacen de este sitio un lugar perfecto para realizar este tipo de emprendimiento ya que su clima es propicio para desarrollar la creación del bar. Pero existe inconformidad por parte de los turistas sobre la escasez de establecimientos de recreación en la zona. La problemática conllevó a realizar un estudio de factibilidad para la creación de un bar-playa, con la finalidad de aportar en el desarrollo turístico del cantón y del puerto, ofreciendo un establecimiento de recreación para diferentes tipos de clientes, lo que permite al cliente a pasar momentos de relajación y diversión. Para lograr esta meta el proyecto se financiará de la siguiente manera: el monto total de la inversión será de \$ 79.453,74 dólares por lo que se procederá a realizar un préstamo en el BNF por un valor de \$ 35.000,00 dólares y el restante se cubrirá con el aporte de los socios que suman un valor de \$ 50.000,00 dólares. Luego de haber elaborado un estudio financiero, los indicadores muestran que este proyecto es factible y así establecer un emprendimiento beneficioso y que activará la economía del lugar, dando capacidad a la colaboración activa y mejorando el estilo de vida de la comuna.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

NO

CONTACTO CON AUTOR:

Teléfono: 0983076737

E-mail:
torresjennifer90@hotmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCION:

Nombre: Lcdo. Del Toro Cabrera Aureliano

Teléfono: 0968791601

E-mail: aurelianolatorocabrera@yahoo.com

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

Guayaquil, Marzo del 2015

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, certifico:

Que la Srta. **Jennifer Geamella Torres Moreira**, ha realizado la tesis de grado titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR-PLAYA EN PUERTO ENGABAO, CANTÓN GRAL. VILLAMIL PLAYAS, PROV. DEL GUAYAS”**, la cual he analizado aplicando las disposiciones institucionales, por lo que autorizo a la mencionada egresada, 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.

Lcdo. AURELIANO DEL TORO CABRERA.

TUTOR

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

CERTIFICACIÓN DEL GRAMATÓLOGO

Quien respalda el presente certificado, se permite anunciar que luego de haber leído y revisado gramaticalmente la Redacción, Estilo y Ortografía del contenido de la tesis de la Srta. **Jennifer Geamella Torres Moreira**, cuyo tema de investigación es “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR-PLAYA EN PUERTO ENGABAO, CANTÓN GRAL. VILLAMIL PLAYAS, PROV. DEL GUAYAS**”.

Certifico que este trabajo de investigación ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas, sintácticas, morfológicas, y simétricas vigentes.

LCDA. MÓNICA ANGELINA PÉREZ ZULUETA MSc.

DOCENTE LECTOR

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

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

Los miembros del Tribunal de sustentación, aprueban (con mención honorífica y/o recomendación para su publicación) el Informe de Investigación, realizado por la Srta. **Jennifer Geamella Torres Moreira**, cuyo tema de investigación es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR-PLAYA EN PUERTO ENGABAO, CANTÓN GRAL. VILLAMIL PLAYAS, PROV. DEL GUAYAS”**.

Jurado examinador

Jurado examinador

Jurado examinador

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Jennifer Geamella Torres Moreira**, en calidad de autora del trabajo investigativo titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR-PLAYA EN PUERTO ENGABAO, CANTÓN GRAL. VILLAMIL PLAYAS, PROV. DEL GUAYAS”**. Autorizo a la Universidad de Guayaquil hacer uso del contenido de esta obra, con fines rigurosamente académicos, sin olvidar que los derechos como autora de este trabajo investigativo me pertenecen.

Atentamente.

Jennifer Geamella Torres Moreira.

CI: 0930449145

DEDICATORIA

La culminación de este proyecto es dedicada a Dios, quién supo darme fuerzas, sabiduría para seguir adelante y así terminar cada capítulo y afrontar los obstáculos en mi vida.

Y a mi familia quienes han estado siempre presentes en los buenos y malos momentos. A mis padres por su amor incondicional que me ayudaron en todo momento, y gracias por los consejos y valores que me han inculcado, y me han permitido mejorar tanto a nivel personal como profesional.

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo del trabajo realizado. Por eso agradezco a Dios, quien me dio fortaleza, entendimiento y supo llenarme de sabiduría en cada momento.

Y a mis padres por el apoyo incondicional en cada una de mis etapas de desarrollo profesional, quienes fueron mis pilares fundamentales y gracias a sus sabias palabras de fortaleza.

Y a mí tutor, el Lcdo. Aureliano Del Toro Cabrera, por los conocimientos impartidos durante el proceso de tesis y culminación del proyecto de tesis.

ÍNDICE GENERAL

Caratula.....	i
Ficha de registro de tesis.....	ii
Certificado de aprobación del tutor.....	iii
Certificación del gramatólogo.....	iv
Aprobación del jurado examinador.....	v
Declaración de autoría.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Agradecimiento.....	viii
Índice general.....	ix
Índice de tablas.....	xiv
Índice de imágenes.....	xvi
Índice de gráficos.....	xvii
Índice de fotos.....	xviii
Resumen.....	xix
Abstract.....	xx
Introducción.....	21
CAPÍTULO I.....	22
1. El problema.....	22
1.1 Planteamiento del problema.....	22
1.2 Delimitación del problema.....	22
1.3 Formulación del Problema.....	23
1.4 Objetivos.....	23
1.4.1 Objetivo general.....	23
1.4.2 Objetivos específicos.....	23
1.5 Justificación.....	23

CAPÍTULO II.....	25
2. Marco referencial.....	25
2.1 Antecedentes generales.....	25
2.1.1 Antecedentes históricos del turismo a nivel mundial..	25
2.1.2 Antecedentes históricos del turismo en el Ecuador....	27
2.1.3 Antecedentes históricos del turismo en la provincia del	
Guayas.....	30
2.1.4 Antecedentes generales del Cantón Playas.....	32
2.1.4.1 Historia del cantón Gral. Villamil Playas.....	32
2.1.4.2 Orografía.....	33
2.1.4.3 Hidrografía.....	33
2.1.4.4 Flora y fauna.....	33
2.1.4.5 Gastronomía.....	34
2.1.4.6 Clima.....	34
2.1.5 Historia de Puerto Engabao.....	35
2.1.5.1 Puerto Engabao.....	35
2.1.5.2 Clima.....	35
2.1.5.3 Fauna y flora.....	36
2.1.5.4 Gastronomía.....	36
2.2 Introducción de bar.....	37
2.2.1 Fundamentación histórica.....	37
2.2.2 Fundamentación teórica.....	37
2.2.3 Tipos de bares y sus características.....	39
2.2.4 Bares en Puerto Engabao.....	41
2.3 Fundamentación epistemología.....	42
2.4.1 Psicología.....	42
2.4.2 Sociología.....	42
2.4 Marco legal.....	43

2.5 Definición de términos.....	51
CAPÍTULO III.....	54
3. Análisis del mercado.....	54
3.1 Análisis de la Industria de la Empresa.....	54
3.1.1 Introducción.....	54
3.1.2 Análisis del entorno externo de la empresa.....	55
3.1.2.1 Análisis de Pestel.....	55
3.1.2.2 Análisis de las fuerzas de Porter.....	60
3.1.2.3 Análisis de los competidores.....	62
3.1.2.4 Oportunidades y amenazas del análisis del entorno externo de la empresa.....	63
3.1.3 Análisis interno de la empresa.....	64
3.1.3.1 Cadena de valor.....	64
3.1.3.1.1 Actividades primarias.....	64
3.1.3.1.2 Actividades secundarias.....	65
3.1.3.2 Fortalezas y debilidades del análisis interno.....	66
3.2 Plan de Marketing.....	66
3.3 Productos o servicios.....	66
3.4 Plaza.....	68
3.5 Promoción.....	69
3.5.1 La publicidad.....	69
3.5.2 La promoción.....	70
3.6 Producto.....	70
3.7 Precio.....	70
3.7.1 Carta de Menú.....	70
3.8 Ventajas competitivas.....	73
3.8.1 Estrategia competitiva.....	73
3.9 Características del mercado.....	73
3.9.1 Tamaño del mercado.....	73

3.9.2 Evolución del mercado.....	74
3.9.3 Estructura del mercado.....	74
3.9.4 Segmentación del mercado.....	74
CAPÍTULO IV.....	75
4. Marco metodológico.....	75
4.1 Tipos de investigación.....	75
4.2 Métodos de investigación.....	75
4.3 Técnicas y herramientas de la investigación.....	76
4.4 Población y muestra.....	77
4.4.1 Características de la población.....	77
4.4.2 Delimitación de la población.....	77
4.4.3 Tipo de muestra.....	77
4.4.4 Tamaño de la muestra.....	77
CAPÍTULO V.....	79
5. Análisis de resultados.....	79
5.1 Tabulación de Encuestas.....	79
5.2 Entrevista dirigida a representantes de la comuna.....	88
CAPÍTULO VI.....	89
6. Propuesta administrativa y económica de la empresa.....	89
6.1 Evaluación económica.....	89
6.2 Descripción de la empresa.....	89
6.2.1 Misión de la empresa.....	92
6.2.2 Visión de la empresa.....	92
6.2.3 Nombre de la empresa.....	92
6.2.4 Tipo de compañía.....	93
6.2.5 Capital de los socios.....	93
6.2.6 Organigrama estructural de la empresa.....	94
6.3 Evaluación financiera del proyecto.....	100

6.3.1 Inversiones.....	100
6.3.2 Van, Tir.....	105
6.4 Capital de trabajo.....	105
6.5 Gastos de puesta en marcha.....	106
6.6 Permisos de funcionamiento anual.....	106
6.7 Gastos de limpieza.....	106
6.8 Gastos de instalación eléctrica.....	106
6.9 Imprevistos.....	106
6.10 Suministros.....	106
6.11 Financiamiento.....	107
6.12 Ingresos.....	107
6.13 Conclusión y recomendación.....	111
6.13.1 Conclusiones.....	111
6.13.2 Recomendaciones.....	113
Bibliografías.....	114
Anexos.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Países que visitan el Ecuador (2014-2015)	28
Tabla N° 2 Principales destinos de los ecuatorianos (2014-2015)	28
Tabla N° 3 Llegadas de extranjeros al Ecuador (2014-2015)	29
Tabla N° 4 Salidas de Ecuatorianos al exterior (2014-2015)	29
Tabla N° 5 Establecimientos de Bar en Puerto Engabao	41
Tabla N° 6 Indicadores económicos del país (2014-2015)	56
Tabla N° 7 Atractivos según las fuerzas de Porter	62
Tabla N° 8 Oportunidades y amenazas del entorno externo	63
Tabla N° 9 Fortalezas y debilidades del análisis interno	66
Tabla N° 10 Tipos de cócteles más conocidos en el mercado	68
Tabla N° 11 Género de los encuestados	79
Tabla N° 12 Edades de los encuestados	80
Tabla N° 13 Playas que más frecuentan	81
Tabla N° 14 Frecuencia que visita Puerto Engabao	82
Tabla N° 15 Qué es lo que toma en cuenta	83
Tabla N° 16 Que actividad realizaria en el bar	84
Tabla N° 17 Tipo de música	85
Tabla N° 18 Con quien visitaría	86
Tabla N° 19 Tipos de bebidas	87
Tabla N° 20 Capital de los socios	93
Tabla N° 21 Terreno	100
Tabla N° 22 Construcción	101
Tabla N° 23 Equipo de cómputo	101
Tabla N° 24 Muebles y enseres	101
Tabla N° 25 Maquinarias	102

Tabla N° 26 Materiales.....	102
Tabla N° 27 Depreciación método de línea recta.....	103
Tabla N° 28 Sueldos y salarios del personal.....	104
Tabla N° 29 Costo total de inversión.....	104
Tabla N° 30 Costo de servicios anual.....	105
Tabla N° 31 Amortización del préstamo.....	107
Tabla N° 32 Flujo de caja financiado.....	109
Tabla N° 33 Flujo de caja sin financiamiento.....	110
Tabla N° 34 Análisis de flujo de caja financiado.....	111
Tabla N° 35 Análisis de flujo de caja sin financiamiento.....	111

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1 Llegada de turistas internacionales e ingresos por turismo (2014).....	26
Imagen N° 2 Rutas Turísticas del Guayas (2012).....	32
Imagen N° 3 Gastronomía Playenses (2015).....	34
Imagen N° 4 Atractivos turísticos de Puerto Engabao (2015).....	36
Imagen N° 5 Rubro del Turismo en la Economía (2013-2014).....	57
Imagen N° 6 Población del Ecuador por edad y sexo (2010).....	58
Imagen N° 7 Estructura de la Planta del Bar-Playa.....	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Género de los encuestados.....	79
Gráfico N° 2 Edades de los encuestados.....	80
Gráfico N° 3 Playas que más frecuentan.....	81
Gráfico N° 4 Frecuencia que visita Puerto Engabao.....	82
Gráfico N° 5 Qué es lo que toma en cuenta.....	83
Gráfico N° 6 Que actividad realizaria en el bar.....	84
Gráfico N° 7 Tipo de música.....	85
Gráfico N° 8 Con quien visitaría.....	86
Gráfico N° 9 Tipos de bebidas.....	87
Gráfico N° 10 Organigrama estructural del Bar.....	94

ÍNDICE DE FOTOS

Foto N° 1 Terreno para construir el Bar.....	117
Foto N° 2 Calle principal - Playa Puerto Engabao.....	117
Foto N° 3 Medio de transporte Engabao.....	118
Foto N° 4 Campeonato de surf en Puerto Engabao.....	118
Foto N° 5 Zona Pesquera.....	118
Foto N° 6 Turistas en playa de Puerto Engabao.....	119
Foto N° 7 Gastronomía de Puerto Engabao.....	119
Foto N° 8 Mapa turístico Cantón Playas – Puerto Engabao.....	119
Foto N° 9 Autoridad de la Comuna Engabao.....	120

RESUMEN

Este proyecto analiza la viabilidad de crear un bar-playa en Puerto Engabao, Cantón General Villamil Playas, el mismo que a través de la investigación de mercado ha permitido determinar que la demanda insatisfecha en cuanto a la falta de alternativas de turismo en esta zona es notablemente alta por lo que se considera que el proyecto presentado es comercialmente viable.

Sus condiciones geográficas hacen de este sitio un lugar perfecto para realizar este tipo de emprendimiento ya que su clima es propicio para desarrollar la creación del bar. Pero existe inconformidad por parte de los turistas sobre la escasez de establecimientos de recreación en la zona.

La problemática conllevó a realizar un estudio de factibilidad para la creación de un bar-playa, con la finalidad de aportar en el desarrollo turístico del cantón y del puerto, ofreciendo un establecimiento de recreación para diferentes tipos de clientes, lo que permite al cliente a pasar momentos de relajación y diversión.

Para lograr esta meta el proyecto se financiará de la siguiente manera: el monto total de la inversión será de \$ 79.453,74 dólares por lo que se procederá a realizar un préstamo en el BNF por un valor de \$ 35.000,00 dólares y el restante se cubrirá con el aporte de los socios que suman un valor de \$ 50.000,00 dólares. Luego de haber elaborado un estudio financiero, los indicadores muestran que este proyecto es factible y así establecer un emprendimiento beneficioso y que activará la economía del lugar, dando capacidad a la colaboración activa y mejorando el estilo de vida de la comuna.

PALABRAS CLAVES:

Estudio de factibilidad, Turistas, Turismo, Playa, Puerto Engabao.

ABSTRACT

This project examines the feasibility of creating a beach-bar in Puerto Engabao, General Villamil Playas Canton, the same as through market research has revealed that the unmet demand as to the lack of alternative tourism in this area is so remarkably high it is considering that the project submitted is commercially viable.

Geographical conditions make this site a perfect place for this kind of venture place because its climate is conducive to develop the creation of the bar. But there is disagreement on the part of tourists about the lack of recreational facilities in the area.

The problems led to conduct a feasibility study for the creation of a beach bar, in order to bring in the tourist development of the canton and the port, offering a recreation facility for different types of customers, enabling the customer to spend moments of relaxation and fun.

To achieve this goal the project will be financed as follows: the total amount of investment will be \$ 79,453.74 US dollars so it will proceed with a loan at the BNF for a value of \$ 35,000.00 US dollars and the remaining it will be covered by the contribution of partners totaling a value of \$ 50,000.00 US dollars. Having developed a financial study, the indicators show that the project is feasible and to establish a beneficial venture and activate the local economy, providing capacity to the active collaboration and improving the lifestyle of the community.

KEYWORDS:

Feasibility study, tourists, tourism, beach, Puerto Engabao.

INTRODUCCIÓN

Ecuador, conocido como el país de la mitad del mundo, un país pequeño con una extensión de 283.561 km², pero con gran riqueza histórica, cultural y natural, alberga numerosas especies de flora y fauna, poseedor de hermosos paisajes en sus cuatro regiones tal como es la Región Litoral o Costa, Región Interandina o Sierra, la Región Amazónica u Oriental, la Región Galápagos o Insular. En él se relaciona el sol, la playa, los volcanes, los nevados, la selva, los extensos ríos, las bellas islas y especies animales únicas en el mundo, por esto y mucho más es considerado como destino turístico.

La provincia del Guayas es la quinta en la región Litoral con mayor población de 3.645.483 habitantes y una de las que más aporta en beneficio de la economía del país. Guayas posee una gran variedad de atractivos turísticos, y es poseedora de hermosas playas de agua salada y dulce. Cuenta con 6 rutas turísticas como es la Ruta de la Aventura, Ruta del Pescador, Ruta del Cacao, Ruta de la Fe, Ruta del Arroz y Ruta del Azúcar.

El Puerto Engabao, es un poblado pesquero, en el cual se conservan vivas sus costumbres y tradiciones costeras, la altura de sus olas lo convierte en la principal atracción para los surfistas, siendo un lugar perfecto para realizar dichos deportes. Puerto Engabao es un lugar para alejarse de todo, siendo un excelente sitio para desarrollar diferentes actividades tales como el surf, voleibol, fútbol y la pesca deportiva.

El objetivo principal de este proyecto es crear un bar que nace precisamente para satisfacer la necesidad de los clientes. Crear un negocio que tienda a innovar e incursionar en el ámbito empresarial, con lineamientos que direccionen por un lado la satisfacción del mercado en mención y por ende esto conllevará al crecimiento económico en la zona.

CAPÍTULO I

1. El Problema

1.1 Planteamiento del problema

Con el transcurso de los años la actividad turística en el Puerto Engabao se desarrolla con mayor intensidad, lo que genera un incremento de visitantes en la playa del puerto, lo que conlleva a un aumento de la demanda turística.

En definitiva los problemas de la comuna es su poco involucramiento con los turistas que ha provocado un decrecimiento en la implantación de nuevas alternativas de negocio, lo que puede provocar migraciones. Ya que en la comuna se aprecia un déficit de establecimientos de bares para recibir a los visitantes, generando inconformidad entre los turistas y moradores de la comuna quienes desean pasar momentos agradables, y así disfrutar mucho más de la playa.

Y este problema es aún mayor en tiempos de feriados, vacaciones y festividades de la comuna, donde reciben cantidad de personas de diferente lugares tanto extranjeros como nacionales, y esto provoca poca satisfacción en los turistas.

1.2 Delimitación del problema

La presente investigación se realiza en Puerto Engabao, Cantón Gral. Villamil Playas, Provincia del Guayas región Litoral o Costa perteneciente a la zona 5, República del Ecuador. Limita al Norte: La Península de Santa Elena, al Oeste y al Sur: Océano Pacífico, y al Este: Parroquias Posorja y El Morro-Cantón de Guayaquil.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo influye la creación de un bar-playa en el desarrollo turístico del Puerto Engabao - cantón Gral. Villamil playas - Prov. Del Guayas?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar la factibilidad de creación de un bar-playa a fin de contribuir al desarrollo de la actividad turística de Puerto Engabao.

1.4.2 Objetivos específicos

- ✓ Realizar un análisis del entorno interno y externo de la empresa.
- ✓ Elaborar un estudio de mercado para conocer el perfil actual y potencial consumidor.
- ✓ Elaborar un análisis económico financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

1.5 Justificación

El objetivo principal de este proyecto de investigación es analizar la factibilidad para la creación de un bar-playa en el desarrollo turístico de Puerto Engabao. El propósito es fundamentar la creación de un bar ya que con esta iniciativa muchos de los moradores se ven beneficiados ya que se generan nuevas plazas de empleo. Con la propuesta de la creación de este bar-playa, los visitantes pueden satisfacer sus necesidades exclusivamente para personas quienes desean relacionarse y buscan un sitio donde puedan divertirse, bailar, escuchar música, disfrutar momentos de relajación, ambientación y variedad de bebidas y otros servicios adicionales, compartiendo con amigos, y familiares

momentos agradables. Además deleitarse con diferentes actividades como: pesca deportiva, surf, fútbol y voleibol, entre otros ya que el turismo empieza a generar ingresos tanto en el bar como para los moradores de la zona que ofrecen variedad de servicios. Este proyecto tiene como ideal crear un negocio que tienda a innovar e incursionar en el ámbito empresarial, con lineamientos que direccionen por un lado la satisfacción del mercado en mención y por ende esto conllevará al crecimiento económico en la zona. Siendo una propuesta muy importante en brindarle al turista un ambiente natural y la tranquilidad que ha atraído a muchos visitantes.

CAPÍTULO II

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes generales

2.1.1 Antecedentes históricos del turismo a nivel mundial

La labor turística empieza mucho antes de que el hombre pudiera viajar en automóvil, avión o barco ya que anteriormente el único medio de transporte fueron sus piernas, sin ignorar que se sintieron forzados a viajar por la única necesidad de cazar y así poderse alimentar. Montaner Jordi (s.f.) indica que en la:

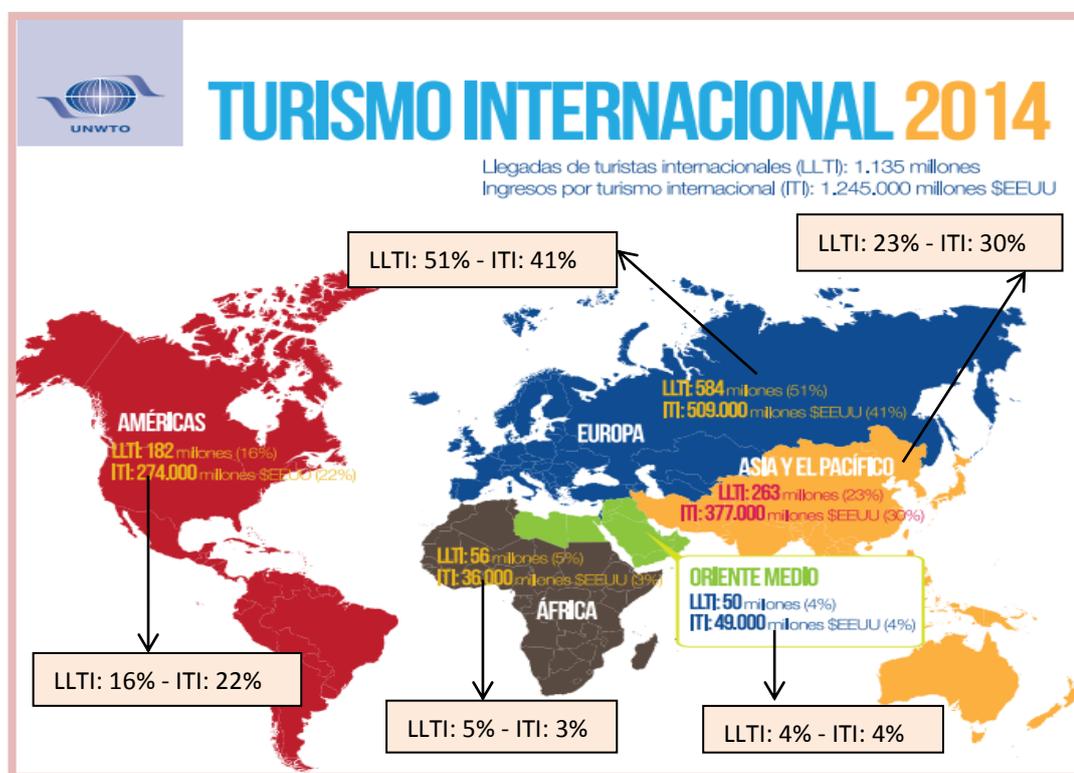
Edad Antigua: los romanos y griegos elaboraban actividades de esparcimiento, **Edad Media:** nace el turismo religioso con la expansión del cristianismo, y en la **Edad Moderna:** se realizan viajes a otros países o continentes por motivo de descubrimiento y por el comercio de tierras, **Edad Contemporánea:** se distingue el desarrollo del turismo acompañado de grandes acontecimientos, entre los cuales se pueden destacar la máquina a vapor aplicada al transporte marítimo y al ferrocarril, se crean agencias de viajes, nacen nuevas tendencias turísticas como el termalismo, turismo deportivo, sol y playa entre otros.

En la actualidad el turismo se transforma en una parte fundamental de ingresos principalmente para países en vía de desarrollo, ya que esta industria es la que más genera ingresos económicos, en ciertos países la industria es la única que logra sacar de la pobreza a la ciudadanía, dando comienzo a muchas plazas de trabajo asimismo ingresos de impuesto a la gobernación.

En el 2014, La Organización Mundial de Turismo (OMT), Europa con un aumento del 51% en llegadas siendo el mayor crecimiento, la Región de Asia y el Pacífico con un 23%, seguido de África con un registro del 5% y

en América un 16%, mientras que en el Oriente Medio un 4%. De los ingresos por turismo internacional, **Europa** recibe el (41%) registrando la mayor ganancia turística de 509.000 millones de dólares. **Asia y el Pacífico** con un (30%), llegando a los 377.000 millones de dólares. En **América** el (22%), total de 274.000 millones de dólares. En **Oriente Medio** (4%), de 49.000 millones de dólares y en **África** un (3%) de 36.000 millones de dólares.

Imagen N° 1 Llegada de turistas internacionales e ingresos por turismo



Fuente: (OMT) Organización Mundial de Turismo. (2014)

2.1.2 Antecedentes históricos del turismo en el Ecuador

En el año de 1935 el General Alberto Enríquez Gallo, funda una Ley exterior designada Ley de Turismo, en la cual concedía una cédula a los turistas y con este documento poder ingresar al país, asimismo se origina la Dirección de Turismo del Estado. En el gobierno del año 1948 del Sr. Galo Plaza Lazo, se renueva la legislación turística generando una tarjeta de turismo para aquellos turistas correspondientes al continente Americano y para los turistas que provienen de distintos continentes predominaría la cédula de turismo, mientras que el gobierno en (1952-1956) del Dr. José María Velasco Ibarra, la Dirección de Turismo realiza campañas publicitarias interno y externo del Ecuador y posteriormente por escases de recursos se paraliza.

Campaña llamada “All you need is Ecuador” fue la última promoción ya que actualmente el Ministerio de Turismo es la entidad quien se encarga de realizar campañas y promociones mundialmente, con la iniciativa de convertir al Ecuador en potencia turística. El Ecuador goza de varios atractivos turísticos que fascinan a extraños y a propios, en el transcurso de los años la cifra de turistas se aumenta, generando divisas que ayudan a la economía del país y de cada ecuatoriano, y con el transcurso de los años siendo muchos los gobiernos y entidades que se han inquietado por la explotación del turismo viendo que esta actividad es una buena razón para crear empleos e ingresos económicos.

Los mercados emisores que encabezan la lista de los 10 primeros países con el mayor número de llegadas al país son Estados Unidos: con un 24%, de 32.194 extranjeros; Colombia: 23% de 30.469 extranjeros; Perú 8% de 10.065 de extranjeros.

Tabla N° 1 Países que visitan el Ecuador (2014-2015)

RK	PAÍS	2014	2015	% Part.
		JUNIO	JUNIO	
1	Estados Unidos	32.123	32.194	24,41
2	Colombia	30.742	30.469	23,10
3	Perú	12.386	10.065	7,63
4	España	7.347	7.801	5,91
5	Venezuela	8.092	7.199	5,46
6	Cuba	3.051	6.253	4,74
7	Argentina	2.924	3.105	2,35
8	Chile	2.253	2.193	1,66
9	Canadá	2.053	2.075	1,57
10	Alemania	1.781	1.980	1,50
•	Otros países	26.304	28.568	21,66
Total		129.056	131.902	100,00

Fuente: Dirección Nacional de Migración (Ministerio de Turismo)
Coordinación de Estadística e Investigación.

Durante el mes de junio del 2015, los ecuatorianos que salieron al exterior ascienden a 89.106 y se observa un incremento de 2,15% respecto a las salidas realizadas en junio del año anterior.

Tabla N° 2 Principales destinos de los ecuatorianos (2014-2015)

RK	PAÍS	2014	2015	% Part.
		JUNIO	JUNIO	
1	Estados Unidos	30.358	31.797	35,68
2	Perú	14.498	16.355	18,35
3	España	7.083	8.397	9,42
4	Colombia	8.892	7.240	8,13
5	Panamá	3.563	3.363	3,77
6	Chile	1.734	3.216	3,61
7	Argentina	2.657	2.327	2,61
8	México	1.794	2.149	2,41
9	Italia	1.430	1.618	1,82
10	Brasil	7.818	1.324	1,49
11	Otros países	7.401	11.320	12,70
Total		87.228	89.106	100,00

Fuente: Dirección Nacional de Migración (Ministerio de Turismo)
Coordinación de Estadística e Investigación.

La Dirección Nacional de Migración (2014-2015), indica que en mayo del 2015, 112.270 extranjeros llegaron al país. Se registra un crecimiento en las llegadas al Ecuador de 1,0% con respecto a mayo del año anterior. (Llegadas mensuales)

Tabla N° 3 Llegadas de extranjeros al Ecuador (2014-2015)

MES	2014	2015
Abril	118.614	111.337
Mayo	111.174	112.270
Sub-Total	620.951	639.637

Fuente: Dirección Nacional de Migración (Ministerio de Turismo)
Coordinación de Estadística e Investigación.

Durante el mes de mayo de 2015, los ecuatorianos que salieron al exterior ascienden a 104.865. Se observa un crecimiento del 6,6% respecto a las salidas realizadas en mayo del año anterior. (Salidas mensuales)

Tabla N° 4 Salidas de Ecuatorianos al exterior (2014-2015)

MES	2014	2015
Abril	109.762	120.518
Mayo	98.417	104.865
Sub-Total	504.720	540.748

Fuente: Dirección Nacional de Migración (Ministerio de Turismo)
Coordinación de Estadística e Investigación.

2.1.3 Antecedentes históricos del turismo en la provincia del Guayas.

La provincia del Guayas tiene como capital al cantón Guayaquil siendo una de las ciudades más extensas, asimismo el puerto principal del Ecuador. La historia del turismo en el Guayas tiene sus comienzos en esta ciudad. A pesar de los múltiples incendios que azotó a Guayaquil, sufriendo desastres que consumieron barrios completos y a pesar que la perla del Pacífico seguía aumentando, el puerto donde arribaban grandes barcos la mayoría de origen Europeo siendo una actividad comercial.

(Correa Bustamante, F. J. 2002). La historia de la provincia del Guayas es larga y antigua, uno de los muchos acontecimientos importantes se desarrolló en la ciudad de Guayaquil el 9 de octubre de 1820, día en el que se da el grito emancipador de España que culminó victorioso en Pichincha el viernes 24 de Mayo de 1822.

Una vez terminadas las guerras de independencia de España se forma la Provincia Libre de Guayaquil, luego se une a la Gran Colombia y pasa a llamarse Departamento de Guayaquil. Luego que se separa de la Gran Colombia y se forma la República del Ecuador.

Colombo Cordero, (28 de Julio del 2013) en un artículo de revista señala que Guayaquil comienza a retornar de las cenizas en 1995 y en 1996 se retorna la seguridad de un mejor futuro. Construyen algunos puentes de desnivel, realizan limpieza en las calles, construcción del Malecón 2000, se recupera el edificio municipal que se encontraba destruido, y muchas obras más, y se viene la tan deseada “regeneración urbana”. Se va renovando y los turistas asisten con el deseo de conocer mucho del Guayas, la Prefectura del Guayas, poniendo en movimiento un gran

proyecto como es las rutas turísticas del Guayas y los pobladores de distintos cantones ven en este proyecto una oportunidad para promover el turismo en distintas zonas y asimismo producir ingresos económicos a cientos de familiares, ven en el turismo una forma de generar dinero.

El turismo generó más de 25.000 empleos, y que el turista representa casi un 8% del Producto Interno Bruto (PIB) del Guayas. Por cada \$35 que gasta el turista, \$5 van directamente a los hogares, ósea que el 14% del gasto del turista se destina a los hogares. Normalmente el turista que visita la provincia tiene entre 30 y 54 años, pernocta entre 4 y 9 días, y gasta diariamente cerca de \$125, la mayoría de estos turistas son provenientes de España, Estados Unidos, Perú y Colombia.

La Provincia del Guayas, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, localizada en la región litoral del país. Su capital es la ciudad de Guayaquil, ubicado al suroeste del mismo. Es el mayor centro comercial e industrial del Ecuador. Guayas tiene una extensión de 18.661,68 km² y su población es de 3.645.483 habitantes.

La Prefectura del Guayas refuerza el turismo en la provincia lanzando un proyecto llamado “Rutas Turísticas del Guayas”, como actividades relacionadas con el turismo por lo cual están organizadas en seis rutas turísticas tales como la Ruta de la Aventura, Ruta del Arroz, Ruta del Pescador, Ruta del Cacao, Ruta de la Fe, Ruta del Azúcar. Estas Rutas generan ingresos económicos a los pobladores, involucrándose a todos los cantones del Guayas.

Imagen N° 2 Rutas Turísticas del Guayas



Fuente: La Prefectura del Guayas (2012).

2.1.4 Antecedentes generales del Cantón Gral. Villamil Playas

2.1.4.1 Historia del cantón Gral. Villamil Playas

En la era precolombina, muchos arqueólogos indicaron que vivieron varias tribus indígenas en la zona costera del Cantón General Villamil. La más amplia de aquellas comunidades eran los “Chupuyos” significa (vertiente de agua). Cerca de Playas estuvieron muchos pueblos como son los Lindao y los Yagual. El desarrollo que tuvieron los habitantes de Playas desde su nombramiento en calidad de balneario produjo que el Gral. Eloy Alfaro manifestara el sector como parroquialización.

El 9 de marzo de 1910, se creó la parroquia rural Gral. José de Villamil, en la cual correspondía al cantón Guayaquil. En 1948 se abrió la carretera Guayaquil - Playas, la cual obtenía 96 km. El 2 de agosto de 1989 el antiguo Congreso Nacional del Ecuador aprueba el proyecto y el 15 de noviembre del mismo año, el presidente Rodrigo Borja firmó el ejecútese, quedando Playas cantonizado mediante Decreto Ejecutivo N°1 253 publicado en el Registro Oficial. En el último censo elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2010, el cantón Playas tiene una población con un total de 41.935 habitantes, siendo 21.242 hombres y 20.693 mujeres. Con una extensión de 274,81 km². (Correa Bustamante, F. J. 2002).

2.1.4.2 Orografía

El Cantón PLAYAS es un terreno llano, al norte se elevan los cerros: Cantera, Verde, Picón y Colorado. Sus costas son amplias y hacia el sur están los balnearios más sobresalientes.

2.1.4.3 Hidrografía

La red hidrográfica principal constituye el Estero del Morro, Lagarto, Río San Miguel, Boca del Morro, ubicados al este de la carta. En la parte occidental existen cursos de agua como el Río de Arena, de Olmos, Pozo del Cerro.

2.1.4.4 Flora y fauna

Las extensas sequías y el clima ardor han transformado al suelo playense en casi un desierto. Encontrando plantas de algarrobo donde se consigue la famosa algarrobina, energético de muy buena calidad y la pitahaya. Y en la fauna se encuentran especies de aves como: gaviotas, pelicano

pardo, fragata magna, cangrejo rojo, lisa, lobo marino, pulpo, langosta, pepino de mar, cultivo de camarón, robalo, corvinas, cazones, camotillo y sierras.

2.1.4.5 Gastronomía

El menú gastronómico del cantón playense son: el ceviche de camarón, ostra, pulpo, mixto, el bollo de verde con pescado, encebollado de albacora, arroz con pescado frito, arroz marinero, cazuela de mariscos, ostra gratinada, entre otros.

Imagen N° 3 Gastronomía Playenses



Fuente: Página Web Municipio de Playas (2015)

2.1.4.6 Clima

El clima es húmedo y cálido, tiene una temperatura de 24° C a 29° C.

2.1.5 Historia de Puerto Engabao

2.1.5.1 Puerto Engabao

Es un pueblo pesquero como el resto de la población, donde aún se conservan vivas sus tradiciones y costumbres costeras. La altura de sus olas es su principal atracción para los surfistas y es primordial para practicar este deporte, además se lo conoce como “Playa Escondida”, se encuentra situada al norte de Villamil Playas a unos 110 Km de Guayaquil, provincia del Guayas. Siendo un real paraíso en el perfil costanero, muy reconocido por los surfistas tanto nacionales como extranjeros, en cualquier instante del año se apreciará el cielo con sus bellas y extensas playas disfrutando de la naturaleza y su deporte como el surf.

El 2 de Agosto de 1989, nace el Cantón General Villamil Playas, quedando San Antonio, Data y Engabao, dentro del territorio de este cantón. La mayoría de pobladores viven en Puerto Engabao, y en la cabecera Comunal, calculando una población de 5.000 habitantes. Para tramitar el turismo, existen 2 tipos de organizaciones como: el Comité de Desarrollo Turístico y la Asociación Servidores Turísticos Comunitario, Engabao en todo su perfil territorial cuenta con hermosas playas y se han hallado vestigios arqueológicos en lugares funerarios.

La Comuna está compuesta de 13 barrios las cuales son: Cuatro Esquinas, Corazón de Jesús, 2 de Noviembre, Simón Bolívar, Urdesa, Barrio Garaicoa, Briza del Mar, Paraíso, 6 de Mayo, Puerto Engabao, Barrio Central, Las Peñas, España. En tiempos de antaño se comercializaban carbón del Guayacán, madera, Algarrobo y los ancianos cuentan que elaboraban sombreros de paja toquilla.

2.1.5.2 Clima

Puerto Engabao es soleado mientras que los meses de diciembre hasta abril las temperaturas son muy cálidos, obteniendo un promedio de 28°C, y las temperaturas de mayo hasta noviembre son más templadas con un promedio de 26°C.

2.1.5.3 Fauna y flora

Podrá apreciar de una variedad de avifauna tales como pelícanos, garzas, gaviotas, piqueros patas azules y lobos marinos y mucho más.

En cuanto a la flora el paisaje de la playa se caracteriza por la vegetación de bosque tropical seco y las especies de esta zona son peregrina, palmas, samán, madera negra, papayo, algarrobo, almendro, entre otros.

2.1.5.4 Gastronomía

Sus exquisitos platos típicos elaborados con productos frescos del mar, son deleite de muchos visitantes, degustando de los deliciosos platos como es el: arroz marinero, cazuela de mariscos, camarones apanados, ceviches de mariscos y su plato especial es el arroz engabadeño.

Imagen N° 4 Atractivos turísticos de Puerto Engabao

Iglesia Rústica



Surfista



Área de la Playa



Fuente: Página Web Municipio de Playas (2015)

2.2 Introducción de bar

2.2.1 Fundamentación Histórica

➤ Origen de los bares

Se originan en el pueblo griego, en la Edad Media, donde surgieron establecimientos en los cuales se vendían bebidas. A estos se los llamó tabernas, que eran pequeñas tiendas públicas en donde se podía consumir vinos y bebidas espirituosas. De esta manera, nació la actividad o ejercicio de vender bebidas alcohólicas. De Grecia pasó a Roma y de ahí a la mayoría de los países europeos y resto del mundo (Espantaleón, 2003, p. 201).

El origen de los bares, como hoy los conocemos, se pierde en el tiempo. No hay una sola voz al respecto, y no es claro quién abrió el primer establecimiento de esta clase. Hoy los historiadores y sociólogos lo categorizan bajo el sofisticado nombre de «espacio de sociabilidad informal» y su historia suele dividirse en occidente en una época antigua y otra moderna.

En la antigüedad los bares pueden encontrar su antepasado directo en las «*thermopolias*» y «*cauponae*» romanas. En las *thermopolias* se vendían bebidas calientes en invierno y frías en verano, vinos y comida rápida para consumir tanto en el sitio como para llevar (El secreto del éxito de los bares, 2013).

2.2.2 Fundamentación Teórica

➤ Definición de bar

(García, O. F., Gil, M. M., & García, O. P. 2003). La definición abreviada de bar que encontramos en cualquier diccionario o enciclopedia es:

“Establecimiento para el servicio de bebidas desde barra o mostrador”. El Art. 3 punto a) de la Ley de ordenación turística dice:

- a) “Aquellos establecimientos no comprendidos en el artículo anterior que, además de bebidas, sirvan al público mediante precio, para su consumición en el mismo local, aperitivos, “tapas”, raciones, bocadillos u otros alimentos”.

(Díaz, 2014). Cuando se habla de bar se hace referencia a los establecimientos que prestan servicios de bebidas. Dentro de este grupo hay establecimientos con características y modelos de organización propias y muy diferenciadas entre los que se encuentran los siguientes tipos: bares, heladerías, discotecas, coctelerías, snack bar, coffee shop, bares americanos, cervecerías, gastrobar, bares en restaurantes y bares en complejos hoteleros.

(Gil, 1994). Alrededor del año 1700, surgió en Inglaterra el establecimiento denominado bar. La expresión bar surge a partir del vocablo barrier, que significa barrera o barra fija. El bar es un lugar, ambiente o establecimiento de recreación, donde se ofrece el servicio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, así como otros productos con fines lucrativos o comerciales. El elemento más característico de un bar es la barra o mostrador, que es un pequeño muro o mueble que puede llegar a la altura del pecho, donde se sirven las bebidas a los clientes.

Esta barra divide al local en dos partes: la zona pública, donde los clientes permanecen junto a la barra de pie o sentados en banquetas altas y, por otro, el área de producción, donde están las personas encargadas de servir las bebidas, comúnmente conocidas como barman o bartender, y todo el mobiliario y equipos para la preparación del producto, al igual que la cristalería, licores y materia prima para dar el servicio. Es fundamental

su mobiliario, decoración y la instalación, pero sobre todo el personal, que debe estar altamente calificado para el servicio y preparación de las bebidas.

2.2.3 Tipos de bares y sus características

1) Bar Piscina: existe una modalidad conocida como “Aquabar” en español o “Pool Bar” en inglés, son típicos de las zonas tropicales de turismo, y suelen estar integrados dentro del hotel. El bar se caracteriza por estar ubicado dentro de la piscina o cerca, para que los clientes puedan tomar una bebida, coctel o refresco dentro del agua y se aconseja que el servicio sea en vasos y platos desechables para evitar accidentes dentro del área de la piscina (OriginalMusic, 2012).

2) Bar Playa: es un tipo de bar situado cerca de la playa, donde se sirven bebidas frías, o calientes y comidas mientras los clientes disfrutan del sol y el mar en la playa, se encuentran por todo el perfil costero pero hay de diferentes tipos, algunos son pequeños kioscos, otros están mucho más preparados, llegando a ser considerados auténticos restaurantes, y otros incluso se especializan en el ocio nocturno, con música y baile por la noche (OriginalMusic, 2012).

3) Bar Inglés: son establecimientos en los que predominan la sobriedad y casi un total silencio, suave música. Lo más frecuente es la iluminación de luz suave y sus paredes y columnas estén revestidas en madera y decoradas con algún espejo, con cuadros pequeños con escenas de caza o similares lo que hace de un lugar serio y distinguido que permite a los clientes relajarse y disfrutar (Espantaleón, 2003).

4) Bar Irlandés: Es un local público en el que se sirven bebidas y comidas, siendo en la mayoría de los casos un lugar donde se puede oír música. Se caracteriza por tener un decorado muy acogedor con acabados en madera, una iluminación tenue, y el uso de maderas oscuras

en muebles y revestimientos de la paredes, y otro elemento característico es la música, que puede ser celta o de otros estilos melódicos. Suelen especializarse en cervezas principalmente (OriginalMusic , 2012)

5) Bar Americano o coctelería: son aquellos bares donde se venden más bebidas que alimentos, todo tipo de combinados alcohólicos y cocteles. La amplia variedad de combinados alcohólicos que ofertan los convierte en establecimientos nocturnos, y pueden estar abiertos desde la primera hora de la tarde hasta altas horas de la madrugada, dependiendo de la legislación del local (Guerrero, 2014).

6) Café Bar: es un establecimiento donde los clientes acuden a charlar mientras toman café siendo un centro de reunión de estudiantes e intelectuales. Son salas amplias con gran número de mesas, los que ofrecen servicios de desayunos y meriendas los que atraen a mayor número de clientes (García, Gil, García, 2003).

7) Pub Bar: se pusieron de moda en los años setenta, teniendo una mezcla de bar-cafetería y bar americano, ofrecen servicio de bebidas, ambiente acogedor, música acorde con el tipo de pub y en algunos locales ofrecen comida tipo snack, abren de noche y vende bebidas alcohólicas (García, Gil, García, 2003).

8) Bar Restaurante: su función principal es servir alimentos y bebidas en una zona “sala o comedor” para ser consumidos en ese mismo lugar y a cambio de un precio cerrado por una comida o cena, lo que se denomina “menú”, o un precio abierto y diferenciado por productos, lo que se conoce como “carta” (Guerrero, 2014).

9) Bar Karaoke: la singularidad de éstos locales es que cuentan con karaoke para que los clientes puedan elegir y cantar canciones de un amplio repertorio musical mientras toman una copa (OriginalMusic, 2012).

10) Bar Cervecerero: es un lugar donde mayormente se vende todo tipo de cervezas nacionales y de importación, además de una amplia gama de

productos gastronómicos elaborados en forma de tapas, raciones, platos, etc. Se trata de locales con clientes que quieren beber o comer, pero que saben que la cerveza es el elemento más ofertado. El horario de apertura suele mantenerse durante todo el día, aunque los momentos de mayor afluencia son los del aperitivo, la comida, la merienda y la cena (Guerrero, 2014).

11) Tabernas de vinos: en la actualidad son establecimientos especializados en el servicio de vinos de calidad por copas o botellas. Amplia oferta de vinos con denominación de origen y de la tierra. Su decoración rústica y sus platos a base de tablas de embutidos, quesos, ensaladas, etc. (García, Gil, García, 2003).

12) Discotecas: son lugares parecidos a los pubs pero que además tienen zona o pista de baile donde, incluso, pueden desarrollarse actuaciones o conciertos. Su franja horaria suele ser casi siempre de madrugada, ya que son únicos locales que tienen permiso para estar abiertos al público a esas horas (Guerrero, 2014).

2.2.4 Bares en Puerto Engabao

En Puerto Engabao existe variedad de bares, con ambientes diferentes dependiendo del nivel social, posición económica, estado de ánimo, entre otros factores.

Tabla N° 5 Establecimientos de Bar en Puerto Engabao

Establecimiento	Mesas	Dirección
Bar Punta las Piedras	2	Diagonal el Faro
Bar Martín	5	Área de Botes de Pescadores

Fuente: elaboración propia

2.3 Fundamentación Epistemológica

2.3.1 Psicológica

(Castaño Blanco, 2005) Los viajeros se dividen según el tipo de personalidad que representan, los cuales se clasifican en alocéntricos, mid-céntricos y psico-céntricos. Los viajeros alocéntricos buscan variedad y aventura, son seguros de sí mismos y no necesitan de viajes organizados; por el contrario, los viajeros psicocéntricos se mueven acorde a normas establecidas, son en ocasiones miedosos o nerviosos y necesitan de un viaje organizado; por su parte el viajero mid-céntricos desea explorar el destino, pero de un modo cómodo; suele hacer uso de las agencias de viaje, aunque él diseña su propio paquete, siendo sus desplazamientos normalmente a destinos comerciales, se trasladan sin problema alguno y se acoplan a lo que se realice en el momento del viaje, sin importar si es planificado o es improvisado.

2.3.2 Sociológica

(Villena, 2003) Los efectos o impactos del turismo desde la sociología pueden considerarse positivos o negativos: positivos, porque producen beneficios económicos, aumento de puestos de trabajo relacionados al turismo, mejora en infraestructura: edificios, parques, lugares de recreo y ocio, lugares históricos y naturales, y negativos, porque puede provocar un aumento de problemas de tráfico, ruido, degradación ambiental, falta de agua, robos, vandalismo, prostitución, pérdida de la identidad cultural.

2.4 Marco legal

➤ **Plan Nacional para el Buen Vivir**

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

➤ **Constitución de la República del Ecuador (2008), Capítulo I, art 3.**

Numeral 6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

Numeral 7. Proteger el patrimonio natural y cultural.

➤ **Ley de Turismo (2008), Congreso Nacional, Capítulo II, de las Actividades Turísticas y de quienes 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: Alojamiento, Servicio de alimentos y bebidas, Agencias de viajes, Transporte turístico.

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.

➤ **Reglamento General a la Ley de Turismo (2008). Capítulo II. Del Registro Único de Turismo**

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

➤ **Reglamento General a la Ley de Turismo (2008). Capítulo IV. De la Licencia Única Anual de Funcionamiento**

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

➤ **Ley de compañías, codificación, sección I, Art. 1**

Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

➤ **Ministerio de Turismo, Autorización para construcción y adecuación de edificaciones.**

Art. 216 El Ministerio de Turismo autorizará la construcción y adecuación de edificaciones destinadas al funcionamiento de actividades turísticas. Para este proceso se deberá dirigir una solicitud acompañada de la documentación respectiva, a las oficinas del Ministerio de Turismo a nivel nacional.

➤ **Legislación Medio Ambiente del Ecuador:**

Art. 1.- Políticas básicas ambientales del Ecuador.

1. Reconociendo que el principio fundamental que debe trascender el conjunto de políticas es el compromiso de la sociedad de promover el desarrollo hacia la sustentabilidad. La sociedad ecuatoriana deberá observar permanentemente el concepto de minimizar los riesgos e impactos negativos ambientales mientras, se mantienen las oportunidades sociales y económicas del desarrollo sustentable.

2. Reconociendo que el desarrollo sustentable sólo puede alcanzarse cuando sus tres elementos lo social, lo económico y lo ambiental son tratados armónica y equilibradamente en cada instante y para cada acción.

➤ **Administración de empresas**

Clasificación de empresas

La Codificación de la Ley de Compañías fundada el 5 de Noviembre de 1999 en el Artículo 2 menciona que existen 5 clases de compañías de comercio las cuales son:

- ✓ La compañía en nombre colectivo.
- ✓ La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- ✓ La compañía de responsabilidad limitada.
- ✓ La compañía anónima.
- ✓ La compañía de economía mixta.

Estas cinco clases de compañías las establecen personas jurídicas. La ley reconoce, la compañía accidental o cuentas en participación.

➤ **Capital para la creación de una empresa**

La información relacionada es emitida por la Superintendencia de compañías, acotando que el capital mínimo para la constitución de una empresa es de \$800.

➤ **Formación de una empresa**

Por medio de un abogado: según el Abogado Fabricio Pesantes, para comprar una compañía ya constituida se necesita copia de la cédula a color de los accionistas, los cuales serán mínimo dos, la empresa ya constituida tiene un costo de \$1.500 y se libra de hacer trámites y de pasar tiempo.

Si se desea constituir una empresa de acuerdo a especificaciones de los socios, se demora alrededor de 45 días, el abogado cobra \$700 los

cuales se cancelan en dos partes, el 50% antes de empezar los trámites y el otro 50% una vez constituida la empresa, debe tomar en cuenta que eso cobra el abogado por el trámite, gastos adicionales corren por cuenta de la persona que desea constituir la empresa.

➤ **Documentos necesarios para crear una empresa**

➤ **Superintendencia de Compañía**

Reservar el nombre de la compañía, la cual será aceptada en tres días, imprimir la aceptación luego ir a un notario para que realice las escrituras. Realizar una declaración juramentada, luego abrir una cuenta corriente en un banco de su prioridad. Asimismo dirigirse a un registrador mercantil e registrar las escrituras. Dar las escrituras del nombramiento en una superintendencia, con una planilla de servicio básico y la hoja de datos.

➤ **Registro Único de Contribuyentes (RUC), Servicio de Rentas Internas (SRI).**

Copias y original de las escrituras de la constitución, copias y original de los nombramientos y el formulario correspondientemente lleno, Copias de papeleta de votación y cédula de cada socio y si fuera el caso una carta de permiso del representante legal a favor de quien será la persona que va a realizar el trámite.

➤ **Cuerpo de bomberos**

Si es representante legal de la organización, debe presentar copia de cédula de identidad. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.

Copia del último pago del Impuesto Predial, o copia de una planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento.

Luego de presentar éstos se recibe una orden de pago, puede cancelar en cualquiera de las ventanillas del Banco de Guayaquil. Una vez realizado el pago, se debe presentar el comprobante en uno de los Centros de Atención al Usuario para que elaboren la Tasa de Servicio Contra Incendio correspondiente.

➤ **Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)**

Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y guardar el comprobante de depósito. Ingresar al sitio web del IEPI, descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, firmarla, no olvide incluir el número de comprobante del depósito realizado.

Adjuntar tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado, si es persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad, si es persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.

Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo. El proceso de registro de marca toma aproximadamente seis meses en completarse.

➤ **Ministerio de Turismo**

Persona Natural:

1. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Copia de la cédula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
10. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

Persona Jurídica:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.

2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Copia de la cédula de identidad
5. Copia de la última papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados
12. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

➤ **Patente o permiso de los locales en el sector turístico (GAD Municipal del Cantón Playas)**

Copia de cédula de ciudadanía, solicitud de trámite, derecho o escritura de posesión del local.

2.5 Definición de términos

Se indicara el significado para la mejor comprensión del proyecto como:

Administración: La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos determinados, utilizando para ellos recursos económicos, humanos, materiales y técnicos a través de herramientas y técnicas sistematizadas. (Chiavenato, 2004. Pág. 10)

Bar: local o lugar donde se sirven bebidas alcohólicas, aunque no exclusivamente, al igual que hoteles o restaurantes se puede hablar de grandes diferencias entre las categorías, sean oficiales, oficiosas o de hecho, en ambos casos son dueños, bármanes o los directores, quienes deben marcar la pauta y poner su sello personal. (Jordá, 2011)

Barman o Bartender: (del inglés *hombre de la barra*), se encarga de controlar, planificar y dirigir el servicio y se encarga tanto de la barra como la sala. Debe poseer amplios conocimientos en la elaboración de bebidas, coctelería, así como su correcto servicio. (García, Gil, García, 2003)

Bebidas: La palabra bebida es una palabra de uso común que se refiere a todo tipo de líquidos (naturales o artificiales) que puedan ser utilizados para el consumo humano. Cuando se habla de bebidas se hace referencia a aquellos productos como las bebidas gaseosas, los jugos, o las bebidas alcohólicas. (Definiciónabc, 2015)

Calidad: es el conjunto de propiedades de un producto o servicio que satisface necesidades, gustos y preferencias, que permiten juzgar su valor. (Diccionario de la Lengua Española, 2001)

Capital De Trabajo: Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el

corto plazo. Es el fondo económico que utiliza una empresa para seguir reinvertiendo y lograr utilidades para mantener la operación del negocio (Definicion.de, 2015)

Clientes: un cliente es aquella persona que recibe cierto servicio o bien, a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto de valor. La palabra proviene del latín cliens. (Definiciónabc, 2015)

Demanda Turística: es la oferta de productos o servicios que se ofertan a un grupo de personas. (Definiciónabc, 2015)

Establecimiento Turístico: son sitios donde se brindan alojamiento, bebidas, comidas, diversión, y distracción y así puedan ser consumidas. (Definiciónabc, 2015)

Estudio De Factibilidad: es un análisis extenso de los resultados económicos sociales, y financieros de una inversión. Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. (Definiciónabc, 2015)

Estrategias: son una serie de pasos que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo. (Definiciónabc, 2015)

FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas): es un método de estudio de las situaciones de un proyecto o de una empresa, observando sus características internas y sus situaciones externas. (Definiciónabc, 2015)

Plan Financiero: es la traducción en números del resto del plan. Recogida la información sobre lo que precisamos para empezar la empresa, la gente que vayamos a contratar, las previsiones de venta que

hayamos realizado, para así poder ver la viabilidad del proyecto y cuáles son las previsiones. (Definiciónabc, 2015)

Servicio al Cliente: es aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores, los clientes de una empresa deberán comunicarse con este servicio. (Definiciónabc, 2015)

Servicio de alimentos y bebidas: se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios como diversión, animación y entretenimiento. (Definiciónabc, 2015)

Turismo: comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. (OMT, 1994)

Turista: persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual, pernocta y permanece en el más de 24 horas. (Diccionario de Turismo, 2009)

Visitante: Es aquella persona que llega a un destino con el fin de conocer, apreciar y disfrutar del lugar que visita o para los fines por los cuales ha viajado. (R. Anzola, 2006)

CAPÍTULO III

3. Análisis del mercado

3.1 Análisis de la Industria de la Empresa

3.1.1 Introducción

El análisis industrial consiste y tiene por objetivo, analizar con detalle el tamaño y las reglas de juego del mercado, los productos, las empresas con las que se deberá competir, las características de los clientes objetivo, los principales proveedores de insumos y las empresas que podrían estar interesadas en entrar en el negocio.

En algunos casos, la recopilación de la información puede ser muy difícil, ya que no existen fuentes de información específicas para ciertas industrias; sin embargo, es tarea del empresario, hacer todo lo necesario para conocer lo mejor posible la industria donde compite. Un detalle importante es la definición adecuada de la industria donde se está compitiendo, ya que en función de esto, habrá que enfocar los esfuerzos de la investigación.

Para examinar el ambiente de una empresa tanto interno como externo, se requiere un análisis de herramientas tan fundamental como es las cinco fuerzas de Porter, el Análisis Pestel, y la cadena de valor que produce al análisis interno de una empresa.

El análisis externo posee de 2 herramientas tales como:

- ❖ **Análisis Pestel:** es fundamental dentro del marketing estratégico siendo muy beneficioso, ya que permite conocer el entorno en la que se va a desenvolver la empresa por medio de los factores como son: el entorno Político, Económico, Social, Tecnológico,

Ecológico, y Legal. Estos factores externos pueden ser una guía para conocer tanto amenazas como oportunidades en el mercado y desenvolver de igual manera las tácticas adecuadas para cada situación, sin dudar este análisis es la clave y elemental para saber cómo se procederá en un futuro en el mercado. (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, Análisis del Entorno, 2012)

- ❖ **Análisis de las 5 fuerzas de Porter:** esta herramienta permitirá el conocimiento de una industria o sector, determinando el grado de rentabilidad y competencia de una empresa a largo plazo por medio de 5 fuerzas o 5 factores como el profesor Michael Porter considera en su libro y son: Amenazas de entrada de nuevos competidores, Amenaza de ingreso de productos sustitutos, Poder de negociación de los consumidores, Rivalidad entre competidores, Poder de negociación de los proveedores. (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2012)

El análisis interno posee la siguiente herramienta:

- ❖ **Cadena de valor:** es un modelo estratégico que permite describir y conocer las diferentes actividades que se elaboran dentro de una empresa para producir un valor al cliente, de un modo que busca generar un valor máximo y rebajar los precios buscando así extender una ventaja competitiva. (Duque, Plaza & Rivas, 2012)

3.1.2 Análisis del entorno externo de la empresa

3.1.2.1 Análisis de Pestel

El Análisis de Pestel permite saber el ambiente externo que rodea al bar, y el entorno en el que se va a desenvolver la empresa por medio de los

factores como es el: Análisis Político, Análisis Económico, Análisis Social, Análisis Tecnológico, Análisis Ecológico, Análisis Legal.

➤ **Entorno Político**

Siendo muchos los sucesos que marcaron las políticas de Ecuador, sin embargo el más mencionado fue en 1992 cuando el país comienza a vivir una dificultad bancaria y financiera que se extendió hasta el 2000, unas de las presidencias más recordada en Ecuador fue la del año 1998 del Jamil Mahuad y menciona a varios banqueros reconocidos en su gabinete desatando el popular feriado bancario 1999, y en el año 2000 el país se dolarizó ya que 25.000 sucres corresponde a un dólar. El cambio de la moneda produce daños tanto a las instituciones, bancos, empresas y como al pueblo ecuatoriano viviendo cambios financieros en el país.

En el 2007 el país logra estabilizarse de una terrible crisis financiera y comienza una nueva etapa con el presidente Rafael Correa, y la revolución ciudadana, destacando el equilibrio del país. En la actualidad el gobierno asiste a muchos países con la finalidad de producir intercambios comerciales.

Tabla N° 6 Indicadores económicos del País (2014-2015)

Deuda Externa Pública como % del PIB (Diciembre 2014):	17.40%
Inflación Anual (Septiembre-2015/Septiembre-2014):	3.78%
Inflación Mensual (Septiembre-2015):	0.26%
Tasa de Desempleo Urbano a Septiembre-30-2015:	5.48%
Tasa de interés activa (Octubre-15):	9.11%
Tasa de interés pasiva (Octubre-15):	4.98%
Barril Petróleo (WTI 29-Oct-15):	46.06USD

Índice Dow Jones (29-Oct-2015):	17755.80
Riesgo País (29-Oct-2015):	1235.00

Fuente: (BCE) Banco Central del Ecuador.

➤ Entorno Económico.

Los cálculos elaborados por el Ministerio Coordinador de la Política Económica y por el Banco Central del Ecuador, estiman que el desarrollo económico está dado por las exportaciones de camarón, banano, plátano, conforme con el registro del ingreso de divisas por exportación de diferentes productos principales del país.

El turismo en el Ecuador se coloca en el tercer puesto, ya que en el 2013 el país obtuvo 1.246,2 millones de dólares y en el 2014 fue de 1.487,1 millones de dólares.

Imagen N° 5 Rubro del Turismo en la Economía (2013-2014)



Fuente: Coordinación General de Estadística e Investigación.

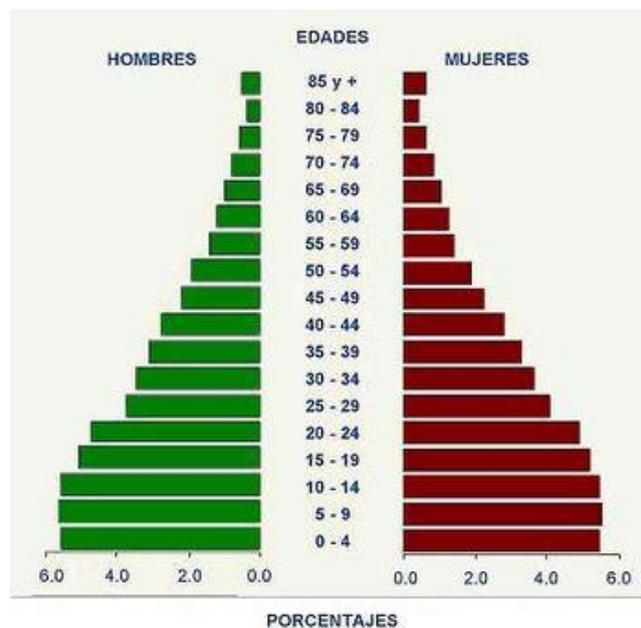
➤ **Entorno Social.**

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en la actualidad en Ecuador la población con un total de 15'820.624 habitantes, el origen de la población está representado de la siguiente forma: blancos (6,1%), Mestizos (71.9%), montubios (7,4%), afrodescendientes (7,2%), indígenas (7.0%), calculando que la densidad demográfica es un total de 55.80 habitantes por km².

Según cifras estadísticas con respecto a la pobreza se indica que hasta diciembre del 2014 estuvo en un 22,49%, es decir que se redujo en unos 3,06 puntos con respecto al mismo mes del 2013.

En el 2010 se realizó un censo en la cual se registró 6'879.560 mujeres y 6'830.674 hombres, indicando que de (0-14 años el 34.9%) son mujeres con 2'351,166 y hombres 2'430,303; desde (15-64 años el 60,6%) mujeres 4'198,667 y hombres 4'116,289 y de (65 años en adelante un 4.5%) mujeres 329,727 y hombres 284,082.

Imagen N° 6 Población del Ecuador por edad y sexo (2010)



Fuente: (INEC) Instituto Nacional de Estadística y Censos.

El desequilibrio económico y político ha obligado a muchos a abandonar el país buscando un mejor futuro, la décima parte de la población van a Estados Unidos y a distintos países de Europa, asimismo Ecuador ha acogido a personas de distintos países como Colombia, Perú, China y Cuba. En la actualidad existe una gran demanda de turistas que visitan el Ecuador, beneficiando a los grupos sociales de forma directa e indirecta, produciendo el turismo las fuentes de trabajo.

➤ **Entorno Tecnológico.**

Referente a los aspectos tecnológicos en la comuna, se observa claramente que no cuenta con tecnología básica que promueva el turismo de la comuna, ya sea por no tener apoyo tecnológico gubernamental o de los mismos negocios que en la comuna existe, puesto que sea simplemente por desconocimiento mismo de los representantes legales de los negocios locales o por no tener recursos necesarios. Y uno de los medios que se utilizará son las redes sociales como es el: Instagram, Facebook, y Twitter.

➤ **Entorno Ecológico.**

Dentro de un ámbito ambiental y ecológico, en la comuna San Pablo existe preocupación de los lugareños por el factor ambiental que en su comuna y playa la mantienen en armonía con el ambiente pero no tan notable. Aunque existe bajo interés en reutilizar el reciclaje para formar artesanías dado que esto solo incrementa cuando existe temporada alta y es por parte de vendedores de otros lugares turísticos. Según el MAE (Ministerio de ambiente del Ecuador), la creación de una certificación ambiental ecuatoriana de calidad llamada punto verde, la cual busca la competitividad en las empresas públicas o privadas y a su vez estas

deben estar comprometidas con el cuidado del medio ambiente a través de buenas prácticas productivas.

➤ **Entorno Legal.**

Este proyecto cumplirá con el ámbito legal y con todos los reglamentos impuestos por distintos organismos para la inauguración de un Bar. Y garantizará el desarrollo de los deberes y derechos del empleador para los trabajadores de acuerdo a la ley laboral que busca brindar al empleador rentabilidad tanto económicos como laborales que los ayuden, teniendo en cuenta los pagos de sus respectivos sueldos, además de sus beneficios que les corresponde ante la ley.

Teniendo en cuenta siempre la Ley de Turismo, ya que es creada con el único objetivo de establecer y poner en orden las reglas de cómo debe ser desarrollada una actividad turística o su infraestructura.

3.1.2.2 Análisis de las fuerzas de Porter

Este análisis permite conocer nuevos competidores, además de buscar estrategias para realizar negocios con los competidores y los compradores, conocer si se tiene productos sustitutos que ocasionen algún inconveniente a futuro.

➤ **Amenaza de las entradas de nuevos competidores**

Son beneficiosas las barreras de entrada ya que son muy elevadas, esto indica que no hay inconveniente para la creación del bar incluso de que existe 2 bares que se puede tener en cuenta como competidores-indirectos sin ignorar algunas habilidades al instante de crear el bar ya

que al brindar servicios de muy buena calidad y excelente atención los turistas pagarán con gusto el valor establecido.

➤ **Poder de negociación de los proveedores**

La negociación de los proveedores con los que contará el bar y así garantizar el abastecimiento eficaz de productos y mobiliario que son primordiales para la empresa, los proveedores de diferentes productos en algunas veces sus precios son muy altos y diferente formas de pagos que no siempre son cómodos y se debe de observar la calidad, variedad y precios de los productos que se ofrecen, teniendo en cuenta que existen productos sustitutos en el mercado y también poder elegir la calidad y variedad, teniendo en cuenta las formas de pagos.

➤ **Poder de negociación de los compradores**

Los principales clientes serán los que visitan la playa y así mismo las identidades privadas y públicas que observen en el bar un ambiente de relax y agradable para disfrutar con amigos y familiares, y así garantizar la satisfacción del cliente, siendo la playa de Puerto Engabao una zona turística, los turistas se incrementan con más frecuencia los fines de semana, y feriados.

➤ **Rivalidad entre competidores**

Por el momento no se conoce de algún competidor directo en cuanto a esto sería una gran ventaja para el bar, sin embargo existen 2 bares que presta servicios para recreación y eventos, se lo considera como indirecto ya que no tiene un enfoque principal como el de esta empresa en abastecer productos de primera calidad, excelente infraestructura y añadiéndolo con actividades que se ofrecen dentro del establecimiento.

➤ **Productos sustitutos**

Los diferentes establecimientos que se desempeñan en la comuna no representan una competencia directa para el bar, mucho menos se lo observa como productos sustitutos, por ahora no existe intimidación de que lleguen a haber productos sustitutos, permitiendo la creación del bar, asimismo del pronunciamiento en el mercado turístico de la zona.

➤ **Análisis de atractivos según las fuerzas de Porter**

Tabla N° 7 Atractivos según las fuerzas de Porter

Fuerzas de Porter	Nivel Atractivo				
	Poco Atractivo			Muy Atractivo	
	1	2	3	4	5
Amenaza de nuevos competidores				x	
Poder de negociación de los proveedores				x	
Poder de negociación de los compradores					x
Rivalidad entre competidores			x		
Amenazas de productos sustitutos		x			

Fuente: elaboración propia

3.1.2.3 Análisis de los competidores

Existen dos competidores indirectos del bar, el mismo que alquila sus instalaciones para recreación y eventos.

- **Bar Punta las Piedras:** Se encuentra ubicado en la playa de Puerto Engabao diagonal al faro su infraestructura es de caña y madera cuenta con 2 mesas.
- **Bar Martín:** Se ubica en la playa de Puerto Engabao cerca del área de botes de los pescadores de infraestructura de madera y caña, cuenta con 5 mesas.

3.1.2.4 Oportunidades y amenazas del análisis del entorno externo de la empresa

Tabla N° 8 Oportunidades y amenazas del entorno externo

Oportunidades	Amenazas
Los servicios que brinda la competencia en otros bares no es el que el turista necesita.	Temporada de lluvia en definidos meses.
Habrán diferentes proveedores y poseerá la capacidad de comercializar y disminuir los precios.	Los turistas visitan con mayor frecuencia la playa los fines de semana y feriados.
Existe demanda insatisfecha que prefieren y piden bebidas nuevas o creativas, diversión, celebraciones y reuniones con sus más allegados.	Las leyes establecidas por parte de las organizaciones gubernamentales del país en horarios de atención al público.
	Impuestos altos en la importación de licores.

Fuente: elaboración propia

3.1.3 Análisis interno de la empresa

3.1.3.1 Cadena de valor

3.1.3.1.1 Actividades primarias

❖ Logística de entrada

Los visitantes al ingresar al establecimiento serán amablemente recibidos por el encargado o el propietario, que brindarán información sobre los tipos de bebidas, piqueo, y actividades que se realizaran en el bar, promoviendo así todos los servicios que se ofrecen en la instalación.

❖ Operaciones

Se contará con un jefe administrador el cual estará al cuidado de los diferentes departamentos que se desarrollen debidamente a lo estipulado. La parte administrativa, se refiere que todas las gestiones estarán a manos del jefe propietario el será el encargado de aprobar o desaprobar la realización de cualquier tipo de actividad con sus respectivas precauciones.

❖ Logística de salida

Ayudar a los clientes en alguna inquietud, información o problema que se llegue a presentar, en el área de la barra estará el jefe de bar encargado de cobrar a los clientes. Terminando sus actividades en el bar el personal les dará un hasta pronto ya que de esta forma se sientan animados a volver al establecimiento.

❖ Comercialización y ventas

Las ventas se las desarrollará directamente en el bar buscando estrategias para así llegar a los clientes y permaneciendo ahí se motiven en realizar actividades en el bar teniendo que ver con la comercialización, publicidad, marketing y las ventas.

❖ **Servicio al cliente**

El servicio que ofrecerá el personal teniendo la oportunidad de estar en contacto con el cliente será eficaz, con el fin de generar que el cliente se sienta satisfecho obteniendo el producto en el momento y en el lugar adecuado.

3.1.3.1.2 Actividades secundarias

➤ **Compras**

El encargado de esta actividad es el gerente - administrador, quien realizará las compras semanalmente para abastecer el bar realizando los pedidos necesarios con el respectivo inventario.

➤ **Desarrollo de la tecnología**

Se debe tomar en cuenta el tipo de tecnología que se utilizará dentro del establecimiento como son las reservas y ventas del bar, asimismo de la capacitación de todo el personal en cuanto a la tecnología que se usará.

➤ **Personal**

El propietario es el encargado de la contratación del personal quien analizará los perfiles de los aspirantes y coordinará la cita para la entrevista y después de ser analizados se procede a la selección, contratación y capacitación del personal quienes laborarán en el bar y luego ubicarlas en su respectiva área de trabajo.

3.1.3.2 Fortalezas y debilidades del análisis interno

Tabla N° 9 Fortalezas y debilidades del análisis interno

Fortalezas	Debilidades
Ubicación del proyecto en una zona comercial.	Los elevados precios de los materiales para la construcción del bar.
Capital propio.	No se cuenta con parqueadero.
Productos y servicios diferentes a la competencia.	
El personal capacitado y con experiencia.	
Mantener la calidad de servicio al cliente.	
Se conoce la carta de alimentos y bebidas de la competencia.	

Fuente: elaboración propia

3.2 Plan de Marketing

Es una herramienta que permite definir el posicionamiento de la empresa con sus productos o servicios, en el mercado con el fin de conseguir los objetivos propuestos. Blue-Bar va dirigido a proporcionar un servicio de bebidas con alcohol, sin alcohol y aperitivos al mismo tiempo que se proporciona un entretenimiento a sus clientes en un ambiente alegre y cordial.

3.3 Productos o servicios

La idea de crear un Bar-Playa nace del estudio y observación que permitió establecer que actualmente en Engabao existe una tendencia de las personas a buscar establecimientos que sean seguros y exclusivos, a

más de que ofrezcan nuevos ámbitos para compartir, conocer, etc. Los servicios que ofertara el bar son las siguientes:

✓ **Ambiente y decoración**

Parte esencial del bar será el ambiente y la decoración, por lo que se tomará muy en cuenta los mínimos detalles. Variedad de colores primará en todo el local desde sus diseños, sillas, muebles y otros implementos, además se utilizarán luces de tipo LED para cambiar el color del ambiente.

✓ **Música con servicio de DJ**

Un servicio primordial será la música, el DJ, será el anfitrión de los clientes, se encargará de seleccionar los mejores temas de los diferentes géneros de la música, mezclar y subir el ambiente de diversión en Blue-Mar.

✓ **Barra**

Lugar donde se encuentra ubicada la caja registradora, la consola de sonido, el computador, stand de copas, exhibición de trago y cuatro sillas altas en la parte exterior, en la barra se despachan los pedidos a los meseros y se encuentra ubicada en la parte central, costado derecho, seguida inmediatamente de la cocina.

✓ **Tarima**

Área del local, donde se realizan los diferentes eventos, como música en vivo, video, karaoke, presencia de pequeños grupos musicales y transmisión de partidos de fútbol. El espacio que se dispondrá para estos programas es al fondo del establecimiento, parte central, puesto que de esta forma todos los espectadores tendrán visibilidad al espectáculo.

✓ **Piqueos**

El menú del bar se basará en brochetas, tablititas, empanadas, sánduches, patacones, muchines de yuca, elaborados de acuerdo al gusto de los clientes.

✓ La coctelería

Blue-Mar ofrecerá una carta de cocteles desde los más tradicionales hasta los más originales. Todos serán de elaboración propia, con nuevas propuestas e innovación, con el equilibrio de aromas, sabores y colores, una minuciosa terminación y presentación de cada una de las bebidas, basados en la función de una elegante coctelería, con un ambiente exclusivo.

Tabla N° 10 Tipos de cócteles más conocidos en el mercado

COCTEL	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO
MARTINI	<ul style="list-style-type: none">• ½ onza de vermut seco• 2 onzas de ginebra• Cáscara de limón o aceituna pequeña.	Vierta el vermut sobre los cubos de hielo, en una jarra. Añada la Ginebra y mezcle bien. Sírvese colado en una copa de cóctel, bien fría.
ALEXANDER	<ul style="list-style-type: none">• 2½ onza de ginebra• 1½ onza de crema de cacao• 1½ onza de crema de leche.	Agite bien todos los ingredientes en una jarra de hielo picada. Cuele y sirva en una copa de cóctel.
MARGARITA	<ul style="list-style-type: none">• 2 onzas de tequila• El zumo de media lima• ½ onza de cointreau• Sal para untar la copa	Agite bien todos los ingredientes con hielo picado. Tome una copa de cóctel y unte sus bordes con sal. Cuele los ingredientes y sirva.
DAIQUIRÍ	<ul style="list-style-type: none">• ½ cucharadita de azúcar• 1½ onza de ron blanco• ½ onza de jugo de lima	Mezclar todos los ingredientes con hielo, en una batidora. Servir en una copa de champaña con un pitillo corto.

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Plaza

Nuestro mercado apunta principalmente al Cantón General Villamil Playas, sin dejar a un lado a los turistas nacionales como internacionales

que por su ubicación son los que se encuentran más cerca de la comuna, pero no con esto se está localizando a un solo mercado ya que la idea es generar gran afluencia de turistas al lugar. Los visitantes generalmente les interesan conocer por medio del internet, volantes, folletos, mientras que a los estudiantes les gustaría tener más información mediante el internet, y la radio.

3.5 Promoción

Para dar a conocer el bar en la comuna de Engabao y los servicios que ofrecerá se optará por realizar la promoción a través de la publicidad y la promoción.

3.5.1 La publicidad

Mediante la publicidad se dará a conocer la apertura de esta nueva propuesta de diversión y entretenimiento. Para ello se emplearán los siguientes medios:

Internet

- Se creará una página web para informar a los clientes sobre los servicios que ofrecerá Blue-Bar.
- Se utilizarán las redes sociales como Facebook, Twitter e Intragram, para dar a conocer la presente propuesta y por este medio realizar invitaciones, promociones e interactuar con los clientes.

Medios impresos

- Folletos.
- Volantes.

3.5.2. La promoción

Se realizará a través de:

- Bebidas de cortesía.
- Bebidas de bienvenida.
- Pases de cortesía a diferentes eventos.

3.6 Producto

- El producto principal que oferta el bar es el servicio de todo tipo de bebidas (cocteles, combinados, refrescos, licores, aperitivos, etc.).
- El tipo de demanda que satisface el bar no es solo vender u ofrecer bebidas, el producto del bar es más complejo, ofrece un servicio, un lugar de recreación, diversión, relajamiento, relaciones personales, un lugar donde escuchar música, etc.

Para satisfacer las necesidades del cliente, el bar cuidará todos los aspectos del producto que ofrece tales como: (calidad de las bebidas, trato del personal, limpieza del local, decoración, ambientación, etc.).

3.7 Precio

El precio en Blue-Bar se basará netamente en la calidad de servicio, producto, competencia, estándares que manejan los establecimientos de bares, principalmente con la experiencia que va a vivir el cliente en el lugar, siempre se va a mantener la relación de menor o igual costo para la mayor satisfacción.

3.7.1 Carta de Menú

MENÚ “Blue Mar”

PIQUEOS

Piqueo Blue-Mar	\$6.00
Empanadas de pollo, carne, queso	\$0.55
Empanadas de verde	\$1.00
Patacones con queso y chorizo	\$4.00
Sánduche de queso y jamón	\$3.90
Tablita	
Variedad de embutidos	\$4.00
Muchines de yuca	\$0.60
Brochetas de camarón	\$3.00
Camarones en jengibre con salsa picante.	
Brochetas de pollo	\$2.50
Pechuga de pollo en cubos y salsa de limón.	
Brochetas de lomo	\$3.50

BEBIDAS CALIENTES

Capuccino / Mocaccino	\$2.00
Café expreso / Americano	\$1.50
Aguas aromáticas	\$1.00
Chocolate caliente	\$1.25



BEBIDAS SIN ALCOHOL

Gaseosas	\$1.50
Agua con o sin gas	\$1.00
Jugos de naranja	\$1.50
Batidos de fruta	\$2.50
Red Bull	\$3.00
Limonada	\$1.00
Gatorade	\$1.60



COCTELES

BEBIDAS DE MODERACIÓN

Mojito	\$4.75	Submarino	\$4.45	Cerveza Nacional	
Ron blanco / Gaseosa blanca		Tequila / Cerveza		Pilsener	\$2.00
Caipirinha	\$3.80	Sin Remedio	\$4.30	Pilsener Light	\$2.00
Ron blanco / Gaseosa / Limón		Whisky / Ron		Club verde	\$2.50
Earthquake	\$3.75	Fuego Lento	\$3.55		
Tequila / Triple see		Pisco / Cointreau		Cerveza Importada	
Margarita	\$4.25	Zombie	\$3.55	Corona	\$5.00
Tequila / Zumo de limón		Brandy / Ron		Heineken	\$2.00
Arco iris	\$3.60	Orgasmo	\$3.90	Budweises	\$1.80
Crema de menta / Crema de cacao		Bailey's / Amareto			
El padrino	\$4.10	Daiquiri	\$3.85		
Whisky / Amareto		Ron blanco / Juego de limón			
Cuba libre	\$3.50	Vida en rosa	\$3.50		
Ron blanco / Gaseosa		Ron blanco / Zumo de fresa			
Banana Bird	\$3.40	Screwdriver	\$3.60		



3.8 Ventajas competitivas

Entre las ventajas de producir un bar de calidad están las siguientes:

- Vender a mejores precios.
- Posicionarse en nuevos mercados o mantenerse en los actuales.
- Hay un número cada vez mayor de bebidas que buscan posicionarse en el gusto del consumidor.
- Existe una fuerte competencia entre países productores.

3.8.1 Estrategia competitiva

En 1980, Michael E. Porter, en su libro *Competitive Strategy*, describió a la estrategia competitiva como las acciones ofensivas o defensivas que asume una empresa para crear una posición competitiva dentro de la Industria, en el largo plazo.

Las estrategias genéricas son:

- **Liderazgo en costos:** Mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas.
- **Diferenciación:** Generar en el producto o servicio un atributo que fuera percibido como único, dentro de la industria o sector.
- **Enfoque o especialización:** Concentrarse en un grupo específico de clientes, en un segmento de la línea de productos o un mercado geográfico determinado.

3.9 Características del mercado

3.9.1 Tamaño del mercado

Este proyecto tendrá una gran acogida ya que es un lugar que los vincula con la naturaleza y excelente clima, podrán visitar el bar cualquier día de

la semana y sobre todo los fines de semana donde los visitantes llegan con más frecuencia a la playa y serán motivados a visitar este lugar y así fomentar el desarrollo turístico de la zona. El tamaño del mercado de cliente externo y comunidad en general es de 5.000 personas.

3.9.2 Evolución del mercado

Desde hace cinco años la evolución del mercado va avanzando con mayor potencia, en el momento en que la Prefectura del Guayas tomo la decisión de promocionar cada uno de los cantones de la provincia, en la actualidad el turismo en el cantón General Villamil Playas se viene evolucionando para satisfacer la demanda turística y se espera en un futuro que con mayor intensidad los turistas lleguen al cantón y visiten Puerto Engabao. Promocionando el bar por diferentes medios tales como: redes sociales, periódico, revistas y folletos.

3.9.3 Estructura del mercado

Este mercado serán grupos de amigos, familiares, parejas, que buscan diversión, relajación, y disfrutar de un ambiente agradable como es en un establecimiento de recreación. Va dirigidos a personas mayores de 18 años.

3.9.4 Segmentación del mercado

Los productos son destinados a cualquier clase social, ya que el bar va dirigido a un mercado variado y un grupo de clientes serán turistas nacionales y extranjeros mayores de 18 años, además de que poseerá un precio justo y accesible para que pueda ser consumido con gran facilidad por los clientes.

CAPÍTULO IV

4. Marco metodológico

4.1 Tipos de investigación

Investigación bibliográfica: para el presente trabajo se procedió a la obtención de información mediante fuentes consultando folletos, libros, páginas web, tesis, revistas, trabajos de investigación, ya investigadas con conocimientos adquiridos por otros autores e investigadores que dieron su opinión y que ayudó con la información necesaria.

Investigación de campo: en el presente trabajo se realizó una visita en el lugar, a través de una guía de observación de campo con un seguimiento de datos basado en la información directa por parte del representante del Municipio. Y un registro de datos relacionados con las lluvias, mareas y las temperaturas en condiciones naturales.

Investigación descriptiva: en el presente trabajo se hizo un análisis de la información recopilada de todos los antecedentes referentes a su cultura, costumbres, actitudes, que son de suma importancia para describir las dificultades que pasan en la comuna y propietarios de los establecimientos de Puerto Engabao de una manera entendible y así determinar qué tan grave o leve es el problema.

4.2 Métodos de investigación

Método teórico inductivo - deductivo: en este trabajo se utiliza este tipo de método ya que permite experimentar, deducir, observar y analizar los sucesos que ocurren alrededor. Y se realizó un análisis sobre cuál es la

situación actual a nivel mundial del turismo realizando un análisis de la temática del problema partiendo de lo general hasta lo específico.

Método empírico – observación: es la indagación directa del objeto de investigación teniendo en cuenta los instrumentos como son las entrevistas, encuesta, la infraestructura, y el resultado de las encuestas y entrevistas de los servidores turísticos para beneficio de todos. Trabajando directamente en un ambiente real en la comuna y corroborar acontecimientos experimental y a través de la observación.

Histórico lógico: se realizó un análisis acerca del cantón con sus historias, antecedentes y los procesos de cambios que se han venido dando a nivel de desarrollo económico y social.

4.3 Técnicas y herramientas de la investigación

Entrevistas: se realizó entrevistas a las personas conocedoras del tema como son los representantes de la comuna y autoridades del Municipio de Playas, brindando información y sus criterios de la temática y problemática de esta investigación, realizando preguntas fáciles y concretas del lugar.

Encuesta: las encuestas permitieron obtener resultados de las opiniones vertidas por la comuna de Engabao y turistas de la playa de Puerto Engabao y clientes consumidores internos y externos, y es así como se obtiene una estadística para tomar decisiones en el desarrollo de esta investigación.

4.4 Población y muestra

4.4.1 Características de la población

La comuna Engabao trabaja con una población finita, lo que implica que se puede realizar encuestas a los turistas que visitan la playa de Puerto Engabao sobre todo en los fines de semana, y feriados que es cuando acuden con mayor frecuencia los turistas.

4.4.2 Delimitación de la población

La población a estudiar es Puerto Engabao, ubicada en el cantón General Villamil Playas en la provincia del Guayas, la misma que está integrada por jóvenes, adultos y adultos mayores.

4.4.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra se realizó a través de la muestra probabilística, ya que todos los encuestados tienen la capacidad y la facilidad de responder las encuestas que se realiza, ya que la población es finita.

4.4.4 Tamaño de la muestra

Para conocer el tamaño de la muestra de esta investigación se aplicará la siguiente fórmula:

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

Simbología:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

$$n = \frac{(5000)(0,5)(0,5)}{\frac{(5000 - 1)(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1250}{\frac{(4999)(0,0025)}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{1250}{\frac{12,4975}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{1250}{3,50320}$$

$$n = 356,81$$

Se ha determinado que con este resultado el tamaño de la muestra es de 356,81 lo que significa que se realizarán 357 encuestas en la zona de Puerto Engabao del cantón Gral. Villamil Playas.

CAPÍTULO V

5. Análisis de resultados

5.1 Tabulación de Encuestas

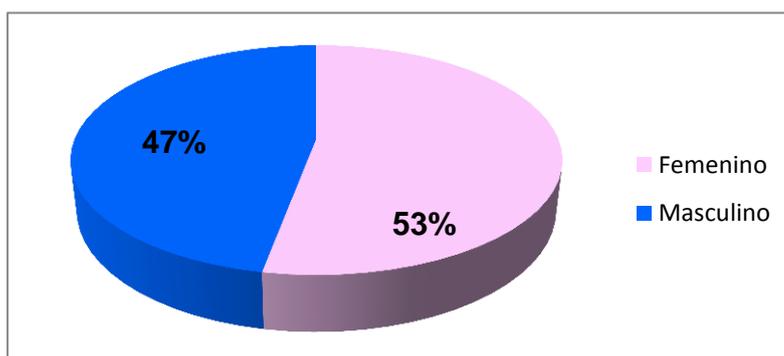
A continuación se muestran tablas con los resultados de la tabulación de las encuestas realizadas a los comuneros y turistas en playa de Puerto Engabao - Cantón Villamil Playas, los resultados se reflejan en un gráfico circular.

Tabla N° 11 Género de los encuestados

Género	Cantidad	Porcentaje
Femenino	189	53%
Masculino	168	47%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 1 Género de los encuestados



Fuente: elaboración propia

Análisis:

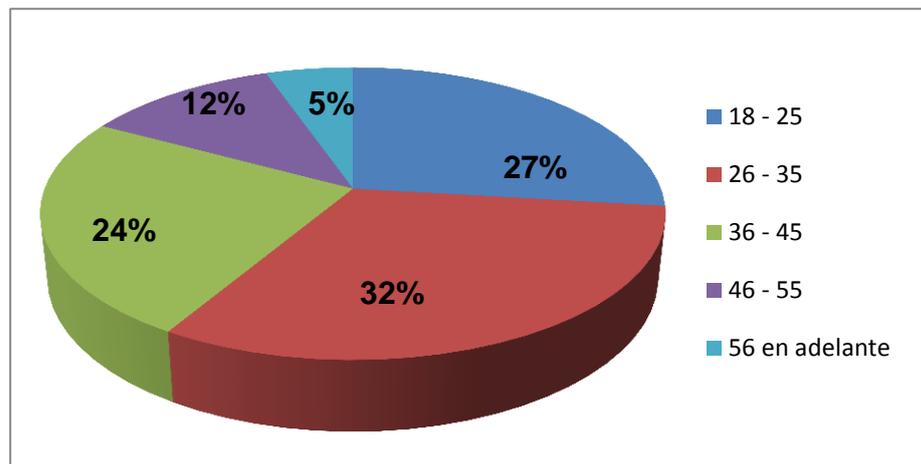
Este gráfico refleja el total del género de las personas encuestadas, ya que el 53% es de género femenino y el género masculino es de 47%.

Tabla N° 12 Edades de los encuestados

Edad	Cantidad	Porcentaje
18 - 25	96	27%
26 - 35	113	32%
36 - 45	87	24%
46 - 55	42	12%
56 en adelante	19	5%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 2 Edades de los encuestados



Fuente: elaboración propia

Análisis:

Este gráfico indica las edades de las personas encuestadas, con un 32% fueron edades entre 26-35 años, el 27% obtiene un rango entre 18-25 años, el 24% reflejó personas de 36-45 años, el 12% lo conformaron personas entre 46-55 años, mientras que el 5% es 56 años en adelante.

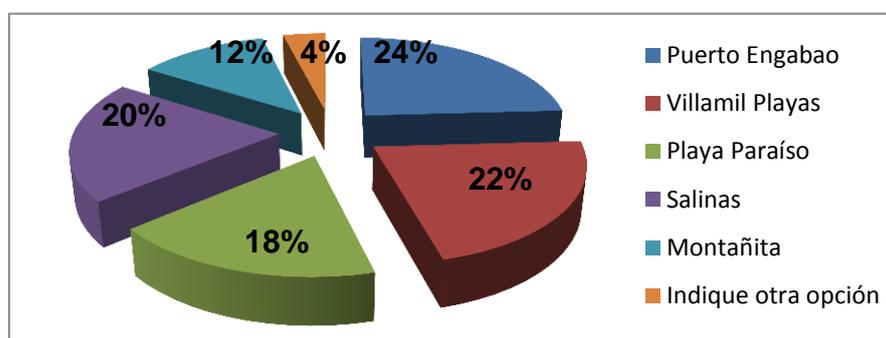
Pregunta N° 1: ¿Según sus preferencias personales cuál de las playas que se muestran a continuación visita con más frecuencia?

Tabla N° 13 Playas que más frecuentan

Opción	Cantidad	Porcentaje
Puerto Engabao	86	24%
Villamil Playa	78	22%
Playa Paraíso	64	18%
Salinas	72	20%
Montañita	43	12%
Indique otra opción	14	4%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 3 Playas que más frecuentan



Fuente: elaboración propia

Análisis:

De acuerdo a los resultados, se observa que el mayor porcentaje que frecuentan es la playa de Puerto Engabao con un 24%, y Villamil playas con el 22%, Salinas con el total de 20%, con un 18% la playa Paraíso, el 12% lo obtiene Montañita, ya que la mayoría de los encuestados son de la misma comuna por lo cual se les facilita la visita a las playas mas cercanas de su residencia, obteniendo como resultado un pequeño interes por visitar las playas lejanas a su lugar de origen. Y finalmente un 4% frecuentan mas las playas de Atacames, y el Murcielago.

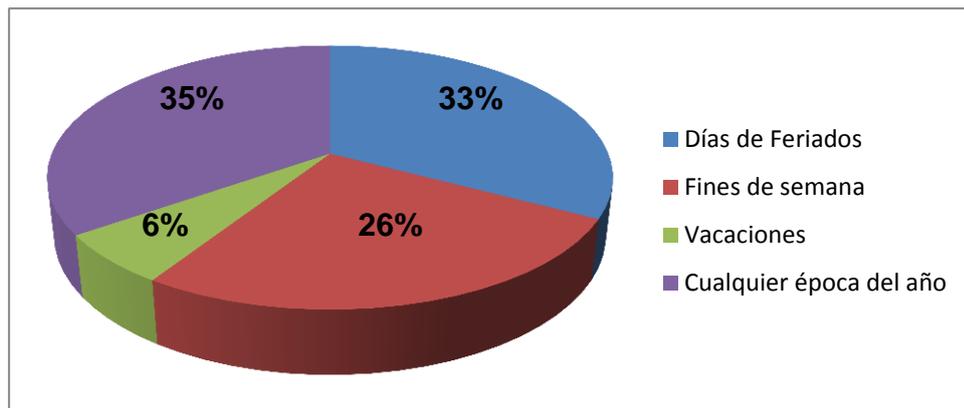
Pregunta N° 2: ¿Con qué frecuencia visita la playa de Puerto Engabao?

Tabla N° 14 Frecuencia que visita Puerto Engabao

Opción	Cantidad	Porcentaje
Días de Feriados	117	33%
Fines de semana	94	26%
Vacaciones	22	6%
Cualquier época del año	124	35%
Indique otra opción	0	0%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 4 Frecuencia que visita Puerto Engabao



Fuente: elaboración propia

Análisis:

El mayor porcentaje es de un 35% demostrando que los comuneros y visitantes de la zona de Puerto Engabao acuden con mayor frecuencia en cualquier época del año, las siguientes opciones en días de feriado con un 33%, otros visitan los fines de semana con un 26%, y un 6% que frecuentan a la playa en sus vacaciones, deduciendo que son personas que trabajan o estudian fuera del lugar y solo disponen de ese tiempo para visitar la playa.

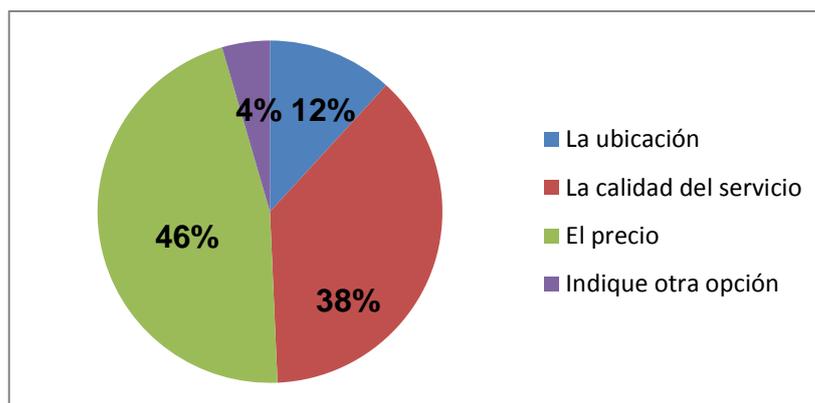
Pregunta N° 3: ¿Al momento de elegir un bar en la playa, qué es lo primero que toma en cuenta?

Tabla N° 15 Qué es lo que toma en cuenta

Opción	Cantidad	Porcentaje
La ubicación	42	12%
La calidad del servicio	134	38%
El precio	165	46%
Indique otra opción	16	4%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 5 Qué es lo que toma en cuenta



Fuente: elaboración propia

Análisis:

Según los resultados el 46% de las personas encuestadas indican que lo más importante en el momento de elegir un bar en la playa es el precio de las bebidas y piqueos que ofrece el bar, el 38% toman en cuenta la calidad del servicio, y un 12% se fijan en la ubicación del bar ya que desean un lugar seguro y cerca de la playa, y finalmente el 4% indican otras opciones como es la infraestructura del establecimiento, tipos de musicas, y las actividades que se realizarán dentro del bar.

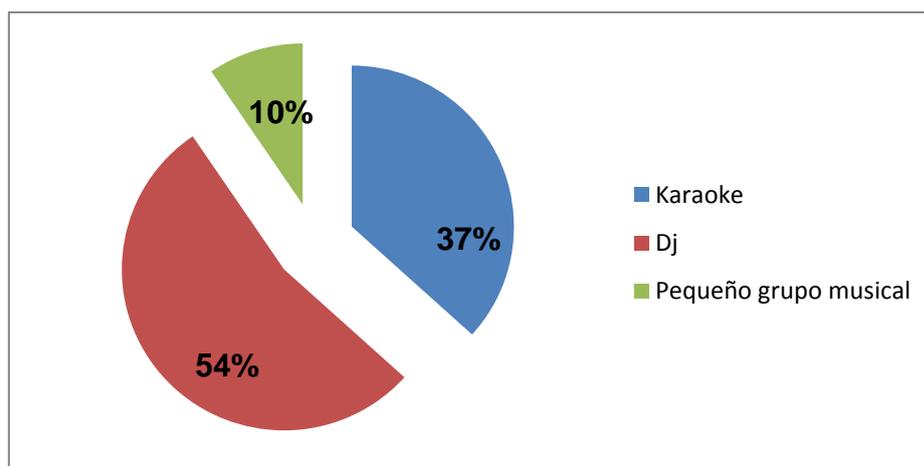
Pregunta N° 4: ¿Qué tipo de actividad prefiere que se realice en el bar?

Tabla N° 16 Que actividad realizaria en el bar

Opción	Cantidad	Porcentaje
Karaoke	131	37%
Dj	192	54%
Pequeño grupo musical	34	10%
Indique otra opción	0	0%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 6 Que actividad realizaria en el bar



Fuente: elaboración propia

Análisis:

El porcentaje mas elevado lo obtiene el 54% esto quiere decir que los clientes cuando asisten a un establecimiento de recreación desean escuchar música con la presencia de un Dj para poder disfrutar, bailar y otros prefieren realizar actividades como el de karaoke con un demostrando sus cualidades artisticas en el canto, y el porciento más bajo de los encuestados desean la presencia de pequeños grupos musicales como actividad en el bar.

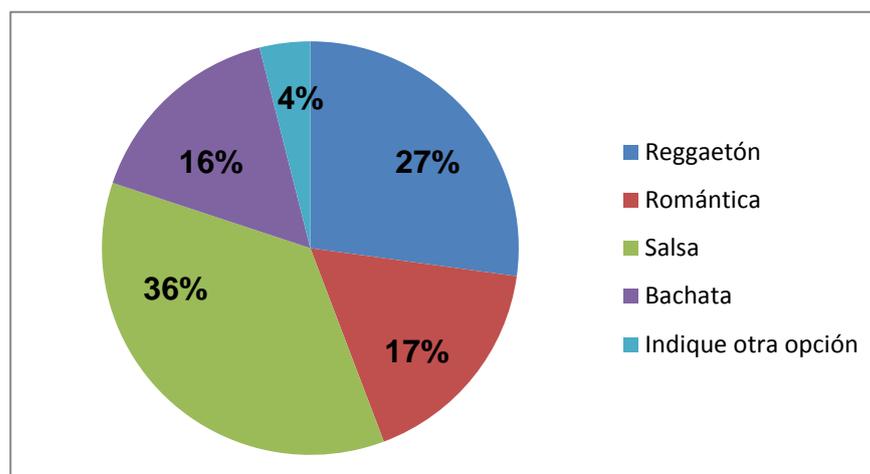
Pregunta N° 5: ¿Qué tipo de música le gustaría escuchar en el bar?

Tabla N° 17 Tipo de música

Opción	Cantidad	Porcentaje
Reggaetón	97	27%
Romántica	61	17%
Salsa	128	36%
Bachata	57	16%
Indique otra opción	14	4%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 7 Tipo de música



Fuente: elaboración propia

Análisis:

Según los resultados se obtiene que un 36% de los turistas les gustaría disfrutar músicas de salsa en el bar, en cambio un 27% de personas prefieren el reggaetón, el 17% de encuestados desean escuchar músicas románticas, el 16% bachata y el mas bajo es de 4% que prefieren otros tipos de músicas como es el Rock, Electrónica, y la Cumbia.

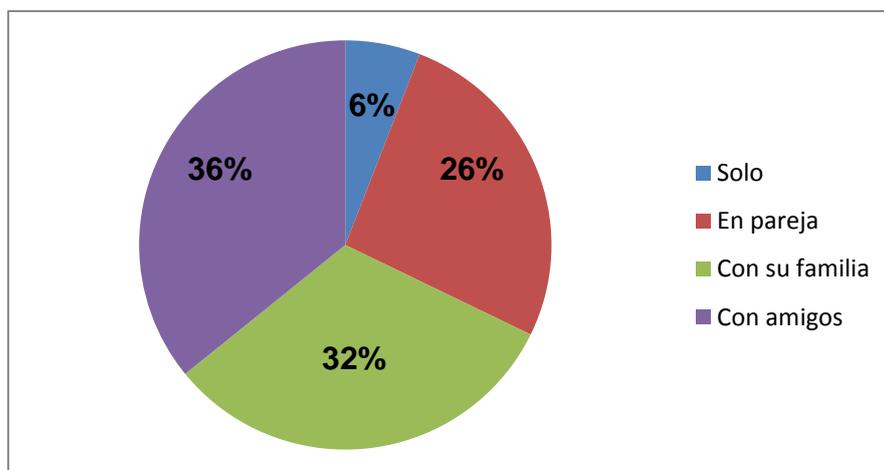
Pregunta N° 6: ¿Con quién visitaría el Bar?

Tabla N° 18 Con quien visitaría

Opción	Cantidad	Porcentaje
Solo	21	6%
En pareja	94	26%
Con su familia	114	32%
Con amigos	128	36%
Indique otra opción	0	0%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 8 Con quien visitaría



Fuente: elaboración propia

Análisis:

Con los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas les gustaría visitar el bar con sus amigos obteniendo un 36%, seguido de un 32% de visitantes que prefieren asistir al sitio con sus familiares, y un 26% prefieren disfrutar junto a sus parejas, y un otros indican que prefieren ir solos al establecimiento.

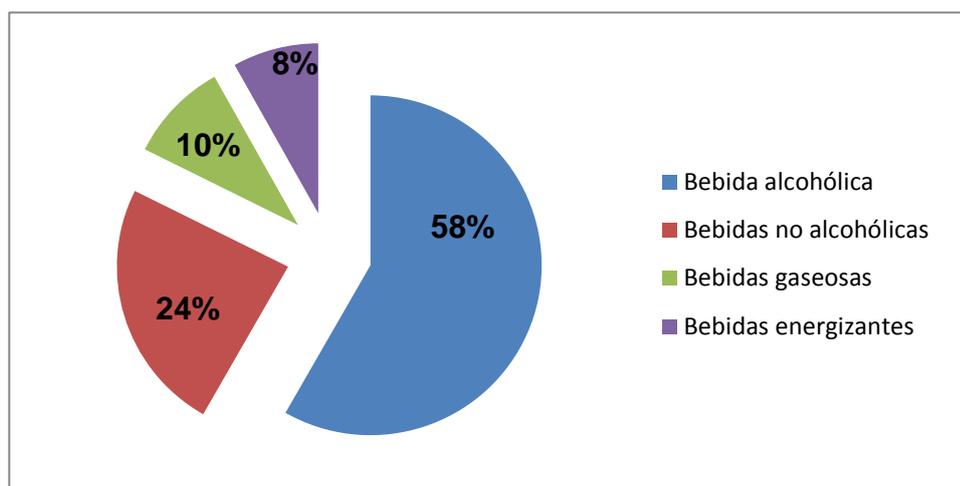
Pregunta N° 7: ¿Qué tipos de bebidas usted estaría dispuesto consumir en el bar?

Tabla N° 19 Tipos de bebidas

Opción	Cantidad	Porcentaje
Bebida alcohólica	208	58%
Bebidas no alcohólicas	86	24%
Bebidas gaseosas	34	10%
Bebidas energizantes	29	8%
Indique otra opción	0	0%
TOTAL	357	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 9 Tipos de bebidas



Fuente: elaboración propia

Análisis:

Este gráfico muestra que el 58% de los turistas desean consumir bebidas alcohólicas, seguido de un 24% que prefieren consumir bebidas no alcohólicas por motivo de gusto o de salud como son los cócteles sin alcohol a base de frutas, un 10% indica que degustarían de gaseosas como es la cola, jugos, té helado y un 8% desean consumir bebidas energizantes.

5.2 Entrevista dirigida a representantes de la comuna

¿Cree usted necesario la creación de un Bar-Playa en Puerto Engabao?

Claro que sí, ya que un establecimiento de recreación como es un bar los turistas quedarían satisfechos al poder consumir productos de su elección, siempre y cuando brindan servicios de muy buena calidad.

¿Qué proyecto a futuro tiene la Comuna de Engabao?

Ninguno por ahora, solo la reconstrucción del puente vía Playas - Engabao que colapso el 4 de abril, el caudal del estero Suyuña dejó incomunicados a los pobladores de las comunas de Engabao y Puerto Engabao.

¿Cuáles son sus actividades económicas y a que se dedican los comuneros?

La industria principal es el sector pesquero y es así como los comuneros aprovechan y compran pescados para luego comercializarlos fuera de la comuna. Otras de las actividades es la crianza de cerdos, y es así como buscan la manera de sustentarse económicamente como también el hospedaje comunitario, el alquiler de carpas, venta de alimentos y bebidas, accesorios en las playas de la comuna.

¿Sería importante considerar a Engabao como un Atractivo Turístico?

Es importante ya que es reconocido como una de las 6 rutas del Guayas como es la Ruta del Pescador y así mismo se realizan campeonatos nacionales e internacionales de Surf siendo uno de los deportes más practicado en Engabao.

CAPÍTULO VI

6. Propuesta administrativa y económica de la empresa

6.1 Evaluación económica

➤ Objetivo general

Analizar la factibilidad económica para la creación del bar, realizando un flujo de caja.

➤ Objetivos específicos

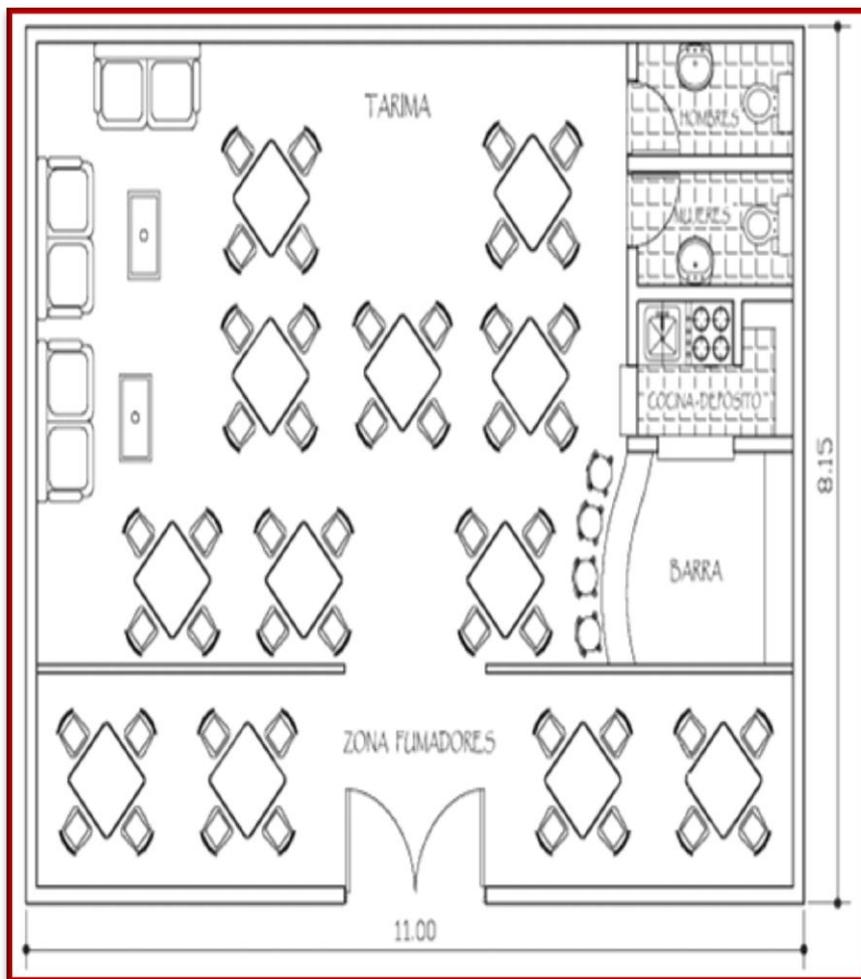
- 1.- Determinar los resultados del estudio de inversión para definir la ejecución del bar.
- 2.- Examinar los índices financieros por medio del Van y del Tir en el flujo de caja con y sin financiamiento.
- 3.- Registrar los diferentes ingresos y egresos proyectando en tablas.
- 4.- Evaluar índices financieros para conocer la rentabilidad del bar.

6.2 Descripción de la empresa

El bar está ubicado en Puerto Engabao, Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas, el área del terreno está comprendida en metros y su infraestructura será construida a base de cañas guadua. La empresa Bar-Playa, estará dedicada a elaborar variedades de bebidas como alcohólica, no alcohólicas, gaseosas, energizantes etc. Y pueda ser degustada a una hora establecida y que pueda ser consumida para personas mayores de 18 años, además de brindar servicios de bebidas también se ofrecerá variedades de piqueos.

El bar es un proyecto con la finalidad de impulsar el crecimiento turístico en la zona de Puerto Engabao, debido a que en la actualidad existe una gran demanda por este tipo de propósitos. El área de Bar se distribuye de la siguiente manera con: baños, depósito, cocina, barra, tarima, zona de fumadores y disfrutar de diferentes actividades como karaoke, presencia de un Dj, y pequeños grupos musicales.

Imagen N° 7 Estructura de la Planta del Bar-Playa



Fuente: elaboración propia

➤ Distribución del Área del Bar

El área de Bar-Playa se distribuye de la siguiente manera:

Baños: lugar donde las personas realizan sus necesidades. Se tendrán dos baños, cada uno con inodoro y lavamanos y se señalará uno para hombres y uno para mujeres, estarán ubicados al fondo costado derecho.

Depósito: es el lugar donde se almacena el inventario de licores, alimentos, envases y los utensilios necesarios para elaborar y entregar el producto final al cliente. El depósito se ubicará en el fondo, costado derecho seguido de los baños, con único acceso a través de la entrada a la barra, permitiendo mayor control y seguridad sobre el inventario.

Cocina: espacio en el cual se encuentra ubicada la nevera, la cocina, entre otros electrodomésticos, los utensilios y un mesón para manipular los alimentos y bebidas. La cocina estará al lado del depósito con el fin de tener al alcance los inventarios para elaborar el producto final.

Barra: lugar donde se encuentra ubicada la caja registradora, la consola de sonido, el computador, stand de copas, exhibición de trago y cuatro sillas altas en la parte exterior, en la barra se despachan los pedidos a los meseros y se encuentra ubicada en la parte central, costado derecho, seguida inmediatamente de la cocina.

Tarima: área del local, donde se realizan los diferentes eventos, como música en vivo, video – karaoke y transmisión de partidos de fútbol. El espacio que se dispondrá para estos programas es al fondo del establecimiento, parte central, puesto que de esta forma todos los espectadores tendrán visibilidad al espectáculo.

Mesas: el local tiene capacidad para doce juegos de mesas, cada una con cuatro sillas, de las cuales se distribuyen 8 en la parte central con una distancia prudente, con el fin de facilitar el acceso de los meseros hacia los clientes, para lograr prestar un buen servicio y las 4 mesas restantes

se ubican al exterior del establecimiento, esto para brindar comodidad a los consumidores catalogados como fumadores.

Sofás dobles: espacio informal donde los clientes consumen los diferentes alimentos y bebidas ofrecidas. La ubicación de estos se encuentra situada contra la pared alrededor de la tarima, para tener una mayor comodidad y un ambiente diferente con respecto a los demás espacios del Bar-Playa.

6.2.1 Misión de la empresa

Producir y vender bebidas que superen las expectativas de nuestros clientes, servir a los turistas con dedicación y esmero, brindando excelente servicio y un precio justo que asegure la viabilidad a largo plazo, con un rendimiento adecuado, y la estabilidad económica de los empleados, aumentando el crecimiento económico de la comuna Engabao.

6.2.2 Visión de la empresa

Poder alcanzar las metas y objetivos proyectados para llegar a ser pioneros dentro del mercado competitivo y ser reconocidos como la marca líder en la comuna Engabao, capaz de suministrar constantemente variedad de bebidas con deliciosos sabores disponible para cualquier momento, brindando un excelente servicio con productos de calidad.

6.2.3 Nombre de la empresa

Al constituirse la empresa su nombre es: Bar-Playa "Blue Mar S.A"

6.2.4 Tipo de compañía

Según el art. 2 de la Ley de compañías, indica que hay 5 tipos de empresas por lo cual se eligió la opción de constituir una empresa de sociedad anónima por necesidad de mínimo tres personas, ya que contribuirán para la creación de la empresa con un monto de \$ 50.000,00 dólares. Los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones.

6.2.5 Capital de los socios

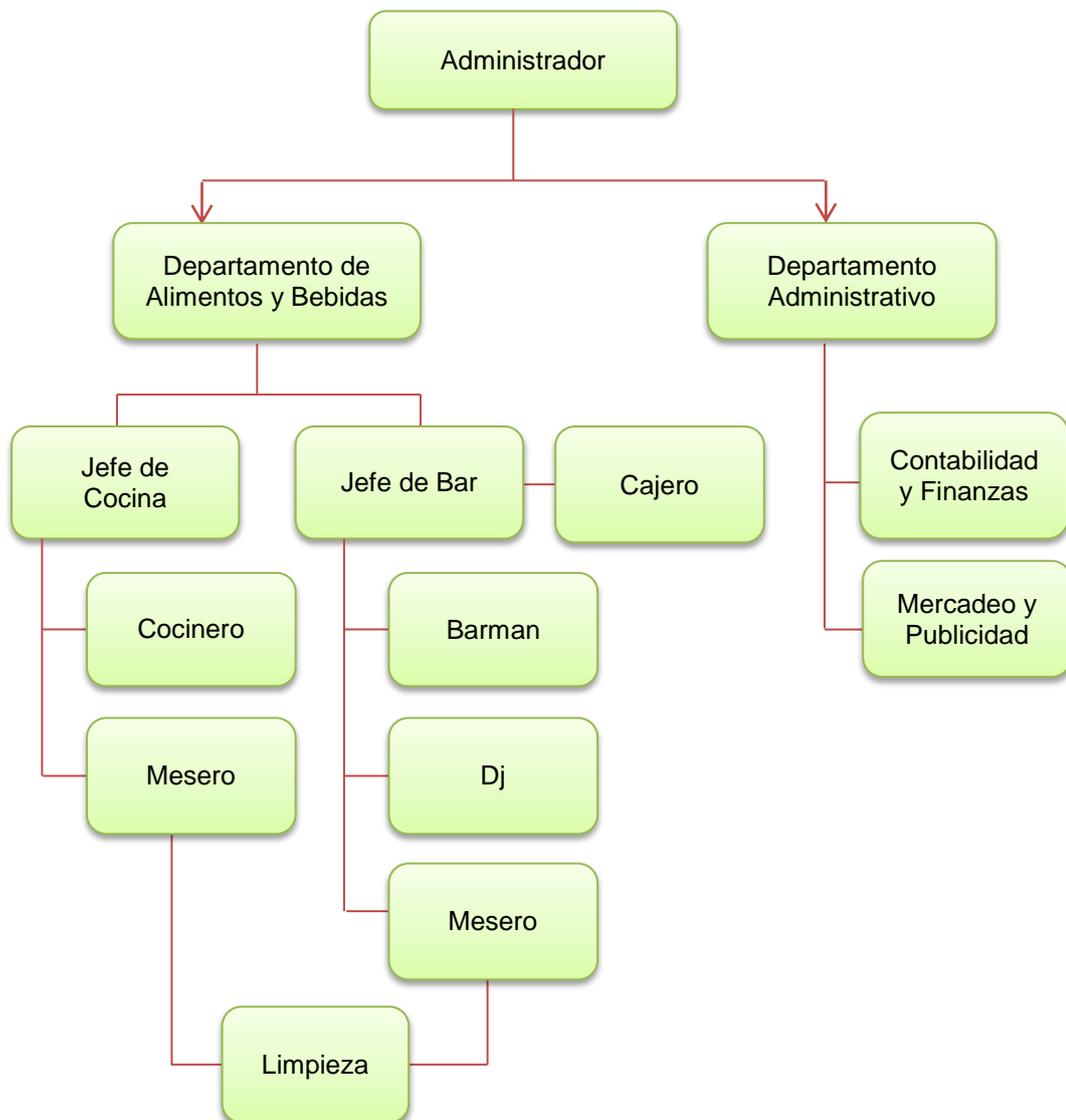
Tabla N° 20 Capital de los socios

Socios	C.I.	Capital	Porcentaje
Jennifer Torres Moreira	0930449145	\$ 20.000,00	40%
Danny Paredes Porro	0919883678	\$ 15.000,00	30%
Jonathan Ramírez Gómez	0930331178	\$ 15.000,00	30%
Total de capital		\$ 50.000,00	100%

Fuente: elaboración propia

6.2.6 Organigrama estructural de la empresa

Gráfico N° 10 Organigrama estructural del Bar



Fuente: elaboración propia

➤ **Manual de Funciones**

Cargo: Jefe de cocina

Funciones:

- ✓ Responsable del manejo de las llaves para abrir y cerrar el establecimiento a diario
- ✓ Inspeccionar el estado de las materias primas y cantidad de inventario, para mantener el nivel óptimo para el buen funcionamiento del establecimiento.
- ✓ Supervisar el servicio ofrecido por parte de los meseros y la calidad de los productos elaborados por el barman y el cocinero.
- ✓ Programar los turnos de los empleados de acuerdo a los días de mayor demanda.
- ✓ Programar la música y eventos presentados a los clientes.
- ✓ Diseñar programas de capacitación, bienestar e incentivos que aumenten la motivación.
- ✓ Analizar resultados y rentabilidad.
- ✓ Realizar investigación del mercado, tipos de clientes, producto y proveedor.
- ✓ Establecer costo y precio de venta.
- ✓ Asegurar la aplicación de los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos, en la limpieza de utensilios usados, en la higiene y limpieza personal del equipo y del espacio físico.
- ✓ Solucionar problemas.
- ✓ Supervisar el servicio de atención al cliente.
- ✓ Verificar el cumplimiento de los estándares de calidad de productos y servicios.
- ✓ Cuidar de la privacidad y seguridad del cliente.

Cargo: Jefe de cocina

Funciones:

- ✓ Supervisar la higiene de cocina y del personal a su cargo.
- ✓ Firmar las requisiciones elaboradas por el cocinero, para solicitar mercancía.
- ✓ Elaborar el menú de piqueos, en coordinación con el gerente.
- ✓ Supervisar la mercancía que se recibe.
- ✓ Establecer estándares de compra, en coordinación con el gerente.
- ✓ Supervisar y controlar la producción de platillos.
- ✓ Supervisar la limpieza y mantenimiento del equipo de cocina.
- ✓ Informar a la administración del funcionamiento de cocina.

Cargo: Cocinero

Funciones:

- ✓ Inspeccionar cantidad de mercadería, acuerdo con la solicitud.
- ✓ Verificar calidad de mercadería y controlar tiempo máximo de consumo.
- ✓ Evitar desperdicio.
- ✓ Observar punto, sabor, y conservación de las propiedades del alimento.
- ✓ Preparar, diseñar los piqueos.
- ✓ Mantener la higiene y seguridad permanente en el área de trabajo.
- ✓ Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la seguridad personal y de los alimentos.

Cargo: Jefe de bar

Funciones:

- ✓ Supervisar y/o establecer los horarios y días de descanso reportándolos a la Administración.
- ✓ Elaborar las recetas de las bebidas.
- ✓ Capacitar al barman.
- ✓ Supervisar la higiene del área de bar y la barra y del personal a su cargo.
- ✓ Realizar los inventarios de materia prima.
- ✓ Elaborar en coordinación con el administrador el costo y los precios de bebidas y cócteles por persona.
- ✓ Elaborar presupuestos de ventas y gastos del Bar.
- ✓ Verificar periódicamente el máximo y mínimo de vinos y licores que debe tener el bar.
- ✓ Revisar sellos de las botellas en el bar.

Cargo: Cajera/o

Funciones:

- ✓ Realizar el cobro y facturación a clientes.
- ✓ Elaborar cierre de caja.
- ✓ Mantener las cuentas diarias con el contador.
- ✓ Ayudar en el área de servicio.

Cargo: Barman

Funciones:

- ✓ Preparar los tipos de bebidas.
- ✓ Realizar el almacenamiento correcto de licores.
- ✓ Atender los pedidos del cliente y de los meseros.
- ✓ Entregar los pedidos al cliente o al mesero.
- ✓ Controlar la cantidad de alimentos y bebidas en existencia del bar.
- ✓ Controlar la existencia de los utensilios, y cristalería.

- ✓ Realizar inventarios de utensilios.
- ✓ Ayudar en los inventarios de bebidas.
- ✓ Aplicar los procedimientos de higiene y seguridad en el manejo de alimentos, bebidas, hielo y en la limpieza de los utensilios.
- ✓ Mantener limpio y organizado el área de trabajo.
- ✓ Organizar bebidas, cristales, utensilios y materiales empleados en el bar.
- ✓ Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.

Cargo: DJ

Funciones:

- ✓ Controlar y poner a punto las conexiones, ecualización de los equipos de audio y video.
- ✓ Poner música durante las horas que este abierto el bar.
- ✓ Adaptar al público con los diferentes géneros de música.

Cargo: Mesero/a

Funciones:

- ✓ Recibir y acomodar al cliente en la mesa.
- ✓ Identificar una mesa adecuada a la preferencia del cliente o según la reservación y disponibilidad.
- ✓ Presentar el menú o carta.
- ✓ Anotar pedidos.
- ✓ Explicar y orientar al cliente en la elección de A&B e incentivar el consumo.
- ✓ Limpiar la mesa y retirar lo que no está en uso.
- ✓ Entregar y retirar pedidos en la cocina.

- ✓ Aplicar procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de los alimentos y en la sanidad de los utensilios empleados.
- ✓ Presentar la cuenta al cliente.
- ✓ Recibir y entregar pagos a la cajera.
- ✓ Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.

Cargo: Personal de limpieza

Funciones:

- ✓ Realizar un seguimiento de un plan de trabajo.
- ✓ Responsabilizarse y tener la capacidad de seguir un método de trabajo.
- ✓ Organizar el tiempo.
- ✓ Trabajar en equipo.
- ✓ Cuidar con rigor en el manejo de las mezclas de productos químicos para la limpieza.
- ✓ Barrer, limpiar, lavar y conservar el piso.

Cargo: Contador/a

Funciones:

- ✓ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas.
- ✓ Registro de comprobantes de ingreso (facturas).
- ✓ Elaboración y registro de comprobantes de egreso.
- ✓ Declaraciones al SRI (con anexos tributarios).
- ✓ Elaboración del diario, mayor y balances.
- ✓ Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.

- ✓ Llevar el archivo de forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
- ✓ Presentar los informes que requiera la organización.
- ✓ Realizar pagos a proveedores.
- ✓ Elaborar los roles y pagos del personal de la empresa.
- ✓ Efectuar los trámites para la afiliación y beneficios de ley del personal que labora en la empresa.
- ✓ Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa.

6.3 Evaluación financiera del proyecto

6.3.1 Inversiones

Para poder analizar los datos de las inversiones que son los gastos se iniciará con la elaboración de tablas que detallan cada uno de los rubros para el equipamiento del bar, dentro de las cuales están las inversiones en muebles y enseres, equipos de cómputo, maquinaria.

➤ Activos fijos

Tabla N° 21 Terreno

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Terreno de 11 x 8.5		\$ 5.000,00
Total			\$ 5.000,00

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 22 Construcción

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Construcción del Bar		\$ 10.000,00
Total			\$ 10.000,00

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 23 Equipo de cómputo

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
2	Laptop	\$ 872,09	\$ 1.744,18
1	Parlante incluye 2 micrófonos	\$ 257,72	\$ 257,72
2	Regulador de voltaje	\$ 16,00	\$ 32,00
Total			\$ 2.033,90

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 24 Muebles y enseres

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Escritorio máster	\$ 186,22	\$ 186,22
1	Counter de bar	\$ 300,00	\$ 300,00
3	Sofá incluye 2 mesas de centro	\$ 200,00	\$ 600,00
1	Silla secretaria con brazos	\$ 80,00	\$ 80,00
12	Mesas de madera	\$ 50,00	\$ 600,00
48	Sillas de madera	\$ 10,00	\$ 480,00
2	Juegos de sanitarios completos que incluye: inodoro, tanque, lavamanos, pedestal y kit.	\$ 140,00	\$ 280,00
1	Lavaplato, llave y kit de tubería.	\$ 120,00	\$ 120,00
3	Reloj de pared	\$ 20,50	\$ 61,50
1	Dispensador de agua	\$ 297,40	\$ 297,40
Total			\$ 3.005,12

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 25 Maquinarias

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Cocina industrial 6 hornillas	\$ 350,00	\$ 350,00
1	Refrigerador	\$ 849,00	\$ 849,00
1	Congelador	\$ 881,46	\$ 881,46
2	Licuadaora	\$ 79,00	\$ 158,00
1	Extractor de jugo	\$ 67,00	\$ 67,00
1	Microonda	\$ 118,38	\$ 118,38
1	Horno eléctrico	\$ 75,92	\$ 75,92
1	Sartén eléctrico	\$ 66,30	\$ 66,30
1	Parrillada eléctrica	\$ 68,25	\$ 68,25
2	Televisores Led de 42p.	\$ 1.016,11	\$ 2.032,22
2	Ventiladores	\$ 133,04	\$ 266,08
Total			\$ 4,932.61

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 26 Materiales

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
Herramientas para la construcción			
2	Carretillas	\$ 42,50	\$ 85,00
3	Pico	\$ 19,99	\$ 59,97
4	Palas	\$ 5,79	\$ 23,16
Utensilios de cocina y barra			
4	Cuchillos	\$ 3,80	\$ 15,20
3	Tabla de picar	\$ 8,50	\$ 25,50
2	Juego de ollas de 3 piezas	\$ 74,00	\$ 148,00
2 doc.	Platos pequeños	\$ 16,00	\$ 32,00
2 doc.	Platos tendidos	\$ 36,00	\$ 72,00
3 doc.	Tenedor	\$ 5,80	\$ 17,40
3 doc.	Cuchillos de mesa	\$ 8,50	\$ 25,50
3 doc.	Cuchara pequeña	\$ 2,80	\$ 8,40
2	Cucharetas	\$ 2,80	\$ 5,60
2	Trinche	\$ 2,50	\$ 5,00

2	Espátula	\$ 3,80	\$ 7,60
5	Jarras para jugo	\$ 3,50	\$ 17,50
2	Cernideros	\$ 5,00	\$ 10,00
1	Rallador	\$ 3,50	\$ 7,00
4	Charoles	\$ 6,80	\$ 27,20
2	Sartenes medianos	\$ 12,50	\$ 25,00
8	Servilleteros	\$ 1,15	\$ 9,20
8	Ajiceros	\$ 1,20	\$ 9,60
6	Saleros	\$ 1,25	\$ 7,50
25	cenicero	\$ 0,80	\$ 20,00
2 doc.	Vasos:		
	• Vaso "long drink"	\$ 1,15	\$ 27,60
2 doc.	• Vaso mediano	\$ 1,15	\$ 27,60
2 doc.	• Vaso old-fashioned	\$ 1,15	\$ 27,60
2 doc.	• Vaso shot	\$ 0,75	\$ 18,00
3 doc.	• Vaso cervecero	\$ 1,45	\$ 52,20
2 doc.	Copas:		
	✓ Martini	\$ 2,65	\$ 63,60
2 doc.	✓ Flauta	\$ 1,85	\$ 44,40
4	Coctelera clásica o estándar	\$ 4,42	\$ 17,68
4	Coctelera Boston o americana	\$ 8,00	\$ 32,00
5	Colador de gusanillo o espiral	\$ 1,94	\$ 9,70
3	Sacacorchos multiuso	\$ 4,38	\$ 13,14
4	Pinzas para hielo	\$ 1,50	\$ 6,00
4	Exprimidor	\$ 2,50	\$ 10,00
6	Bolo para hielo (hielera)	\$ 4,50	\$ 27,00
5	Dosificador de licor	\$ 3,47	\$ 17,35
Total			\$ 1.057,20

Fuente: elaboración propia

➤ Depreciación

Tabla N° 27 Depreciación método de línea recta

Inversión	Años		0	1	2	3	4	5	Valor en libros
	Valor	Vidal Útil							
Equipo de cómputo	\$ 2.033,90	3		\$ 677,97	\$ 677,97	\$ 677,97			
Muebles y enseres	\$ 3.005,12	10		\$ 300,51	\$ 300,51	\$ 300,51	\$ 300,51	\$ 300,51	\$ 1.502,56
Maquinarias	\$ 4.932,61	5		\$ 986,52	\$ 986,52	\$ 986,52	\$ 986,52	\$ 986,52	
Materiales	\$ 1.057,20	8		\$ 132,15	\$ 132,15	\$ 132,15	\$ 132,15	\$ 132,15	\$ 396,45
Depreciación Total				\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 1.419,18	\$ 1.419,18	\$ 1.899,01

Fuente: elaboración propia

➤ **Costo del personal**

Tabla N° 28 Sueldos y salarios del personal

Cant.	CARGO	Remuneración a percibir	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13er Sueldo	14to Sueldo (SBU)	Aporte IESS 11,15%	Aporte IESS 9,45%	Sueldos más Beneficios
1	Administrador	\$ 452,75	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 452,75	\$ 354,00	\$ 669,00	\$ 567,00	\$ 7.475,75
1	Jefe de cocina	\$ 362,20	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 362,20	\$ 354,00	\$ 535,20	\$ 453,60	\$ 6.051,40
1	Jefe de bar	\$ 362,20	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 362,20	\$ 354,00	\$ 535,20	\$ 453,60	\$ 6.051,40
1	Cocinero	\$ 320,55	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 320,55	\$ 354,00	\$ 473,65	\$ 401,44	\$ 5.396,20
1	Barman	\$ 325,98	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 325,98	\$ 354,00	\$ 481,68	\$ 408,24	\$ 5.481,66
1	Dj	\$ 344,09	\$ 380,00	\$ 4.560,00	\$ 344,09	\$ 354,00	\$ 508,44	\$ 430,92	\$ 5.766,53
1	Contabilidad y finanzas	\$ 407,47	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 407,47	\$ 354,00	\$ 602,10	\$ 510,30	\$ 6.763,57
2	Meseros	\$ 641,09	\$ 708,00	\$ 8.496,00	\$ 641,09	\$ 354,00	\$ 947,30	\$ 802,87	\$ 10.438,39
		\$ 3.216,33	\$ 3.552,00	\$ 42.624,00	\$ 3.216,33	\$ 2.832,00	\$ 4.752,58	\$ 4.027,97	\$ 53.424,91

Fuente: elaboración propia

➤ **Gastos de inversión**

Tabla N° 29 Costo total de inversión

Detalles	Costo total
Terreno	\$ 5.000,00
Construcción	\$ 10.000,00
Equipo de cómputo	\$ 2.033,90
Muebles y enseres	\$ 3.005,12
Maquinarias	\$ 4.932,61
Materiales	\$ 1.057,20
Sueldos y salarios	\$ 53.424,91
Total	\$ 79.453,74

Fuente: elaboración propia

6.3.2 Van, Tir

Valor actual neto (Van): este método es utilizado para seleccionar proyectos que si permitan el logro de los objetivos financieros esto significa que los que tengan un Van positivo y maximizar el valor y los Van negativos hacerlos a un lado, si llega a existir varios proyectos alternativos para la inversión este método lo analizan y ordenan los que tenga de mayor a menor.

Tasa interna de retorno (Tir): este método se utiliza para analizar la evaluación de proyectos financieros puesto que cuando esta es mayor a la tasa de interés promedio en el mercado se considera viable el proyecto.

6.4 Capital de trabajo

El capital de trabajo es primordial ya que lo forman los recursos que necesita la empresa para operar los primeros meses, los recursos son conocidos como activos corrientes para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo.

Tabla N° 30 Costo de servicios anual

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	\$ 40,00	\$ 480,00
Agua potable	\$ 25,00	\$ 300,00
Tv cable	\$ 35,00	\$ 420,00
Mantenimiento	\$ 30,00	\$ 360,00
Total		\$ 1.560,00

Fuente: elaboración propia

6.5 Gastos de puesta en marcha

Se estima a gastar en trámites que se utiliza para la constitución de la empresa es un total de \$ 800,00 dólares.

6.6 Permisos de funcionamiento anual

Está destinado que para este gasto el total será de \$ 250,00 dólares, los cuales también incluyen los diferentes rubros como cuerpo de bomberos, patentes y más.

6.7 Gastos de limpieza

Por gasto de limpieza se estima un valor de \$ 200,00 mensual y \$ 2.400,00 anual.

6.8 Gastos de instalación eléctrica

\$400,00 para el gasto de la instalación eléctrica.

6.9 Imprevistos

Para cualquier situación que llegue a suscitarse en la empresa se estima un valor de \$ 1.500,00 anuales.

6.10 Suministros

Suministro se refiere a papelería, esferos, clip, grapadora, perforadora, etc. Lo cual se considera un gasto mensual de \$ 15,00 y anualmente de \$ 180,00.

6.11 Financiamiento

El financiamiento para este proyecto se cuenta con el aporte para la creación de la empresa ya que son 3 socios y el resultado es de \$ 50.000,00 dólares y para realizar las inversiones necesarias, se realiza un préstamo en el Banco Nacional de Fomento de \$ 35.000,00 a un plazo de 5 años con un interés del 11% anualmente.

Tabla N° 31 Amortización del préstamo

CAPITAL	\$ 35.000,00			
PERIODO	5			
INTERÉS	11%	anual		
Periodo	Interés	Capital	Amortización	Saldo final
0				\$ 35.000,00
1	\$ 3.850,00	\$ 9.469,96	\$ 5.619,96	\$ 29.380,04
2	\$ 3.231,80	\$ 9.469,96	\$ 6.238,16	\$ 23.141,88
3	\$ 2.545,61	\$ 9.469,96	\$ 6.924,35	\$ 16.217,53
4	\$ 1.783,93	\$ 9.469,96	\$ 7.686,03	\$ 8.531,50
5	\$ 938,46	\$ 9.469,96	\$ 8.531,50	\$ 0,00
Total	\$ 12.349,80	\$ 47.349,80	\$ 35.000,00	

Fuente: elaboración propia

6.12 Ingresos

- **Alimentos:** se estima que se vendan 250 platos de comida al mes, siendo el costo promedio de \$4,00 lo que equivale a \$1.000,00 al mes por venta de comida en el restaurante y \$12.000,00 al año.
- **Bebidas:** Se tiene un stock surtido de bebidas alcohólico, no alcohólico, gaseosas y energizantes, se estima un ingreso de \$6.500,00 mensual y \$78.000,00 anual.

- **Ventas por eventos:** Se alquilará el área del bar para clientes que deseen celebrar cualquier tipo de eventos, estimando que por mes se lleguen a realizar 4 eventos y el alquiler del establecimiento será de \$100,00 que sería un total de \$ 400 al mes y anualmente con un total de \$ 4.800,00.

- **Venta de actividades: karaoke-grupo musical**

Por estas actividades se estima un total de \$1.550,00 mensual y anualmente un \$18.600,00

Tabla N° 32 Flujo de caja financiado

INGRESOS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
Ventas de Alimentos		\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 20.420,51
Ventas de bebidas		\$ 78.000,00	\$ 81.900,00	\$ 85.995,00	\$ 90.294,75	\$ 94.809,49
Ventas por eventos		\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
Actividades: karaoke-grupo musical		\$ 18.600,00	\$ 19.530,00	\$ 20.506,50	\$ 21.531,83	\$ 22.608,42
Total Ingresos		\$ 113.400,00	\$ 119.070,00	\$ 125.023,50	\$ 131.274,68	\$ 143.672,84
COSTO DE VENTAS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
Costos de productos de cocina		\$ 7.500,00	\$ 7.875,00	\$ 8.268,75	\$ 8.682,19	\$ 9.116,30
Costos de productos de barra		\$ 27.500,00	\$ 28.875,00	\$ 30.318,75	\$ 31.834,69	\$ 33.426,42
Total Costos Ventas		\$ 35.000,00	\$ 36.750,00	\$ 38.587,50	\$ 40.516,88	\$ 31.724,72
UTILIDAD BRUTA		\$ 78.400,00	\$ 82.320,00	\$ 86.436,00	\$ 90.757,80	\$ 111.948,12
GASTOS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
Energía eléctrica		\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
Agua potable		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Tv cable		\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00
Mantenimiento		\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Gastos de Limpieza		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Suministros		\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Sueldos y salarios		\$ 53.424,91	\$ 59.682,66	\$ 62.666,79	\$ 65.800,13	\$ 69.090,14
Imprevistos		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Permisos de funcionamiento		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Total de Gastos		\$ 59.314,91	\$ 65.572,66	\$ 68.556,79	\$ 71.690,13	\$ 74.980,14
OTROS EGRESOS Y GASTOS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
Gasto de depreciación		\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 1.419,18	\$ 1.419,18
Gasto de intalación eléctrica		\$ 400,00				
Gasto de puesta en marcha		\$ 800,00				
Valor en libros						\$ 1.899,01
Total otros Egresos		\$ 3.297,15	\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 1.419,18	\$ 3.318,19
TOTAL EGRESOS		\$ 62.612,06	\$ 67.669,81	\$ 70.653,94	\$ 73.109,31	\$ 78.298,33
UAII		\$ 15.787,94	\$ 14.650,19	\$ 15.782,06	\$ 17.648,49	\$ 33.649,79
INTERÉS POR PAGAR		\$ 3.850,00	\$ 3.231,80	\$ 2.545,61	\$ 1.783,93	\$ 938,46
UAI		\$ 11.937,94	\$ 11.418,39	\$ 13.236,45	\$ 15.864,56	\$ 32.711,33
15% DE PARTICIPACIÓN		\$ 2.368,19	\$ 2.197,53	\$ 2.367,31	\$ 2.647,27	\$ 5.047,47
IMPUESTOS A LA RENTA 25%		\$ 3.946,99	\$ 3.662,55	\$ 3.945,52	\$ 4.412,12	\$ 8.412,45
UTILIDAD NETA		\$ 5.622,76	\$ 5.558,31	\$ 6.923,63	\$ 8.805,16	\$ 19.251,42
DEPRECIACIÓN		\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 1.419,18	\$ 1.419,18
	0	1	2	3	4	5
Capital de trabajo	\$ 1.560,00					
Terreno	\$ 5.000,00					
Construcción	\$ 10.000,00					
Equipo de cómputo	\$ 2.033,90					
Muebles y enseres	\$ 3.005,12					
Maquinarias	\$ 4.932,61					
Materiales	\$ 1.057,20					
Préstamo	\$ 35.000,00	\$ 5.619,96	\$ 6.238,16	\$ 6.924,35	\$ 7.686,03	\$ 8.531,50
FLUJO DE CAJA	\$ (7.411,17)	\$ 2.099,95	\$ 1.417,30	\$ 2.096,43	\$ 2.538,31	\$ 12.139,10
VAN		\$ 13.451,08				
Tasa de descuento		11%				
TIR		31%				

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 33 Flujo de caja sin financiamiento

INGRESOS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
Ventas de Alimentos		\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 20.420,51
Ventas de bebidas		\$ 78.000,00	\$ 81.900,00	\$ 85.995,00	\$ 90.294,75	\$ 94.809,49
Ventas por eventos		\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.834,43
Actividades: karaoke-grupo musical		\$ 18.600,00	\$ 19.530,00	\$ 20.506,50	\$ 21.531,83	\$ 22.608,42
Total Ingresos		\$ 113.400,00	\$ 119.070,00	\$ 125.023,50	\$ 131.274,68	\$ 143.672,84
COSTO DE VENTAS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
Costos de productos de cocina		\$ 7.500,00	\$ 7.875,00	\$ 8.268,75	\$ 8.682,19	\$ 9.116,30
Costos de productos de barra		\$ 27.500,00	\$ 28.875,00	\$ 30.318,75	\$ 31.834,69	\$ 33.426,42
Total Costos Ventas		\$ 35.000,00	\$ 36.750,00	\$ 38.587,50	\$ 40.516,88	\$ 31.724,72
UTILIDAD BRUTA		\$ 78.400,00	\$ 82.320,00	\$ 86.436,00	\$ 90.757,80	\$ 111.948,12
GASTOS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
Energía eléctrica		\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
Agua potable		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Tv cable		\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00
Mantenimiento		\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Gastos de Limpieza		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Suministros		\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Sueldos y salarios		\$ 53.424,91	\$ 59.682,66	\$ 62.666,79	\$ 65.800,13	\$ 69.090,14
Imprevistos		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Permisos de funcionamiento		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Total de Gastos		\$ 59.314,91	\$ 65.572,66	\$ 68.556,79	\$ 71.690,13	\$ 74.980,14
OTROS EGRESOS Y GASTOS						
Descripción	0	1	2	3	4	5
Gasto de depreciación		\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 1.419,18	\$ 1.419,18
Gasto de intalación eléctrica		\$ 400,00				
Gasto de puesta en marcha		\$ 800,00				
Valor en libros						\$ 1.899,01
Total otros Egresos		\$ 3.297,15	\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 1.419,18	\$ 3.318,19
TOTAL EGRESOS		\$ 62.612,06	\$ 67.669,81	\$ 70.653,94	\$ 73.109,31	\$ 78.298,33
UaII		\$ 15.787,94	\$ 14.650,19	\$ 15.782,06	\$ 17.648,49	\$ 33.649,79
15% DE PARTICIPACIÓN		\$ 2.368,19	\$ 2.197,53	\$ 2.367,31	\$ 2.647,27	\$ 5.047,47
IMPUESTOS A LA RENTA 25%		\$ 3.946,99	\$ 3.662,55	\$ 3.945,52	\$ 4.412,12	\$ 8.412,45
UTILIDAD NETA		\$ 9.472,76	\$ 8.790,11	\$ 9.469,24	\$ 10.589,09	\$ 20.189,88
DEPRECIACIÓN		\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 2.097,15	\$ 1.419,18	\$ 1.419,18
Descripción	0	1	2	3	4	5
Capital de trabajo	\$ 1.560,00					
Terreno	\$ 5.000,00					
Construcción	\$ 10.000,00					
Equipo de cómputo	\$ 2.033,90					
Muebles y enseres	\$ 3.005,12					
Maquinarias	\$ 4.932,61					
Materiales	\$ 1.057,20					
FLUJO DE CAJA	\$ (27.588,83)	\$ 11.569,91	\$ 10.887,26	\$ 11.566,39	\$ 12.008,27	\$ 21.609,06
VAN		\$ 48.451,07				
Tasa de descuento		11%				
TIR		35%				

Fuente: elaboración propia

Análisis

Tabla N° 34 Análisis de flujo de caja financiado

Detalle	Valores
Van	13.451,08
Tasa de descuento	11%
Tir	31%

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 35 Análisis de flujo de caja sin financiamiento

Detalle	Valores
Van	48.451,07
Tasa de descuento	11%
Tir	35%

Fuente: elaboración propia

Después de la elaboración de los flujos de caja se pudo determinar que el proyecto con financiamiento y el sin financiamiento son rentables expulsando un Tir mayor a la tasa de descuento, concluyendo que son altamente viables.

6.13 Conclusión y recomendación

6.13.1 Conclusiones

La iniciativa de la puesta en marcha de un Bar-Playa, se generó por varios factores con el fin de brindar diferentes alternativas en cuanto a productos y servicios en un mismo lugar, debido a que en el sector de Puerto Engabao no existe un establecimiento que reúna todas estas características para satisfacer las necesidades del cliente.

Con el estudio de mercados que se realizó, se logró identificar que este tipo de establecimiento tiene gran nivel de aceptación en el sector de investigación debido a los productos, servicios adicionales y a la infraestructura tuvo un grado de aprobación.

Por medio del análisis del entorno interno y externo de la empresa se analizó que los factores más relevantes son las fortalezas y oportunidades, que disminuye las debilidades y amenazas que pueden afectar el desempeño de la empresa.

El estudio administrativo, se estipularon las pautas de planeación estratégica, los deberes y derechos de empleados que deben encaminar al buen funcionamiento del establecimiento. Se realizó el estudio legal, con el cual se determinó el procedimiento necesario para la puesta en marcha del Bar-Playa y las entidades relacionadas que expiden los permisos requeridos para el funcionamiento, con el propósito de no incurrir en multas y sanciones.

Conociendo la evaluación financiera permitió determinar la viabilidad, rentabilidad del proyecto, por lo que su construcción ayuda al desarrollo económico de la propietaria y también al desarrollo económico de los pobladores de la comuna, ya que con la creación del bar los turistas acuden a la playa con más frecuencia, produciendo los ingresos económicos para los dueños de los diferentes negocios y a los vendedores informales que se encuentran ubicados cerca del mar.

Por este motivo se concluye que el proyecto es factible tanto para la empresa como para la comunidad ya que los resultados de las encuestas arrojaron que las personas de la comuna y turistas están interesados y entusiasmado en visitar el Bar y la mayoría están dispuestos a pagar un buen precio por el servicio ofrecido incluyendo las actividades que se realizarán como, celebraciones, diversión, eventos, etc. Impulsando la economía local y fortalecer el desarrollo turístico de la zona, y el cual garantizará una mejor calidad de vida con este emprendimiento.

6.13.2 Recomendaciones

- ❖ Organizar charlas y capacitaciones a los comuneros para incentivarlos a que sean emprendedores generando su propia empresa, aplicando sus conocimientos e impulsando el desarrollo turístico de la comuna, aumentando su crecimiento personal y disminuyendo el desempleo del país.
- ❖ Realizar un evento por la apertura del bar y ofrecer promociones e invitar a representantes de la comuna, turistas y pobladores a conocer el establecimiento de recreación, y así ellos pasen la voz y ayudará a la publicidad del lugar.
- ❖ Capacitar al personal que trabajará en el bar de como brindar un excelente servicio a los clientes y la atención de primera y así los turistas queden satisfechos y puedan regresar sin pensarlo dos veces.
- ❖ Conocer y realizar una lista de precios de los diferentes proveedores para ver cuál de ellos ofrece productos de calidad con costos justos y accesibles para poder satisfacer a los clientes.
- ❖ Las autoridades correspondientes deberían brindar un mayor apoyo a los proyectos que son factibles y que generan un desarrollo turístico y económico para el lugar.

Bibliografías

- ✓ Acerenza, Miguel Á. (1991). Administración del Turismo, 4ta edición, México: trillas
- ✓ Banco Central del Ecuador. (2014-2015) - Indicadores económicos del País. Recuperado el 26 de septiembre del 2015:
<http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>
- ✓ Buen Vivir Plan Nacional. (s.f.). Recuperado el 8 de Agosto de 2014, de Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo:
<http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>
- ✓ Cárdenas Tabares, F. (2001). Comercialización del turismo, determinación y análisis de mercados (3era edición). México DF: Trillas.
- ✓ Castaño Blanco, J. M. (2005). Psicología Social de Viajes y Turismo. Paraninfo S.A.
Censo de Población y Vivienda - CPV 2010. (27 de noviembre de 2013). Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. Recuperado el 21 de diciembre del 2014, de:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- ✓ Colombo Cordero, C. (28 de Julio de 2013). Guayaquil es tu destino turístico. Semana, diario Expreso. Recuperado el 16 de marzo del 2015:
<http://www.semana.ec/ediciones/2013/07/28/actualidad/actualidad/guayaquil-es-tu-destino-turistico/>
- ✓ Coordinación General de Estadística e Investigación - Rubro del Turismo en la Economía (2013-2014).
- ✓ Correa Bustamante, F. J. (2002). Todo Guayas en sus manos. Guayaquil: Editorial Arquidiócesana "Justicia y Paz".
- ✓ Chiavenato Idalberto, (2004) «Introducción a la Teoría General de la Administración». Séptima Edición.
- ✓ De Juana, M. (1999) - Bar y cafetería, Madrid: Ediciones Norma.
- ✓ Diccionario de la Lengua Española (2001). Editorial Espasa. Edición 22.

- ✓ Duque, R. I., Plaza, R. R., & Rivas, M. L. (2012). La Cadena de Valor en el Turismo.
- ✓ El origen de los bares, (2013). Recuperado de octubre 2015, de: <https://elsecretodelexitodelosbares.wordpress.com/2013/04/28/el-origen-de-los-bares/>
- ✓ Equipo Consultor Tourism & Leisure. (2007). Diseño Del Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador “Plandetur 2020”. Recuperado el 27 de septiembre de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- ✓ Espantaleón, R. (2003). Bar y Cafetería, Barcelona: ediciones Norma.
- ✓ García, O. F., Gil, M. M., & García, O. P. (2003). Bebidas. Hotelería y Turismo. Madrid: Internacional Thomson segunda edición. Paraninfo S.A.
- ✓ Gil. P. J. (1994). Servicios de Restaurantes y bar, Madrid, Editorial Anele.
- ✓ Guerrero, L. R (2014). Procesos básicos de preparación de alimentos y bebidas, Madrid, ediciones Paraninfo S.A.
- ✓ Guía Turística del Guayas (2012). Guayas Turístico. La Prefectura. <http://www.guayas.gob.ec/turismo/guiasturisticas/es.html>
- ✓ Jordá M. (2011). Diccionario práctico de gastronomía y salud. Ediciones Días de Santos, S.A.
- ✓ Ley de turismo. (06 de mayo del 2008). Ley de turismo. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- ✓ Ministerio de Turismo del Ecuador (2014-2015). Países que visitan el Ecuador y principales destinos de los ecuatorianos. Llegadas de extranjeros al Ecuador y salidas de ecuatorianos al exterior. Recuperado el 19 de junio del 2015, de Coordinación General de Estadística e Investigación:

<http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/TurismoReceptor/Boletines-estadisticos-reporte-mensual-de-turismo-receptor-mayo-2015.pdf>

- ✓ Montaner Montejano, J., Antich Corgos, J., & Arcarons Simón, R. (1998). Diccionario de turismo. Síntesis S.A.
- ✓ Organización Mundial de Turismo (2014). Llegada de turistas internacionales. Recuperado el 24 de agosto del 2015:
http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/int_tourism_es_15_april.pdf
- ✓ Villena, E. (2003). Técnico en Hotelería y Turismo - Tomo I. Madrid: Cultura.
- ✓ <http://definicion.de/>
<http://www.definicionabc.com/general/bebida.php>

ANEXOS

Foto N° 1 Terreno para construir el Bar



Fuente: elaboración propia

Foto N° 2 Calle principal - Playa Puerto Engabao



Fuente: elaboración propia

Foto N° 3 Medio de transporte Engabao



Fuente: elaboración propia

Foto N° 4 Campeonato de surf en Puerto Engabao



Fuente: Departamento de Turismo del cantón Playas

Foto N° 5 Zona Pesquera



Fuente: Departamento de Turismo del cantón Playas

Foto N° 6 Turistas en playa de Puerto Engabao



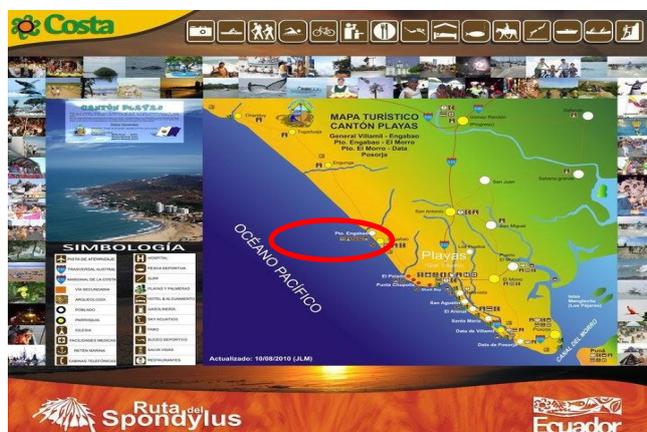
Fuente: Departamento de Turismo del cantón Playas

Foto N° 7 Gastronomía de Puerto Engabao



Fuente: Departamento de Turismo del cantón Playas

Foto N° 8 Mapa turístico Cantón Playas – Puerto Engabao



Fuente: Departamento de Turismo del cantón Playas

Foto N° 9 Autoridad de la Comuna Engabao

Vicepresidente Juan De La A Panchana



Fuente: elaboración propia

4. ¿Qué tipo de actividad prefiere que se realice en el bar?

_____ Karaoke

_____ Pequeño grupo musical

_____ DJ

Indique otra opción: _____

5. ¿Qué tipo de música le gustaría escuchar en el bar?

_____ Reggaetón

_____ Bachata

_____ Romántica

Indique otra opción: _____

_____ Salsa

6. ¿Con quién visitaría el Bar?

_____ Solo

_____ Con amigos

_____ En pareja

Indique otra opción: _____

_____ Con su familia

7. ¿Qué tipos de bebidas usted estaría dispuesto consumir en el bar?

_____ Bebida alcohólica

_____ Bebidas energizantes

_____ Bebidas no alcohólicas

Indique otra opción: _____

_____ Bebidas gaseosas



ENTREVISTA DIRIGIDA A REPRESENTANTES DE LA COMUNA

La Universidad de Guayaquil realiza un estudio para conocer si es viable la creación de un bar-playa en Puerto Engabao – Cantón General Villamil Playa para incentivar el turismo, por ello se requiere de su colaboración en la ejecución de la entrevista.

¿Cree usted necesario la creación de un Bar en Puerto Engabao?

¿Qué proyecto a futuro tiene la Comuna de Engabao?

¿Cuáles son sus actividades económicas y a que se dedican los comuneros?

¿Sería importante considerar a Engabao como un Atractivo Turístico?
