



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Empresariales
Carrera de hotelería y Turismo

TÍTULO:

Propuesta para la Creación de un Espacio Nocturno en la Parroquia de Puerto Cayo. "Hee Nalu" sitio de playa y entretenimiento al llegar la tarde

AUTOR (A):

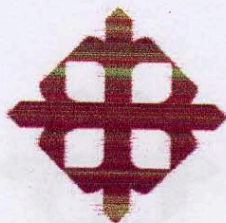
Katherine Michell Guerrero Auz

TUTOR:

Dra. Melva Lozano

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Empresariales
Carrera de hotelería y Turismo

CERTIFICACIÓN

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Katherine
Michell Guerrero Auz**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de
Ing. Administraciones Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Dra. Melva Lozano

REVISORES

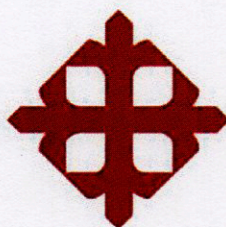
Ing. César Bustamante Chong

Lcdo. Alfonso Sánchez Macías

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond

Guayaquil, 31 de Enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Empresariales
Carrera de hotelería y Turismo

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

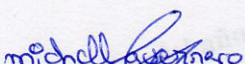
Yo, **Katherine Michell Guerrero Auz**

DECLARO QUE:

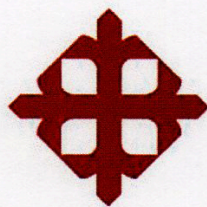
El Trabajo de Titulación Propuesta para la creación de un espacio nocturno en la Parroquia de Puerto Cayo. "Hee.Nalu" sitio de playa y entretenimiento nocturno previa a la obtención del Título **de Ing. Administraciones Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 31 del mes de Enero del año 2014



Katherine Michell Guerrero Auz



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Empresariales
Carrera de hotelería y Turismo

AUTORIZACIÓN

Yo, **Katherine Michell Guerrero Auz**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación:

Propuesta para la Creación de un espacio nocturno en la parroquia de Puerto Cayo. “Hee Nalu” sitio de playa y entretenimiento nocturno. Cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 31 de Enero del año 2014

AUTORA: Katherine Michell Guerrero Auz

AGRADECIMIENTO

En primer lugar le agradezco a Dios, por haberme dado la suficiente fuerza para no quebrantar y seguir adelante con un sueño o más bien una meta trazada en mi vida, porque con él, su amor infinito y su sabiduría pude realizar esta tesis.

Debidamente, agradeciendo a cada uno de mis profesores que fueron mi guía en el trayecto de la tesis, porque con su ayuda, asesoramientos, hicieron que mi proyecto triunfe y llegue a su cometido.

A toda mi familia, amigos, mis seres queridos, a mi hijo que fue el que me dio toda la fuerza necesaria, su apoyo incondicional, ánimo para poder terminar mi tesis.

Pasar malas noches, cansancio, estrés en su momento, valió la pena minuto a minuto este es un triunfo para todos quienes estuvieron conmigo.

Katherine Michell Guerrero Auz

DEDICATORIA

La presente Tesis está dedicada a una de la persona que estuvo ahí conmigo, empujándome para poder realizarme profesionalmente, la persona que me guió, me enseñó e hizo de mí un ejemplo de mujer, es mi Padre porque sin él, sin todo su apoyo a lo largo de todos estos años no hubiera sido realidad.

A mi abuela que con sus enseñanzas su coraje y fortaleza hizo de mí una mujer luchadora por cumplir una meta, a mi familia en general que fue un aporte muy grande en mi vida, apoyándome de todas las maneras posibles, con su afecto y amor.

A mi hijo que es el motor de mi vida que con cada sonrisa, gesto, palabra hace de mí una guerrera, por él es mi lucha día a día y llegar a esta instancia con la ayuda de todas las personas que amo, hace para mí un sueño y anhelo realidad.

Les agradezco infinitamente ya que hoy por hoy estoy culminando una parte fundamental en mi vida profesional, porque sin ellos no lo hubiera logrado, agradezco a todos las personas que amo y me aman porque con ellos fue un aporte fundamental en toda mi trayectoria de Universidad y poder realizarme profesionalmente.

Katherine Michell Guerrero Auz

INDICE GENERAL

PORTADA	
CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	VII
CALIFICACIÓN.....	VIII
Índice General	IX
Índice de Tablas.....	XIII
Índice de Gráficos.....	XV
RESUMEN	XVIII
ABSTRACT	XX
1.INTRODUCCIÓN.....	22
1.1 Antecedentes.....	22
2. Planteamiento del Problema.....	25
3. Formulación del Problema	26
4. Justificación.....	27
5. Objetivo General	28
5.1 Objetivo Específico:	28
6. Formulación de Hipótesis.....	28
7. Metodología de la Investigación:	29
7.1 Tipo de Investigación	29

7.2 Enfoque de la Investigación	30
7.3 Herramienta Cuantitativa.....	31
7.4 Herramienta Cualitativa.....	31
8. Contribución Potencial del Estudio	31
9. Marco Teórico	32
10. Marco Conceptual	37
a) Definición de Turismo.....	37
b) Definición de Turismo Sol y Playa	38
c) Definición de Bar- Discoteca	39
11. Marco Referencial	40
12. Marco Legal.....	41
a) Ordenanza Municipal de Jipijapa	41
b) Servicio de Rentas Internas (S.R.I)	41
c) Ordenanza Judicial de la Policía Nacional	41
d) Ministerio de Turismo	42
e) Ministerio de Ambiente	42
f) Licencia Ambiental	42
g) Ordenanza de la Junta Parroquial	43
h) Cuerpo de Bomberos	43
i) Superintendencia de Compañías.....	44
Capítulo I: Investigación de Mercado en Puerto Cayo.....	45
1. Características en la Parroquia de Puerto Cayo.....	45
2. Sitios más visitados por los Turistas	45
3. Descripción de playas cercanas a la Parroquia de Puerto Cayo	48
4. Sitios de Establecimientos Nocturnos más visitados.....	57
a) Bares- Discotecas en Puerto López	57
b) Bares- Discotecas en Montañita.....	58

c)Bares- Discotecas en Manta	59
5. Tipo de Investigación	60
6.Cálculo de Muestra.....	60
6.1 Presentación de datos Encuestados	63
6.2 Conclusión.....	75
7. Análisis P.E.S.T.....	75
7.1 Factores Políticos	76
7.2 Factores Económicos.....	77
7.3 Factores Sociales	80
8. Análisis del Mercado.....	89
8.1 Análisis del Consumidor	94
8.2 Análisis FODA	94
Capítulo II: Espacio Nocturno en la Parroquia de Pto. Cayo.....	97
1.Constitución de la Empresa.....	97
2. Permisos de funcionamiento del Bar- Discoteca.....	98
2.1 Permiso de Construcción.....	98
a)Obtener el RUC por parte del SRI.....	98
b)Obtener la Licencia de Funcionamiento por parte del Municipio Cantonal	99
c)Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	99
d)Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud	100
3. Nombre de la Empresa	100
4.Logo.....	101
5.Slogan.....	101
6. Misión.....	102
6.1 Visión	102
7. Objetivos	102
7.1 Valores.....	102

8. Estructura del establecimiento.....	103
9. Producto.....	104
10. Servicio.....	106
Capítulo III Estrategias de Marketing y Publicidad	109
1. Marketing	109
1.2 Análisis del Marketing	109
1.3 Planeación del Marketing	110
1.4 Marketing Mix.....	110
2. Publicidad	114
3. Las 5 Fuerzas de Porter	115
Capítulo IV Análisis Pre- Operacional.....	117
1.Días de Funcionamiento.....	119
2.Manual de Funciones.....	119
3.Manejo de Presentación del Empleado.....	120
4.Servicio.....	121
a.Control de Calidad.....	121
b.Control de Limpieza	122
Capítulo V Presupuesto del proyecto	123
1. Inversión Inicial.....	123
1.2 Balance Inicial.....	127
1.3 Proyección Mensual	129
1.4 Proyección Anual de Costo de Venta.....	131
1.5 Proyección Mensual de Ingresos.....	134
1.6 Proyección Anual de Ingresos.....	136
1.7 Sueldos Administrativos.....	137
1. 8 Gastos Generales	140

1.9 Financiamiento del Proyecto	143
2.Tabla de Amortización	143
2.1 Estado de Resultados.....	145
2.2 Flujo de Caja Anual.....	147
2.3 Balance General.....	149
2.4 Punto de Equilibrio.....	151
2.5 Ratios Financieros	152
2.6 Evaluación Financiera	156
Conclusiones	
Recomendaciones	
Bibliografía	
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Provincias Visitadas.....	47
Tabla 2 Nombres de Establecimientos.....	57
Tabla 3 Establecimientos Nocturnos.....	58
Tabla 4 Establecimientos	60
Tabla 5 Indicadores Sociales.....	82
Tabla 6 Hospedaje en Puerto Cayo.....	91
Tabla 7 Actividades	93
Tabla 8 Bebidas Propuestas	105
Tabla 9 Construcción	107
Tabla 10 Indicador de Promociones.....	114
Tabla 11 Inversión	124
Tabla 12 Depreciación	126
Tabla 13 Balance.....	127
Tabla 14 Costo Mensual y Anual.....	128
Tabla 15 Proyección Mensual.....	129
Tabla 16 Proyección Anual.....	131
Tabla 17 Margen de Ganancia	133
Tabla 18 Ingresos Mensuales	134
Tabla 19 Ingresos Anuales	136
Tabla 20 Sueldos.....	137
Tabla 21 Proyección del Primer Año	140

Tabla 22 Financiamiento.....	143
Tabla 23 Préstamo.....	144
Tabla 24 Estado de Resultados	145
Tabla 25 Flujo	147
Tabla 26 Balance.....	149
Tabla 27 Punto de Equilibrio	151
Tabla 28 Ratios	152
Tabla 29 Evaluación.....	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Diversidades de sitios a visitar.....	46
Gráfico 2 Ruta de Playas.....	47
Gráfico 3 Vista Panorámica de Puerto López.....	49
Gráfico 4 Mapa de Puerto Cayo.....	50
Gráfico 5 Mirador de Puerto Cayo.....	51
Gráfico 6 Cantón de Jipijapa.....	52
Gráfico 7 Ciudad de Manta.....	52
Gráfico 8 Piscina Sulfurosa.....	54
Gráfico 9 Cultura de Salango.....	55
Gráfico 10 Playa los Frailes.....	56
Gráfico 11 Montañita Turístico.....	57
Gráfico 12 Sexo.....	63
Gráfico 13 Edad.....	64
Gráfico 14 Estado Civil.....	65
Gráfico 15 Ocupación.....	66
Gráfico 16 Visitas Frecuentes.....	67
Gráfico 17 Le gusta Puerto Cayo.....	68
Gráfico 18 Entretenimiento.....	69
Gráfico 19 Debilidades.....	70
Gráfico 20 Actividades.....	71
Gráfico 21 Frecuencia.....	72

Gráfico 22 Preferencias.....	73
Gráfico 23 Establecimiento Temático.....	74
Gráfico 24 Valor Porcentual de Turistas.....	76
Gráfico 25 Indicadores de Tasa de Desempleo.....	77
Gráfico 26 Indicador Pib Per Cápita en Dólares.....	78
Gráfico 27 Sector Real Cifras Destacadas	78
Gráfico 28 Cifras Reales	79
Gráfico 29 Indicador del PIB de los últimos dos años.....	80
Gráfico 30 Pobladores de la Parroquia.....	81
Gráfico 31 Actividad Primaria.....	81
Gráfico 32 Redes Sociales	86
Gráfico 33 Indicador Porcentual de Uso de Tecnología	87
Gráfico 34 Indicador de Computadoras	88
Gráfico 35 Indicador Porcentual de Personas que tienen Portátil.....	89
Gráfico 36 Islote Pedernales	90
Gráfico 37 Parroquia de Puerto Cayo	91
Gráfico 38 Gastronomía.....	93
Gráfico 39 Establecimientos Nocturnos: Ñawi y Ulala.....	96
Gráfico 40 Logo	101
Gráfico 41 Estructura Organizacional.....	104
Gráfico 42 Distribución	106
Gráfico 43 Cócteles a Degustar	106
Gráfico 44 Espacio Físico del Terreno.....	108
Gráfico 45 Terreno.....	108
Gráfico 46 Cerveza Heineken.....	111
Gráfico 47 Cerveza Club Verde.....	111

Gráfico 48 Cócteles Preparados	111
Gráfico 49 Cerveza Pilsener.....	111
Gráfico 50 Cerveza Corona.....	112
Gráfico 51 Ubicación del Terreno.....	113
Gráfico 52 Ubicación	113
Gráfico 53 Planta Baja del establecimiento “Hee Nalu”	117
Gráfico 54 Planta Alta del establecimiento “Hee Nalu”	118
Gráfico 55 Modelo de Camisa	120
Gráfico 56 Modelo de Bermuda.....	121
Gráfico 57 Contenedor de Basura.....	122

RESUMEN

La propuesta para la implementación de un espacio nocturno en la Parroquia Puerto Cayo, “Hee Nalu” bar-karaoke- discoteca, con la temática del surf y decoración cálida, de acorde a este deporte que predomina en la parroquia, hace que este lugar sea innovador para los turistas, que quieran pasar un momento ameno con amigos, junto a esta divertido establecimiento dónde brinda gama de bebidas y música que va en consideración al local, haciendo que este local, sea una opción diferente al momento de disfrutar la noche.

Mediante un estudio de mercado realizado, al llegar la noche y disfrutar del entretenimiento nocturno, los turistas eligen las playas aledañas ya que en la parroquia no cuenta con un lugar así, como el propuesto, se determinó mediante encuestas a los visitantes que les gusta este balneario y acuden mayor tiempo a él, la afluencia de turistas se pernocta en la Parroquia de Puerto Cayo, por eso implementándose “HEE NALU” la gente se quedaría, e incrementaría el turismo.

Continuando con las encuestas que se realizó a los turistas que van a la parroquia, los clientes oscilan entre los 20- 50 años pero los que mayor cantidad fueron las personas jóvenes de 20 a 30 años que acuden a estos establecimientos nocturnos.

El establecimiento constará de dos áreas de un bar-karaoke y discoteca, siendo tres lugares en un mismo lo cual se diferencia de otros establecimientos, su diseño y decoración es el surf como principal elemento, su personal y su imagen van con el estilo del local.

El personal es netamente capacitado, periódicamente antes de la apertura y en el transcurso del negocio, de acuerdo a su manejo y servicio al cliente.

Este Proyecto representa un alto grado de rentabilidad, por ser un lugar muy atractivo y turístico, al incorporar “HEE NALU” un establecimiento nocturno la afluencia de turistas, al lugar será aún más el número de visitantes.

Palabras Claves:

Propuesta, Surf, Puerto Cayo, Turismo, Establecimiento nocturno, Proyecto.

ABSTRACT

The propose to create a night bar-karaoke in Puerto Cayo “HEE NALU” with an excellent design like surf and some beautiful colors making feel comfortable and good.

The surf is very popular in this area that’s why the tourisms like to be here all the time, we are going to create this innovate place trying to help them to have a place to share beautiful times with their friends, this awesome space going to bring music and all kind of drinks according to the decorate of the bar-karaoke, the expectation of this idea is to build a different option to do at nights.

According to the marketing and some questions, the tourism choose other beaches near Puerto Cayo, because this area doesn’t have a space that bring different activities at nights, that’s why creating this bar-karaoke “HEE NALU” going to stay the tourists and other people from different place around Ecuador.

Conferring to the questions that the tourist in Puerto Cayo did, the clients are between 20-50 year but most of them are young people between 20-30 years that going to this place at nights.

The bar-karaoke is going to be built for 2 areas: a bar-karaoke and the other a discotec, that idea about this is because the people could be in one place but enjoy different kind of music with the primordial design the surf, the employees going to wear different styles and going to be capacitate before and during the opening, according to the service of client.

This project represent a big grade of profit , to be very attractive and tourism, to incorporate “HEE NALU” a night place like this, the number of tourism going to increase.

Keywords:

Proposal, Surf, Puerto Cayo, Tourism, night Establishment, Project.

1. INTRODUCCIÓN

Puerto Cayo es una Parroquia Rural, encontrándose al Norte con el Cantón Montecristi, al Sur con el Cantón Puerto López al Este con el Cantón Jipijapa y al Oeste el Océano Pacífico.

Su principal actividad económica es la pesca artesanal, se dedican a ello y es el ingreso de cada uno de sus habitantes. Manabí Gobierno Provincial. (2011)

Una de las tradiciones son la festividades de las fiestas de San Pablo y San Pedro que es una caravana muy festiva y pintoresca.

La Diversa Gastronomía de la Parroquia es extensa ya que con la pesca de diferentes especies que traen con la faena, su deliciosa comida hace única esta parroquia.

La Propuesta de la Creación de Un Espacio Nocturno en la Parroquia de Puerto Cayo. “HEE NALU”, lugar de playa y entretenimiento nocturno conllevaría a un crecimiento económico y desarrollo de Puerto Cayo ya que no hay establecimientos de diversión Nocturna.

Fomentaría mucho más el turismo, y no solamente la temporadas altas, sino todo el año y estaría al mismo nivel de las diferentes playas aledañas a ellas ya que brindará un servicio que todo visitante espera en su visita.

1.1 Antecedentes

El Turismo en el Ecuador conlleva una gran demanda de visitantes y un gran crecimiento económico como país. Según el Ministerio de Turismo en sus

estadísticas demostró que hubo un incremento al pasar los años. En el 2011 y 2012 hubo mayor afluencia de visitantes del 1.27 millones de turistas, lo cual se nota un aumento del 12% con respecto al 2011.

Según el periódico la Gaceta Ecuatoriana (2011) afirma, que en los meses de enero-febrero y junio, fueron los meses donde hubo mayor afluencia de turistas, en un incremento de 15% a 20% llegando a 1,1 millones de visitas, mientras que en el 2010 llegó a un millón de turistas.

Lo países tales como Colombia y Perú son uno de los principales mercados que visitan Ecuador, llegando con un 27% de visitantes. Pero uno de los países que demanda mayor turismo es Estados Unidos con 250.000 visitas al país, aumentando su número de turistas año tras año. Esto genera un gran desarrollo económico y a su vez representa ganancias. (Índice suscrito por la página del Ministerio de Turismo.) (S/F)

CETUR realizó un estudio dónde demostró, que un 92.36% de los ecuatorianos escogen las playas para la recreación; mientras que el resto de personas se movilizan por otros motivos diferentes. Ciudades como Guayaquil con 34,83% escogen estos sitios al momento de viajar, mientras que las personas de la sierra ocupan un segundo lugar con 28,72%, los Portovejenses un tercer lugar de 5,56%, y los habitantes de Cuenca 3,61%, los Machaleños 3,12% de visitas. Estudio realizado para determinar el Consumo Turístico y desplazamiento a las diferentes playas del país, por los ecuatorianos¹realizado por el CETUR. (hoy, 1993)

Está comprobado que los lugares más visitados son las playas Ecuatorianas, y Manabí demanda mayor turistas.

La Parroquia Puerto Cayo está ubicada aproximadamente a unos 50km de Manta y 170 km de Guayaquil. Alrededor de 2:30 a 3 horas, por la ruta de Nobol, Pedro Carbo y Jipijapa para llegar a dicha Parroquia.

¹ Según datos, respecto al mismo estudio se concluye que Esmeraldas es visitada en un 67.57% por personas de Quito, y Guayaquileños. Mientras que en las playas del Guayas visitan un 79% residentes de Guayaquil.

Puerto Cayo ofrece además de playa, otros atractivos turísticos como: bondades Naturales dónde se puede apreciar la Flora, Fauna y su extensa vegetación. Se puede observar también el avistamiento de las Ballenas Jorobadas que es uno de sus principales atractivos.

Siendo un destino atractivo a la hora de viajar, los visitantes extranjeros llegan todos los meses del año a la Parroquia de Puerto Cayo.

Entre sus festividades están; la Parroquialización de Puerto Cayo el 20 de abril de 1911, dónde realizan la elección de la reina de la parroquia con una sesión solemne, celebrando a la nueva soberana, además realizan un baile para todos los habitantes en conjunto con un desfile por las calles principales de Puerto Cayo.

Continuando con las Fiestas de San Pedro y San Pablo siendo en el mes de Diciembre, tradición Manabita celebrada en diferentes lugares, entre ellos la parroquia de Puerto Cayo; dura alrededor de dos a tres días de fiesta en la Parroquia. Su atractivo son los juegos pirotécnicos, comparsas, las quemas de bandas, el recorrido por las calles principales y el baile que conlleva este evento.

Una de las creencias de esta pintoresca festividad es que San Pablo, tiene el poder de las serpientes por ello lo invocan para poder librarse de todo lo malo.

También la fiesta de las Cruces realizándose en el mes de Mayo, empezando los primeros sábados, comienza por Canta Gallo y termina en Puerto Cayo el último sábado.

En el mes de Septiembre entre los días 23, 24 y 25 se celebran las fiestas patronales de la Virgen de la Merced iniciando con un pregón, realizan Juegos Deportivos y juegos de antaño tal cómo; los ensacados, la caña ensebada, entre otros. Estas fiestas son organizadas gracias a la recaudación de sus habitantes, terminando con un baile muy festivo para finalizar la conmemoración.

En la Parroquia de Puerto Cayo habitan alrededor de 5000 pobladores, este balneario cuenta con una hermosa playa y extensa alrededor de unos 15 km.

Sus principales características es la extensidad de su playa, agua limpia, arena blanca y mar azul. Gaceta Ecuatoriana (2012). De turismo por Jipijapa.

Entre las actividades que realizan los habitantes de la Parroquia, está las faenas agrícolas y ganaderas contando con hectáreas dónde tienen los cultivos de hortalizas, frutas, maíz, pasto y bosques forestales pero la que predomina es la actividad de la pesca, dirigida a la captura del camarón, peces demersales y langosta. Ocupando el primer lugar esta parroquia, debido a la extracción de invertebrados marinos de arrecifes en la zona. Actividad primaria ya que es el ingreso de cada uno de sus habitantes, siendo una playa muy rica en especies.

2. Planteamiento del Problema

Puerto Cayo forma parte de la ruta Spondylius, contando con una hermosa playa, clima delicioso y como atractivo turístico el avistamiento de las ballenas jorobadas en los meses de julio a septiembre.

Debido a la escasez de lugares de esparcimiento nocturno, su limitada construcción, hace que el turista que va a Puerto Cayo no se quede en el lugar, sino que continúe a las playas cercanas, esto influye una gran ausencia de visitantes a la Parroquia, no solamente lugares nocturnos sino que tampoco cuenta con sitios donde expongan las artesanías elaboradas ahí, ya que Puerto Cayo es muy rico en diversas especies en el mar, y no se está aprovechando la riqueza que tiene la parroquia.

No cuenta con sitios de embarque o lugares dónde pueda dirigir al turista, ya que no hay alguna clase de operadora turística, que pueda guiar a los visitantes, porque a tan solo 15min se encuentra la isla Pedernales, dónde se puede observar diferentes aves que albergan en la isla, tales como las fragatas, garzas entre otras. La poca calidad de emprender en arreglar las cabañas que están a lo largo de la playa, está deteriorado.

La afluencia de turistas en los meses de temporada alta; Enero, Febrero, Julio y Septiembre se debe contar, con todas las necesidades explicadas anteriormente, ya que esto debilita a Puerto Cayo como Parroquia por que el visitante no prefiere quedarse, porque no encuentra otra actividad que brinde al caer la tarde, por las

faltantes de lugares nocturnos, se pierde ingresos a la Parroquia y logra ser un lugar menos atractivo a la hora de tomar la decisión, el turista ya sea extranjero o Nacional, prefiere otra alternativa. La Creación de bares y discotecas sería un eje primordial para que Puerto Cayo se explote y se desarrolle como Parroquia.

Contando con un clima agradable, playa hermosa, apreciación de flora y Fauna, arena blanca; solamente la implementación de lugares como cabañas, bares discotecas haría que Puerto Cayo sea aún más concurrido y no solo los meses dónde es el avistamiento de ballenas sino todo el año. Desarrollando una debida infraestructura de lugares nocturnos se fomentará mucho más el turismo y se abrirán plazas de trabajo para los habitantes de Puerto Cayo y conllevará que cada turista quiera regresar y haga de su visita la más placentera.

Satisfaciendo con las expectativas de los turistas, hará que quiera regresar a la parroquia de Puerto Cayo, y a su vez comentará de su estadía, convirtiéndose en un marketing de boca en boca e incrementaría el número de turistas que ingresan a este balneario.

La Parroquia no cuenta con un Municipio pero tiene a sus representantes que son la voz de la Parroquia, derivándose en una junta. No existen proyectos a la vista actualmente para fomentar el turismo, la inversión es nula. La prioridad del Proyecto no es solamente la inversión y posicionamiento de lugares de esparcimiento sino es desarrollar el turismo, e incrementar la afluencia de visitantes y el beneficio sería mutuo.

3. Formulación del Problema

Debido a la poca infraestructura en Puerto Cayo, no contando con los servicios básicos elementales que debería tener, habiendo faltantes de sitios turísticos, establecimientos, un mirador en el cual el visitante pueda tener una vista amplia del lugar y con proyectos no disponibles para fomentar el turismo, carece de obras ya que la existentes no son lo suficiente en esta Parroquia.

Puerto Cayo contando con una de las playas más encantadoras del país y con sitios que visitar pasa a tener debilidades ya que el turismo es nulo, pero al contar con

lugares dónde haga que la estadía del visitante sea aún más placentera, habría mayor afluencia turística. Por ello este proyecto no solamente es la instalación de un establecimiento nocturno para que el visitante tenga una opción más, dónde pueda disfrutar y quedarse en Puerto Cayo es también contribuir con el desarrollo de la parroquia.

¿Qué incidencia turística tendría Puerto Cayo al incorporar un establecimiento nocturno en la parroquia que brinde un sano esparcimiento a propios y extranjeros?

Esta es la interrogante que mi proyecto quiere demostrar, haciendo que Puerto Cayo sea un lugar atractivo de visitar.

4. Justificación

Es común ir a una playa y encontrar lugares dónde las personas puedan divertirse como establecimientos nocturnos como por ejemplo: bares, discotecas, karaoke.

No quiere decir que deje de ser un lugar turístico, porque principalmente el turista busca las playas no solamente para el descanso, el relax, sino además de la diversión, si todo va junto se vuelve más atractivo, o más bien comercial.

El Diario Manabita (2012) comenta, que año tras año la afluencia de turistas extranjeros aumenta especialmente en los jóvenes que vienen a conocer y disfrutar de las costas ecuatorianas, sin embargo se puede aprovechar la visita de extranjeros y turistas nacionales con el fin de divertirse.²

² El presidente de la junta parroquial Oscar Pihuave, comenta que hay variedad de atractivos que ofrece Puerto Cayo a los turistas nacionales y extranjeros, como para que su estadía sea placentera en cualquier temporada.

La propuesta es crear un espacio nocturno para brindar al turista tanto como local e Internacional un lugar que llene todas las expectativas, un bar- discoteca contando con una infraestructura muy moderna y de acorde con el ambiente playero.

La población principalmente es la que se beneficiará ya que Puerto Cayo no cuenta con un lugar como el propuesto, esto serviría para mejorar la economía de la comunidad ya que además de contar con una extensa playa, también se puede divertir combinando estos dos aspectos.

Con esto se fomentará a que el turista se quede en puerto Cayo y evite buscar diversión en playas cercanas, tales como: Puerto López, Manta, Jipijapa, Agua Blanca, Los Frailes, Montañita y Salango.

5. Objetivo General

Desarrollar un espacio nocturno “HEE NALU” para brindar a los visitantes un lugar de sano entretenimiento. Realizando anuncios publicitarios, mediante radio y televisión por medio del Ministerio de Turismo, haciendo conocer más la Parroquia de Puerto Cayo y así atraer al turista.

5.1 Objetivo Específico:

- ✓ Realizar un estudio de mayor afluencia, para analizar cómo atraer al turista extranjero tanto como nacional.
- ✓ Evaluar la competencia del mercado para difundir las riquezas propias de la Parroquia, a fin de crear una demanda diferente de Puerto Cayo.
- ✓ Diseñar estrategias de marketing, para hacer conocer de establecimiento nocturno en la Parroquia.

6. Formulación de Hipótesis

Implementándose un establecimiento de diversión nocturna, contribuirá para que haya una demanda de turistas en la Parroquia de Puerto Cayo.

Variable Independiente:

Proyecto de un establecimiento nocturno.

Variable Dependiente:

Ayudará la afluencia de visitantes en la Parroquia

Habrà mayor movimiento turístico

Ingreso y desarrollo a la parroquia

Variable Interviniente:

Servicios Básicos

Regeneración urbana

Infraestructura

7. Metodología de la Investigación:**7.1 Tipo de Investigación**

En este Proyecto se usará el método descriptivo, ya que se analizará las características y objetos de la parroquia y Explicativo por que al hacer esto se observará finalmente, la implementación del establecimiento nocturno.

Por ello se realizará encuestas para observar la finalidad y el impacto que habrá al implementar un proyecto como el propuesto.

Según el autor Hutton (1990) dice “que encuesta es el método de recopilar información, formulando preguntas, establecidas teniendo una determinada secuencia, en un cuestionario estructurado, para una muestra de individuos representativos de una población definida.

- **Investigación Descriptiva**

Este método tiene como objetivo saber y conocer; situaciones, costumbres y actitudes relevantes para poder obtener una descripción exacta de las actividades,

objetos, procesos y personas. Esta teoría consta en recapitular datos, sobre la hipótesis planteada y poder analizar los resultados a evaluar, con el fin de atribuir conocimientos. También se examina una serie de características e independientemente se miden, para describir lo que se va a investigar según el problema planteado.

Arias (2006) argumenta que “Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables aun cuando no se formulan hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de la investigación”.

En el libro de Loraine Blaxter, cómo se hace una investigación, comenta Baptista (2003) “Con el fin de obtener un mejor estudio, se busca analizar las propiedades, características y datos importantes de cualquier fenómeno que se analice”.

- **Investigación Explicativa**

Según Sampierri (2010) dice que esta herramienta, se encarga en analizar el porqué de los hechos, en base a la causa- efecto que tiene un determinado problema; siguiendo con la hipótesis planteada. Su enfoque como su nombre lo dice, explica el tema central del por qué acontece el fenómeno y los parámetros de su origen. Además de que proporciona un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia.

7.2 Enfoque de la Investigación

Siguiendo con los tipos de investigación; descriptivo y explicativo. Se utilizará los enfoques cuantitativos y cualitativos, ya que son herramientas medibles; para así obtener una respuesta más amplia y averiguar el fenómeno del problema, dicho por Sampieri (2010).

“Genéricamente, la investigación es una actividad del hombre orientada a descubrir algo desconocido”. Sierra Bravo (1991)

7.3 Herramienta Cuantitativa

Baptista (2003) comenta que “La Herramienta Cuantitativa; recopila la información previamente obtenida, para analizar los datos y a su vez contestar las preguntas que se va a implementar para probar la hipótesis planteada. Dónde se obtendrá los resultados con exactitud, siguiendo con los patrones obtenidos para realizar su medición”.

7.4 Herramienta Cualitativa

Ruiz (2012) define esta herramienta como “la encargada de obtener los resultados y el objeto de la investigación, conociendo y describiendo los hechos sociales. Su objetivo es la captación y reconstrucción del significado. Su lenguaje es básicamente conceptual y metafórico a diferencia del cuantitativo, que su esquema es flexible y reestructurado”.

8. Contribución Potencial del Estudio

Al no haber esta clase de establecimientos en la Parroquia de Puerto Cayo hace que el nivel de visitantes baje, y genera menor ingreso a sus habitantes ya que no se desarrolla fuentes de trabajo.

Siendo una playa con muchos lugares dónde visitar y acudir, el nivel de visitantes disminuye ya que no cuenta con establecimientos dónde pueda disfrutar al llegar la noche.

Según el censo del año 2001 de población determina, que hay 3.142 habitantes, con 54,26 % hombres que equivalen a (1705) y 45,74 % de mujeres (1.437). Debido a este censo la población de Puerto Cayo representa el 4,74 % de la población total del cantón Jipijapa. En Puerto Cayo, el 88,8% son originarios del lugar.

9. Marco Teórico

Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), en su versión online, el turismo es una «actividad o hecho de viajar por placer».

Vogeler y Hernández (2000). Manifiestan “que el origen del turismo inicia en los años 1950 y 1973 con un fenómeno conocido como el “gran boom turístico” creciendo el turismo internacional velozmente a través de su historia, por esta razón el turismo empezó a formar parte de cada persona como una necesidad, más no un lujo, tanto como en los países desarrollados. A consecuencia del crecimiento rápido del turismo se ha convertido en un fenómeno de masas, es por ello que es una industria potente desde ese conocido boom turístico.”

Cristina Castillo Rodríguez (2011) Cita a autores como Fernández Marcos (1981), donde argumenta el motivo, para que el hombre considere el viaje como un aspecto fundamental en su vida cotidiana.

Según Vogeler (1997), la conceptualización del fenómeno turístico tal y como se conoce hoy en día, tiene sus orígenes en el siglo XIX, no es hasta principios del siglo XX cuando se empiezan a esbozar las primeras aproximaciones a dicho concepto.

Schullern (1911) fue uno de los primeros autores en describir el fenómeno turístico, definiendo como un carácter científico, de dicha disciplina.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) (2012) afirma, que todos los visitantes tienen como motivo principal de la visita uno de los siguientes modalidades: i) ocio, recreo y vacaciones; ii) visitas a amigos y parientes; iii) negocios y motivos profesionales; iv) tratamientos de salud; v) religión y peregrinaciones; vi) otros motivos.

En el libro Planificación Territorial y Comercialización Turística (1999) dice que el turismo sol y playa en la Comunidad Valenciana es uno de los más importantes y básico para el desarrollo turístico, dado el atractivo que tiene este producto.

García (2000) define, el turismo Sol y Playa como un producto vacacional, el cual se diferencia de las demás categorías de oferta y permite promocionar, comercializar, en los diferentes tipos de segmentos de turismo, que demanda la sociedad.

Sánchez (1985), por su lado dice que este Turismo representa la unión de características medioambientales, basándose en un consumo masivo de espacios geofísicos y que se trata del consumo de un clima determinado en

La línea de contacto entre hidrosfera y litósfera, generalmente en aquellos lugares en que es fácil el acceso al mar y donde puedan aprovecharse las radiaciones solares exponiendo el cuerpo al sol: la forma más adecuada es la playa.

El turismo Sol y Playa es originario de Argentina constituido en tres fases: 1) Empieza a desarrollarse este tipo de turismo, por parte las personas de nivel alto conocido como “exclusivismo” en el siglo XXI, dónde se descubre la playa o inicios del mismo, todas las personas de posición alta eran propietarios de lindas casas conformándose en villas y balnearios al pie del mar, así fue que se originó el turismo sol y playa bordeando las playas como Viña del Mar, Necochea y Miramar. 2) Se declara el derecho al ocio en las personas populares, esto se genera en los gobiernos conservadores dónde empezó a existir el turismo de masas, en la década de 1930. Las villas balnearias pasan a constituirse en ciudades balnearias, al ver esto se genera el turismo de masas, dónde se desarrollan edificaciones cerca del mar para atender al público. 3) Esta fase considerada en Argentina como el neo exclusivismo en el cual dividen a la clase popular con la exclusiva, realizando sitios cerca y aledaños a la playa lugares privados dónde solo acudirían el turista de posiciones altas. Hernández (2009)

Por lo tanto, Palomares (1965) dice que es un tipo de turismo que se da en localidades costeras en las que existen playas, y la mayoría del tiempo las condiciones climáticas son de tiempo soleado y de temperaturas suaves (de 25° a 30° C).

Este tipo de turismo suele ser utilizado por personas que residen en lugares en las que el clima es nublado o lluvioso durante gran parte del año y/o con temperaturas

bajas. También se da en personas que no tienen playas cercas a su lugar de residencia. Estudios Turísticos (2007).

Este Turismo cumple integralmente con su objetivo de entretener y, a su vez, distraer a las personas de sus ocupaciones y labores habituales. Esta tipología, satisface a cabalidad la segunda función del ocio: divertirse. El más practicado por los turistas, a quienes se les ofrece infinidad, de posibilidades de entretenimiento, acordes con sus necesidades de evasión y sus deseos de diversión. Castro (2010)

El ministerio de Turismo (2012) manifiesta, que Ecuador calificado como uno de los destinos de lujo de América del Sur: Un punto caliente en América del Sur.

Debido al turismo Sol y Playa, se desarrolla aún más el ocio, la diversión en las Costas del Ecuador en cuanto a la diversión. Las playas son las más cotizadas por los turistas, especialmente la región de Manabí que por su diversidad, su gran gastronomía y por supuesto la calidez de su gente es que han sido favorecidos, visitas de turistas todo el año. La cocina manabita se caracteriza por ser una de las más ricas, junto con sus hermosas playas, sus atractivos y por supuesto por su gran riqueza histórica. Duque (2013)

Entre las actividades Turísticas, se enlistan los servicios de recreación que se ofrecen en la zona de playa, ya sean actividades netamente recreativas para los turistas, como alquiler de bananos o paseos en bote, o actividades que brindan servicios de alimentos, bebidas o venta de artículos varios.

Las actividades varían según el período de flujo turístico, unas se realizan en temporada alta de visitantes que provienen de la costa (Enero a Abril), otras en temporada alta de visitantes de la sierra (Julio a Septiembre). (Z de, Pyben la Franja, C del Ecuador – 2009)

El Gobierno Provincial de Manabí (2013) manifiesta, que esta Provincia es una de las más privilegiadas, contando con: desembocaduras, estuarios, islotes, islas, lajas y rocas en el cual se puede observar bellos paisajes bordeando la costa manabita, siendo un principal atractivo turístico. Sus playas manabitas son las más apreciadas por los turistas nacionales y extranjeros.

José Ponce Director provincial de Turismo (2009) considera, que debido al excelente estado vial en Manabí, aporta un factor importante atrayendo más visitantes.

Ecuador Travel en conjunto al Ministerio de Turismo (S/F) dice:

- Manabí tiene una hermosa franja costera de arenas negras y un malecón de surtidas marisquerías. Entre sus playas tenemos:
- Canoa es un paraíso de 17km de tranquilidad, naturaleza y diversión en la Provincia de Manabí.
- Bahía de Caráquez es una de las ciudades costeras más hermosas del país.
- San Vicente es un sereno pueblo pesquero en la provincia de Manabí, dónde el parapente es un deporte que se ha convertido, en una de las actividades más populares entre sus bañistas.
- Manta es una de las paradas obligadas de los cruceros Internacionales y de los turistas, el ecoturismo y la excelente actividad para surfistas son algunas de las principales ofertas de este lugar.

Ecuador Travel en conjunto el Ministerio de Turismo manifiesta (S/F) debido, a las olas de Puerto Cayo es un destino perfecto para los surfistas. Cada playa manabita tiene su propio sello. Las condiciones geográficas y climáticas son aptas, incluso, para practicar deportes de aventura y riesgo.

Manabí es el mejor destino turístico de los ecuatorianos, destaca el prefecto de la provincia, Mariano Zambrano(S/F).

El Diario Hoy (2007).Cada playa tiene su sello, comenta que Manabí fue premiada en la Feria Internacional de Turismo en el Ecuador (FITE 2006), una de las más importantes de América Latina. (NST).

Ecuador Costa Aventura (2013) por su parte dice; que la playa de Puerto Cayo es una de las mejores en la franja Costera ya que sus aguas cálidas y tranquilas permiten bañarse por horas, eso ha causado que cada vez más turistas lleguen al sector, ya sea individualmente, en familia o en tours. En

Puerto Cayo se pueden realizar muchas actividades, a continuación se describe cada una de ellas.

Deportes acuáticos: Surf, kitesurf, bodyboard y pesca, Puerto Cayo es un destino muy conocido para el surf en el Ecuador. En este sitio está recomendado para surfistas de todos los niveles de experiencia. Los principiantes pueden tomar clases de surf, que pueden ser organizadas por los albergues de la aldea. Las olas en la playa de Puerto Cayo son mejores por la mañana temprano, cuando no hay viento, y hay buenos tubos cuando la marea está baja. En su mayor parte, las olas son constantes durante todo el año, rompiendo a la izquierda y a la derecha, y no importa la época del año, la playa nunca está llena de surfistas. Lecciones, vuelos y viajes pueden ser organizados en Puerto Cayo, o en pueblos cercanos como Puerto López y Manta.

El Diario Manabita (2013), el congreso mejoró la economía. Manifiesta que, Puerto Cayo también demuestra hospitalidad, gastronomía y las áreas turísticas.

Turmero (2011), argumenta que los sistemas de información turística se ordenan en función al tipo de servicio por lo tanto, un modelo recomendable es:

- ✓ Alojamiento (hoteles, camping, casas rurales)
- ✓ Restauración (restaurante y bares)
- ✓ Ocio y Diversión (discotecas, clubs, espacios nocturnos)

Pujota (2008), en su tesis argumenta que el concepto de Bar Lounge; nace específicamente en la ciudad de Nueva York, estas clases de negocios están incursionando en el País.

Las Discotecas son un polo de atracción en los jóvenes emiten un mensaje que motivan a salir. Buscando diversión, en Argentina se brinda a los jóvenes opciones nuevas a dónde acudir, tales como los “boliches” llamados

Así, como discotecas palabra usada en el país, en la cual ofrece al joven una variedad constante, exclusivismo para así llamar la atención y que su recorrido nocturno sea en estos sitios. (Gutiérrez, 2005)

10. Marco Conceptual

a) Definición de Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), define como concepto que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. Buhalis (1998).

Arthur Bormann (Berlín, 1930) considera, que el turismo es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer, motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Además, la OMT, manifiesta que el turismo son “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. Este concepto fue aprobado en una Conferencia en Ottawa (1991), por parte de la OMT.

La palabra Turismo se deriva de la palabra francesa tour que significa vuelta, se refiere a la acción que realizan un grupo de personas por lo que etimológicamente se puede establecer que es la combinación de actividades, servicios e industrias que suministran una experiencia de viaje como transporte, alojamiento. Molinar (2006)

También Rodríguez cita a Fernández Fúster (1991) se introduce la motivación del viaje como aspecto esencial en la definición de turismo, como se aprecia en la definición propuesta por Bormann (1939): «Turismo es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o los motivos comerciales, profesionales u otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal». Sin embargo, es en plena Segunda Guerra Mundial cuando se formula la definición de turismo más utilizada; se trata de la definición propuesta por dos profesores suizos de la Universidad de Berna, considerados los padres de la ciencia turística moderna, Hunziker y Krapf (1941).

Fúster (1991), comenta que «Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, en tanto no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal».

El turismo nacional se vio favorecido en su desarrollo por factores similares, como la creciente utilización del automóvil y demás medios de transporte, que mejoraron las posibilidades de movilidad personal y colectiva dentro del propio país. Por otra parte, las continuas mejoras que se estaban produciendo en el nivel de vida de los ciudadanos de los países más desarrollados permitieron dedicar un mayor tiempo libre a nuevas formas de ocio. Buhalis (1998).

De Acuerdo a Prieto (2008) los inicios del turismo en el país empezó en el Gobierno modernizante de Galo Plaza haciendo una pequeña oficina junto a la Presidencia de la República motivando el turismo internacional como desarrollo al país llamándolo así la “la “misión cultural indígena”.

Por lo tanto Crain (1996) dice que en ese mismo periodo se empieza a establecer infraestructura hotelera para recibir a ese turismo, originando que tanto los indígenas sean una atracción particular que nos caracterice como país, creando la primera agencia de viaje privada llamada así “Metropolitang Touring”. Con estos inicios empezó también Guayaquil siguiendo el turismo modesto del siglo XX, Grace Line empieza a realizar travesías en barco de cruzar por el río guayas disfrutando de la ruta cacaotera característica de la ciudad, esto conllevaría a atraer al turismo tanto nacional como extranjero, y después empezando sus inicios también Galápagos.

b) Definición de Turismo Sol y Playa

Según el Manual del Turismo Sostenible por Mónica Pérez de Heras dice que el turismo Sol y Playa tradicional, inició en los años 60 y 70 cuando en esa época empezó con infraestructura hoteles y departamentos lo más cerca de la playa así empezó esta modalidad de turismo en diferentes países como Río de Janeiro, Acapulco en México, Costas Francesas. Esto a su vez era un éxito ya que genera

empleo, fuentes de ingreso a la localidad, incremento de nivel de vida, infraestructura, un desarrollo de masas.

El turismo Sol y Playa es considerado uno de los segmentos que más ovaciona mayor número de pasajeros a escala internacional. Debido a sus grandes atractivos, su clima templado y sus cálidas aguas. Esto motiva a que el viajero quiera vacacionar en estos sitios. H Ayala, R Martín, J Masique, Ministerio de Turismo de Cuba (2003).

El Turismo de sol y playa es el más elegido por los visitantes a la hora de viajar, ya que goza de un clima favorable, Esteban Talaya (1996) sustenta que este segmento del turismo suele asociarse con el ocio, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento, conocidos como las tres S (inglesas): sand, sea, sun.

En el libro del autor Enrique Romero Martínez “Maître” (2006) comenta, “España el turismo sol y playa no es muy ventajosa ya que es un turismo estacional y conlleva a la contaminación, tráfico y pérdida de identidad cultural pero también integra el turismo de masas, representado por generar menos gastos por día que el turista de calidad el que pernocta el que su estancia es más larga. “El turismo sol y playa es el que mueve muchos visitantes cada vez hay una mayor tendencia del turismo activo.”.

c) Definición de Bar- Discoteca

La palabra Bar, según la Real Academia Española (2009) se define como “Local en que se despachan bebidas que suelen tomarse de pie, ante el mostrador”.³

Espantaleòn R. de Juana & M. Manuel de Juana Setièn (1999) en su libro Manual Profesional dice, que hay diferentes tipos de bares; desde los más pequeños y clásicos cercanos a las playas dónde se degustan los mariscos en Málaga Sepia, los bares clásicos; dónde suelen ser pequeños, sencillos en decoración e instalación.

Bar Inglés dónde la sobriedad y el silencio prevalecen en estos tipos de bares con suave música. Bar Americano que es similar al inglés pero en este bar no hay música, debido ah que no haya interrupción en sus clientes americanos ya que a este bar acuden personas serias a tratar material de trabajo.

³ Real Academia Española comenta otra definición de Bar, cierto tipo de cervecerías.

Definición de Discoteca es “Local público donde sirven bebidas y se baila al son de música de discos”. (Española, 2009)

11. Marco Referencial

H. Tobar Vega (2001) dice que en las Costas de Manabí como en las playas propias cerca de la Isla la Plata, en particular frene el islote Pedernales dónde se sitúa la Parroquia de Puerto Cayo es uno de los mejores lugares para observar las ballenas que llegan a las Costas Ecuatorianas desde la Antártida para reproducirse en costas cálidas. Siendo un gran negocio turístico, estableciendo embarcaciones de tours para poder observarlas de cerca.

El presidente de la Parroquia Oscar Pihuave, reintegra que “Puerto Cayo tiene condiciones para convertirse en un polo de desarrollo en tres ejes fundamentales: pesca, turismo y agricultura.” (Manabita E. D., 2012).

Las Autoridades Municipales están ejecutando como pernotar el turismo en la Parroquia de Puerto Cayo, realizando proyectos “Puerto Cayo un paraíso que prospera”. El Alcalde de Jipijapa, Johnny Chañarte en conjunto con la Cervecería Nacional han instalados lugares de desechos de basura bordeando la playa, las calles principales y sitios turísticos. Principalmente este proyecto es para impulsar el turismo en la Parroquia incentivando a la limpieza de la zona. También las Autoridades de Gobierno Provincial y la junta Parroquial también están elaborando quitar las malezas en zonas de flora y fauna, y en la playa de la misma limpiando su playa⁴ y sacando piedras con maquinarias pesadas para brindar tanto al visitante Nacional como Extranjero un sitio turístico de primera. (Manabita E. D., 2012)

⁴ Este Proyecto efectuado también se adjunta a la campaña de embellecimiento del puerto, que enmarca también la poda de los árboles y otras especies vegetativas.

12. Marco Legal

De acuerdo a las Normas Legales para constituir un establecimiento nocturno como; bar- Discoteca, se necesita, obtener: Licencia de Funcionamiento por parte del Municipio del Cantón de Jipijapa, para la legalización Servicio de Rentas Internas, Permiso por parte de la Policía Nacional, Aceptación de la Junta Parroquial y el Ministerio de Turismo.

a) Ordenanza Municipal de Jipijapa

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Jipijapa (2013), trabaja por el desarrollo y bienestar de la comunidad, sus esfuerzos corporativos engloban la dotación de servicios eficientes y efectivos en los ámbitos socio-cultural, económico-productivos, territorial-ambientales e institucionales; su propósito es alcanzar el nivel óptimo de vida de la población de las zonas urbano-rural; actúa con transparencia y gestión participativa.

b) Servicio de Rentas Internas (S.R.I)

El Servicio de Rentas Internas (SRI) (2010) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

c) Ordenanza Judicial de la Policía Nacional

La Policía Nacional es una institución de carácter civil, armada, técnica, jerarquizada, disciplinada, profesional y altamente especializada, cuya misión es atender la seguridad ciudadana y el orden público, y proteger el libre ejercicio de los derechos y de la seguridad de las personas dentro del territorio Nacional.

La Policía que preside en la Parroquia de Puerto Cayo otorga un permiso de funcionamiento que consta:

- ✓ Inspección del lugar
- ✓ Permisos en orden
- ✓ Datos como cédula y Ruc

d) Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo, lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control. (2013)

e) Ministerio de Ambiente

Ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económicos, social, y ambiental que asegure el manejo sostenible de los recursos naturales estratégicos.

f) Licencia Ambiental

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividades que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

Entre sus Documentos:

- 1.- Certificado de Intersección con el SNAP, BP y PFE.
- 2.- Solicitud de la aprobación de los TdR.
- 3.- Solicitud de la aprobación del EIA y PMA.
- 4.- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.

g) Ordenanza de la Junta Parroquial

Ley Orgánica del Poder Público Municipal (LOPPM) (2011) las juntas parroquiales, son el órgano encargado de gestionar los asuntos públicos de la parroquia y de servir de vía en la comunicación entre el poder público Municipal y los ciudadanos. Las Juntas Parroquiales son importantes porque promueven la participación ciudadana en los asuntos Comunitarios.

La Junta Parroquial aprueba toda clase de iniciativa de proyectos turísticos ya que en el lugar no hay y esto haría que la parroquia desarrolle fuentes de trabajo y un desarrollo como comunidad.

h) Cuerpo de Bomberos

La misión del Departamento no sólo está dedicada a prevenir incendios. Tiene presente que la labor de los Bomberos engloba áreas mucho más grandes, como son el manejo de emergencias médicas, manejo y control de emergencias con productos químicos peligrosos, y en fin, varias circunstancias, por las que se solicita nuestra asistencia, respondiendo inmediatamente y teniendo, muchas veces, que solucionar problemas que no están precisamente relacionados con la específica labor de un Bombero. El departamento de Bomberos entre sus índoles está, una inspección general del lugar.

Requisitos para la Aprobación, contra incendios están:

- Copia de la aprobación del anteproyecto por el Municipio.
- Dos carpetas con planos del estudio contra incendio y su memoria técnica.
- Los planos deben contener cuadro de áreas, ubicación, señalización, simbología y rutas de evacuación.
- De ser solicitado por el Departamento de prevención se entregará un CK con los planos de la edificación.
- Llenar el formulario que se solicitará en esta oficina.

i) Superintendencia de Compañías

Somos una institución que controla, vigila y promueve el mercado de valores y el sector societario mediante sistemas de regulación y servicios, contribuyendo al desarrollo confiable y transparente de la actividad empresarial en el país (2012).

Entre los documentos que se pide, están:

Constitución de la empresa

- ✓ Nómina de socios o accionistas, en el caso de que sea
- ✓ Formulario de aprobación del nombre de la empresa
- ✓ Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- ✓ Escrituras de la Propiedad
- ✓ Copia de cédula y certificado de votación de todas las personas que suscriban los documentos que se ingresan a la Superintendencia de Compañías.

Capítulo I: Investigación de Mercado en Puerto Cayo

1. Características en la Parroquia de Puerto Cayo

Puerto Cayo queda en el suroccidente de Portoviejo, a solo 30 min. Del Cantón de Jipijapa, esta hermosa Parroquia cuenta con una hermosa playa, muy extensa y con atractivos turísticos que ofrecer al turista

El Diario Manabita (2010), sustenta que en Puerto Cayo hay posibilidades variadas para la diversión, así mientras unas personas gustan de caminar y disfrutar del paisaje hay otras más que buscan llegar al islote Pedernales, para ello hay embarcaciones que por 5 dólares hacen el traslado. En la isla el agua es más cristalina, las aventuras son infinitas y da rienda suelta a la imaginación. Parejas de enamorados, esposos y modelos para sesiones fotográficas escogen este lugar privilegiado de Manabí. Muchos lo consideran un capricho de la naturaleza pero todos lo disfrutan al máximo. Esto y mucho más se pueden realizar en este hermoso paraje de la geografía manabita.

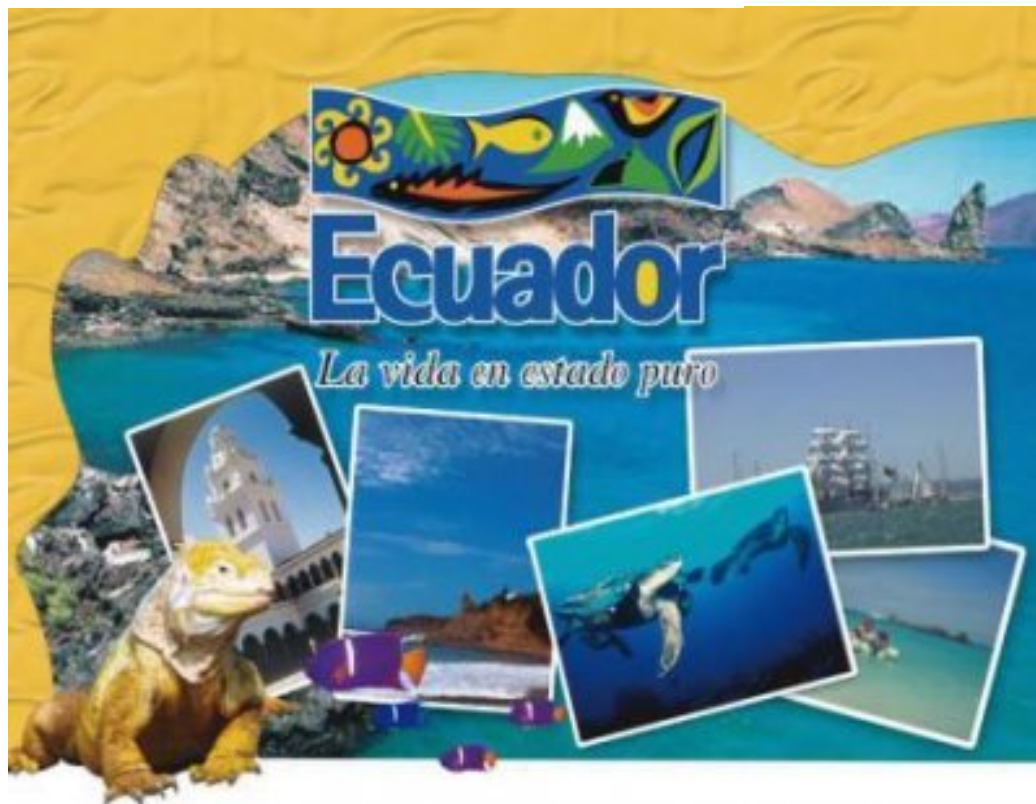
El Prefecto Mariano Zambrano junto al Alcalde Johnny Cañarte (2007) comentan, que Puerto Cayo aparte de ser uno de los lugares más privilegiados por la naturaleza, quienes visitan la Parroquia también podrán degustar de variados platos típicos, que tienen como base los mariscos.

El Diario Manabita de libre pensamiento en su versión online. Puerto Cayo, playa y diversión al máximo nivel (2010) dice que “el balneario de Puerto Cayo, de entornos únicos ya que ofrece la playa más amplia del litoral, el avistamiento de las ballenas jorobadas, observación de los monos aulladores en los bajos de Cantagallo y sobre todo su exquisita gastronomía”.

2. Sitios más visitados por los Turistas

“La playa sigue siendo el destino favorito de los ecuatorianos, aunque la Amazonía va ganando espacio”, según comentó Diego Utreras, director ejecutivo de la Asociación de Hoteleros del Ecuador (Ahotec).

Gráfico 1: Diversidades de sitios a visitar



Fuente: Operadora de turismo Guayaquil- Ecuador

Pero sin duda el mejor viaje, “es por la ruta de las playas del Ecuador. Cuenta con recorrido de 748 kilómetros y pasa por las provincias de Guayas, Manabí, Esmeraldas y Santa Elena. El recorrido es interesante y permite que el pasajero conozca parajes de encanto como: Salinas, Ballenita, Ayangue, Valdivia, Manglaralto, Montañita, Olón, Ayampé, Puerto Rico, Salango, Puerto López, Machalilla y Puerto Cayo, entre otros.” (Manabi, 2012)

Gráfico 2: Ruta de Playas



Fuente: Virgrentacar.com

Tabla 1: Provincias Visitadas

Provincias más visitadas en el Ecuador (Playas)	
Guayas	Manabí
Santa Elena	Esmeraldas
Cifras del Ministerio de Turismo	

Fuente: Michell Guerrero

Guayas con 108.071 visitan que representa más del 25% de viajes, Esmeraldas con 37.936, siguiendo Manabí con 97.000, Santa Elena con 78.000 turistas que visitan estos puntos del Ecuador.

3. Descripción de playas cercanas a la Parroquia de Puerto Cayo

- **Puerto López**

El Ministerio de Turismo declaró a Puerto López como área protegida (ATP). Transport (2013). Ubicada a 30 min. De la parroquia de Puerto Cayo tiene una ensenada de 3kms, contando con una playa de arena gris, escogido como uno de los mejores lugares de Ecuador en Sudamérica. Alcaldía de Puerto López. (S/F).

Según Ángel Pincay, jefe del departamento de Turismo de Puerto López los meses de julio y agosto son los más visitados y tiene mayor afluencia turística.

Recopilando información el Diario el Hoy señala “ que la playa de Puerto López su agua es sucia, debido a los pescadores artesanales que terminan su faena y dejan todo sucio, en la arena se observa restos de basura y partes de vísceras de pescados con esto conlleva que el turista evite bañarse, no hay ningún control en sus aguas”.

Gráfico 3: Vista Panorámica de Puerto López



Fuente: Puerto-lopez.com

- **Puerto Cayo**

Puerto Cayo está al sur de la Provincia de Manabí, en la franja costera del Ecuador, estando en la Frontera Norte del Parque Nacional Machalilla y al Sur con el Océano Pacífico. Encontrándose a una distancia de 4.5km de la Isla de la Plata, lugar muy visitado también por el avistamiento de ballenas Jorobadas.

Gráfico 4: Mapa de Puerto Cayo

Fuente: Ecostravel.com



Diario el Hoy (1997). Comenta “que Puerto Cayo han empezado a ser descubiertos por quienes disfrutan del turismo interno”.

Manabí Gobierno Provincial señala, que el flujo turístico es permanente durante todo el año y las temporadas altas son en los meses donde se ve el avistamiento de las ballenas jorobadas que son julio a septiembre, donde predomina mayor afluencia de visitantes de la Sierra Ecuatoriana ya que son los meses de vacaciones para todos los habitantes de esta región, y feriados tales como Navidad, Año Nuevo, Carnaval y Semana Santa.

La Revista Vistazo argumenta, que “Puerto Cayo es una playa ideal para descansar, el sonido del mar y las tranquilas calles crean un ambiente propicio para el relax en esta parroquia rural de Jipijapa”. (Vistazo, 2012)

Gráfico 5: Mirador de Puerto Cayo



Fuente: Michell Guerrero

- **Jipijapa**

Según, el historiador Próspero Pérez el nombre de Jipijapa se origina en un cacique indígena, que se llamó Xipixapa y gobernó hasta el año 1000 de la era cristiana, por ello así el nombre de esta ciudad pequeña, conocida como la Sultana del Café, comenta “Bolívar Mendoza conocido como “Don Bolívar” El Juan Valdez ecuatoriano por su labor de difusión del café de Jipijapa en ferias y eventos. Él organiza visitas a las fincas para apreciar el proceso completo de producción y detalles sobre la modalidad ecológica de cultivo de café a la sombra.”

Gráfico 6: Cantón de Jipijapa



Fuente: Puertocayo.org

- **Manta**

Ubicada a una hora del lado norte de la parroquia, ofrece hermosas playas y extensa variedad cultural que ofrece esta ciudad, primer puerto pesquero y exquisita gastronomía, característica del lugar es la fabricación de los “sombrosos paja toquilla” originario de Montecristi cercano al lugar. Manta ofrece infraestructura hotelera de primera. Revista Abordo (Tame). Guía Turística (2013).

Gráfico 7: Ciudad de Manta



Fuente: Transporteesmeraldas.com

- **Agua Blanca**

Encontrándose a 12km al norte de Puerto López comunidad del Parque Nacional Machalilla, sitio muy visitado cuenta con un museo donde se puede apreciar arqueológicamente los pasos del asentamiento manteño Salangome, también cuenta con una laguna que tiene muchos minerales y lodo que son medicinales y es un atractivo del lugar. Transport (2013)

Gráfico 8: Piscina Sulfurosa



Fuente: piedradelmarhotel.com

- **Salango**

Ubicada al sur de Puerto López, su principal atractivo es el museo que ofrece gran historia precolombina de la costa y cuenta con varias piezas de los inicios que hace atractivo ese sitio, contando con una isla cercana dónde se realizan paseos y se realizan deportes entre ellos snorkeling ya que hay abundante vida marina que apreciar. Transport (2013)

Gráfico 9: Cultura de Salango



Fuente: Puerto-López.com

- **Friles**

Considerada como una hermosa playa, por su arena blanca y mar azul ubicada entre puerto cayo y puerto López, Comenta Paula Díaz (2012) que este sitio cuenta con una variedad de flora y fauna atravesada de un hermoso bosque seco y un paisaje de enormes acantilados; es uno de los sitios litorales más famosos de la costa de Ecuador.

Gráfico 10: Playa los Frailes



Fuente: Ecostravel.com

- **Montañita**

Cuenta una extensión de unos 3 km, su playa se caracteriza tener las mejores olas, este lugar es muy apetecible por el surfista. Este lugar es muy visitado por los extranjeros y nacionales entre ellos los hippies que hacen de este lugar su casa y su fuente de trabajo, este pequeño pueblo se convierte en un pequeño Ibiza en Ecuador, solo que sin famosos ni flashes, la gente vive de noche abren sus locales solo en la oscuridad. Diario el Hoy (2012)

De acuerdo a las afirmaciones previamente dichas el argentino Camilo Robles, que es propietario de un local de ropa en la calle de los Cocteles, “afirma que con el incremento de edificaciones de hoteles se está perdiendo la magia que por años caracterizó dicho lugar. Antes había cerca de diez hostales, ahora existen más de 100, por la afluencia de personas durante los 365 días del año.”

Gráfico 11: Montañita Turístico



Fuente: Pianopianohotel.com

4. Sitios de Establecimientos Nocturnos más visitados

En el momento de viajar las playas más visitadas en la Provincia de Manabí, que brindan al visitante, un buen ambiente de entretenimiento nocturno son: Montañita, Manta y Puerto López.

a) Bares- Discotecas en Puerto López

Puerto López brinda en todo su malecón cabañas que ofrecen el servicio de bar, en conjunto de batidos y tostadas. También ofrece alternativas de Discotecas, bares y karaoke. Cómo se demuestra en la tabla:

Tabla 2: Nombres de Establecimientos

Nombres	Servicio
Clandestino Bar	Ofrece servicio de bebidas preparadas como cócteles, y bebidas nacionales.

Taurus Discoteca	Variedades de música, en un ambiente que brinda al visitante un lugar acogedor.
Andalucía	Bar/Copas ofrece vinos y comida española
Karaokes	Ofrecen venta de cervezas
La Fábrica	Ubicada a 7,1km Terraza- Lounge y Bar- Restaurante

Fuente: Michell Guerrero

b) Bares- Discotecas en Montañita

Montañita más conocida como: “El Pueblo que nunca duerme”. Personas que acuden a este balneario; comentan, que el mayor atractivo es el entretenimiento nocturno ya que este nunca para, y siempre varía. Este es un gran atractivo, para el turista extranjero como Nacional. (Primera, 2012)

En su calle principal y alterna, a pocos pies de la playa hay un sin número de bares, dónde se ofrece; bebidas preparadas como cócteles. Entre sus establecimientos más visitados están:

Tabla 3: Establecimientos Nocturnos

Establecimientos	Servicio
Nativa Bambú	Considerada como una de las mejores Discotecas, en dos ambientes. Ofrece cócteles, bebidas frías y restaurante a nivel Internacional.

Los Beach Club	Música Electrónica y todo en bebidas
Hola Ola	Rumba, Discoteca y bebidas cócteles y ladies night todos los jueves
Caña Grill	
Menthols Bar	Bar, punto de encuentro de los surfistas
Abad Lounge	Discoteca llena de hospitalidad
Montañita Bar	Música Variedad, Comida Internacional y Bar
Beer House	Rumba Alternativa, brinda música rock y todo en bebidas
La Lagartera tattoo &Rock Bar	Bar, música de los 80 la mejor del rock y bebidas alcohólicas
Last Call Bar	Música Latina, Reggaeton y bebidas frías

Fuente: Michell Guerrero

c) Bares- Discotecas en Manta

La ciudad de Manta ofrece diferentes ambientes, lugares dónde disfrutar al llegar la noche. Manta tiene la esencia, la vida nocturna en Manta es muy activa en relación al turismo, dándoles la bienvenida a turistas nacionales como extranjeros.

Para Ximena Ponce “la ciudad siempre ha tenido su encanto en lo que respecta a la diversión nocturna”. (Diario, El Diario, 2010)⁵

Sitios donde acuden, de establecimientos de diversión nocturna:

Tabla 4: Establecimientos

Nombres	Servicio
Maverick Entertainment	Discoteca
Discoteca Nova	Ofrece 2 ambientes y toda clase de bebidas frías. Bar- Karaoke
Tantra	Bar- Karaoke ofrece cócteles y cervezas
Madera Fina	Discoteca ofrece variedad de música
Iguana Bar	

Fuente: Michel Guerrero

5. Tipo de Investigación

6. Cálculo de Muestra

Según el Dr. Ernesto Bolaños (2012) dice que “La muestra tiene que ser representativa de la población que existe.”

⁵ Manta ofrece variedad de alternativas dónde divertirse, por la ruta del Malecón y la avenida Flavio Reyes, el turista se encontrará con sitios para todos los gustos. “Amplios y lujosos bares, discotecas y, lo mejor de todo, ambiente de alegría y fiesta”.

Por lo tanto, Sampierri (2009) dice, que “lo primero a realizar para obtener la muestra, es definir el análisis. A quiénes va dirigido y se va recopilar la información de acuerdo al planteamiento del problema a investigar y los alcances del estudio”. El cálculo del tamaño de la muestra y distribución de muestras en estratos presenta un problema difícil para el estadístico matemático.⁶

1. Muestra de toda la Población

Valor de personas encuestadas, analizando el Universo de todo el cantón de Jipijapa.

N= universo

Z= efectividad 95%= 1.06%

E= margen de error 5% / 100=0,05

P= efectividad=0,5

Q= probabilidad= 1-0,5=0,5

$$N^{\circ} = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$N^{\circ} = \frac{1.06^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2} = \frac{0,96}{0,0025} = 384 \text{ personas}$$

⁶ Muestras Probabilísticas en marcos de área: diseño, construcción y uso de marcos de área para muestreos por encuestas.

- **Muestra Ajustada**

$$N = \frac{n^{\circ}}{1 + \frac{(n^{\circ}-1)}{10000}}$$

$$N = \frac{384}{1 + \frac{(384-1)}{71.083}} = \frac{384}{1 + \frac{(383)}{71.083}}$$

$$N = \frac{384}{1 + 0.005374} = \frac{384}{1.005374} = 381,94 \text{ encuestas}$$

El número de personas a encuestar es de 381,94 que bordea entre 381 o 382 encuestados con un porcentaje de efectividad del 95% equivalente a 1,06%, contando con un margen de error del 5%, un valor de efectividad de 0,5 y probabilidad de que no sea efectivo de 0,5. Por ello se comprueba que este cálculo de población es finita.

6.1 Presentación de datos Encuestados

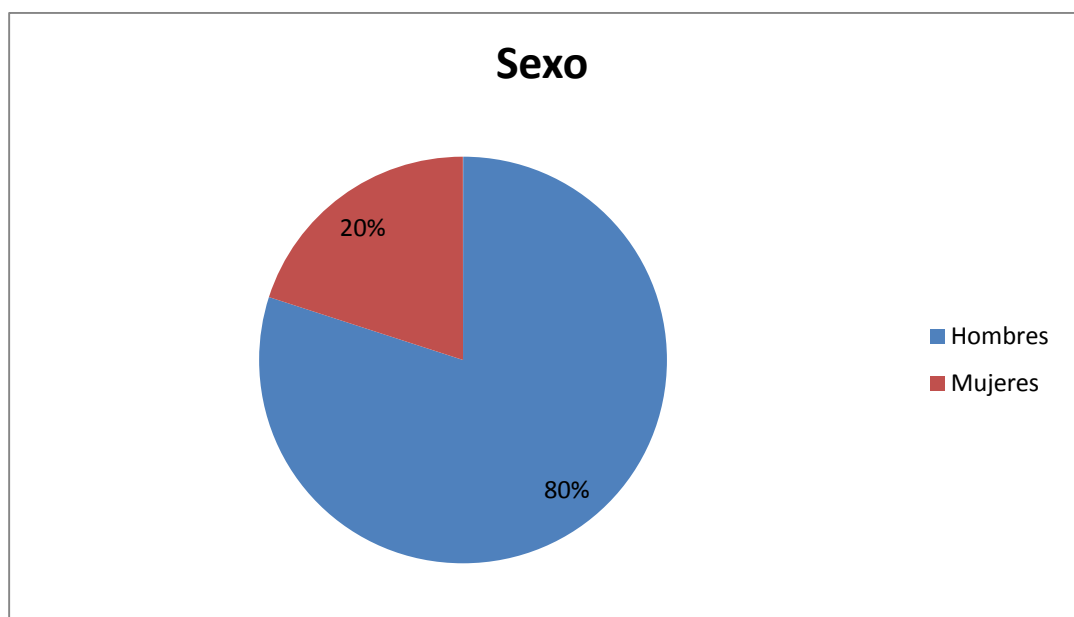
Se realizó encuestas a 381 personas en la Parroquia de Puerto Cayo en el feriado de Octubre por las fiestas de Guayaquil, ya que habría afluencia de turistas al balneario y se optó por realizar las encuestas tanto a sus pobladores y visitantes.

A continuación se presenta los resultados de las preguntas Encuestadas:

1. Sexo

Las preguntas tomadas en la Encuesta a 381 personas, se observó el mayor porcentaje de personas que usualmente acuden a los establecimientos nocturnos detallándose así:

Gráfico 12: Sexo



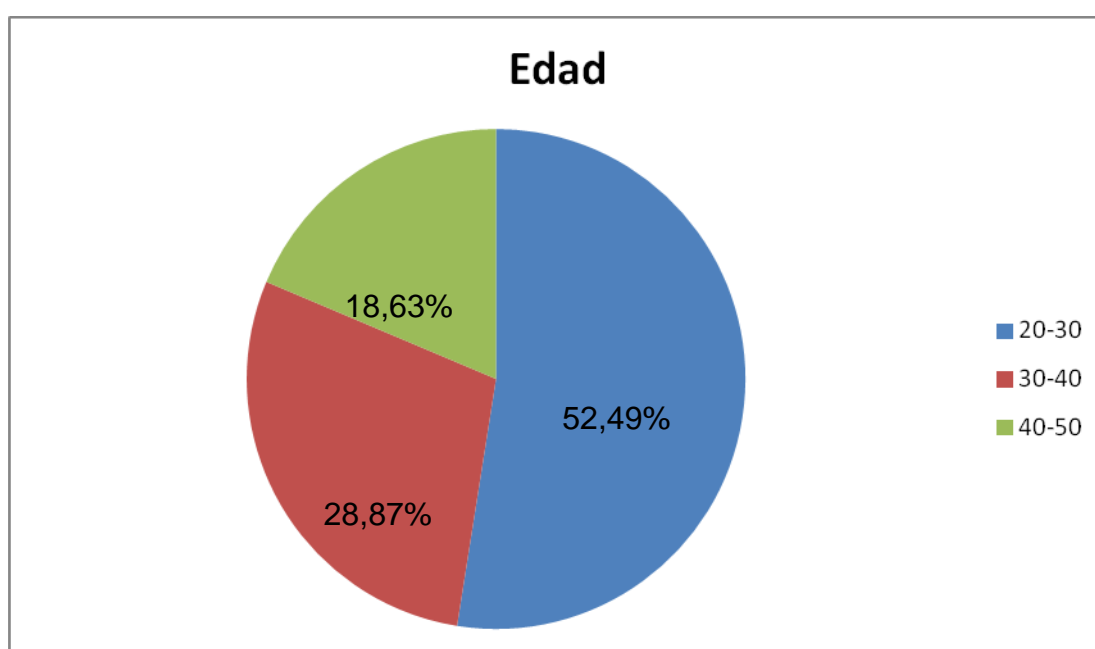
Elaborado por Michel Guerrero

Representándose así; con un 80% personas de sexo Masculino, sería nuestro cliente potencial ya que los hombres acuden más a estos establecimientos, mientras un 20% las mujeres.

2. Edad

El promedio de edad elegido en estas encuestas fue de 20 hasta 50 años sería el mercado consumidor en ese rango de edades.

Gráfico 13: Edad



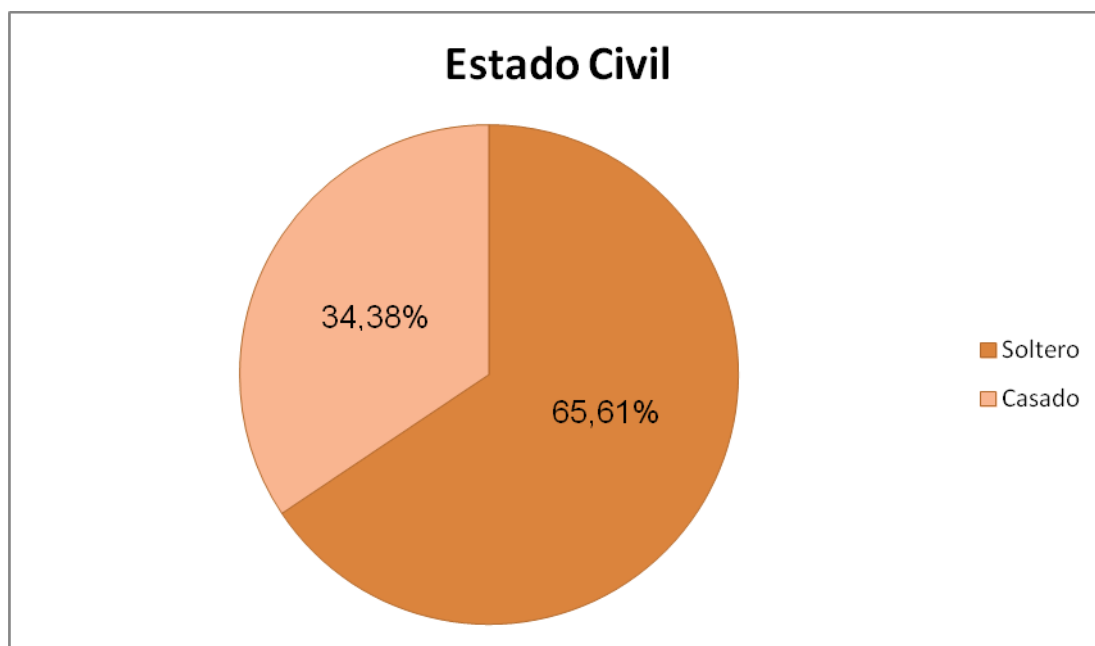
Elaborado por Michell Guerrero

Nuestro mercado meta oscila en un rango de edad de 20 hasta 50 años; representándose así: 20-30 años un 52,49%, 30 a 40 años un 28,87% y 40 a 50 años un 18,63%.

3. Estado Civil

Realizando con las encuestas se determinó que promedio, es el más alto de personas casadas o solteras que salen y acuden a establecimientos nocturnos.

Gráfico 14 Estado Civil



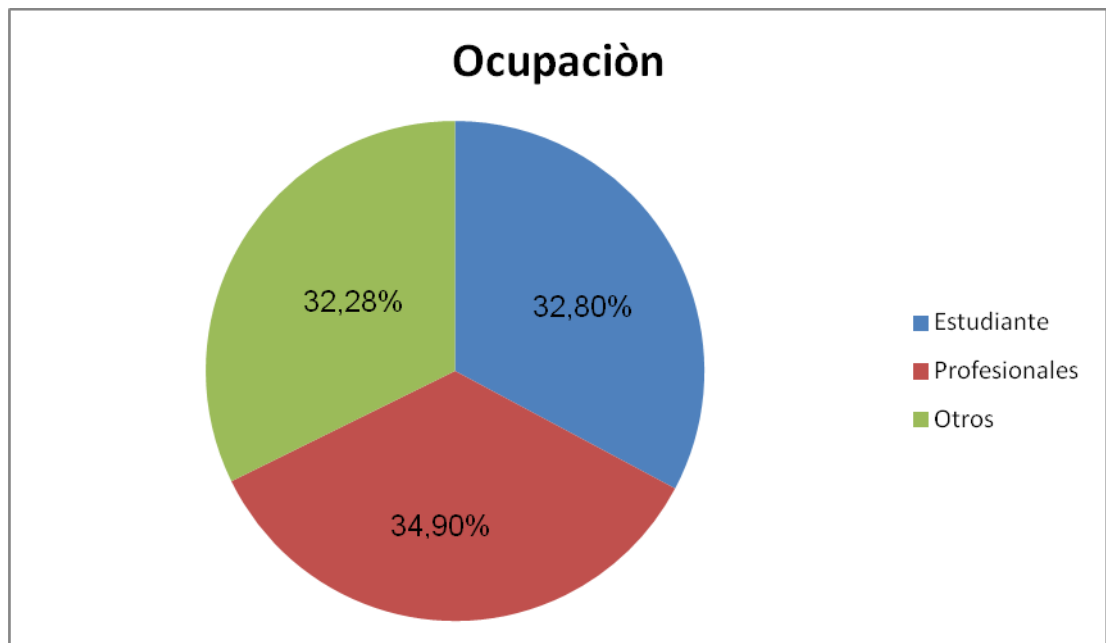
Elaborado por Michell Guerrero

El cuadro se representa con mayor movimiento en salidas a lugares nocturnos, personas solteras un 65,61% y personas casadas en 34,38%.

4. Ocupación

Se realizó un estudio, de la ocupación de cada persona para comprobar que target elige con mayor cantidad los establecimientos nocturnos.

Gráfico 15: Ocupación



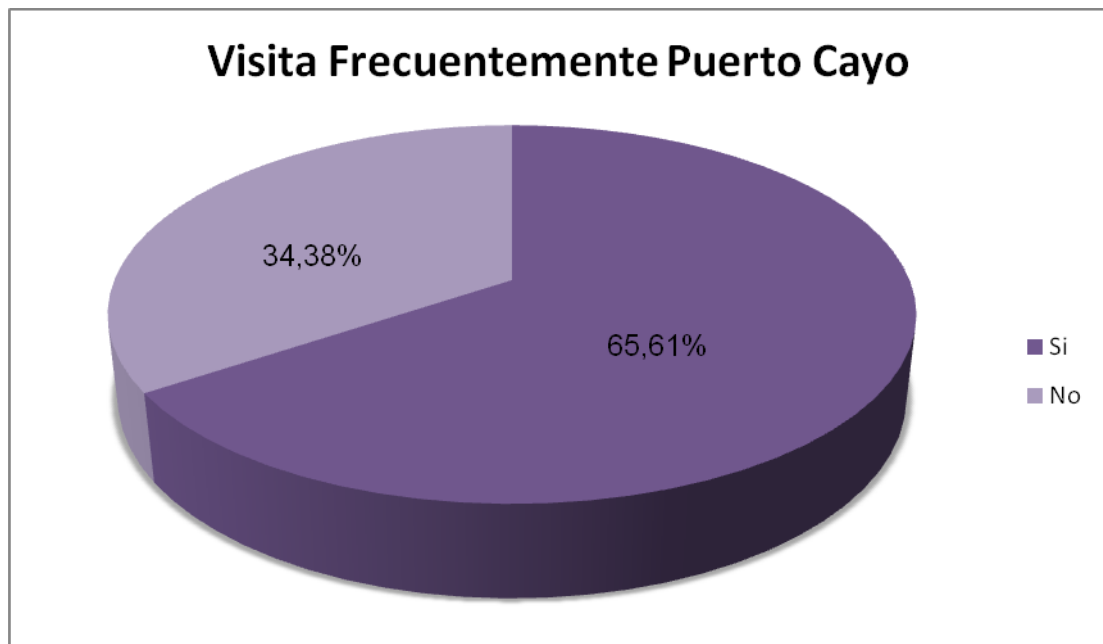
Elaborado por Michell Guerrero

Se interpreta con un 32,80% de estudiantes, 34,90% profesionales como Ingenieros, Técnicos, Licenciados, Abogados, Doctores, Policías; y 32,28% en otros que son; las personas que son buzo, comerciantes, carpinteros, surfers, pescadores.

5. ¿Visita Frecuentemente Puerto Cayo?

Se determinó la afluencia de visitas que tiene la Parroquia para observar el promedio de turistas que llegan al sitio.

Gráfico 16: Visitas Frecuentes



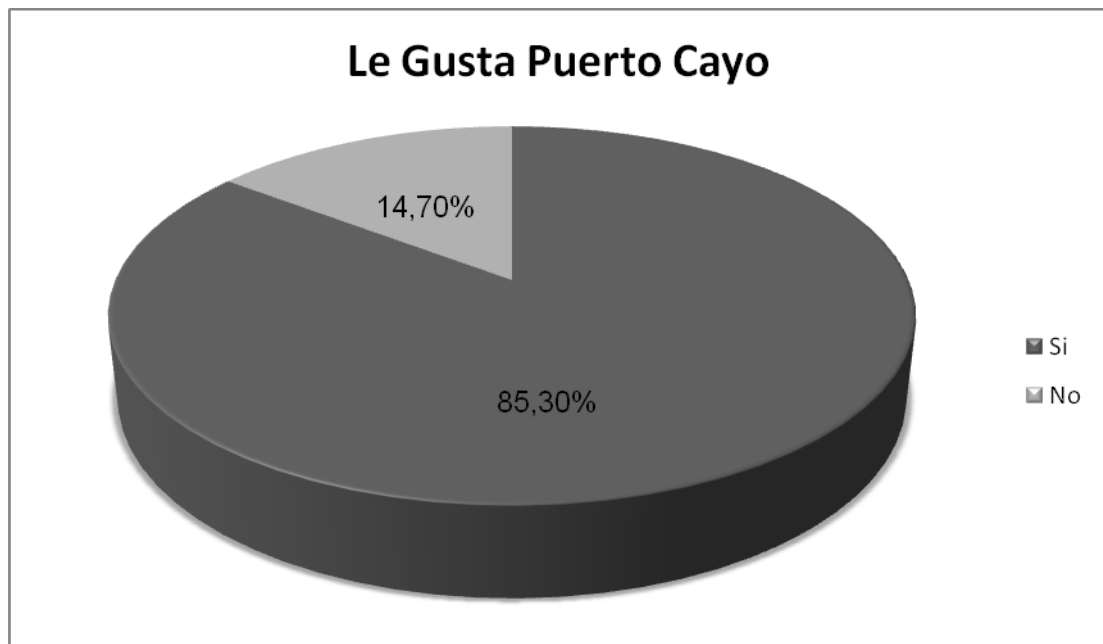
Elaborado por Michell Guerrero

En el cuadro se representa con un 65,61% de personas que visitan el balneario, mientras que un 34,38% no.

6. ¿Le gusta Puerto Cayo?

Con ello se observará, la elección de las personas al momento de viajar y elegir un destino.

Gráfico 17: Le gusta Puerto Cayo



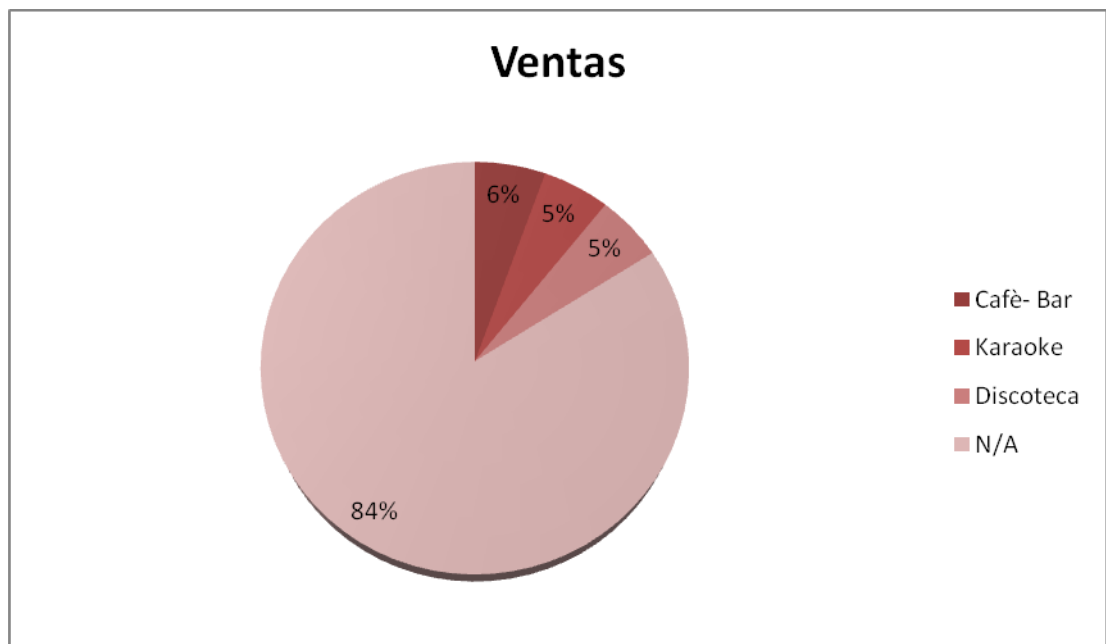
Elaborado por Michell Guerrero

Por medio del Gráfico se determina, que Puerto Cayo para los turistas, es una buena opción al momento de viajar, representado con un 85,30% dijeron sí y un 14,69% no.

7. ¿Qué opciones de entretenimiento conoce en la Parroquia?

Con ello se comprobó las alternativas que se ofrece en la Parroquia, lo cual arrojó un alto porcentaje de opciones nula.

Gráfico 18: Entretenimiento



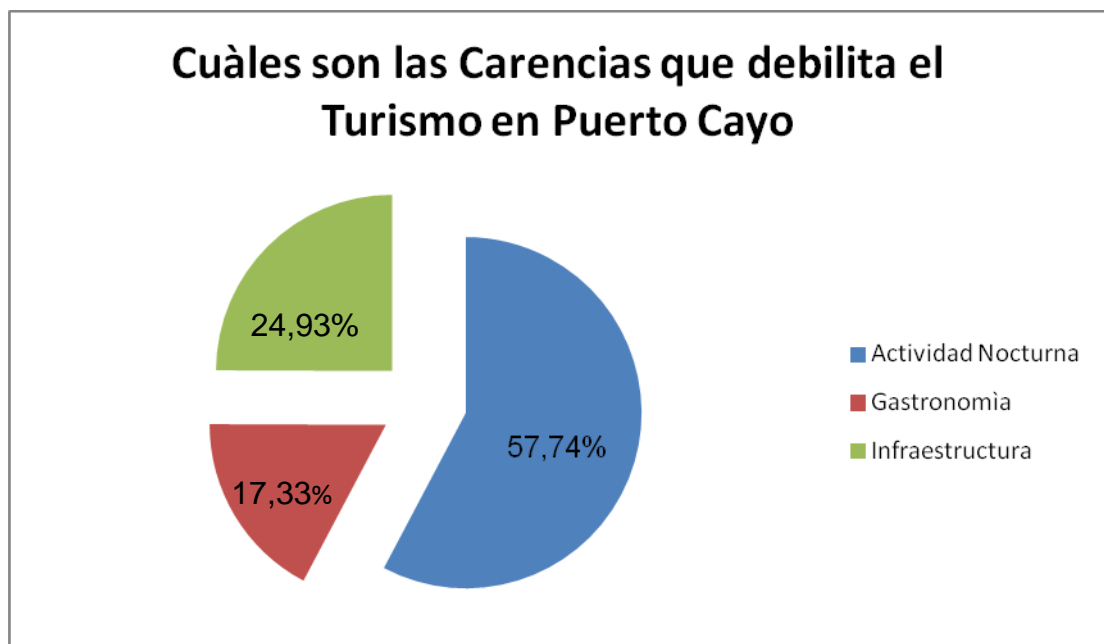
Elaborado por Michell Guerrero

En el cuadro se representa las opciones que hay para el visitante al llegar la noche las cuales se detalla: un 84% dijo que no hay ninguna opción de antes mencionada, un 6% dijo que hay café-bar, 5% karaoke y 5 % discoteca.

8. ¿Cuáles son las carencias que debilita el turismo en Puerto Cayo?

Esto determinó las falencias que tiene la Parroquia, lo cual se comprobó que establecimientos nocturnos no hay en el sitio.

Gráfico 19: Debilidades



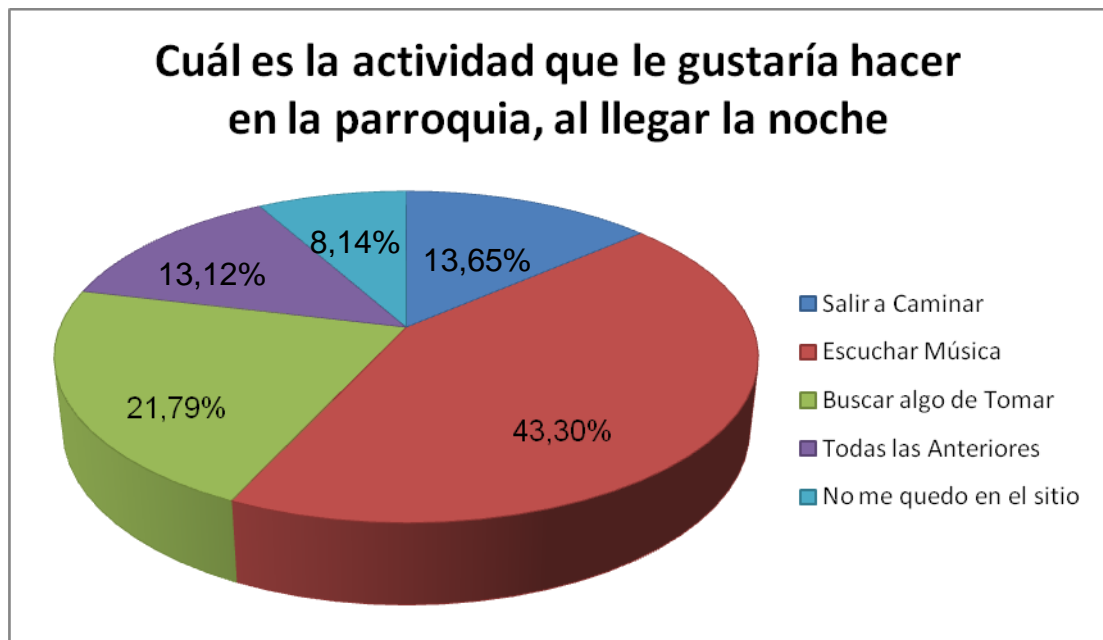
Elaborado por Michell Guerrero

Se interpreta, con las falencias que debilita el turismo en Puerto Cayo, actividad nocturna un 57,74%, gastronomía un 17,33% y la Infraestructura de la Parroquia un 24,93%.

9. ¿Cuál es la actividad que le gustaría hacer en la parroquia, al llegar la noche?

Se da a conocer por medio de esta pregunta las opciones que tiene el turista para disfrutar de su estadía.

Gráfico 20: Actividades



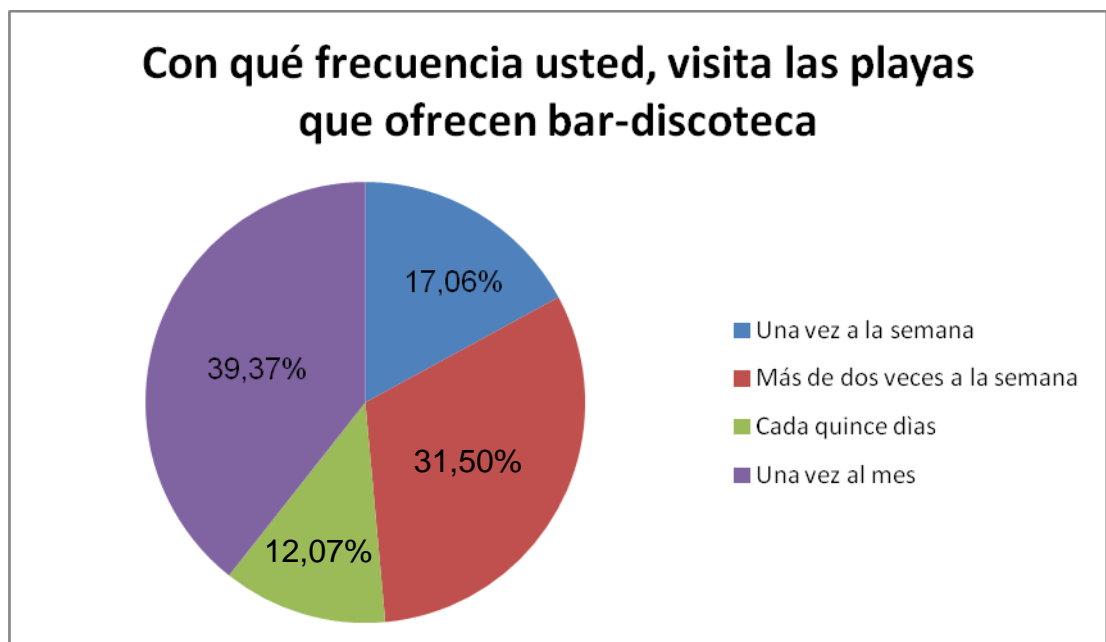
Elaborado por Michell Guerrero

En el gráfico se representa que entre las actividades que se da de opción al turista está; salir a caminar con 13,65%, escuchar música un 43,40%, buscar algo de tomar 21,79%, todas las anteriores un 13,12% o las personas que no se quedan en el sitio un 8,14%.

10.¿Con qué frecuencia usted, visita las playas que ofrecen bar-discoteca?

Se puede comprobar la afluencia de turistas que acuden a las playas, para disfrutar de su ocio en establecimientos nocturnos.

Gráfico 21: Frecuencia



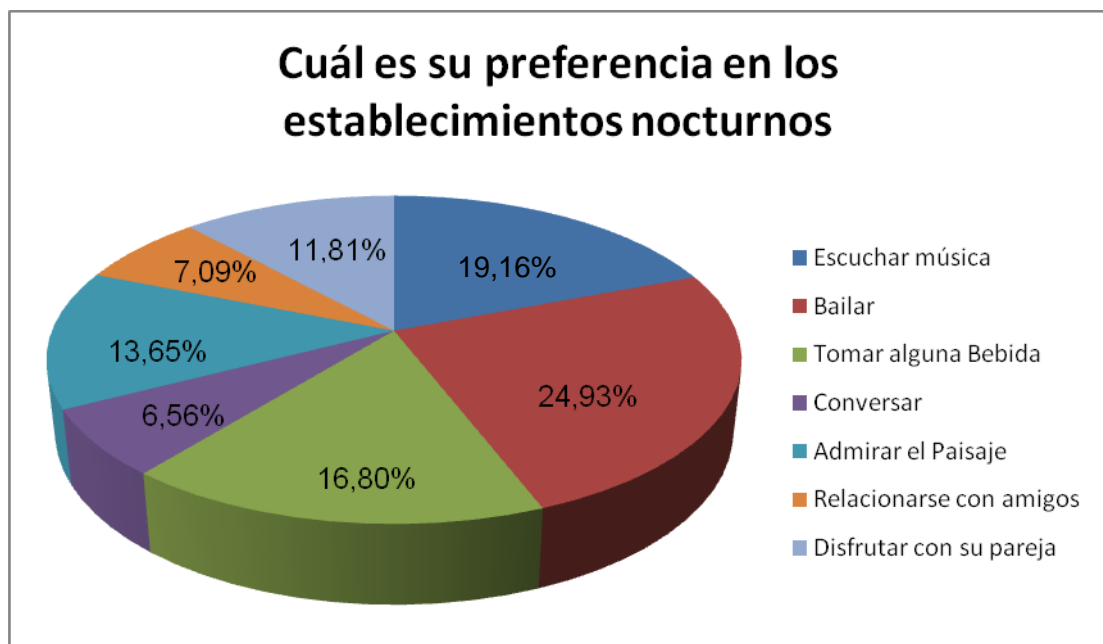
Elaborado por Michell Guerrero

En el gráfico se puede observar, el nivel de turistas que acuden a playas que ofrecen diversión nocturna en periodos de una vez a la semana con 17,06%, más de dos veces a la semana 31,50%, cada quince días 12,07%, una vez al mes 39,37%.

11.¿Cuál es su preferencia en los establecimientos nocturnos?

Se representa los gustos de cada turista, siendo el más predominante de un sitio de bailar.

Gráfico 22: Preferencias



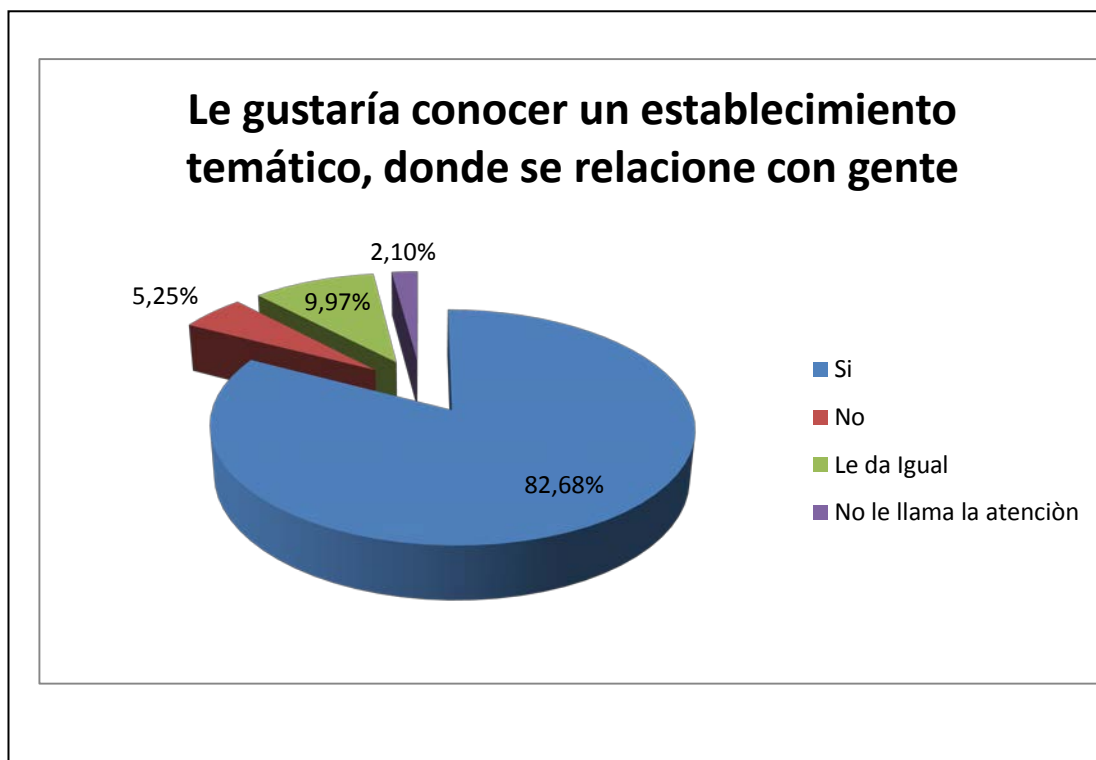
Elaborado por Michell Guerrero

Se interpreta en el gráfico los gustos de los turistas, en establecimientos nocturnos; escuchar música con 19,16%, bailar con 24,93%, tomar alguna bebida con 16,80%, conversar con 6,56%, admirar el paisaje con 13,65%, relacionarse con amigos 7,09% y disfrutar con su pareja un 11,81%.

12. ¿Le gustaría conocer un establecimiento temático, donde se relacione con gente?

Por medio de esta pregunta, se da a conocer las preferencias de cada visitante al momento de escoger alternativas, de sitios temáticos.

Gráfico 23: Establecimiento Temático



Elaborado por Michell Guerrero

Se interpreta, que las personas están decididas a nuevas alternativas de diversión por lo cual un sí dijo un 82,68%, un no 5,25%, le da igual 9,97% y no le llama la atención 2,1%.

6.2 Conclusión

Se finaliza dando resultados positivos, favorables en nuestra investigación, el planteamiento de un establecimiento nocturno será factible ya que la Parroquia es visitada y gusta de muchos turistas que al implementar, un lugar así crecería el número de visitas a la Parroquia, encontrándose bien ubicado en un punto céntrico y a cuerdas del mar. Es por ello que se finaliza diciendo que será una buena idea implementar un lugar como el propuesto.

7. Análisis P.E.S.T

La Herramienta de análisis PEST, sirve para la medición de un negocio, comprendido del crecimiento y desarrollo del mismo. Está compuesto por 4 factores: Políticos, Económico, Social, Tecnológico; lo cual ayuda para poder evaluar el mercado dónde está constituido el negocio o unidad.

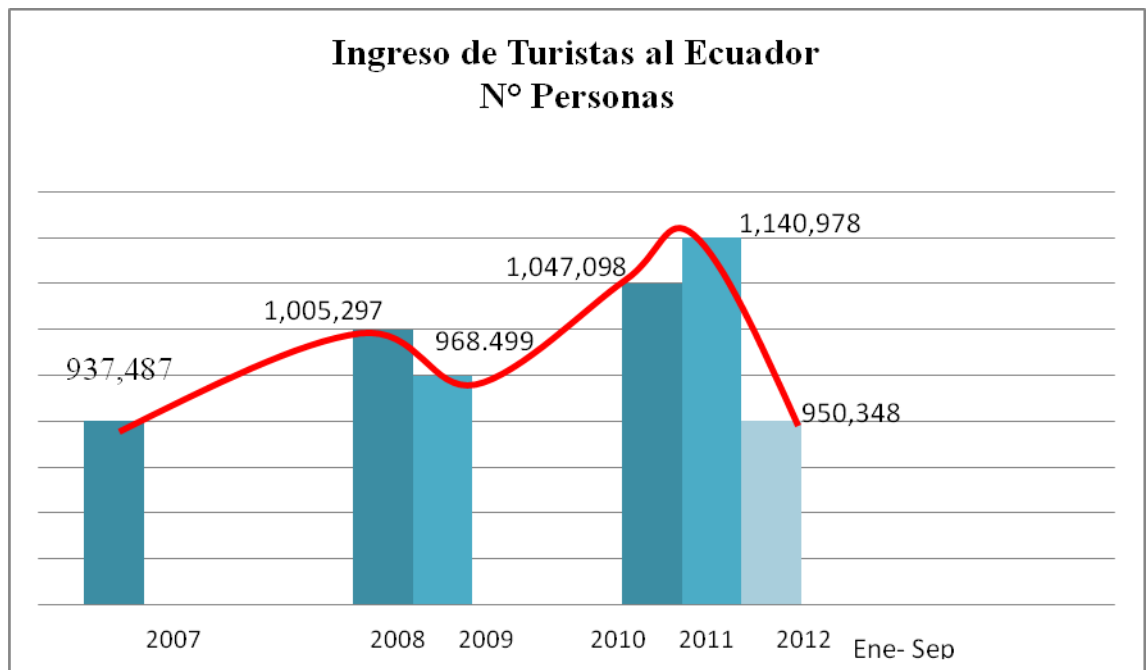
Además, por medio de esta herramienta se analiza 4 características fundamentales que ayudan a una estructura lógica las cuales son: entender, presentar, discutir y tomar decisión.

El análisis PEST, logra arrojar dos factores importantes que ayudará en el estudio, los cuales pasaron por alto. A. Chapman (2004)⁷

Con ello se utilizará estas 4 herramientas, con el objetivo de evaluar el mercado y competencia que tendría la creación del bar- discoteca “Hee Nalu”, por ello la implementación de estos factores ayudará para el estudio del mismo.

⁷ Análisis DOFA y Análisis PEST

Gráfico 24: Valor Porcentual de Turistas



Fuente: proecuador.gob.ec

7.1 Factores Políticos

Debidamente para estar constituida la empresa, se realizó todos los requisitos de aspecto legal, para el funcionamiento de “Hee Nalu” siguiendo con todos los pasos que la ley; manda. Prohíbe y permite.

Siguiendo, con los permisos obtenidos y otorgados por las Empresas que lo amerité, también es haciendo uso de un correcto manejo de funcionamiento, en base a las leyes.

Manuel Antonio Botero (2010) en un estudio para la viabilidad del negocio, detallo en un ejemplo; muy demostrativo. Es el % de impuesto sobre las utilidades establecido para las Empresas instaladas en las zonas francas: que comprende un 15% frente a 35% vigente para cualquier sociedad. Es claro que una empresa puede ser viable y rentable económicamente si paga el 15% pero no si tiene que pagar el 35%.

“Es vital que el empresario conozca, en detalle, las leyes, decretos y otras normas detalladas que rigen la actividad empresarial y específicamente la de su sector“.

7.2 Factores Económicos

Estos cambios que emergen en la Economía Ecuatoriana, va servir como un indicador económico, en cuánto se refiere a la implementación de este establecimiento.

En el 2012 la economía incremento anualmente en su tercer trimestre 4,7% comparado al mismo año que en su segundo trimestre fue de 1,1 puntos por encima del mismo. Debido al incremento en la economía para diciembre del 2012 el desempleo ocupo un 4,12% a nivel nacional mientras que la ocupación plena y el subempleo fueron de 42,8% y 50,9%,

A consecuencia de estos indicadores se logró determinar que hubo una reducción de desempleo a comparación de los otros años.

Gráfico 25: Indicadores de Tasa de Desempleo



Fuente: Banco Central del Ecuador

También hubo una reducción de ingreso per cápita a nivel nacional, según el coeficiente Gini, que en diciembre del 2006 - diciembre del 2012 pasó de 0,54 a 0,48. Siguiendo el mismo análisis, hubo minoría de un 10% en relación a la brecha; de la gente rica, en comparación al pobre que fue de un 10%, demostrando que en el

2006 el 10% de las personas ricas tenía un ingreso 36 veces mayor que el 10% más pobre, en 2012 esta relación se redujo a 25.

Gráfico 26: Indicador Pib Per Cápita en Dólares



Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico 27: Sector Real Cifras Destacadas

Cuentas Nacionales Trimestrales (dólares de 2007) - tasa de variación (t/t-4)	2011.III	2012.III
PIB	9,1%	4,7%
VAB petrolero	5,0%	0,4%
VAB no petrolero	9,6%	5,2%
Oferta y Utilización de Bienes y Servicios (dólares de 2007) - tasa de variación (t/t-4)	2011.III	2012.III
FBKF	15,4%	12,4%
Importaciones (fob)	0,1%	8,5%
Gasto de consumo del gobierno general	6,3%	7,9%
Gasto de consumo de los hogares	6,4%	5,3%
Exportaciones (fob)	10,4%	3,6%
Variación de existencias	-41,9%	-35,7%

Gráfico 28: Cifras Reales

Mercado Laboral	Dic.2011	Dic.2012
Tasa de desempleo nacional	4,2%	4,1%
Tasa de ocupación plena nacional	40,9%	42,8%
Tasa de subocupación nacional	54,3%	50,9%
Pobreza y Desigualdad	Dic.2011	Dic.2012
Incidencia de pobreza nacional	28,6%	27,3%
Incidencia de extrema pobreza nacional	11,6%	11,2%
Coefficiente de Gini	0,473	0,477

Fuente: Indicadores Macroeconómicos 2013

Continuando con los indicadores económicos, la recaudación tributaria en el 2012 sin aranceles, fue de \$ 11.093 millones en comparación al 2011 que se efectuó en un incremento de 27,2%.

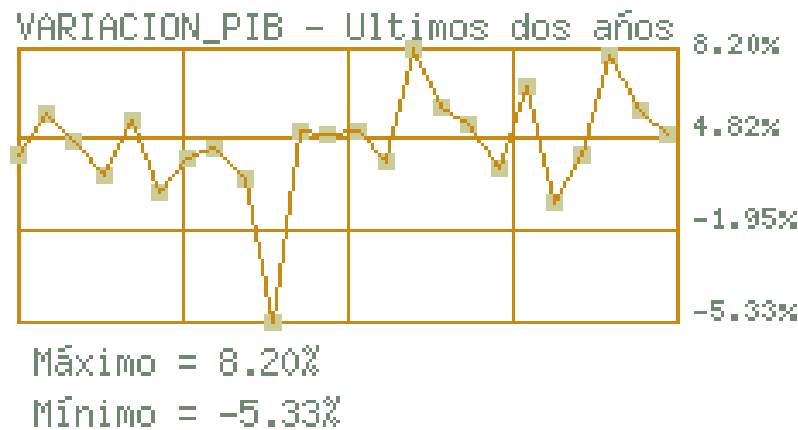
En los servicios financieros también se puede constatar que hubo un crecimiento por parte de los Ecuatorianos en el 2012, registrándose en la economía un 33,1 % y financiera de 66,7%.

La Cepal dice que según la Economía del país se desacelerará el próximo año y se ubicará en 3,5%. Se espera que en este año suba un 4,8%, después del fuerte crecimiento de 2011 (8%). (telègrafo, 2012)

En la balanza Comercial, se pudo observar un incremento en el año 2012 que se evalúa como deficitaria en \$249 millones en el mes de noviembre mientras que en los demás meses comprendidos del mismo año fue de un déficit de \$146 millones.

Registrándose un incremento en las exportaciones de 7,6% mientras que las importaciones es de 5,5%.⁸

Gráfico 29: Indicador del PIB de los últimos dos años



Fuente: Banco Central del Ecuador

7.3 Factores Sociales

La apertura de la empresa Guerrero S.A en la incorporación de un establecimiento nocturno, bar- discoteca “Hee Nalu” fomentará fuentes de empleo, mejoras en la economía y desarrollo de la parroquia. Mejorando el nivel de vida de cada uno de sus habitantes y minimizando la tasa de desempleo.

En la Parroquia de Puerto Cayo habitan alrededor de 5000 pobladores, los cuáles se dedica su mayoría a la actividad pesquera, esto genera ingresos para sus habitantes

⁸ Indicadores Macroeconómicos Enero 2013

Gráfico 30: Pobladores de la Parroquia



Gráfico 31: Actividad Primaria



Fuente: Michell Guerrero 2013

Puerto Cayo pertenece al cantón de Jipijapa, en el cual prevalece aún el analfabetismo, que es uno de los problemas sociales que enfrenta con un 13,8% en relación al número de habitantes que habita, su índice es alto el que se evidencia en el cantón, siendo en la parte rural con un 20,8% y en la urbana 8,1%. Pero las mujeres son las más afectadas por qué siguen siendo discriminadas en los centros Educativos. Pero actualmente se logró alfabetizar 4000 personas mediante el proyecto “Yo si Puedo” apoyado por la UPOCAN.⁹

Tabla 5: Indicadores Sociales

Sector	Indicador	Fuente	Año	Medida	Valor indicador
Población	Población	CENSO	2010	Número	14.483.499
	Tasa de crecimiento poblacional	CENSO	2010	Porcentaje	1,9
Educación	Analfabetismo	ENEMDU	2012	Porcentaje	7,9
	Escolaridad	ENEMDU	2012	Año promedio	9,52
Salud	Tasa de mortalidad general	Estadísticas vitales	2011	Tasa por 1000 hab	4,1

⁹ Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2009-2013

Vivienda	Tasa de mortalidad infantil	Estadísticas vitales	2010	Tasa por 1000 nacidos vivos	11,0
	Tasa global de fecundidad	CPV	2010	Promedio de hijos	2,4
	Agua entubada por red pública	ENEMDU	2012	Porcentaje	74,5
	Red de Alcantarillado	ENEMDU	2012	Porcentaje	65,5
Empleo	Personas por hogar	ENEMDU	2012	Número de personas	3,7
	Población Económicamente Activa (PEA)	ENEMDU	2012	Número	6.779.467
	PEA como porcentaje de la población en edad de trabajar	ENEMDU	2012	Porcentaje	46,2
	Tasa de desempleo	ENEMDU	2012	Porcentaje	4,1
Desarrollo	Tasa de ocupados plenos	ENEMDU	2012	Porcentaje	42,3
	Tasa de subempleo	ENEMDU	2012	Porcentaje	51,4
	Desnutrición	DEIN	201	Porcentaje	21,8

infantil	crónica infantil		1		
	Niños que trabajan	ENEMDU	201 2	Porcentaje	5,9
Desigualdad	Pobreza por NBI	ENEMDU	201 2	Porcentaje	36,8
	Extrema pobreza por NBI	ENEMDU	201 2	Porcentaje	12,6
	Pobreza por ingreso	ENEMDU	201 2	Porcentaje	27,3
	Extrema pobreza por ingreso	ENEMDU	201 2	Porcentaje	11,2
	Distribución del ingreso - Coeficiente GINI	ENEMDU	201 2	0=equidad 1=inequidad	0,476
Acción social	Madres beneficiarias del BDH	RIPS - MCDS	mar- 13	Número	1.192.071
	Pensión asistencial Adultos mayores	RIPS - MCDS	mar- 13	Número	589.915
	Pensión asistencial discapacitados	RIPS - MCDS	mar- 13	Número	119.105
	Niños que asisten a un	ENEMDU	201 2	Porcentaje	84,9

Inversión social	centro de desarrollo infantil público				
	PGE como porcentaje del PIB	e-Sigef , BCE	201 2	Porcentaje	22,4
Macroeconómico	Inversión social como porcentaje del PIB	e-Sigef , BCE	201 2	Porcentaje	9,9
	Inflación mensual del IPC	BCE	feb- 13	Porcentaje	3,48
	Crecimiento anual del PIB	BCE	201 1	Porcentaje	8,0
	Salario Básico Unificado	MRL	201 3	Dólares americano s	318,00
	Canasta Básica Familiar	INEC	feb- 13	Dólares americano s	

Fuente: Ministerio Coordinador de Desarrollo Social - 2013

Miguel Ángel Quintanilla (2005) en su libro dice: que en el siglo XIX, empieza la nueva etapa de la civilización, es ahí donde la tecnología pasa a invadir todas las tendencias, en la vida del ser humano. Siguiendo con el avance tecnológico del

mismo año, el diseño y el desarrollo ha cambiado por completo en relación con la tecnología actual.¹⁰

“Hee Nalu”, bar- discoteca implementará este factor fundamental, incluyendo un programa informático para tener un control previo a lo que respecta a inventarios, proveedores e insumos.

Y también como una herramienta de marketing, ya que en la actualidad es algo fundamental de todas las personas; que tienen redes sociales las cuales son usadas como publicidad para hacer conocer establecimientos nuevos, y ser difundido tanto a personas Nacionales como Extranjeros.

Gráfico 32: Redes Sociales



Fuente: Empresas2cero.com

Un estudio realizado por parte del INEC, refleja cuantas personas hacen uso del internet; reflejado en computadora y celulares:

¹⁰ Tecnología: Un Enfoque Filosófico

Gráfico 33: Indicador Porcentual de Uso de Tecnología

5.2 Tenencia de Celulares y Uso de Internet

Tenencia de celular			
	2008	2009	2010
Azuay	38,8%	47,7%	47,4%
Bolívar	22,4%	24,9%	25,1%
Cañar	29,2%	31,2%	33,9%
Carchi	32,4%	36,0%	34,9%
Cotopaxi	27,0%	29,2%	30,0%
Chimborazo	24,9%	27,4%	28,6%
El Oro	39,7%	40,4%	44,6%
Esmeraldas	29,1%	31,0%	32,2%
Guayas	39,6%	46,9%	46,1%
Imbabura	34,9%	37,0%	40,8%
Loja	29,7%	36,1%	40,7%
Los Ríos	32,9%	34,5%	39,2%
Manabí	30,2%	32,7%	35,1%
Pichincha	51,6%	55,7%	57,4%
Tungurahua	34,5%	38,4%	41,3%
Santo Domingo	0,0%	0,0%	0,0%
Santa Elena	-	38,5%	43,4%
Amazonía	-	24,9%	33,6%
Total	21,4%	38,8%	23,9%

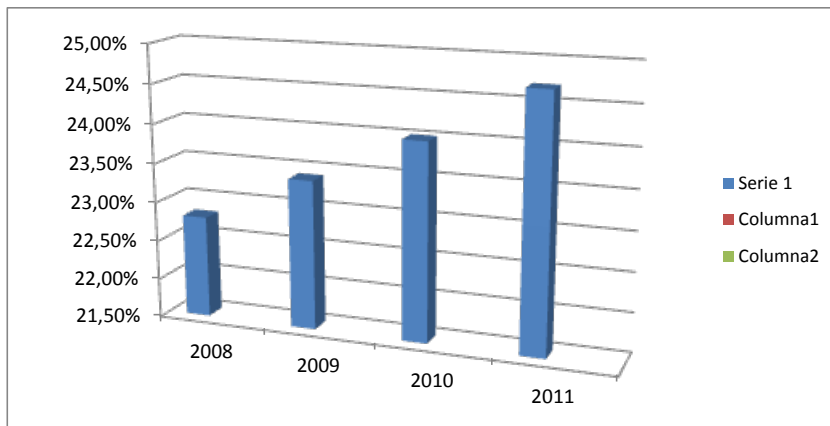
Uso de Internet			
	2008	2009	2010
Azuay	36,0%	31,6%	37,5%
Bolívar	13,0%	19,0%	19,0%
Cañar	21,3%	17,4%	21,2%
Carchi	18,3%	19,7%	22,9%
Cotopaxi	17,9%	16,7%	19,6%
Chimborazo	21,9%	21,5%	23,5%
El Oro	22,8%	22,7%	30,3%
Esmeraldas	14,2%	16,6%	18,5%
Guayas	26,5%	28,9%	29,7%
Imbabura	23,8%	24,0%	29,1%
Loja	24,3%	23,1%	25,1%
Los Ríos	13,0%	11,5%	17,2%
Manabí	12,3%	13,1%	18,1%
Pichincha	41,6%	42,8%	46,9%
Tungurahua	25,9%	27,1%	29,2%
Santo Domingo	-	15,1%	25,5%
Santa Elena	-	9,9%	15,6%
Amazonía	16,9%	15,6%	20,3%
Total	25,7%	24,6%	29,0%



Fuente: INEC

Estudio realizado por el INEC, Personas que tienen Computadora de Escritorio:

Gráfico 34: Indicador de Computadoras

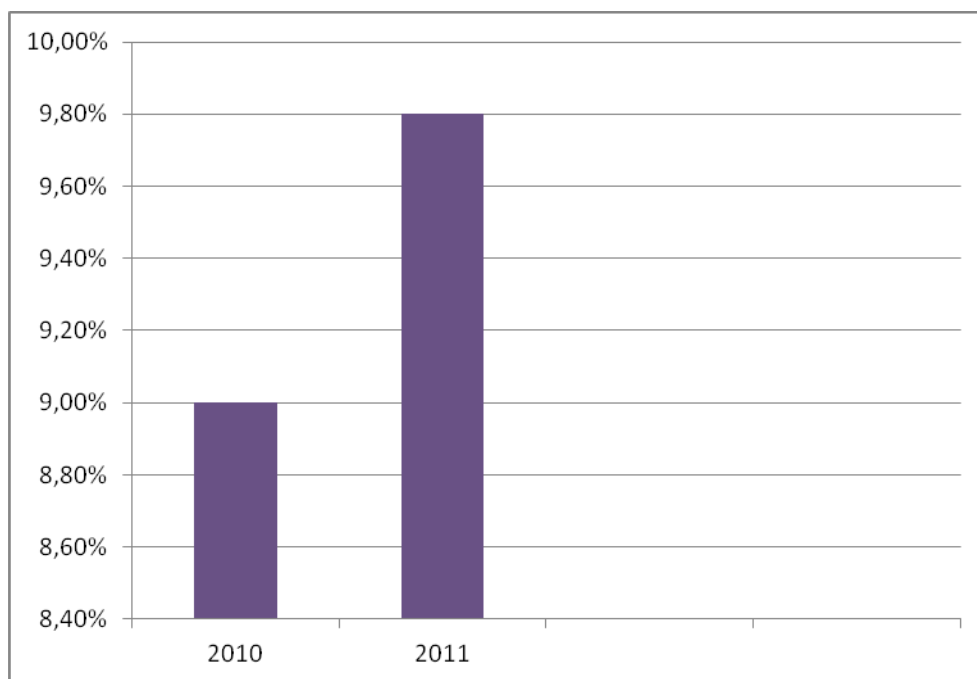


Fuente: Michell Guerrero 2013

- ✓ En el 2008 hubo un valor porcentual: 22,8%
- ✓ En el 2009 hubo un valor porcentual: 23,4%
- ✓ En el 2010 hubo un valor porcentual: 24,0%
- ✓ En el 2011 hubo un valor porcentual: 24,7%

Estudio realizado por el INEC, Personas que tienen Computadora Portátiles:

Gráfico 35: Indicador Porcentual de Personas que tienen Portátil



Fuente: Michell Guerrero 2013

8. Análisis del Mercado

Puerto Cayo es una de las playas más hermosas en la Provincia de Manabí, cuenta con una ensenada de 13km de playa. Tiene como atractivos turísticos:

- Mirador de Puerto Cayo donde se puede observar una vista panorámica de la Parroquia que es un puerto pesquero.
- Avistamiento de Ballenas Jorobadas en los meses de junio-septiembre
- El islote Pedernales que se puede visitar y está a una distancia de 5km mar adentro.
- Se puede apreciar bosque seco y fauna
- Monos Aulladores que se encuentran en el Recinto Cantagallo
- Playa privilegiada para los amantes del surf

Gráfico 36: Islote Pedernales



Fuente: Michell Guerrero

Gráfico 37: Parroquia de Puerto Cayo



Fuente: Michell Guerrero

Puerto Cayo cuenta con alrededor de 15 hoteles, dónde reciben tanto a turistas Nacionales como Extranjeros, de toda clase de bolsillo.

La Industria Hotelera en la Parroquia es variada, entre ellos tenemos:

Tabla 6: Hospedaje en Puerto Cayo

Nombre	Servicio
Hotel Puerto Cayo	Ofrece Habitaciones de 2 a 5 persona y salón de evento.
Los Frailes	Habitaciones para 1 a 5 personas, baños privados, televisión con cable, aire

	acondicionado o ventilador, Restaurante-bar y salón para evento.
Barandhùa	Habitaciones para 3 a 6 personas, baños privados, disponibilidad del área de cocina y sus utensilios respectivos y parqueo propio.
El Gringo	Habitaciones matrimoniales-familiares, aire acondicionado, televisión, fuente de Soda, restaurante, cabaña de madera disponible para grupos grandes.
Expedición Puerto Cayo	Baños privados, cocina a gas, nevera, vista del mar, agua caliente y servicio de restaurante.
Cabañas Alejandra	Ofrece villas Familiares, dónde cuenta con baño privado, cocina a gas
Los Sueños del Mar	Baños privados, parking gratuito, Wi-Fi Gratis, acceso a la playa, piscina exterior, terraza, Restaurante y bar.
La Cabaña	Cabañas Familiares, cocina a gas, parqueo.
Zavalas	Habitaciones de 2 a 5 personas, parqueo, frente al mar.

Fuente: Michell Guerrero

Cuenta con una variada Gastronomía, cuenta con varias locales donde cada uno de los visitantes puede degustar de infinita variedad de platos preparados en base a Mariscos, ya que la Parroquia es rica en diversidad de animales que albergan en su mar.

Gráfico 38: Gastronomía



Fuente: Michel Guerrero

Puerto Cayo también ofrece variedad de actividades que se puede realizar en la Parroquia, entre ellos están:

Tabla 7: Actividades

Actividad	Periodo de Realización
Avistamiento de Ballenas	De Junio a Septiembre
Surf	Todo el año
Buceo	Temporada costa
Caminatas, visitas a miradores	Todo el año
Alquiler de Parasoles	Temporadas de alto flujo turístico
Diversión Nocturna	Todo el año

Fuente: Michell Guerrero

8.1 Análisis del Consumidor

Orientado a personas entre un promedio de 18 a 60 años, que quieran acudir a un establecimiento nocturno, con el fin de divertirse y pasar ameno en lo que corresponde la noche. Ofreciendo infinidad de servicios orientados, al consumidor ya que son nuestra meta.

8.2 Análisis FODA

Mediante este análisis podremos corroborar cuáles serán nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades, Amenazas; de nuestro Negocio y mercado.

- **Fortalezas**

- ✓ Primer negocio como el propuesto, perenne en la Parroquia
- ✓ Brindando un servicio de calidad
- ✓ Ofreciendo la temática del surf como atractivo del lugar
- ✓ Comprende 2 ambientes, constituidos en la planta baja el bar y la planta de arriba la discoteca

- **Oportunidad**

- ✓ Ubicado en la calle principal, punto céntrico y estratégico
- ✓ Precios Accesibles a todo bolsillo
- ✓ No tengo competencia, ya que no hay un lugar como el propuesto en la Parroquia

- **Debilidad**

- ✓ Muy poca capacidad de abastecimiento
- ✓ Poco Capital
- ✓ Que no es conocido, estrategia de atraer el público
- ✓ Parroquia conocida como un pueblo tranquilo

- **Amenaza**

- ✓ Sismos o Tsunamis que afecte la entrada al sitio
- ✓ Cuenta con establecimientos, con apertura una vez al año y atrae muchos turistas como el Ñawi
- ✓ Que estos establecimientos se establezcan definitivamente

Gráfico 39: Establecimientos Nocturnos: Ñawi y Ulala



Fuente: Michell Guerrero

Capítulo II: Espacio Nocturno en la Parroquia de Puerto Cayo

1. Constitución de la Empresa

Para la formación de la Empresa, se obtuvieron los permisos que requieren por parte del Municipio Cantonal de Jipijapa, debidamente en orden, en conjunto con la Superintendencia de Compañías.

La empresa se constituirá como una Sociedad Anónima en la cual este tipo de sociedad es netamente capitalista siendo así el factor más importante. El número de socios para conformar esta sociedad puede ser de uno o más tanto personas físicas como jurídicas.

La Súper Intendencia de Compañía entre sus requisitos, dice: que el capital tiene que ser” plenamente suscrito y desembolsado en al menos un 25 % en el momento de la constitución de la empresa”.

Para la ser Constituido como Sociedad Anónima SA prevalece entre sus requisitos:

- ✓ Denominación de la sociedad: GUERRERO S.A. tendrá entre uno de sus negocios, la apertura de una discoteca en Puerto Cayo denominada “Hee Nalu”.
- ✓ Objeto Social: Generar empleos a los habitantes de la Parroquia.
- ✓ Domicilio: En la Parroquia de Puerto Cayo
- ✓ Capital Social: \$800
- ✓ Cómo se constituirá la parte de la administración, siguiendo lo que establece la Ley: Gerente Administrador, Gerente Operador, 2 Barman, DJ, 2 meseros.
- ✓ Cualquier pacto lícito o condición especial que los socios crean conveniente establecer: Uno de los socios aportará con un porcentaje de capital y el otro con inmuebles.

Entre los permisos que se requiere para la operación del negocio y puesta en marcha:

- Permiso de Construcción otorgado por el Municipio de Jipijapa
- Licencia de Funcionamiento por parte del Ministerio de Turismo

- Licencia Ambiental otorgada por el Ministerio de Ambiente
- Permiso del Ministerio de Salud, el subcentro de la Parroquia lo otorga
- Permiso del Cuerpo Policial, que opera en la Parroquia
- Permiso por parte de la Junta Parroquial.

2. Permisos de funcionamiento del Bar- Discoteca

2.1 Permiso de Construcción

Documento necesario para construcciones de cualquier índole a través del cual el Municipio establece una serie de estudios urbanos, arquitectónicos para que las construcciones sean hechas a un nivel profesional, es por esto que se exige las firmas de los diferentes profesionales de la rama de la construcción.

Entre sus requisitos:

1. Línea de fábrica.
2. Copia fotostática de escritura pública.
3. Copia fotostática de cédula de identidad.
4. Copia fotostática de predio urbano.
5. Certificado de Registradora de la Propiedad.
6. 4 copias de planos con las firmas de profesionales.
7. Una especie valorada
8. Una carpeta plástica.

a) Obtener el RUC por parte del SRI

Se pide:

- ✓ Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- ✓ Original y copia del certificado de votación
- ✓ Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad

b) Obtener la Licencia de Funcionamiento por parte del Municipio

Cantonal

- ✓ Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- ✓ Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- ✓ Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- ✓ Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- ✓ Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- ✓ Artesanos: Calificación artesanal
- ✓ Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
 - ✓ Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
 - ✓ En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- ✓ Dimensiones y fotografía de la fachada del local
- ✓ Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad, en el caso de que sea publicidad nueva.

c) Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

d) Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
- Certificado del título profesional del Senescrypt
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes
- Croquis de la ubicación de la planta
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y la agencia ARCSA.
- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

3. Nombre de la Empresa

Se escogió, de nombre “Hee Nalu” que quiere decir en hawaiano; deportes de los reyes ya que nuestro bar-discoteca tendrá la temática del surf. La Parroquia de Puerto Cayo es considerada por ser una de las mejores playas para la práctica de este deporte, su playa es famosa por la formación de los tubos y el oleaje. Puede ser corrido por surfistas de todo nivel.

Se eligió este nombre ya que el surf es originario de Hawaii y de ahí precede con la temática incorporada en el establecimiento.

4. Logo

Gráfico 40: Logo



Realizado: Diseñador Gráfico Javier Baldeòn

5. Slogan

En relación con el nombre, se representa por slogan lo siguiente:

Si quieres diversión” Hee Nalu” ofrece lo mejor!

Nuestro slogan llama la atención y expectativa del cliente ya que el surf precede de adrenalina y pasión, en fusión al bar que brinda diversión.

6. Misión

“Hee Nalu” brinda a sus clientes una experiencia única, en fusión al entretenimiento nocturno, satisfaciendo las expectativas del cliente, brindado un servicio de calidad y personalizado, con productos de primera; haciendo que cada visita sea la mejor en cuanto a la diversión.

6.1 Visión

Ser un bar- discoteca que brinde un servicio de calidad con el fin de ser el mejor en cuánto a entretenimiento nocturno, para su vez llegar al año 2014 siendo “hee nalu” uno de los más visitados, posicionándonos en el mercado turístico.

7. Objetivos

- Ser un bar innovador, diferenciándose de los demás
- Tener sucursales con otra temática en playas aledañas
- En un año lograr a ser reconocidos y quedando en cada mente de los que visiten el establecimiento
- Ofrecer algo diferente a las personas jóvenes
- Ser un lugar dónde el cliente se sienta identificado en unión a un buen ambiente

7.1 Valores

En cuanto a los valores el establecimiento, tendrá como compromiso:

Respeto	Eficiencia
Amabilidad	Dedicación
Cordialidad	Educación

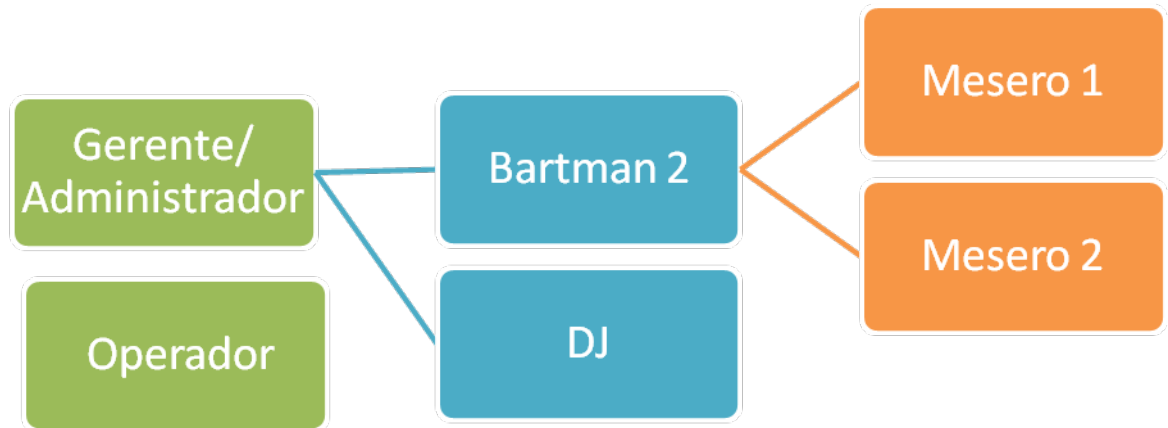
8. Estructura del establecimiento

Nuestro negocio estará integrado por personas capacitadas en el área a trabajar y entrenadas en brindar un excelente servicio al cliente, haciendo que la persona que visite nuestro local, salga con buenas referencias de ello y habiendo personas satisfechas; habrá más personas interesadas, en visitar el establecimiento.

Por ello estará conformado, con una cabeza central que sería el pilar fundamental para tener una buena estructura y así alcance el éxito deseado.

Estará constituido, de tal manera que sea un buen ambiente, desde la parte interna para que refleje un buen servicio a la parte externa. La estructura del negocio se conformará así:

Gráfico 41: Estructura Organizacional



Fuente: Michel Guerrero

9. Producto

Se ofrece una amplia variedad de productos desde bebidas internacionales-nacionales, entre ellas: Cervezas, Club Verde, Budweiser, Corona, Heineken, Pilsener. Bebidas que se venden las botellas tales como:

- Wodka
- Tequila
- Whisky
- Ron
- Raka

Tragos preparados, como cócteles realizados por el barman, tales como:

Tabla 8 Bebidas Propuestas

Cócteles Preparados	
Huracán	Whisky, limón y naranja
Daiquiri Tequila	Hielo picado, tequila, dash limón y azúcar
Daiquiri Ron	Hielo picado, ron blanco, dash limón, azúcar y pulpa de frutilla
Blue Margarita	Hielo, jugo de limón y blue curacao
Caipiriña	azúcar, limón, aguardiente, hielo
Margarita	Tequila, azúcar, triple sec, frozen y limón
Aire libre	Ron pulpa de frutilla, jugo de limón y hielo picado
Hee nalu Bilbao	Zumo de arándanos, cubos de hielo, zumo de pomelo, wodka y media lima para decorar.
Hawaii	zumo de piña, 1 gota de amargo de naranja, ginebra y clara de huevo

Fuente: Michell Guerrero

Gráfico 42: Cócteles a Degustar

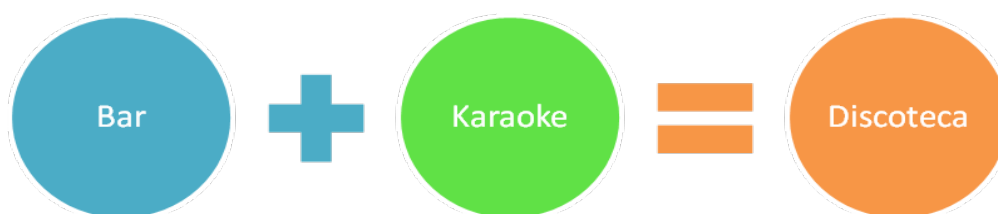


Fuente: Cocteleria.net

10. Servicio

Debidamente el servicio que se ofrecerá en el establecimiento nocturno, será personalizado con cada cliente, dividido en dos áreas constituidas así: En dos plantas; el primer piso el bar- karaoke y el piso de arriba la Discoteca.

Gráfico 43: Distribución



Fuente: Michell Guerrero

11. Tipo de Construcción y ficha técnica

Nuestro establecimiento será en base al estilo vanguardista, utilizando una arquitectura sostenible, en caña guadua y bambú. Utilizando como temática el surf; constando de su diseño hecho en materiales tradicionales que sean: durable, resistente y ecológico.

Sus colores en cuánto a decoración; será de colores tierra, en fusión con colores vivos representativos como el azul del mar y colores volátiles.

11. 1 Ficha técnica de la Obra:

Tabla 9: Construcción

Área en m2	9 ancho x 15 de largo
Altura	12mts
Materiales	Caña guadua, bambú, cemento, hormigón, acero, choza como acabado de techo.
Duración	6 meses
Capacidad	150 personas
Distribución	La planta de abajo se constituirá como el bar- karaoke o zona puf y la planta alta la discoteca.

Fuente: Michell Guerrero

Gráfico 44: Espacio Físico del Terreno



Fuente: Michell Guerrero

Gráfico 45: Terreno



Fuente: Michell Guerrero

Capítulo III Estrategias de Marketing y Publicidad

1. Marketing

En el libro del autor, Antonio Santesmases (2007) dice que el marketing “estudia el motivo del por qué las personas e instituciones, intercambian bienes, servicios o ideas, y analiza cómo son y deben ser estimulados estos intercambios para que sean mutuamente satisfactorios y fomenten relaciones estables y duraderas”.

Semprini (1998) argumenta que es un “proceso el cual sirve para identificar las demandas y necesidades del consumidor de forma efectiva.”

Páramo Morales (2001) se refiere que el marketing se desprende a la orientación del mercado de una cultura organizacional.

1.2 Análisis del Marketing

Esta Herramienta ayuda a proporcionar información y evaluaciones que luego ayudará a implementarlo en el negocio. Es un análisis completo de la situación de la empresa, la cual a profundidad se logrará reconocer el entorno. También nos permite conocer a la competencia, tomando en relación las fuerzas y debilidades del mercado. Para en un futuro no encontrarnos con amenazas que afecte nuestro entorno. Aprovechando todas las oportunidades que den opción a emprender la logística del lugar¹¹. P Kotler, GM Armstrong (2003 p. 65)

Puerto Cayo, siendo un lugar atractivo de visitar y contando con características que predomina entre las playas cercanas.

Es un lugar ideal para la captura de un establecimiento nuevo e innovador, ya que ofrece una oportunidad nueva en el mercado ya que no cuenta con un sitio como el propuesto.

¹¹ Fundamentos de Marketing ,sexta edición

1.3 Planeación del Marketing

Es la implementación de estrategias, que contribuirá a la empresa para alcanzar dicho objetivo como el propuesto. Es el cómo se llega al mercado, cumpliendo acciones que cumplan efectivamente su cometido. P Kotler, GM Armstrong (2003 p. 65)

Entre las principales opciones para poder llegar a nuestro mercado meta, se propone integrar:

- ✓ Precios Cómodo
- ✓ Alternativas de entretenimiento: Ba- Karaoke o Discoteca
- ✓ Variedad en bebidas
- ✓ Servicio Personalizado
- ✓ Rapidez a la entrega de cada pedido

1.4 Marketing Mix

Antoni Serra (2002) en su libro relaciona que “A lo largo de los últimos 50 años, la industria turística ha alcanzado un aporte fundamental en el desarrollo y economía de muchos países, ya que se ha incrementado de manera rápida”.

Mediante esta estrategia podremos, evaluar de manera interna nuestra empresa como tal en su entorno, y competencia considerando cuatro variables importantes en su estudio: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

- **Producto**

En nuestro Bar- discoteca “Hee Nalu” teniendo de temática el surf, un deporte muy practicado en la Parroquia de Puerto Cayo, por habitantes del lugar y visitantes. Ofreceremos Bebidas desde nacionales a extranjeros; con una infinita variedad de cócteles a degustar comunes de la zona y bebidas exclusivas del establecimiento.

Entre las bebidas que habrá en el establecimiento, en cuánto a cervezas:

Gráfico 47: Cerveza Club Verde



Gráfico 46: Cerveza Heineken

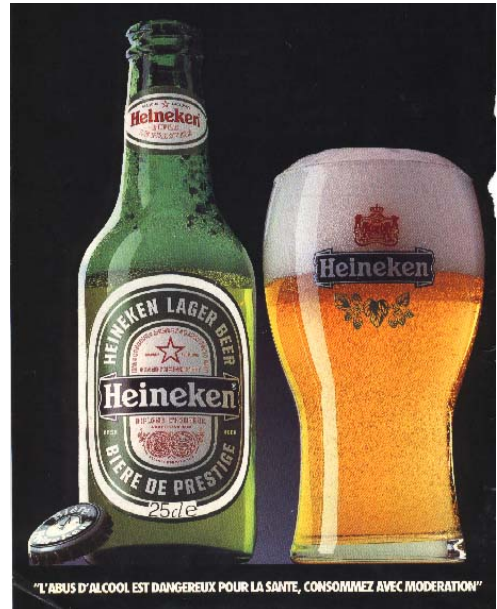


Gráfico 49: Cerveza Pilsener



Gráfico 48: Cócteles Preparados



Gráfico 50: Cerveza Corona



- **Precio**

Los precios oscilarán en un valor agregado, esto dependerá de las bebidas que exportemos para nuestro establecimiento, incorporando un precio en razón a lo que se paga por aranceles de productos exportados. Las bebidas preparadas como cócteles tendrán su precio en razón al material usado. Se ajustará cada precio de bebida suministrada en “ Hee Nalu” a un valor promedio del bolsillo de cada persona.

- **Plaza**

Nuestro establecimiento estará ubicado en una calle del centro de la Parroquia de Puerto Cayo, siendo una avenida principal frente a espacios muy concurridos por los visitantes y cerca de la playa. Siendo este un punto ideal para la implementación del local.

Gráfico 51: Ubicación del Terreno



Fuente: Michell Guerrero

Gráfico 52: Ubicación



Fuente: Michell Guerrero

- **Promoción**

Será fundamental esta variable en nuestro local, siendo así una característica que atrae al público. Detallando opciones que habrá como promoción en “Hee Nalu”.

Tabla 10: Indicador de Promociones

Días Locos	Ofrecen
Martes	Días de “happy Hour” en bar- karaoke
Miércoles	Este día constará con un tema quién vaya vestido del color de prenda dicho previamente en “Hee Nalu” entrarán de forma gratuita a la discoteca.
Jueves	2 Veces al mes los día jueves, serán destinados a las mujeres, siendo considerado Ladys Night.
Viernes	Los días viernes hasta las 8:00pm habrá barra libre.
Sábados	Por apertura el sábado tendrá al ingresar al establecimiento un cóctel de bienvenida.

Fuente: Michell Guerrero

2. Publicidad

William J. Stanton (1991) en su libro Fundamentos de Mercadotecnia, dice que la publicidad son mensajes, anuncios ya sea de manera verbal o visual, dando a conocer un producto o servicio, este mensaje es llamado anuncio y es pagado por un patrocinador.

En Publicidad que se emprenderá en nuestra empresa constará:

- ✓ Crear una página netamente del establecimiento “Hee Nalu” promocionando el establecimiento.
- ✓ Los primeros meses implementado el local, se colocará en el periódico el Diario Manabita en la parte de variedades apertura del local.
- ✓ En conjunto a la Junta Parroquial y el Municipio Cantonal de Jipijapa se adjuntará en su revista de la parroquia, alternativa de entretenimiento nocturno.
- ✓ Se elaborará propaganda como flyers que será repartido en la parroquia y playas cercanas.
- ✓ Con personal de la empresa, se elaborará el más común pero sin dejar de tener importancia la promoción de boca a boca para ser conocer el lugar.

3. Las 5 Fuerzas de Porter

(Ramírez, 2008) Plantea el modelo diamante, en el cual se deriva en determinar la rentabilidad de un mercado a largo plazo, utilizando las 5 fuerzas de porter que rigen la competitividad.

Luis Fernando Restrepo autor del libro” Interpretando a Porter” (2004 P.9) dice que determina la tasa de rentabilidad sobre la inversión de cualquier empresa y las fuerzas del mercado.

- **Rivalidad entre Competidores(ALTO)**

Se genera una rivalidad de competidores, buscando un posicionamiento en el mercado, introduciendo la competencia de precios y productos nuevos.

- **Amenaza de entrada de nuevos Competidores(ALTO)**

Es considerado alto el nivel de amenaza ya que en el lugar no alberga ningún establecimiento similar como el propuesto, siendo un gran atractivo turístico su playa la competencia sería alta ya que el mercado es amplio.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos(ALTO)**

Los productos sustitutos requieren mayor atención desde el punto estratégico en relación a calidad- precio.

Entre una de las amenazas serían los restaurantes que están cerca de la playa y ofrecen bebidas alcohólicas, se puede considerar como un índice alto de atención.

- **Poder de Negociación de los Clientes(ALTO)**

Ya que en el sitio no hay un lugar como el propuesto, la desventaja sería que los clientes quieran negociar precios y seleccionar otro establecimiento en playas aledañas.

- **Poder de Negociación de los Proveedores(BAJO)**

Los proveedores tienen cierto nivel de negociación, sobre un sector y pueden usar diferentes herramientas entre ellas; el alza de precios y menor nivel de calidad. Pero en el mercado existen muchos proveedores y por ello es bajo ya que se puede negociar, y comprar a precio de mayorista y saldría conveniente el precio y al comprar por volumen, habría mucha demanda y los proveedores bajarían el costo de los precio.

Capítulo IV Análisis Pre- Operacional

25. Estructura del Bar- Discoteca

Gráfico 53: Planta Baja del establecimiento “Hee Nalu”

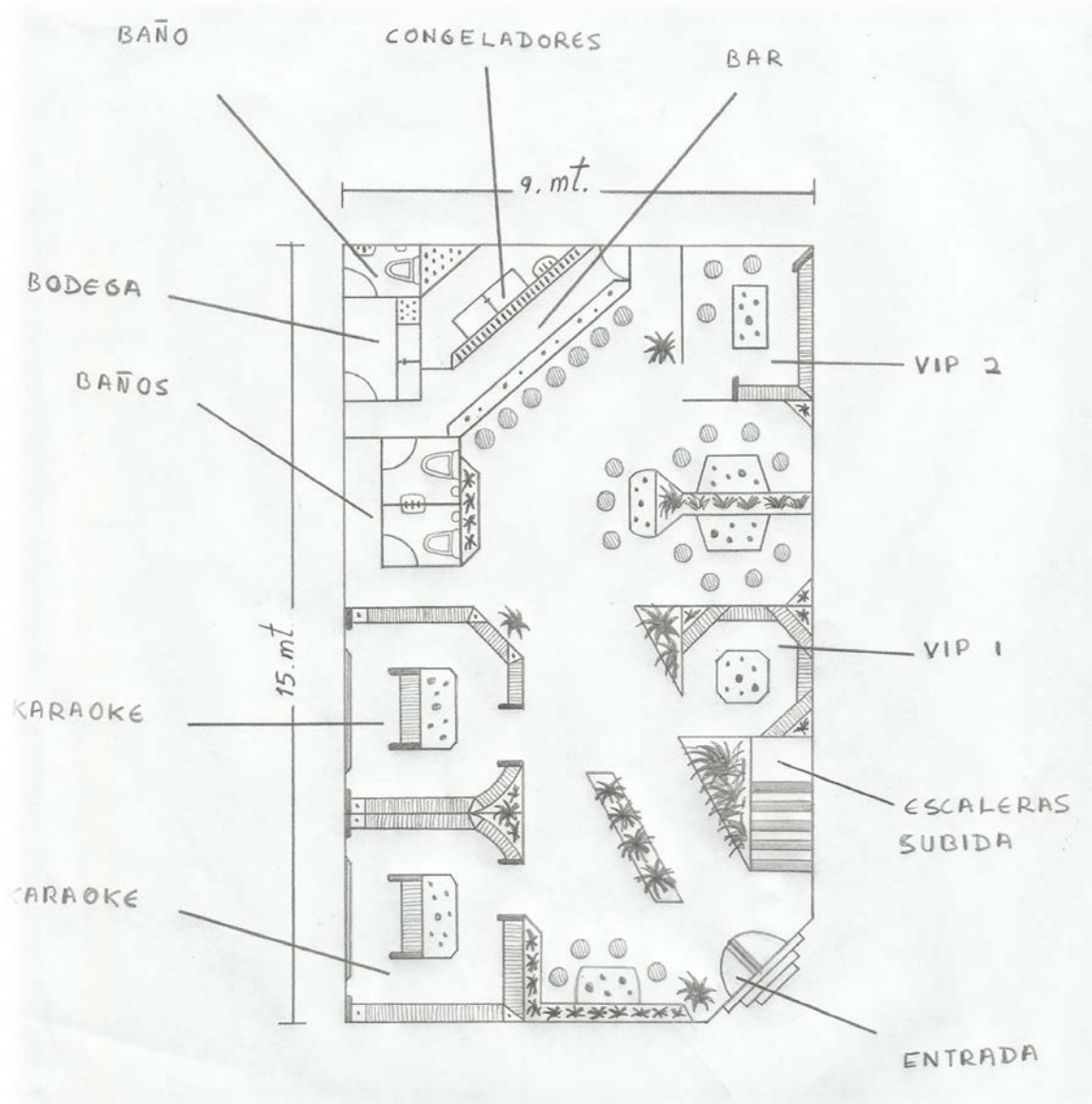
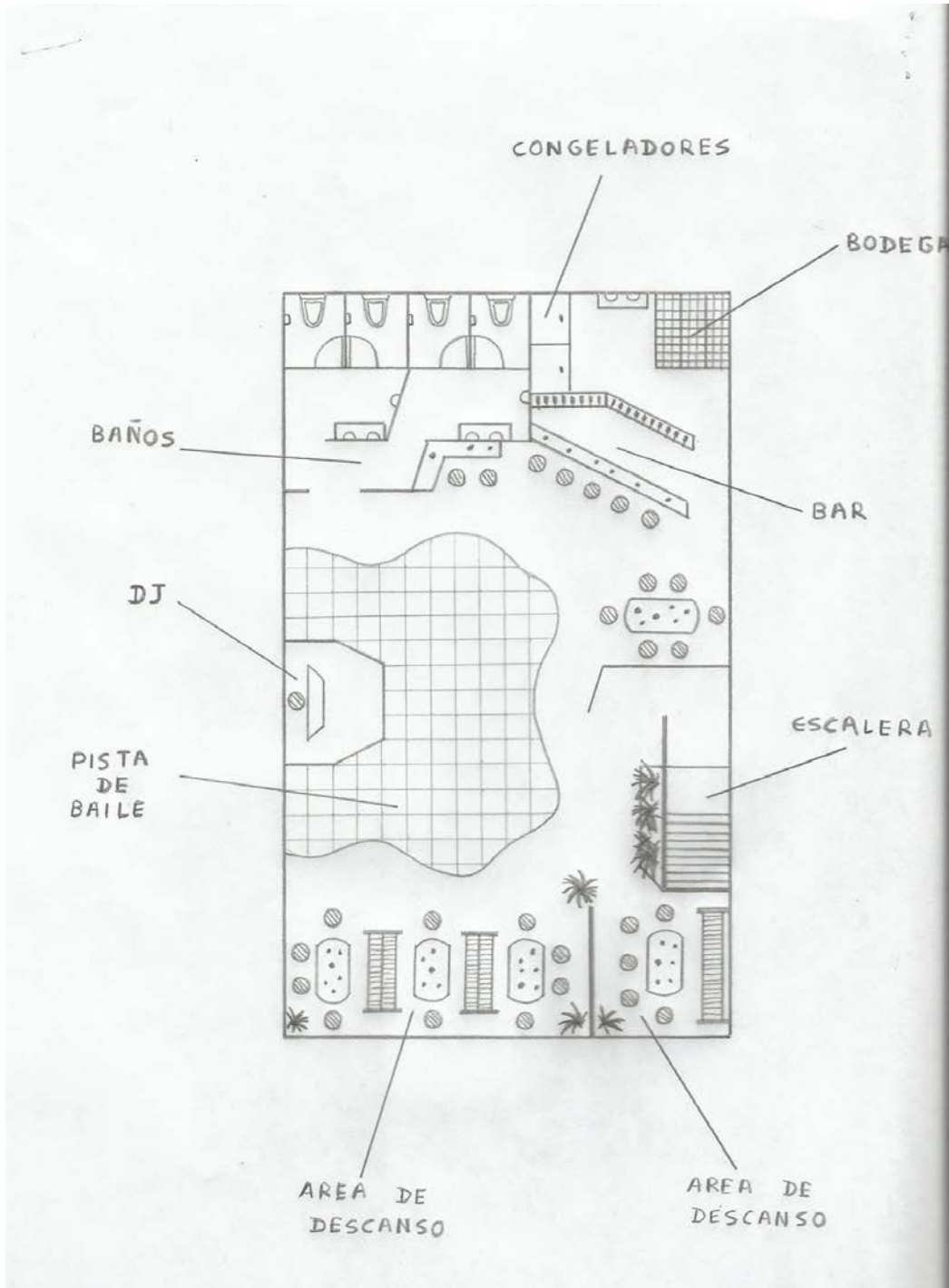


Gráfico 54: Planta Alta del establecimiento “Hee Nalu”



Elaborado por: Maestro José Guerrero

1. Días de Funcionamiento

Los días de apertura del local serán de lunes a sábado, siguiendo la normativa por parte del Gobierno entre semana hasta media noche y fines de semana hasta las 2am y feriados.

2. Manual de Funciones

▪ Perfil del Administrador

- Líder en toma de decisiones, trabajo en equipo
- Responsable del establecimiento del bar- discoteca
- Pago a Proveedores
- Manejo de la Caja

▪ Experiencia:

- Mínimo 2 años en la Administración de bares- discotecas

▪ Perfil del Gerente Operacional

- Control de cartera de proveedores
- Estrategias de publicidad al establecimiento
- Operación y Manejo del Establecimiento

▪ Experiencia:

- Mínimo 1 año en el Manejo Operativo de bares

▪ Perfil de los Barman

- Conocimientos en lo que se refiere en bebidas
- Manipulación y preparación de tragos
- Responsable del Bar
- Inventario semanal de material utilizado

- **Experiencia:**

- Mínimo 2 años haber trabajado en bares

- **Perfil del DJ**

- Reproducir la Música en el establecimiento
- Manejo de los equipos de Sonidos
- Revisar los equipos utilizados
- Animador del bar- discoteca

- **Experiencia:**

- Mínimo 2 años haber trabajado de DJ en discotecas

3. Manejo de Presentación del Empleado

El empleado tiene que tener una imagen presentable dentro y fuera del local, porque la imagen es lo que vende. Los Empleados del establecimiento “Hee Nalu” usarán, colores vivos representativos de la playa, el surf y su clima. Demostrado con una camisa y una bermuda:

Gráfico 55: Modelo de Camisa



Gráfico 56: Modelo de Bermuda



4. Servicio

En cuanto al servicio que se brinde en el local, será de muy alto nivel. Debidamente antes de la apertura del local, serán instruidos cada miembro que conforma el personal de trabajo, con capacitación de Servicio al Cliente. Para así ofrecer el mejor trato al cliente y se lleve una buena imagen del establecimiento y al satisfacer las necesidades de un visitante vendrán 3 o más personas ya que tuvieron buenas referencias.

a. Control de Calidad

Debidamente el Gerente Operador es el encargado de recibir el producto antes de ser pasado al Barman, exigiendo las normas de calidad, registro sanitario y caducidad. La mitad de nuestros productos al ofrecer en el establecimiento son productos exportados y por ello un debido control, para que no haya ningún percance.

b. Control de Limpieza

En nuestro local pernoctará el cuidado al medio ambiente, lo cual se utilizará recipientes para clasificar los desechos y reciclar las botellas de vidrio para un mejor uso en el local. Por ello se pensó que se podría dar un uso al material de vidrio, siendo un instrumento decorativo en el bar.

Gráfico 57: Contenedor de Basura



Fuente: Michell Guerrero

Capítulo V Presupuesto del proyecto

1. Inversión Inicial

Presupuesto del Proyecto	
Detalle de Cuentas	
Activos Corrientes	
Caja/ Banco	\$30.000,00
Activos Fijos	
Equipos de Cómputo	\$4.000,00
Equipos y Enseres	\$10.955,00
Mobiliarios	\$3.000,00
Activos Diferidos	
Gastos Pre operacionales	\$800,00
Gastos Construcción	\$33.315,44

Tabla 11 Inversión

Hee Nalu Bar, Karaoke & Discoteca

La Inversión se Financia de la siguiente manera:

Financiamiento capital propio

Po parte de sus dos Accionistas: Oswaldo Guerrero, Michell Guerrero

Equipos de Computo

Computadora	3	\$800	\$2.400
Caja Registradora	2	\$300	\$600
Caja Fuerte	2	\$500	\$1.000
Total			\$4.000

Equipos y Enseres

Congelador	2	\$636	\$1.272
Vasos	500	\$5	\$2.500
Copas	100	\$7	\$700
Máquina de Hielo	2	\$350	\$700
Equipo de Sonido	2	\$800	\$1.600
Exprimidor Eléctrico	2	\$35	\$70
Medidor de Oncera	8	\$4	\$32
Tenazas	8	\$3	\$24
Cuchillos	20	\$4	\$80
Licuada	6	\$25	\$150
Shaker	6	\$10	\$60
Pitillos	150	\$3	\$450
Candados	12	\$6	\$72
Útiles de Aseo	20	\$2	\$40
Proyector	4	\$800	\$3.200
Colador	5	\$1	\$5
Total			\$10.955

Mobiliarios

Mesas	30	\$30	\$900
Sillas en madera Guadua	120	\$10	\$1.200
Sillones	12	\$15	\$180
Banquitos	12	\$10	\$120
Barra	2	\$300	\$600
Total			\$3.000

Gastos Pre operacionales	
Gastos de Constitución	\$800,00

Gastos Pre pagados	
Gastos de Construcción	\$33.315,44

Tabla 12 Depreciación

Depreciación

Tangibles				
	Años de Vida Útil	Valor del Bien	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Edificios	20	\$ 33.315,44	\$ 1.665,77	\$ 138,81
Equipos de Computación	3	\$ 4.000,00	\$ 1.333,33	\$ 111,11
Equipos y Enseres	10	\$ 10.955,00	\$ 1.095,50	\$ 91,29
Mobiliarios	10	\$ 3.000,00	\$ 300,00	\$ 25,00
		\$ 51.270,44	\$ 4.394,61	\$ 366,22

Amortización

Intangibles				
	Años de Vida Útil	Valor del Bien	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Gastos de Constitución	5	800	160	13,33333333

1.2 Balance Inicial

Tabla 13 Balance

BALANCE INICIAL DE HEE NALU			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	\$30.000,00	PASIVO A LARGO PLAZO	
Caja	\$15.000,00	Préstamo Bancario	\$ 40.000,00
Banco	\$15.000,00		
		TOTAL PASIVOS	\$ 40.000,00
ACTIVO FIJO	\$63.069,88		
Edificios	\$33.315,44		
Inventario	\$11.799,44		
Equipos de Computo	\$4.000,00		
Equipos y Enseres	\$10.955,00	PATRIMONIO	
Mobiliarios	\$3.000,00	Capital Propio	\$53.869,88
-	-	TOTAL PATRIMONIO	\$ 53.869,88
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de constitución	\$800,00		
Total de Activos	\$93.869,88	Total Pasivo + Patrimonio	\$93.869,88

Tabla 14 Costo Mensual y Anual

Bebidas Alcohólicas				
Descripción	Cantidad x Mes	Valor Unit	Costo Mensual	Costo Anual
Ron Añejo	24	\$8,22	\$197,28	\$2.367,36
Vodka Ruskaya 750 ml.	30	\$9,58	\$287,40	\$3.448,80
Vodka Aria	15	\$8,30	\$124,50	\$1.494,00
Ron San Miguel Silver	24	\$7,09	\$170,16	\$2.041,92
Ron San Miguel Gold	24	\$7,09	\$170,16	\$2.041,92
Rompopo 750 ml.	8	\$6,84	\$54,72	\$656,64
Shumir Coco	20	\$5,28	\$105,60	\$1.267,20
Licor de Menta	15	\$6,79	\$101,85	\$1.222,20
Licor de Chocolate	15	\$5,79	\$86,85	\$1.042,20
Enlatados de Frutas	40	\$1,50	\$60,00	\$720,00
Club Verde x24	2000	\$0,59	\$1.180,00	\$14.160,00
Corona	1600	\$1,70	\$2.720,00	\$32.640,00
Cerveza Pilsener x12	3200	\$0,67	\$2.144,00	\$25.728,00
Cerveza Heineken	1600	\$1,05	\$1.680,00	\$20.160,00
Whisky Old Times 750 ml.	24	\$9,95	\$238,80	\$2.865,60
tequila	12	\$35,00	\$420,00	\$5.040,00
Whisky Grants	24	\$38,99	\$935,76	\$11.229,12
John Bar	24	\$17,99	\$431,76	\$5.181,12
Jhonnie Walker	12	\$39,85	\$478,20	\$5.738,40
Guitig 3lt.	100	\$1,02	\$102,00	\$1.224,00
Jugos Cócteles 3000 c/c	80	\$1,38	\$110,40	\$1.324,80
Total			\$11.799,44	\$141.593,28

1.3 Proyección Mensual

Tabla 15 Proyección Mensual

Producto	Cantidad	Valor Unit	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ron Añejo	24	\$8,22	\$197,28	\$197,28	\$197,28	\$197,28	\$197,28	\$197,28
Vodka Ruskaya 750 ml.	30	\$9,58	\$287,40	\$287,40	\$287,40	\$287,40	\$287,40	\$287,40
Vodka Aria	15	\$8,30	\$124,50	\$124,50	\$124,50	\$124,50	\$124,50	\$124,50
Ron San Miguel Silver	24	\$7,09	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16
Ron San Miguel Gold	24	\$7,09	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16
Rompopo 750 ml.	8	\$6,84	\$54,72	\$54,72	\$54,72	\$54,72	\$54,72	\$54,72
Shumir Coco	20	\$5,28	\$105,60	\$105,60	\$105,60	\$105,60	\$105,60	\$105,60
Licor de Menta	15	\$6,79	\$101,85	\$101,85	\$101,85	\$101,85	\$101,85	\$101,85
Licor de Chocolate	15	\$5,79	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85
Enlatados de Frutas	40	\$1,50	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Club Verde x24	2000	\$0,59	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00
Corona	1600	\$1,70	\$2.720,00	\$2.720,00	\$2.720,00	\$2.720,00	\$2.720,00	\$2.720,00
Cerveza Pilsener x12	3200	\$0,67	\$2.144,00	\$2.144,00	\$2.144,00	\$2.144,00	\$2.144,00	\$2.144,00
Cerveza Heineken	1600	\$1,05	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00
Whisky Old Times 750 ml.	24	\$9,95	\$238,80	\$238,80	\$238,80	\$238,80	\$238,80	\$238,80
tequila	12	\$35,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00
Whisky Grants	24	\$38,99	\$935,76	\$935,76	\$935,76	\$935,76	\$935,76	\$935,76
John Bar	24	\$17,99	\$431,76	\$431,76	\$431,76	\$431,76	\$431,76	\$431,76
Jhonnie Walker	12	\$39,85	\$478,20	\$478,20	\$478,20	\$478,20	\$478,20	\$478,20
Guitig 3lt.	100	\$1,02	\$102,00	\$102,00	\$102,00	\$102,00	\$102,00	\$102,00

Jugos Cócteles 3000 c/c			80	\$1,38	\$110,40	\$110,40	\$110,40	\$110,40	\$110,40	\$110,40
					\$11.799,44	\$11.799,44	\$11.799,44	\$11.799,44	\$11.799,44	\$11.799,44
Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL				
\$197,28	\$197,28	\$197,28	\$197,28	\$197,28	\$197,28	\$2.367,36				
\$287,40	\$287,40	\$287,40	\$287,40	\$287,40	\$287,40	\$3.448,80				
\$124,50	\$124,50	\$124,50	\$124,50	\$124,50	\$124,50	\$1.494,00				
\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$2.041,92				
\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$170,16	\$2.041,92				
\$54,72	\$54,72	\$54,72	\$54,72	\$54,72	\$54,72	\$656,64				
\$105,60	\$105,60	\$105,60	\$105,60	\$105,60	\$105,60	\$1.267,20				
\$101,85	\$101,85	\$101,85	\$101,85	\$101,85	\$101,85	\$1.222,20				
\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$1.042,20				
\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$720,00				
\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$1.180,00	\$14.160,00				
\$2.720,00	\$2.720,00	\$2.720,00	\$2.720,00	\$2.720,00	\$2.720,00	\$32.640,00				
\$2.144,00	\$2.144,00	\$2.144,00	\$2.144,00	\$2.144,00	\$2.144,00	\$25.728,00				
\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$20.160,00				
\$238,80	\$238,80	\$238,80	\$238,80	\$238,80	\$238,80	\$2.865,60				
\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$5.040,00				
\$935,76	\$935,76	\$935,76	\$935,76	\$935,76	\$935,76	\$11.229,12				
\$431,76	\$431,76	\$431,76	\$431,76	\$431,76	\$431,76	\$5.181,12				
\$478,20	\$478,20	\$478,20	\$478,20	\$478,20	\$478,20	\$5.738,40				
\$102,00	\$102,00	\$102,00	\$102,00	\$102,00	\$102,00	\$1.224,00				
\$110,40	\$110,40	\$110,40	\$110,40	\$110,40	\$110,40	\$1.324,80				
\$11.799,44	\$11.799,44	\$11.799,44	\$11.799,44	\$11.799,44	\$11.799,44	\$141.593,28				

1.4 Proyección Anual de Costo de Venta

Tabla 16 Proyección Anual

Variación 4%

Proyección Anual de Costo de Venta					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ron Añejo	\$2.367,36	\$2.462,05	\$2.560,54	\$2.662,96	\$2.769,48
Vodka Ruskaya 750 ml.	\$3.448,80	\$3.586,75	\$3.730,22	\$3.879,43	\$4.034,61
Vodka Aria	\$1.494,00	\$1.553,76	\$1.615,91	\$1.680,55	\$1.747,77
Ron San Miguel Silver	\$2.041,92	\$2.123,60	\$2.208,54	\$2.296,88	\$2.388,76
Ron San Miguel Gold	\$2.041,92	\$2.123,60	\$2.208,54	\$2.296,88	\$2.388,76
Rompope 750 ml.	\$656,64	\$682,91	\$710,22	\$738,63	\$768,18
Shumir Coco	\$1.267,20	\$1.317,89	\$1.370,60	\$1.425,43	\$1.482,44
Licor de Menta	\$1.222,20	\$1.271,09	\$1.321,93	\$1.374,81	\$1.429,80
Licor de Chocolate	\$1.042,20	\$1.083,89	\$1.127,24	\$1.172,33	\$1.219,23
Enlatados de Frutas	\$720,00	\$748,80	\$778,75	\$809,90	\$842,30
Club Verde x24	\$14.160,00	\$14.726,40	\$15.315,46	\$15.928,07	\$16.565,20
Corona	\$32.640,00	\$33.945,60	\$35.303,42	\$36.715,56	\$38.184,18
Cerveza Pilsener x12	\$25.728,00	\$26.757,12	\$27.827,40	\$28.940,50	\$30.098,12
Cerveza Heineken	\$20.160,00	\$20.966,40	\$21.805,06	\$22.677,26	\$23.584,35
Whisky Old Times 750 ml.	\$2.865,60	\$2.980,22	\$3.099,43	\$3.223,41	\$3.352,35

tequila	\$11.229,12	\$11.678,28	\$12.145,42	\$12.631,23	\$13.136,48
Wisky Grants	\$11.229,12	\$11.678,28	\$12.145,42	\$12.631,23	\$13.136,48
John Bar	\$5.181,12	\$5.388,36	\$5.603,90	\$5.828,06	\$6.061,18
Jhonnie Walker	\$5.738,40	\$5.967,94	\$6.206,65	\$6.454,92	\$6.713,12
Guitig 3lt.	\$1.224,00	\$1.272,96	\$1.323,88	\$1.376,83	\$1.431,91
Jugos Cócteles 3000 c/c	\$1.324,80	\$1.377,79	\$1.432,90	\$1.490,22	\$1.549,83
Total	\$147.782,40	\$153.693,70	\$159.841,44	\$166.235,10	\$172.884,51

Tabla 17 Margen de Ganancia

Margen de Ganancia			
Producto	Precio	Costo	%
Ron Añejo	\$15,50	\$8,22	47%
Vodka Ruskaya 750 ml.	\$17,00	\$9,58	44%
Vodka Aria	\$15,00	\$8,30	45%
Ron San Miguel Silver	\$15,50	\$7,09	54%
Ron San Miguel Gold	\$15,50	\$7,09	54%
Shumir Coco	\$8,00	\$5,28	34%
Club Verde x24	\$1,50	\$19,55	46%
Corona	\$2,50	\$1,70	32%
Cerveza Pilsener x12	\$1,20	\$7,99	37%
Cerveza Heineken	\$1,50	\$1,05	30%
Whisky Old Times 750 ml.	\$25,00	\$9,95	60%
tequila	\$50,00	\$35,00	30%
Whisky Grants	\$50,00	\$38,99	22%
John Bar	\$32,00	\$17,99	44%
Cócteles	\$0,88	\$5,00	82%
Jhonnie Walker	\$65,00	\$39,85	39%
		Total	699%
			0,466153

1.5 Proyección Mensual de Ingresos

Tabla 18 Ingresos Mensuales

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Ron Añejo	372	372	372	372	372	372	372	372
Vodka Ruskaya 750 ml.	510	510	510	510	510	510	510	510
Vodka Aria	225	225	225	225	225	225	225	225
Ron San Miguel Silver	372	372	372	372	372	372	372	372
Ron San Miguel Gold	372	372	372	372	372	372	372	372
Shumir Coco	160	160	160	160	160	160	160	160
Club Verde x24	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Corona	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Cerveza Pilsener x12	3840	3840	3840	3840	3840	3840	3840	3840
Cerveza Heineken	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400
Whisky Old Times 750 ml.	600	600	600	600	600	600	600	600
Tequila	600	600	600	600	600	600	600	600
Whisky Grants	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
John Bar	768	768	768	768	768	768	768	768
Jhonnie Walker	780	780	780	780	780	780	780	780
Cócteles	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900	2900
Total de Ingresos por Mes	\$22.099,00	\$22.099,00	\$22.099,00	\$22.099,00	\$22.099,00	\$22.099,00	\$22.099,00	\$22.099,00

Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
372	372	372	372
510	510	510	510
225	225	225	225
372	372	372	372
372	372	372	372
160	160	160	160
3000	3000	3000	3000
4000	4000	4000	4000
3840	3840	3840	3840
2400	2400	2400	2400
600	600	600	600
600	600	600	600
1200	1200	1200	1200
768	768	768	768
780	780	780	780
2900	2900	2900	2900
\$22.099,00	\$22.099,00	\$22.099,00	\$22.099,00

1.6 Proyección Anual de Ingresos

Tabla 19 Ingresos Anuales

Incremento 4% Anual

Proyección Anual de Ingresos					
Descripción	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ron Añejo	4.464,00	4.642,56	4.828,26	5.021,39	5.222,25
Vodka Ruskaya 750 ml.	6.120,00	6.364,80	6.619,39	6.884,17	7.159,53
Vodka Aria	2.700,00	2.808,00	2.920,32	3.037,13	3.158,62
Ron San Miguel Silver	4.464,00	4.642,56	4.828,26	5.021,39	5.222,25
Ron San Miguel Gold	4.464,00	4.642,56	4.828,26	5.021,39	5.222,25
Shumir Coco	1.920,00	1.996,80	2.076,67	2.159,74	2.246,13
Club Verde x24	36.000,00	37.440,00	38.937,60	40.495,10	42.114,91
Corona	48.000,00	49.920,00	51.916,80	53.993,47	56.153,21
Cerveza Pilsener x12	46.080,00	47.923,20	49.840,13	51.833,73	53.907,08
Cerveza Heineken	28.800,00	29.952,00	31.150,08	32.396,08	33.691,93
Whisky Old Times 750 ml.	7.200,00	7.488,00	7.787,52	8.099,02	8.422,98
tequila	7.200,00	7.488,00	7.787,52	8.099,02	8.422,98
Whisky Grants	14.400,00	14.976,00	15.575,04	16.198,04	16.845,96

John Bar	9.216,00	9.584,64	9.968,03	10.366,75	10.781,42
Jhonnie Walker	9.360,00	9.734,40	10.123,78	10.528,73	10.949,88
Cócteles	34.800,00	36.192,00	37.639,68	39.145,27	40.711,08
Total Ingresos Anual	265.188,00	275.795,52	286.827,34	298.300,43	310.232,45

1.7 Sueldos Administrativos

Tabla 20 Sueldos

CARGO	Cant.	SUELDO Mensual	Sueldo Basico Anual	Decimo tercero	BENEFICIOS DE LEY					
					Bono Escolar	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
GERENTE GENERAL	1	\$ 700,00	\$8.400,00	\$ 700,00	\$ 318,00	\$350,00	0,00	1.020,60	10.788,60	899,05

Gerente Operador	1	\$ 600,00	\$7.200,00	\$ 600,00	\$ 318,00	\$300,00	0,00	874,80	9.292,80	774,40
Barman	1	\$ 450,00	\$5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$225,00	0,00	656,10	7.049,10	587,43
Mesero	2	\$ 350,00	\$4.200,00	\$ 350,00	\$ 318,00	\$175,00	0,00	510,30	5.553,30	462,78
DJ	1	\$ 450,00	\$5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$225,00	0,00	656,10	7.049,10	587,43
		2.550,00			\$ 1.590,00			3.717,90	39.732,90	3.311,08

CARGO	Cant.	SUELDO Mensual	Sueldo Basico Anual	Decimo tercero	BENEFICIOS DE LEY					
					Bono Escolar	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
GERENTE GENERAL	1	\$ 700,00	\$8.400,00	\$ 700,00	\$ 318,00	\$350,00	699,72	1.020,60	11.488,32	957,36
Gerente Operador	1	\$ 600,00	\$7.200,00	\$ 600,00	\$ 318,00	\$300,00	599,76	874,80	9.892,56	824,38
Barman	1	\$ 450,00	\$5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$225,00	449,82	656,10	7.498,92	624,91
Mesero	2	\$ 350,00	\$4.200,00	\$ 350,00	\$ 318,00	\$175,00	349,86	510,30	5.903,16	491,93
DJ	1	\$ 450,00	\$5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$225,00	449,82	656,10	7.498,92	624,91
					\$ 1.590,00		2.548,98	3.717,90	42.281,88	3.523,49

CARGO	Cant.	SUELDO Mensual	Sueldo Basico Anual	Decimo tercero	BENEFICIOS DE LEY					
					Bono Escolar	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
GERENTE GENERAL	1	\$ 750,00	\$9.000,00	\$ 700,00	\$ 318,00	\$375,00	749,70	1.093,50	12.236,20	1.019,68
Gerente Operador	1	\$ 650,00	\$7.800,00	\$ 600,00	\$ 318,00	\$325,00	649,74	947,70	10.640,44	886,70
Barman	1	\$ 500,00	\$6.000,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$250,00	499,80	729,00	8.246,80	687,23
Mesero	2	\$ 400,00	\$4.800,00	\$ 350,00	\$ 318,00	\$200,00	399,84	583,20	6.651,04	554,25
DJ	1	\$ 450,00	\$5.400,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$225,00	449,82	656,10	7.498,92	624,91
					\$ 1.590,00			4.009,50	45.273,40	3.772,78

CARGO	Cant.	SUELDO Mensual	Sueldo Basico Anual	Decimo tercero	BENEFICIOS DE LEY					
					Bono Escolar	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
GERENTE GENERAL	1	\$ 800,00	\$9.600,00	\$ 700,00	\$ 318,00	\$400,00	799,68	1.166,40	12.984,08	1.082,01
Gerente Operador	1	\$ 700,00	\$8.400,00	\$ 600,00	\$ 318,00	\$350,00	699,72	1.020,60	11.388,32	949,03
Barman	1	\$ 550,00	\$6.600,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$275,00	549,78	801,90	8.994,68	749,56
Mesero	2	\$ 450,00	\$5.400,00	\$ 350,00	\$ 318,00	\$225,00	449,82	656,10	7.398,92	616,58
DJ	1	\$ 500,00	\$6.000,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$250,00	499,80	729,00	8.246,80	687,23
					\$ 1.590,00			4.374,00	49.012,80	4.084,40

CARGO	Cant.	SUELDO Mensual	Sueldo Basico Anual	Decimo tercero	BENEFICIOS DE LEY					
					Bono Escolar	Vacacione s	Fondos de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
GERENTE GENERAL	1	\$ 850,00	\$10.200,00	\$ 700,00	\$ 318,00	\$425,00	849,66	1.239,30	13.731,96	1.144,33
Gerente Operador	1	\$ 750,00	\$9.000,00	\$ 600,00	\$ 318,00	\$375,00	749,70	1.093,50	12.136,20	1.011,35
Barman	1	\$ 600,00	\$7.200,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$300,00	599,76	874,80	9.742,56	811,88
Mesero	2	\$ 500,00	\$6.000,00	\$ 350,00	\$ 318,00	\$250,00	499,80	729,00	8.146,80	678,90
DJ	1	\$ 550,00	\$6.600,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$275,00	549,78	801,90	8.994,68	749,56
					\$ 1.590,00			4.738,50	52.752,20	4.396,02

1. 8 Gastos Generales

Tabla 21 Proyección del Primer Año

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
Gastos de Administración							
Sueldos	\$3.311,08	\$3.311,08	\$3.311,08	\$3.311,08	\$3.311,08	\$3.311,08	\$3.311,08
Uniformes	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00
Servicios Básicos	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00
Suministros	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00

Materiales de Aseo	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
Impuestos	\$40,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Decoración	\$166,66	\$166,66	\$166,66	\$166,66	\$166,66	\$166,66	\$166,66
Patentes y Permisos	66,66	66,66	66,66	66,66	66,66	66,66	66,66
Depreciaciones de Activos Fijos	\$366,22	\$366,22	\$366,22	\$366,22	\$366,22	\$366,22	\$366,22
Amortizaciones	\$13,33	\$13,33	\$13,33	\$13,33	\$13,33	\$13,33	\$13,33
Total de Gastos de Administración	\$4.508,95	\$4.468,95	\$4.468,95	\$4.468,95	\$4.468,95	\$4.468,95	\$4.468,95
Gastos de Ventas							
Eventos	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00
Publicidad y Promoción	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$300,00
Total de Gastos de Ventas	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$700,00
Gastos Financieros	\$369,00	\$355,19	\$341,26	\$327,20	\$313,01	\$298,68	\$284,23

Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
\$3.311,08	\$3.311,08	\$3.311,08	\$3.311,08	\$3.311,08	\$39.732,90
\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$900,00
\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$3.000,00
\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$2.400,00
\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$240,00
\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$40,00
\$166,66	\$166,66	\$166,66	\$166,66	\$166,66	\$1.999,92

66,66	66,66	66,66	66,66	66,66	\$799,92
\$366,22	\$366,22	\$366,22	\$366,22	\$366,22	\$4.394,61
\$13,33	\$13,33	\$13,33	\$13,33	\$13,33	\$160,00
\$4.468,95	\$4.468,95	\$4.468,95	\$4.468,95	\$4.468,95	\$53.667,35
\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$4.800,00
\$300,00	\$300,00	\$100,00	\$100,00	\$300,00	\$2.000,00
\$700,00	\$700,00	\$500,00	\$500,00	\$700,00	\$6.800,00
\$269,64	\$254,92	\$240,06	\$225,06	\$209,93	\$3.488,18

1.9 Financiamiento del Proyecto

Tabla 22 Financiamiento

Financiamiento del Proyecto

Como Resultado en la Organización de constituirnos como Empresa S.A es conformada por 2 Accionistas,
Los cuáles son: Michell Guerrero y Oswaldo Guerrero.
Detallado así:

Accionistas	Inversión	Capital Propio
Michell Guerrero	50%	\$53.869,88
Oswaldo Guerrero	50%	\$53.869,88
Equivalente a:		\$107.739,76

2. Tabla de Amortización

Tabla 23 Préstamo

Periodo: 24 Meses
Tiempo: 2 años
Interés: 11,07%

Tabla de Amortización				
Periodo	Cuota	Interés Pagado	Capital Pagado	Saldo Capital
				\$40.000,00
1	1865,61	\$369,00	\$1.496,61	\$38.503,39
2	1865,61	\$355,19	\$1.510,42	\$36.992,97
3	1865,61	\$341,26	\$1.524,35	\$35.468,62
4	1865,61	\$327,20	\$1.538,41	\$33.930,21
5	1865,61	\$313,01	\$1.552,60	\$32.377,61
6	1865,61	\$298,68	\$1.566,93	\$30.810,68
7	1865,61	\$284,23	\$1.581,38	\$29.229,30
8	1865,61	\$269,64	\$1.595,97	\$27.633,33
9	1865,61	\$254,92	\$1.610,69	\$26.022,64
10	1865,61	\$240,06	\$1.625,55	\$24.397,09
11	1865,61	\$225,06	\$1.640,55	\$22.756,54
12	1865,61	\$209,93	\$1.655,68	\$21.100,86
		\$3.488,18	\$18.899,14	
13	1865,61	\$194,66	\$1.670,95	\$19.429,90
14	1865,61	\$179,24	\$1.686,37	\$17.743,54
15	1865,61	\$163,68	\$1.701,93	\$16.041,61

16	1865,61	\$147,98	\$1.717,63	\$14.323,98
17	1865,61	\$132,14	\$1.733,47	\$12.590,51
18	1865,61	\$116,15	\$1.749,46	\$10.841,05
19	1865,61	\$100,01	\$1.765,60	\$9.075,45
20	1865,61	\$83,72	\$1.781,89	\$7.293,56
21	1865,61	\$67,28	\$1.798,33	\$5.495,23
22	1865,61	\$50,69	\$1.814,92	\$3.680,32
23	1865,61	\$33,95	\$1.831,66	\$1.848,66
24	1865,61	\$17,05	\$1.848,66	\$0,00
		\$1.286,56	\$21.100,86	

2.1 Estado de Resultados

Tabla 24 Estado de Resultados

Proyección de Estados de Resultados Anual					
RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingresos totales	\$265.188,00	\$275.795,52	\$286.827,34	\$298.300,43	\$310.232,45
(-) Costo de ventas	\$147.782,40	\$153.693,70	\$159.841,44	\$166.235,10	\$172.884,51

= Utilidad Bruta en Ventas	\$117.405,60	\$122.101,82	\$126.985,90	\$132.065,33	\$137.347,95
(-) Gastos Administración	\$53.667,35	\$55.311,60	\$58.610,13	\$61.335,48	\$65.406,93
(-) Gastos de Ventas	\$6.800,00	\$7.072,00	\$7.354,88	\$7.649,08	\$7.955,04
= Utilidad antes de impuestos	\$56.938,25	\$59.718,22	\$61.020,89	\$63.080,78	\$63.985,97
(-) Gastos Financieros	\$3.488,18	\$1.286,56	\$0,00	\$0,00	\$0,00
= Utilidad antes de participación de Trabajadores	\$53.450,08	\$58.431,66	\$61.020,89	\$63.080,78	\$63.985,97
(-) Participación a trabajadores	\$8.017,51	\$8.764,75	\$9.153,13	\$9.462,12	\$9.597,90
Utilidad antes de Impuestos	\$45.432,56	\$49.666,91	\$51.867,76	\$53.618,66	\$54.388,08
() Impuesto a la Renta	\$9.995,16	\$10.926,72	\$11.410,91	\$11.796,11	\$11.965,38
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$35.437,40	\$38.740,19	\$40.456,85	\$41.822,56	\$42.422,70

2.2 Flujo de Caja Anual

Tabla 25 Flujo

Flujo de Caja						
RUBROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 265.188,00	\$ 275.795,52	\$ 286.827,34	\$ 298.300,43	\$ 310.232,45
(-) Egresos de efectivo		\$ 203.695,14	\$ 229.535,36	\$ 240.943,32	\$ 252.562,42	\$ 264.283,43
Gastos de operación		\$ 147.782,40	\$ 153.693,70	\$ 159.841,44	\$ 166.235,10	\$ 172.884,51
Gastos de administración		\$ 49.112,74	\$ 50.757,00	\$ 54.055,52	\$ 58.114,21	\$ 62.185,66
Gastos de ventas		\$ 6.800,00	\$ 7.072,00	\$ 7.354,88	\$ 7.649,08	\$ 7.955,04
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 9.995,16	\$ 10.926,72	\$ 11.410,91	\$ 11.796,11
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 8.017,51	\$ 8.764,75	\$ 9.153,13	\$ 9.462,12
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 61.492,86	\$ 46.260,16	\$ 45.884,03	\$ 45.738,01	\$ 45.949,02
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 18.899,14	\$ 21.100,76	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de intereses		\$ 3.488,18	\$ 1.286,56	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		\$ (22.387,32)	\$ (22.387,32)	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	(\$ 93.869,88)	\$ 39.105,54	\$ 23.872,84	\$ 45.884,03	\$ 45.738,01	\$ 45.949,02

2.3 Balance General

Tabla 26 Balance

Balance General					
Al 31 de Diciembre de Cada Año					
Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes					
Caja- Bancos	69.105,54	92.978,28	138.862,30	184.600,31	230.549,34
Total de Activos Corrientes	69.105,54	92.978,28	138.862,30	184.600,31	230.549,34
Activos Fijos					
Edificios	33.315,44	33.315,44	33.315,44	33.315,44	33.315,44
Inventario	11.799,44	11.799,44	11.799,44	11.799,44	11.799,44
Equipos de Cómputo	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Equipos y Enseres	10.955,00	10.955,00	10.955,00	10.955,00	10.955,00
Mobiliarios	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
(-) Depreciación Acumulada	-4.394,61	-8.789,21	-13.183,82	-16.245,09	-19.306,36
Total de Activos Fijos	58.675,27	54.280,67	49.886,06	46.824,79	43.763,52
Activos Diferidos					
Gastos Pre pagados					
Gastos de Pre operacionales	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00

(-) Amortización Acumulada	-160,00	-320,00	-480,00	-640,00	-800,00
Total Activos Diferidos	640,00	480,00	320,00	160,00	0,00
Total de Activos	128.420,81	147.738,95	189.068,37	231.585,10	274.312,86
Pasivos					
Pasivos Corrientes					
Participación a Trabajadores por pagar	8.017,51	8.764,75	9.153,13	9.462,12	9.597,90
Impuesto a la Renta por pagar	9.995,16	10.926,72	11.410,91	11.796,11	11.965,38
Total Pasivos Corrientes	18.012,67	19.691,47	20.564,04	21.258,22	21.563,27
Pasivos a Largo Plazo					
Préstamo Bancario	21.100,86	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de Pasivos Largo Plazo	21.100,86	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de Pasivos	39.113,53	19.691,47	20.564,04	21.258,22	21.563,27
Patrimonio					
Capital Propio	53.869,88	53.869,88	53.869,88	53.869,88	53.869,88
Utilidad del Ejercicio	35.437,40	38.740,19	40.456,85	41.822,56	42.422,70
Utilidades Retenidas		35.437,40	74.177,60	114.634,45	156.457,00
Total de Patrimonio	89.307,28	128.047,48	168.504,33	210.326,88	252.749,58
Total de Pasivos y Patrimonio	128.420,81	147.738,95	189.068,37	231.585,11	274.312,86

2.4 Punto de Equilibrio

Tabla 27 Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio	
costos fijos	39.732,90
costos variables	18.000,00
Ventas totales	265.188,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 42.626,21

2.5 Ratios Financieros

Tabla 28 Ratios

Indicadores de Liquidez				
Razón Corriente		Activos Corrientes/ Pasivo Corriente		
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$3,84	\$4,72	\$6,75	\$8,68	\$10,69
Interpretación				
Por cada dólar que debo al pasivo, tengo suficiente en el activo para cubrirlo.				

Prueba Ácida		Efectivo + Ctas x Cobrar a corto plazo/ Pasivo Corriente		
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$3,84	\$4,72	\$6,75	\$8,68	\$10,69
Interpretación				
Significa que mi activo líquido cubre mis pasivos a corto plazo				

Capital de Trabajo	Activo Corriente- Pasivo Corriente
--------------------	------------------------------------

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$51.092,87	\$73.286,91	\$118.298,36	\$163.342,19	\$208.986,16

Interpretación
Indica que tiene suficiente liquidez.

Indicador de Eficiencia	
Rotación de Inventarios	Inventario/ Costo Mensual de Venta*30
Dado en días	

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2	2	2	2	2

Interpretación

Por ser un mínimo de tiempo, la rotación de inventario es más alto
Y es mínima la necesidad de dinero para financiar el inventario.

Indicadores de Rentabilidad

ROE(Retorno sobre Capital) Beneficio Neto o Utilidad del Ejercicio/ Patrimonio*100

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
40%	31%	24%	20%	17%

Interpretación

Mide el nivel de ganancia por la unidad de fondos propios en
Este caso la posición financiera se mantiene.

ROA (Retorno sobre Activos) Beneficio Neto o Utilidad del Ejercicio/ Activos Totales*100

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
30,39%	28,50%	22,82%	19,03%	16,16%

Interpretación

Muestra el beneficio por unidad de activos, mientras más alta sea esta razón más eficientemente se están usando los fondos
En este caso la parte financiera se mantiene.

Indicadores de Endeudamiento

Margen Bruto	Ventas- Costo de Ventas/Ventas
--------------	--------------------------------

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
44,27%	44,27%	44,27%	44,27%	44,27%

Interpretación

Es la Ganancia sobre la venta.

Endeudamiento	Total de Deudas/ Patrimonio
---------------	-----------------------------

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
43,80%	15,38%	12,20%	10,11%	8,53%

Interpretación
Expresa la correlación entre los fondos de empleados y los fondos propios, mientras menor es el porcentaje, menor es el nivel de Endeudamiento.

2.6 Evaluación Financiera

Tabla 29 Evaluación

EVALUACION FINANCIERA		
TASA DE DESCUENTO	13%	Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones
VAN (VALOR ACTUAL NETO)	\$ 39.136,15	Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente
TIR	29,80%	TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto
Relación Beneficio Costo	\$ 0,42	Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera
Periodo de Recuperación	2 años 6 meses	El período de recuperación es en años, lo cual equivale a dos años, seis meses aproximadamente

CONCLUSIONES

Por medio de los estudios realizados, en el transcurso del proyecto Creación de un espacio Nocturno, en la Parroquia de Puerto Cayo: “HEE NALU” bar- karaoke – discoteca; se concluye, de que es factible la inversión de un establecimiento nocturno, ya que en el lugar no existe tal competencia, siendo un mercado nuevo y lugar muy visitado, escogido por los turistas.

Por medio, de todos los parámetros obtenidos en su investigación, tal como información de los propios pobladores de la Parroquia, visitantes y su Presidente de la Parroquia el señor Pihuave, que mediante una entrevista personal se obtuvo buenos resultados, apoyando dicha propuesta, para sí desarrollar aún más el turismo, por medio de encuestas realizadas en el feriado del 9 de Octubre que se denominó Feriado Largo, se determinó un estudio a los turistas que acudieron al balneario de Puerto Cayo, arrojando resultados que favorecen en la implementación del proyecto a realizarse.

Siendo un proyecto muy atractivo, e incluyendo la temática del surf, un deporte y característica que predomina en la Parroquia lo convierte en un lugar exótico y poco común para las personas que gustan de establecimientos nocturnos.

Brindando una gama de cócteles que predominan en el establecimiento, música de acorde a toda la temática, colores cálidos que dan confort al visitante, con una construcción mixta, incluyendo materiales que predominan en Puerto Cayo como la caña guadua, la cual se implementará en el negocio en cuánto se debe a decoración.

También se realizó un estudio de Evaluación Financiera, para constatar cuánto sería el valor de la inversión, sus proyecciones anuales, mensuales, ingresos gastos, costos, tiempo de recuperación y estudiar si va ser viable el proyecto, lo cual se determina así:

El valor de la Inversión es de \$93.869,88 conformado por dos accionistas, contando con un préstamo bancario de \$40.000, lo cual generará un interés lo cual se termina de pagar en 2 años, según la tabla de amortización realizada para este proyecto lo cual hace efectivo la rentabilidad del proyecto.

El tiempo de Recuperación del capital es en 2 años y 6 meses, con una tasa de descuento del 13% con un VAN de \$39136,15 y un TIR 29,80% y para terminar un beneficio costo de \$0,42.

Finalmente, el proyecto es innovador en la Parroquia y único es por ello que se determina que es viable ya que Puerto Cayo es un punto estratégico en la Ruta Spondylius.

RECOMENDACIONES

Como recomendaciones se sugiere lo siguiente:

El personal tiene que estar capacitado periódicamente, tanto al trato de servicio al cliente, como al manejo del cuidado de su presentación ya que todo entra por la vista y se debe estar acorde a la temática del local.

El Operador, encargado de los proveedores, debe constatar que las bebidas que se importen tengan el máximo nivel de calidad, nunca puede bajar, el producto final que se entrega, tiene que mantenerse.

Siempre estar a disposición del cliente, en todo momento con una buena cara y una grata sonrisa, porque es la imagen que se proyecta del local.

Bibliografía

- A. Sancho, D. B. (1998). *Introducción al Turismo*. (S/E)
- Arias, F. G. (2006). *Introducción a la Metodología Científica* (5ta. ed.). Caracas: Epísteme.
- Armstrong, P. K. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6ta. ed.). Carolina del Norte, Estados Unidos: Pearson.
- Aventura, E. C. (2013). *Provincia de Manabí*. Obtenido de http://ecuadorcostaaventura.com/manabi/puerto_cayo.html
- B., M. A. (16 de Agosto de 2010). *El análisis del contexto político-legal, económico, socio demográfico y tecnológico (PEST), una necesidad para asegurar la viabilidad de una empresa*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de El análisis del contexto político-legal, económico, socio demográfico y tecnológico (PEST), una necesidad para asegurar la viabilidad de una empresa: <http://www.gerencie.com/el-analisis-del-contexto-politico-legal-economico-socio-demografico-y-tecnologico-pest-una-necesidad-para-asegurar-la-viabilidad-de-una-empresa.html>
- Bomberos, B. C. (2013). *Requisitos para la aprobación del estudio contra incendios* . Recuperado el 2013, de <http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/Aprobaci%C3%B3n-Estudio-Contra-Incendios/31>
- Cantallops, A. S. (2002). *Marketing Turístico*. España: Pirámide.
- Capítulo 3 Metodología de Investigación*. (2012). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf
- Castro, R. Q. (2010). *Elementos de Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad*. San José: EUNED.
- Cayo, P. (2012). *Puerto Cayo*. Obtenido de <http://www.puertocayo.org/cerca-de-puerto-cayo.html>
- Charles, S. W. (1991). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Graw- Hill.
- Diario, E. (22 de febrero de 2010). El Diario. *En Manta la vida nocturna se enciende con farra* .
- Díaz, C. R. (2007). *Introducción a la Estadística Descriptiva*. España: Gesbiblo.

- EcosTravel. (2012). *Playa de Puerto Cayo, Manabì*. Obtenido de <http://www.ecostravel.com/ecuador/hoteles/manabi/playa-puerto-cayo.php>
- Ecuadinamica. (2012). *Puerto Lòpez*. Recuperado el 2013, de <http://www.tuzco.com/playas.html>
- Ecuador, B. C. (2013). *Indicador de Tasa de Desempleo*. Obtenido de www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
- Emprendedor, E. (3 de Mayo de 2010). *5 pasos para legalizar tu negocio*. Recuperado el 2013, de <http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html>
- Emprendedor, E. (19 de Diciembre de 2012). *Còmo obtener el Permiso de Funcionamiento*. Recuperado el Septiembre de 2013, de <http://www.elemprendedor.ec/como-obtener-el-permiso-de-funcionamiento/>
- Española, R. A. (2009).
- Gutièrrez, I. (2005). *La cultura de noche: la vida nocturna de los jòvenes en Buenos Aires*. Biblos Sociedad.
- Hèctor Ayala, R. M. (2003). El Turismo de Sol y Playa en el siglo XXI. *Papers de Turismo de la Agencia Valenciana*.
- Hora, L. (3 de Abril de 2013). En Semana Santa. *La Hora*.
- Hoy, E. (17 de Febrero de 2007). Cada Playa de Manabì tiene su propio sello.
- IICA, C. (1982). *Muestras Probabilísticas en marcos de àrea: diseño, construcción y uso de marcos de àrea para muestreos por encuestas*. San Josè, Costa Rica: Centro Interamericano de documentaiòn e nformaciòn agrícola.
- Integraciòn, M. d. (Noviembre de 2012). *Anàlisis Sectorial de Turismo*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- Jimènèz, A. (17 de Abril de 2013). *Què son y en que se diferencian la Sociedad Anònima y la Sociedad Limitada*. Recuperado el 2013, de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-y-en-que-se-diferencian-la-sociedad-anonima-y-la-sociedad-limitada>

- Jipijapa, M. d. (20 de Noviembre de 2012). *Tràmites Ciudadanos*. Recuperado el 2013, de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=3451>
- Lòpez, A. d. (2013). *Gobierno Autònomo Descentralizado Municipal del Cantòn de Puerto Lòpez*. Obtenido de <http://www.puertolopez.gob.ec/>
- Lorraine Baxter, C. H. (2000). *Còmo se hace una Investigaciòn*. Gedisa.
- Manabi, L. H. (3 de Abril de 2012). De viaje en Semana Santa. *La Hora Manabì*.
- Manabita, E. D. (2012). Cabildo impulsa proyecto turìstico en Puerto Cayo.
- Manabita, E. D. (2012). Puerto Cayo busca su desarrollo en pesca, turismo y agricultura.
- Mestre, M. A. (2007). *Marketing Conceptos y Estrategias* (5ta. ed.). España: Ediciòn Piràmide.
- Molinar, C. M. (2006). *Relaciones entre el Turismo*. Mèxico.
- Morales, P. (2010). Hacia la construcciòn de un modelo de cultura organizacional orientada al mercado. *Revista Colombiana de Marketing*.
- Olabuènaga, J. I. (2012). *Metodologìa de la Investigaciòn Cualitativa*. Bilbao: Universidad Deusto.
- OPTUR. (2013). *Asociaciòn Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador*. Recuperado el Septiembre de 2013, de <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- Ortiz, M. (27 de Noviembre de 2009). *Historia de la Discoteca*. Recuperado el 2013, de <http://closecity.wordpress.com/2009/11/27/historia-de-la-discoteca/>
- Primera, L. (27 de Enero de 2012). Montañita, Un atractivo Internacional. *El Diario de la Provincia de Santa Elena*.
- Provincial, M. G. (2013). *Turismo de Diversidad*. Obtenido de <http://www.manabi.gob.ec/turismo-manabi/turismo-de-diversidad>
- Puerta, L. F. (2004). *Interpretando a Porter*. Bogotá: Universidad el Rosario.
- Quinanilla, M. A. (2005). *Un Enfoque filosòfico y otros ensayos de la Filosofìa Tecnològica*. Mexico: Fondo de Cultura Econòmica.
- Ramìrez, G. (2008). *Porter 5 fuerzas y Diamante de la Competitividad*.

Sampierri, H. (1997). *Metodologia de Investigaciòn*. Mèxico: Graw Hill.

Sampierri. (20 de Septiembre de 2009). *Espacio de Investigaciòn*. Recuperado el 2013, de <http://espaciodeinvestigacin.blogspot.com/2009/09/seleccion-de-la-muestra-de-sampieri.html>

Social, M. C. (2013). *Sistema Integrado de Indicador Social del Ecuador*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013, de http://www.siise.gob.ec/Indicadores_Prioritarios/index.html

telègrafo, E. (17 de 12 de 2012). El rimo Econòmico se mantendrà en el 2013. *El telègrafo*.

Turismo, M. d. (2013). *Ecuador Ama la Vda*. Recuperado el Septiembre de 2013, de <http://www.ecuador.travel/imagebank/costa/manabi>

Turmero, I. (2011). *Sistemas de Informaciòn Turística*. Puerto Ordaz.

Anexo 1

 <p>Ministerio de Salud Pública Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA</p>		MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA SOLICITUD DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO							
Formulario No. PF-ARCSA-2013-001									
Fecha de solicitud:									
Nombre o razón social del establecimiento:									
Nombre del propietario o representante legal:									
Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC):						Cédula de ciudadanía del propietario del establecimiento:			
<i>Ubicación del establecimiento</i>									
Zona:		Provincia:		Cantón:		Parroquia:		Sector:	

Tipo de Establecimiento:	
Categoría del Establecimiento:	
Tamaño de empresa	
Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento:	
Número de permiso de funcionamiento (en caso de renovación):	
Dirección:	
Calle principal:	
Número:	
Calle alterna:	
Teléfono:	
Fax:	
Correo electrónico:	

Anexo 2

Modelo de Encuesta

Sexo

Edad

Estado Civil _____

Ocupación _____

ENCUESTA

1. Visita Frecuentemente Puerto Cayo

Sí No

2. Le gusta Puerto Cayo

Sí No

3. ¿Qué opciones de entretenimiento conoce en la parroquia?

Café- Bar

Karaoke

Discoteca

N/A

4. ¿Cuáles son las carencias que debilita el turismo en Puerto Cayo?

Infraestructura

Gastronomía

Actividad Nocturna

5. ¿Cuál es la Actividad que le gustaría hacer en la parroquia, al llegar la noche?

- | | | | |
|----------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Salir a Caminar | <input type="checkbox"/> | Escuchar Música | <input type="checkbox"/> |
| Buscar algo de Tomar | <input type="checkbox"/> | o me quedo en el sitio | <input type="checkbox"/> |
| Todas las Anteriores | <input type="checkbox"/> | | |

6. ¿Con qué frecuencia usted, visita las playas que ofrecen bar- discoteca?

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| Una vez a la semana | <input type="checkbox"/> |
| Más de dos veces a la semana | <input type="checkbox"/> |
| Cada quince días | <input type="checkbox"/> |
| Una vez al mes | <input type="checkbox"/> |

7. ¿Cuál es su preferencia en los establecimientos nocturnos?

- | | | | |
|---------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Escuchar Música | <input type="checkbox"/> | Conversar | <input type="checkbox"/> |
| Bailar | <input type="checkbox"/> | Admirar el Paisaje | <input type="checkbox"/> |
| Tomar Alguna Bebida | <input type="checkbox"/> | Relacionarse con Amigos | <input type="checkbox"/> |

8. ¿Le gustaría conocer un establecimiento temático, dónde se relacione con gente joven?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |
| Le Da Igual | <input type="checkbox"/> |
| No le llama la atención | <input type="checkbox"/> |