



**Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí**

**Facultad de Ciencias Administrativas**

**Carrera Administración De Empresas**

**Proyecto de Emprendimiento previo a la obtención de grado de:**

Licenciado en Administración de Empresas.

**Tema:**

“Creación de una empresa dedicada a la distracción y entretenimiento para jóvenes a ubicarse en la ciudad de Manta”

**Autor:**

Delgado Pico Félix Alexander

**Tutor:**

Ing. Byron Vicente Coral Almeida

**Manta - Ecuador**

**2021**

## CERTIFICACIÓN

	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).</b>	<b>CÓDIGO: PAT- 01-F-010</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.</b>	<b>REVISIÓN: 1</b>
		Página ii de 91

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de Emprendimiento, cuyo tema del proyecto es “**Creación de una empresa dedicada a la distracción y entretenimiento para jóvenes a ubicarse en la ciudad de Manta**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde al señor/señora/señorita **Delgado Pico Félix Alexander**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, período académico 2021-2022, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 26 de agosto de 2021.

Lo certifico,



---

Ing. Byron Vicente Coral Almeida  
Tutor de Titulación

## Document Information

Analyzed document	PROYECTO FINA DE TESIS DELGADO PICO FELIX.docx (D111682284)
Submitted	8/25/2021 9:11:00 PM
Submitted by	
Submitter email	david.2507@outlook.com
Similarity	10%
Analysis address	byron.coral.uleam@analysis.orkund.com

## Sources included in the report

<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / TESIS DE GRADO 2014 PRESENTAR-FINAL-CORREGIDO (1) (2).docx</b>		
<b>SA</b>	Document TESIS DE GRADO 2014 PRESENTAR-FINAL-CORREGIDO (1) (2).docx (D11258381) Submitted by: esther666-@outlook.com Receiver: byron.coral.uleam@analysis.orkund.com	 3
<b>W</b>	URL: <a href="https://docplayer.es/157063004-Escuela-politecnica-del-ejercito.html">https://docplayer.es/157063004-Escuela-politecnica-del-ejercito.html</a> Fetched: 8/20/2021 3:20:19 AM	 4
<b>Francisco Quilumba.pdf</b>		
<b>SA</b>	Document Francisco Quilumba.pdf (D36993228)	 1
<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / Proyecto de emprendimiento ANCHUNDIA COBEÑA RONALD.docx</b>		
<b>SA</b>	Document Proyecto de emprendimiento ANCHUNDIA COBEÑA RONALD.docx (D104015887) Submitted by: e1311343428@live.uleam.edu.ec Receiver: cesar.alarcon.uleam@analysis.orkund.com	 5
<b>W</b>	URL: <a href="https://docplayer.es/3748451-Universidad-tecnologica-israel.html">https://docplayer.es/3748451-Universidad-tecnologica-israel.html</a> Fetched: 7/5/2021 11:15:12 PM	 3
<b>W</b>	URL: <a href="https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20614/1/Lenin%20Ivan%20Pucha%20Pucha.pdf">https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/20614/1/Lenin%20Ivan%20Pucha%20Pucha.pdf</a> Fetched: 5/5/2021 7:49:49 PM	 1
<b>W</b>	URL: <a href="http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/22002/1/MEDARDO%20ANGEL%20SILVA%20GARCIA.pdf">http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/22002/1/MEDARDO%20ANGEL%20SILVA%20GARCIA.pdf</a> Fetched: 6/23/2021 6:45:45 AM	 4
<b>UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / Proyecto de emprendimiento ANCHUNDIA COBEÑA RONALD.pdf</b>		
<b>SA</b>	Document Proyecto de emprendimiento ANCHUNDIA COBEÑA RONALD.pdf (D104015886) Submitted by: e1311343428@live.uleam.edu.ec Receiver: cesar.alarcon.uleam@analysis.orkund.com	 1
<b>W</b>	URL: <a href="http://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/1349/1/PROYECTO%20DE%20INVERSION%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20UN%20BAR%20DISCOTECA%20EN%20LA%20PARROQUIA%20SAN%20PABLO%20DE%20ATENAS.pdf">http://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/1349/1/PROYECTO%20DE%20INVERSION%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20UN%20BAR%20DISCOTECA%20EN%20LA%20PARROQUIA%20SAN%20PABLO%20DE%20ATENAS.pdf</a> Fetched: 7/8/2021 10:20:30 AM	 5

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ / JOSELYN TAMARA ZAMBRANO PINARGOTE**  
**URKUND.docx**

<b>SA</b>	Document JOSELYN TAMARA ZAMBRANO PINARGOTE URKUND.docx (D104490254) Submitted by: e1350751036@live.ulearn.edu.ec Receiver: cesar.alarcon.ulearn@analysis.orkund.com	 <b>16</b>
<b>W</b>	URL: <a href="https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/540/1/Tesis%20Lista.pdf">https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/540/1/Tesis%20Lista.pdf</a> Fetched: 8/2/2021 10:03:15 PM	 <b>1</b>
<b>W</b>	URL: <a href="http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/14186/1/84T00657.pdf">http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/14186/1/84T00657.pdf</a> Fetched: 1/27/2021 6:04:59 PM	 <b>1</b>

## **Dedicatoria**

Este proyecto de emprendimiento se lo dedico a mi madre, quien ha sido la encargada de velar por mi salud y por mi bienestar.

A mi hermana, quien me ha acompañado en todos los momentos de mi vida, siendo un apoyo incondicional.

A mi novia, por compartir conmigo buenas y malas experiencias, pero siempre con una sonrisa sincera.

A mis amigos por impulsar mi talento y mi creatividad al realizar mis actividades.

*Los quiero*

*Félix Alexander Delgado Pico*

## **Agradecimiento**

Antes que todo a Dios, porque él es la guía en cada uno de mis pasos, siempre siendo un apoyo en los momentos más difíciles.

A mi familia y amigos que brindaron sus buenos deseos y de una u otra manera me dieron ánimos de seguir adelante y cumplir mis objetivos

A los docentes quienes aportaron con sus conocimientos en esta etapa académica y en especial a mi tutor de tesis, por el acompañamiento y la paciencia que me supo brindar durante este trayecto.

*Gracias a todos*

*Félix Alexander Delgado Pico*

## Índice

CERTIFICACIÓN .....	ii
Dedicatoria .....	v
Agradecimiento .....	vi
1. Descripción del proyecto .....	15
1.1 Planteamiento del problema .....	15
1.1.1. Formulación del problema .....	17
<b>1.2. Objetivos del proyecto</b> .....	17
1.2.1. Objetivo General: .....	17
1.2.2. Objetivos Específicos:.....	17
<b>1.3. Justificación del proyecto</b> .....	18
<b>1.3.1. Justificación teórica</b> .....	18
<b>1.3.2. Justificación práctica</b> .....	18
<b>1.3.3. Justificación metodológica</b> .....	19
<b>1.4. Delimitaciones:</b> .....	19
<b>1.4.1. Delimitación Geográfica:</b> .....	19
<b>1.4.2. Delimitación temporal:</b> .....	19
<b>1.4.3. Delimitación Social:</b> .....	19
2. Planteamiento Estratégico .....	20
2.2. Visión .....	20
2.3. Misión .....	20
2.4. Valores empresariales .....	21
2.5. Análisis Interno del Proyecto .....	21
3. Estudio de Mercadotecnia .....	21
3.2. Análisis Externo .....	22
3.3. Segmento de mercado .....	23
3.3.1. Geográfico .....	23
3.3.2. Demográfico .....	23
3.4. Población de estudio .....	23
3.5. Tamaño de la muestra.....	23
3.6. Técnicas y recolección de datos .....	24
3.6.1 Diseño metodológico .....	24
3.7. Estudio de las variables del Marketing Mix (Producto, Precio, Promoción y Plaza) .....	37

3.8.	<b>Análisis competitivo (Porter)</b> .....	39
3.8.1.	<b>Poder de negociación de los compradores o clientes.</b> .....	39
3.8.2.	<b>Poder de negociación de los proveedores o vendedores</b> .....	39
3.8.3.	<b>Amenazas de nuevos competidores entrantes.</b> .....	40
3.8.4.	<b>Amenazas de producto sustitutos.</b> .....	40
3.8.5.	<b>Rivalidad entre los competidores.</b> .....	40
4.	<b>Descripción del producto</b> .....	41
4.2.	<b>Características del producto o servicio</b> .....	41
4.2.1.	<b>Ambiente</b> .....	41
4.2.2.	<b>Bebidas</b> .....	42
4.2.3.	<b>Sonido</b> .....	42
4.2.4.	<b>Animación</b> .....	43
4.2.5.	<b>Luces</b> .....	44
4.3.	<b>Análisis de la capacidad instalada</b> .....	45
4.4.	<b>Análisis comparativo con productos similares</b> .....	46
5.	<b>Estudio Técnico</b> .....	48
5.2.	<b>Descripción de las características de localización del negocio.</b> .....	48
5.2.1.	<b>Macro localización</b> .....	48
5.2.2.	<b>Micro localización</b> .....	49
5.3.	<b>Bosquejo del área de trabajo</b> .....	50
5.4.	<b>Diagrama de procesos</b> .....	51
5.5.	<b>Listado de máquinas, equipo y herramientas</b> .....	52
6.	<b>Estudio Organizacional</b> .....	53
6.2.	<b>Niveles Administrativos</b> .....	53
6.3.	<b>Organigrama estructural y funcional</b> .....	54
6.4.	<b>Funciones según las responsabilidades de cada persona.</b> .....	55
6.5.	<b>Previsión de RRHH</b> .....	60
6.6.	<b>Listado de equipos y muebles de oficina</b> .....	62
7.	<b>Estudio Legal y Societario</b> .....	63
7.2.	<b>Marco Legal</b> .....	63
7.3.	<b>Requisitos para su legitimidad</b> .....	63
8.	<b>Estudio Económico Financiero</b> .....	67
8.1.	<b>Costo unitario de producción</b> .....	67

8.2.	Estructura de costos y gastos .....	68
8.2.1.	Costos.....	68
8.2.2.	Gastos .....	70
8.3.	Proyección de ventas .....	73
8.4.	Plan de inversión.....	74
8.5.	Líneas de financiamiento .....	76
8.6.	Flujo de caja proyectado .....	78
8.7.	Estado de resultados proyectado.....	79
8.8.	Estado de situación financiera proyectado .....	80
9.	Evaluación Financiera .....	81
9.1.	VAN .....	81
9.2.	TIR.....	82
9.3.	Relación beneficio/costo.....	83
9.4.	Razones financieras.....	84
9.4.1.	Liquidez .....	84
9.4.2.	Endeudamiento.....	84
9.4.3.	Rentabilidad .....	84
	Bibliografía.....	87
<b>10.</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>88</b>
11.	Conclusión.....	86
12.	Recomendación .....	86

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Pregunta 1.....	24
<b>Tabla 2</b> Pregunta 2.....	25
<b>Tabla 3</b> Pregunta 3.....	26
<b>Tabla 4</b> Pregunta 4.....	27
<b>Tabla 5</b> Pregunta 5.....	28
<b>Tabla 6</b> Pregunta 6.....	29
<b>Tabla 7</b> Pregunta 7.....	31
<b>Tabla 8</b> Pregunta 8.....	32
<b>Tabla 9</b> Pregunta 9.....	33
<b>Tabla 10</b> Pregunta 10.....	34
<b>Tabla 11</b> Pregunta 11.....	35
<b>Tabla 12</b> Pregunta 12.....	36
<b>Tabla 13</b> Capacidad instalada.....	46
<b>Tabla 14</b> Maquinas, Equipos y herramientas .....	52
<b>Tabla 15</b> Funciones y Responsabilidades-Gerente.....	55
<b>Tabla 16</b> Funciones y Responsabilidades-Secretario/a-Contador/a .....	56
<b>Tabla 17</b> Funciones y Responsabilidades-Guardia de Seguridad .....	57
<b>Tabla 18</b> Funciones y Responsabilidades-Dj .....	58
<b>Tabla 19</b> Funciones y Responsabilidades-Mesero .....	59
<b>Tabla 20</b> Funciones y Responsabilidades-Barman.....	60
<b>Tabla 21</b> Nómina de trabajadores.....	61

## Índice de gráficos

Gráfico 1: Pregunta 1 .....	25
Gráfico 2: Pregunta 2 .....	26
Gráfico 3: Pregunta 3 .....	27
Gráfico 4: Pregunta 4 .....	28
Gráfico 5: Pregunta 5 .....	29
Gráfico 6: Pregunta 6 .....	30
Gráfico 7: Pregunta 7 .....	31
Gráfico 8: Pregunta 8 .....	32
Gráfico 9: Pregunta 9 .....	33
Gráfico 10: Pregunta 10 .....	35
Gráfico 11: Pregunta 11 .....	36
Gráfico 12: Pregunta 12 .....	37

## Índice de imágenes

Imagen 1 Mesa luminosa e Imagen 2 Sillas luminosas.....	41
Imagen 3: Cerveza e Imagen 4: Ron .....	42
Imagen 5 Parlantes de discoteca e Imagen 6 Espacio cerrado donde no escapa el sonido ....	43
Imagen 7 Shows personalizados e Imagen 8 Bailarinas .....	44
Imagen 9 Máquinas de humo e Imagen 10 Figuras led.....	45
Imagen 11 Bebidas energizantes e Imagen 12 Cigarrillos .....	45
Imagen 13 Macro-localización.....	48
Imagen 14 Micro-localización- Relieve.....	49
Imagen 15 Área de trabajo .....	50

## Índice de figuras

Figura 1: Diagrama de procesos.....	51
Figura 2: Organigrama Estructural y Funcional.....	54

## **Tema**

“Creación de una empresa dedicada a la distracción y entretenimiento para jóvenes a ubicarse en la ciudad de Manta”

## **1. Descripción del proyecto**

El presente proyecto se define como un emprendimiento basado en la creación de una discoteca dedicada a la distracción y entretenimiento direccionado a las personas mayores de los 18 años de edad permitiendo compartir gratos momentos con sus familiares y amigos, a su vez cumpliendo con un enfoque de responsabilidad. (Iriarte Valdez) “La nueva generación va en busca de un “lugar” significativo donde puedan desenvolverse y comunicarse con otros jóvenes, estas agrupaciones buscan nuevas formas de encuentro donde entrelazan formas propias de comunicación (códigos y gustos propios) que son desarrollados en un espacio “propio” dentro de la ciudad”.

Ecuador es un país sumamente poblado que cuenta con 17,434.200 de habitantes, de los cuales el 8,704.392 son mujeres y el 8,729.809 hombres, en su mayoría con jóvenes que les gusta socializar, por esta razón existe la necesidad de buscar un servicio adecuado que les permita dialogar y desestresarse después de un día agotador, ya sea de trabajo o de estudios.

### **1.1 Planteamiento del problema**

En la actualidad Manta es una Ciudad que enfrenta diversos cambios de manera constante, sin embargo, el sector del entretenimiento y diversión se ha mantenido estático, prueba de eso es la ausencia de eventos nocturnos con variedad debido a la falta de un estudio de factibilidad sobre esta necesidad de mercado. Esta carencia empresarial ha originado la migración de estos lugareños a otros cantones o ciudades que cuenten con este servicio, perdiendo así un espacio representativo en este sector comercial el cual podría brindar la creación de fuentes de trabajo a un grupo determinado de personas

El planteamiento del problema se relaciona con la carencia en la creatividad e innovación de estos centros de distracción y entretenimiento se ha dado por la falta de conocimiento en la explotación

de esta actividad comercial en la ciudad de Manta, causando necesidades del cliente que cada vez son más crecientes.

Es importante observar que las preferencias y gustos de los jóvenes varían de acuerdo al entorno que se rodean, edad, moda y cultura. Por lo que cada centro de entretenimiento nocturno necesita innovar en la forma en que ofrece sus servicios; esto lograría que los jóvenes no tengan que acudir a otros lugares ocasionando pérdidas para dichos locales. Manta tiene una gran población y su propio puerto en la que identificamos que es un centro de comercio con influencia a nivel regional, ya sea en el ámbito financiero, político, comercial, cultural y de entretenimiento.

Además hoy en día, después de todas las medidas que se han tomado por la pandemia, y por todo el estrés relacionado a la misma, las personas buscan un lugar donde esparcirse, donde el ambiente sea agradable, atractivo y diferente, respetando y adaptándose a la nueva normalidad cumpliendo con las medidas de bioseguridad correspondientes, sin embargo, en este sector de Manta existen espacios de diversión que no satisfacen las expectativas del espectador, teniendo entonces que dirigirse a otras ciudades en busca de este servicio, este hecho ocasiona que el dinero de la población vaya a mover las economías de otros lugares del País, afectando a la actividad comercial a esta Ciudad.

A nivel Internacional la distracción y el entretenimiento es uno de los factores más importantes en la actualidad, durante la segunda Guerra Mundial surgieron locales de forma clandestina en Francia a los que la gente acudía a escuchar y bailar música grabada. Uno de los locales más frecuentados se llamaba “La discothèque”. Este tipo de local terminó por extinguirse, pero dejó un precedente de nombre y funcionamiento. Una de las causas por las que consideramos que no funcionó este tipo de lugar como discoteca fue a consecuencia de la crisis que padecía la ciudad en la que se asentaba.

Una de las principales fuentes de ingreso del Ecuador es el turismo. Se reciben miles de turistas al año y de esa cantidad un gran porcentaje. La vida nocturna en Ecuador es ciertamente variada y apta para todos los gustos. Hay desde clubes de salsa, hasta cantina clásicas al mejor estilo británico; desde karaokes cerveceros hasta discotecas. Por lo general los bares cierran entre las 2 y las 3 AM, mientras que las discotecas lo hacen más tarde, algunas incluso al amanecer. Otro punto importante para destacar es la diferencia en los costos de ingreso. A nivel de Manta que es en donde va a estar ubicada la empresa con el propósito de dar entretenimiento a jóvenes y adultos mayores, se ha analizado que existen varios factores tanto favorables como en contra, ya que al ser un nuevo negocio y competitivo lo primero que hay que generar es confianza y credibilidad, teniendo en si una buena estrategia de mercado para saber en qué momento generar y ejecutar la estrategia planeada para llamar la atención del cliente.

#### **1.1.1. Formulación del problema**

¿Cuáles son los factores para aportar al desarrollo económico que debe tener una empresa dedicada a la distracción y entretenimiento en la ciudad de Manta?

### **1.2. Objetivos del proyecto**

#### **1.2.1. Objetivo General:**

Determinar la factibilidad comercial y financiera para la creación de una empresa dedicada a la distracción y entretenimiento en la ciudad de Manta

#### **1.2.2. Objetivos Específicos:**

1. Establecer el estudio de mercado para la creación de una empresa que ofrezca distracción y entretenimiento para personas mayores de los 18 años de edad en la ciudad de Manta

2. Analizar la eficiencia del estudio comercial y técnico para la creación de una empresa que ofrezca distracción y entretenimiento para personas mayores de los 18 años de edad en la ciudad de Manta.
3. Evaluar el estudio organizacional y financiero para la creación de una empresa que ofrezca distracción y entretenimiento para personas mayores de los 18 años de edad en la ciudad de Manta.

### **1.3. Justificación del proyecto**

#### **1.3.1. Justificación teórica**

El presente proyecto se realizará mediante el conocimiento adquirido durante el tiempo de aprendizaje de fundamentos y técnicas de administración, metodología de la investigación, contabilidad de costo, administración para los negocios, estadísticas, investigación de mercado, administración del talento humano, análisis de mercado, derecho societario, administración financiera, control de costo, planificación estratégica, emprendimiento y presupuesto en la Carrera “Administración de Empresas” en la Facultad de Ciencias administrativas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí con el propósito de crear una Discoteca de alta competitividad dedicada a la distracción y entretenimiento, con un enfoque de responsabilidad social y ambiental en la ciudad de Manta

#### **1.3.2. Justificación práctica**

El presente proyecto se realizará puesto que existe una necesidad en esta franja empresarial por la carencia de un espacio de entretenimiento y diversión. Cabe mencionar que el sector del entretenimiento y diversión es un espacio que demanda mejoras e innovación constante, puesto que estos son solicitados para salir de la cotidianidad y experimentar un momento diferente.

Es importante mencionar que el entretenimiento está viviendo grandes cambios, sea de infraestructura e innovación, la idea de este trabajo es agradable y sobre todo cuenta con amplia perspectiva de viabilidad, con el propósito de satisfacer las necesidades de este. Con todo lo antes expuesto se espera satisfacer las expectativas de este trabajo, a través del desarrollo de la investigación, en la cual se podrá visualizar información que sirva de aporte al sector del entretenimiento tanto para la ciudad de Manta como de algún otro sitio que tenga este tipo de problemática.

### **1.3.3. Justificación metodológica**

(Ñaupas, 2014) En la elaboración del proyecto se aplicara métodos de estudios tales como investigación de campo, análisis y síntesis, visitaremos a los negocios similares y observaremos todo tipo de movimiento tanto de los que ofrecen el servicio, y de los que lo reciben y con esta investigación ayudaremos a las personas a satisfacer sus necesidades de distracción y entretenimiento en sus tiempos libres y puedan salir de la rutina diaria del trabajo, para que así al día siguiente se encuentren descansados y puedan rendir más en sus labores cotidianas.

## **1.4. Delimitaciones:**

### **1.4.1. Delimitación Geográfica:**

El proyecto de emprendimiento será ejecutado en la Ciudad de Manta.

### **1.4.2. Delimitación temporal:**

El proyecto de emprendimiento está proyectado para 4 años

### **1.4.3. Delimitación Social:**

El proyecto comprende al emprendimiento en la creación de una discoteca que ofrezca distracción y entretenimiento para jóvenes en la ciudad de Manta.

## **2. Planteamiento Estratégico**

Según (Rodriguez, 2005) la planeación estratégica es plantearse a largo plazo, enfocando a la organización como un todo y sus principales características son:

- Actividad en la que tiene que intervenir la dirección superior.
- Trata con cuestiones básicas.
- Ofrece un marco para la planeación detallada y para decisiones gerenciales cotidianas
- Se trata de una planeación de largo alcance.
- Analiza el medio ambiente interno y externo de la empresa

Otro punto importante del planteamiento estratégico, es definir la visión, la misión y los valores que representaran a la empresa en el futuro.

### **2.2. Visión**

Nuestro objetivo es llegar a ser una empresa Líder en Manabí, Nacional e Internacional en lo que respecta al servicio, satisfacción y atención al cliente, ser reconocidos como una empresa capaz de organizar eventos, con sucursales en todo el país, buscando la excelencia del servicio mediante el trabajo perseverantes de todos los integrantes de esta organización.

### **2.3. Misión**

Lograr satisfacer las necesidades de los clientes, somos una empresa dedicada al rubro de diversión y esparcimiento nocturno ubicado en la ciudad de Manta, nuestro servicio se basa en brindar un lugar divertido, amigable y sobre todo confortable, compuesto por personas capacitadas con infraestructura y equipamientos modernos, nuestra filosofía es mantener buena atención y calidad en todo el servicio, en donde el cliente se sienta seguro e interesado en volver.

## 2.4. Valores empresariales

- **Responsabilidad:** Integrar un equipo en función del logro de objetivos compartidos, sumando talento y compromiso, con apertura ante la diversidad de opiniones, conocimientos y habilidades, colaboración, el apoyo mutuo constituyen la base de nuestras relaciones.
- **Respeto:** Tratar a todas las personas con respeto e igualdad, aceptar y corregir los errores.
- **Honestidad:** Brindar un servicio responsable, seguro y con transparencia.

## 2.5. Análisis Interno del Proyecto

El análisis interno es muy importante porque a través de la misma se hace un diagnóstico de los puntos clave del proyecto y se hace énfasis en la forma de simplificar la planificación estratégica y la gestión.

- **Financiero:** costo más beneficio, aumentar la rentabilidad y crecimiento de ingresos.
- **Cliente:** satisfacer la demanda de los clientes y reducir el tiempo de espera, incrementar las recomendaciones.
- **Procesos:** comunicación, brindar garantía, calidad y optimizar los procesos.
- **Recursos:** capacitaciones y profesionalidad del servicio, maquinas modernas e infraestructura.

## 3. Estudio de Mercadotecnia

Para el autor (Sangri Coral, 2014) el estudio de mercado consiste en recopilar y analizar sistemáticamente algunos datos relacionados con el estado del mercado de un sector específico. Las empresas necesitan estos datos en determinadas situaciones para poder seguir desarrollando sus productos o servicios y adaptarlos mejor al cliente. De esta manera, el estudio de mercado es

una herramienta de marketing que las empresas utilizan cuando desean analizar la situación actual del mercado o valorar sus riesgos.

Conforme a esto es importante evaluar los aspectos externos e internos, que puedan incidir una vez que entre en el mercado la empresa distracción y entretenimiento

### **3.2.Análisis Externo**

#### **Fortalezas**

- Infraestructura cómoda
- Precios Accesibles
- Variedad de bebidas
- Discreción del personal
- Solvencia del lugar

#### **Oportunidades**

- Necesidad insatisfecha del servicio
- Sin restricciones de adquisición económica
- Aumento de la población del lugar

#### **Debilidades**

- Escaso presupuesto
- Nuevos en el mercado
- Inexperiencia en el servicio

#### **Amenazas**

- Competidores en el mercado
- Cambios económicos en el país
- Restricciones de movilidad y horarios

### **3.3.Segmento de mercado**

Considerando la ubicación de la nueva discoteca se establece de la siguiente forma:

#### **3.3.1. Geográfico**

- Cantón: Manta
- Provincia: Manabí
- País: Ecuador

#### **3.3.2. Demográfico**

La discoteca brindara la atención a personas mayores de 18 años, de cualquier sexo.

### **3.4.Población de estudio**

Para el estudio de factibilidad de este proyecto tomamos la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos donde nos dice que:

La población de la ciudad de Manta es de 226.477 habitantes, los cuales están divididos de la siguiente manera:

- Zona urbana con el 95,21% que comprende a 215.629 habitantes
- Zona rural con el 4,79% que comprende a 10.848 habitantes.

### **3.5.Tamaño de la muestra**

Basado en la población total del lugar donde se va a realizar el emprendimiento, y utilizando el mecanismo matemático para encontrar la muestra, se determina encuestar a 383 personas de las diferentes parroquias de la ciudad de Manta, y de ambos sexos que sean mayores de 18 años.

### 3.6. Técnicas y recolección de datos

#### 3.6.1 Diseño metodológico

En el presente proyecto, la concepción general de la investigación se desarrolló de manera investigativa, en la cual se utilizó los siguientes métodos científicos tales como:

**Método histórico-lógico.** - Se empleó para realizar búsquedas de información relacionada con los antecedentes que están incluidos en este proyecto de investigación.

**Métodos bibliográfico-documentales.** - Se aplicó en el proceso de recopilación de información de los temas tratados en el proyecto, donde se realizaron investigaciones mediante libros, revistas de carácter científico, internet, entre otros.

**Método estadístico-matemático.** - Se empleó para evaluar el impacto del proyecto a través de encuestas realizadas a los estudiantes, permitiendo observar la aceptación de los mismos.

**Métodos hipotéticos deductivos.** - Se aplicó en el proceso de análisis de los resultados comprendidos en las encuestas realizadas a los estudiantes, permitiendo establecer una hipótesis concreta que logro emitir las conclusiones en este proyecto de investigación.

**Métodos de analítico-descriptivo.** - Se empleó este método para analizar cada uno de los temas investigados, permitiendo conocer hechos relacionados con otros proyectos.

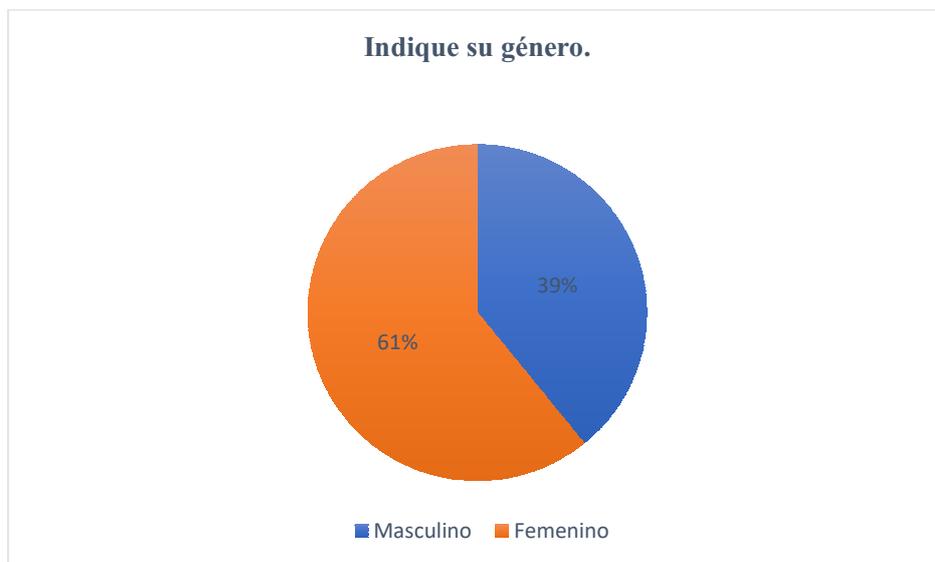
#### **Pregunta 1: Indique su género**

Tabla 1

*Pregunta 1*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	150	39%
Femenino	233	61%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
Elaborado por: Félix Delgado*



*Gráfico 1: Pregunta 1  
Elaborado por: Félix Delgado*

**Análisis:** Según los datos obtenidos a través de la encuesta, observamos que el 61% que corresponde a 233 encuestados son de sexo femenino, mientras que el 39% que engloba a 150 encuestados son masculinos, lo que ubica a un mayor rango de mujeres encuestadas frente a los hombres.

**Pregunta 2: ¿Cuántos años tiene?**

**Tabla 2**

*Pregunta 2*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Total</b>	<b>Porcentaje</b>
18-25	162	42%
26-32	107	28%
33-39	65	17%
40-45	49	13%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
 Elaborado por: Félix Delgado

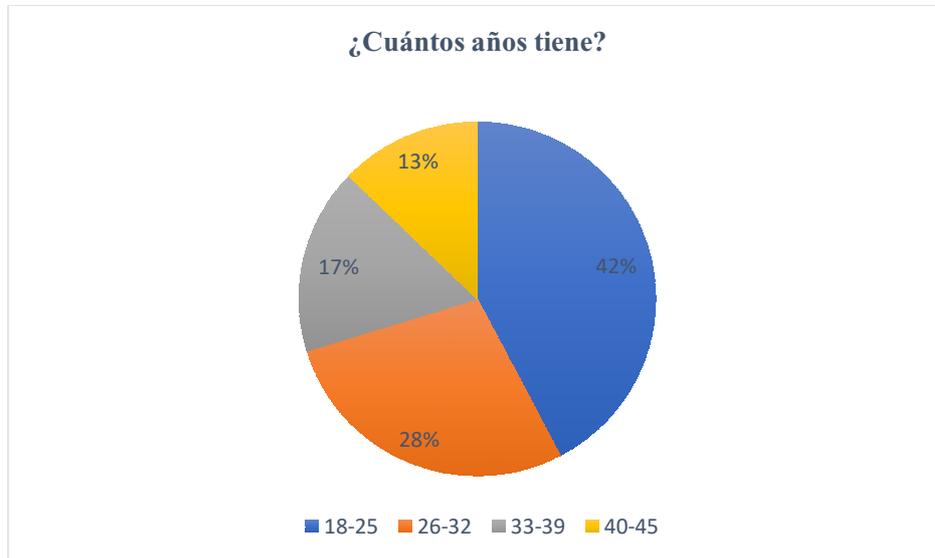


Gráfico 2: Pregunta 2  
 Elaborado por: Félix Delgado

**Análisis:** De acuerdo a los datos obtenidos a través de la encuesta, el 42% en su mayoría con 162 personas corresponde al rango de edad de 18-25, el 28% con un total de 128 en el rango de 26-32, así mismo el 17% equivalente a 65 encuestados con edades de 33-39 y finalmente el 13% con un total 49 que corresponden al rango de 40-45, lo que nos indica que la población joven es la más interesada en temas de distracción y entretenimiento y por lo tanto se dirige hacia ellos.

**Pregunta 3: ¿Te gusta divertirte y disfrutar con tus amigos?**

Tabla 3

Pregunta 3

Variable	Frecuencia Total	Porcentaje
Si	383	100%
No	0	0%

<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

*Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
Elaborado por: Félix Delgado*



*Gráfico 3: Pregunta 3  
Elaborado por: Félix Delgado*

**Análisis:** De acuerdo a los datos encuestados con un total de 100%, es decir todas las personas llegan a la conclusión de que el mejor plan es divertirse y pasar momentos agradables con amigos, y que mejor que hacerlo en un buen ambiente lleno de música y diversión.

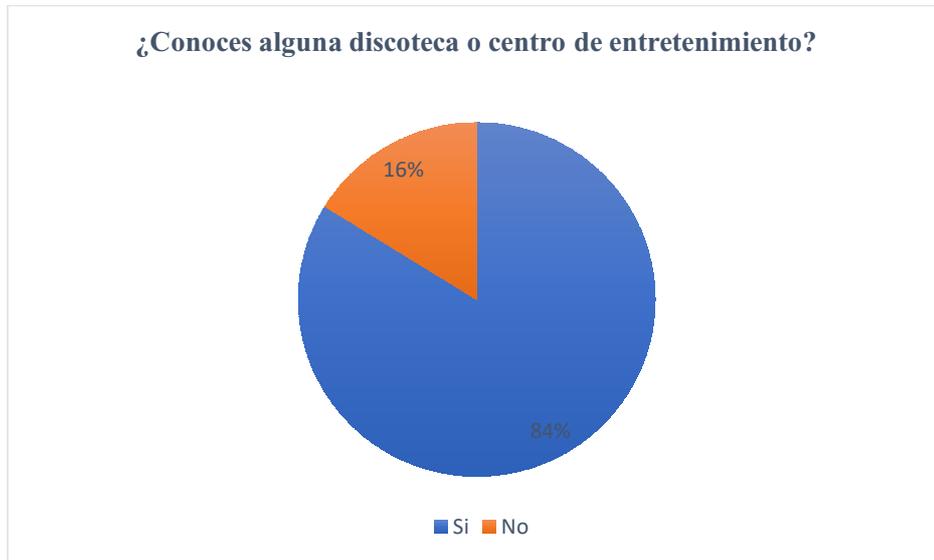
**Pregunta 4: ¿Conoces alguna discoteca o centro de entretenimiento?**

**Tabla 4**  
*Pregunta 4*

Variable	Frecuencia Total	Porcentaje
Si	321	84%
No	62	16%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta*

Elaborado por: Félix Delgado



*Gráfico 4: Preguntar 4*  
*Elaborado por: Félix Delgado*

**Análisis:** Con base a la encuesta, se da a conocer que el 84% de la muestra, con un total de 321 personas conocen uno o más lugares donde ofertan el servicio de entretenimiento, lo cual demuestra que, si es una alternativa para regresar, del otro lado 62 personas que corresponden al 16% no han ingresado a una discoteca, no obstante, están dispuestos a hacerlo con el fin de divertirse y experimentar.

**Pregunta 5: ¿Te gusta el servicio que ofertan los bares y discotecas de la ciudad?**

**Tabla 5**

*Pregunta 5*

Variable	Frecuencia Total	Porcentaje
Si	280	73%
No	103	27%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
 Elaborado por: Félix Delgado



Gráfico 5: Preguntar 5  
 Elaborado por: Félix Delgado

**Análisis:** De acuerdo a los datos obtenidos, 280 encuestados que corresponden al 73% consideran que el servicio que ofertan los bares y discotecas de la ciudad cumple sus expectativas y cubre sus necesidades, para el restante con el 27% y con un total de 103 encuestados les sigue faltando innovación y particularidades que los ubiquen en un grado más alto con mayores expectativas.

**Preguntar 6:** ¿Cuál crees que sería el factor por lo que las personas acuden a las discotecas?

Tabla 6

Preguntar 6

Variable	Frecuencia Total	Porcentaje
Personalidad fiestera	28	7%
Celebrar cumpleaños	50	13%
Por desestresarse	80	21%

Por salir de la rutina	25	7%
Por beber y bailar	200	52%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
Elaborado por: Félix Delgado

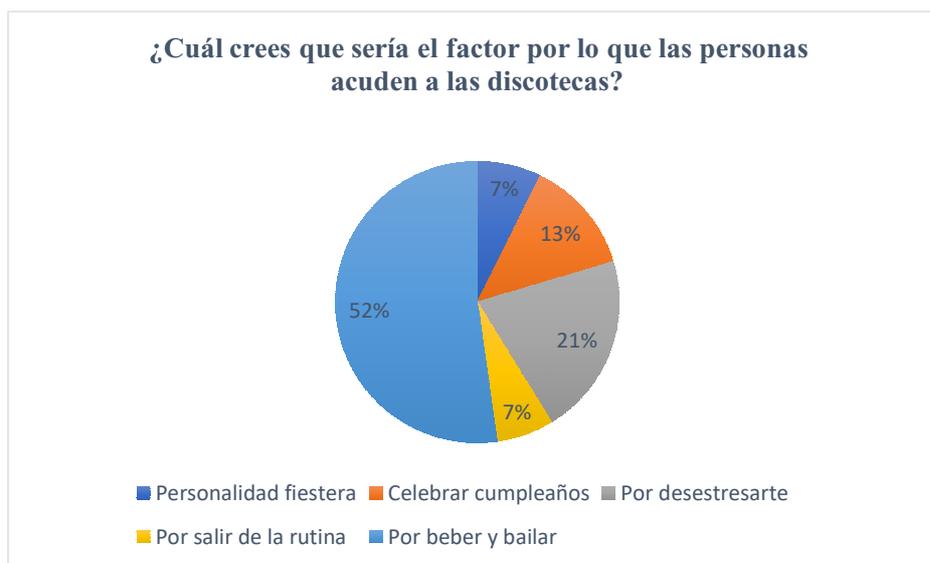


Gráfico 6: Preguntado 6  
Elaborado por: Félix Delgado

**Análisis:** De acuerdo a la información obtenida por la muestra encuestada, el factor por el cual acuden en mayor parte a las discotecas es por beber y bailar, así lo dicen 200 personas correspondientes al 52% de los encuestados, seguidos por el 21% quienes son incitados a visitar este lugar por desestresarse, esto corresponde a 80 personas, el 13% con 50 que buscan celebrar un cumpleaños, el restante con 7% cada uno corresponde a aspectos como salir de la rutina y por la personalidad fiestera, esto engloba a 53 personas.

**Pregunta 7: ¿Cuáles serían las características dentro de una discoteca que más llamen la atención?**

**Tabla 7**

*Pregunta 7*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Amplia pista	171	45%
Asientos cómodos	125	33%
Variedad de luces	87	23%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
Elaborado por: Félix Delgado*



*Gráfico 7: Pregunta 7  
Elaborado por: Félix Delgado*

**Análisis:** Con base en la encuesta y las respuestas obtenidas de esta pregunta el 45% correspondiente a 171 personas buscan una pista amplia donde puedan interactuar y divertirse adecuadamente, otro 32% que corresponde a 125 personas, prefieren asientos cómodos donde puedan reír y beber a gusto, y finalmente 87 personas con el 23% prefieren la variedad de luces; es decir que el lugar sea multicolor y con flashes llamativos.

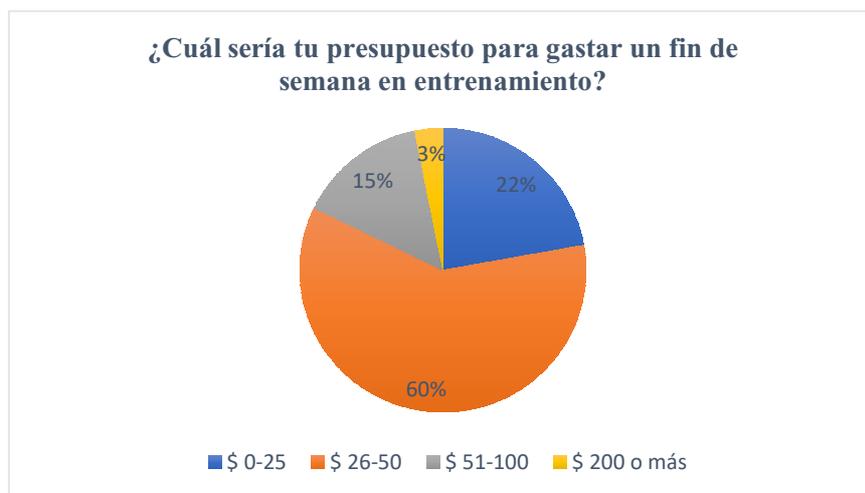
**Pregunta 8: ¿Cuál sería tu presupuesto para gastar un fin de semana en entretenimiento?**

**Tabla 8**

*Pregunta 8*

Variable	Frecuencia Total	Porcentaje
\$ 0-25	85	22%
\$ 26-50	230	60%
\$ 51-100	56	15%
\$ 200 o más	12	3%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
Elaborado por: Félix Delgado*



*Gráfico 8: Pregunta 8  
Elaborado por: Félix Delgado*

**Análisis:** A través de la investigación, se obtiene los datos de que el presupuesto con más auge es el de \$26-50 correspondiente al 60% de los encuestados, en segunda lugar se encuentran personas con un aproximado de \$0-25 con el 22% correspondiente a 85, el 15% con 56 personas cuentan con \$51-100 y finalmente el 3% correspondiente a 12 con un rango de 200 o más, lo que

nos indica que los servicios a ofertar en la discoteca deben adaptarse al nivel de deuda de los jóvenes principalmente.

**Pregunta 9: ¿Cuál es la bebida que más consumes?**

**Tabla 9**

*Pregunta 9*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Cerveza	120	31%
Ron	25	7%
Vodka	80	21%
Whisky	15	4%
"24/7"	100	26%
Otros	43	11%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
Elaborado por: Félix Delgado*



*Gráfico 9: Pregunta 9  
Elaborado por: Félix Delgado*

**Análisis:** De acuerdo a los datos obtenidos la bebida más consumida por los futuros consumidores es la cerveza con el 31% el cual engloba a 120 personas, también el 26% correspondiente a 100 encuestados consume bebidas artesanales como 24/7 por su economía y variedad, le sigue la categoría otros con 11% que se da a distintos tipos de bebidas que existen hoy en día y que los jóvenes buscan probar, estos suman 43, el 7% que corresponde a 25 personas prefiere el ron y se concluye con 15 personas que consumen es su mayoría Whisky con el 4%.

**Pregunta 10: ¿Te gustaría conocer nuevos lugares de entretenimiento que sean fuera de lo común?**

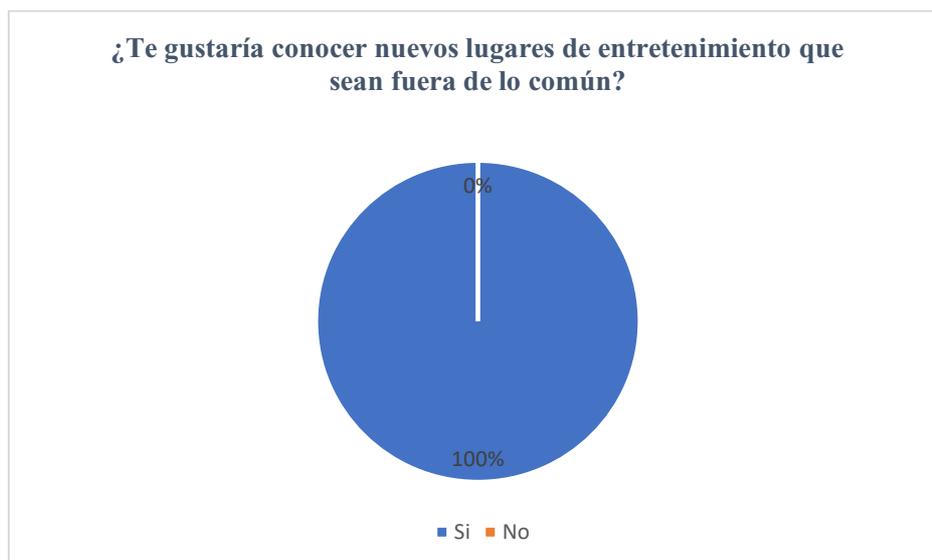
**Tabla 10**

*Pregunta 10*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	383	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta*

*Elaborado por: Félix Delgado*



*Gráfico 10: Pregunta 10*

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Análisis:** La investigación y con énfasis en la pregunta 10 nos indica que el 100% de los encuestados, es decir 383 personas gustarían de conocer nuevos lugares de entretenimiento que sean fuera de lo común, por el simple hecho de explorar en nuevas cosas que puedan dar ese gusto y esa satisfacción en tema de diversión y entretenimiento.

**Pregunta 11: ¿Cuáles serían las razones por la que acudirías con tus amigos a una nueva discoteca?**

**Tabla 11**

*Pregunta 11*

Variable	Frecuencia Total	Porcentaje
Por promociones de inauguración	81	21%
Por experimentar nuevas cosas	103	27%
Por curiosidad	103	27%
Por demanda insatisfecha	96	25%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Manta  
 Elaborado por: Félix Delgado

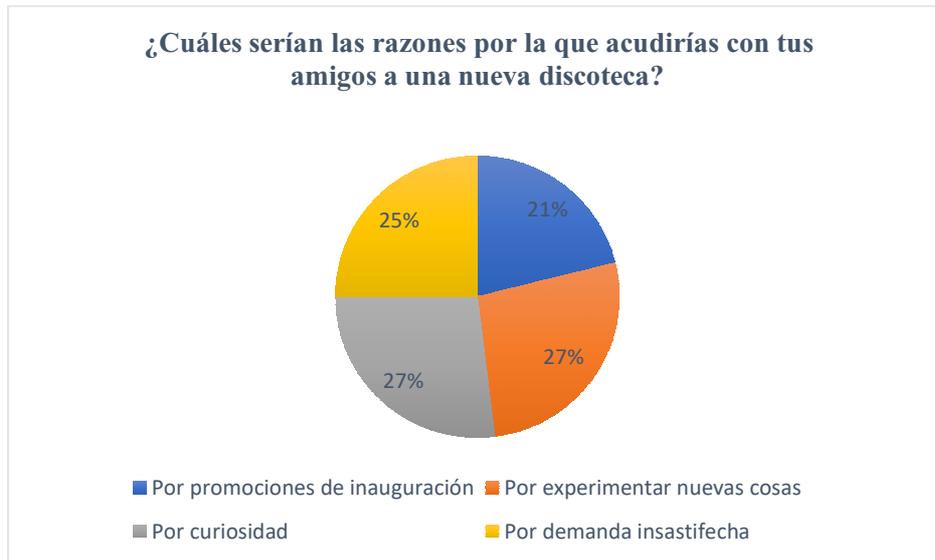


Gráfico 11: Pregunt 11  
 Elaborado por: Félix Delgado

**Análisis:** De acuerdo a los datos obtenidos hay un empate con 27% correspondiente a 103 encuestados, que tienen como razón acudir a nueva discoteca para experimentar cosas nuevas y por curiosidad respectivamente, otros 96 encuestados con un porcentaje de 25% serían la demanda insatisfecha con ansias de lugares que cubran sus expectativas y finalmente están las promociones de inauguración que sería un enganche para 81 personas que corresponden al 21%.

**Pregunt 12: ¿Qué aspecto crees que determine que una persona regrese y recomiende una discoteca?**

**Tabla 12**

*Pregunt 12*

Variable	Frecuencia Total	Porcentaje
Buen ambiente	106	28%
Precios cómodos	108	28%

Buena atención	169	44%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

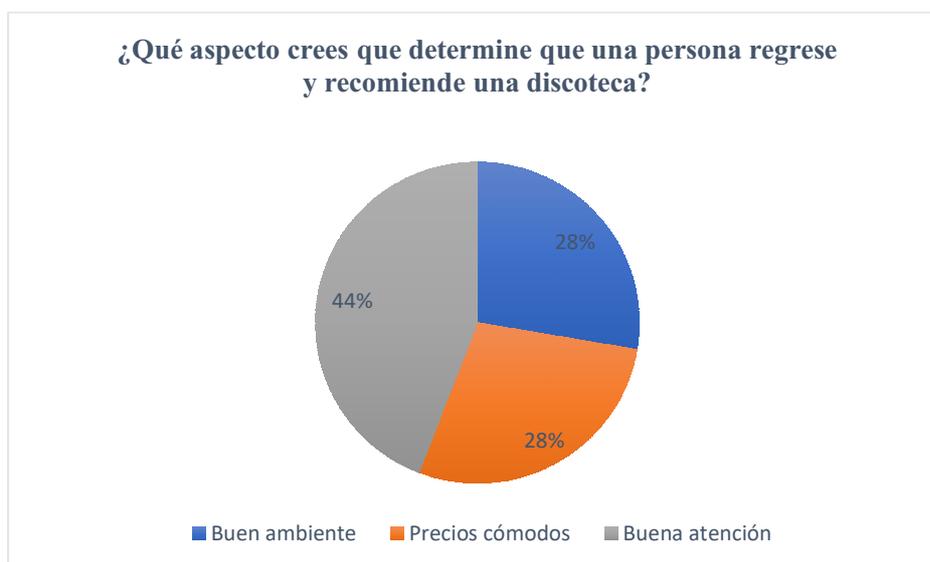


Gráfico 12: Pregunta 12  
Elaborado por: Félix Delgado

**Análisis:** Según los datos obtenidos, para que una persona regrese y recomiende una discoteca esta debe tener buena atención lo que corresponde al 44% de los encuestados con un total de 169 personas, también el tema de los precios cómodos que con el 28% y con 108 encuestados son quienes buscan la flexibilidad de los costos al momento de divertirse, así mismo el buen ambiente llama la atención con otro 28% correspondiente a 106 interrogados.

### 3.7. Estudio de las variables del Marketing Mix (Producto, Precio, Promoción y Plaza)

#### Marketing Mix

(Gallardo, 2013)

Entiende a cada variable del marketing-mix como un signo y a su gestión como una acción comunicativa de cambio semántico y conductual.

- **Producto:**

Es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características.

En el caso de la discoteca, se acoplará al servicio de entreteniendo y que en este caso también incluyen los productos que dentro del mismo se van a ofertar, un caso claro son las bebidas que se consumirán.

- **Precio:**

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado.

Como se menciona la discoteca se adaptará dependiendo de la inflación del país y de los precios ajustables conforme a la competencia y el mercado en general.

- **Promoción:**

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales (cómo es la empresa=comunicación activa; cómo se percibe la empresa=comunicación pasiva).

Conociendo la definición, el establecimiento dedicado a la distracción y entretenimiento procede a realizar las diferentes actividades guiándose por posibles adherentes de clientes (ofertas, nuevos eventos, botellas gratis, etc.) que puedan atraer a la clientela.

- **Plaza:**

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el

manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

La discoteca busca a través de un lugar con afluencia y movimiento cubrir esta variable, donde la gente tenga la facilidad de escoger ingresar y consumir de dicho servicio, he aquí la importancia de la plaza a escogerse.

### **3.8.Análisis competitivo (Porter)**

El análisis competitivo es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno. El análisis competitivo ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo. Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa (Porter, 1982)

Las 5 fuerza de Porter son la siguiente

#### **3.8.1. Poder de negociación de los compradores o clientes.**

El poder de negociación de los clientes debe equilibrarse con una estrategia adecuada que persiga este fin, ya que los clientes cada vez van ganando más poder.

En el caso de la discoteca el poder de negociación con los clientes es ALTO, por la capacidad de elección que se tiene hacia los clientes.

#### **3.8.2. Poder de negociación de los proveedores o vendedores**

La empresa al ser nueva e innovadora dentro del mercado no cuenta con una lista de proveedores establecidos, las mismas que podrían más adelante irse sumando.

Por eso se trata a los proveedores como socios de la empresa y así compartir con ellos el objetivo final que es el de satisfacer las necesidades de los clientes. Básicamente un proveedor se convierte

en un sustentador de la materia prima o transformada de una empresa, es por eso que es importante saber y buscar ya sea por sus precios, calidad y disponibilidad.

Conforme a esto la discoteca tendría un poder de negociación BAJO, por el tema de los diversos proveedores que existen y por su método de enganche que es por volúmenes.

### **3.8.3. Amenazas de nuevos competidores entrantes.**

Actualmente existen empresas dedicada a la actividad, logrando de cierto modo que la empresa formule estrategias de competencia ya que la rivalidad de los competidores define la rentabilidad de un sector, es decir que mientras menos competitivo se encuentre un sector será más rentable.

El nivel de amenaza de nuevos competidores es ALTO por ser una ciudad con la apertura y el crecimiento de nuevos negocios.

### **3.8.4. Amenazas de producto sustitutos.**

Los productos sustitutos son aquellos cuya demanda en el mercado se comporta como una relación inversa, esto quiere decir que dos productos son sustitutos cuando el aumento en el precio de uno genera un aumento en el consumo del otro.

No hay que olvidar un papel muy importante dentro de los productos sustitutos lo juegan los clientes, ya que ellos establecen sus preferencias de diseños ya sea por su precio, calidad, cultura entre otros.

La amenaza para la discoteca de productos sustitutos es ALTA y puede enfocarse en locales de comidas que también ofertan bebidas y buenos ambientes y clandestinos de eventos.

### **3.8.5. Rivalidad entre los competidores.**

El tema de rivalidades entre empresas es ALTO, debido a que cada uno de estas pueden ofrecer diferentes opciones y diferentes espacios que se adaptarían a la demanda de la clientela, sin

embargo, con este nuevo emprendimiento se busca siempre innovar y estar a la cabeza de las competencias en relación a entretenimiento y distracción.

#### 4. Descripción del producto

##### 4.2. Características del producto o servicio

La empresa es una discoteca, dedicada a la prestación de servicios y entretenimiento nocturno donde se mezclan bebidas, música, baile e innovadores eventos.

Las características que engloban el emprendimiento son las siguientes:

##### 4.2.1. Ambiente

El cliente, contará con buenos aspectos que harán de su estancia más grata y placentera, tales como:

- Cómodos asientos
- Mesas amplias
- Espacio adaptable (Zona privada, escenario, tubos de baile)
- Baños limpios



*Imagen 1 Mesa luminosa*  
*Fuente: Google imágenes*



*Imagen 2 Sillas luminosas*  
*Fuente: Google imágenes*

#### 4.2.2. Bebidas

La discoteca contará con variedades de bebidas, en plan de que el usuario cumpla con sus gustos y necesidades:

- Cervezas (Pilsener, Club, Corona, etc.)
- Cocteles
- Vodka
- Ron
- Whisky



*Imagen 3: Cerveza  
Fuente: Google imágenes*



*Imagen 4: Ron  
Fuente: Google imágenes*

#### 4.2.3. Sonido

Un aspecto muy importante es el de sonidos variados y con ritmos, la empresa prevé todo tipo de canciones que tengan un gran impacto en la clientela, a continuación, algunas de ellas:

- Música Antigua
- Música Actual
- Ritmos tropicales
- Clásicos de ayer y hoy
- Romanticismo (Géneros de bachatas, baladas y salsas)
- Reguetones y raps



*Imagen 5 Parlantes de discoteca*  
*Fuente: Google imágenes*



*Imagen 6 Espacio cerrado donde no escapa el sonido*  
*Fuente: Google imágenes*

#### **4.2.4. Animación**

Por tratarse de una empresa innovadora y con el fin de enganchar a las personas, se busca a través de animaciones personalizadas cumplir este cometido, en esta sección se pueden presentar los siguientes puntos:

- Cantantes invitados
- Sonidistas
- Visitas de famosos
- Dj

- Bailarinas
- Eventos personalizados (Show de Strippers, show de hora local, show de talentos etc.)



*Imagen 7 Shows personalizados  
Fuente: Google imágenes*



*Imagen 8 Bailarinas  
Fuente: Google imágenes*

#### 4.2.5. Luces

Todo lo referente a iluminación y proyecciones es sumamente importante, aquí la empresa busca ese punto a favor a través de:

- Máquinas de humo
- Ambientadores
- Focos led
- Figuras de luz



Imagen 9 Máquinas de humo  
Fuente: Google imágenes



Imagen 10 Figuras led  
Fuente: Google imágenes

#### 4.2.6. Otros productos que se pueden ofertar

Los interesados también tienen la posibilidad de abarcar otras necesidades, y para eso estamos nosotros, también se contará con:

- Cigarrillos
- Piqueos
- Energizantes



Imagen 11 Bebidas energizantes  
Fuente: Google imágenes



Imagen 12 Cigarrillos  
Fuente: Google imágenes

#### 4.3. Análisis de la capacidad instalada

El servicio se brindará de martes a sábado, en horarios desde las 18:00pm horas hasta las 02:00am, con mayor auge en fines de semana, mismos días que habrá distintas promociones (2x1 en bebidas, barras libres, doble ingreso, mujeres gratis, etc.)

A continuación, el análisis de la capacidad instalada mediante un cuadro con referencias de día, mes y año.

**Tabla 13**

*Capacidad instalada*

Horas por día	Personas por hora	Días a la semana	Clientes Diarios	Clientes por Semana	Clientes al mes	Semanas al Año	Clientes Anuales	%
<b>8</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>32</b>	<b>160</b>	<b>640</b>	<b>52</b>	<b>8,320</b>	<b>100%</b>

*Elaborada por: Félix Delgado*

#### **4.4. Análisis comparativo con productos similares**

Existen también otros tipos de negocios similares, aunque en ocasiones un mismo establecimiento puede compartir características de todos (Gallegos, 2016)

- **El pub** es un establecimiento típico de Inglaterra que abre de noche, toca música y vende preferentemente bebidas alcohólicas.
- **La taberna:** De carácter popular o, en cualquier caso, conectado con algún tipo de cultura popular que lo identifica. Generalmente ofrece la posibilidad de consumir comida en un entorno informal, en la barra o en mesas al efecto sin apenas servicio por parte del establecimiento.
- **Salón:** Establecimiento típico americano, donde se servía comida, bebida, alojamiento, cocheras y servía eventualmente como lugar de reuniones sociales.
- **Club prive:** Establecimiento típicamente inglés. En él se servían determinados tipos de bebidas, como por ejemplo Gin.

- **Americana Bar:** Se considera que este típico bar americano es el padre de todos los bares, tales como se conciben hoy en día. Toda gira en torno al servicio que este presta.
- **Cabaret:** Este establecimiento típicamente francés se hizo famoso durante la guerra por la combinación del Champagne, la prostitución, etc.
- **Piano Bar:** Este establecimiento, inmortalizado en la película Casablanca, es típicamente americano y similar al American Bar. Su característica principal es la presencia de un piano de cola al final del mostrador.
- **Only drink Bar:** Establecimiento típico americano, en el cual sólo se va a beber, sin ningún tipo de entretenimiento que distraiga la atención del cliente, que los visitan por manera ocasional o repentina.
- **Harris Bar:** Típicamente inglés, está ambientado con mucha madera y dispone de un servicio de cócteles.
- **Dancing bar:** Típicamente americano, este establecimiento consistía en un salón con pista de baile.
- **Snack Bar:** Es un establecimiento típico americano, en el cual se sirven comidas rápidas. Son frecuentes en Terminales, Hoteles y lugares de esparcimiento.
- **Bar karaoke:** La singularidad de estos locales es que cuentan con karaoke para que los clientes puedan elegir y cantar canciones de un amplio repertorio musical mientras toman una copa.

El análisis comparativo que se hace de esta variedad de lugares, no está direccionado a precios e infraestructura, más bien a la atención y demanda del cliente es por eso que este nuevo emprendimiento trataría de abarcar parte de cada uno de ellos de una manera innovadora y solvente al público.

## 5. Estudio Técnico

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Baca, 2010).

### 5.2. Descripción de las características de localización del negocio.

Un punto clave en el desarrollo del proyecto, es el de la localización, es lo que hace viable al proyecto en términos de creación, de esta manera para determinar la eficaz localización es necesario seleccionar el lugar que cumpla con las expectativas de los futuros consumidores.

#### 5.2.1. Macro localización

La macro localización se refiere a la ubicación del proyecto a nivel macro, la provincia, Cantón y zona en donde estará ubicado. Se ha previsto la macro localización del proyecto en la provincia de Manabí, Cantón Manta, Parroquia urbana Manta.

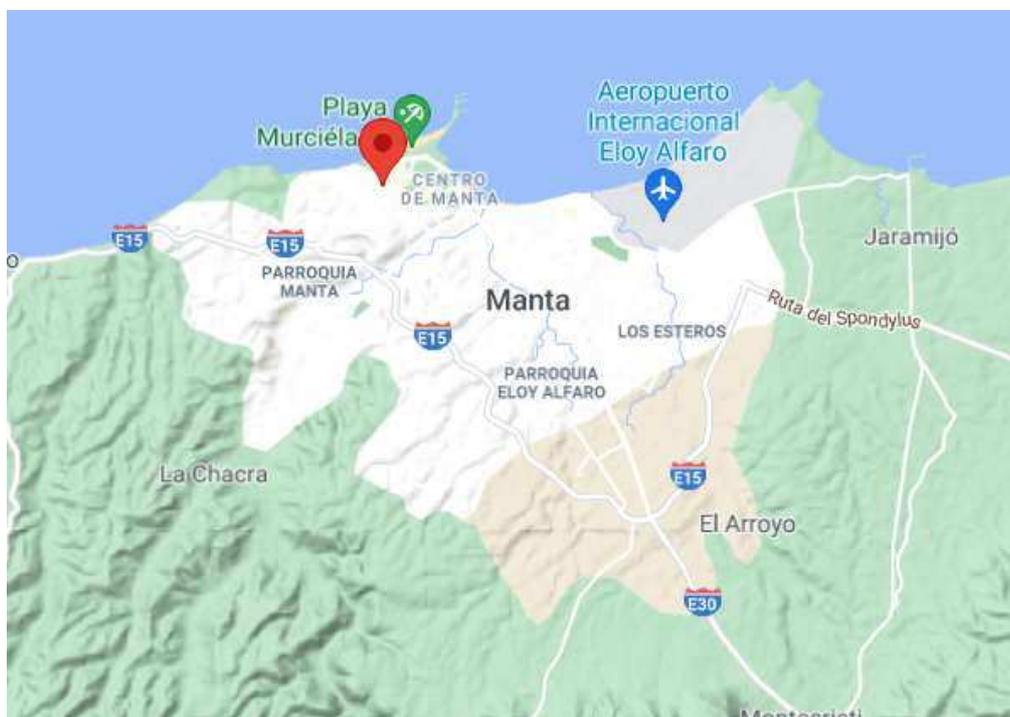
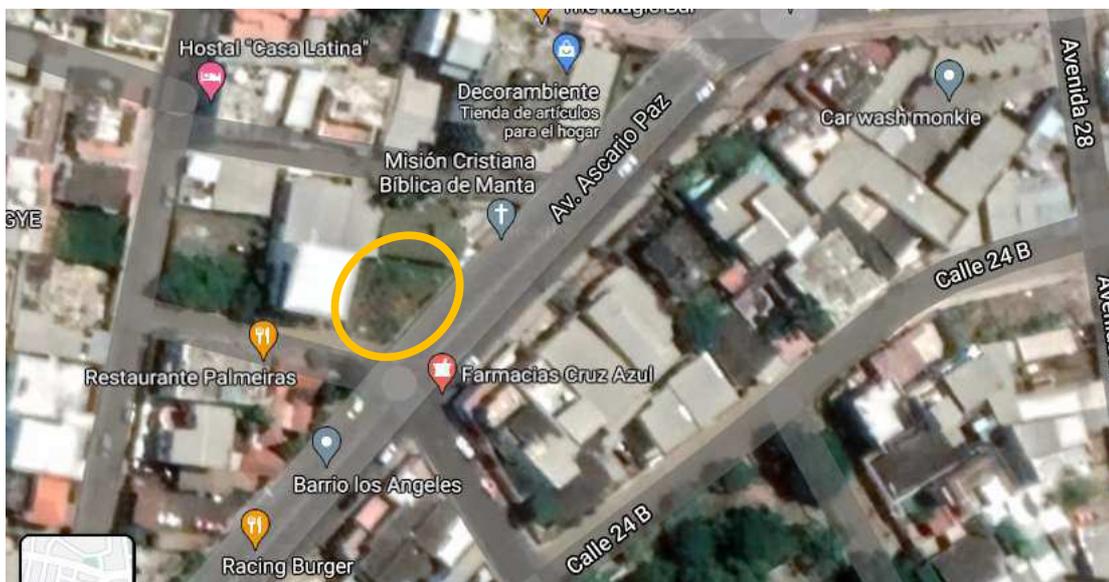


Imagen 13 Macro-localización  
Fuente: Google Maps

### 5.2.2. Micro localización

Para ubicar la discoteca he creído conveniente que sea en un lugar con la debida distancia del centro del cantón Manta, así mismo con la debida cercanía, esto quiere decir en una zona intermedia por el mismo hecho de ser una empresa de servicios sin embargo está cerca de nuestro mercado consumidor para la respectiva prestación del servicio y el lugar cuenta con todos los servicios básicos que se necesitan para la implementación. La empresa se encuentra ubicada en la Avenida Ascario Paz, cerca de la zona rosa de la Flavio Reyes, lugar con diferentes afluentes de vías y con historia en empresas de entretenimiento y distracción.



*Imagen 14 Micro-localización- Relieve  
Fuente: Google Maps*

Como parte de la micro localización se debe indicar que para la puesta en marcha del negocio se ha establecido alquilar las instalaciones, mismas que deben ser acondicionadas de acuerdo al concepto y las necesidades del mismo, para ello se ha destinado un monto de \$4.000,00, detallados en la tabla a continuación:

Tabla 14

Inversión en adecuaciones

EDIFICIO			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Adecuaciones	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.000,00</b>	<b>\$ 4.000,00</b>

Elaborada por: Félix Delgado

### 5.3. Bosquejo del área de trabajo

En la imagen podemos observar la distribución del área de trabajo de la discoteca, el escenario cerca del espacio de baile, junto a las mesas y sillas, por otro lado, la barra con viabilidad de despachar bebidas junto a la bodega, los baños a un lateral, haciendo de esto un espacio con equilibrio entre cercanía y amplitud.

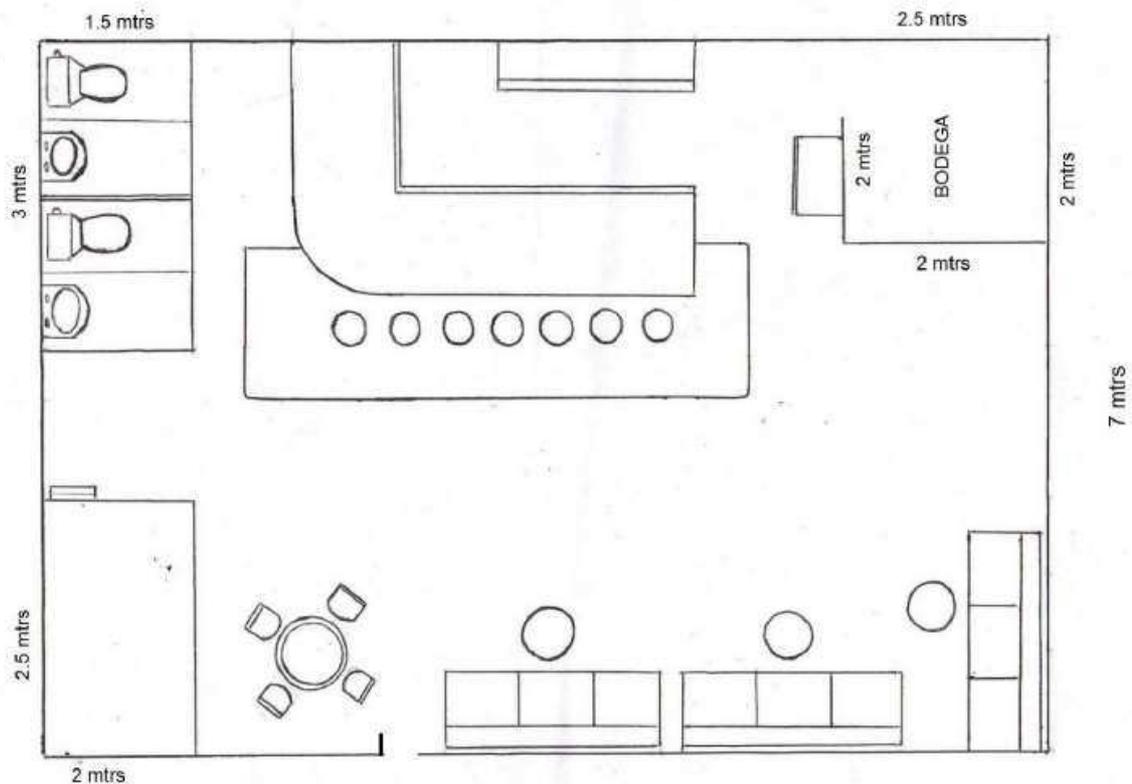
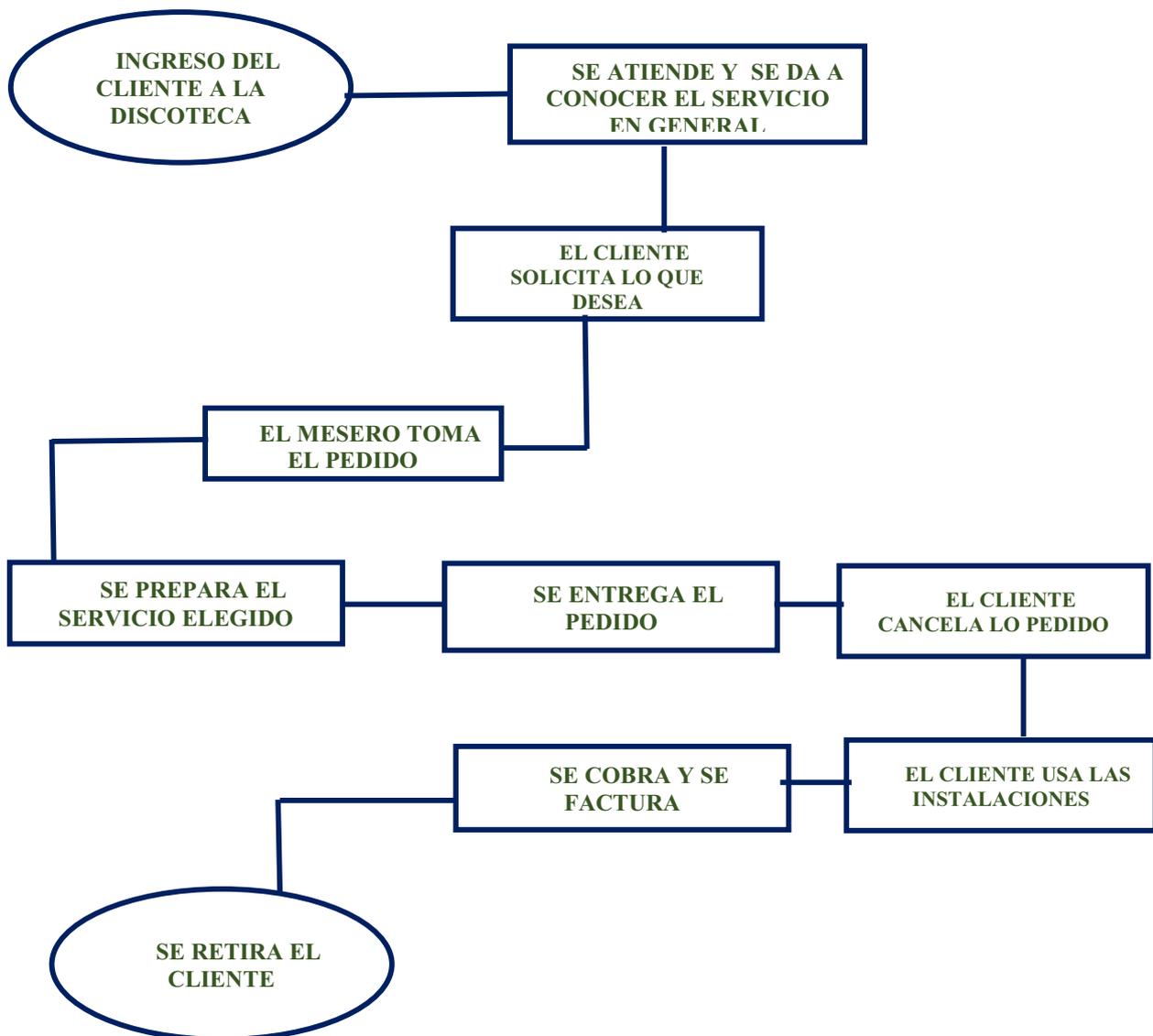


Imagen 15 Área de trabajo  
Elaborado por: Félix Delgado

#### 5.4. Diagrama de procesos

El proceso para brindar el servicio de distracción y entretenimiento se realizará acorde a los mecanismos establecidos anteriormente por su propietario, pero a su vez respetando las decisiones e indicaciones de los clientes tal y como se muestra en la imagen a continuación:

Figura 1: Diagrama de procesos



Elaborado por: Félix Delgado

## 5.5.Listado de máquinas, equipo y herramientas

Tabla 15

*Máquinas, Equipos y Herramientas*

<b>Máquinas, Equipos y Herramientas</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
<b>Mesa</b>	10	\$70,00	\$700,00
<b>Silla</b>	50	\$25,00	\$1.250,00
<b>Cristalería</b>	1	\$400,00	\$400,00
<b>Foco Normal</b>	15	\$1,75	\$26,25
<b>Foco Led</b>	8	\$6,00	\$48,00
<b>Cámara de humo</b>	4	\$40,00	\$160,00
<b>Parlante</b>	4	\$80,00	\$320,00
<b>Amplificador (Parlante y Micrófono)</b>	1	\$500,00	\$500,00
<b>Micrófono</b>	6	\$7,00	\$42,00
<b>Mezclador</b>	1	\$350,00	\$350,00
<b>Tubo Metálico</b>	1	\$10,00	\$10,00
<b>Congelador</b>	3	\$500,00	\$1.500,00
<b>Estantería</b>	2	\$400,00	\$800,00
<b>Proyector</b>	2	\$250,00	\$500,00
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 6.606,25</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

## 6. Estudio Organizacional

De acuerdo a (Medina, 2010) los estudios organizacionales se enfocan en el estudio y análisis del fenómeno organizacional en su amplia diversidad y la administración se enfoca en el estudio y generación de técnicas, prácticas y procedimientos administrativos para hacer más efectivas sobre todo a las organizaciones empresariales.

### 6.2. Niveles Administrativos

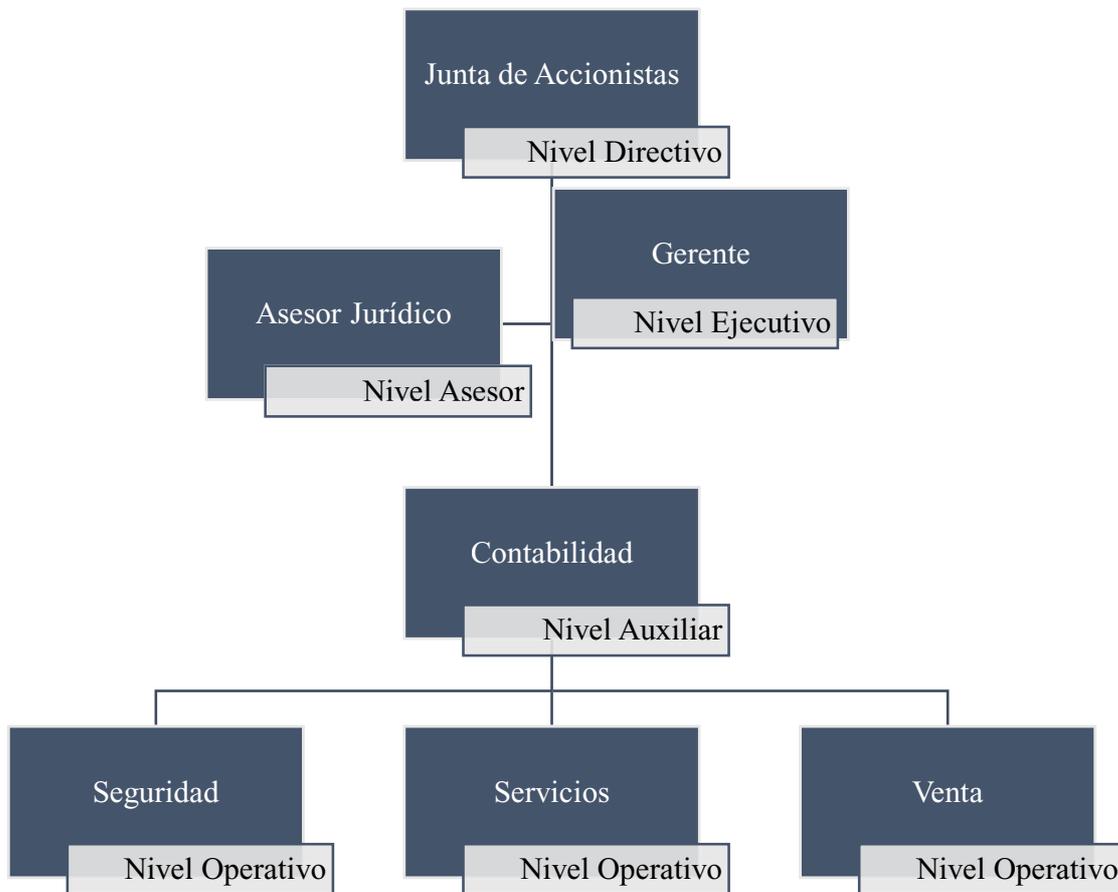
La discoteca dedicada a la distracción y el entretenimiento señala lo siguientes niveles administrativos:

- **Nivel Directivo:** Es el órgano máximo dirección de la empresa, está integrada por los socios legalmente constituidos; y para su actuación está representado por el presidente.
- **Nivel Ejecutivo:** Está conformado el gerente él cual será nombrado por el nivel Directivo; y será responsable de la gestión operativa.
- **Nivel Asesor:** Toda empresa cuenta con un asesor jurídico que será requerido solo cuando la empresa lo necesite, es decir ocasional.
- **Nivel Auxiliar:** Su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de niveles ejecutivos. En la discoteca este nivel estará conformado por el secretario/a-contador/a.
- **Nivel Operativo:** Este nivel está conformado por todos los puestos del Bar-Karaoke, que está conformado en nuestro caso por los departamentos de servicios.

### 6.3. Organigrama estructural y funcional

A continuación se desglosa el organigrama de la estructura de la empresa de entretenimiento y distracción:

Figura 2: Organigrama Estructural y Funcional



Elaborado por: Félix Delgado

#### 6.4. Funciones según las responsabilidades de cada persona.

Tabla 16

*Funciones y responsabilidades- Gerente*

Puesto	Perfil del ocupante	Objetivo del Puesto
Gerente	Licenciatura en carreras empresariales, experiencia en organización de eventos, poder de negociación propia, capacidad para dirigir personas de acuerdo al cargo, edad entre 25 y 40 años.	Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades administrativas y operativas dentro de la empresa.
<b>Funciones a realizar</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encargará de la administración general del negocio.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisara el desempeño de los trabajadores.</li> <li>• Controlar y dará ejemplo de disciplina.</li> </ul> </li> <li>• Estará encargado de solucionar cual quiere tipo de problema que se suscitase en la administración y funcionamiento del lugar.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Será encargado de llevar proyectos de mejoramiento de lugar.</li> </ul> </li> <li>• Cumplir con los procedimientos legales que demanden el funcionamiento del negocio.</li> </ul>		
<b>Experiencia:</b>		3 a 5 años

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 17**

*Funciones y responsabilidades- secretario/a-Contador/a*

<b>Puesto</b>	<b>Perfil del ocupante</b>	<b>Objetivo del Puesto</b>
Secretario/a Contador/a	Licenciado o contador público  Serio, preciso, confiable, responsable.	Realizar y brindar asistencia directa a la gerencia de la empresa además de controlar e informar de todos los procesos que se lleven a cabo dentro de la empresa.
<b>Funciones a realizar</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevará la contabilidad total de la discoteca reportando periódicamente el flujo de efectivo de la misma</li> <li>• Mantener archivos de la correspondencia enviada y recibida.</li> <li>• Y las demás funciones que disponga su jefe inmediato superior, dentro de su campo de acción.</li> </ul>		
<b>Experiencia:</b>		3 años en el área contable

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 18***Funciones y Responsabilidades- Guardia de seguridad*

<b>Puesto</b>	<b>Perfil del ocupante</b>	<b>Objetivo del Puesto</b>
Guardia de Seguridad	Conocimientos de defensa personal y conocimientos básicos de Primeros Auxilios.	Realizar la respectiva evaluación una vez que ingresa, y verificar el orden dentro de la misma.
<b>Funciones a realizar</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Controla el Ingreso de las personas.</li><li>• Solicita documentos de identidad a menores de edad, sospechosos y comunica a la policía nacional.</li><li>• Cuida y resguarda que dentro y fuera del local no exista disturbios e inconvenientes menores y tratar de solucionarlo.</li><li>• Advierte a los clientes que quieren crear algún tipo de problema lo deriva fuera del local a todos aquellos clientes que sigan causando inconvenientes aún después de ser advertidos.</li><li>• Trata con amabilidad y respeto a los clientes.</li><li>• Prohíbe la entrada de aquellos que no sean clientes.</li></ul>		
<b>Experiencia:</b>		1 año

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 19***Funciones y Responsabilidades- Dj*

<b>Puesto</b>	<b>Perfil del ocupante</b>	<b>Objetivo del Puesto</b>
Dj	Licenciado o contador público Serio, preciso, confiable, responsable.	Llevar un buen control del sonido y buen aviente.
<b>Funciones a realizar</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Planificar diariamente los temas a digitalizar.</li><li>• Verificar sonido, luces y decoración del local tres horas antes de la apertura.</li><li>• Solicitar la compra de equipos, previa entrega de tres presupuestos, como mínimo.</li><li>• Manejar el archivo e inventario de todo el equipamiento, luces y sonidos del local.</li><li>• Solicitar la contratación de ayudantes según sea necesario.</li></ul>		
<b>Experiencia:</b>		1 o 2 años con buenas referencias

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 20**

*Funciones y Responsabilidades- Mesero*

<b>Puesto</b>	<b>Perfil del ocupante</b>	<b>Objetivo del Puesto</b>
Mesero	Título de bachiller Eficiente, Competente, Carismático con Espíritu de Equipo.	Gestionar y liderar la realización del servicio para garantizando el cumplimiento y dar una buena imagen a los usuarios.
<b>Funciones a realizar</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir los pedidos de consumo de los clientes               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar los pedidos en la barra y cocina.</li> </ul> </li> <li>• Completar la ficha de pedido y verificar el control al final de la jornada.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar el pedido al cliente.</li> <li>• Juntar botellas vacías y platos utilizados.</li> <li>• Mantener la limpieza permanente en el lugar.</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Experiencia:</b>		1 año.

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 21**

*Funciones y Responsabilidades- Barman*

<b>Puesto</b>	<b>Perfil del ocupante</b>	<b>Objetivo del Puesto</b>
Barman	Ágil, preciso. Conocimiento en preparación de tragos Cursos atención al cliente. Sexo masculino Edad entre 20 a 30 años.	Brindar comodidad a los clientes en los sitios de trabajo del área a la cual está prestando los servicios de entrega de bebidas en la barra.
<b>Funciones a realizar</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce todos los tipos de bebidas usadas en el bar.</li> <li>• Debe conocer los tipos más comunes de botanas.</li> <li>• Debe conocer el almacenamiento correcto de los vinos.</li> <li>• Debe conocer la preparación de bebidas compuestas.</li> <li>• Debe conocer el tipo de cristalería donde servir cada bebida.</li> <li>• Levanta inventarios para solicitar lo faltante al almacén.</li> <li>• Llena requisiciones al almacén.</li> <li>• Prepara botanas.</li> <li>• Sirve bebidas.</li> <li>• Elabora junto con el cajero de bar el informe de control de botellas cerradas vendidas.</li> <li>• Elabora una pequeña exposición de bebidas para promocionar y atraer nuevos clientes.</li> <li>• Cerrar el bar y proteger todos los artículos.</li> <li>• Distribuye y evalúa las tareas de su ayudante.</li> </ul>		
<b>Experiencia:</b>		Experiencia anterior en pub o discotecas 1 año

*Elaborado por: Félix Delgado*

### **6.5.Previsión de RRHH**

Un Plan de Previsión de recursos humanos es un instrumento de gestión del talento humano que permite contrastar los requerimientos de personal con la disponibilidad interna que se tenga del mismo, a fin de adoptar las medidas necesarias para atender dichos requerimientos (Escalera Chavez, 2007).

Para el presente proyecto de emprendimiento se ha establecido integrar a 5 personas como parte del equipo de trabajo, quienes desarrollarán las tareas de gerencia, contabilidad, así como las del área operacional, mesero, barman y guardia de seguridad. A continuación, se presentan dos nóminas de sueldo, la primera correspondiente al año 1 de operaciones en el cual no se genera pago por fondos de reserva, y el segundo en el que ya se refleja dicho beneficio de ley, tal como se observa en las siguientes tablas:

**Tabla 22**

*Nómina de trabajadores primer año*

CARGO PERSONAL	SUELDOS EMPLEADOS PRIMER AÑO						Total anual
	Remuneración \$		Beneficios \$				
	Mensual	T. Anual	13er S.	14to S.	Vacaciones	A. Patronal	
Gerente general	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 400,00	\$ 350,00	\$ 936,60	\$ 10.786,60
Secretario/a contador/a	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 550,00	\$ 400,00	\$ 275,00	\$ 735,90	\$ 8.560,90
Mesero	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 535,20	\$ 6.335,20
Barman	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 535,20	\$ 6.335,20
Guardia de seguridad	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 535,20	\$ 6.335,20
<b>Total</b>	<b>\$2.450,00</b>	<b>\$ 29.400,00</b>	<b>\$2.450,00</b>	<b>\$2.000,00</b>	<b>\$1.225,00</b>	<b>\$ 3.278,10</b>	<b>\$ 38.353,10</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 23**

*Nómina de trabajadores a partir del segundo año*

CARGO PERSONAL	SUELDOS EMPLEADOS A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO							Total anual
	Remuneración \$		Beneficios \$					
	Mensual	T. Anual	13er S	14to S	Vaca.	F. reserva	A. Patronal	
Gerente general	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 400,00	\$ 350,00	\$ 699,72	\$ 936,60	\$ 11.486,32
Secretario/a contador/a	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 550,00	\$ 400,00	\$ 275,00	\$ 549,78	\$ 735,90	\$ 9.110,68
Mesero	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 399,84	\$ 535,20	\$ 6.735,04
Barman	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 399,84	\$ 535,20	\$ 6.735,04
Guardia de seguridad	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 399,84	\$ 535,20	\$ 6.735,04
<b>Total</b>	<b>\$2.450,00</b>	<b>\$ 29.400,00</b>	<b>\$2.450,00</b>	<b>\$2.000,00</b>	<b>\$1.225,00</b>	<b>\$ 2.449,02</b>	<b>\$ 3.278,10</b>	<b>\$ 40.802,12</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

## 6.6.Listado de equipos y muebles de oficina

Tabla 24

*Equipos de oficina*

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Acondicionador de Aire	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Teléfono	2	\$ 48,99	\$ 97,98
Dispensador de agua	1	\$ 49,99	\$ 49,99
Caja registradora	1	\$ 330,00	\$ 330,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 728,98</b>	<b>\$ 777,97</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

Tabla 25

*Equipos de computación*

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadora	2	\$ 399,00	\$ 798,00
Impresora	1	\$ 179,99	\$ 179,99
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 578,99</b>	<b>\$ 977,99</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

Tabla 26

*Muebles y enseres*

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	2	\$ 134,99	\$ 269,98
Silla giratoria	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Bote de basura	2	\$ 8,75	\$ 17,50
Papeleras	2	\$ 6,78	\$ 13,56
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 210,52</b>	<b>\$ 421,04</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

## **7. Estudio Legal y Societario**

### **7.2.Marco Legal**

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, por lo tanto, la discoteca debe cumplir con lo que se menciona a continuación.

### **7.3.Requisitos para su legitimidad**

Se constituirá una compañía limitada. La misma puede ser conformada por mínimo 2 socios y un máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).

#### **1. Reservar un nombre**

Una vez que se tenga elegido el nombre de la empresa se debe acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que se ha pensado.

#### **2. Elaborar los estatutos**

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

#### **3. Abrir una “cuenta de integración de capital”**

Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Poseer un capital mínimo de \$400 para compañía limitada.
- Una Carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.
- 2 copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.

Después se debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

#### **4. Elevar a escritura pública**

Se debe ir a cualquier notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. Aprobar el estatuto

Se debe llevar también la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

6. Publicar en un diario

La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

7. Obtener los permisos municipales

Se debe ir al municipio de la ciudad donde se crea la empresa, donde se deberá:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

8. Inscribe tu compañía

Con toda la documentación anterior, se debe ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

9. Realiza la Junta General de Accionistas

Se debe realizar una Junta con los socios dónde se nombran a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtener los documentos habilitantes

Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribir el nombramiento del representante

Nuevamente en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.

#### 12. Obtener el RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

#### 13. Obtener la carta para el banco

Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías entregarán una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para poder disponer del valor depositado.

Este proceso legal acarrea así mismo una serie de gastos que se pagan por anticipado, es decir antes de iniciar el negocio, los cuales se relacionan a permisos, patentes, registro y servicios notariales, sumando un total de \$1.629,00, tal como se detalla a continuación:

**Tabla 27**

*Gastos de adecuación*

<b>GASTOS DE ADECUACIÓN</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Línea telefónica	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 80,00</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 28***Registro de marca*

<b>REGISTRO DE MARCA SENADI</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Búsqueda general de signo distintivo	\$ 16,00
Informe de búsqueda especial	\$ 2,00
Registro de marca	\$ 208,00
Registro de lema comercial	\$ 208,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 434,00</b>

*Elaborado por: Félix Delgado***Tabla 29***Inversiones diferidas*

<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>	
<b>Gastos Legales y de Constitución</b>	<b>VALOR</b>
Servicios notariales	\$ 120,00
Capital de constitución	\$ 800,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00
Permiso de funcionamiento Municipal	\$ 60,00
Patente Municipal	\$ 50,00
Publicación en prensa	\$ 35,00
Gastos de adecuación	\$ 80,00
Registro de marca SENADI	\$ 434,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.629,00</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

## 8. Estudio Económico Financiero

### 8.1. Costo unitario de producción

El costo unitario en el presente proyecto está representando por aquellos valores generados en la generación del servicio discoteca para distracción y entretenimiento, en este se consideran los costos fijos, costos variables y la cantidad de servicios a ofrecer proyectados al año.

Este rubro es importante puesto que permite hacer una relación entre la cantidad de egresos que se generan en producir una determinada cantidad de bienes y servicios.

**Tabla 30**

*Costo unitario*

<b>COSTO UNITARIO</b>		
<b>COSTOS FIJOS</b>	Marketing	\$ 1.800,00
	Servicios Básicos	\$ 2.259,15
	Mantenimiento	\$ 507,04
	Gastos Generales	\$ 10.831,39
	Materiales de Oficina	\$ 40,44
	Materiales de Computación	\$ 21,50
	Servicios prestados	\$ 5.400,00
	Seguros	\$ 2.400,00
	Materiales de limpieza	\$ 284,00
	Sueldos y Salarios	\$ 19.347,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 43.175,01</b>	
<b>COSTOS VARIABLES</b>	Materia Prima	\$ 52.771,08
	Mano de Obra Directa	\$ 19.005,60
	Mano de Obra Indirecta	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 71.776,68</b>	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$ 114.951,69</b>
<b>Nº DE ADMISIONES BARRA LIBRE AL AÑO</b>		<b>7.680</b>
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>		<b>\$ 14,97</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

Para el presente proyecto de emprendimiento se estima generar 7.680 admisiones barra libre (entradas) en la discoteca durante el primer año, estas actividades generan un costo total de \$114.951,69, dentro del cual se consideran los costos fijos y costos variables. Al dividir el costo total para la cantidad de servicios a ofrecer se genera un costo total unitario de \$14,97, esto permite conocer en términos monetarios cuánto costaría producir y prestar cada servicio.

## 8.2. Estructura de costos y gastos

Los costos y gastos dentro del presente modelo de negocio están representados por aquellos valores operacionales y administrativos que se generan en el proceso de la generación del servicio de discoteca para distracción y entretenimiento, siendo estos indispensables dentro de la proyección de egresos del presente estudio financiero.

### 8.2.1. Costos

Dentro de las actividades desarrolladas por la discoteca para distracción y entretenimiento se consideran como costos aquellos valores relacionados a los insumos como son las bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, cigarrillos, entre otros. Así como los costos indirectos generados dentro de las actividades operacionales.

**Tabla 31**

*Materia prima (bebidas alcohólicas)*

<b>Materia prima (Bebidas alcohólicas)</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Cerveza:</b>					
Budweiser	333	\$ 0,85	Unidad	\$ 283,05	\$ 3.396,60
Brahma	334	\$ 0,85	Unidad	\$ 283,90	\$ 3.406,80
Club verde	380	\$ 0,95	Unidad	\$ 361,00	\$ 4.332,00
Pilsener	500	\$ 0,91	Unidad	\$ 455,00	\$ 5.460,00
Pilsener light	500	\$ 0,95	Unidad	\$ 475,00	\$ 5.700,00
Biela	334	\$ 0,91	Unidad	\$ 303,94	\$ 3.647,28
<b>Aguardiente/Artesanal:</b>					
Antioqueño 75 ml	16	\$ 12,00	Unidad	\$ 192,00	\$ 2.304,00
Nectar 75 ml	9	\$ 12,00	Unidad	\$ 108,00	\$ 1.296,00
Caña Manabita 75 ml	8	\$ 8,00	Unidad	\$ 64,00	\$ 768,00
Norteño 75 ml	9	\$ 11,00	Unidad	\$ 99,00	\$ 1.188,00
<b>Vodka:</b>					
Russkaya 750 ml	10	\$ 12,00	Unidad	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Smirnoff 750 ml	10	\$ 12,00	Unidad	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Vodka absolut 750 ml	14	\$ 22,00	Unidad	\$ 308,00	\$ 3.696,00
<b>Otros:</b>					
Brandy Napoleon French Spirit 700 ml	3	\$ 37,50	Unidad	\$ 112,50	\$ 1.350,00
Brandy Torres 750 ml	3	\$ 40,00	Unidad	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Tequila José Cuervo 750 ml	4	\$ 25,00	Unidad	\$ 100,00	\$ 1.200,00

Tequila El Charro 750 ml	4	\$ 15,00	Unidad	\$ 60,00	\$ 720,00
Tequila Azteca 750 ml	4	\$ 16,00	Unidad	\$ 64,00	\$ 768,00
<b>Ron:</b>			Unidad	\$ -	\$ -
Capitan Morgan 750 ml	2	\$ 22,00	Unidad	\$ 44,00	\$ 528,00
Abuelo añejo 750 ml	2	\$ 9,00	Unidad	\$ 18,00	\$ 216,00
Flor de Caña 750 ml	1	\$ 14,00	Unidad	\$ 14,00	\$ 168,00
Ron Viejo de Caldas 750 ml	2	\$ 12,00	Unidad	\$ 24,00	\$ 288,00
Ron Diplomático Mantuano 750 ml	1	\$ 22,00	Unidad	\$ 22,00	\$ 264,00
Ron 100 Fuegos 750 ml	2	\$ 12,00	Unidad	\$ 24,00	\$ 288,00
Ron Añejo Havana Club 750 ml	2	\$ 20,00	Unidad	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>Whisky:</b>					
Chivas Regal 1 L	1	\$ 38,00	Unidad	\$ 38,00	\$ 456,00
Jacks Daniels 1 L	1	\$ 43,00	Unidad	\$ 43,00	\$ 516,00
Old Parr 750 ml	1	\$ 35,00	Unidad	\$ 35,00	\$ 420,00
Jhonnie Walker Rojo 750 ml	2	\$ 25,00	Unidad	\$ 50,00	\$ 600,00
Something Special 750 ml	1	\$ 16,50	Unidad	\$ 16,50	\$ 198,00
Buchanans Deluxe	1	\$ 33,00	Unidad	\$ 33,00	\$ 396,00
<b>Total</b>	<b>2494</b>			<b>\$ 4.030,89</b>	<b>\$ 48.370,68</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 32**

*Insumos (otras bebidas y cigarrillos)*

<b>Insumos (Otras bebidas y cigarrillos)</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Otras bebidas:</b>					
Gatorade	40	\$ 0,99	Unidad	\$ 39,60	\$ 475,20
Agua Tónica	34	\$ 1,15	Unidad	\$ 39,10	\$ 469,20
Gaseosa (Coca Cola, Sprite, Cuatro)	20	\$ 1,10	Unidad	\$ 22,00	\$ 264,00
Agua natural	20	\$ 0,30	Unidad	\$ 6,00	\$ 72,00
<b>Cigarrillos:</b>					
Silver Elephant (caja)	5	\$ 8,50	Cajas	\$ 42,50	\$ 510,00
Gold City (caja)	5	\$ 9,50	Cajas	\$ 47,50	\$ 570,00
Marlboro (caja)	5	\$ 18,00	Cajas	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Lark (caja)	5	\$ 16,00	Cajas	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>Total</b>				<b>\$ 366,70</b>	<b>\$ 4.400,40</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 33***Servicios básicos de la discoteca*

<b>SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Costo Total Mensual</b>	<b>Costo Total Anual</b>
Energía Eléctrica	\$ 148,26	\$ 1.779,15
Agua	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 188,26</b>	<b>\$ 2.259,15</b>

*Elaborado por: Félix Delgado***Tabla 34***Costos de mantenimiento de la discoteca*

<b>COSTOS DE MANTENIMIENTO DE PRODUCCIÓN</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Mantenimiento de Edificio	\$ 4.000,00	5%	\$ 16,67	\$ 200,00
Mantenimiento de Maquinarias y Equipos	\$ 6.606,25	3%	\$ 16,52	\$ 198,19
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 33,18</b>	<b>\$ 398,19</b>

*Elaborado por: Félix Delgado***Tabla 35***Materiales de limpieza de la discoteca*

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Escobas	12	\$ 2,00	\$ 24,00
Trapeador	12	\$ 2,50	\$ 30,00
Recogedor de basura	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Desinfectante	12	\$ 6,00	\$ 72,00
Detergente	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Cloro	12	\$ 2,00	\$ 24,00
Esponjas	20	\$ 0,90	\$ 18,00
Toallas de cocina	12	\$ 1,00	\$ 12,00
Jabón líquido para cristalería	12	\$ 4,00	\$ 48,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 284,00</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

### 8.2.2. Gastos

En lo que respecta a los gastos, se toman a consideración aquellos valores generados exclusivamente dentro del área administrativa de la empresa, entre los que se mencionan: gastos

generales, materiales del área administrativa, mantenimiento, servicios prestados, seguros y gastos de marketing, determinándose en este caso los siguientes rubros y valores:

**Tabla 36**

*Gastos generales administrativos*

<b>GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Consumo</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total Mensual</b>	<b>Costo Total Anual</b>
Energía Eléctrica (Kilovoltio)	528	\$ 0,07	\$ 38,02	\$ 456,19
Agua (metros cúbicos)	5	\$ 0,52	\$ 2,60	\$ 31,20
Telefonía	12	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Internet	12	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 384,00
Arriendo	12	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 902,62</b>	<b>\$ 10.831,39</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 37**

*Materiales de oficina*

<b>MATERIALES DE OFICINA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Grapadoras	2	\$ 3,20	\$ 6,40
Perforadoras	2	\$ 4,82	\$ 9,64
Cajas de clips	4	\$ 1,09	\$ 4,36
Cajas de grapas	4	\$ 1,10	\$ 4,40
Notas adhesivas (paquetes)	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Folders	4	\$ 1,49	\$ 5,96
Imprevistos	10%	\$ 3,68	\$ 3,68
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 40,44</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 38**

*Materiales de computación*

<b>MATERIALES DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Resmas de papel A4	2	\$ 2,75	\$ 5,50
Tóner para imprimir (kit)	1	\$ 16,00	\$ 16,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 21,50</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 39***Gastos de mantenimiento área administrativa*

<b>GASTOS DE MANTENIMIENTO</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Mantenimiento de Equipos de Oficina	\$ 777,97	5%	\$ 3,24	\$ 38,90
Mantenimiento de Equipos de Computación	\$ 977,99	5%	\$ 4,07	\$ 48,90
Mantenimiento de Muebles y Enseres	\$ 421,04	5%	\$ 1,75	\$ 21,05
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9,07</b>	<b>\$ 108,85</b>

*Elaborado por: Félix Delgado***Tabla 40***Servicios prestados*

<b>SERVICIOS PRESTADOS</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Total</b>
Servicio de Dj	12	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Servicio de limpieza	12	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.400,00</b>

*Elaborado por: Félix Delgado***Tabla 41***Seguros*

<b>SEGUROS</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Total</b>
Seguro contra riesgos y siniestros	12	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.400,00</b>

*Elaborado por: Félix Delgado***Tabla 42***Gastos de publicidad y marketing*

<b>GASTOS DE MARKETING</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Publicidad y promoción de ventas	\$ 150,00	12	\$ 1.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.800,00</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

### 8.3. Proyección de ventas

La proyección de ventas dentro del presente modelo de negocio comprende a los valores ingresados por concepto de admisión a la discoteca, mismo que brinda la opción de barra libre hasta un determinado horario. Este cálculo es importante puesto que permite prever el volumen de ventas que se puede alcanzar por medio de las actividades operacionales.

Para proceder al cálculo de estos ingresos ha sido necesario en primera instancia, calcular el mercado meta, que consiste en definir la capacidad de clientes que se prevé atender por mes en la discoteca, para esto se ha procedido al siguiente cálculo:

Tabla 43

*Mercado meta*

MERCADO META		
Mercado	Porcentaje	Personas
<b>Mercado Total</b>	100,00%	226.477
<b>Población Económicamente Activa</b>	50,10%	113.465
<b>Personas que frecuentan discotecas o centros de entretenimiento</b>	84,00%	95.311
<b>Personas en edades de entre 18-32 años</b>	70,00%	66.717
<b>Personas dispuestas a adquirir el servicio</b>	100,00%	66.717
<b>Personas insatisfechas con el servicio actual</b>	27,00%	18.014
<b>Personas de acuerdo con el precio</b>	60,00%	10.808
<b>Capacidad de atención</b>	5,92%	640

*Elaborado por: Félix Delgado*

Para el cálculo del mercado meta se tomó como referencia el mercado total de la ciudad de Manta que corresponde a una población de 226.477 habitantes, posteriormente se seleccionó el PEA (Población Económicamente Activa) siendo de 113.465, a partir de dicho valor se aplicaron las variables de producto, precio, competencias obtenidas en la investigación de mercado, llegándose a definir una capacidad de atención del 5,92% del mercado o 640 personas por mes.

Una vez obtenido este valor de referencia, se hizo posible proyectar los ingresos mensuales y anuales, tal como se detalla a continuación:

**Tabla 44***Proyección de ingresos*

		<i>Incremento Volumen</i>		5%		5%		5%	
		<i>Incremento Precios</i>		2,0%		2,0%		2,0%	
<b>Producto/Servicio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>T.I Mensual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	
Admisión barra libre	640	\$ 17,00	\$ 10.880,00	\$ 130.560,00	\$ 139.829,76	\$ 149.757,67	\$ 160.390,47	\$ 171.778,19	
<b>Totales \$</b>			<b>\$10.880,00</b>	<b>\$ 130.560,00</b>	<b>\$ 139.829,76</b>	<b>\$ 149.757,67</b>	<b>\$ 160.390,47</b>	<b>\$ 171.778,19</b>	
<b>Totales Unidades</b>	<b>640</b>			<b>7.680</b>	<b>8.064</b>	<b>8.467</b>	<b>8.891</b>	<b>9.335</b>	
<b>PVP Promedio</b>		<b>\$17,00</b>		<b>\$ 17,00</b>	<b>\$ 17,34</b>	<b>\$ 17,69</b>	<b>\$ 18,04</b>	<b>\$ 18,40</b>	

*Elaborado por: Félix Delgado*

Cabe indicar que los ingresos del negocio provendrán principalmente de los pases de admisión barra libre (entradas) establecidos en un valor de \$17,00. Dicho esto, se toma además el mercado meta o la capacidad de atención, estimada en 640 personas por mes. Al multiplicar el número de entradas barra libre por el precio se alcanzan ingresos mensuales de \$10.880,00, y al multiplicarse dicho monto por 12, se generan ingresos para el primer año de \$130.560,00. Cabe indicar que a partir del segundo periodo se fija un incremento del 5% en ingresos y del 2% de incremento en el precio de las admisiones barra libre o entradas a la discoteca.

**8.4. Plan de inversión**

El plan de inversión consiste en detallar a qué rubros se va a destinar cada valor dentro del presente proyecto de emprendimiento, enunciando así mismo la estructura de financiamiento, lo cual representa una estrategia orientada a especificar los orígenes de fondos para la puesta en marcha del negocio.

La inversión total del negocio asciende a un monto de \$23.967,89 el cual se destinará en un 53% (\$12.783,25) a activo fijo, el 40% (\$9.555,64) para capital de trabajo y el 7% (\$1.629,00) para inversión diferida.

**Tabla 45**

*Plan de inversión*

<b>PLAN DE INVERSIÓN</b>		
<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Activo Corriente	\$ 9.555,64	40%
<b>ACTIVO FIJO</b>		
Equipos de Oficina	\$ 777,97	53%
Equipos de Computación	\$ 977,99	
Muebles y Enseres	\$ 421,04	
Edificio	\$ 4.000,00	
Maquinaria y Equipo	\$ 6.606,25	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		
Inversión diferida	\$ 1.629,00	7%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23.967,89</b>	<b>100%</b>

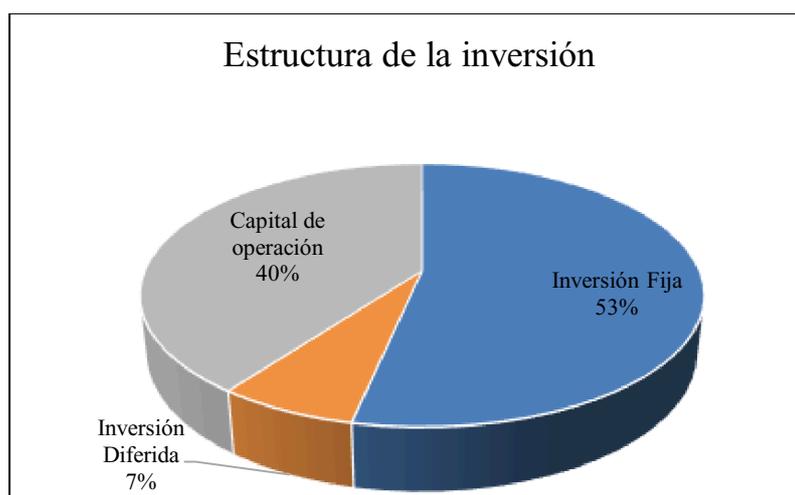
*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 46**

*Estructura de la inversión*

<b>ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>APLICACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Inversión Fija	\$ 12.783,25	53%
Inversión Diferida	\$ 1.629,00	7%
Capital de operación	\$ 9.555,64	40%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23.967,89</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*



*Gráfico 13: Estructura de la inversión  
Elaborado por: Félix Delgado*

## 8.5. Líneas de financiamiento

Otro elemento a considerar dentro de la inversión anteriormente detallada corresponde a las líneas de financiamiento, y es que es importante destacar que dentro de todo proyecto de inversión existen dos fuentes de financiación como son los provenientes de fuentes internas como son los aportes de socios, y los que provienen de fuentes externas como son los créditos bancarios.

Para el presente modelo de negocio se ha determinado que el 46% de la inversión provenga del aporte de socios y el 54% se financie a través de crédito bancario, detallándose el siguiente esquema de origen de fondos:

**Tabla 47**

*Plan de inversión y origen de fondos*

<b>PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGEN DE FONDOS</b>			
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	<b>APORTE</b>	<b>CRÉDITO</b>	<b>TOTAL</b>
Equipos de Oficina	\$ 777,97	\$ -	\$ 777,97
Equipos de Computación	\$ 977,99	\$ -	\$ 977,99
Muebles y Enseres	\$ 421,04	\$ -	\$ 421,04
Edificio	\$ -	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 6.606,25	\$ -	\$ 6.606,25
Inversión diferida	\$ 1.629,00	\$ -	\$ 1.629,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.412,25</b>	<b>\$ 4.000,00</b>	<b>\$ 14.412,25</b>

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>APORTE</b>	<b>CRÉDITO</b>	<b>TOTAL</b>
Materia prima	\$ 555,64	\$ 3.841,95	\$ 4.397,59
Mano de obra	\$ -	\$ 1.583,80	\$ 1.583,80
Mantenimiento	\$ -	\$ 33,18	\$ 33,18
Servicios básicos	\$ -	\$ 188,26	\$ 188,26
Sueldos y salarios	\$ -	\$ 1.612,29	\$ 1.612,29
Gastos administrativos y generales	\$ -	\$ 1.566,85	\$ 1.566,85
Gastos de venta	\$ -	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 555,64</b>	<b>\$ 9.000,00</b>	<b>\$ 9.555,64</b>

<b>INVERSIÓN TOTAL= INV.FIJA. +CAP.TRABAJO</b>	<b>\$ 23.967,89</b>
--	---------------------

*Elaborado por: Félix Delgado*

**Tabla 48***Origen de fondos*

<b>ORIGEN DE FONDOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Capital Propio	\$ 10.967,89	46%
Crédito Bancario	\$ 13.000,00	54%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23.967,89</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

Con respecto 54% del financiamiento del negocio, se pretende recurrir a préstamo bancario, para ello se ha tomado como referencia al Banco del Pacífico para la obtención de un monto de \$13.000,00 a una tasa de interés del 11,23% a cinco años plazo; para más detalle se muestra la tabla de amortización de la deuda a continuación:

**Tabla 49***Tabla de amortización del crédito*

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO</b>					
<b>Monto:</b>	<b>\$ 13.000,00</b>				
<b>Interés (i):</b>	<b>11,23%</b>	<b>PAGO</b>	<b>\$3.537,79</b>		
<b>Periodos:</b>	<b>5</b>				
<b>Forma de pago: en amortizaciones anuales iguales</b>					
<b>PERIODO</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>PAGO DE INTERÉS</b>	<b>PAGO DE CAPITAL</b>	<b>CUOTA TOTAL</b>	<b>SALDO FINAL</b>
0					
1	13.000,00	1.459,90	2.077,89	3.537,79	10.922,11
2	10.922,11	1.226,55	2.311,23	3.537,79	8.610,88
3	8.610,88	967,00	2.570,79	3.537,79	6.040,09
4	6.040,09	678,30	2.859,49	3.537,79	3.180,61
5	3.180,61	357,18	3.180,61	3.537,79	-

*Elaborado por: Félix Delgado*

## 8.6. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja o flujo de efectivo es un estado financiero que refleja los flujos de ingresos y egresos de dinero en efectivo que se han dado en el negocio durante un plazo determinado. Este documento es esencial para los inversionistas puesto que evidencia la liquidez y la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones en el corto, mediano y largo plazo.

**Tabla 50**

*Flujo de caja proyectado*

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
	<b>PERIODOS (en años)</b>					
	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos Operativos</b>						
Ventas netas		\$ 130.560,00	\$ 139.829,76	\$ 149.757,67	\$ 160.390,47	\$ 171.778,19
<b>Total Ingresos Operativos</b>		<b>\$ 130.560,00</b>	<b>\$ 139.829,76</b>	<b>\$ 149.757,67</b>	<b>\$ 160.390,47</b>	<b>\$ 171.778,19</b>
<b>Egresos Operativos</b>						
Costos de fabricación (-Dep)		\$ 52.771,08	\$ 53.562,65	\$ 54.366,09	\$ 55.181,58	\$ 56.009,30
Gastos de venta		\$ 1.800,00	\$ 1.827,00	\$ 1.854,41	\$ 1.882,22	\$ 1.910,45
Gastos Adm y Gener (-A D)		\$ 60.096,61	\$ 63.483,82	\$ 64.436,08	\$ 65.402,62	\$ 66.383,66
<b>Total egresos operativos</b>		<b>\$ 114.667,69</b>	<b>\$ 118.873,47</b>	<b>\$ 120.656,57</b>	<b>\$ 122.466,42</b>	<b>\$ 124.303,41</b>
<b>Superavit o (D) Operat./Año</b>		<b>\$ 15.892,31</b>	<b>\$ 20.956,29</b>	<b>\$ 29.101,11</b>	<b>\$ 37.924,05</b>	<b>\$ 47.474,78</b>
<b>Superavit o (D) Opert./Acum</b>		<b>\$ 15.892,31</b>	<b>\$ 36.848,60</b>	<b>\$ 65.949,71</b>	<b>\$ 103.873,76</b>	<b>\$ 151.348,54</b>
<b>Ingresos no Operativos</b>						
Crédito	\$ 13.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte propio	\$ 10.967,89	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Tptal Ingreso no operat.</b>	<b>\$ 23.967,89</b>	<b>\$ -</b>				
<b>Egreso no Operat</b>						
Inv. Fija	\$ 12.783,25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inv. Diferida	\$ 1.629,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización principal	\$ 2.077,89	\$ 2.311,23	\$ 2.570,79	\$ 2.859,49	\$ 3.180,61	\$ 3.571,18
Gastos financieros	\$ 1.459,90	\$ 1.226,55	\$ 967,00	\$ 678,30	\$ 357,18	\$ -
Pago Imp Renta y Part. Empl	\$ -	\$ 4.711,34	\$ 6.631,62	\$ 9.678,21	\$ 13.059,96	\$ -
<b>Total egreso no opert.</b>	<b>\$ 14.412,25</b>	<b>\$ 3.537,79</b>	<b>\$ 8.249,13</b>	<b>\$ 10.169,41</b>	<b>\$ 13.215,99</b>	<b>\$ 16.597,75</b>
<b>Superavit o (D) no Opert./Año</b>	<b>\$ 9.555,64</b>	<b>\$ -3.537,79</b>	<b>\$ -8.249,13</b>	<b>\$ -10.169,41</b>	<b>\$ -13.215,99</b>	<b>\$ -16.597,75</b>
<b>Superavit o (D) no Opert./Acum</b>	<b>\$ 9.555,64</b>	<b>\$ 6.017,85</b>	<b>\$ -2.231,28</b>	<b>\$ -12.400,69</b>	<b>\$ -25.616,68</b>	<b>\$ -42.214,43</b>
<b>Superavit o (D) Total/Año</b>	<b>\$ 9.555,64</b>	<b>\$ 12.354,52</b>	<b>\$ 12.707,17</b>	<b>\$ 18.931,69</b>	<b>\$ 24.708,06</b>	<b>\$ 30.877,03</b>
<b>Superavit o (D) Total/Acum</b>	<b>\$ 9.555,64</b>	<b>\$ 21.910,16</b>	<b>\$ 34.617,33</b>	<b>\$ 53.549,02</b>	<b>\$ 78.257,08</b>	<b>\$ 109.134,11</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

El flujo de caja del presente ejercicio indica que existe superávit en cada uno de los periodos a los cuales se ha proyectado el plan financiero, lo que sugiere que el modelo de negocio presentará liquidez en la relación ingresos y egresos en dentro del horizonte de tiempo establecido.

## 8.7. Estado de resultados proyectado

El estado de resultados es otro de los documentos que componen los estados financieros del negocio, este permite identificar si existe superávit o déficit en cada periodo al que ha sido proyectado el plan financiero, es decir refleja las pérdidas o ganancias por cada año de operaciones dadas en la empresa. Este documento es esencial además para identificar la evolución de los niveles de ganancias a lo largo de los años, siendo de este modo un instrumento de evaluación financiera.

**Tabla 51**

*Estado de resultados proyectado*

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>\$ 130.560,00</b>	<b>\$ 139.829,76</b>	<b>\$ 149.757,67</b>	<b>\$ 160.390,47</b>	<b>\$ 171.778,19</b>
Ingresos por ventas	\$ 130.560,00	\$ 139.829,76	\$ 149.757,67	\$ 160.390,47	\$ 171.778,19
Costo de Producción	\$ 52.771,08	\$ 53.562,65	\$ 54.366,09	\$ 55.181,58	\$ 56.009,30
<b>Margen Bruto</b>	<b>\$ 77.788,92</b>	<b>\$ 86.267,11</b>	<b>\$ 95.391,59</b>	<b>\$ 105.208,89</b>	<b>\$ 115.768,89</b>
<b>Gastos Operativos</b>					
Sueldos y Salarios	\$ 38.353,10	\$ 41.414,15	\$ 42.035,36	\$ 42.665,89	\$ 43.305,88
Depreciacion	\$ 1.109,80	\$ 1.109,80	\$ 1.109,80	\$ 892,47	\$ 892,47
Amortizacion	\$ 325,80	\$ 325,80	\$ 325,80	\$ 325,80	\$ 325,80
Materiales de Oficina	\$ 40,44	\$ 41,04	\$ 41,66	\$ 42,28	\$ 42,92
Materiales de Computacion	\$ 21,50	\$ 21,82	\$ 22,15	\$ 22,48	\$ 22,82
Gastos Básicos	\$ 13.090,54	\$ 13.286,90	\$ 13.486,20	\$ 13.688,50	\$ 13.893,82
Gastos de Mantenimiento	\$ 507,04	\$ 514,64	\$ 522,36	\$ 530,20	\$ 538,15
Servicios prestados	\$ 5.400,00	\$ 5.481,00	\$ 5.563,22	\$ 5.646,66	\$ 5.731,36
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 1.800,00	\$ 1.827,00	\$ 1.854,41	\$ 1.882,22	\$ 1.910,45
Seguros	\$ 2.400,00	\$ 2.436,00	\$ 2.472,54	\$ 2.509,63	\$ 2.547,27
Materiales de limpieza	\$ 284,00	\$ 288,26	\$ 292,58	\$ 296,97	\$ 301,43
<b>Total Gastos operativos</b>	<b>\$ 63.332,22</b>	<b>\$ 66.746,42</b>	<b>\$ 67.726,09</b>	<b>\$ 68.503,11</b>	<b>\$ 69.512,38</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 14.456,70</b>	<b>\$ 19.520,69</b>	<b>\$ 27.665,50</b>	<b>\$ 36.705,78</b>	<b>\$ 46.256,51</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses sobre prestamo	\$ 1.459,90	\$ 1.226,55	\$ 967,00	\$ 678,30	\$ 357,18
<b>Utilidad antes de Participe e Impto.</b>	<b>\$ 12.996,80</b>	<b>\$ 18.294,14</b>	<b>\$ 26.698,50</b>	<b>\$ 36.027,48</b>	<b>\$ 45.899,32</b>
15% Participacion de Empleados	\$ 1.949,52	\$ 2.744,12	\$ 4.004,77	\$ 5.404,12	\$ 6.884,90
<b>Utilidad antes del Impuesto</b>	<b>\$ 11.047,28</b>	<b>\$ 15.550,02</b>	<b>\$ 22.693,72</b>	<b>\$ 30.623,36</b>	<b>\$ 39.014,43</b>
25% Impuesto a la renta	\$ 2.761,82	\$ 3.887,50	\$ 5.673,43	\$ 7.655,84	\$ 9.753,61
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 8.285,46</b>	<b>\$ 11.662,51</b>	<b>\$ 17.020,29</b>	<b>\$ 22.967,52</b>	<b>\$ 29.260,82</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

Tal como se observa en la tabla anterior, los resultados indican que existe rentabilidad a lo largo de los cinco años en los que se ha proyectado el plan, de modo que para el primer periodo la

utilidad neta alcanza los \$8.285,46 y ya para el quinto periodo la utilidad registra valores de hasta \$ 29.260,82.

Resulta importante añadir que, en cuanto a los egresos dentro del estado de resultados, se ha fijado un incremento del 1,5% a partir del segundo periodo en cada uno de estos rubros, esto se refleja tanto en costos de producción como en los gastos operativos.

## 8.8.Estado de situación financiera proyectado

**Tabla 52**

*Estado de situación financiera proyectado*

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO</b>						
<b>PERIODOS (en años)</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja	\$ 9.555,64	\$ 21.910,16	\$ 34.617,33	\$ 53.549,02	\$ 78.257,08	\$ 109.134,11
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ACT. CTE.</b>	\$ 9.555,64	\$ 21.910,16	\$ 34.617,33	\$ 53.549,02	\$ 78.257,08	\$ 109.134,11
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Inversión fija	\$ 12.783,25	\$ 12.783,25	\$ 12.783,25	\$ 12.783,25	\$ 12.783,25	\$ 12.783,25
Depreciación acumulada (-)		\$ -1.109,80	\$ -2.219,61	\$ -3.329,41	\$ -4.221,89	\$ -5.114,36
<b>TOTAL ACT. FIJO NETO</b>	\$ 12.783,25	\$ 11.673,45	\$ 10.563,64	\$ 9.453,84	\$ 8.561,36	\$ 7.668,89
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Gastos preoperativos	\$ 1.629,00	\$ 1.629,00	\$ 1.629,00	\$ 1.629,00	\$ 1.629,00	\$ 1.629,00
Amortización acumuladas (-)	\$ -	\$ -325,80	\$ -651,60	\$ -977,40	\$ -1.303,20	\$ -1.629,00
<b>TOTAL ACT. DIF. NETO</b>	\$ 1.629,00	\$ 1.303,20	\$ 977,40	\$ 651,60	\$ 325,80	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 23.967,89</b>	<b>\$ 34.886,80</b>	<b>\$ 46.158,37</b>	<b>\$ 63.654,45</b>	<b>\$ 87.144,24</b>	<b>\$ 116.803,00</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Part. Empl. Por pagar	\$ -	\$ 1.949,52	\$ 2.744,12	\$ 4.004,77	\$ 5.404,12	\$ 6.884,90
Impuestos por pagar a la renta	\$ -	\$ 2.761,82	\$ 3.887,50	\$ 5.673,43	\$ 7.655,84	\$ 9.753,61
<b>TOTAL PAS. CTE.</b>	\$ -	\$ 4.711,34	\$ 6.631,62	\$ 9.678,21	\$ 13.059,96	\$ 16.638,50
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>						
Crédito bancario	\$ 13.000,00	\$ 10.922,11	\$ 8.610,88	\$ 6.040,09	\$ 3.180,61	\$ -
<b>TOTAL PAS. LARGO PLAZO</b>	\$ 13.000,00	\$ 10.922,11	\$ 8.610,88	\$ 6.040,09	\$ 3.180,61	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 13.000,00	\$ 15.633,45	\$ 15.242,50	\$ 15.718,30	\$ 16.240,57	\$ 16.638,50
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	\$ 10.967,89	\$ 10.967,89	\$ 10.967,89	\$ 10.967,89	\$ 10.967,89	\$ 10.967,89
Utilida ejercicio anterior	\$ -	\$ -	\$ 8.285,46	\$ 19.947,97	\$ 36.968,27	\$ 59.935,78
Utilidad presente ejercicio	\$ -	\$ 8.285,46	\$ 11.662,51	\$ 17.020,29	\$ 22.967,52	\$ 29.260,82
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 10.967,89	\$ 19.253,35	\$ 30.915,86	\$ 47.936,16	\$ 70.903,67	\$ 100.164,49
<b>TOTAL PAS. Y PATR.</b>	<b>\$ 23.967,89</b>	<b>\$ 34.886,80</b>	<b>\$ 46.158,37</b>	<b>\$ 63.654,45</b>	<b>\$ 87.144,24</b>	<b>\$ 116.803,00</b>

*Elaborado por: Félix Delgado*

## 9. Evaluación Financiera

Otro aspecto a considerar dentro de la toma de decisiones es la evaluación financiera del negocio, la que permite conocer al inversionista qué tan aconsejable es orientar fondos hacia esta actividad económica. Dentro de este conjunto de evaluación se consideran las que analizan los retornos, la liquidez y la relación beneficio-costo.

Para proceder a la evaluación financiera del negocio es necesario partir del flujo de fondos, el cual se ha obtenido a través del estudio económico financiero, mismo muestra los principales indicadores de retorno y liquidez, a partir de los cuales se toman las decisiones con respecto al presente idea de emprendimiento.

**Tabla 53**

*Flujo de fondos netos proyectado*

<b>FLUJO DE FONDOS NETOS</b>						
<b>Rubros</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$8.285,46</b>	<b>\$11.662,51</b>	<b>\$17.020,29</b>	<b>\$22.967,52</b>	<b>\$29.260,82</b>
(+)Depreciación		\$ 1.109,80	\$ 1.109,80	\$ 1.109,80	\$ 892,47	\$ 892,47
(+)Amort. de activos diferidos		\$ 325,80	\$ 325,80	\$ 325,80	\$ 325,80	\$ 325,80
(-)Costo de inversión fija	\$ 14.412,25	-	-	-	-	-
(-)Capital de trabajo	\$ 9.555,64	-	-	-	-	-
(-)Pago del capital (amortización) Prestamo		\$ 2.077,89	\$ 2.311,23	\$ 2.570,79	\$ 2.859,49	\$ 3.180,61
<b>Flujo de fondos Netos</b>	<b>-\$23.967,89</b>	<b>\$7.643,18</b>	<b>\$10.786,88</b>	<b>\$15.885,11</b>	<b>\$21.326,30</b>	<b>\$26.972,69</b>
<i>VAN</i>	\$ 35.750,72					
<i>Tasa de descuento</i>	9,67%					
<i>TIR</i>	46,40%					
<i>ROI (retorno de la inversión)</i>	149%					

*Elaborado por: Félix Delgado*

### 9.1. VAN

El VAN o Valor Actual Neto es un indicador financiero que permite traer al presente el monto de ganancia que representaría la inversión para un socio. Es decir, da a conocer al día de hoy,

cuánta liquidez genera esa inversión que se pretende realizar a un tiempo proyectado de 5 años.

Para su cálculo se aplica la siguiente ecuación y procedimiento:

$$VAN = \frac{FF1}{(1 + Tasa\ de\ descuento)} + \frac{FF2}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^2} + \frac{FF3}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^3} + \frac{FF4}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^4} + \frac{FF5}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^5} - Inversión$$

$$VAN = \frac{\$7.643,18}{(1 + 9,67)^1} + \frac{\$10.786,88}{(1 + 9,67)^2} + \frac{\$15.885,11}{(1 + 9,67)} + \frac{\$21.326,30}{(1 + 9,67)^4} + \frac{\$26.972,69}{(1 + 9,67)^5} - \$23.967,89$$

$$VAN = \frac{\$7.643,18}{1,09672998} + \frac{\$10.786,88}{1,202816658} + \frac{\$15.885,11}{1,319165095} + \frac{\$21.326,30}{1,446767913} + \frac{\$26.972,69}{1,586713751} - \$23.967,89$$

$$VAN = (\$6.969,06 + \$8.968,02 + \$12.041,79 + \$14.740,65 + \$16.999,09) - \$23.967,89$$

$$VAN = \$59.718,61 - \$23.967,89$$

$$VAN = \$35.750,72$$

El VAN obtenido dentro del presente plan financiero es de \$35.750,72 reflejando con ello la liquidez del negocio en el horizonte de tiempo de 5 años, al considerarse este indicador de evaluación, se puede deducir que es aconsejable invertir en el modelo de negocio puesto que refleja aceptables rendimientos de liquidez.

## 9.2.TIR

La TIR o Tasa Interna de Retorno, es un indicador que contrario al VAN no toma a consideración factores externos como el riesgo o la tasa de descuento, sino más bien se basa en expresar el nivel de rentabilidad del negocio con respecto a los flujos de fondo obtenidos en un horizonte de tiempo proyectado, es decir que a través de este es posible conocer el nivel de rentabilidad que esperan los socios por la inversión que vayan a realizar. Para el presente caso se

alcanza una TIR del 46,40%, así mismo se debe mencionar que esta tasa debe convertir al VAN en 0 para lo cual se realiza el siguiente procedimiento de comprobación:

$$VAN = \frac{FF1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FF2}{(1 + TIR)^2} + \frac{FF3}{(1 + TIR)^3} + \frac{FF4}{(1 + TIR)^4} + \frac{FF5}{(1 + TIR)^5} - Inversión$$

$$VAN = \frac{\$7.643,18}{(1 + 46,40\%)^1} + \frac{\$10.786,88}{(1 + 46,40\%)^2} + \frac{\$15.885,11}{(1 + 46,40\%)^3} + \frac{\$21.326,30}{(1 + 46,40\%)^4} + \frac{\$26.972,69}{(1 + 46,40\%)^5} - \$23.967,89$$

$$VAN = \frac{\$7.643,18}{1,46402987} + \frac{\$10.786,88}{2,143383475} + \frac{\$15.885,11}{3,137977441} + \frac{\$21.326,30}{4,59409272} + \frac{\$26.972,69}{6,72588899} - \$23.967,89$$

$$VAN = (\$5.220,64 + \$5.032,64 + \$5.062,21 + \$4.642,11 + \$4.010,28) - \$23.967,89$$

$$VAN = \$23.967,89 - \$23.967,89$$

$$VAN = 0$$

### 9.3.Relación beneficio/costo

La relación beneficio costo es otro de los indicadores de esencial importancia dentro de la evaluación financiera del negocio, debido a que conlleva a conocer la viabilidad del mismo, representando de este modo un factor decisivo al momento de invertir en la idea de emprendimiento. Para su cálculo se toma el VAN y se lo divide para la inversión, tal como se expresa en la siguiente ecuación:

$$B/C = \frac{\text{Valor Actual Neto}}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{\$35.750,72}{\$23.967,89}$$

$$B/C = 1,49$$

Siguiendo este procedimiento, se puede observar que para el presente modelo de negocio se alcanza una relación beneficio costo de 1,49 con lo que se concluye que el proyecto es rentable y genera rendimientos importantes por cada dólar invertido.

## **9.4. Razones financieras**

### **9.4.1. Liquidez**

La razón financiera de liquidez es un indicador efectivo al momento de conocer la capacidad con la que cuenta la empresa para cubrir sus deudas o compromisos financieros en el corto plazo. Para su cálculo se divide el activo corriente para el pasivo corriente, tal como se muestra a continuación:

$$\text{Liquidez general} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{\$9.555,54}{\$13.000,00} = 73,50\%$$

Como se puede observar, el modelo de negocio alcanza una liquidez general de 73,50% sugiriendo que se cuenta con capacidad adecuada para cumplir con las deudas a corto plazo.

### **9.4.2. Endeudamiento**

El nivel de endeudamiento es otro de los elementos a considerar dentro de la evaluación del negocio, debido a que por medio de este es posible conocer el apalancamiento bajo el cual se desarrollan las actividades operacionales. Para su cálculo se divide el pasivo a largo plazo para el patrimonio neto, tal como se expresa en la siguiente ecuación:

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo largo plazo}}{\text{Patrimonio neto}} = \frac{\$13.000,00}{\$23.967,89} = 54\%$$

Como se indica, el presente modelo de negocio alcanza un nivel de endeudamiento del 54%, denotando con ello que se han utilizado recursos internos y externos casi de forma equilibrada en la estrategia de inversión, por lo cual el apalancamiento está en un rango aceptable.

### **9.4.3. Rentabilidad**

La razón financiera de rentabilidad a la que se le da mayor uso es al margen neto de utilidad, esto debido a que hace posible relacionar los ingresos y la ganancia neta dentro del ejercicio

financiero, permitiendo a través de ello establecer un porcentaje de utilidad o beneficio del mismo.

Para su cálculo se emplea la siguiente ecuación:

$$\textit{Margen neto de utilidad} = \frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Ventas netas}} = \frac{\$8.285,46}{\$130.560,00} = 6,35\%$$

Tal como se observa en el resultado anterior, para el primer periodo de actividades se alcanza un margen neto de utilidad del 6,35%, concluyendo con ello que el presente modelo de negocio alcanza una rentabilidad aceptable.

## **10. Conclusión**

La culminación del presente proyecto de titulación se ha efectuado de acuerdo a la falta de distracción y entretenimiento que se ha generado en los habitantes de la ciudad de Manta, en la cual ha causado diversas demandas negativas.

Se establecieron estudios de mercado con el fin de generar diversas demandas satisfactorias de acuerdo a la necesidad cada persona mayor de los 18 años de edad en la ciudad de Manta.

Se Analizó la eficiencia del y técnico y comercial para la operación de la empresa dedicada a la distracción y entretenimiento.

Se evaluó el estudio organizacional y financiero para diagnosticar la capacidad de la operación de una empresa dedicada a la distracción y entretenimiento para jóvenes a ubicarse en la ciudad de Manta”

## **11. Recomendación**

Buscar estrategias de acuerdo a la necesidad de los jóvenes para el buen funcionamiento de una empresa dedicada a la distracción y entretenimiento.

Realizar una evaluación de manera continua sobre la satisfacción al cliente de los tipos de bebidas alcohólicas que consumen.

Capacitar a los empleados para mejorar el servicio y la atención de cada uno de los clientes.

Tener un control la bioseguridad de manera constante tanto para los clientes y empleados antes la situación del Covid 19.

## Bibliografía

- Baca. (2010). *Evaluacion de Proyectos* . Argentina: Edicion SEXTA.
- Escalera Chavez, E. (2007). *Características organizacionales e individuales de los dueños o administradores de las PYMES*. Colombia: SD.
- Gallardo, V. L. (2013). *El Significado de las variables del marketing mix para los objetivos razon y palabra*. Razon y Palabra 83.
- Gallegos, J. F. (2016). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. México: SD.
- Iriarte Valdez, F. R. (s.f.). *complejo de diversion, ocio, encuentro*. La Paz Mallasa: tesis Doctoral.
- Medina, C. (2010). *Los estudios organizacionales entre la unidad y la fragmentación*. Mc Graw-Hill.
- Ñaupas, P. H. (2014). *Metodologia de la Investigacion cuantitativa, cualitativa y redaccion de tesis*. Ediciones de la U.
- Porter, M. (1982). *Estrategia corporativa*. México: S.A .
- Randall, G. (2003). *Principios de Marketing*. Paraninfo S.A.
- Rodriguez, J. (2005). *Cómo administrar pequeñas y medianas empresas*. México: ECASA Thomson.
- Sangri Coral, A. (2014). *Introducción a la Mercadotecnia*. México: Patria.
- Vicuña, J. M. (2012). *Plan Estrategico*.

## 12. Anexos



*Administración de Empresas*  
Facultad Ciencias Administrativas

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cuestionario para la determinar la creación de una discoteca dedicada a la distracción y el entretenimiento en la Ciudad de Manta. Ecuador.

Mi nombre es: DELGADO PICO FELIX ALEXANDER, soy estudiante de la ULEAM y los datos que requiero son para mi proyecto de emprendimiento; su participación es voluntaria y anónima. La información que usted proporcione será manejada confidencialmente y en forma global, no existen respuestas correctas o incorrectas, verdaderas o falsas, únicamente marque la opción que considere necesaria.

**1. Indique su género.**

- a) Masculino
- b) Femenino

**2. ¿Cuántos años tiene?**

- a) 18-25
- b) 26-32

- c) 33-39
  - d) 40-45
- 3. ¿Te gusta divertirte y disfrutar con tus amigos?**
- a) Sí
  - b) No
- 4. ¿Conoces alguna discoteca o centro de entretenimiento?**
- a) Sí
  - b) No
- 5. ¿Te gusta el servicio que ofertan los bares y discotecas de la ciudad?**
- a) Sí
  - b) No
- 6. ¿Cuál crees que sería el factor por lo que las personas acuden a las discotecas?**
- a) Personalidad fiestera
  - b) Celebrar cumpleaños
  - c) Por desestresarse
  - d) Por salir de la rutina
  - e) Por beber y bailar
- 7. ¿Cuáles serían las características dentro de una discoteca que más llamen la atención?**
- a) Amplia pista
  - b) Asientos cómodos
  - c) Variedad de luces
- 8. ¿Cuál sería tu presupuesto para gastar un fin de semana en entretenimiento?**
- a) 0\$ - 25\$
  - b) 26\$ - 50\$
  - c) 51\$ - 100\$
  - d) 200 o más
- 9. ¿Cuál es la bebida que más consumes?**
- a) Cervezas
  - b) Ron
  - c) Vodka
  - d) Whisky

- e) 24/7
- f) Otros

**10. ¿Te gustaría conocer nuevos lugares de entretenimiento que sean fuera de lo común?**

- a) Sí
- b) No

**11. ¿Cuáles serían las razones por la que acudirías con tus amigos a una nueva discoteca?**

- a) Por promociones de inauguración
- b) Por experimentar nuevas cosas
- c) Por curiosidad
- d) Por demanda insatisfecha

**12. ¿Qué aspecto crees que determine que una persona regrese y recomiende una discoteca?**

- a) Buen ambiente
- b) Precios cómodos
- c) Buena atención