



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA:

**PROPUESTA PARA CREAR UN BAR CRISTIANO EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTOR:

Briones Villarreal, Jefferson Andrés

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del grado de**

INGENIERO EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REVISORA

Ing. Terán Molina, Diana Verónica

Guayaquil, Ecuador

26 de septiembre del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Briones Villarreal Jefferson Andres**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**).

REVISORA

f. _____

Ing. Terán Molina, Diana Verónica

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Hurtado Ceballos, Gabriela Elizabeth

Guayaquil, a los 26 días del mes de septiembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Briones Villarreal Jefferson Andres**

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo, Propuesta para crear un bar cristiano en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 26 días del mes de septiembre del año 2016

EL AUTOR:

f. _____

Briones Villarreal Jefferson Andres



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Briones Villarreal Jefferson Andres**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Propuesta para crear un bar cristiano en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 días del mes de septiembre del año 2016

EL AUTOR:

f. _____

Briones Villarreal Jefferson Andres



UNIVERSIDAD CATÓLICA

DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. The browser address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/21637163-486753-730465#q1bKLVayirYw0bEwjdvRKs5Mz8tMy0xOzEtOVbly0DMwMDMyNjA0sTQwNrE0NjeztDctBQA=>. The user is identified as Diana Verónica Terán Molina (diana.teran@cu.ucsg.edu.ec). The interface is divided into two main sections: 'Documento' and 'Lista de fuentes'. The 'Documento' section on the left shows details for 'Briónes Jefferson final.doc (D21944243)', including the date 'Presentado: 2016-09-23 11:27 (-05:00)', the sender 'Recibido: diana.teran.ucsg@analysis.orkund.com', and the message content 'Mensaje: Briónes Jefferson Final. Mostrar el mensaje completo'. A yellow highlight indicates that '1% de esta aprox. 20 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes.' The 'Lista de fuentes' section on the right lists seven sources with checkboxes for selection: 'tesis final jane (Reparado). 1 2.docx', 'EXAMEN COMPLEXIVO CASO.doc', 'http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6220/1/IT-UCSG-PRE-ESP-CFI-261.pdf', 'http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5226/1/IT-UCSG-PRE-ECO-GES-246.pdf', 'Marco Normativo_Estrategico Avila_Caballero_mapeo de actores.docx', 'Entrevista Final Pedro Chanabá.docx', and 'http://www.eluniverso.com/2010/07/05/1/1422/informe-revela-imprudencia-causa-accidentes...'. The bottom of the interface features a navigation bar with icons for back, forward, and search, along with buttons for '0 Advertencias', 'Reiniciar', 'Exportar', and 'Compartir'.

<https://secure.orkund.com/view/21637163-486753-730465#q1bKLVayirYw0bEwjdvRKs5Mz8tMy0xOzEtOVbly0DMwMDMyNjA0sTQwNrE0NjeztDctBQA=>

=

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios Todopoderoso que me ha dado la vida y la oportunidad de lograr un objetivo más en mi vida. En segundo lugar agradezco a mi señora madre que con su amor incondicional supo guiarme hasta este logro dándome buenos consejos, mucho valor y apoyo moral los cuales han sido de vital importancia para poder construir esta nueva meta. Agradezco totalmente a mi madre por todo su cariño y su ayuda desinteresada y su amor incondicional que me brindó a lo largo de todos estos años no solo de carrera universitaria sino desde el principio de mi existencia, ya que no sería yo ni hubiera logrado tanto si no hubiera sido por esta madre tan ejemplar de quien me siento muy orgulloso de tenerla y es lo más valioso que tengo en la vida. Agradezco también a todas mis amistades que han sido como una familia para mí ayudándome moralmente y afectivamente para poder lograrlo. Adicionalmente, agradezco a todos mis demás compañeros y amigos que han estado en esos momentos oportunos y que de una u otra manera me han brindado una mano cuando la necesite. Agradezco a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por acogerme en sus aulas en todo este periodo de aprendizaje. Agradezco a todos mis profesores que me brindaron un mundo de conocimientos y de alguna manera supieron exhortarme para que pueda ser un profesional y poder lograr mi objetivo principal en esta carrera. Agradezco a todos mis compañeros y amigos que caminaron conmigo toda esta aventura del profesionalismo. Mis amigos y compañeros de aula que también formaron parte de mi aprendizaje y crecimiento personal. Agradezco a todo el personal de la universidad que aportaron con su grano de arena directa o indirectamente lo cual también me ayudo en algún momento de mi vida universitaria.

DEDICATORIA

Dedico completamente este logro a mi madre Doris Briones. Quien ha sido la promotora y la dueña de todos los logros en mi vida. Le dedico ampliamente y únicamente un logro más, por ser ese pilar fuerte e inquebrantable que es capaz de tantas cosas por tenerme en lo mejor de este mundo. Le dedico este nuevo logro a mi querida madre que nunca se rindió y que nunca bajó los brazos en ningún momento de mi vida a pesar de las adversidades, las tormentas, el desierto que nuestro Dios nos pone en ciertas circunstancias y los momentos más difíciles y crueles por los que todo ser humano podría atravesar en algún momento. También me dedico este logro a mí mismo por ser capaz de ponerme una meta y lograr cumplirla en este tiempo. Todo mi esfuerzo, dedicación y colaboración han sido los principales motores directos de este trabajo.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f.

ING. DIANA TERAN

REVISORA

f.

ING. GABRIELA HURTADO

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f.

PhD. Barbery Montoya Danny Christian

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

Briones Villarreal, Jefferson Andres

Contenido

1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	16
1.1 Antecedentes de la investigación	16
1.2 Problema de la investigación	17
1.2.1 Planteamiento del problema	17
1.2.2 Justificación	18
1.3 Objetivos de la investigación.....	18
1.3.1 Objetivo general.....	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 Marco Teórico	19
2 ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO.....	24
2.1 Análisis de la situación actual	24
2.2 Análisis de resultados y diagnóstico	26
3 PROPUESTA DEL NEGOCIO	31
3.1 Propuesta de creación	31
3.1.1 FODA.....	34
3.1.2 Misión y visión.....	35
3.2 Estrategias	36
3.2.1 Ubicación	36
3.2.2 Precios.....	36
3.2.3 Promoción.....	38
3.3 ALIANZAS ESTRATÉGICAS	41
3.3.1 Alianzas con Iglesias	41
3.3.2 Alianzas con Universidades de Guayaquil.....	43
3.3.3 Alianzas con colegios de la ciudad de Guayaquil	44
3.3.4 Alianzas con hoteles destacados de la ciudad de Guayaquil	45
3.4 Estudio Financiero	46
3.4.1 Inversión Inicial	46
3.4.2 Listado de precios.....	49
3.4.3 Detalles de Ingresos Zanahoria Bar.....	51
3.4.4 Detalle de egresos de Zanahoria Bar	53
3.4.5 Presupuesto mensual	55
3.4.6 Punto de equilibrio	58

3.4.7 Balance General en el año 1	60
3.4.8 Estado de pérdidas y ganancias	61
3.4.9 Proyección de flujo de caja	63
3.4.10 Depreciación de los activos	64
3.4.11 Inversión de capital de trabajo	64

RESUMEN

Este proyecto centró su análisis en la influencia que ejercen los centros de recreación nocturna en la ciudad de Guayaquil, en los jóvenes de todas las clases sociales que frecuentan estos lugares. Las actividades que se realizan en estos lugares, en algunas ocasiones según datos estadísticos, resultan perjudiciales para los jóvenes, dado el consumo de sustancias que en ellos se da y que no les permiten medir sus acciones. Esta investigación quiere demostrar que la influencia de bebidas alcohólicas, tabaco y sustancias estupefacientes son perjudiciales para la salud de los jóvenes y a la vez perjudican sus interacciones en sus grupos sociales y en sus hogares, debido a que experimentan alteraciones en sus facultades mentales y comportamientos.

La idea es crear un bar diferente en la ciudad de Guayaquil donde la juventud pueda recrearse y disfrutar de una sana diversión sin perjudicar su salud y la de los demás. Este nuevo concepto de Bar brinda una opción de diversión empleando distintos métodos de distracción y entretenimiento como son juegos divertidos y grupales donde se puede conocer personas e interactuar con diferentes jóvenes de distintas clases sociales. Además de su propuesta de recreación, en el futuro este bar podría aportar a la disminución de casos de accidentes e incidentes violentos, ya que los asistentes no estarán bajo los efectos del alcohol ni de ningún tipo de drogas y podrán así retirarse a sus hogares conduciendo sus vehículos con total normalidad y seguridad.

Palabras Claves: EMPRENDIMIENTO, BAR, ENTRETENIMIENTO, ALCOHOL, DIVERSIÓN, AMBIENTE AMIGABLE.

ABSTRACT

This project focused its analysis on the influence of night recreation centers in the city of Guayaquil in young people of all social classes who attend these places. The activities conducted in these places, sometimes according to statistics, are harmful to young people, given the substances that can be consumed and that not allow them to measure their actions. This research wants to show that the influence of alcohol, tobacco and narcotics are harmful to the health of young people and at the same time their consumption hurt their interactions in their social groups and in their homes as they experience changes in their mental faculties and behaviors.

The idea is to create a different bar concept in the city of Guayaquil where young people can recreate and enjoy a healthy fun without harming their health and that of others. This new concept of Bar offers a fun option using different methods of distraction and entertainment as they include fun and group games where you can meet different people and interact with young people from different social classes. In addition to its proposal for recreation, in the future this bar could contribute to the reduction of accidents and violent incidents, as attendees will not be under the influence of alcohol or any drugs, so people can go back home driving their vehicles with total normality and security.

Keywords: ENTREPRENEURSHIP, BAR, ENTERTAINMENT, ALCOHOL, FUN, FRIENDLY ATMOSPHERE.

RÉSUMÉ

Ce projet a concentré son analyse sur les centres de loisirs influence de nuit dans la ville de Guayaquil chez les jeunes de toutes les classes sociales qui fréquentent ces lieux. Les activités menées dans ces endroits, parfois selon les statistiques, sont nocifs pour les jeunes, compte tenu de la substance qui leur donne et non pas leur permettre de mesurer leurs actions. Cette recherche veut montrer que l'influence de l'alcool, le tabac à priser et les stupéfiants sont nuisibles à la santé des jeunes et en même temps blessé leurs interactions dans leurs groupes sociaux et dans leurs maisons, parce qu'ils éprouvent des changements dans leurs facultés mentales et les comportements.

L'idée est de créer une barre différente dans la ville de Guayaquil où les jeunes peuvent recréer et profiter d'un sain divertissement sans nuire à leur santé et celle des autres. Ce nouveau concept de Bar offre une option amusante en utilisant différentes méthodes de distraction et de divertissement comme ils sont des jeux amusants et de groupe où vous pouvez rencontrer des gens différents et d'interagir avec des jeunes de différentes classes sociales. En plus de sa proposition pour les loisirs, à l'avenir cette barre pourrait contribuer à la réduction des accidents et des incidents violents, alors que les participants ne seront pas sous l'influence de l'alcool ou de la drogue et ainsi peut se retirer dans leurs foyers d'entraînement leurs véhicules avec la normalité et la sécurité totale.

Mots-clés: ENTREPRENEURSHIP, BAR, DIVERTISSEMENT, ALCOOL, AMUSEMENT, AMBIANCE CONVIVIALE

INTRODUCCIÓN

El primer capítulo de este proyecto muestra el diseño de la investigación y sus componentes. Los antecedentes de la investigación incluyen el detalle de cómo se desarrollaron los factores que involucran este estudio. Se detalla adicionalmente por qué se escogió este tema, sus características y el objetivo principal del mismo. Por otro lado, se especifican los objetivos generales y específicos de esta investigación para dar a conocer cuál será el fin del proyecto. Adicionalmente se desarrolla un marco teórico donde se describen temas relacionados con el comportamiento de la sociedad y sus preferencias, las causas de las conductas de los jóvenes en la actualidad.

En la segunda parte de este componente práctico de examen complejo se menciona el análisis de la situación actual que vive la sociedad para así determinar dónde se debe trabajar con más énfasis. Se detallan conceptos y cifras que indican el comportamiento de las personas, las causas y sus consecuencias, sustentados por fuentes de investigación confiables que proporcionan toda esta información. Además se muestran los resultados obtenidos de encuestas para poder medir la aceptación de este negocio innovador en la sociedad. El diagnóstico que se presenta es la explicación de los resultados, los que determinan si es favorable y beneficioso tanto para la sociedad como para el emprendedor.

Finalmente se plantea la propuesta del negocio con todos sus componentes para ser lanzado al mercado. Se menciona cuáles serán sus condiciones para operar, su misión y visión dentro del negocio. Se elabora un planteamiento estratégico que permite llegar al target de consumidores que se ha propuesto. Se hace referencia a las características del negocio como sus precios, su ubicación, sus promociones, alianzas, entre otros, y por último, se desarrolla un estudio financiero el cual valida con cifras la viabilidad de este proyecto así como el detalle de todas sus operaciones durante todo un año, y la proyección a cinco años determinando si se recuperará la inversión y cuál será su margen de utilidad y crecimiento anual.

Capítulo 1

1 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

1.1 Antecedentes de la investigación

Esta investigación nace al analizar la forma en la que se divierten los jóvenes hoy en día en la ciudad de Guayaquil en los centros de diversión nocturna, y las consecuencias que se dan al consumir bebidas alcohólicas, cigarrillo y sustancias que no les permiten actuar con sus capacidades normales. El autor de este proyecto considera que se puede divertirse sin usar ninguna de esas sustancias.

Actualmente el mundo está tan globalizado en todo aspecto que los jóvenes ahora tienen acceso a tanta información que no los orienta hacia un buen vivir. Es por esto que se están perdiendo los valores, las costumbres familiares y la educación que proviene tanto de los hogares como de los centros educativos.

A pesar de toda la ayuda y control que se puede apreciar a simple vista cuando se transita por la ciudad de Guayaquil, es inevitable que los jóvenes de hoy en día sigan malos caminos que en muchas ocasiones los llevan a consecuencias graves. Una parte de esta problemática radica en las autoridades, y otra parte es responsabilidad social de los emprendedores y los padres de familia en sus hogares.

Necesitamos hacer que la juventud se redireccione de manera que puedan mejorar en sus entornos y en sus actividades cotidianas. Es por esto que se considera que la creación de un lugar con sano entretenimiento sería importante para la ciudad y para la sociedad.

1.2 Problema de la investigación

1.2.1 Planteamiento del problema

Los centros de recreación nocturna de la ciudad de Guayaquil afectan negativamente a la formación de valores de los jóvenes y adolescentes, al inducirlos a consumir bebidas alcohólicas y drogas, que pueden ocasionar relaciones sexuales sin protección, peleas violentas, abuso de las facultades mentales y accidentes de tránsito. Un problema a considerar es la venta de bebidas alcohólicas sin control que se da en la ciudad a jóvenes mayores y menores de edad. También se conoce que en estos centros de diversión nocturna se expende licor alterado reduciendo su calidad con el fin de obtener más ganancias, pero a la vez están perjudicando la salud de quienes los consumen. El consumo de este tipo de alcohol adulterado puede afectar de maneras tales como un fuerte dolor de cabeza, daño en el hígado, daño al cerebro y también puede producir pérdida de visión y hasta la muerte del individuo. El consumo de este tipo de licor provocó que 591 personas fueran atendidas en el sistema sanitario público de las cuales 242 personas resultaron con intoxicación y alrededor de 48 personas muertas y 11 personas perdieron la visión. (Ministerio del Interior, 2011)

La mayoría de las personas no están al tanto de las consecuencias que pueden enfrentar al asistir a uno de estos lugares. Sin embargo, hay quienes sí están conscientes de sus peligros y no los frecuentan, pero lamentablemente ese grupo es muy reducido.

1.2.2 Justificación

El objetivo de este proyecto es la creación de un Bar Café donde los jóvenes y personas adultas puedan recrearse y divertirse en un sano ambiente de confort y tranquilidad en todos los aspectos. De esta manera estarán alejados de lugares que no son de total confianza, y que pueden afectar su salud con sus contenidos y su forma de diversión descontrolada. Así como también tratar de influir en los padres de familia, autoridades, educadores, iglesias y demás para que fomenten los buenos hábitos en la ciudadanía y de esta manera poder contar con un buen ambiente social.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Crear una nueva experiencia en diversión sana en los jóvenes que concurren a los sitios de diversión nocturna de la ciudad de Guayaquil para que de esta manera evitar el consumo de bebidas alcohólicas y sustancias nocivas para la salud.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Diagnosticar a través de una encuesta si los jóvenes que concurren a los sitios de diversión nocturna en la ciudad de Guayaquil estarían interesados en asistir a un lugar de sano entretenimiento y con esta información proyectar la posible demanda.
2. Determinar si el lugar donde estará ubicado el bar será conveniente para las personas que lo frecuenten a fin de asegurar una mejor aceptación del proyecto.
3. Evaluar la rentabilidad financiera del negocio a través de proyecciones para especificar la factibilidad de su creación en la ciudad de Guayaquil.

1.4 Marco Teórico

Una de las variables que se escogió para desarrollar el marco teórico es la sociología porque el tema está también relacionado con el comportamiento de la sociedad, en especial la psicología social que tiene que ver con las diferentes conductas que adoptan las personas en diferentes situaciones.

La sociología

Es la ciencia que estudia el comportamiento social de las personas, de los grupos y de la organización de las sociedades. La sociología es la encargada de estudiar las diferentes características de una sociedad como los valores, las culturas, sus creencias religiosas, la criminalidad y las migraciones, la desigualdad, etc. Cuyas características están presentes en las familias, las empresas, las instituciones educativas, al igual que la ciencia y la religión. Todos estos aspectos son los que hacen que la gente viva limitada o condicionada. Se añade que la sociología es la encargada de estudiar y analizar el comportamiento de las personas y trata los temas relacionados a los jóvenes cuando quieren introducirse en el mercado laboral, las trayectorias laborales y profesionales de las personas, los conflictos entre personas mayores, los cambios de las clases sociales, etc., en si se ocupa de la relación que existe entre personas vinculadas en las situaciones que viven día a día. (Federación Española Sociología, 1991)

La teoría sociológica considera a una persona que usa drogas como consumidor o usuario de las mismas, mas no como una persona adicta. Es una relación establecido entre en consumidor y la sustancia ya que esta le brinda un significado. Así mismo, estas prácticas hacen que el individuo forme parte de una red social que lo lleva a las prácticas constantes y hábitos. El consumo en este caso es observado como una actividad que le brinda al consumidor a ser miembro de un mundo de relaciones sociales con significados existentes. Desde este punto de vista, el consumo y uso de

sustancias estupefacientes puede ser catalogada como un “habitus” el cual es un generador de prácticas y objetos enlazables, además de potenciar la capacidad para seleccionar esas prácticas y a su vez las sustancias. Esto conlleva a la creación de una identidad social e individual dentro de una misma clase social, siempre que tomemos en cuenta que los clasificadores de las clases sociales son los estilos de vida de cada individuo. El estilo de vida de una persona que consume drogas en un estrato social medio es diferente al de otros miembros que también lo hacen dentro de su misma clase social. Sin embargo, son estilos de vida únicos y propios que sus prácticas y percepciones también pueden ser divididas por otros consumidores de drogas de clases sociales bajas. (Pierre, 2003)

La sicología social

La sicología social es nueva en el ámbito de estudio ya que recientemente ha sido reconocida en instituciones educativas en estados unidos desde el siglo pasado. Dentro de la psicología encontramos una rama llamada psicología social que es la que se encarga precisamente de estudiar los comportamientos que influyen las sociedades, es decir, todos los procesos sociales por los que tienen que pasar los individuos para insertarse en los grupos sociales que existen a sus alrededores y las características y personalidades de los mismos. (Regader, 2014)

Con frecuencia se la define como una ciencia encargada de investigar los fenómenos y organizaciones sociales que cuentan con principios de los cuales depende el buen vivir entre las personas. A su vez, tratan de indagar en los diferentes aspectos de conductas por las cuales están regidos los grupos sociales en sus distintas situaciones y que determinan su comportamiento a lo largo de sus vidas.

Para ser más precisos en el objetivo de la psicología social, es la que estudia los procesos psicológicos y sociales que se pueden observar, además

de la influencia de las relaciones sociales en las que se ven involucradas las personas. Algo que nos ayuda a entender el comportamiento de las personas es la conducta, sus estados mentales, sus actitudes, cuando se encuentran en grupos sociales. (Regader, 2014)

Otro de los temas es el problema que causa el alcohol en la sociedad. Según un estudio destaca que el 80,2% de los auxilios policiales convocados por violencia familiar es producido por personas en estado de embriaguez. El 56% de las mujeres han sufrido alguna vez un tipo de violencia en la provincia del guayas. 6 de cada 10 mujeres han vivido algún tipo de violencia de género. También se añade que un 44% de las mujeres en la provincia del guayas han vivido algún tipo de violencia de genero por parte de su pareja o ex pareja. Estas cifras son alarmantes ya que un buen porcentaje de estas son a causa de la influencia del alcohol u otras sustancias. (INEC, 2011)

Los resultados son claros al determinar las mediciones del consumo de drogas en instituciones. Arrojan cifras del 50% que incluyen hombres y mujeres de 12 a 17 años en todo el país. Una de las políticas públicas que sugieren es el retraso del consumo de estas sustancias ya que dicen que entre más tarde un joven estudiante llegue a usar estas drogas, es probable que en el futuro no las consuma frecuentemente. Sostienen que ha habido una disminución en el consumo de sustancias estupefacientes como en el consumo de cigarrillos y licor desde el año 2005 al 2012. Se indica que se ha retrasado la edad en que un chico empieza a consumir drogas el cual fue de 14.5 años en 2005 y de 14.3 años para el 2012. (Asamblea Nacional, 2015)

Conduciendo por las vías del país uno puede darse cuenta claramente de las vallas publicitarias que tratan de inducir a los conductores a no consumir alcohol mientras están manejando un vehículo. También es común escuchar en las radios del país spots publicitarios haciendo referencia a la misma causa, la

cual tiene como objetivo específico hacer que los conductores no conjuguen estas dos acciones; beber y conducir.

Por otro lado, el psiquiatra de la policía del Guayas Andrés Rodríguez dice que no todos los problemas intrafamiliares son provocados por el consumo de alcohol precisamente. Existen otros factores como problemas conyugales, problemas familiares, problemas de relaciones, etc. dice. Asimismo la migración es otro factor que incide en estos problemas debido a que se genera una desunión familiar y por consecuencia se pierden los valores y los conceptos y normas de moral y la ética, lo cual da lugar a la violencia intrafamiliar. (Policía Nacional, 2010)

Juan Ruales jefe del comando de policía del Guayas señala que en su periodo ha experimentado un gran número de detenciones a personas por no obedecer a las órdenes de no beber en la vía pública. Esto pudo haber influido en problemas intrafamiliares o conyugales generando la violencia y en algunos casos pueden terminar en delitos. (Policía Nacional, 2011)

Desde enero a mayo del año 2016 las cifras por accidentes de tránsito son del 21,46% en la provincia del guayas, lo que la ubica en la segunda provincia con más accidentes solo por debajo de pichicha con un 39,87% de accidentes de tránsito. De este total en estos meses el 6.51% de accidentes de tránsito corresponden a siniestros causados por conducir bajo la influencia de alcohol o sustancias estupefacientes y psicotrópicas. (ANT, 2016)

En Ecuador más de 900 mil personas consumen bebidas alcohólicas. De estas 912. 576 personas de 12 años en adelante que aseguraron consumir alcohol el 89,7% son hombres y el 10,3% son mujeres. El 2,5% de la población entre 12 y 18 años consume algún tipo de bebida alcohólica. El 48% de personas que consumen licor confirmaron que lo hacen cada semana de cada mes. La mayoría de la población que consume alcohol, es decir el 79,2% tienen

de preferencia la cerveza. Una cerveza se encuentra fácilmente en una tienda de barrio, esto indica que el 61,6% del licor consumido se lo adquiere en estas tiendas. Galápagos es la provincia que registra un mayor consumo de licor a nivel nacional, con un 12% de la población mayor de los 12 años de edad. Mientras que la provincia de Bolívar ocupa el último lugar con un 3,9%. (INEC, 2012)

El consumo de alcohol es una de las tres primeras causas de accidentes de tránsito en el país. Ecuador es un país que ha entrado en crisis por consumo de alcohol. Dice el secretario de estado que todo país que sobrepase los 6 litros de alcohol por habitante se considera en crisis. El Ecuador es el segundo país en América Latina con mayor consumo de alcohol, se ingiere 9,4 litros de alcohol por habitante al año. (OMS, 2013)

La primera causa de accidentes de tránsito en el Ecuador es la imprudencia de los conductores con el 45%. Luego está el manejo a exceso de velocidades con el 15%. Mientras que en el tercer lugar con un 9,4% aparece la conducción de un vehículo bajo efectos del alcohol como origen de los accidentes en las carreteras. Un porcentaje muy considerable atribuido al consumo de alcohol el cual se pretende reducir cada vez más. (ANT, 2011).

Capítulo 2

2 ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

2.1 Análisis de la situación actual

“El alcohol está presente en las sociedades actuales desde la antigüedad. El consumo de alcohol varía mucho de unas culturas a otras, pero en todas ellas se puede observar que su consumo depende de unas variables, entre ellas destaca el status, la edad, el género del individuo y la estructura social”. (Díez, 2003)

En comparación con otras generaciones, los adolescentes tienen presiones sociales extras con demandas que surgen cada vez más temprano: el primer amor, la iniciación prematura en el alcohol, tabaco, estreno de relaciones sexuales íntimas.

Como consecuencia de la regeneración urbana en Guayaquil, el espíritu empresarial y novelero de los guayaquileños, se puso de moda poner un bar, como respuesta a un público joven de clase media frente a una oferta nueva, variada y cercana de diversión nocturna. En el Ecuador ya existen alrededor de 4.193 licorerías y 2682 bares y discotecas. (INEC, 2011).

En Ecuador los datos estadísticos sobre el consumo de bebidas alcohólicas dan a entender una sociedad con cultura alcohólica y que trasciende todo tipo de barreras sociales. Esto se aprecia desde los hogares con ingresos básicos hasta hogares con ingresos muy altos. Siendo así los hogares con ingresos mínimos gastan más de 545 mil dólares mensuales en alcohol mientras que los hogares de mayores ingresos sobrepasan los 2 millones de dólares para este mismo fin. Un estudio revela que la mayoría de las personas que consumen bebidas alcohólicas se encuentran entre los 19 y 24 años de edad. Sin embargo, sus inicios se dan a una edad temprana siendo esta aproximadamente los 13 y 15 años. El 26.3% de la población de 20 a 59 años confirma que empezó a tomar licor antes de los 16 años, lo cual hace que se mantenga su consumo durante toda su etapa de juventud. Las personas que

consumen licor desde los 12 años en adelante, el 79% lo hace de preferencia con cerveza. (INEC, 2012)

Los inversionistas llegan desde todas partes. Coinciden que el auge nocturno traerá consigo plusvalía y bienestar, y probablemente la apertura de hoteles y moteles dirigidos a un turismo joven. Según ellos, la idea es que los bares y discotecas realcen el turismo en la ciudad. (El Telégrafo, 2012).

En un último estudio sobre el consumo de drogas y alcohol en los estudiantes, el alcohol es la sustancia de mayor uso: el 48.2% de los encuestados lo había consumido al menos una vez en su vida. Le sigue el cigarrillo con un 30% y la marihuana con un 9.75%. (CONSEP, 2015)

Dentro de la parte legal, en la constitución de la república se señala un punto referente a este tema. Se refiere a que el estado ecuatoriano se encargara de desarrollar programas informativos, preventivos y de control sobre el consumo de alcohol, tabaco y sustancias psicotrópicas que afectan a los ecuatorianos y a su vez proporcionar un tratamiento y la debida rehabilitación para aquellos consumidores.

Art. 364.- *Las adicciones son un problema de salud pública. Al Estado le corresponderá desarrollar programas coordinados de información, prevención y control del consumo de alcohol, tabaco y sustancias estupefacientes y psicotrópicas; así como ofrecer tratamiento y rehabilitación a los consumidores ocasionales, habituales y problemáticos.*

En ningún caso se permitirá su criminalización ni se vulnerarán sus derechos constitucionales.

El Estado controlará y regulará la publicidad de alcohol y tabaco.

(Constitución de la República Ecuador, 2008)

2.2 Análisis de resultados y diagnóstico

Uno de los recursos utilizados para poder llegar a los resultados mencionados, fue una encuesta, en la que se investigaría entre otras cosas, qué pensaban los jóvenes sobre la implementación de un Bar Cristiano con un ambiente diferente a los que se acostumbra en los lugares de diversión nocturna en la ciudad de Guayaquil.

Sabemos que los problemas de adicciones a las drogas y el consumo de alcohol son temas muy difíciles de solucionar y se requiere de mucho tiempo y compromiso. Es por esto que el proyecto pretende dar la iniciativa, empezando por los lugares que más frecuenta la juventud en la ciudad de Guayaquil.

Técnicas de recolección

Para medir la aceptación de este Bar cyber café en la ciudad de Guayaquil se ha utilizado las siguientes técnicas de recolección de datos:

Método de encuestas: se trata de una encuesta elaborada con 10 preguntas claves para saber que tanto porcentaje de la muestra de la población optaría por asistir a este bar. La encuestas está conformada por preguntas sencillas y objetivas de opción múltiple para que los encuestados puedan responder con total sinceridad sin sentirse comprometidos o inducidos a una respuesta.

Método por observación: Este método se utilizó para saber los diferentes precios y existencias en el mercado de los productos que se ofrecerán en el bar, con el fin de determinar los costos y los precios de los mismos para el consumir final con el fin de obtener una ganancia por cada uno de ellos.

MODELO DE ENCUESTA

Encuesta de aceptación de un Bar Cristiano en la ciudad de Guayaquil

- 1) Genero
Masculino___ Femenino___
- 2) Seleccione su rango de edad.
20 – 25___ 26 – 30___ 31 – 35___ 36-40 ___
- 3) ¿Con que frecuencia asiste usted a los lugares de diversión nocturna en la ciudad de Guayaquil?
No asisto___
Asisto poco___
Asisto con frecuencia___
Nunca falto___
- 4) ¿Consume usted bebidas alcohólicas?
Nunca___ bebo poco___ bebo con frecuencia___ bebo
mucho___
- 5) ¿Estaría interesado en asistir a un bar donde NO se expenden bebidas alcohólicas ni cigarrillos?
SI___ NO___
- 6) ¿Le agrada la idea de tener música instrumental en vivo y un ambiente amigable en este bar?
SI___ NO___
- 7) ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en cada salida?
\$10 - \$20___ \$20 - \$40___ \$40 o mas___
- 8) ¿Qué tipo de comida le gustaría encontrar en el Bar?
Sanduches___ pikeos___ platos a la carta___ comida gourmet___
- 9) ¿Dónde considera usted que debería estar ubicado este bar?
Urdesa___ ceibos___ alborada___ garzota___
- 10) ¿Con que frecuencia asistiría a este bar?
Muy poco___ Frecuentemente___ Siempre asistiría___

Utilizando una herramienta de cálculo se pudo determinar el tamaño de la muestra. Se determinó que el porcentaje de error que se va a aceptar será del 5%. Por lo tanto el nivel de confianza que se necesita es del 95%. Se cuenta con una población de aproximadamente 1'098.683 personas entre 20 y 40 años de edad en la ciudad de Guayaquil. Se añadió que la distribución de las respuestas sería de un 50%.

Con todos estos datos se determinó que el tamaño de nuestra muestra sería de 385 personas y a las cuales se les realizó una encuesta como la que se describe arriba. Una vez recopilado todos los datos de las 385 encuestas se procedió a graficar y los resultados más destacados son los siguientes:

Entre los rangos de edades que se tiene se puede observar que la mayor cantidad de personas están dentro de los 20 a 25 años de edad. Se piensa que son las edades más apropiadas para asistir a sitios como este.

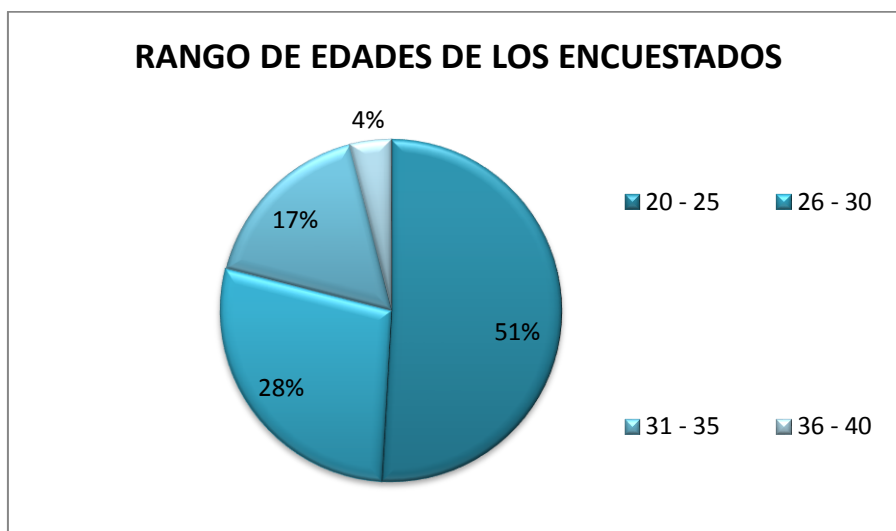


Figura 1. Rango de edades de la muestra

En el siguiente gráfico se puede observar que los porcentajes más altos son los de personas que si consumen bebidas alcohólicas en pequeñas cantidades o en pocas ocasiones. Muchas veces las personas que beben poco son aquellas que se sienten presionadas por su entorno a beber alguna bebida

alcohólica por cuestiones de amistades o de trabajo, pero que en realidad no les provoca placer tener este hábito de beber. Esto nos da una gran ventaja ya que se puede indagar en estas personas que beben poco lo cual es el 47% y así animarlos a que visiten el bar sin bebidas alcohólicas. Adicionalmente resulta muy favorable el porcentaje de las personas que nunca beben ya que son clientes potenciales para este bar.

CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS

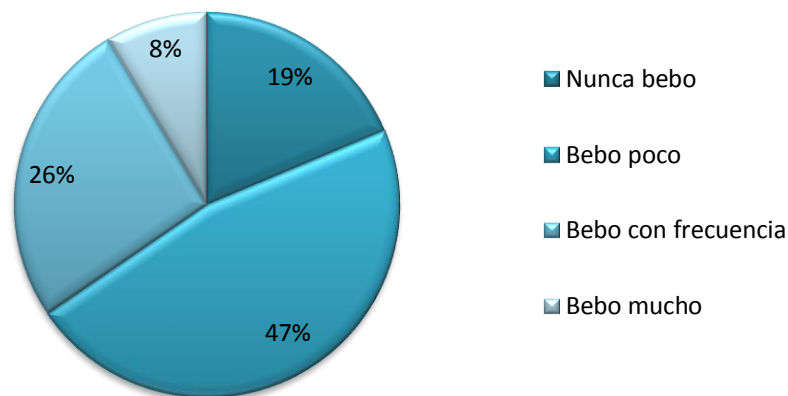


Figura 2. Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas

En este gráfico se puede apreciar a simple vista el gran interés de las personas en asistir a un lugar donde no se vendan bebidas alcohólicas ni cigarrillos. Este es un panorama muy alentador para este proyecto, ya que esa es su principal característica. Con un aplastante 89% de personas que están interesadas, se puede concluir que es un proyecto innovador y de gran aceptación.

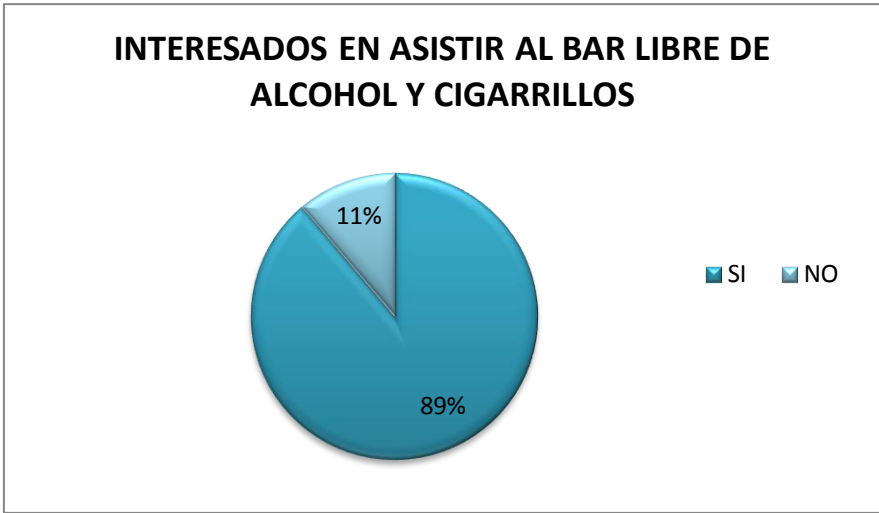


Figura 3. Personas interesadas en un bar libre de alcohol y cigarrillos

Para soportar la viabilidad de este negocio, este gráfico muestra que el mayor porcentaje de personas estarían dispuestas a gastar en \$10 y \$20 dólares seguido de un porcentaje casi similar del rango de entre \$20 y \$40 dólares. Esto nos brinda una confianza absoluta al momento de operar con los precios previamente establecidos. El monto de dinero que una persona debe gastar en promedio es de \$19,11 para que el bar tenga un punto de equilibrio, y en este grafico podemos ver que las personas estarán dispuestas a gastar mucho más que eso con la finalidad de divertirse y pasar un momento agradable.

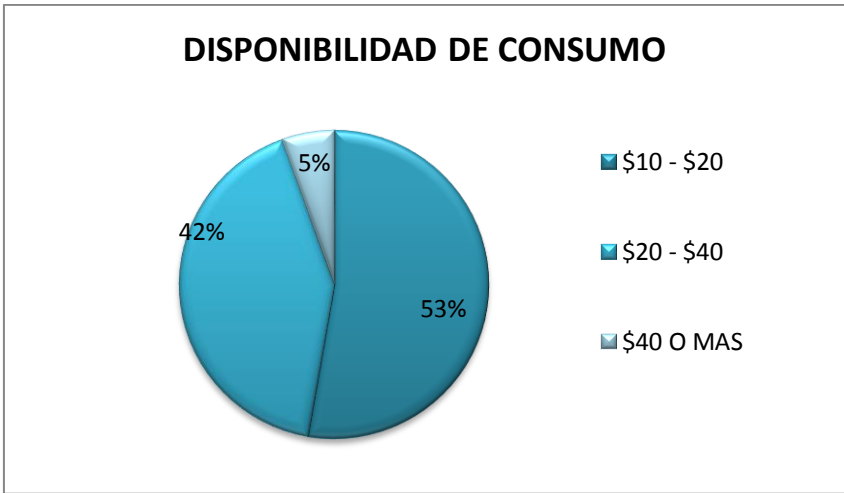


Figura 4. Rango de dinero que las personas estan dispuestas a gastar

En este grafico se puede observar la gran acogida que tendría el bar una vez que este implementado. El 70% de las personas encuestadas asistirían frecuentemente al bar, lo cual es muy favorable ya que se contara con su asistencia varias veces al mes. El 18% de las personas afirma que siempre asistirían a este bar ya que les parece el lugar ideal. Estos dos porcentajes mencionados son los que más interesan a los estudios del bar los cuales están dentro de las expectativas.

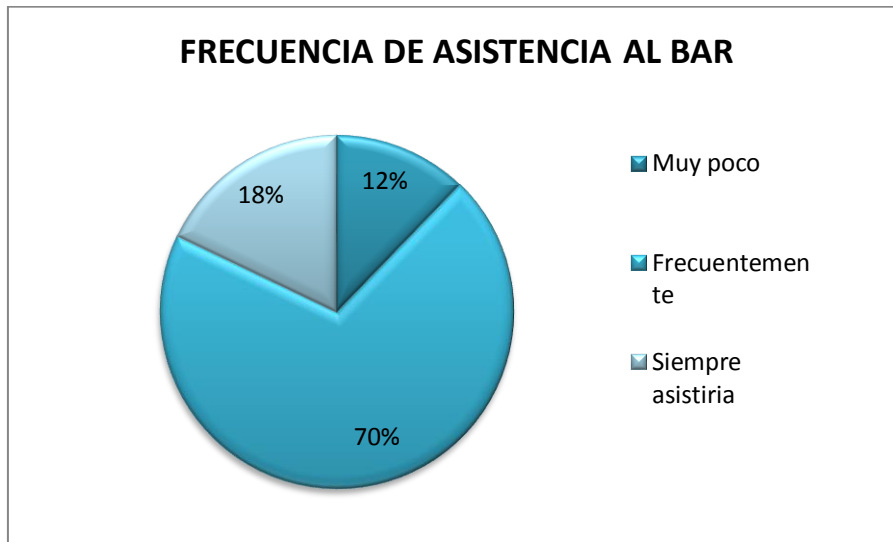


Figura 5. Frecuencia con la que asistirían las personas al bar

Capítulo 3

3 PROPUESTA DEL NEGOCIO

3.1 Propuesta de creación

Lo que se pretende con esta propuesta es aportar con una opción de diversión que sea igual de atractiva a las existentes pero con una perspectiva diferente. Esto es un bar-discoteca libre de consumo de alcohol, cigarrillos, drogas ni mensajes relacionados con el sexo.

Se desea cambiar el concepto mal formado en la sociedad, el cual apunta a que se necesita beber alcohol o ingerir sustancias estupefacientes para divertirse. Se creará un lugar innovador que sea atractivo y esté dentro de los parámetros de gente de distintas clases sociales.

La meta es llegar a la mente de los jóvenes, haciéndoles ver que la diversión no necesariamente depende de ninguna sustancia o estupefaciente, sino que se puede dar en cualquier ambiente. Además que reconozcan las consecuencias de las actividades que realicen a la hora de divertirse.

La idea es brindar una excelente atención en un lugar acogedor con buena música, buena comida, internet, karaoke, juegos varios, cuidando con gran detalle el mantener un ambiente que provea mensajes positivos y edificantes, que hagan recapacitar a sus asistentes respecto a temas importantes para el correcto y sano desarrollo de la juventud.

Un bar con un diseño moderno y juvenil que atraerá la atención de los que lo visiten y lo que hará que quieran volver a él, además de su ambiente acogedor y confortable. Un lugar donde puedan ir a desestresarse y hasta conocer nuevas personas e intercambiar gustos y preferencias.

Este bar atenderá al público de lunes a jueves desde las 17h00 hasta las 24h00, y los días viernes y sábados se atenderán desde las 14h00 hasta las 02h00. Los días domingos es el día de ir a la iglesia y por eso no se dará atención este día.

RAZON SOCIAL DEL NEGOCIO

Bar Zanahoria S.A

NOMBRE COMERCIAL

“Zanahoria Bar“

NEGOCIO

Zanahoria Bar es un centro de diversión que ofrece a sus clientes juegos recreativos, karaokes, música en vivo, internet, piqueos y bebidas, además de un agradable ambiente de confort y seguridad lo cual es para todo tipo de público.

LOGO



La imagen representa el bar cyber café que tendrá como nombre “Zanahoria Bar”. Este logo cuenta con un “Z” en la parte superior haciendo referencia a la primera letra de su nombre, luego el nombre propio y en pequeños detalles sus servicios y productos.

FACHADA



Esta imagen representa a la fachada frontal de Zanañoria Bar. Así es como lucirá por el lado de afuera y así es como la apreciarán las personas antes de entrar al bar. Al ingresar podrán subir por las escaleras a la parte donde están las mesas y el escenario para música en vivo.

3.1.1 FODA

Fortalezas

- Ambiente tranquilo y acogedor
- Infraestructura
- Ubicación
- Personal altamente capacitado

Oportunidades

- Crecimiento del cristianismo en la ciudad
- Alertas de transmisión de enfermedad venéreas

- Crecimiento del turismo en la ciudad de Guayaquil
- Apoyo de parte de organismos de salud

Debilidades

- Poca información sobre experiencia de lugares similares
- Ser novatos en el tipo de negocio
- Lenta acogida por parte de jóvenes

Amenazas

- Estabilidad económica y política del país
- Sea catalogado como un lugar religioso
- Competencia

3.1.2 Misión y visión

Misión

Ofrecer diversión sana a los jóvenes de Guayaquil, libre del consumo de alcohol, cigarrillos y drogas a través de sus diferentes actividades recreativas y divertidas.

Visión

Ser una organización reconocida por su aporte a la formación de una sociedad libre del alcohol, cigarrillos y drogas, basados en la oferta de diversión sana conservando los valores morales.

PRECIOS DE PIKEOS, BEBIDAS Y SERVICIOS	
DESCRIPCION	PRECIO UNIT.
Entradas Bar - Discoteca Hombres	\$ 12,00
Entradas Bar - Discoteca Mujeres	\$ 10,00
Entradas grupos en vivo Hombres	\$ 18,00
Entradas grupos en vivo Mujeres	\$ 12,00
Energizantes	\$ 3,50
Jugos vaso	\$ 2,00
Agua botella	\$ 1,00
Batidos	\$ 3,00
Cocteles	\$ 5,00
Colas	\$ 1,50
Frozen	\$ 2,50
Cafè	\$ 1,00
Chocolate	\$ 2,00
Capuccino	\$ 2,50
Tè helado	\$ 2,00
Sánduches	\$ 2,50
Humita / Hayaca / Empanadas	\$ 2,00
Tortilla / Bolòn / Pastel	\$ 1,50
Piqueos pollo / lomo / chorizo	\$ 4,00
Jalapeños con queso fundido	\$ 2,50
Porciòn postre	\$ 2,00
Pizza personal	\$ 3,00
Helado	\$ 2,00
Pan de Yuca	\$ 0,70

Internet hora	\$ 1,00
Karaoke	\$ 0,50

3.2.3 Promoción

Mediante varias opciones de marketing se dará a conocer este bar al público en general. Una de las opciones es mediante una llamativa publicidad en televisión para llegar a todos los posibles consumidores, ya que la mayoría de productos y servicios son conocidos por este medio.

Se contratarán menciones publicitarias entre programas deportivos y de entretenimiento en 3 canales de la ciudad como son Ecuavisa, RTS y TC televisión. Esta herramienta nos permitirá llegar a muchas personas interesadas en este tipo de bar y a su vez que la marca quede grabada en la mente de estos posibles consumidores.

Si bien es cierto, las personas pasamos una gran cantidad de tiempo frente al televisor para ver algún programa de entretenimiento, alguna película, un noticiero, una novela, una serie, etc. Y es aquí donde vamos a tener la oportunidad de presentar el negocio con más éxito. Es por esto que este tipo de publicidad es uno de los más efectivos y productivos para Zanahoria Bar y con el cual se piensa trabajar a medida que vaya creciendo el negocio.

Redes sociales

Las redes sociales son utilizadas en este siglo para todo tipo de propósitos. Es por esto que el negocio del Bar Zanahoria se dará a conocer también mediante las diferentes redes sociales más utilizadas por los jóvenes para que conozcan sobre este nuevo concepto de bar.

Se eligió la red social Facebook ya que es la que cuenta con mayor número de visitantes, aproximadamente ocho mil millones de visitas por día. (Piedra, 2016).



Grafico 1: Facebook.com

También se cree que la red social Instagram es una buena herramienta para difundir el concepto de bar, ya que es una de las redes con más actividad y que cuenta con más de cuatrocientos millones de usuarios a nivel mundial y se ubica en la cuarta posición entre las redes más utilizadas por los internautas. (Piedra, 2016). Esta red se la puede apreciar en la siguiente imagen:

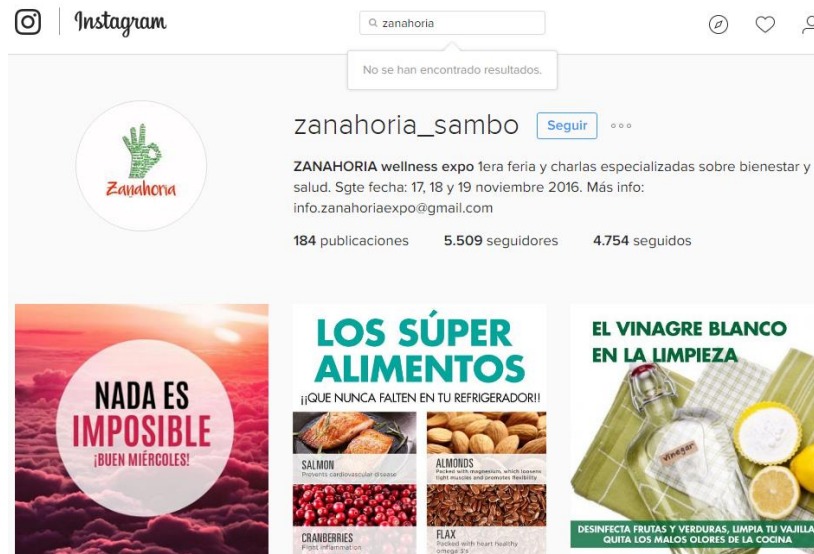


Grafico 2: Instagram.com

Por último, la siguiente red que se utilizara será Twitter, debido a que fue una de las primeras redes sociales en aparecer y a pesar que ha perdido un poco de popularidad, es la red que sirve para difundir noticias rápidas y cortas de cualquier tipo. (Piedra, 2016). A continuación una imagen de la misma:

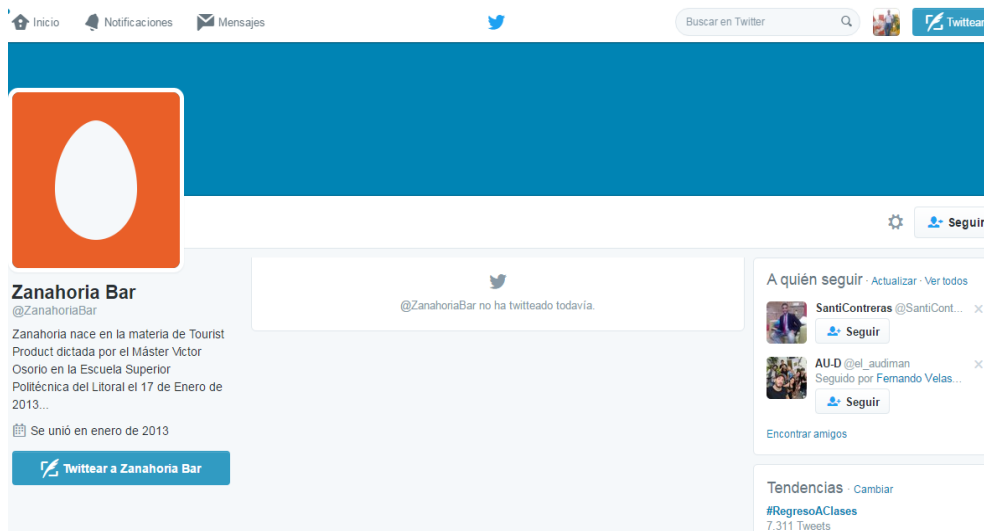


Grafico 3: Twitter.com

Sin duda alguna las redes sociales se han convertido en una herramienta muy útil para los diferentes tipos de empresas, organizaciones o negocios. Es por esto que nuestra forma más precisa sería la publicación en las

redes sociales con toda la información necesaria para lograr captar la atención de las personas.

La mayoría de las personas pasamos una gran cantidad de tiempo con nuestros celulares en la mano revisando las diferentes redes sociales con las que contamos en la actualidad, y es por esto que se piensa que las redes sociales son una de nuestras armas más fuertes para dar a conocer el negocio y sus servicios.

3.3 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

3.3.1 Alianzas con Iglesias

Se ha concluido que tener alianzas con iglesias locales de la ciudad de Guayaquil ayudará a que este bar se dé a conocer mucho más ya que muchos jóvenes asisten a las iglesias con sus familiares y amigos. Una de las alianzas que se realizara será con la iglesia Alianza Cristiana y Misionera que se encuentra ubicada en las calles Quito y Primero de Mayo esquina. Esta iglesia es una iglesia centenaria que alberga más de cinco mil miembros activos en todas sus jornadas, y un gran porcentaje de esa cantidad son jóvenes adultos menores a 40 años.

Es por esto que en coordinación con el departamento de Educación Cristiana se pondría a disposición el Bar para que lo puedan conocer y puedan asistir con frecuencia. Los días domingos en la tarde también se pueden repartir volantes a toda la congregación junto con el boletín dominical que normalmente se entrega a los asistentes, de manera que ahí tengan la información necesaria para que puedan asistir a este nuevo concepto de bar.



Grafico 4: Templo Evangélico Alianza

Fuente: Temploalianza.org

Otra de las iglesias con las que se puede contar es con el Centro Cristiano de Guayaquil. En esta iglesia tiene capacidad para 3200 personas, y una congregación que supera los cinco mil miembros. Miles de personas se congregan varios días de la semana en diversas horas. La idea es que se pueda incurrir en sus programas juveniles para así llegar a los jóvenes quienes son el target de este concepto y también a sus padres para que conozcan del lugar y les permitan ir libremente.

Se piensa que los padres de familia estarán muy de acuerdo en que sus hijos crezcan en un ambiente totalmente distinto al que la sociedad está acostumbrado.

¡Que padre no querría que su hijo se desenvuelva en un ambiente tranquilo y sin vicios de ningún tipo! Es por esto que esa iglesia grande del norte de la ciudad de Guayaquil será de gran ayuda, puesto que la ayuda será mutua. De la misma manera también podremos entregar flyer para toda la congregación los días de más concurrencia y así poco a poco se va esparciendo la voz sobre el bar.



Grafico 5: Centro Cristiano de Guayaquil

Fuente: Furoiani

3.3.2 Alianzas con Universidades de Guayaquil

Otra de las alianzas será con algunas universidades de Guayaquil ya que es aquí donde se concentran la mayor cantidad de jóvenes entre las edades más vulnerables a empezar una mala conducta social. Tanto las universidades privadas como las estatales son entidades que tienen alumnos cotidianamente por aproximadamente cinco años que es lo que dura una carrera promedio.

De esta manera se puede llegar a esos jóvenes cualquier día de la semana y brindarles una charla de concientización y a la vez darles a conocer el nuevo concepto de bar donde podrán darse cuenta que no correrán ningún tipo de peligro como sí lo hay en otros centros de diversión nocturna en la ciudad. La idea es colocar un stand en cada facultad y repartir volantes donde se detallarán los juegos, productos y servicios que ofrece el bar y también facilitar los nombres de cómo se encuentra el bar en las diferentes redes sociales mencionadas anteriormente.

Se decidió trabajar con las universidades con mayor alumnado en la ciudad y las más cercanas posibles a la ubicación del bar.

Estas serían las universidades con las que se trabajaría:

- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
- Universidad Santa María
- Universidad Casa Grande
- Universidad de Guayaquil
- Universidad Ecotec

3.3.3 Alianzas con colegios de la ciudad de Guayaquil

A pesar que el target especificado es de 20 a 40 años, este nuevo concepto de bar también permite contar con asistentes menores de edad ya que no somos una entidad que promueva el consumo de alcohol y otras sustancias que son solo para mayores de dieciocho años. Es por esto que se cuenta con un punto a favor para lograr mayor captación en los colegios de las zonas cercanas al bar en la ciudad de Guayaquil.

Con la colaboración de las autoridades de los distintos establecimientos se darán pequeñas charlas motivadoras y que llamen a la reflexión a los distintos jóvenes de dichas instituciones. Así mismo se les planteará a los padres de familia su ayuda para que puedan acudir con sus hijos en caso de que estén interesados.

Los colegios con los que se trabajará serán los siguientes:

- Unidad Educativa Delfos
- Unidad educativa Javier
- Centro Educativo Bilingüe Interamericano (CEBI)
- Unidad Educativa Santo Domingo de Guzmán

3.3.4 Alianzas con hoteles destacados de la ciudad de Guayaquil

Por otro lado, se contactará a los hoteles importantes de la zona. La mayoría de turistas que llegan a la ciudad buscan un lugar recomendado para salir a comer, pasear y divertirse por el día y por las noches.

En la ciudad tenemos toda clase de turistas extranjeros y nacionales, y siempre que haya una buena opción para salir a recrearse los turistas se sentirán confiados en asistir a un lugar como el que se ofrece en este proyecto. Es por esto que se creó la idea de poner unos banners en los hoteles y a la vez entregar volantes en recepción para que sean entregados a los huéspedes que lleguen al hotel, de manera que puedan conocer acerca de nuestros servicios y productos y a su vez disfruten de un ambiente divertido y acogedor fuera de la bulla de los bares comunes en el resto de la ciudad.

De esta manera también la publicidad será mutua ya que así como ellos dan a conocer este concepto de bar, la empresa también dará a conocer sus instalaciones y servicios para que las personas que visiten el local tengan una mejor opción cuando de hoteles se trate.

Los hoteles con los que se trabajará serían:

- Hotel Hilton Colón
- Hotel Sheraton
- Hotel Howard Johnson
- Urdesa Suites Hotel
- Kennedy Apart Hotel
- Hotel Marriott
- Balsamos Hotel Boutique
- Cedros Inn

- Sonesta Hotel
- Holyday Inn Hotel

3.4 Estudio Financiero

Este proyecto requiere de un estudio financiero completo para conocer si tendrá una gran aceptación y a su vez determinar si tendría una rentabilidad favorable. Es por esto que se ha elaborado un estudio de principio a fin con todos los componentes necesarios para llegar al objetivo.

A continuación empezaremos detallando la inversión inicial para poner en marcha el negocio y los porcentajes que representan cada uno de los gastos en la inversión. Como se puede observar en la figura a continuación no se incurre en inversión por terreno ni construcción ya que el local será alquilado y se pagará un alquiler mensual.

3.4.1 Inversión Inicial

Tabla 1

Inversión inicial del proyecto

ZANAHORIA		
INVERSION INICIAL		
DESCRIPCION	VALOR	%
ADECUACIÓN CYBER-CAFÉ	\$ 24.947	26%
ADECUACION BAR	\$ 39.478	40%
ADECUACION OFICINAS	\$ 3.294	3%
GASTOS DE CONSITUCION	\$ 3.000	3%
GASTOS PREOPERACIONALES	\$ 2.910	3%
Capital de Trabajo	\$ 23.913	25%
	\$ 97.542,19	100%

Adecuación Cyber-Café

En este cuadro se detallan todos los muebles y equipos que se utilizarán en la planta baja del bar donde está ubicado el cyber, el bar, la caja, las butacas, etc., con sus respectivas cantidades y precios lo cual representa al 26% del valor de la inversión.

Tabla 2

Detalle de muebles y equipos para cyber

ZANAHORIA

MUEBLES Y EQUIPOS PARA LA PLANTA BAJA / CYBER - CAFÉ

DESCRIPCION	CANTIDAD	RESERVA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
BUTACA 1 PERSONA	4	0	\$ 150,00	\$ 600,00
SILLON DE 2 PERSONAS	8	0	\$ 180,00	\$ 1.440,00
SILLON DE 3 PERSONAS	2	0	\$ 210,00	\$ 420,00
MESAS DE 2 PERSONAS	8	0	\$ 60,00	\$ 480,00
MESAS DE 3 PERSONAS	2	0	\$ 80,00	\$ 160,00
SILLAS DE BAR	15	2	\$ 45,00	\$ 765,00
JUEGOS DE COMEDOR 3 PERS	4	0	\$ 140,00	\$ 560,00
JUEGOS DE COMEDOR 5 PERS	4	0	\$ 160,00	\$ 640,00
JUEGOS DE COMEDOR 6 PERS	2	0	\$ 190,00	\$ 380,00
CUADROS	15	1	\$ 60,00	\$ 960,00
MESON DE BAR (GRANITO)	1	0	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00
ESCRITORIO RECEPCION	1	0	\$ 120,00	\$ 120,00
ESCRITORIO CAJA	1	0	\$ 120,00	\$ 120,00
SILLAS DE OFICINA	3	1	\$ 36,00	\$ 144,00
REPISA BAR	2	0	\$ 360,00	\$ 720,00
CONGELADORES	2	0	\$ 320,00	\$ 640,00
MICROHONDAS	1	0	\$ 150,00	\$ 150,00
MESON COCINA	1	0	\$ 120,00	\$ 120,00
MESA DE COCINA	1	0	\$ 50,00	\$ 50,00
ESTANTERIAS BODEGA	4	0	\$ 70,00	\$ 280,00
DIVISIONES	2	0	\$ 130,00	\$ 260,00
COMPUTADORAS CAJA	2	0	\$ 600,00	\$ 1.200,00
COMPUTADORAS CYBER	7	1	\$ 600,00	\$ 4.800,00
CAFETERAS	2	0	\$ 220,00	\$ 440,00
MAQUINA DE JUGOS	1	0	\$ 200,00	\$ 200,00
MAQUINA DE YOGURT	1	0	\$ 250,00	\$ 250,00
TELEVISOR DE 42 PULGADAS	2	0	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
VAJILLA - ENSERES MENORES	1	0	\$ 1.157,84	\$ 1.157,84
EQUIPOS DE AUDIO	1	0	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00
ROCKOLA	1	0	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
			Suman	\$ 24.946.84

Adecuación para la planta alta del bar

A continuación se detallan los equipos que se utilizarán en la planta alta del bar donde estarán ubicados los juegos, los televisores, equipos de audio, las sillas y los demás equipos para la adecuación del bar. Esto representa el 44% de la inversión del proyecto.

Tabla 3

Detalle de muebles y equipos para bar

ZANAHORIA				
MUEBLES Y EQUIPOS PARA LA PLANTA ALTA / BAR				
DESCRIPCION	CANTIDAD	RESERVA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
SILLON DE 2 PERSONAS	8	0	\$ 180	\$ 1.440
SILLON DE 3 PERSONAS	5	0	\$ 210	\$ 1.050
MESAS DE 2 PERSONAS	8	0	\$ 60	\$ 480
MESAS DE 3 PERSONAS	5	0	\$ 80	\$ 400
SILLAS DE BAR	20	2	\$ 45	\$ 990
CUADROS	15	1	\$ 60	\$ 960
MESON DE BAR (GRANITO)	1	0	\$ 1.050	\$ 1.050
REPISA BAR	2	0	\$ 360	\$ 720
CONGELADORES	2	0	\$ 320	\$ 640
MICROHONDAS	1	0	\$ 150	\$ 150
MESON COCINA	1	0	\$ 120	\$ 120
MESA DE COCINA	1	0	\$ 50	\$ 50
MESAS DE BILLAR	2	0	\$ 1.500	\$ 3.000
JUEGO DE LUCES	1	0	\$ 2.436	\$ 2.436
EQUIPOS DE AUDIO	1	0	\$ 12.542	\$ 12.542
INSTRUMENTOS MUSICALES	1	0	\$ 6.610	\$ 6.610
MUEBLE DE DJ	1	0	\$ 240	\$ 240
SILLAS DE OFICINA	2	0	\$ 36	\$ 72
INFOCUS	2	0	\$ 2.300	\$ 4.600
PANTALLA GIGANTE	2	0	\$ 280	\$ 560
VAJILLA - ENSERES MENORES	1	1	\$ 684	\$ 1.368
			Suman	\$ 39.478,00

Muebles y equipos de oficinas

A continuación se detallan todos los equipos de oficina que se utilizarán tanto en la oficina del bar donde se realizarán todas las cuentas, publicidad, alianzas, convenios, contratos, marketing, etc., como los muebles que serán

utilizados en la parte de recepción en la entrada del bar. Este valor representa el 4% de la inversión inicial de este proyecto.

Tabla 4

Detalle de muebles y equipos de oficina

ZANAHORIA

MUEBLES Y EQUIPOS PARA LAS OFICINA

DESCRIPCION	CANTIDAD	RESERVA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MESON DE RECEPCION	1	0	\$ 400	\$ 400
MESA DE CENTRO	1	0	\$ 60	\$ 60
ESQUINEROS	2	0	\$ 30	\$ 60
SOFA DOBLE	1	0	\$ 320	\$ 320
BUTACAS	2	0	\$ 150	\$ 300
SILLAS DE OFICINA	4	0	\$ 36	\$ 144
ESCRITORIO DE OFICINA	3	0	\$ 140	\$ 420
COMPUTADORAS	2	0	\$ 600	\$ 1.200
CAFETERA	1	0	\$ 60	\$ 60
ASPIRADORAS	1	0	\$ 150	\$ 150
ABRILLANTADORAS	1	0	\$ 180	\$ 180
			Suman	\$ 3.294,00

3.4.2 Listado de precios


El cuadro que se presenta a continuación muestra el listado de los precios que se han planteado a cada producto y servicio que se venderá en el bar, ajustado a los precios actuales pero un poco por debajo de los precios de bares y discotecas que normalmente se encuentran en la ciudad de Guayaquil. A su vez todos nuestros ingresos saldrán de las ganancias que se obtengan de las entradas y los productos y servicios que se detallan aquí a continuación.

Tabla 5

Detalle de precios del bar

ZANAHORIA

PRECIOS DE BEBIDAS, PIQUEOS Y SERVICIOS

 Descripción	Precio unitario
Entradas Bar - Discoteca Hombres	\$ 12,00
Entradas Bar - Discoteca Mujeres	\$ 10,00
Entradas grupos en vivo Hombres	\$ 18,00
Entradas grupos en vivo Mujeres	\$ 12,00
Energizantes	\$ 3,50
Jugos vaso	\$ 2,00
Agua botella	\$ 1,00
Batidos	\$ 3,00
Cocteles	\$ 5,00
Colas	\$ 1,50
Frozen	\$ 2,50
Cafè	\$ 1,00
Chocolate	\$ 2,00
Capuccino	\$ 2,50
Tè helado	\$ 2,00
Sánduches	\$ 2,50
Humita / Hayaca / Empanadas	\$ 2,00
Tortilla / Bolòn / Pastel	\$ 1,50
Piqueos pollo / lomo / chorizo	\$ 4,00
Jalapeños con queso fundido	\$ 2,50
Porciòn postre	\$ 2,00
Pizza personal	\$ 3,00
Helado	\$ 2,00
Pan de Yuca	\$ 0,70
Internet hora	\$ 1,00
Karaoke	\$ 0,50

3.4.3 Detalles de Ingresos Zanahoria Bar

En este cuadro que se presenta a continuación se muestran los ingresos que se recibirán de este proyecto. Zanahoria Bar tiene sus mayores ingresos por entradas de hombres y mujeres de lunes a sábados con sus respectivos horarios de atención. Se muestran un detalle de ingresos promedios de los 24 días laborables a la semana de enero a diciembre. Adicional se muestra el número de personas que asistirá cada día de lunes a sábado. Si bien se puede apreciar que los ingresos por entradas y consumos son constantes en todos los meses, esto es porque se trabajó con un promedio de asistentes, los cuales pueden ser mas en ciertas fechas. Por esta variación se está siendo muy conservador a la hora de determinar el número de asistentes a Zanahoria Bar.

3.4.4 Detalle de egresos de Zanahoria Bar

En el siguiente gráfico se muestran todos los egresos que tendrá Zanahoria Bar proyectado de enero a diciembre. Dentro de este cuadro se incluyen todos los gastos que se incurren en personal administrativo y personal del bar. Así como también todos los gastos que se tienen previstos para mantenimiento del bar y sus instalaciones como gasfitería, electricidad, tv cable, internet, etc., los cuales se fijaron durante todo el año de operaciones.

Tabla 7

Detalle de egresos del bar

Zanahoria													
Gastos	Precio Prom	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Bebidas													
50% de ingresos													
Piqueos													
50% de ingresos													
Remuneracion Mensual	\$109,501,00	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08	\$9,125,08
Administrador	\$12,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00	\$1,000,00
Contadora	\$8,400,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00	\$700,00
Asistente de Mantenimiento	\$6,000,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
Recepcionista	\$5,400,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00
Mensajero	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Conserje	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Conserje	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Mezera	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Mezera	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Mezera	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Barman	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Barman	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Cocinero	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Cocinero	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Portero	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Portero	\$4,368,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00	\$364,00
Compensación	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00	\$8,00
Decimo tercer sueldo	\$7,026,00	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50
Decimo cuarto sueldo	\$5,824,00	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33	\$485,33
Fondos de Reserva	\$7,026,00	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50	\$585,50
Fondo de Liquidaciones	\$6,000,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Vacaciones	\$3,513,00	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75	\$292,75
Horas extras	\$1,200,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
less	9534,53	794,55	794,55	794,55	794,55	794,55	794,55	794,55	794,55	794,55	794,55	794,55	794,55
Alimentacion	\$16,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Otro Gasto Del Personal	\$10,00	3	6	6	36	6	6	6	6	30	30	10	187,5
Electricidad	\$600,00	1,05	1,2	1,05	1	1,05	1,05	1,05	1,5	1,05	1	1,05	1,05
Agua	\$200,00	1,05	1,2	1,05	1	1	1,05	1,05	1,5	1,05	1	1,05	1,05
Internet	\$150,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Telefono	\$30,00	1,05	1,2	1,05	1	1	1,05	1,05	1,5	1,05	1	1,05	1,05
Transporte	\$5,220,00	375	375	615	375	375	375	615	375	615	375	375	375
Tv Cable	\$72,80	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Publicidad Y Propaganda	\$12,000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00
Alquiler	\$24,000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
Gastos Legales	\$2,200,00	300	200	100	0	0	0	0	0	300	400	400	500
Impuestos Y Comisiones	\$6,482,76	540,23	540,23	540,23	540,23	540,23	540,23	540,23	540,23	540,23	540,23	540,23	540,23
Seguros	\$4,877,11	406,43	406,43	406,43	406,43	406,43	406,43	406,43	406,43	406,43	406,43	406,43	406,43
Suministros De Oficinas	\$270,00	2	1	0,25	0,1	2	1	1	0,25	0,1	3	1	1
Suministros De Limpieza	\$550,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Compra De Enseres Menores	\$150,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Servicios Prestados	\$364,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sistema Electrico	\$720,00	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Gasfiteria	\$360,00	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pintura	\$1,800,00	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Sistema Telf.	\$30,00	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ebanistería	\$600,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Reparacion Maat. Vehiculo	\$120,00	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
Computacion	\$150,00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Otros	\$60,00	1	1	1,5	1	1	1	1,5	1	1	1	1	1
Gastos Financieros	\$6,560,08	590,01	582,34	574,61	566,82	558,96	551,04	543,06	535,01	526,89	518,71	510,47	502,15

3.4.5 Presupuesto mensual

En el siguiente gráfico se muestra el presupuesto mensual que está destinado para el funcionamiento de este bar. En esta proyección el presupuesto cuenta con las entradas de hombres y mujeres, las bebidas, los piqueos, internet y karaoke. Además se cuenta con el presupuesto de todos los gastos por remuneración de personal y sus aportes, los servicios básicos que se utilizaran en el bar, su respectivo alquiler y demás gastos en los que tendrá que incurrir este negocio. Cada gasto está presupuestado de enero a diciembre y se percibe una utilidad muy llamativa.

Tabla 8

Detalle del presupuesto mensual

PRESUPUESTO MENSUAL													
	Acum	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Entradas Bar - Hombres	46080	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840
Entradas Bar - Mujeres	38400	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200
Entradas grupos en vivo Hombres	69120	5.760	5.760	5.760	5.760	5.760	5.760	5.760	5.760	5.760	5.760	5.760	5.760
Entradas grupos en vivo Mujeres	46080	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840	3.840
Bebidas	96336	8.028	8.028	8.028	8.028	8.028	8.028	8.028	8.028	8.028	8.028	8.028	8.028
Piqueos	61258	5.105	5.105	5.105	5.105	5.105	5.105	5.105	5.105	5.105	5.105	5.105	5.105
Internet	1440	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Karaoke	1440	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Ventas	360154	30013	30013	30013	30013	30013	30013	30013	30013	30013	30013	30013	30013
	Acum	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Bebidas	48168	4.014	4.014	4.014	4.014	4.014	4.014	4.014	4.014	4.014	4.014	4.014	4.014
Piqueos	30629	2.552	2.552	2.552	2.552	2.552	2.552	2.552	2.552	2.552	2.552	2.552	2.552
Remuneracion Mensual	109501	9.125	9.125	9.125	9.125	9.125	9.125	9.125	9.125	9.125	9.125	9.125	9.125
less	9535	795	795	795	795	795	795	795	795	795	795	795	795
Alimentacion	768	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Otro Gasto Del Personal	3385	90	60	60	360	60	60	60	60	300	300	100	1.875
Electricidad	7830	630	720	630	600	600	630	630	900	630	600	630	630
Agua	2610	210	240	210	200	200	210	210	300	210	200	210	210
Internet	1800	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Telefono	392	32	36	32	30	30	32	32	45	32	30	32	32
Transporte	5220	375	375	615	375	375	375	615	375	615	375	375	375
Tv Cable	874	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Publicidad Y Propaganda	12000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Alquiler	24000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Gastos Legales	2200	300	200	100	0	0	0	0	0	300	400	400	500
Impuestos Y Comisiones	6483	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540
Seguros	4877	406	406	406	406	406	406	406	406	406	406	406	406
Suministros De Oficina	3429	540	270	68	27	540	270	270	68	27	810	270	270
Suministros De Limpieza	6600	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550
Compra De Enseres Menores	1800	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Servicios Prestados	4368	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364
Sistema Electrico	720	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Gasfiteria	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pintura	1800	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Sistema Telf.	390	30	60	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Ebanistería	600	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Reparacion Mant. Vehiculos	1800	120	240	120	120	120	240	120	120	120	240	120	120
Computacion	1800	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Otros	810	60	60	90	60	60	60	90	90	60	60	60	60
Gastos Financieros	6560,1	590	582	575	567	559	551	543	535	527	519	510	502
Egresos	301307	25200	25067	24752	24592	24797	24681	24823	24746	25074	25787	24960	26827
Utilidad/Pérdida	58846	4813	4946	5261	5420	5215	5332	5190	5267	4939	4226	5052	3186

Resumen de Gastos

En este gráfico se detalla un resumen de todos los gastos que tendrá la empresa en un año y sus equivalencias porcentuales del total de gastos del negocio.

Tabla 9

Resumen de gastos del bar

RESUMEN DE GASTOS

Bebidas	\$	48.168,00
Piqueos	\$	30.628,80
Remuneracion Mensual	\$	109.501,00
less	\$	9.534,59
Alimentacion	\$	768,00
Otro Gasto Del Personal	\$	3.385,00
Electricidad	\$	7.830,00
Agua	\$	2.610,00
Internet	\$	1.800,00
Telefono	\$	391,50
Transporte	\$	5.220,00
Tv Cable	\$	873,60
Publicidad Y Propaganda	\$	12.000,00
Alquiler	\$	24.000,00
Gastos Legales	\$	2.200,00
Impuestos Y Comisiones	\$	6.482,76
Seguros	\$	4.877,11
Suministros De Oficina	\$	3.429,00
Suministros De Limpieza	\$	6.600,00
Compra De Enseres Menores	\$	1.800,00
Servicios Prestados	\$	4.368,00
Sistema Electrico	\$	720,00
Gasfiteria	\$	360,00
Pintura	\$	1.800,00
Sistema Telf.	\$	390,00
Ebanistería	\$	600,00
Reparacion Mant. Vehiculos	\$	1.800,00
Computacion	\$	1.800,00
Otros	\$	810,00
Gastos Financieros	\$	6.560,08
Suman	\$	301.307,44

Tabla 10

Resumen de gastos en porcentajes

DESCRIPCION	VALOR	
Sueldos y Beneficios Sociales	\$ 127.557	42%
Gastos de Mantenimiento	\$ 19.299	6%
Compras	\$ 78.797	26%
Gastos de Publicidad y Promoción	\$ 12.000	4%
Gastos Generales	\$ 43.535	14%
Gastos de Comisiones	\$ 8.683	3%
Gastos de Seguros	\$ 4.877	2%
Gastos Financieros	\$ 6.560	2%
	\$ 301.307,44	100%

3.4.6 Punto de equilibrio

En los siguientes gráficos están detallados los costos variables y los costos fijos que tiene el Bar en sus operaciones anuales.

Tabla 11

Punto de equilibrio ventas

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos Fijos		Costos Variables	
Remuneracion Mensual	\$ 109.501,00	Bebidas	\$ 48.168,00
less	\$ 9.534,59	Piqueos	\$ 30.628,80
Alimentacion	\$ 768,00	Impuestos Y Comisiones	\$ 6.482,76
Otro Gasto Del Personal	\$ 3.385,00	Total Gastos	\$ 85.279,56
Electricidad	\$ 7.830,00		
Agua	\$ 2.610,00		
Internet	\$ 1.800,00		
Telefono	\$ 391,50		
Transporte	\$ 5.220,00		
Tv Cable	\$ 873,60		
Publicidad Y Propaganda	\$ 12.000,00		
Alquiler	\$ 24.000,00		
Gastos Legales	\$ 2.200,00		
Seguros	\$ 4.877,11		
Suministros De Oficina	\$ 3.429,00		
Suministros De Limpieza	\$ 6.600,00		
Compra De Enseres Menores	\$ 1.800,00		
Servicios Prestados	\$ 4.368,00		
Sistema Electrico	\$ 720,00		
Gasfiteria	\$ 360,00		
Pintura	\$ 1.800,00		
Sistema Telf.	\$ 390,00		
Ebanistería	\$ 600,00		
Reparacion Mant. Vehiculos	\$ 1.800,00		
Computacion	\$ 1.800,00		
Otros	\$ 810,00		
Gastos Financieros	\$ 6.560,08		
Total Gastos	\$ 216.027,88		

Aquí se muestra las fórmulas del punto de equilibrio en ventas y su comprobación.

Tabla 12

Formulas y comprobación del punto de equilibrio

Ventas en punto de Equilibrio

$$\text{Costos Fijos} \times \frac{1}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

216027,8761	x	1	85.279,56	283.050
		1 -	360.153,60	

Porcentaje de costo variable

$$\frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}} \times 100$$

85.280	x 100	23,68%
360.154		

Costos Variable en Pto. Eq.	283.050	23,68%	67.023
------------------------------------	---------	--------	--------

Comprobación del punto de Equilibrio

Ventas	283.050
(-) Costos Variables	67.023
= Utilidad Bruta en Ventas	216.028
(-) Costos Fijos	216.028
= Utilidad Neta	-

Aquí se detallan los valores promedios que una persona que asiste al bar deberá consumir. También se detalla el número mínimo de personas que deben asistir al bar para encontrar un punto de equilibrio. Es decir, que por cada día que se abra el bar deben asistir mínimo 49 personas y cada una debe consumir mínimo \$20 para no tener ganancias ni pérdidas. Estos valores son muy conservadores ya que en una discoteca normal asiste casi el doble de personas y cada persona consume mínimo \$30 por noche.

Tabla 13

Detalle de valores promedios

Entrada discoteca	\$13,00
Bebidas	\$2,86
Piqueos	\$2,73
Intenet	\$1,00
Karaoke	\$0,50
Consumo promedio	\$20

Ventas anuales en el punto de equilibrio	\$283.050,44
Ventas Mensuales en el punto de equilibrio	\$23.587,54
Ventas diarias en el punto de equilibrio	\$982,81
Número de personas que se deben atender mínimo	49

3.4.7 Balance General en el año 1

El siguiente cuadro muestra el balance general del primer año de operaciones de Zanahoria Bar. Donde se puede observar que el total de los activos es igual al total del pasivo más el patrimonio.

Tabla 14

Balance general primer año

BALANCE GENERAL AÑO 1

<u>ACTIVOS</u>		INICIAL
Activo Corriente	\$	29.823,35
Caja / Bancos	\$	2.910,00
Inversiones Temporales	\$	-
Cuentas por cobrar	\$	-
Inventarios	\$	23.913,35
Otros	\$	3.000,00
Activo Fijo	\$	67.718,84
Equipos y muebles de Oficina	\$	67.718,84
Depreciación Acumulada Equipos y mue	\$	-
TOTAL ACTIVOS	\$	97.542,19
<u>PASIVOS</u>		INICIAL
Psivo No Corriente	\$	72.542,19
Cuentas por pagar largo plazo	\$	72.542,19
TOTAL PASIVOS	\$	72.542,19
<u>PATRIMONIO</u>	\$	25.000,00
Capital	\$	25.000,00
Reservas	\$	-
Revalorización Patrimonial	\$	-
Resultados	\$	-
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$	97.542,19

3.4.8 Estado de pérdidas y ganancias

Este gráfico muestra el estado de pérdidas y ganancias anuales proyectadas de Zanahoria Bar. Se estima una inflación anual de 2% según cifras proyectadas del Banco Central del Ecuador, y un incremento anual de bares del 9% basado en la tasa de crecimiento de la industria. Donde se miden las ganancias de cada año y se hace el cálculo del TIR el cual es muy positivo con un 38% y el incremento en ventas será de 11.18% anual.

Tabla 15

Estado de pérdidas y ganancias

ZANAHORIA

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS ANUAL PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas Bar - Hombres	\$ 46.080,00	\$ 51.231,74	\$ 56.959,45	\$ 63.327,52	\$ 70.407,54
Entradas Bar - Mujeres	\$ 38.400,00	\$ 42.693,12	\$ 47.466,21	\$ 52.772,93	\$ 58.672,95
Entradas grupos en vivo Hombres	\$ 69.120,00	\$ 76.847,62	\$ 85.439,18	\$ 94.991,28	\$ 105.611,30
Entradas grupos en vivo Mujeres	\$ 46.080,00	\$ 51.231,74	\$ 56.959,45	\$ 63.327,52	\$ 70.407,54
Bebidas	\$ 96.336,00	\$ 107.106,36	\$ 119.080,86	\$ 132.394,10	\$ 147.195,76
Piqueos	\$ 61.257,60	\$ 68.106,20	\$ 75.720,47	\$ 84.186,02	\$ 93.598,02
Internet	\$ 1.440,00	\$ 1.600,99	\$ 1.779,98	\$ 1.978,98	\$ 2.200,24
Karaoke	\$ 1.440,00	\$ 1.600,99	\$ 1.779,98	\$ 1.978,98	\$ 2.200,24
VENTAS	\$ 360.153,60	\$ 400.418,77	\$ 445.185,59	\$ 494.957,34	\$ 550.293,57
Bebidas	\$ 48.168,00	\$ 53.553,18	\$ 59.540,43	\$ 66.197,05	\$ 73.597,88
Piqueos	\$ 30.628,80	\$ 34.053,10	\$ 37.860,24	\$ 42.093,01	\$ 46.799,01
Remuneracion Mensual	\$ 109.501,00	\$ 115.863,01	\$ 122.594,65	\$ 129.717,40	\$ 137.253,98
less	\$ 9.534,59	\$ 10.088,55	\$ 10.674,69	\$ 11.294,89	\$ 11.951,13
Alimentacion	\$ 768,00	\$ 783,36	\$ 799,03	\$ 815,01	\$ 831,31
Otro Gasto Del Personal	\$ 3.385,00	\$ 3.452,70	\$ 3.521,75	\$ 3.592,19	\$ 3.664,03
Electricidad	\$ 7.830,00	\$ 7.986,60	\$ 8.146,33	\$ 8.309,26	\$ 8.475,44
Agua	\$ 2.610,00	\$ 2.662,20	\$ 2.715,44	\$ 2.769,75	\$ 2.825,15
Internet	\$ 1.800,00	\$ 1.836,00	\$ 1.872,72	\$ 1.910,17	\$ 1.948,38
Telefono	\$ 391,50	\$ 399,33	\$ 407,32	\$ 415,46	\$ 423,77
Transporte	\$ 5.220,00	\$ 5.324,40	\$ 5.430,89	\$ 5.539,51	\$ 5.650,30
Tv Cable	\$ 873,60	\$ 891,07	\$ 908,89	\$ 927,07	\$ 945,61
Publicidad Y Propaganda	\$ 12.000,00	\$ 12.240,00	\$ 12.484,80	\$ 12.734,50	\$ 12.989,19
Alquiler	\$ 24.000,00	\$ 24.480,00	\$ 24.969,60	\$ 25.468,99	\$ 25.978,37
Gastos Legales	\$ 2.200,00	\$ 2.244,00	\$ 2.288,88	\$ 2.334,66	\$ 2.381,35
Impuestos Y Comisiones	\$ 6.482,76	\$ 6.612,42	\$ 6.744,67	\$ 6.879,56	\$ 7.017,15
Seguros	\$ 4.877,11	\$ 4.877,11	\$ 4.877,11	\$ 4.877,11	\$ 4.877,11
Suministros De Oficina	\$ 3.429,00	\$ 3.497,58	\$ 3.567,53	\$ 3.638,88	\$ 3.711,66
Suministros De Limpieza	\$ 6.600,00	\$ 6.732,00	\$ 6.866,64	\$ 7.003,97	\$ 7.144,05
Compra De Enseres Menores	\$ 1.800,00	\$ 1.836,00	\$ 1.872,72	\$ 1.910,17	\$ 1.948,38
Servicios Prestados	\$ 4.368,00	\$ 4.621,78	\$ 4.890,31	\$ 5.174,43	\$ 5.475,07
Sistema Electrico	\$ 720,00	\$ 734,40	\$ 749,09	\$ 764,07	\$ 779,35
Gasfiteria	\$ 360,00	\$ 367,20	\$ 374,54	\$ 382,03	\$ 389,68
Pintura	\$ 1.800,00	\$ 1.836,00	\$ 1.872,72	\$ 1.910,17	\$ 1.948,38
Sistema Telf.	\$ 390,00	\$ 397,80	\$ 405,76	\$ 413,87	\$ 422,15
Ebanisteria	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$ 649,46
Reparacion Mant. Vehiculos	\$ 1.800,00	\$ 1.836,00	\$ 1.872,72	\$ 1.910,17	\$ 1.948,38
Computacion	\$ 1.800,00	\$ 1.836,00	\$ 1.872,72	\$ 1.910,17	\$ 1.948,38
Otros	\$ 810,00	\$ 826,20	\$ 842,72	\$ 859,58	\$ 876,77
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 7.953,88	\$ 7.953,88	\$ 7.953,88	\$ 7.953,88	\$ 7.953,88
Gastos Financieros	\$ 6.560,08	\$ 5.352,09	\$ 4.020,78	\$ 2.553,57	\$ 936,57
Total Gastos	\$ 309.261,32	\$ 325.785,97	\$ 343.623,82	\$ 362.897,31	\$ 383.741,30
UTILIDAD / PERDIDA	\$ 50.892,28	\$ 74.632,81	\$ 101.561,77	\$ 132.060,04	\$ 166.552,27
15% Participación Empleados	\$ 7.633,84	\$ 11.194,92	\$ 15.234,27	\$ 19.809,01	\$ 24.982,84
UTILIDAD ANTES IMPTO. RENTA	\$ 43.258,43	\$ 63.437,89	\$ 86.327,51	\$ 112.251,03	\$ 141.569,43
25% Impuesto a la Renta	\$ 10.814,61	\$ 15.859,47	\$ 21.581,88	\$ 28.062,76	\$ 35.392,36
UTILIDAD DESPUÉS IMPTO. REN	\$ 32.443,83	\$ 47.578,41	\$ 64.745,63	\$ 84.188,27	\$ 106.177,07
10% Reserva Legal	\$ 3.244,38	\$ 4.757,84	\$ 6.474,56	\$ 8.418,83	\$ 10.617,71
UTILIDAD DISP. ACCIONISTAS	\$ 29.199,44	\$ 42.820,57	\$ 58.271,07	\$ 75.769,45	\$ 95.559,36

Crecimiento Salarial

5,81%

Incremento Anual Bares 9%
Inflación 2%
INCREMENTO EN VENTAS 11,18%

3.4.9 Proyección de flujo de caja

Este gráfico muestra el flujo de caja proyectado a 5 años del bar café, donde constan los ingresos y egresos operativos y no operativos y el flujo neto. Además contiene el cálculo de la Tasa Interna de Retorno y el Valor Actual Neto. Adicionalmente, también se encuentra el cálculo del costo promedio ponderado de capital.

Tabla 16

Proyección de flujo de caja proyectado

PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Ingresos Operativos:						
Ventas Netas		\$ 360.153,60	\$ 400.418,77	\$ 445.185,59	\$ 494.957,34	\$ 550.293,57
Egresos Operativos:						
Costos de Producción		\$ 78.796,80	\$ 87.606,28	\$ 97.400,66	\$ 108.290,06	\$ 120.396,89
Gasto Administrativo		\$ 203.950,56	\$ 212.633,71	\$ 221.763,68	\$ 231.365,30	\$ 241.464,78
Gasto de Venta		\$ 12.000,00	\$ 12.240,00	\$ 12.484,80	\$ 12.734,50	\$ 12.989,19
Participación de Trabajadores		\$ 7.633,84	\$ 11.194,92	\$ 15.234,27	\$ 19.809,01	\$ 24.982,84
Impuesto a la Renta		\$ 10.814,61	\$ 15.859,47	\$ 21.581,88	\$ 28.062,76	\$ 35.392,36
Reserva Legal		\$ 3.244,38	\$ 4.757,84	\$ 6.474,56	\$ 8.418,83	\$ 10.617,71
Subtotal		\$ 316.440,19	\$ 344.292,22	\$ 374.939,86	\$ 408.680,44	\$ 445.843,75
Flujo Operativo		\$ 43.713,41	\$ 56.126,55	\$ 70.245,74	\$ 86.276,90	\$ 104.449,82
Ingresos No Operativos:						
Inversión Fija	\$ (73.628,84)					
Inversión Corriente	\$ (23.913,35)					\$ 23.913,35
Egresos No Operativos:						
Pago de Capital del Préstamo		\$ (11.832,98)	\$ (13.040,97)	\$ (14.372,27)	\$ (15.839,49)	\$ (17.456,49)
Pago de Intereses del Préstamo		\$ (6.560,08)	\$ (5.352,09)	\$ (4.020,78)	\$ (2.553,57)	\$ (936,57)
Flujo Neto Generado	\$ (97.542,19)	\$ 25.320,35	\$ 37.733,49	\$ 51.852,68	\$ 67.883,84	\$ 109.970,11
Saldo Inicial de Caja		\$ 23.913,35	\$ 49.233,70	\$ 86.967,19	\$ 138.819,87	\$ 206.703,71
Saldo Final de Caja	\$ 23.913,35	\$ 49.233,70	\$ 86.967,19	\$ 138.819,87	\$ 206.703,71	\$ 316.673,83

	Inversión Inicial	Util. Año 1	Util. Año 2	Util. Año 3	Util. Año 4	Util. Año 5
\$	(97.542,19)	25.320,35	37.733,49	51.852,68	67.883,84	109.970,11

TIR 38%

VAN 88.481

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL				
FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	25.000,00	25,63%	24,58%	6,30%
PRESTAMO	72.542,19	74,37%	9,76%	7,26%
TMAR- Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento				13,56%

3.4.10 Depreciación de los activos

A continuación se detalla la depreciación de los activos del negocio en los próximos cinco años.

Tabla 17
Depreciación

DEPRECIACIÓN					ACUMULADA				
ACTIVOS FIJOS	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN	DEP.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipos y muebles de Oficina	\$ 67.718,84	10	\$ 6.771,88	\$ 564,32	\$ 6.771,88	\$ 6.771,88	\$ 6.771,88	\$ 6.771,88	\$ 6.771,88
TOTAL DEPRECIACION ANUAL			\$ 6.771,88	\$ 564,32	\$ 6.771,88	\$ 6.771,88	\$ 6.771,88	\$ 6.771,88	\$ 6.771,88
AMORTIZACIÓN					\$ 6.771,88	\$ 13.543,77	\$ 20.315,65	\$ 27.087,54	\$ 33.859,42
ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	VIDA UTIL	AMORTIZACIÓN	MR. MENSU	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE CONSITUCION	\$ 3.000,00	5	\$ 600,00	\$ 50,00					
GASTOS PREOPERACIONALES	\$ 2.910,00	5	\$ 582,00	\$ 48,50	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00	\$ 1.182,00
TOTAL AMORTIZACION ANUAL			\$ 1.182,00	\$ 98,50	\$ 1.182,00	\$ 2.364,00	\$ 3.546,00	\$ 4.728,00	\$ 5.910,00

3.4.11 Inversión de capital de trabajo

Este grafico detalla los balores que se utilizarán al inicio del negocio, es decir en el mes 0 para empezar a operar.

Tabla 18

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
PROYECCION DE CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLES	MES 0
<i>Ingresos</i>	\$ 0,00
<i>EGRESOS</i>	
<i>COSTOS DE OPERACIÓN</i>	
Bebidas	\$ 4.014,00
Piqueos	\$ 2.552,40
<i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i>	
Remuneracion Mensual	\$ 9.125,08
less	\$ 794,55
Alimentacion	\$ 64,00
Otro Gasto Del Personal	\$ 282,08
Electricidad	\$ 652,50
Agua	\$ 217,50
Internet	\$ 150,00
Telefono	\$ 32,63
Transporte	\$ 435,00
Tv Cable	\$ 72,80
Publicidad Y Propaganda	\$ 1.000,00
Alquiler	\$ 2.000,00
Gastos Legales	\$ 183,33
Impuestos Y Comisiones	\$ 540,23
Suministros De Oficina	\$ 285,75
Suministros De Limpieza	\$ 550,00
Compra De Enseres Menores	\$ 150,00
Servicios Prestados	\$ 364,00
Gasfiteria	\$ 30,00
Ebanistería	\$ 50,00
Reparacion Mant. Vehiculos	\$ 150,00
Computacion	\$ 150,00
Otros	\$ 67,50
<i>TOTAL DE EGRESOS</i>	\$ 23.913,35
<i>Ingreso mensual</i>	\$ -
<i>Egreso mensual</i>	\$ 23.913,35
<i>Saldo mensual</i>	\$ (23.913,35)
<i>Saldo acumulado</i>	\$ (23.913,35)

CONCLUSIONES

Nuestra sociedad se ve afectada cada día mas por la deficiencia de los valores y la carencia de opciones cuando se habla de lugares de diversión sana. En este breve estudio se pudo observar la facilidad con la que los jóvenes de hoy se pierden en el alcohol y las drogas con un futuro incierto para ellos. Hay entidades que ayudan a este tipo de jóvenes que caen en adicciones con difícil salida, pero solo la minoría son los que logran liberarse de las cadenas del alcohol y las drogas. La mayor parte de estos jóvenes siguen en su camino involucrado en la sociedad con acciones negativas contraproducentes y con pocas opciones de superación lo cual los lleva a sumergirse más en el consumo de estas sustancias y en muchos casos hasta provocarles la muerte.

Es por eso que este proyecto tiene la idea de llegar a los jóvenes que son los más vulnerables, para que tengan una opción más cuando deseen salir a divertirse entre amigos y familiares. El deseo de este proyecto es que los jóvenes de nuestra ciudad se den cuenta que si es posible la diversión sin alcohol ni cigarrillos ni sustancias estupefacientes que puedan perjudicar su salud gravemente y hasta tengan consecuencias mortales. Y para esto la gran aceptación mediante encuesta lo confirma. La juventud si está interesada en algo diferente que no sea perjudicial para su crecimiento personal. Los resultados comprueban que los jóvenes desearían experimentar nuevas opciones de entretenimiento y diversión

Con todo este estudio y viendo la necesidad de implementar un centro de diversión distinta a lo convencional, se creó un nuevo modelo de bar con un concepto nuevo ofreciendo productos y servicios distintos a los que se ofrecen en otros lugares. Un lugar donde además de recrear la mente pueden conocer nuevas personas con quienes interactuar y poder conversar o a su vez como partir una mesa de juego o una canción de karaoke. El proyecto es sin duda alguna algo muy novedoso y que puede llegar a cambiar la mente de los consumidores cuando piensen en alguna opción de entretenimiento. Un negocio que nos muestra su rentabilidad y que además aporta con la edificación de la sociedad es un éxito y un logro para el autor de este proyecto.

Con todas las cifras que se reflejan sobre accidentes de tránsito y muertes por culpa del alcohol o drogas, es momento de que se cambie el sistema de diversión para los jóvenes de la ciudad de Guayaquil. De esta manera, al mismo tiempo que se reducirían los accidentes de tránsito, muertes en las vías o violencia en hogares, se introduciría un nuevo modelo de recreación para las generaciones futuras cuando de diversión se trate.

RECOMENDACIONES

En la ciudad de Guayaquil contamos con mucha variedad de centros de diversión y entretenimiento para todo tipo de personas, pero todos estos lugares tienen en común el mismo servicio y acceso a productos que tienen que ver con licor, cigarrillos y en algunos casos con drogas. Estas son las razones por las que se deberían ampliar los estudios de mercado a adolescentes y jóvenes de todas las edades para así poder determinar dónde se podría invertir más recursos que les brinden a los jóvenes un mejor ambiente de diversión y entretenimiento. Se recomienda hacer encuestas a gran escala en el futuro para saber qué buscan y cuáles son los intereses en la nueva generación de jóvenes en la ciudad de Guayaquil.

Adicionalmente, es necesario que haya una mayor integración de las partes que están involucradas en la sociedad y que son parte directa de los adolescentes como por ejemplo la familia. La familia es una parte importante para aquellos que están en la etapa de la búsqueda de nuevas cosas y curiosidades como todos los jóvenes. También se debería hacer un llamado al estado Ecuatoriano para que pueda intervenir brindando soporte profesional o financiando algún proyecto que sea beneficioso para la juventud.

En un futuro se debería contar con un local propio y más grande ya que la demanda crecerá cada año. La inversión que se hace ahora es por un local alquilado, pero la idea es de llegar a tener un edificio propio y para esto se puede contar con inversionistas locales o extranjeros para poder ampliar el proyecto. Además de esto se sugiere agregar más sucursales en distintas zonas de la ciudad de Guayaquil donde hay más movimiento de jóvenes universitarios y deportistas. Resulta interesante tener un bar de este tipo en cada sector de la ciudad para que los jóvenes tengan varias opciones cuando decidan ir al Bar Zanahoria.

Pienso que se debería exhortar más a la juventud de todos los daños y perjuicios que les pueden provocar estas sustancias tan conocidas por todos.

REFERENCIAS

Federación Española de Sociología (1991). Que es la sociología. Recuperado de: <http://www.fes-sociologia.com/que-es-la-sociologia/pages/27/>

Dirección Nacional de Tránsito (2011). Estadísticas de transporte terrestre y seguridad vial. Recuperado de: <file:///C:/Users/FV/AppData/Local/Temp/reporte%20de%20accidentes%20a%20nivel%20nacional%202011.pdf>

Jalkh, G. (2010) Informe revela que la impudencia es la mayor causa de accidentes. El universo. Recuperado de: (<http://www.eluniverso.com/2010/07/05/1/1422/nforme-revela-imprudencia-causa-accidentes.html>)

INEC, (2012). Datos estadísticos sobre el consumo de bebidas alcohólicas en Ecuador. Ecuador en cifras. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Revistas/Postdata/postdata01/files/assets/downloads/page0006.pdf>

INEC, (2012). Consumo de alcohol en el Ecuador. Recuperado de: http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=615%3Amas-de-900-mil-ecuatorianos-consumen-alcohol&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es

Pierre, B. (2003) La distinción criterios y bases sociales del gusto. Recuperado de: http://www.prevenciondrogas.gob.ec/descargas/publicaciones_ond/investigaciones-ond/universidad-y-drogas.pdf

Asamblea Nacional, (2015). Consep dio a conocer cifras sobre consumo de drogas. Ecuador inmediato. Recuperado de:

http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818775459

Autoridad de Tránsito Municipal de Guayaquil, (2016). Siniestros por provincia a nivel nacional. Agencia nacional de tránsito. Recuperado de: <http://www.ant.gob.ec/index.php/descargable/file/3663-siniestros-mayo-2016>

Organización Mundial de la Salud, (2013). Consumo de alcohol. Recuperado de: http://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/profiles/ecu.pdf?ua=1

Organización Mundial de la Salud, (2013). Datos estadísticos. Recuperado de: <http://www.who.int/countries/ecu/es/>

Constitución de la República del Ecuador, (2008). Régimen del buen vivir. Sección segunda, salud. Artículo 364. Recuperado de: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Regader, B. (2014). Psicología y mente. Barcelona. Recuperado de: <https://psicologiaymente.net/social/psicologia-social-que-es>

INEC (2011). Violencia de género en sus relaciones de parejas o ex parejas. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/violencia-de-genero/>

Ministro del interior (2011). Daños en la salud por licor adulterado. Recuperado de: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/47-569-litros-de-licor-adulterado-fueron-decomisados-en-quito/>

Templo Evangélico Alianza (2016). Boletín dominical, recuperado de: http://www.temploalianza.org/web/ver_boletin.php?id=1

Centro Cristiano de Guayaquil (2016). Recuperado de:
<http://www.cgye.org/conozcanos/>

Piedra, M. (2016). Redes Sociales más usadas en 2016. Multiplicalia.
Recuperado de: <http://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2016/>

INEC (2010). Cantidad de la población guayasense por rangos de edades. Ecuador en cifras. Recuperado de:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

INEC (2010). Así es Guayaquil cifra a cifra. Infografías. Recuperado de:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf

Anexo 1

SINIESTROS POR CAUSAS PROBABLES A NIVEL NACIONAL MAYO- 2016

CODIGO	CAUSAS PROBABLES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	TOTAL A MAYO -2016	%
C14	CONducIR DESATENTO A LAS CONdICIONES DE TRANSITO (CELULAR, PANTALLAS DE VIDEO, COMIDA, MAQUILLAJE O CUALQUIER OTRO ELEMENTO DISTRACTOR)	634	632	590	492	522	2.870	21,89
C09	CONducIR VEHICULO SUPERANDO LOS LIMITES MAXIMOS DE VELOCIDAD	408	314	262	289	287	1.560	11,90
C23	NO RESPECTAR LAS SEÑALES REGLAMENTARIAS DE TRANSITO (PARE, CEDA EL PASO, LUZ ROJA DEL SEMAFORO, ETC)	366	300	296	248	304	1.514	11,54
C11	NO MANTENER LA DISTANCIA PRUDENCIAL CON RESPECTO AL VEHICULO QUE LE ANTECEDE	263	238	220	239	222	1.182	9,01
C25	NO CEDER EL DERECHO DE VIA O PREFERENCIA DE PASO A VEHICULOS	171	207	192	202	179	951	7,25
C06	CONduce BAJO LA INFLUENCIA DE ALCOHOL, SUSTANCIAS ESTUPEFACIENTES O PSICOTROPICAS Y/O MEDICAMENTOS	188	179	137	169	181	854	6,51
C26	NO CEDER EL DERECHO DE VIA O PREFERENCIA DE PASO AL PEATON	156	153	202	150	114	775	5,91
C19	REALIZAR CAMBIO BRUSCO O INDEBIDO DE CARRIL	185	160	138	138	143	764	5,83
C12	NO GUARDAR LA DISTANCIA LATERAL MINIMA DE SEGURIDAD ENTRE VEHICULOS	194	102	81	127	104	608	4,64
C16	NO TRANSITAR POR LAS ACERAS O ZONAS DE SEGURIDAD DESTINADAS PARA EL EFECTO	89	75	57	69	71	361	2,75
C03	CONducIR EN ESTADO DE SOMNOLENCIA O MALAS CONdICIONES FISICAS (SUEÑO, CANSANCIO Y FATIGA)	78	51	69	70	64	332	2,53

Anexo 2



Anexo 2



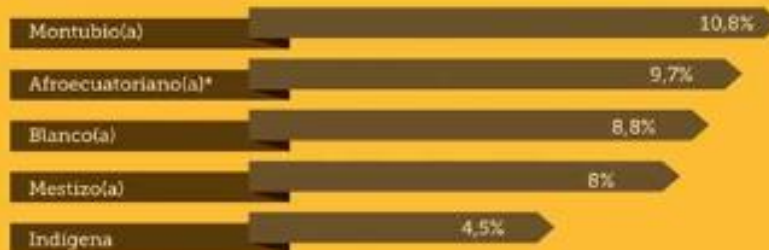
El **79,2%** de las personas que consumen alcohol prefiere tomar solamente cerveza

La tienda de barrio es el lugar donde se adquiere el **61,6%** de los licores



La provincia que registra mayor consumo de licor es **Galápagos** con el **12%** de población mayor de 12 años. La menor es Bolívar con el **3,9%**

Consumo por autoidentificación

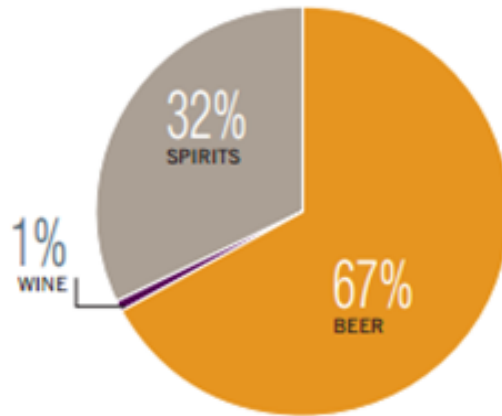


*La encuesta se realizó a personas mayores de 12 años. Las bebidas alcohólicas incluyen: bebidas destiladas, vino y cerveza.

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en Hogares Urbanos y Rurales 2011- 2012

Anexo 3

Alcohol registrado per cápita (15+) Consumo (en litros de puro Alcohol) por tipo de bebida alcohólica de 2010



Anexo 4

ACCIDENTES POR CAUSAS PROBABLES A NIVEL NACIONAL 2011

CAUSAS PROBABLES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL 2011	%	% 2011 VS 2010
CASOS FORTUITOS	18	33	31	22	20	21	11	15	10	13	11	35	240	0,97	-12%
CAUSAS EN PROCESO DE INVESTIGACIÓN	42	26	23	31	20	5	10	14	7	13	10	31	232	0,94	-67%
DAÑOS MECÁNICOS	51	32	63	41	16	28	25	29	18	29	31	37	400	1,62	16%
EMBRIGUEZ	255	227	239	177	167	189	198	167	164	221	182	251	2.437	9,90	-7%
EXESO DE VELOCIDAD	372	256	395	254	238	288	362	280	258	264	280	261	3.518	14,29	-5%
IMPERICIA/IMPUDENCIA DEL CONDUCTOR	949	877	1.068	900	827	736	792	800	901	1.142	1.105	1.106	11.203	45,49	-14%
IMPUDENCIA DE LOS INVOLUCRADOS NO-CONDUCTOR	116	187	118	140	184	228	248	218	153	190	128	219	2.130	8,65	70%
INVASIÓN DE CARRIL	233	208	168	173	168	208	200	198	162	148	130	175	2.201	8,94	34%
MAL ESTACIONADO	9	9	8	3	2	4	3	2	3	1	-	8	52	0,21	49%
NO RESPETAR LAS SEÑALES DE TRÁNSITO	76	136	60	107	141	154	137	128	129	152	124	168	1.512	6,14	77%
OTRAS CAUSAS	63	97	62	77	61	46	66	36	34	43	44	70	689	2,84	6%
PASAR SEMAFORO EN ROJO	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2	0,01	-100%
TOTAL	2.184	2.088	2.236	1.925	1.874	1.908	2.052	1.888	1.839	2.216	2.055	2.361	24.626	100	-4%
%	8,87	8,48	9,08	7,82	7,61	7,75	8,33	7,67	7,47	9,00	8,34	9,59	100,00		

ACCIDENTES POR TIPO A NIVEL NACIONAL - 2011

TIPO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	%	% 2011 VS 2010
ARROLLAMIENTO	22	16	25	18	10	14	25	15	19	38	18	27	247	1,00	9%
ATROPELLO	362	321	365	321	359	370	367	341	296	372	363	412	4.259	17,29	-6%
CAIDA DE PASAJEROS	32	27	22	47	29	37	38	32	36	45	37	52	434	1,76	-10%
CHOQUE	937	929	965	811	830	863	911	900	861	1.024	904	1.033	10.968	44,54	-3%
COLISION	74	64	72	57	42	33	45	57	40	56	59	65	664	2,70	-2%
ENCUNETAMIENTO	114	128	93	83	92	86	75	69	73	89	193	114	1.189	4,83	6%
ESTRELLAMIENTO	368	330	363	372	272	258	352	266	269	336	242	370	3.798	15,42	-3%
OTROS (Obstáculos - derrumbe)	22	17	11	6	12	16	13	15	22	23	9	44	210	0,85	-33%
ROZAMIENTO	151	148	177	126	154	145	139	126	137	134	154	159	1.750	7,11	3%
VOLCAMIENTO	102	108	123	84	74	86	87	67	88	119	88	85	1.107	4,50	-14%
TOTAL	2.184	2.088	2.236	1.925	1.874	1.908	2.052	1.888	1.839	2.216	2.055	2.361	24.626	100	-4%
%	8,87	8,48	9,08	7,82	7,61	7,75	8,33	7,67	7,47	9,00	8,34	9,59	100,00		

Anexo 5

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9.743	0,3%	2.281	0,1%
De 90 a 94 años	11.995	0,4%	5.712	0,2%
De 85 a 89 años	17.350	0,5%	13.655	0,4%
De 80 a 84 años	25.477	0,8%	25.924	0,7%
De 75 a 79 años	37.182	1,1%	37.219	1,0%
De 70 a 74 años	51.412	1,6%	53.901	1,5%
De 65 a 69 años	45.703	1,4%	56.752	1,6%
De 60 a 64 años	94.293	2,8%	118.685	3,3%
De 55 a 59 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 50 a 54 años	130.270	3,9%	166.684	4,6%
De 45 a 49 años	158.124	4,8%	204.345	5,6%
De 40 a 44 años	200.728	6,1%	220.145	6,0%
De 35 a 39 años	229.555	6,9%	249.779	6,9%
De 30 a 34 años	255.593	7,7%	289.594	7,9%
De 25 a 29 años	276.926	8,4%	307.034	8,4%
De 20 a 24 años	336.609	10,2%	321.308	8,8%
De 15 a 19 años	321.456	9,7%	338.370	9,3%
De 10 a 14 años	332.561	10,1%	373.511	10,2%
De 5 a 9 años	341.476	10,3%	362.896	10,0%
De 0 a 4 años	340.587	10,3%	359.678	9,9%
Total	3.309.034	100,0%	3.645.483	100,0%

Anexo 6

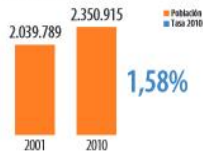
Así es Guayaquil cifra a cifra

► Población del cantón Guayaquil

2.350.915



► Población y tasa de crecimiento intercensal anual



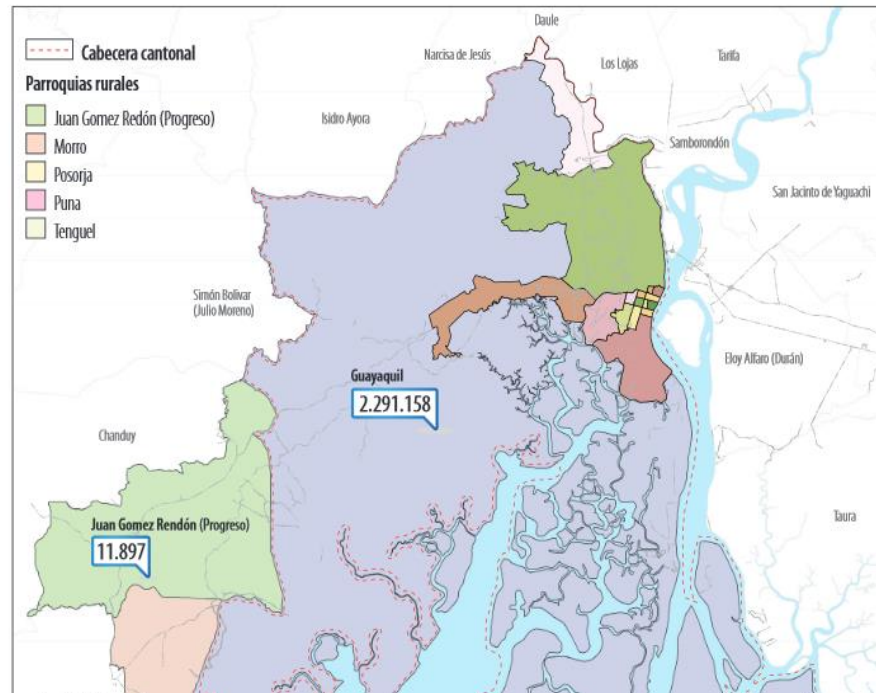
► Promedio de personas por hogar Censos 2001 y 2010



► Porcentaje de población por grupos de edad

	2001	2010
0 a 14	29,4%	28,8%
15 a 64	64,1%	65,4%
65 y más	6,5%	5,8%

► Número de habitantes del cantón Guayaquil por parroquias (urbanas y rurales).





DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Briones Villarreal Jefferson Andres**, con C.C: # **1720271749** autor/a del **componente práctico del examen complejo: Propuesta para crear un bar cristiano en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 26 de septiembre de 2016

f. _____

Nombre: **Briones Villarreal Jefferson Andres**

C.C: **1720271749**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGIA
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACION

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Propuesta para crear un bar cristiano en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Jefferson Andres Briones Villarreal		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Diana Terán		
INSTITUCION:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	26 de septiembre de 2016	No. DE PAGINAS:	80
AREAS TEMATICAS:	Financiero, responsabilidad social, viabilidad		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Emprendimiento, Bar, Entretenimiento, Alcohol, Diversión, accidentes		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Este proyecto centró su análisis en la influencia que ejercen los centros de recreación nocturna en la ciudad de Guayaquil, en los jóvenes de todas las clases sociales que frecuentan estos lugares. Las actividades que se realizan en estos lugares, en algunas ocasiones según datos estadísticos, resultan perjudiciales para los jóvenes, dado el consumo de sustancias que en ellos se da y que no les permiten medir sus acciones. Esta investigación quiere demostrar que la influencia de bebidas alcohólicas, tabaco y sustancias estupefacientes son perjudiciales para la salud de los jóvenes y a la vez perjudican sus interacciones en sus grupos sociales y en sus hogares, debido a que experimentan alteraciones en sus facultades mentales y comportamientos. La idea es crear un bar diferente en la ciudad de Guayaquil donde la juventud pueda recrearse y disfrutar de una sana diversión sin perjudicar su salud y la de los demás. Este nuevo concepto de Bar brinda una opción de diversión empleando distintos métodos de distracción y entretenimiento como son juegos divertidos y grupales donde se puede conocer personas e interactuar con diferentes jóvenes de distintas clases sociales. Además de su propuesta de recreación, en el futuro este bar podría aportar a la disminución de casos de accidentes e incidentes violentos, ya que los asistentes no estarán bajo los efectos del alcohol ni de ningún tipo de drogas y podrán así retirarse a sus hogares conduciendo sus vehículos con total normalidad y seguridad.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-992657454	E-mail: jeffersonbriones@outlook.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Roman Bermeo Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-984228698		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCION PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACION:			
DIRECCION URL (tesis en la web):			