



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA

LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

**TEMA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA**

TEMA:

**“CREACIÓN DE UN BAR EN LA PLAYA, UBICADO EN EL CANTÓN
GENERAL VILLAMIL PLAYAS, DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”**

ALUMNA:

PATRICIA DENISSE TOLEDO VASCONCELLOS

TUTOR:

MSC. RENE CALERO CÓRDOVA

OCTUBRE 2012

GUAYAQUIL - ECUADOR

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ingeniería Química

Acta de Aprobación

Proyecto de Investigación

Tema

**PROYECTO DE CREACIÓN DE UN BAR EN LA PLAYA, UBICADO EN EL
CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS**

Trabajo de Investigación presentado por:

Patricia Toledo Vasconcellos

Aprobado en su Estilo y Contenido por

El Tribunal de Sustentación

Ing. José Valdéz Díaz
PRESIDENTE

Ing. René Calero Córdova, MSc.
TUTOR DEL PROYECTO

Ing. Priscila Vargas Ramírez
MIEMBRO PRINCIPAL

Lcdo. Edwin Gallardo Lara, MSc.
MIEMBRO SUPLENTE

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA.

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR:

En mi calidad de Tutor del **Trabajo y/o Proyecto de Investigación** sobre el tema: **“CREACIÓN DE UN BAR EN LA PLAYA, UBICADO EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”**, de la Egresada PATRICIA DENISSE TOLEDO VASCONCELLOS, alumna de la Carrera de Pregrado LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA de la Facultad de Ingeniería Química de la Universidad de Guayaquil.

Certifico que dicho **Informe y/o Proyecto Investigativo** después de haberlo revisado reúne todos los Requisitos Institucionales, Metodológicos, Académicos y Méritos suficientes para su exposición y/o defensa pública, ante la evaluación del jurado examinador y/o calificador que el H. Consejo Directivo designe.

Guayaquil, octubre del 2012

MSC. RENE CALERO CÓRDOVA.
TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
TIPO TESIS DE GRADO.

AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de la autora.

PATRICIA DENISSE TOLEDO VASCONCELLOS

DEDICATORIA

A Dios por darme la salud y voluntad necesaria para culminar este trabajo.

A mi madre Eva y a mi padre Patricio, que con esmero y cariño se han esforzado toda su vida para darnos un mejor futuro, siendo pilar fundamental en nuestra familia.

A mis hermanos Alberto y Patricio quienes me brindaron sabios consejos.

A mis abuelos Yolanda, José y Martha, quienes vivieron de cerca el desarrollo de esta tesis, con quienes espero compartir muchas más alegrías en el futuro,

A Mario por apoyarme en cada paso del proyecto y por sus consejos.

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad; a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE y a mi MADRE con mucho amor y cariño, a mis HERMANOS y ABUELITOS, por siempre haberme dado su fuerza e incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

Mi más cordial agradecimiento a mi Director de tesis, MSc. Rene Calero Córdova, al MSc Fabián Zambrano Cabrera colaborador de la misma y al comité de tesis por revisar y enriquecer el presente trabajo, la cual ha finalizado llenando todas nuestras expectativas.

ÍNDICE

Capítulo I.....	1- 12
Introducción	
Antecedentes	
Historia	
Capítulo II.....	13 - 19
Estudio de mercado	
Segmentación del mercado	
Determinación de la demanda	
Demanda Potencial	
Demanda Insatisfecha	
Encuesta	
Análisis de resultados	
Plan de Mercadeo	
Capítulo III.....	14 - 22
Descripción del establecimiento	
Ingeniería del Proyecto	
Diseño y equipamiento	
Capítulo IV.....	23 - 31
Organigrama estructural	
Organigrama Funcional	
Descripción de puestos	
Misión	
Visión	
Capítulo V.....	32 - 35
Estudio Legal	
Requisitos	
Permisos de funcionamiento	
Registros	
Patentes	
Capítulo VI.....	36 - 58
Receta estándar	
Tarjeta de costo	
Lista de mercado	

Capítulo VII.....	59 - 79
-------------------	---------

Inversión total

Materia prima

Mano de obra

Equipamiento

Adecuaciones

Financiamiento

Amortización

Costos de producción

Punto de equilibrio

Análisis de resultados

Capítulo VIII.....	80 - 84
--------------------	---------

Plan ambiental

Políticas

Estrategias

Anexos.....	107 – 129
-------------	-----------

Certificación de Revisión de la Ortografía

Tarjeta de Costo

Encuesta

Plano del Establecimiento

Cronograma de Actividades

Bibliografía

CAPÍTULO I

NOMBRE DEL PROYECTO

“CREACIÓN DE UN BAR EN LA PLAYA, EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”

PROBLEMA

El desarrollo turístico que ha experimentado en los últimos años el cantón es aún insuficiente desde que la Provincia del Guayas fue separada y creada la nueva Provincia de Santa Elena, esta separación determinó la necesidad de dar un impulso real a la zona de Playa que quedó en la Provincia, la misma que su desarrollo anterior fue muy lento y no significativo para un desarrollo sostenido playero...

Otro de los factores que influye en la actualidad es el desarrollo urbanístico que se está generando por la influencia directa de la población de Guayaquil, al ubicarla como un polo futuro de desarrollo turístico y de rentabilidad inmobiliaria.

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

En todo pueblo turístico es necesario que exista infraestructura hotelera y de servicios acorde con las necesidades de los clientes vinculadas directamente a las de esparcimiento y recreación.

Las personas necesitan empresas dedicadas a satisfacer el esparcimiento bajo parámetros técnicos y de servicio que satisfagan al cliente.

Está comprobado que todo establecimiento hotelero tiene un efecto multiplicador en la economía en la zona de influencia.

En la actualidad no existen bares con las características que se proyectará para satisfacer las necesidades del turista.

4.- OBJETIVO A ALCANZAR

De acuerdo con los objetivos la presente investigación permitirá crear un proyecto donde la base teórica se pueda plasmar en un trabajo viable aplicado a través de métodos y técnicas, que permitan una creación eficiente y, para el modelo de futuros bares.

Es importante indicar que la creación de este proyecto permitirá solucionar vacíos en los procedimientos y de esta manera, obtener excelentes resultados en el aprendizaje de los contenidos para su aplicación.

Realizar un proceso de creación de un nuevo negocio utilizando herramientas de planificación estratégica y planes de negocio.

OBJETIVO GENERAL

“Proponer la creación de un establecimiento que satisfaga las necesidades de los clientes del Cantón General Villamil Playas”

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico interno y externo.
- Proponer estrategias de negocio y operacionales.
- Proponer planes de acción de manera de darle forma a la empresa.
- Estimar todos los costos de la manera más eficiente.
- Evaluar económica y financieramente el proyecto.

ANÁLISIS DEL OBJETIVO GENERAL

De acuerdo con los objetivos la presente investigación permitirá crear un proyecto donde la base teórica se pueda plasmar en un trabajo viable aplicado a través de métodos y técnicas, que permitan una creación eficiente y, para el modelo de futuros bares.

Es importante indicar que la creación de este proyecto permitirá solucionar vacíos en los procedimientos y de esta manera, obtener excelentes resultados en el aprendizaje de los contenidos para su aplicación.

Realizar un proceso de creación de un nuevo negocio utilizando herramientas de planificación estratégica y planes de negocio.

HIPÓTESIS

GENERAL

“La creación de un BAR es viable y rentable en el Cantón General Villamil Playas”

ESPECÍFICAS:

- **Existe suficiente demanda insatisfecha.**
- **La competencia existente no representa una gran amenaza.**
- **Existen necesidades por satisfacer.**

SOLUCIÓN DE LA HIPÓTESIS

KALUA apunta a posicionarse dentro de los lugares líderes en cuanto a distracción se refiere para todo tipo de clientes nacionales y extranjeros que gusten salir de la rutina.

Aunque el bar recibe a clientes de todo tipo y edad que en su gran mayoría lo visitan los jueves, viernes y sábados.

FUNDACIÓN

General Villamil, mejor conocido como **Playas**, es una ciudad de la provincia de Guayas en la República del Ecuador. Está situada en el sudoeste del país, a orillas del Océano Pacífico, a unos 96 kilómetros de la ciudad de Guayaquil.

Desde su fundación, Playas fue un importante puerto para pescadores, condición que mantiene hasta la actualidad. A comienzos del siglo XX, la inversión de personas con cierto poder político de Guayaquil, impulsó el proyecto de convertir a Playas en un balneario. Para 1910, Playas se constituyó como parroquia y finalmente en 1989 alcanzó su separación del cantón Guayaquil y cantonización.

Después de la creación de la provincia de Santa Elena en el 2007, la ciudad de Playas se constituyó como el único balneario de provincia del Guayas, lo cual proporcionó una mejor inversión sobre esta ciudad en su infraestructura turística.

Playas es considerada parte de la conurbación de Guayaquil. Aunque es algo complicado de definir si le pertenece a la metrópoli ya que queda a 97 km de Guayaquil. Sin embargo siendo este cantón una antigua parte del cantón de Guayaquil, posiblemente se puede ponerlo en el área metropolitana.

Nuestra provincia es un colectivo humano, social, histórico y étnicamente diverso. Desde el pasado y en el presente mundo globalizado debemos entenderla como un proyecto histórico y social, construido y tejido, individual y colectivamente, por una comunidad de emprendedores que tiene una larga tradición marítima y fluvial, agromercantil y exportadora. Por eso, el campo y la ciudad forman parte de una unidad inseparable que caracteriza nuestra historia.

Situados en la costa y en el interior de la región litoral nos caracteriza y define una acción telúrica de mar, golfo, ríos y puertos que hace de nosotros, hombres abiertos al diálogo, unitarios y autónomos, proclives al cambio y a la vida moderna. Una influencia natural, climática y tropical marca nuestras vidas, que se expresan en referentes étnicos, caracterizados por un interminable mestizaje. Variopinto étnico y cultural donde se juntan cepas mestizas, montubias, negras, mulatas, interandinas y el aporte de migrantes extranjeros.

EL PRESENTE

Las provincias son unidades jurídico-políticas y administrativas del Ecuador perenne. Así lo contiene y expresa el marco jurídico y constitucional que hoy tenemos. Por esto el artículo 242 señala que las provincias forman parte del Estado ecuatoriano. Expresa que “el Estado se organiza territorialmente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales”.

Pero también las provincias son entidades e identidades socioeconómicas, geopolíticas y culturales creadas y recreadas históricamente por sus diferentes integrantes. Junto a estos aspectos esenciales de la vida también hay una identidad regional y local que se ha hecho y se ha procesado en el tiempo. Se

manifiesta en su conciencia social y en su centenaria memoria histórica que la tienen y recrean todas y cada uno de sus integrantes.

Por eso cada una de las provincias y en este caso, nuestro Guayas, crea y recrea un importante colectivo humano y social que está hecho y tejido por el aporte de cada uno de sus integrantes, de ayer y de hoy. Esto nos dice que la provincia del Guayas es un proyecto social de los guayasenses y sus migrantes, de esta región y de otras, así como el campo y la ciudad. Por eso decimos que Guayas es nuestra, pues, históricamente, todos sus integrantes la hemos creado, recreado y tejido.

Hacia el término de la primera década del siglo XXI, la representación y la imagen que tenemos de las provincias es la que hemos adquirido desde la educación formal, desde el seno familiar y la sociedad. Por esto, nuestra conciencia social y la memoria histórica de guayasenses se hacen y tejen individual y socialmente, asumiendo lo que heredamos, lo que tenemos y debemos proyectar.

EL PASADO

Sin embargo, la provincia del Guayas, en ese amplio espectro de campos y ciudades, con esa dinámica y aporte humano de más de tres millones de emprendedores, donde hay 25 cantones y centenares de recintos y parroquias, no es actualmente lo que era antes. Es importante que conozcamos y reconozcamos ese proceso y esa historia.

Pues histórica, geopolítica y socialmente, nuestra actual provincia del Guayas comprendía y abarcaba mucho más de lo que hoy vemos y tenemos. Se extendía abarcando casi toda la región litoral, de la actual provincia de El Oro hasta el norte de la provincia de Manabí, limitando con Esmeraldas.

El mapa anterior de la Antigua Provincia de Guayaquil data de fines del siglo XVIII y lo adjuntamos como prueba y evidencia de la amplia extensión territorial que abarcaba esta provincia en el pasado.

Esa inmensa construcción humana y social que hoy reconocemos fue mucho más extensa que lo que hoy nos ha quedado; abarcó casi toda la región litoral. Michael Hamerly, investigador e historiador norteamericano, en su estudio "Historia social y económica de la Antigua Provincia de Guayaquil 1763-1842" publicada por el Archivo Histórico del Guayas en 1973, señala que:

"Por antigua Provincia de Guayaquil se entiende lo que fue sucesivamente el Gobierno (1763-1820), la Provincia Libre (1820-1822) y el

Departamento (1822-1861) de Guayaquil, que incluía lo que actualmente son las Provincias del Guayas, Manabí (1824), Los Ríos (1861), y la parte que corresponde a la faja del litoral de El Oro (1884). En otras palabras, abarcó toda la costa, menos la Provincia de Esmeraldas, el área donde nacen los ríos

Esmeraldas, Daule y Palenque, que, desde luego, pertenecía al Corregimiento o cantón de Quito, la parroquia de Quevedo (hoy cantón) de Santa Rosa perteneciente al Corregimiento o Provincia de Loja” (Hamerly, 1973; 1).

Por eso debemos entender que somos herederos de una rica tradición histórica que debemos estudiar, comprender y proyectar. El Guayas histórico no puede comprenderse sin el litoral; ni la región litoral en su economía, sociedad y cultura puede comprenderse sin entender lo que histórica, social y geopolíticamente es nuestra provincia.

EL FUTURO

No podemos comprender la provincia del Guayas como un proyecto histórico-social que construimos todos, si no aceptamos y asumimos que hemos heredado una comunidad socioeconómica, geopolítica y cultural que se despliega en un ciclo de larga duración temporal.

Es cierto que en el pasado y en el presente, diferentes desmembraciones territoriales han disminuido la gran extensión que en el pretérito tuvo la provincia. Pues de tener una extensión superior a 40.000 km², hoy es de 16.741 km²; sin embargo, es la provincia de mayor actividad económica, y la que produce y más aporta al producto interno bruto del Ecuador.

Si observamos el actual mapa de la provincia estableceremos que aún seguimos siendo la sociedad litoralense y ecuatoriana de mayor dinamismo que con sus 25 cantones, y con sus centenares de parroquias y recintos, se proyecta unida y fraterna hacia la conquista del porvenir. Pues somos una provincia donde se funde lo urbano y lo rural, lo mestizo, montubio, negro, cholo y el aporte étnico y cultural de migrantes extranjeros e interandinos.

Para que se tenga una idea adecuada, pero asimismo, en retrospectiva, reproducimos un importante trabajo infográfico que publicó Diario El Universo, el 8/Nov/07, y que deja ver la nueva cartografía geopolítica con sus 25 cantones y las características económicas de cada uno de sus cantones.

La provincia encara enormes desafíos. El mayor de ellos es fortalecer nuestras raíces identitarias, comprendiendo y reconociendo que somos una provincia que se hace y se teje con diversidades socioeconómicas, urbanas, rurales, étnicas, culturales y simbólicas.

La tarea del Guayas del futuro es la que tienen todos sus cantones: seguir siendo la síntesis de un colectivo humano donde ningún cantón es más que otro; y, donde todos han puesto y ponen su cuota individual y colectiva para que la sociedad guayasense siga siendo crisol de identidad y matriz que proyecta unidad, progreso, desarrollo y bienestar.

Alrededor de 1901, varias personas con poder político y económico de Guayaquil, decidieron inspeccionar la zona como parte del proyecto de

convertir a Playas en un balneario, lo cual llegó a darse debido a sus recursos naturales y ubicación geográfica. La localidad empezó a crecer turísticamente. El crecimiento que experimentó la población de Playas desde su designación en calidad de balneario hizo que el general Eloy Alfaro declarara la parroquialización del sector. El 9 de marzo de 1910, se creó la parroquia rural General José de Villamil, la cual pertenecía al cantón Guayaquil. Más tarde, en 1948 se inauguró la carretera Guayaquil-Playas, la cual consistía de 96 km. En 1960, varios pobladores impulsaron el primer proyecto para la conformación del cantón y aunque no ocurrió lo esperado, en 1970, se volvió a discutir de este tema. Para 1984 se organizó un comité que logró la aprobación del proyecto en primera instancia, sin embargo surgió una oposición que impidió el proyecto. El 21 de febrero de 1986 se formó un nuevo comité de cantonización, excluyendo del proyecto a las parroquias Posorja y El Morro. el 2 de agosto de 1989 el antiguo Congreso Nacional del Ecuador aprobó el proyecto y el 15 de noviembre del mismo año, el presidente Rodrigo Borja firmó el ejecútese, quedando Playas cantonizado mediante Decreto Ejecutivo N1 253 publicado en el Registro Oficial.

POBLACIÓN DEL ECUADOR POR CIUDADES

GRUPOS DE EDAD	TOTAL PAÍS	AZUAY	BOLÍVAR	CAÑAR	CARCHI	COTOPAXI	CHIMBORAZO
TOTALES	15.520.973	767.695	195.719	244.754	175.050	437.826	486.680
< 1 año	338.879	16.173	4.741	5.575	3.430	10.727	10.729
1 - 4	1.355.579	63.485	19.832	22.820	14.060	42.611	43.253
5 - 9	1.660.237	78.091	23.628	27.910	17.987	50.985	53.351
10 - 14	1.582.267	76.970	21.887	26.959	17.957	47.679	51.506
15 - 19	1.472.111	76.327	18.997	25.520	16.464	43.210	48.378
20 - 24	1.347.944	73.164	15.333	22.432	14.331	37.650	42.703
25 - 29	1.238.243	65.315	12.582	18.370	12.970	32.790	36.104
30 - 34	1.130.672	55.123	11.142	14.966	12.188	28.886	30.731
35 - 39	1.009.471	46.249	10.257	12.760	11.416	25.323	26.967
40 - 44	892.785	40.166	9.530	11.443	10.509	22.100	24.383
45 - 49	787.417	35.794	8.755	10.418	9.227	19.269	22.226
50 - 54	676.809	31.407	7.824	9.312	7.671	16.631	20.021
55 - 59	558.237	26.691	6.858	8.195	6.321	14.241	17.834
60 - 64	445.897	22.414	6.162	7.265	5.431	12.343	15.782
65 - 69	347.699	18.676	5.615	6.409	4.744	10.699	13.611
70 - 74	261.706	14.909	4.751	5.282	3.939	8.741	11.081
75 - 79	186.427	11.218	3.535	3.950	2.969	6.468	8.297
80 y más	228.593	15.523	4.290	5.168	3.436	7.473	9.723

EL ORO	ESME- RALDAS	GUAYAS	IMBABURA	LOJA	LOS RÍOS	MANABÍ
644.000	571.382	3.901.981	426.223	478.964	829.779	1.451.873
13.244	15.236	80.952	9.223	10.311	19.623	31.319
53.215	61.430	324.061	36.664	41.057	78.199	127.062
66.235	73.484	398.150	46.334	51.538	94.896	159.483
64.611	66.917	379.244	45.418	50.932	89.439	156.119
60.778	57.502	356.151	41.674	47.785	80.387	141.692
55.876	48.071	334.885	36.627	41.702	70.059	122.345
51.868	41.723	318.565	32.254	35.206	62.828	108.766
47.968	37.105	299.420	28.775	30.092	57.970	100.119
43.382	32.476	271.468	25.802	26.354	52.899	92.434
38.828	28.490	241.118	23.334	23.925	47.243	83.883
34.313	25.218	213.454	20.786	22.235	41.207	73.902
29.258	21.826	184.022	17.746	20.289	34.814	63.225
23.895	18.018	149.848	14.852	17.896	28.458	52.645
18.889	14.269	114.749	12.677	15.538	22.630	42.189
14.479	11.011	83.795	10.832	13.383	17.446	32.339
10.677	8.039	59.479	8.756	11.113	12.856	24.218
7.504	5.188	41.309	6.525	8.522	8.839	17.634
8.980	5.379	51.311	7.944	11.086	9.986	22.499

MORONA SANTIAGO	NAPO	PASTAZA	PICHINCHA	TUNGU- RAHUA	ZAMORA CHINCHIPE
161.948	112.151	91.699	2.779.370	537.351	100.170
4.961	3.173	2.482	55.230	10.499	2.811
19.839	12.325	9.681	220.316	41.879	11.191
23.555	15.112	11.773	268.548	51.936	13.234
20.634	13.821	10.934	254.574	50.983	12.206
17.271	11.744	9.655	247.780	49.648	10.668
14.139	9.761	8.353	245.129	47.439	8.912
11.668	8.488	7.241	239.174	44.107	7.421
9.637	7.536	6.283	224.552	39.879	6.183
8.042	6.465	5.387	199.375	35.340	5.248
6.939	5.418	4.523	173.018	31.302	4.641
6.009	4.567	3.739	151.554	27.784	4.095
4.995	3.784	3.055	129.863	24.103	3.460
3.993	3.015	2.471	105.638	20.326	2.826
3.214	2.327	1.968	82.522	17.060	2.273
2.573	1.778	1.513	62.936	14.266	1.791
1.901	1.279	1.086	46.268	11.483	1.334
1.221	790	718	32.430	8.624	894
1.357	768	837	40.463	10.693	982

GALÁ-PAGOS	SUCUMBIOS	ORELLANA	SANTO DOMINGO	SANTA ELENA	ZONA NO DELIMITADA
27.284	190.896	143.421	395.133	334.276	35.348
577	4.788	4.427	9.269	8.432	947
2.317	19.199	17.921	36.376	33.113	3.673
2.726	23.649	19.349	45.356	38.433	4.494
2.510	22.020	16.629	43.289	34.770	4.259
2.306	19.378	14.227	39.388	31.535	3.646
2.301	17.179	12.522	35.371	28.727	2.933
2.367	15.726	11.490	32.195	26.540	2.485
2.291	14.109	10.182	28.947	24.317	2.271
2.101	12.174	8.585	25.203	21.682	2.082
1.899	10.372	7.124	21.844	18.919	1.834
1.655	8.710	5.850	18.865	16.218	1.567
1.308	6.951	4.631	15.815	13.490	1.308
958	5.261	3.453	12.667	10.813	1.064
703	3.930	2.497	9.827	8.376	862
503	2.954	1.815	7.503	6.339	689
332	2.111	1.295	5.521	4.736	519
210	1.280	802	3.703	3.446	351
220	1.105	622	3.994	4.390	364

SITIOS TURÍSTICOS

Sus playas ofrecen al visitante una vista única e impactante. El Sendero Acuático, por ejemplo, le da la posibilidad de observar un sinnúmero de hermosas aves propias de la región costanera; El Arenal es una playa caracterizada por sus apacibles aguas ideales para toda la familia. Las grandes olas de Puerto Engabao, lo dejarán estupefacto es muy visitada y preferida por los surfistas, la Playa de Data de Villamil, cuenta con adecuaciones destinadas a hacer de su visita un recuerdo inolvidable, hosterías y cabañas están a disposición de los turistas. Además el solo hecho de que Playas posea el segundo mejor clima del mundo a decir de la UNESCO ya es un buen pretexto para visitarlo y vivirlo a plenitud, todo este encanto engloban las playas de General Villamil.

PLAYA	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICA
HUMBOLDT	Malecón de Playas	Posee un rompeolas, ideal para niños.
EL ARENAL	Km. 5 vía a Data	Extensas playas, olas fuertes.
PTO. ENGABAO	A 8 km. al norte	Ideales para Surf.
EL PELADO	A 5 km. al norte	Playa virgen y desierta de gran calidad.
EL FARO	A 4 km. al norte	Ideal para Surf.



Punta el Pelado



Playa Rosada



Puerto El Morro



Cerro de El Muerto



La playa El Arenal



Data de Villamil

ACTIVIDADES ECONÓMICAS



La pesca es una de las principales actividades del cantón. En la actualidad hay una actividad comercial inusitada, gracias al apoyo de su población, y además se han asentado muchas empresas comerciales, industrias camaroneras y atuneras.

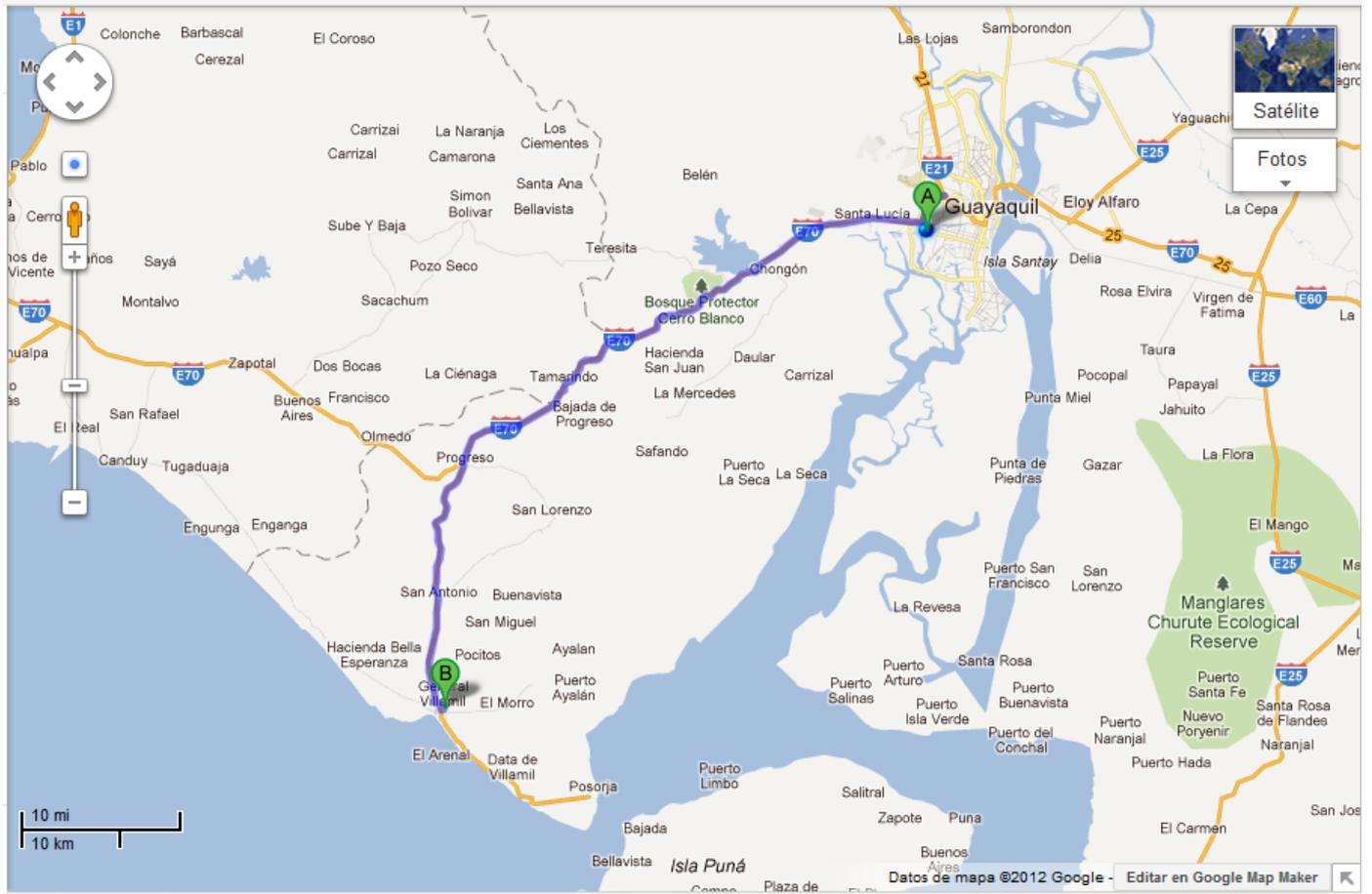


El turismo es la fuente de mayor ingreso económico para el cantón, aunque desarrollado en gran medida, carece de implementación de servicios acorde con la importancia de un cantón que tiene como a este sector una mejor opción para sus ingresos. En la temporada invernal, Carnaval y Semana Santa, sus playas son muy concurridas.



En las artesanías tenemos figuras hechas a mano, estas son elaboradas a base de conchas, caracoles, muyuyo y también artesanías en balsa como: barcos, botes entre otras cosas.





CAPÍTULO II

MERCADO

DEFINICIÓN DE MERCADO

Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no podemos estar al margen de lo que sucede en el mercado.

ESTUDIO DE MERCADO.

Concepto

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples de objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

EL CONSUMIDOR

- Sus motivaciones de consumo.
- Sus hábitos de compra.
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

EL PRODUCTO

- Estudios sobre los usos del producto.
- Test sobre su aceptación.
- Test comparativo con los de la competencia.
- Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

EL MERCADO

- Estudios sobre la distribución.
- Estudios sobre cobertura de producto en tiendas.
- Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- Estudios sobre puntos de venta, etc.
- La publicidad.
- Pre-test de anuncios y campañas.
- Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.
- Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

TIPOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- Segmentación Geográfica: subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.
- Segmentación Demográfica: se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.
- Segmentación Psicográfica: Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.
- Segmentación por comportamiento: se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.

OFERTA

Es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo , en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como la tecnología , la disponibilidad de recursos , los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes.

Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender(o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes, de lo contrario, estará deficientemente definida.

CAMBIOS EN LA OFERTA

Son cambios de la función de oferta, es decir, de una función de oferta a otra. Ocurre cuando el número de unidades ofertadas del bien cambia, debido a cualquiera factor diferente a su precio, como por ejemplo la disponibilidad de recursos, cambios tecnológicos, variaciones en el precio de las materias primas y cambios en el nivel de regulación del estado, entre otros.

DEMANDA

Es la cantidad de bienes y servicios(o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un período de tiempo dado y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes , la permanecen constantes.

CAMBIOS EN LA CANTIDAD DEMANDADA Y CAMBIOS EN LA DEMANDA

Analicemos los dos siguientes situaciones si el precio de un producto, sube la demanda disminuye.

Pero si la demanda disminuye, entonces el precio también, disminuye.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
LICENCIATURA DE GASTRONOMÍA
ENCUESTA SELECCIONADA A UN NÚMERO PERSONAL EN GENERAL
VILLAMIL PLAYAS PARA CONOCER LAS NECESIDADES DE NUESTROS
CLIENTES POTENCIALES.

PREGUNTA 1 ¿CONOCE GENERAL VILLAMIL PLAYAS?

SÍ	
NO	

PREGUNTA #2 ¿CONOCE UN BUEN TIPO DE ESTABLECIMIENTO
NOCTURNO Y DIVERSIÓN EN PLAYAS?

SÍ	
NO	

PREGUNTA #3 ¿CREE USTED QUE EL DESARROLLO TURÍSTICO QUE
ESTÁ TENIENDO PLAYAS MEJORA EL NIVEL DE VIDA DE LA
POBLACIÓN?

SÍ	
NO	

PREGUNTA #4 ¿CREE QUE LA PLANTA TURÍSTICA HOTELERA
SATISFACE LAS NECESIDADES DE LOS TURISTAS?

SÍ	
NO	

PREGUNTA#5 ¿CUÁL ES SU FRECUENCIA DE VISITA A LA POBLACIÓN
DE PLAYA GENERAL VILLAMIL?

SEMANTAL	
QUINCENAL	
MENSUAL	
SOLO TEMPORADAS	

PREGUNTA# 6 ¿SI EXISTIERA UN LUGAR BONITO CON EXCELENTE ATENCIÓN A PRECIOS CÓMODOS, USTED ESTARÍA DISPUESTO A VISITARLO?

SÍ	
NO	

PREGUNTA #7 ¿EN UNA NOCHE DE DIVERSIÓN CUÁNTO GASTA EN UN BAR EN SU CONSUMO PROMEDIO?

10 - 20	
20 - 30	
30 - 40	
40 - MAS	

PREGUNTA #8 ¿EN QUÉ LUGAR DE PLAYAS VILLAMIL LE GUSTARÍA QUE ESTÉ SITUADO EL BAR?

PLAYA	
CERCA DE LA PLAYA	
ZONA COMERCIAL	
ZONA RESIDENCIAL	
INDEFINIDO	

PREGUNTA #9 ¿QUÉ TIPO DE SERVICIO LE GUSTARÍA QUE CUENTE EL ESTABLECIMIENTO NOCTURNO?

BEBIDAS	
PIQUEOS	
KARAOKE	
MUSICA EN VIVO	
EVENTOS ESPECIALES	
TOTAL	

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTA

Con las respuestas de los 250 encuestados llegamos a las conclusiones siguientes:

- Que el bar sea un lugar cómodo, bonito y sobre todo con un estilo y decoración playera.
- Los clientes desean un establecimiento que le brinde una excelente atención.
- Los potenciales clientes están dispuestos a pagar en su consumo un promedio de 20 a 30 dólares, con lo que el proyecto deberá ofrecer buenos precios tanto en las bebidas y alimentación (piqueos).
- La preferencia determinada por el estudio de mercado nos indica que la ubicación preferida es en un lugar de la zona comercial.
- El proyecto tendrá como uno de sus planteamientos satisfacer las necesidades de esparcimiento y distracción para todos los turistas que visiten General Villamil Playas buscando un lugar diferente para divertirse durante la noche.
- La frecuencia de visita de la gente de Guayaquil determina que el movimiento de trabajo estará determinado por la temporada fundamental, sin dejar a un lado que un buen porcentaje visita playas semana y quincenalmente, lo que se tendrá que captar con la buena atención y servicio de calidad con precios accesibles.
- La competencia directa de acuerdo al resultado de las encuestas existe pero en poca cantidad, lo que hace pensar que el proyecto tiene una viabilidad favorable a primera instancia.
- La implementación y ejecución de este tipo de proyectos aporta positivamente al desarrollo de la población de Playas, ya que su efecto multiplicador mejora las condiciones económicas y sociales de la población en general.
- El determinar que la planta hotelera existente satisface las necesidades de los turistas, nos ayuda a tener una seguridad de que siempre existirá turistas que visiten Playas Villamil que serán considerados como clientes potenciales, lo que determinará una necesidad de implementar planes de promoción y publicidad constantes.

CAPÍTULO III

DESCRIPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

RAZÓN SOCIAL

Nombre

Escogimos el nombre Kalua, estábamos buscando una palabra que fuera sencilla, corta y sin ninguna barrera de idioma asociada con ella. Escogimos Kalua por el significado que viene de las islas tropicales como Hawái. A luau es una fiesta, y de allí es donde viene el nombre.

Logo distintivo



Figuras de madera de las islas hawaianas llamadas **Tiki**. Estas imágenes representaron a los amados y reverenciados dioses hawaianos.

Imagen Corporativa

Dado que, la decoración, el nombre del local y el tipo de música, juegan un rol fundamental en el éxito del negocio, a continuación se describirá cada uno de ellos.

Decoración

El bar llama la atención por su fachada rústica y techado de paja, cuenta con dos ambientes. Una pista de baile y la otra es donde se encuentran las mesas y la barra.

Además de los mobiliarios de madera, las paredes de Aloha están decoradas al estilo hawaiano.

Diseñada para la comodidad de todos los visitantes, todo eso acompañado de una amplia variedad de licores y cocteles, así como nuestra deliciosa gama de piqueos.

Les invitamos a vivir la verdadera diversión playera, a pasos del mar. En el místico y cálido ambiente que le música de las olas y la cálida brisa marina genera. Kalua bar.



ENTRADA DE KALUA BAR



BARRA



MESAS PARA NUESTROS CLIENTES

ZONIFICACIÓN

Bar es la nueva alternativa de farra para todos los turistas que visitan General Villamil Playas buscando un lugar diferente para divertirse en el transcurso del día y por supuesto durante la noche rodeado por el ambiente que la playa nos ofrece.

Ubicación

La ubicación juega un rol clave, y debe cumplir los siguientes requisitos:

- ✿ Alta visibilidad (zona de alto tráfico vehicular).
- ✿ Ser coherente con el posicionamiento.
- ✿ Disponibilidad de parqueo.
- ✿ Seguridad.
- ✿ Espacio suficiente.

Tomando en cuenta las consideraciones anteriores KALUA estará ubicado en Avenida Jaime Roldós Aguilera y Tercer Callejón. Diagonal al Parque Infantil de Playas.

TARGET

KALUA apunta a posicionarse dentro de los lugares líderes en cuanto a distracción se refiere para todo tipo de clientes nacionales y extranjeros.

Aunque el bar recibe a clientes de todo tipo y edad que en su gran mayoría lo visitan los viernes y sábados

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✿ Convertirse en el primer año en uno de los principales lugares de moda en la farándula guayaquileña y de visita obligatoria para los turistas gracias a la implementación de las estrategias de mercadeo descritas en este estudio.

COMPETENCIA

Los lugares más concurridos son: No Santo, Aloha, Mastubar, Solemio.

A continuación, una breve descripción generalizada de los lugares anteriormente nombrados:

- ✿ Los horarios de atención al público de los días jueves, viernes y sábados por lo desde las 20h00 hasta 04h00.
- ✿ Algunos de los lugares mencionados, los días viernes y sábado cobran alrededor de 3 dólares para los hombres y las mujeres y parejas 5 dólares. Otros no cobran la entrada, pero si un consumo mínimo de 5 dólares.
- ✿ Estos locales están ambientados para todos los gustos. En general cuentan con pistas de baile, bares, terraza, Pantalla Gigante, etc.

VIAVILIZACIÓN

Viabilización del local

Kalua cuenta con un área de 400 metros cuadrados los cuales se distribuyen en la forma indicada en el plano.

Los productos que ofrecemos estarán en constante inspección (tanto en alimentos, como la caducidad de las bebidas) para garantizar la calidad del mismo.

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

Son los requerimientos básicos para el funcionamiento de un Bar, teniendo en consideración que los espacios que le otorgan a esta área no es de grandes dimensiones, es vital que la ubicación del equipamiento sea de tal forma que exploten todos los espacios posible y que permita un fácil desplazamiento del personal, así como, una fluida atención al cliente en barras y un rápido servicio al salón. Además debe tenerse en cuenta que el aspecto decorativo y visual, debe ser cómodo y acogedor, con cierto toque íntimo.

EQUIPOS Y MAQUINARIAS

- ✿ Mesas.
- ✿ Sillas.
- ✿ Pinturas.
- ✿ Adornos para decoración general.
- ✿ Iluminación e instalaciones eléctricas.
- ✿ Nevera panorámica.
- ✿ Congelador.
- ✿ Cocina industrial y accesorios.
- ✿ Vajillas, cristalerías y cubiertos.
- ✿ Equipo de audio / video y amplificación.
- ✿ Teléfono inalámbrico más línea.
- ✿ Equipo de computación.
- ✿ Caja registradora.
- ✿ Software contable.

Barra de atención.- Es la que se ubica en el frontis del bar y es donde se atiende a los clientes (servicio americano), en forma personalizada, debe tener un rondón de seguridad, para evitar la caída de líquidos hacia el lado externo de la barra; la altura puede tener de 1.10 a 1.30 mts, el ancho de la zona de atención, puede estar entre 60 cms y 80 cms para tener comodidad de ubicar vasos, ceniceros y snack. Interiormente, se adecuan para ubicar cristalería (vasos), caja conservadora de hielo, frío bar, estación central.

Barra de Exhibición.- Se ubica en la parte posterior del bar y es donde se ubican toda la variedad de productos que se ofrecen a la Venta. Es vital que la ubicación de las botellas obedezcan a un orden preestablecido, según la clasificación de I.B.A. (Aguardientes, aperitivos, licores) y que estos se respeten con el fin de no generar desorden y caos. Terminado el uso de un producto este debe ser tapado y devuelto a su lugar original. “Todo el personal” que labora en el bar debe conocer perfectamente la ubicación de los productos y debe conservarla aun cuando se “arme” y se “baje” la barra diariamente.

También tiene efecto decorativo y su presentación visual es importante para ganar el interés del cliente.

Barra de función.- Tiene la forma de una canaleta que puede estar ubicada bajo la barra de atención de la barra de exhibición y es donde ubican los productos denominados en el argot como “caballitos de batalla” o de combate, que son aquellos que han sido seleccionados por la administración en coordinación con el Bar Manager, y que por su calidad, presentación y precio, es conveniente para los fines comerciales del establecimiento.

Pico bar o Grifo de Agua.- Debe ubicarse bajo la barra de atención, en uno de los extremos, y se caracteriza porque la forma del caño es como un Pico Alto, debe acompañarse con una poza circular profunda, para dar la facilidad del lavado de utensilios y cristalería de gran envergadura. Es conveniente, adecuarle un escurridor con canaletas para la ubicación de la cristalería, recién lavada.

En establecimientos hoteleros, el lavado de cristalería está a cargo de la Sección Steward, quienes lo realizan mediante máquinas lavadoras de menaje. Sin embargo es vital su presencia en el bar para la limpieza y lavado de utensilios (coctelera, vaso mezclador, vaso licuadora, etc.), así como, la higiene del personal, también suele utilizarse tres lavatorios juntos que conservan detergente especial para cristalería y aguas para enjuague.

Congelador.- El uso principal es para la conservación de insumos que requieran extremas bajas temperaturas como el hielo, considerado como uno de los insumos básicos de la coctelería. Ocasionalmente, puede usarse para el enfriamiento de bebidas en grandes cantidades o por emergencias ya que generalmente su temperatura oscila en los 10°C bajo cero, siendo no recomendable para bebidas como la cerveza y el vino que se beben a 4-5°C y 6°C aproximadamente respectivamente.

Conservador.- Es el equipo recomendable para la conservación de insumos perecibles como frutas, jugos de frutas, etc., así como el enfriamiento de

bebidas, que así lo requiera, como los vinos, champagne, cervezas, gaseosas, etc.

Adecuada Iluminación.- Se adecua al tipo de establecimiento, pero siempre tenues y dirigidas a la barra de atención y a la barra de exhibición, nunca a las butacas de clientes, ya que estas producen calor que incomoda al cliente, adecuar estas debe resaltar los productos que se ofrecen.

Las luces de discoteca o video Púb. Se destacan por sus efectos de colores que diversifican el ambiente.

Las luces de un Restaurante por la formalidad requieren que sean blancas pero no muy intensas ya que debe ofrecer un ambiente cálido e íntimo.

Puertas de acceso.- Deben permitir un fácil ingreso y salida del personal, así como, de los productos que se trasladan del Almacén al Bar. Se recomienda que se ubique en uno de los extremos para que en la eventualidad de que el personal deba salir en horas de servicio, este incomode la estancia del cliente. Además, que en eventuales emergencias, éstas puedan salir sin daños o perjuicios al cliente o personales.

Máquina de hielo.- Existen una gran variedad de equipos que fabrican hielos de distinta forma y capacidad de producción, por lo que es importante, que se establezca un promedio de consumo, para medir los requerimientos, según la capacidad instalada del establecimiento.

Molino de Hielo.- Se utiliza para preparar el hielo frappé o pilé en el mise en place con el fin de proveer cócteles que requieran esa presentación. No todos los establecimientos cuentan con las facilidades para obtener, los tipos de hielo que generalmente se usan en bar, pero es importante conocer la manipulación y operación de este equipo.

Exprimidera de cítricos.- Es usada en establecimientos hoteleros de gran infraestructura que demanda una gran cantidad de zumos de frutas cítricas (naranja, limón, toronja) funciona a electricidad y de gran potencia, por lo que se recomienda, cierto cuidado en su manejo.

Wine Cooler.- Equipo sofisticado, que se utiliza para el servicio de vinos por copas, otorgándole la temperatura adecuada, además de conservarlo inalterable por un mayor tiempo que el normal, mediante cámaras con distintas temperaturas.

ZONA DE DESPACHO, DESCARGO.

Piso de jebe antideslizante.- Antiguamente se utilizaban parihuelas de madera (cruzados) que permitían el tránsito del personal sin inconvenientes ante eventualidades (agua en el piso, rotura de botellas) y que permitirán una limpieza adecuada, actualmente se utilizan pisos de jebe antideslizante que contrarrestan la fatiga, en razón a que la labor del Bartender se realiza de pie durante toda su jornada, además que, evitan las roturas de botellas, etc.

Dispensadores de gaseosas.- Estos equipos son proveídos por las empresas comercializadoras de estos productos y se utilizan dos sistemas.

Sistema Pre-mix.- Que consiste en la presentación de la bebida en tanques donde se ha realizado la pre-mezcla, de esencias con agua destilada y se potencia el servicio mediante un tanque que contiene CO₂ (gas carbónico) otorgándole la efervescencia y a través de un sistema de enfriamiento (con hielo) le otorga la temperatura adecuada (rendimiento aprox. 40 – 60 vasos)

Sistema Post mix.- Se presenta en cajas con bolsas impermeables que contienen la esencia (jarabe concentrado) y mediante la inyección de agua filtrada y gas carbónico provee el servicio de bebidas gasificadas.

En ambos casos, operan mediante tuberías plásticas flexibles y a través de su dispensador manual mediante botones.

Sistema dispensador de cerveza de barril (Chopp).- Con la misma característica anteriormente expuesta, este sistema es provisto por la empresa comercializadora del producto y presenta a la cerveza en barriles metálicos, acompañado de un tanque de CO₂ que presuriza el contenido líquido, generando la espuma al momento de servirse, cuenta con un regulador manual de espuma y debe usarse con previsión, para un servicio adecuado.

Licuada.- De vital importancia en el bar ya que permite la preparación de cócteles batidos en grandes cantidades o para horas punta que demanda presión, rapidez en el servicio. Se recomienda, aquellas que tiene solo 2 velocidades (domésticas) y de doble golpe las orientadas al servicio exclusivo del bar (con vaso metálico)

CAPÍTULO IV

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

El éxito de nuestra empresa se basará es el resultado de la colaboración de tres áreas. Nuestros empleados, nuestros clientes y los productos.

Esta combinación de factores lleva al éxito del Bar deseado, cuando nuestros empleados comprenden exactamente las necesidades del cliente y saben transformarlas en productos más útiles para nuestros clientes.

El éxito de nuestra Bar son sus empleados motivados, quienes trabajan independientemente y de forma competente buscando continuamente posibilidades para mejorar aún más nuestros productos. Ellos son quienes constituyen el valor de una empresa y la conducen hacia el éxito manteniéndolo a posterior.

Nuestros clientes sólo serán a largo plazo leales a la empresa si les ofrecemos productos de calidad.

Nuestros empleados y nuestro producto serán la garantía de nuestro éxito

Principios

- Sentido ético y social.
- Trabajo en equipo y comunicación.
- Excelente atención al cliente.
- Compromiso y lealtad con el Bar.
- Valorar el trabajo, a sus compañeros y al producto.
- Integrar sus valores y los del Bar.

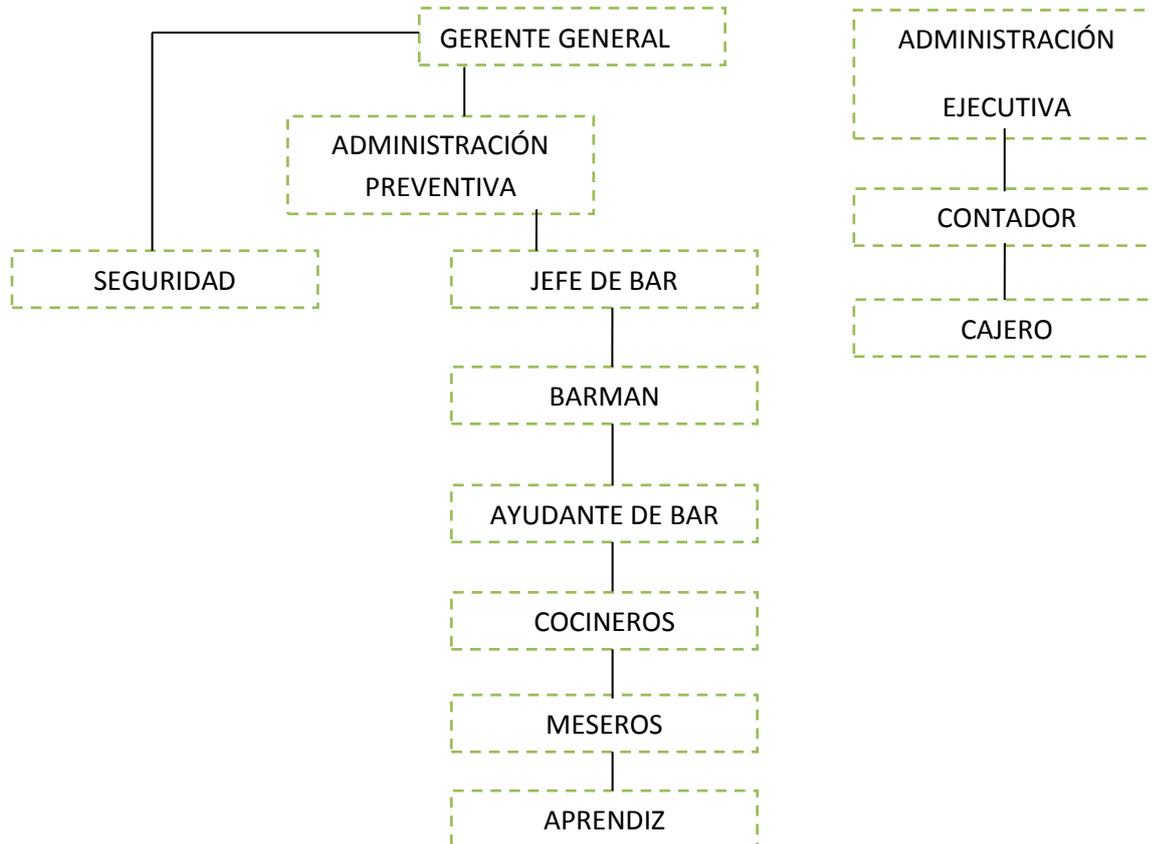
Estándares de Calidad

- Llevar un exhaustivo control en relación a los productos que brinda "Kalua Bar" (temperaturas, limpieza, tiempo de vida útil).
- Controlar la limpieza del local (baterías sanitarias, mesas, sillas, pisos).
- Limpieza y desinfección de menaje en general.
- Presentación del empleado siempre impecable.
- Un trato atento y cordial hacia el cliente.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ORGANIGRAMA EFECTIVO DE PERSONAL



DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

ADMINISTRADOR

- El administrador debe ser la persona responsable de manejar de la mejor manera al salón de recepciones como el recurso humano que exista.
- Consigue las conexiones con proveedores que cuenten con las características adecuadas en cuanto a productos de buena calidad.
- Se encargará de elaborar junto con el jefe de cocina y el capitán; las hojas de costos tanto de bebidas como de alimentos, y deciden acerca de los precios de venta al público.
- Vigila de cerca la preparación de los productos para determinar que se cumplan con las cantidades registradas en las hojas de producción.
- Con los jefes de cada área buscarán alternativas adecuadas para capacitar a los empleados para brindar un excelente servicio.
- Promueve al equipo de trabajo a realizar las cosas bien para que puedan obtener beneficios a los más destacados al final de mes.
- Resuelve problemas de una manera neutral, siempre escucha al empleado y toma decisiones adecuadas.
- Toma en cuenta las sugerencias y comentarios tanto de los clientes como de los empleados para mejorar el servicio.

GERENTE GENERAL

- Se encarga de dirigir y gestionar los asuntos de una empresa.

SEGURIDAD

- KALUA tendrá una seguridad privada las 24h00 del día, para así evitar cualquier atentado delictivo que afecte nuestra integridad y la de nuestros clientes.

ADMINISTRACIÓN

- Es el que ejecuta y administra el local.

CONTADOR

- Dedicado analizar e interpretar la información contable y financiera del bar.

CAJERO

- Es el responsable de sumar la cantidad debida por una compra, cargar al consumidor esa cantidad y después, recoger el pago por las mercancías o servicios proporcionados.

JEFE DE BARES

Es responsable ante el gerente de alimentos y bebidas de la operación de los bares en el hotel.

- Selecciona evalúa y capacita a los cantineros.
- Supervisa el trabajo de los cantineros en cuanto a:
 - Servicio general.
 - Aseo en la preparación.
 - Porcionamiento.
- Establece en coordinación con el gerente de alimentos y bebidas, y el contralor de costos, las especificaciones estándar de compras.
- Establece junto con las personas ya mencionadas, los tipos de vinos que se deben utilizar en bebidas compuestas.
- Establece el surtido de bebidas que debe preparar cada bar en el hotel.
- Elabora las recetas estándar de bebidas.
- Participa con el contralor de costos en el costeo de bebidas y en el cálculo potencial de cada botella.
- Elabora en coordinación con el gerente de Alimentos y bebidas y el contralor de costos los precios de cócteles por persona.
- Elabora presupuestos de ventas y gastos de bares.
- Solicita al gerente de compras equipo y suministros faltantes.
- Verifica periódicamente máximo y mínimo de vinos y licores que debe tener cada bar.
- Autoriza requisiciones al almacén de bebidas.
- Revisa sellos de las botellas en el bar.
- Autoriza las cuentas que se enviaron para su cobro.

CAPITÁN DE BAR

- Supervisa funciones de los meseros y barman.
- Es el encargado de recibir a los clientes y de asignarles su mesa.
- Es quién toma la primera orden de los clientes.
- Domina toda la carta de vinos.

BARMAN

- Conoce todos los tipos de bebidas usadas en el bar.
- Debe conocer los tipos más comunes de botanas.
- Debe conocer el almacenamiento correcto de los vinos.
- Debe conocer la preparación de bebidas compuestas.
- Debe conocer el tipo de cristalería donde servir cada bebida.
- Levanta inventarios para solicitar lo faltante al almacén.
- Llena requisiciones al almacén.
- Prepara botanas.
- Sirve bebidas.
- Elabora junto con el cajero de bar el informe de control de botellas cerradas vendidas.
- Elabora una pequeña exposición de bebidas para promocionar y atraer nuevos clientes.
- Cerrar el bar y proteger todos los artículos.
- Distribuye y evalúa las tareas de su ayudante.

AYUDANTE DEL BARMAN O BARTENDER:

- Recibe órdenes del cantinero.
- Ayuda al barman en el levantamiento del inventario.
- Lleva requisiciones al almacén.
- Recibe artículos del almacén y los lleva al bar.
- Es responsable de que el bar tenga hielo suficiente.
- Corta fruta, y se encarga de otros objetos básicos en la decoración de bebidas.
- Provee de cristalería al barman.
- Llena los refrigeradores con el material faltante.
- Es responsable de la limpieza de la barra.
- Es responsable de recoger la basura del bar.
- En algunas ocasiones prepara botanas.
- Lava y trapea la cristalería de bar.
- Debe conocer las funciones del barman y ocupa su puesto cuando es necesario.

MESEROS DE BAR

- Conoce el uso del material y equipo de bar.
- Se encarga de la limpieza de mesas, estaciones de servicio, ceniceros, charolas, lámparas de mesa.
- Es responsable del montaje de las mesas.
- Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio.
- Ayuda al acomodo de los clientes en las mesas.
- Conoce el manejo correcto de la cristalería.
- Conoce los ingredientes y la preparación de bebidas y botanas.
- Sugiere al cliente aperitivos, cócteles, y demás bebidas.
- Conoce y aplica el sistema para escribir órdenes.
- Presenta al cliente la lista de vinos y lo asiste en la elección.
- Toma órdenes de vinos, bebidas, etc.
- Conoce las temperaturas usuales para servir el vino.
- Conoce las formas de abrir y servir los vinos.
- Sirve las bebidas a la mesa.
- Reemplaza ceniceros.
- Recoge vasos y copas sucias.
- Debe portar encendedor para auxiliar al cliente.
- Solicita las cuentas al cajero, y las presenta al cliente.
- Paga al cajero la cuenta y despide al cliente.

COCINERO

- Asume su puesto con responsabilidad y trabaja bajo una adecuada higiene y orden del material a utilizarse.
- Trabaja bajo presión y aplica sus conocimientos de elaboración de platos como técnicas, temperaturas, etc.
- Sigue las instrucciones del jefe de cocina y se basa en las recetas estándar para evitar el desperdicio de los productos.
- Colaborar al jefe de cocina a elaborar las requisiciones para evitar la falta de materia requerida y suficiente.
- Trabaja en equipo, y labora en un ambiente de disciplina.
- Ayuda con la limpieza de la cocina.
- Aplica las técnicas de conservación precisas de los insumos.

MISIÓN

Satisfacer las necesidades de la sociedad donde estamos presentes, fomentando en cada uno de nosotros una filosofía y valores, para asegurar una relación permanente y valiosa con nuestros clientes comunidad y medio ambiente obteniendo de esta manera una adecuada rentabilidad y garantizando así nuestra permanencia y crecimiento.

VISIÓN

Servir cada vez a un mayor número de personas como líder al ofrecer una mejor experiencia de entretenimiento y el mejor lugar para pasar ratos agradables derivando una constante innovación.

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Calidad de los productos	Mercado en crecimiento	Poco presupuesto	Ingreso de Competencia
Variedad	Creciente hábito donde conversar	Imagen de empresa nueva	Cambios de la economía del país
Precio accesible	No hay restricción de adquisición económica	Falta de experiencia	Restricciones de expansión de mercado
Innovación	Ubicación		Inflación de Precios

VALORES

- **Responsabilidad**

Conocemos nuestro compromiso con la nuestros clientes.

- **Eficacia**

Fomentamos el trabajo en equipo para lograr los objetivos

- **Humildad**

Sabemos que siempre podremos mejorar mientras conservemos la actitud de aprender de nuestras experiencias.

- **Respeto**

Estamos comprometidos con la conservación de las buenas costumbres y crear buen ambiente.

- **Conocimiento**

Para brindar productos y servicios de calidad total satisfaciendo a nuestro cliente.

- **Honestidad**

Para hacer el uso adecuado de los recursos materiales y económicos

- **Solidaridad**

Para apoyarnos entre compañeros siempre que sea necesario dejando de lado posibles rivalidades

- **Alegría**

Para así disfrutar de lo que hacemos y sentirnos orgullosos de formar parte de la empresa.

CAPÍTULO V

ESTUDIO LEGAL

“Kalua bar” somos una empresa con toda la legalidad en orden para así tener una tranquilidad operativa necesaria y debemos contar con todos los permisos de funcionamiento para nuestro establecimiento así mismo nuestro personal será afiliado al IESS.

Dentro de estos permisos tenemos los siguientes con todos los requisitos que se necesitan para su aprobación:

1.- RUC (Registro único de contribuyentes)

- Copia de Cédula.
- Certificado de Votación.
- Carta de acreditación de representante legal de la empresa.
- Copia de un servicio básico (agua o luz).

2.- Uso de suelo (Municipio) (una sola vez)

- Ruc.
- Fotos del establecimiento.
- Tasa de uso de suelo \$ 2.00.
- Formulario de uso de suelo.

3.- Cuerpo de Bomberos

- RUC.
- Copia de cédula y de papel de votación.
- Factura de recarga del extintor del año en curso.

4.- Certificado de Registro (subsecretaría de Turismo) (una sola vez)

- RUC.
- Búsqueda fonética del IEPI.
- Escritura de los activos del establecimiento.
- Copia de cédula y de papel de votación.
- Inspección del establecimiento (dicen la categoría).

5.- Afiliación en la cámara de turismo

- RUC.
- Copia de cédula y papel de votación.
- Inspección realizada por la subsecretaria de turismo.
- \$178.00.

6.- Tasa anual de turismo (Municipio)

- RUC.
- Copia de cédula y papel de votación.
- Afiliación en la Cámara de Turismo.
- Tasa para el trámite.

7.- Patente

- RUC.
- Copia de cédula y papel de votación.
- Cuerpo de Bomberos.
- Tasa anual de turismo.

8.- Tasa de habilitación

- RUC.
- Uso de Suelo.
- Pago de tasa \$ 2.00.
- Formulario de tasa de habilitación.
- Patente.
- Cuerpo de Bomberos.
- Cédula y papel de votación.
- Tasa anual de turismo.
- Impuestos Prediales.
- Trampa de grasa (si expenden alimentos en interagua).
- Desechos sólidos.
- Inspección por un inspector.

CAPÍTULO VI

RECETA ESTANDAR

RECETA ESTANDAR DE BEBIDAS

Código	B-001			
Receta Estándar	Gin & Tónico			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	GIN	2	OZ	
2	AGUA TÓNICA	4	OZ	
3	HIELO	2	OZ	

Código	B-002			
Receta Estándar	Martini			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN//MISEPLACE
1	GIN	2	OZ	
2	VERMOUTH SECO	0,5	OZ	
3	ACEITUNA	1	UNIDAD	

Código	B-003			
Receta Estándar	Daiquiri Banano			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN//MISEPLACE
1	RON BLANCO	2	oz	
2	JUGO DE BANANO	6	oz	
3	JUGO DE LIMÓN	0,5	oz	
4	JARABE DE GOMA	0,5	oz	
5	HIELO	3	oz	
Código	B-004			

Receta Estándar	Tequila Gimlet			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN//MISEPLACE
1	TEQUILA	1,5	OZ	
2	JUGO DE LIMÓN	2,5	OZ	
3	AZUCAR IMPALPABLE	1	CDTA	

Código	B-005			
Receta Estándar	Margarita			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN//MISEPLACE
1	TEQUILA	1,5	Oz	
2	TRIPLE SEC	0,5	Oz	
3	JUGO DE LIMÓN	0,5	Oz	
4	HIELO	3	Oz	

Código	B-006			
Receta Estándar	Piña Colada			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN//MISEPLACE
1	RON BLANCO	1,5	oz	
2	CREMA DE COCO	1	oz	
3	JUGO DE PIÑA	2	oz	
4	CREMA CHANTILLI	2	Cdta	
5	HIELO	3	Oz	
Código	B-007			

Receta Estándar	Tequila Sunrise			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN//MISEPLACE
1	RON BLANCO	2	Oz	
2	JUGO DE NARANJA	6	Oz	
3	GRANADINA	0,5	Oz	
4	CÁSCARA DE NARANJA	1	Unidad	Espiral
5	HIELO	3	Oz	

Código	B-008			
Receta Estándar	Black Rusian			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN//MISEPLACE
1	VODKA	2	oz	
2	LICOR DE CAFÉ	2	oz	
3	HIELO	3	oz	

Código	B-009			
Receta Estándar	Splash			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN//MISEPLACE
1	AMARETO	2	oz	
2	JUGO DE NARANJA	6	oz	

Código	B-010			
Receta Estándar	Manhattan Ron			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	RON OSCURO	2	oz	
2	VERMOUTH DULCE	1	oz	
3	ANGOSTURA	1	gota	

Código	B-011			
Receta Estándar	Cosmopolitan			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACION/MISEPLACE
1	VODKA	1	oz	
2	JUGO DE LIMÓN	0,5	oz	
3	TRPLE SEC	1	oz	
4	GRANBERRY	2	oz	
5	HIELO	3	oz	

Código	B-012			
Receta Estándar	Sex on the beach			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	VODKA	2	oz	
2	JUGO DE PIÑA	2	oz	
3	GRANBERRY	2	oz	
4	HIELO	3	oz	

Código	B-013			
Receta Estándar	Hawaiian blue			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	RON	1	oz	
2	RON DE COCO	1	oz	
3	JUGO DE PIÑA	2,5	oz	
4	DASH BLUE	0,5	oz	
5	HIELO	3	oz	

Código	B-014			
Receta Estándar	Cuba Libre			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	RON BLANCO	2,5	oz	
2	COLA NEGRA	4	oz	
3	HIELO	3	oz	

Código	B-015			
Receta Estándar	Jugos Naturales			
Pax	1 1 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	Fruta Fresca	400	gr	
2	Agua	100	Oz	
3	Azúcar	50	gr	

RECETA ESTÁNDAR

RECETA ESTÁNDAR DE PIQUEOS

Código	P-001			
Receta Estándar	BROCHETA DE CAMARÓN			
Pax	1 4 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	Aceite de Oliva	30	gr	
2	Camarón	240	gr	Pelados y Desvenados
3	perejil	20	gr	
4	Ajo	20	gr	
5	Sal	1		
PREPARACIÓN				
Mesclar todos los ingredientes y formar los pinchos.				

Código	P-002			
Receta Estándar	PATACONES			
Pax	1 4 porciones			
Fecha	Septiembre 23 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	Verde	5	u	Pelados y Partidos
2	Aceite	150	gr	
3	Sal	1	gr	
PREPARACIÓN				
Pelar los verdes y partarlos, incorpóralos en el aceite caliente una vez que estén dorados sacarlos y aplastarlos y luego volver a meterlos en el aceite.				

Código	P-003			
Receta Estándar	SALSA DE QUESO			
Pax	1 porciones			
Fecha	Septiembre 20 del 2012			
Conservación	Refrigeración			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	Yogurt Natural	200	gr	
2	Queso Fresco	50	gr	
3	Sal	5	gr	
4	Pimienta	4	u	
PREPARACIÓN				
Incorporar en la licuadora todos los ingredientes.				

Código	P-004			
Receta Estándar	CAMARONES A LA DIABLA			
Pax	4 porciones			
Fecha	Septiembre 20 del 2012			
Elaborado por	Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIÓN/MISEPLACE
1	Camarones	240	gr	Desvenados y Pelados
2	Salsa picante	150	gr	
3	Ajo	10	gr	Bronoise
4	Mantequilla	60	gr	
5	Sal	1	gr	
6	Pimienta	1	gr	
PREPARACIÓN				
Se saltea el ajo junto con los camarones luego se incorpora la salsa picante y se rectifica con la sal y pimienta.				

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-001				
Receta Estándar		Gin & Tónico				
Pax		1	1 porciones			
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012				
% de Costo Materia Prima		25				
Costo Unitario		1,67				
Precio de Venta Referencial		6,66				
Elaborado por		Patricia Toledo				
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
1	GIN	2	oz	0,640	1,28	
2	AGUA TÓNICA	4	oz	0,047	0,19	
3	HIELO	3	oz	0,016	0,05	
					0,00	
					Subtotal	1,51
					10%	0,15
					Total	1,67

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-002			
Receta Estándar		Martini			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		1,94			
Precio de Venta Referencial		7,76			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	GIN	2	oz	0,640	1,28
2	VERMOUTH SECO	0,5	oz	0,667	0,33
3	ACEITUNA	1	unidad	0,150	0,15
					0,00
				Subtotal	1,76
				10%	0,18
				Total	1,94

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-003			
Receta Estándar		Daiquiri banano			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		2,45			
Precio de Venta Referencial		9,78725			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	RON BLANCO	2	oz	0,720	1,44
2	JUGO DE BANANO	6	oz	0,067	0,40
3	JUGO DE LIMÓN	0,5	oz	0,050	0,03
4	JARABE DE GOMA	0,5	oz	0,625	0,3125
5	HIELO	3	oz	0,016	0,05
					0,00
				Subtotal	2,22
				10%	0,22
				Total	2,45

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-004				
Receta Estándar		Tequila Gimlet				
Pax		1 1 porciones				
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012				
% de Costo Materia Prima		25				
Costo Unitario		1,71				
Precio de Venta Referencial		6,82				
Elaborado por		Patricia Toledo				
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
1	TEQUILA	1,5	oz	0,83	1,25	
2	JUGO DE LIMÓN	2,5	oz	0,06	0,15	
3	AZÚCAR IMPALPABLE	1	cdta	0,15	0,15	
					0,00	
					Subtotal	1,55
					10%	0,16
					Total	1,71

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-005				
Receta estándar		Margarita				
Pax		1 1 porciones				
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012				
% de Costo Materia Prima		25				
Costo Unitario		1,88				
Precio de Venta Referencial		7,50				
Elaborado por		Patricia Toledo				
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
1	TEQUILA	1,5	oz	0,83	1,25	
2	TRIPLE SEC	0,5	oz	0,67	0,33	
3	JUGO DE LIMÓN	0,5	oz	0,15	0,075	
4	HIELO	3	oz	0,02	0,05	
					0,00	
					Subtotal	1,71
					10%	0,17
					Total	1,88

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-006			
Receta Estándar		Piña Colada			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		2,32			
Precio de Venta Referencial		9,30			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	RON BLANCO	2	oz	0,67	1,00
2	CREMA DE COCO	1	oz	0,67	0,67
3	JUGO DE PIÑA	2	oz	0,15	0,3
4	CREMA CHANTILLI	2	oz	0,05	0,10
5	HIELO	3	oz	0,02	0,05
					0,00
				Subtotal	2,11
				10%	0,21
				Total	2,32

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-007			
Receta Estándar		Tequila Sunrise			
Pax		1 1 porciones			
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		31,9			
Costo Unitario		2,65			
Precio de Venta Referencial		8,29			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	RON BLANCO	2	oz	0,67	1,33
2	JUGO DE NARANJA	6	oz	0,15	0,90
3	GRANADINA	0,5	oz	0,15	0,08
4	CÁSCARA DE NARANJA	1	unidad	0,05	0,05
5	HIELO	3	oz	0,02	0,05
					0,00
				Subtotal	2,41
				10%	0,24
				Total	2,65

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-008			
Receta Estándar		Black Rusian			
Pax		1 1 porciones			
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		2,98			
Precio de Venta Referencial		11,94			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	VODKA	2	oz	0,67	1,33
2	LICOR DE CAFÉ	2	oz	0,67	1,33
3	HIELO	3	oz	0,02	0,05
				Subtotal	2,71
				10%	0,27
				Total	2,98

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-009			
Receta Estándar		Splash			
Pax		1 1 porciones			
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		1,80			
Precio de Venta Referencial		7,2			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	AMARETO	2	oz	0,67	1,33
2	JUGO DE NARANJA	6	oz	0,05	0,30
				Subtotal	1,63
				10%	0,16
				Total	1,80

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-010			
Receta Estándar		Manhattan Ron			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		2,93			
Precio de Venta Referencial		11,73			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	RON OSCURO	2	oz	0,67	1,33
2	VERMOUTH DULCE	1	oz	0,83	0,83
3	ANGOSTURA	1	gota	0,50	0,5
					0,00
				Subtotal	2,67
				10%	0,27
				Total	2,93

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-011			
Receta Estándar		Cosmopolitan			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		2,70			
Precio de Venta Referencial		10,82			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	VODKA	1	oz	0,67	0,67
2	JUGO DE LIMÓN	0,5	oz	0,05	0,03
3	TRIPLE SEC	1	oz	0,72	0,72
4	GRANBERRY	2	oz	0,50	1,00
5	HIELO	3	oz	0,02	0,05
					0,00
				Subtotal	2,46
				10%	0,25
				Total	2,70

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-012			
Receta Estándar		Sex on the beach			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		2,73			
Precio de Venta Referencial		10,91			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	VODKA	2	oz	0,67	1,33
2	JUGO DE PIÑA	2	oz	0,05	0,10
3	GRANBERRY	2	oz	0,50	1,00
4	HIELO	3	oz	0,02	0,05
					0,00
				Subtotal	2,48
				10%	0,25
				Total	2,73

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-013			
Receta Estándar		Hawaiian blue			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		1,91			
Precio de Venta Referencial		7,65			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	RON	1	oz	0,67	0,67
2	RON DE COCO	1	oz	0,72	0,72
3	JUGO DE PIÑA	2,5	oz	0,05	0,13
4	DASH BLUE	0,25	oz	0,72	0,18
5	HIELO	3	oz	0,02	0,05
					0,00
				Subtotal	1,74
				10%	0,17
				Total	1,91

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-014			
Receta estándar		Cuba Libre			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		2,18			
Precio de Venta Referencial		8,71			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	RON BLANCO	2,5	oz	0,67	1,67
2	COLA NEGRA	4	oz	0,07	0,27
3	HIELO	3	gota	0,02	0,05
					0,00
				Subtotal	1,98
				10%	0,20
				Total	2,18

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Código		B-015			
Receta estándar		Jugos naturales			
Pax		1	1 porciones		
Fecha de elaboración		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo Materia Prima		25			
Costo Unitario		1,40			
Precio de Venta Referencial		5,61			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	FRUTA FRESCA	400	gr	0,00	1,00
2	AGUA	100	gr	0,00	0,08
3	AZÚCAR	50	gr	0,00	0,20
					0,00
				Subtotal	1,28
				10%	0,13
				Total	1,40

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO PIQUEOS

Código		P-001			
Receta Estándar		BROCHETA DE CAMARÓN			
Pax		1			
Fecha de elaboración		Junio 8 del 2012			
% de Costo Materia Prima		30			
Costo Unitario		3,74			
Precio de Venta Referencial		12,48			
Elaborado por		Patricia Toledo			
N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Aceite de Oliva	30	gr	0,01	0,30
2	Camarón	200	gr	0,01	2,40
3	Perejil	20	gr	0,02	0,40
5	Sal	1	gr	0,00	0,00
6	Ajo	20	gr	0,02	0,30
				Subtotal	3,40
				10%	0,34
				Total	3,74

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO PIQUEOS

Código.	p-003			
Nombre del plato: SALSA DE QUESO				
N° Pax	1			
Fecha de elaboración: Junio 8 del 2012				
% de costo de materia prima:			30	
Costo unitario:			2,90	
Precio de venta referencial:			9,662	
Elaborado por: Patricia Toledo				
N.-	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO
1	Yogurt Natural	200	gr	2,00
2	Queso Fresco	50	gr	0,60
3	Sal	5	gr	0,03
4	Pimienta	4	gr	0,01
			SUB TOTAL	2,64
			10%	0,26
			TOTAL	2,90

TARJETA DE COSTO

TARJETA DE COSTO PIQUEOS

Código	p-004			
Nombre del plato:	CAMARONES A LA DIABLA			
N. Pax	1			
Fecha de elaboración:	Junio 8 del 2012			
% de costo de materia prima:			30	
Costo unitario:			5,38	
Precio de venta referencial:			17,95	
Elaborado por:	Patricia Toledo			
N.-	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO
1	Camarones	240	gr	2,88
2	Salsa picante	150	gr	1,08
3	Ajo	10	gr	0,15
4	Mantequilla	60	gr	0,72
5	Sal	1	gr	0,01
6	Pimienta	1	gr	0,06
			SUB TOTAL	4,90
			10%	0,49
			TOTAL	5,38

CAPÍTULO VII

ESTUDIO FINANCIERO

7.1 INVERSIÓN TOTAL

7.1.1 MATERIA PRIMA

Para hacer el cálculo de la utilización de la materia prima se ha establecido un promedio de venta de un mil quinientas unidades producidas al mes de un litro cada una, es decir, es lo que se tiene proyectado vender al inicio del proyecto.

NOMBRE DEL PLATO	N° DE UNIDADES	% COSTO MAT. PRIM	COSTO DE MATERIA PRIMA	COSTO TOTAL MENSUAL	P.V.P	PRECIO DE VENTA MENSUAL
Gin & Tonic	160	35	1,749	279,86	5,00	799,59
Martini	160	34	2,03665	325,86	6,00	959,84
Daiquiri banano	160	37,8	2,569	411,06	6,80	1087,47
Tequila Gimlet	160	35,9	1,79	286,44	4,99	797,88
Margarita	240	39,4	1,97	472,68	5,00	1199,70
Piña Colada	320	40,7	2,44	781,17	6,00	1919,32
Tequila Sunrise	160	31,9	2,78	444,48	8,71	1393,36
Black Rusian	160	39,2	3,13	501,46	8,00	1279,24
Splash	160	37,7	1,89	301,84	5,00	800,64
Manhattan Ron	160	38,5	3,080	492,80	8,00	1280,00
Cosmopolitan	160	40,55	2,840	454,34	7,00	1120,44
Sex on the beach	320	40,9	2,865	916,69	7,00	2241,28
Hawaiian blue	160	31,9	1,912	305,98	5,99	959,20
Cuba Libre	320	38,1	2,287	731,89	6,00	1920,96
BROCHETA DE CAMARÓN	192	32,79	3,930	754,54	11,99	2301,12
PATACONES CON SALSA DE QUESO	192	34,8	4,172	801,11	11,99	2302,03
CAMARONES A LA DIABLA	160	37,7	5,654	904,60	15,00	2399,46
JUGOS NATURALES	160	36,8	1,47	235,62	4,00	640,27
Total	3504			9402,41		25401,82

COSTO MENSUAL	25401,82
COSTO ANUAL	304821,78
UNIDADES PRODUCIDAS MENSUAL	3504
UNIDADES PRODUCIDAS ANUAL	42048

7.2 CÁLCULO MANO DE OBRA DIRECTA

Mano de obra directa: es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.

La jornada laboral será de acuerdo a lo que establece la ley, es decir 40 horas a la semana, dividido en 5 días de 8 horas en cada uno.

N.-	CARGO	SUELDO	IESS	ESS PATRONA	13 AVO	14 AVO	VACACIONES	NÓMINA	CANTIDAD	SUELDO REAL	ANUAL
1	Jefe de bar	650	60,775	72,475	54,17	24,33	27,08	828,06	1	828,06	9936,70
2	Barman	450	42,075	50,175	37,50	24,33	18,75	580,76	2	1161,52	13938,20
3	Ayudante de bar	350	32,725	39,025	29,17	24,33	14,58	457,11	2	914,22	10970,60
4	cocinero	350	32,725	39,025	29,17	24,33	14,58	457,11	1	457,11	5485,30
5	Mesero	350	32,725	39,025	29,17	24,33	14,58	457,11	3	1371,33	16455,90
6	Aprendiz	300	28,05	33,45	25,00	24,33	12,50	395,28	1	395,28	4743,40
			229,075	273,175	204,17	146,00	102,08		10	5127,51	61530,10

Elaborado por: PATRICIA TOLEDO

7.3 CÁLCULO GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Gastos Administrativos: son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por ejemplo, los gastos laborales (sueldos, gratificaciones, seguros) de los gerentes, administradores y auxiliares de la empresa, los alquileres, los materiales y útiles de oficina, los seguros, la depreciación (de edificios administrativos, equipos de oficina, máquinas, muebles), los impuestos, la electricidad, el agua, etc.

CÁLCULO GASTOS ADMINISTRATIVOS SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

N.-	CARGO	SUELDO	IESS	ESS PATRONA	13 AVO	14 AVO	VACACIONES	NÓMINA	CANTIDAD	SUELDO REAL	ANUAL
1	Administradora	1500	140,25	167,25	125,00	24,33	62,50	1879,08	1	1879,08	22549
3	Contador	400	37,4	44,6	33,33	24,33	16,67	518,93	1	518,93	6227,2
5	Cajera	350	32,725	39,025	29,17	24,33	14,58	457,11	1	457,11	5485,3
		2250	210,375	250,875	187,50	73,00	93,75		3	2855,13	34261,5

Una vez calculado los sueldos y salarios del personal operativo y administrativo se presenta la siguiente tabla para la determinación posterior de los costos de producción anual.

RESUMEN COSTO DE PERSONAL

ESPECIFICACIÓN	No. PERSONAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	10	5127,51	61530,10
MANO DE OBRA INDIRECTA	3	3000,00	36000,00
PERSONAL ADMINISTRATIVO	3	2855,13	34261,50
		10982,6333	131791,60

7.4 DETERMINACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS

Para el funcionamiento de la empresa se ha determinado un costo promedio de servicios básico de 1095 dólares mensuales considerando uno de los rubros más altos el de consumo de gas, a que de acuerdo a la ley a nivel industrial se debe trabajar con gas sin subsidio estatal, el cilindro de 15kg se lo compra a 20 dólares, se proyectó el consumo de 10 unidades al mes. De luz 400 en promedio, etc., como se indica en el cuadro siguiente:

SERVICIOS BÁSICOS	
RUBRO	MENSUAL
AGUA	145,00
LUZ	400,00
GAS	200,00
TELÉFONO	200,00
INTERNET	150,00
total	1095,00

DESCRIPCIÓN	% CONSUMO	
SERVICIOS BÁSICO DE PRODUCCIÓN	65	711,75
SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN	20	219,00
SERVICIOS BÁSICOS DE VENTAS	15	164,25
TOTAL	100	1095,00

7.5 EQUIPAMIENTO

La empresa necesita para empezar su funcionamiento un equipamiento básico que le permita empezar la operación bajo parámetros técnicos, de seguridad y de comodidad, por esta razón a continuación se presenta un cuadro con detallando dicho equipamiento

EQUIPAMIENTO DE LA COCINA				
N°	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Cocina con 4 quemadores	1	1200,00	1200,00
3	Conservador	1	1300,00	1300,00
4	Refrigerador vertical	2	1700,00	3400,00
5	Mesones de acero inoxidable	4	580,00	2320,00
6	Lava platos de 3 pozos agua	1	1600,00	1600,00
7	Licuada	2	350,00	700,00
8	Balanza	2	85,00	170,00
9	Extractores de aire	1	1500,00	1500,00
10	Congeladores	1	1700,00	1700,00
11	Aire acondicionado central	1	6000,00	6000,00
12	Máquina de hielo	1	2500,00	2500,00
13	Exprimidera de cítricos	2	250,00	500,00
14	Procesador de alimentos	1	200,00	200,00
15	Pica Hielo	2	13,00	26,00
16	Trampa de grasa	1	250,00	250,00
				23366,00

EQUIPOS DE SALÓN				
N°	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Mesas	15	220,00	3300,00
2	Sillas	100	45,00	4500,00
3	Muebles	4	450,00	1800,00
4	Barra	1	1700,00	1700,00
5	Luz Para Bar O Discoteca	2	2500,00	5000,00
6	Iluminación e instalaciones eléctrica	1	3500,00	3500,00
7	Equipo de audio / video y amplificad	1	4500,000	4500,000
8	taburetes	8	65,00	520,00
				24820,00

MENAJE DE COCINA				
N°	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Batidor	2	4,50	9,00
2	Cajas para frutas y decoraciones	4	6,75	27,00
3	Colador	3	4,00	12,00
4	Cuchillos tramontina	3	12,00	36,00
5	Exprimidor de Limón	3	2,60	7,80
6	Ollas Grandes	5	45,00	225,00
7	Sartenes	5	25,00	125,00
8	Cucharetas de servicio	5	4,20	21,00
9	Tablas	5	14,50	72,50
10	Bolws medianos	20	4,20	84,00
11	Bolws grandes	20	6,20	124,00
12	Bolws pequeños	30	2,20	66,00
13	dosificador de bebidas (onzas)	12	4,20	50,40
14	Pinzas de cocina	3	4,20	12,60
15	Cedazos	4	4,20	16,80
16	Guantes de cocina térmico	4	6,80	27,20
29				
				916,30

MENAJE DE SERVICIO

N°	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Vasos alto	150	0,60	90,00
2	Vasos l	150	0,60	90,00
3	Jarros de cerveza	150	0,50	75,00
4	Cucharas para postre	50	0,30	15,00
5	Cucharas para helado	50	0,30	15,00
6	Jarras	10	7,00	70,00
7	Vvasos	200	0,69	138,00
8	Copas margarita	150	0,80	120,00
9	Platos	100	3,20	320,00
10	Manteles	10	26,00	260,00
11	Cubremanteles	10	22,00	220,00
12	Muleton	10	20,00	200,00
13	Cubiertos	100	0,60	60,00
14	Charoles	6	35,00	210,00
15	Bandejas	6	3,00	18,00
16	Cuchillos	4	12,00	48,00
17	Coctelera	3	28,00	84,00
18	Destapador	4	2,00	8,00
19	Descorchador	3	5,00	15,00
20	Bidón para jugos	6	8,00	48,00
21	Botella flair	5	20,00	100,00
22	Vasos	150	0,61	91,50
23	Shot	100	0,40	40,00
24	Cucharas mezcladora	3	4,00	12,00
25	Medidores	2	5,50	11,00
26	Pala para hielo	3	2,50	7,50
27	Bandeja redonda	5	35,00	175,00
28	Esterilla	3	8,50	25,50
				2566,50

7.6 MOBILIARIO

En este punto es necesario determinar lo necesario para el equipamiento de las oficinas administrativas, que al mismo tiempo de dar comodidad a los trabajadores de una buena imagen para los clientes que visiten las instalaciones de la empresa, por este motivo se han considerado los siguientes equipos y mobiliarios.

EQUIPAMIENTO DE OFICINA				
N°	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Computadora	3	900,00	2700,00
2	Escritorio	3	160,00	480,00
3	Sillas	3	50,00	150,00
4	Archivadores	5	89,00	445,00
5	Mesa reunión	1	200,00	200,00
6	Pizarrón	1	37,00	37,00
7	Fax	1	60,00	60,00
8	Fotocopiadoras	1	340,00	340,00
9	Calculadora Profesional	1	78,00	78,00
10	Grapadoras	3	16,00	48,00
11	Perforadoras	3	13,00	39,00
12	Impresoras	1	168,00	168,00
13	Estantería de oficinas	1	200,00	200,00
14	Software contable	1	500,00	500,00
15	Caja registradora	1	250,00	250,00
16	Aire acondicionado 8000 vtu	1	300,00	300,00
17				0,00
				5995,00

El personal necesitará un equipamiento básico para realizar sus actividades, este equipo lo integra el uniforme y materiales adicionales, a continuación se detallan los valores a considerar como un gasto para dicho rubro.

EQUIPOS DE PERSONAL				
No.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	UNIFORMES DE COCINA	12	60,00	720,00
2	UNIFORMES DE SERVICIO	24	35,00	840,00
3	UNIFORME ADMINISTRATIVO	3	60,00	180,00
				1740,00

7.7 RESUMEN DE INVERSIÓN

RESUMEN DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN	
DETALLE	VALORES
EQUIPAMIENTO DE COCINA	23366,00
EQUIPAMIENTO DE SALÓN	24820,00
MENAJE DE COCINA	916,30
MENAJE DE SERVICIO	2566,50
TOTAL	51668,80
RESUMEN DE EQUIPOS DE OFICINA	
DETALLE	VALORES
EQUIPAMIENTO DE OFICINA	5995,00
TOTAL	5995,00

PRESUPUESTO DE ADECUACIÓN DEL LOCAL	
DESCRIPCION	VALOR TOTAL
AIRE ACONDICIONADO	3000
BAÑOS	1000
PUERTAS	850
EQUIPO CONTRA INCENDIOS	1500
SISTEMA DE GAS CENTRALIZADO	1000
PINTURA	1000
SEÑALIZACIÓN	150
TOTAL	8500

7.8 CUADRO PARA INVERSIÓN TOTAL

Para el funcionamiento y puesta en operación de la empresa se necesita hacer la inversión inicial, generalmente cuando se proyecta un negocio, se debe realizar en primer lugar una inversión, con la cual se conseguirán aquellos recursos necesarios para mantener en funcionamiento dicho negocio. Se espera que luego de haber realizado esta inversión, en los períodos posteriores el negocio nos retorne una cantidad de dinero suficiente como para justificar la inversión inicial.

Dentro de esta inversión inicial se debe calcular el capital de trabajo, que está determinado por la cantidad de dinero en efectivo circulante que debe considerar la empresa para desarrollar sus actividades productivas por lo menos para los tres primeros meses de vida.

INVERSIÓN TOTAL

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
INVERSIÓN FIJA	
INVERSIÓN TANGIBLE	
EDIFICIO	0,00
ADECUACIONES	8500,00
ARRIENDO (GARANTÍA 2 MESES)	3000,00
EQUIPAMIENTO, MENAJE	51668,80
EQUIPOS OFICINA	5995,00
UNIFORMES	1740,00
VEHICULO	0,00
TOTAL	70903,80
INVERSIÓN INTANGIBLE	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2000,00
SUBTOTAL INVERSIONES FIJAS	72903,80
CAPITAL DE TRABAJO	
MATERIA PRIMA (2 MESES)	18.804,83
OTROS GASTOS 1% MATRIA PRIMA	188,05
GASTO PERSONAL (2 MESES)	21965,27
SERVICIOS BÁSICOS (3 MESES)	3285,00
CAJA BANCOS OTROS GASTOS	1000,00
SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO	45243,14
TOTAL DE INVERSIONES	118146,94

FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA

Financiar es el acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las correspondientes actividades económicas, En esta consideración, es necesario establecer cuáles serán las fuentes de recursos para la operación y puesta en marcha de la empresa, por esta razón se ha establecido que se efectuará una reunión de capital con socios, los cuales deberán aportar el 37.16% de la inversión total y la diferencia se la conseguirá a través de un préstamo en las instituciones financieras gubernamentales como por ejemplo la CFN o el Banco de Fomento para completar la diferencia faltante que es el 62.84% como se muestra en el cuadro siguiente:

FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	VALOR TOTAL	PROPIO	PRÉSTAMO
INVERSIÓN FIJA	72903,80	20000,00	52903,80
CAPITAL DE TRABAJO	45243,14	20000,00	25243,14
<i>TOTAL DE PRÉSTAMO</i>			78146,94

INGRESOS PROYECTADOS

Los presupuestos más comunes son aquellos en los que los planes de ingresos y de gastos de operación se formulan en términos monetarios. El más elemental de estos es el presupuesto de ventas, el cual es la expresión formal y detallada del pronóstico de ventas, el cual como se determinó anteriormente será en base a un pronóstico de producción mensual de 1500 litros en un marco referencial ni muy pesimista ni muy optimista.

PRONÓSTICO DE INGRESOS (VENTAS)

MENU	# DE UNIDADES	PVP	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
Gin & Tonic	160	5,00	799,59	9595,08
Martini	160	6,00	959,84	11518,02
Daiquiri banano	160	6,80	1087,47	13049,67
Tequila Gimlet	160	4,99	797,88	9574,60
Margarita	240	5,00	1199,70	14396,46
Piña Colada	320	6,00	1919,32	23031,89
Tequila Sunrise	160	8,71	1393,36	16720,34
Black Rusian	160	8,00	1279,24	15350,89
Splash	160	5,00	800,64	9607,64
Manhattan Ron	160	8,00	1280,00	15360,00
Cosmopolitan	160	7,00	1120,44	13445,28
Sex on the beach	320	7,00	2241,28	26895,40
Hawaiian blue	160	5,99	959,20	11510,34
Cuba Libre	320	6,00	1920,96	23051,50
BROCHETA DE CAMARÓN	192	11,99	2301,12	27613,48
PATACONES CON SALSA DE QUESO	192	11,99	2302,03	27624,41
CAMARONES A LA DIABLA	160	15,00	2399,46	28793,51
total	3344		24761,54	297138,52

Para la proyección a realizarse en los ingresos anuales durante los diez años de funcionamiento del establecimiento se estableció como meta un crecimiento del 15% de las ventas anuales hasta el año 5to. Y luego se estableció un incremento del 10% lo que permitirá ir en relación con una inflación promedio durante este período de tiempo de funcionamiento.

7.9 COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN ANUAL

Dentro del ámbito de la Contabilidad de Costos han sido clasificados atendiendo a diversos criterios:

Con relación a los elementos que forman el costo.

- Coste primario o directo: Es el coste formado por el material, otros suministros y el coste de la mano de obra directa necesaria para fabricar un producto.
- Coste de producción o industrial: Incluye el coste de los materiales, mano de obra y otros costes de fabricación indirectos, siendo utilizado normalmente como criterio de valoración de existencias.
- Costes de administración y generales: Son los costes asignados para administración, dirección y financiación de los procesos de producción y venta.
- Costes de empresa o costes totales: son los costes completos del período que se obtienen por agregación de los costes de producción, distribución, de administración y generales.

A continuación se detallan todos los costos y gastos proyectados para el primer año de funcionamiento recopilando todos los cálculos desarrollados anteriormente, al mismo tiempo servirá de base para efectuar el cálculo de incremento para la proyección de los 10 años de vida de la empresa establecidos para el proyecto

COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL			
COSTO DE PREPARACIÓN O PRODUCCIÓN	COSTO TOTAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
COSTOS DIRECTOS			
MATERIA PRIMA	110001,52	110001,52	
MATERIALES DIRECTOS 2%	2200,03	2200,03	
MANO DE OBRA DIRECTA	61530,10		61530,10
SUBTOTAL COSTO DIRECTO	173731,65	112201,55	61530,10
COSTOS INDIRECTOS			
MATERIALES INDIRECTOS:			
REPUESTOS (5% EQUIPOS DE PRODUCCIÓN)	1168,30	1168,30	
OTROS (COCINAS Y MATERIAL DE EMBALAJE, 1% M. PRIMA)	1100,02	1100,02	
ÚTILES DE ASEO (\$200,00 AL MES)	2400,00	2400,00	
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS:	4668,32	4668,32	0,00
GASTOS INDIRECTOS:			
SERVICIOS BÁSICOS EN PRODUCCIÓN	5551,65	5551,65	
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COCINA (10 AÑOS)	2336,60	0,00	2336,60
DEPRECIACIÓN EDIFICIO Y TERRENO (LINEAL 20 AÑOS, 5% ANU	0,00	0,00	0,00
MANTENIMIENTO (2% EQUIPOS DE COCINA)	963,72	963,72	
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS (GASTOS PREPARACIÓN)	8851,97	6515,37	2336,60
TOTAL COSTOS DE PREPARACIÓN O PRODUCCIÓN	187251,93	123385,23	63866,70

COSTO DE ADMINISTRACIÓN	COSTO ANUAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:			
SUELDOS Y SALARIOS	34261,50	0,00	34261,50
ARRIENDO LOCAL	3000,00	0,00	3000,00
ÚTILES DE ASEO (SUPERMAXI \$80 AL MES)	960,00	960,00	
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA (50 MENSUALES)	600,00	600,00	
SERVICIOS BÁSICOS	525,60	525,60	
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPOS OFICINA	1998,33		1998,33
DEPRECIACIÓN DE UNIFORMES	1740,00		1740,00
PROVISIONES VARIAS (10% SUELDOS Y SALARIOS)	13179,16		13179,16
AMORTIZACIONES DE CAPITAL PAGADO	22276,11		22276,11
AMORTIZACIÓN GASTOS PREOPERATIVO (CONSTITU. EMPRESA,	400,00		400,00
TOTAL COSTO DE ADMINISTRACIÓN	78940,70	2085,60	76855,10

COSTO DE VENTA	COSTO ANUAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
SUELDOS Y SALARIOS	0,00	0,00	
UTILES DE ASEO (SUPERMAXI, \$20 AL MES)	0,00	0,00	
UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA (\$50 MENSUALES)	0,00	0,00	
SERVICIOS BASICOS		0,00	
PUBLICIDAD	12000,00	0,00	12000,00
SEGURO VEHICULAR Y GASTOS INSCRIPCION VEHICULO	0,00	0,00	
DEPRECIACION VEHICULO (LINEAL 5 AÑOS, 20% ANUAL)	0,00	0,00	
MANTENIMIENTO DE VEHICULO (5% DE SU VALOR)	0,00	0,00	
TOTAL COSTO DE VENTAS	12000,00	0,00	12000,00
COSTO FINANCIERO	COSTO ANUAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
INTERESE FINANCIAMIENTO. INVERSION FIJA CFN (15% ANUAL)	10231,76	0,00	10231,76
TOTAL COSTO FINANCIERO	10231,76		10231,76
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	288424,40	125470,83	162953,57
RESUMEN DE COSTOS	COSTO TOTAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
COSTO DE PREPARACION	187251,93	123385,23	63866,70
COSTO DE ADMINISTRACIÓN	78940,70	2085,60	76855,10
COSTO DE VENTAS	12000,00	0,00	12000,00
COSTO FINANCIERO	10231,76		10231,76
COSTO TOTAL	288424,40	125470,83	162953,57

COSTO DE VENTA	COSTO ANUAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
SUELDOS Y SALARIOS	0,00	0,00	
ÚTILES DE ASEO (SUPERMAXI, \$20 AL MES)	0,00	0,00	
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA (\$50 MENSUALES)	0,00	0,00	
SERVICIOS BÁSICOS		0,00	
PUBLICIDAD	12000,00	0,00	12000,00
SEGURO VEHICULAR Y GASTOS INSCRIPCIÓN VEHÍCULO	0,00	0,00	
DEPRECIACIÓN VEHÍCULO (LINEAL 5 AÑOS, 20% ANUAL)	0,00	0,00	
MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO (5% DE SU VALOR)	0,00	0,00	
TOTAL COSTO DE VENTAS	12000,00	0,00	12000,00
COSTO FINANCIERO	COSTO ANUAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
INTERESES FINANCIAMIENTO. INVERSIÓN FIJA CFN (15% ANUAL)	10231,76	0,00	10231,76
TOTAL COSTO FINANCIERO	10231,76		10231,76
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	288424,40	125470,83	162953,57
RESUMEN DE COSTOS	COSTO TOTAL	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
COSTO DE PREPARACIÓN	187251,93	123385,23	63866,70
COSTO DE ADMINISTRACIÓN	78940,70	2085,60	76855,10
COSTO DE VENTAS	12000,00	0,00	12000,00
COSTO FINANCIERO	10231,76		10231,76
COSTO TOTAL	288424,40	125470,83	162953,57

7.10 AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL

El proyecto para su instalación solicitará un préstamo a una institución financiera con la cantidad de \$ 78.146,94 amortizado a 3 años por el 15% de interés para lo cual se presenta a continuación la tabla de amortización con pagos iguales, mensuales a 3 años.

períodos	inicial	interés	amort	cuota	final
0					\$78.146,94
1	\$ 78.146,9	\$976,84	\$1.732,15	\$2.708,99	\$76.414,79
2	\$ 76.414,8	\$955,18	\$1.753,80	\$2.708,99	\$74.660,98
3	\$ 74.661,0	\$933,26	\$1.775,73	\$2.708,99	\$72.885,26
4	\$ 72.885,3	\$911,07	\$1.797,92	\$2.708,99	\$71.087,33
5	\$ 71.087,3	\$888,59	\$1.820,40	\$2.708,99	\$69.266,94
6	\$ 69.266,9	\$865,84	\$1.843,15	\$2.708,99	\$67.423,78
7	\$ 67.423,8	\$842,80	\$1.866,19	\$2.708,99	\$65.557,59
8	\$65.557,59	\$819,47	\$1.889,52	\$2.708,99	\$63.668,07
9	\$63.668,07	\$795,85	\$1.913,14	\$2.708,99	\$61.754,93
10	\$61.754,93	\$771,94	\$1.937,05	\$2.708,99	\$59.817,88
11	\$59.817,88	\$747,72	\$1.961,27	\$2.708,99	\$57.856,61
12	\$57.856,61	\$723,21	\$1.985,78	\$2.708,99	\$55.870,83
13	\$55.870,83	\$698,39	\$2.010,60	\$2.708,99	\$53.860,23
14	\$53.860,23	\$673,25	\$2.035,74	\$2.708,99	\$51.824,49
15	\$51.824,49	\$647,81	\$2.061,18	\$2.708,99	\$49.763,31
16	\$49.763,31	\$622,04	\$2.086,95	\$2.708,99	\$47.676,36
17	\$47.676,36	\$595,95	\$2.113,03	\$2.708,99	\$45.563,33
18	\$45.563,33	\$569,54	\$2.139,45	\$2.708,99	\$43.423,88
19	\$43.423,88	\$542,80	\$2.166,19	\$2.708,99	\$41.257,69
20	\$41.257,69	\$515,72	\$2.193,27	\$2.708,99	\$39.064,42
21	\$39.064,42	\$488,31	\$2.220,68	\$2.708,99	\$36.843,73
22	\$36.843,73	\$460,55	\$2.248,44	\$2.708,99	\$34.595,29
23	\$34.595,29	\$432,44	\$2.276,55	\$2.708,99	\$32.318,74
24	\$32.318,74	\$403,98	\$2.305,01	\$2.708,99	\$30.013,74
25	\$30.013,74	\$375,17	\$2.333,82	\$2.708,99	\$27.679,92
26	\$27.679,92	\$346,00	\$2.362,99	\$2.708,99	\$25.316,93
27	\$25.316,93	\$316,46	\$2.392,53	\$2.708,99	\$22.924,40
28	\$22.924,40	\$286,56	\$2.422,43	\$2.708,99	\$20.501,97
29	\$20.501,97	\$256,27	\$2.452,71	\$2.708,99	\$18.049,25
30	\$18.049,25	\$225,62	\$2.483,37	\$2.708,99	\$15.565,88
31	\$15.565,88	\$194,57	\$2.514,42	\$2.708,99	\$13.051,46
32	\$13.051,46	\$163,14	\$2.545,85	\$2.708,99	\$10.505,62
33	\$10.505,62	\$131,32	\$2.577,67	\$2.708,99	\$7.927,95
34	\$7.927,95	\$99,10	\$2.609,89	\$2.708,99	\$5.318,06
35	\$5.318,06	\$66,48	\$2.642,51	\$2.708,99	\$2.675,55
36	\$2.675,55	\$33,44	\$2.675,55	\$2.708,99	- 0,00

PAGOS ANUALES DE CAPITAL Y DE INTERESES		
AÑO	CAPITAL	INTERES
AÑO 1	\$ 22.276,11	\$ 10.231,76
AÑO 2	\$ 25.857,09	\$ 6.650,78
AÑO 3	\$ 30.013,74	\$ 2.494,13
TOTAL PAGADO	\$ 78.146,94	\$ 19.376,68

7.11 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS											
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS TOTALES	0	297138,52	341709,3	392965,69	451910,55	497101,603	546811,8	601492,9	661642,2	727806,457	800587,1
COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES	0	187251,93	209722,16	234888,82	263075,48	302536,803	347917,3	400104,9	460120,7	529138,76	608509,57
UTILIDAD BRUTA	0	109886,59	131987,14	158076,87	188835,07	194564,80	198894,4	201388,0	201521,6	198667,7	192077,5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	0	78940,70	79848,554	84005,20	53991,46	60470,44	67726,89	75854,11	84956,61	95151,40	106569,57
UTILIDAD NETA OPERACIONAL	0	30945,89	52138,58	74071,67	134843,61	134094,36	131167,6	125533,9	116565	103516,295	85507,959
GASTOS DE VENTA	0	12000,00	13440	15052,8	16859,136	18882,2323	21148,1	23685,87	26528,18	29711,5581	33276,945
GASTOS FINANCIEROS	0	10231,76	6650,78	2494,13	0,00	0,00	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES REPARTICIÓN	0	8714,12	32047,80	56524,74	117984,47	115212,13	110019,5	101848	90036,79	73804,7373	52231,014
REPARTO UTILIDAD TRABAJADOR	0	1307,12	4807,17	8478,71	17697,67	17281,82	16502,92	15277,2	13505,52	11070,7106	7834,6521
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	0	7407,01	27240,63	48046,03	100286,80	97930,31	93516,53	86570,83	76531,27	62734,0267	44396,362
IMPUESTO A LA RENTA 23%	0	1703,61	6265,35	11050,59	23065,96	22523,97	21508,80	19911,29	17602,19	14428,83	10211,16
UTILIDAD NETA	0	5703,39	20975,29	36995,44	77220,84	75406,34	72007,73	66659,54	58929,08	48305,2005	34185,199
RESERVA LEGAL 20%		1140,68	4195,06	7399,09	15444,17	15081,27	14401,55	13331,91	11785,82	9661,04	6837,04
UTILIDAD RETENIDA 20%		1140,68	4195,06	7399,09	15444,17	15081,27	14401,55	13331,91	11785,82	9661,04	6837,04
REPARTO A SOCIOS 60%		3422,04	12585,17	22197,26	46332,50	45243,80	43204,64	39995,72	35357,45	28983,12	20511,12

FLUJO DE FONDOS

<i>Período</i>	<i>Flujo de Fondos</i>
0	-118146,94
1	5703,39
2	20975,29
3	36995,44
4	77220,84
5	75406,34
6	72007,73067
7	66659,53572
8	58929,07728
9	48305,20054
10	34185,19853

VAN – TIR

TIR	30,60%
VAN	\$ 167.742,62

PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio: cantidad de producción en la que el ingreso total iguala a los costos totales.

$$\text{PE}_{\text{venta}} = \frac{\text{Costo Fijo} + \frac{\text{Costo Variable}}{1 - \text{Ventas}}}{1}$$

$$\text{PE}_{\text{venta}} = \frac{162953,57 + \frac{125470,83}{1 - 0,411620294}}{1}$$

$$\text{PE}_{\text{venta}} = \frac{162953,57}{1 - 0,411620294}$$

$$\text{PE}_{\text{venta}} = \frac{162953,57}{0,588379704}$$

$$\text{PE}_{\text{venta}} = 276953,0708$$

ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

- Siguiendo el ciclo de vida de una empresa Kalua ha ingresado al mercado con una aceptación favorable ya que con las ganancias adquiridas del 1 al 4to año saldamos la cuenta a la entidad financiera, en los ingresos tenemos un 15% anual por la inflación ya para el 5to hasta al 10mo se bajó a un 10% para hacer una remodelación esto nos sirve para que el cliente no tome como costumbre lo expuesto en años anteriores.
- Kalua Bar por su ubicación tiene una desventaja y un reto por llegar a ser el líder y dominar el sector de influencia.
- El producto que se oferta tiene aceptación en los clientes lo que estimula a que ellos nos visiten constantemente.
- Por ser un negocio mediano es muy vulnerable a la situación económica del país es decir, si se genera una inestabilidad económica en el país estos negocios tienden a desaparecer, además la competencia desleal que se produce en el sector.
- Es imperativo la implementación del proceso de control de materia prima durante el proceso de producción, es por esta razón que será indispensable por el aumento de producción proyectado establecer stocks mínimos y máximos en el almacenamiento.

CAPÍTULO VIII

PROPUESTA DE VALOR Y ESTRATEGIAS

Kalua Bar en vista de considerar esta Propuesta de mejoramiento, aplicará una propuesta de valor, la misma que se refiere a estos aspectos.

RESPECTO

- Obteniendo un ambiente de trabajo agradable.

OBEDIENCIA

- Todo trabajo implica disciplina, respeto a las normas, horarios, obediencia a los jefes jerárquicos.

SINCERIDAD

- En relación con el trabajo profesional, la sinceridad con uno mismo lleva a reconocer los fallos con el fin de corregir y mejorar.

SOCIABILIDAD

- Supone abrirse a los demás, haciendo amigos en el trabajo, fomentando un ambiente alegre y optimista que ayuda a las personas a ser mejores y más alegres.

HUMILDAD

- Para mantener un equilibrio personal y social que haga crecer a las personas interiormente y seguir siendo mejores pero sencillos.

PRUDENCIA

- Saber conocer momentos adecuados para decir las cosas de la mejor forma.

LEALTAD

- Va de la mano con la sinceridad y trabajar de la manera correcta equivocarse es normal pero hay que saber reconocer y enmendar.

SOLIDARIDAD

Apoyar a todo el equipo de trabajo para así tener una mejor relación y un ambiente armonioso.

POLÍTICAS DE KALUA BAR

“Es el conjunto de decisiones organizacionales sobre asuntos relacionados con la remuneración y los beneficios concedidos a los empleados cuyo objetivo es crear un sistema de recompensas equitativo para la organización y para los empleados”.

“Estas políticas para que sean eficaces deben ser:

- Adecuadas.
- Equitativas.
- Equilibradas.
- Eficacia en cuanto a costos.
- Segura.
- Incentivadora.
- Aceptable para los empleados”.

Considerando estas condiciones o características para la elaboración y ejecución de una política salarial que permita desarrollar en el establecimiento un ambiente óptimo, agradable, productivo y rentable por parte de los trabajadores hemos considerado los siguientes aspectos para cumplir con este objetivo propuesto.

- Todo trabajador recibirá el sueldo justo estipulado por la Ley con todos sus beneficios amparados por la Constitución y las Leyes de la República.
- El horario de atención o la jornada de trabajo será de 8 horas, 40 horas a la semana y si sobrepasa esa cantidad se pagará de acuerdo a la Ley las horas extras.
- Además se brindará servicio de transporte al cierre de la jornada de trabajo.
- Se pagará los haberes correspondientes a la nómina de manera quincenal en iguales cantidades.
- Las fechas de pago serán el 15 y el 30 o 31 de cada mes de acuerdo a lo que corresponda, aunque dichos días sean libres o de descanso del trabajador.

RECOMPENSAS Y SANCIONES

Recompensas: Comprende el paquete total de beneficios que la organización pone a disposición de sus miembros y además otras compensaciones menos visibles, como seguridad en el empleo, transferencias laterales a posiciones

más desafiantes en posiciones que implique crecimiento, desarrollo adicional y varias formas de reconocimiento del desempeño excelente.

La mayoría de las organizaciones adoptan varios tipos de recompensas financieras entre ellas están:

Recompensas relacionadas con objetivos de realización empresarial.

Recompensas vinculadas al tiempo de servicio del empleado.

Recompensas relacionadas con el desempeño claramente excepcional.

Recompensas relacionadas con resultados departamentales, divisionales o globales.

Estas clases de recompensas se conceden por separado o en conjunto, como una retribución por la consecución de uno o varios objetivos organizacionales.

Las recompensas e incentivos es una gratificación tangible e intangible, toda organización debe cuidar el equilibrio de los incentivos y las contribuciones, es decir, que las personas y las organizaciones se comprometen en un sistema de relaciones de intercambio en que las personas contribuyen a la organización y reciben incentivos o recompensas a cambio, en este permanente intercambio, cada una de las partes invierte para obtener retorno de la otra.

En tal virtud de lo analizado anteriormente las recompensas que se plantea proponer son las siguientes:

- Capacitación permanente para el personal proporcionando el pago completo o parcial de una carrera o de cursos de especialización, destinados a mejorar el entrenamiento de los trabajadores para que se refleje en el trabajo.
- Determinación de bonos de eficiencia de acuerdo a metas establecidas por el administrador, las mismas que pueden ser económicas, en tiempo, en productos.
- Revisión del sueldo cada determinado tiempo de acuerdo al rendimiento de las competencias.
- Cursos de superación personal.

NORMATIVA DEL ESTABLECIMIENTO

Derechos:

Los trabajadores del Kalua Bar tienen derecho a:

- Recibir sus sueldos en las fechas establecida por la administración.
- Alimentación una vez al día en el horario normal de trabajo.
- Transporte al finalizar la jornada de trabajo.
- Ambiente laboral seguro, es decir bajo las normas técnicas de seguridad industrial establecida para el efecto.
- Vacaciones de acuerdo a lo estipulado por la ley (15 días).
- Respeto y consideración en su lugar de trabajo.
- La empresa proporcionará los utensilios, materiales, implementos de uniformes necesarios para el buen desarrollo y las actividades del trabajador.

Obligaciones:

Los trabajadores del Kalua Bar tienen las siguientes obligaciones:

- Cumplir con el horario establecido por la administración (5 días por semana, 8 horas diarias)
- Cuidar las instalaciones, materiales, equipos, materia prima a ellos encomendados.
- Mantener el área de trabajo limpia, desinfectada y en buenas condiciones para la satisfacción de los clientes.
- Respetar a los compañeros de trabajo de acuerdo a las normas éticas y morales establecidas.
- Cuidar de la buena imagen del establecimiento.
- Cumplir con los procesos establecidos en el ciclo de producción de los alimentos.
- Dar un trato cortés al cliente.
- Cuidar por la seguridad del cliente.

Sanciones: Comprende medidas disciplinarias tendientes a orientar el comportamiento de las personas para que no se desvíen de los estándares esperados, esto se lo hace a través de advertencias verbales o escritas y, en casos extremos a castigar la reincidencia mediante la supervisión del trabajo e incluso del despido de la organización.

El establecimiento ha definido como sanciones lo siguiente de acuerdo al tipo de infracción:

Por hurto o robo comprobado:

- Primero amonestaciones por escrito.
- Segunda amonestación escrita y multa por el valor permitido por la ley.
- Separación del cargo con visto bueno.

Por faltas:

- Recuperación de las horas de trabajo en días hábiles.
- Cargo a vacaciones.
- Amonestación.
- Despido.

Por faltas a la moral:

- Multa de acuerdo a lo permitido por la ley.
- Despido.

Por acoso:

- Despido

ANEXOS

TARJETA DE COSTO
TARJETA DE COSTO BEBIDAS

Nombre del plato		Gin & Tónico			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		35			
Costo total		1,75			
Precio de Venta al Público		5,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-001	Gin & Tónico	1		1,67	1,67
				Subtotal	1,67
				5% Imp	0,08
				Costo total	1,75

NOMBRE DEL PLATO		Martini			
NUMERO DE PAX		1			
% COSTO MATERIA PRIMA		33,95			
COSTO TOTAL		2,04			
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO		6,00			
ELABORADO POR		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-002	Martini	1		1,94	1,94
				SUB TOTAL	1,94
				5% IMP	0,10
				COSTO TOTAL	2,04

NOMBRE DEL PLATO		Daiquiri banano			
No. PAX		1			
FECHA ELABORACIÓN		06/06/2012			
% COSTO MATERIA PRIMA		37,8			
COSTO TOTAL		2,57			
PRECIO VENTA P.		6,80			
ELABORAPOR POR		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-003	DAIQUIRI BANANO	1		2,45	2,45
				SUBTOTAL	2,45
				IMPUESTO 5%	0,12
				COSTO TOTAL	2,57

Nombre del plato		Tequila Gimlet			
Pax		1 porción			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		35,9			
Costo total		1,79			
Precio de Venta al Público		4,99			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-004	Tequila Gimlet	1		1,705	1,71
				TOTAL	1,71
				IMPUESTO 5%	0,09
				COSTO TOTAL	1,79

Nombre del plato	Margarita				
Pax	1 porción				
Fecha	Septiembre 23 del 2012				
% de Costo de Materia Prima	39,4				
Costo total	1,97				
Precio de Venta al Público	5,00				
Elaborado por	Patricia Toledo				
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-005	Margarita	1		1,88	1,88
				TOTAL	1,88
				IMPUESTO 5%	0,09
				COSTO TOTAL	1,97

Nombre del plato	Piña Colada				
Pax	1				
Fecha	Septiembre 23 del 2012				
% de Costo de Materia Prima	40,7				
Costo total	2,44				
Precio de Venta al Público	6,00				
Elaborado por	Patricia Toledo				
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-006	Piña Colada			2,32	2,32
				Subtotal	2,32
				5% Imp	0,12
				Costo total	2,44

Nombre del plato		Tequila Sunrise			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		31,9			
Costo total		2,78			
Precio de Venta al Público		8,71			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-007	Tequila Sunrise	1		2,65	2,65
				Subtotal	2,65
				5% Imp	0,13
				Costo total	2,78

Nombre del plato		Black Rusian			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		39,2			
Costo total		3,13			
Precio de Venta al Público		8,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-008	Black Rusian	1		2,98	2,98
				Subtotal	2,98
				5% Imp	0,15
				Costo total	3,13

Nombre del plato		Splash			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		37,7			
Costo total		1,89			
Precio de Venta al Público		5,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-009	Splash	1		1,80	1,80
				Subtotal	1,80
				5% Imp	0,09
				Costo total	1,89

Nombre del plato		Manhattan Ron			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		38,5			
Costo total		3,08			
Precio de Venta al Público		8,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-010	Manhattan Ron	1	porción	2,93	2,93
				Subtotal	2,93
				5% Imp	0,15
				Costo total	3,08

Nombre del plato		Cosmopolitan			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		40,55			
Costo total		2,84			
Precio de Venta al Público		7,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-011	Cosmopolitan	1	porción	2,70	2,70
				Subtotal	2,70
				5% Imp	0,14
				Costo total	2,84

Nombre del plato		Sex on the beach			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		40,9			
Costo total		2,86			
Precio de Venta al Público		7,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-012	Sex on the beach	1	porción	2,73	2,73
				Subtotal	2,73
				5% Imp	0,14
				Costo total	2,86

Nombre del plato		Hawaiian blue			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		31,9			
Costo total		1,91			
Precio de Venta al Público		5,99			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-013	Hawaiian blue	1	porción	1,91	1,91
				Subtotal	1,91
				5% Imp	0,10
				Costo total	2,01

Nombre del plato		Cuba Libre			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		38,1			
Costo total		2,29			
Precio de Venta al Público		6,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-014	Cuba Libre	1	porción	2,18	2,18
				Subtotal	2,18
				5% Imp	0,11
				Costo total	2,29

TARJETA DE COSTO
TARJETA DE COSTO PIQUEOS

Nombre del plato		BROCHETA DE CAMARÓN			
Pax		1			
Fecha		Septiembre 23 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		32,79			
Costo total		3,93			
Precio de Venta al Público		11,99			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
P-001	BROCHETA DE CAMARÓN	1	porción	3,74	3,74
				Subtotal	3,74
				5% Imp	0,19
				Costo total	3,93

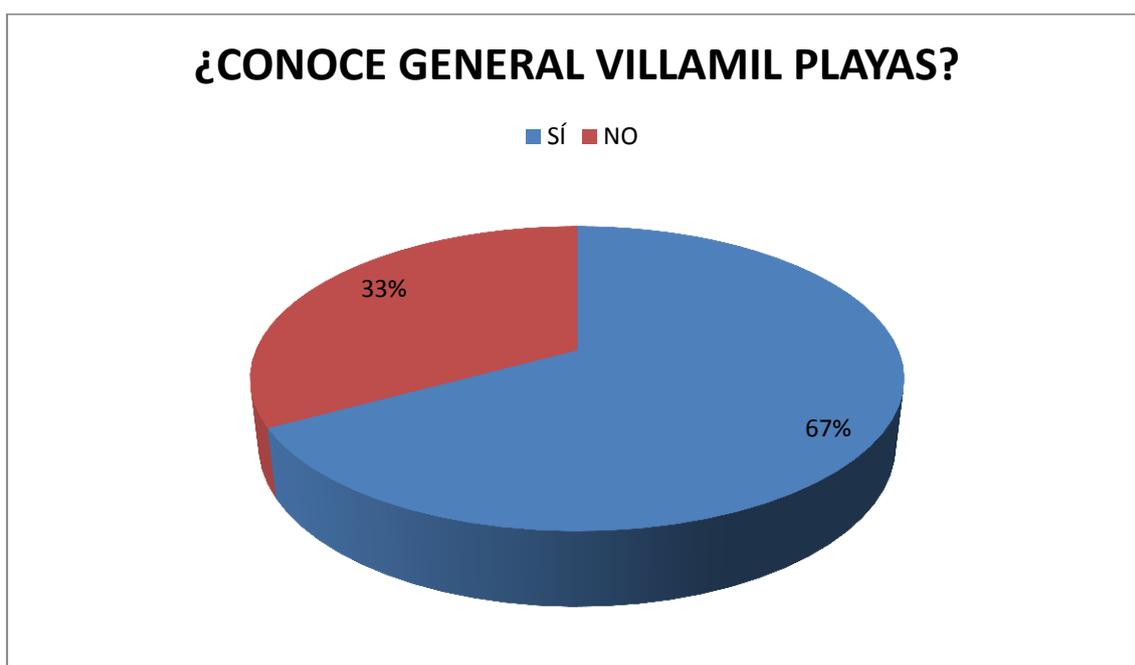
Nombre del plato		PATACONES CON SALSA DE QUESO			
Pax		1			
Fecha		Junio 8 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		34,8			
Costo total		4,17			
Precio de Venta al Público		11,99			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
P-002	PATACONES	1	porción	1,08	1,08
P-003	SALSA DE QUESO	1	porción	2,90	2,90
				Subtotal	3,97
				5% Imp	0,20
				Costo total	4,17

Nombre del plato		CAMARONES A LA DIABLA			
Pax		1			
Fecha		Junio 8 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		37,7			
Costo total		5,65			
Precio de Venta al Público		15,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
P-004	CAMARONES A LA DIABLA	1	porción	5,38	5,38
				Subtotal	5,38
				5% Imp	0,27
				Costo total	5,65

Nombre del plato		JUGOS NATURALES			
Pax		1			
Fecha		Junio 8 del 2012			
% de Costo de Materia Prima		36,8			
Costo total		1,47			
Precio de Venta al Público		4,00			
Elaborado por		Patricia Toledo			
CÓDIGO	NOMBRE DE LA PREPARACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
B-015	JUGOS NATURALES	1	porción	1,40	1,40
				Subtotal	1,40
				5% Imp	0,07
				Costo total	1,47

ENCUESTA

PREGUNTA 1 ¿CONOCE GENERAL VILLAMIL PLAYAS?

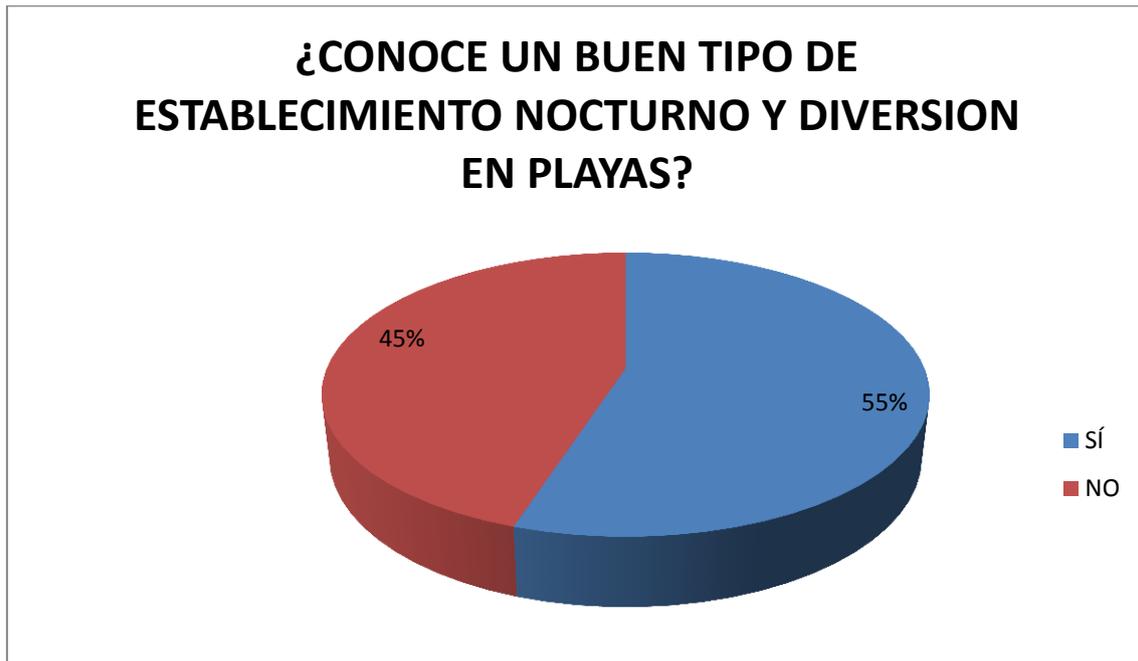


FUENTE: PATRICIA TOLEDO

SÍ	167	67%
NO	74	33%

ANÁLISIS: El 67% de las personas encuestadas conoce Playas mientras que el 33% no conoce.

PREGUNTA #2 ¿CONOCE UN BUEN TIPO DE ESTABLECIMIENTO NOCTURNO Y DIVERSION EN PLAYAS?

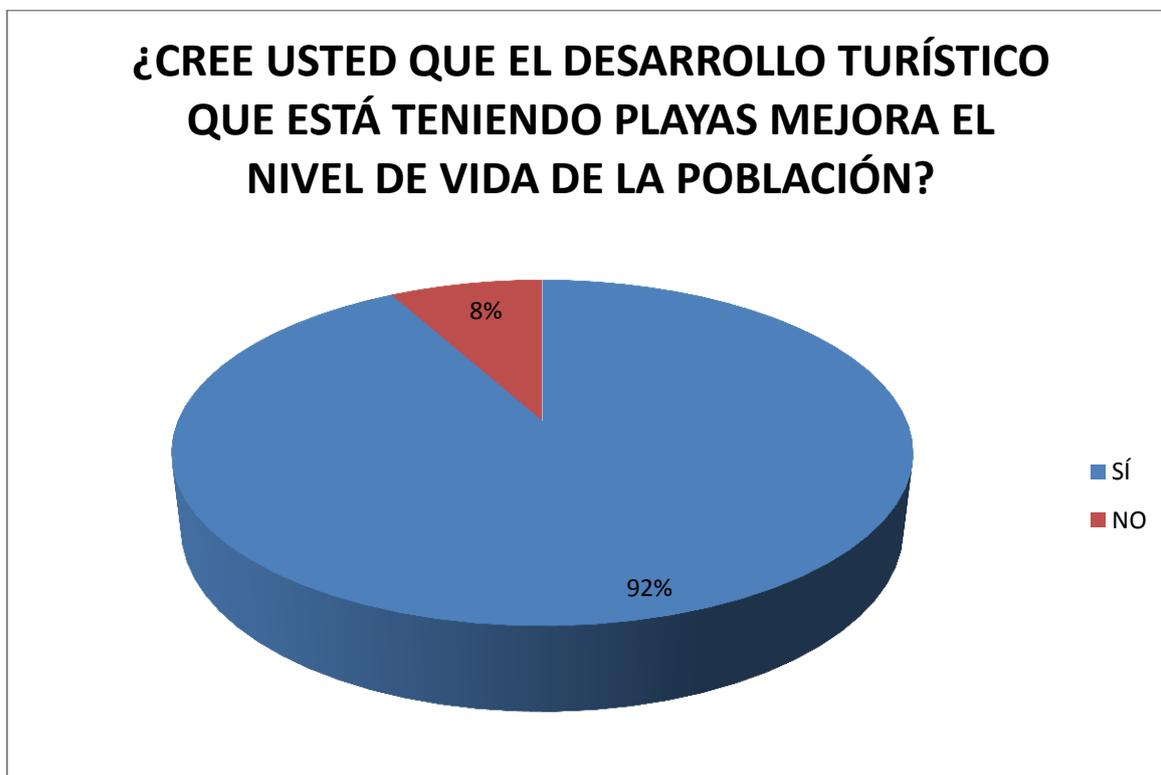


FUENTE: PATRICIA TOLEDO

SÍ	137	55%
NO	113	45%

ANÁLISIS: El 55% de las personas encuestadas conoce un buen establecimiento nocturno mientras que el 45% no conoce.

PREGUNTA #3 ¿CREE USTED QUE EL DESARROLLO TURÍSTICO QUE ESTÁ TENIENDO PLAYAS MEJORA EL NIVEL DE VIDA DE LA POBLACIÓN?



FUENTE: PATRICIA TOLEDO

SÍ	230	92%
NO	20	8%

ANÁLISIS: El 92% de las personas encuestadas considera que el desarrollo turístico que está teniendo Playas fomenta el nivel de vida de la población, mientras que el 8%, determina que no o que no conoce.

PREGUNTA #4 ¿CREE QUE LA PLANTA TURÍSTICA HOTELERA SATISFACE LAS NECESIDADES DE LOS TURISTAS?

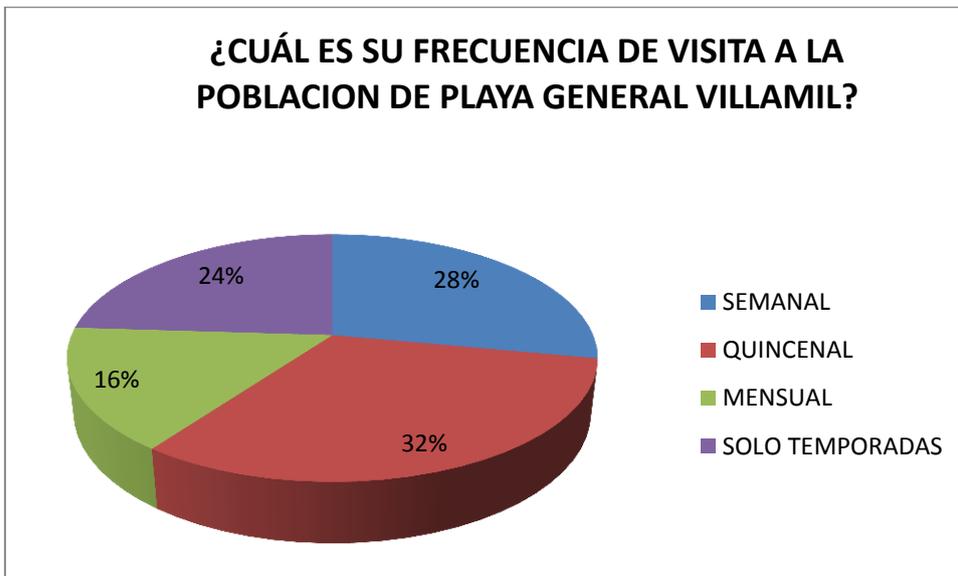


FUENTE: PATRICIA TOLEDO

SÍ	220	88%
NO	30	12%

ANÁLISIS: El 88% de las personas encuestadas cree que los establecimientos hoteleros sí satisfacen las necesidades de los clientes, mientras que el 12% no piensa lo mismo.

PREGUNTA#5 ¿CUÁL ES SU FRECUENCIA DE VISITA A LA POBLACIÓN DE PLAYA GENERAL VILLAMIL?

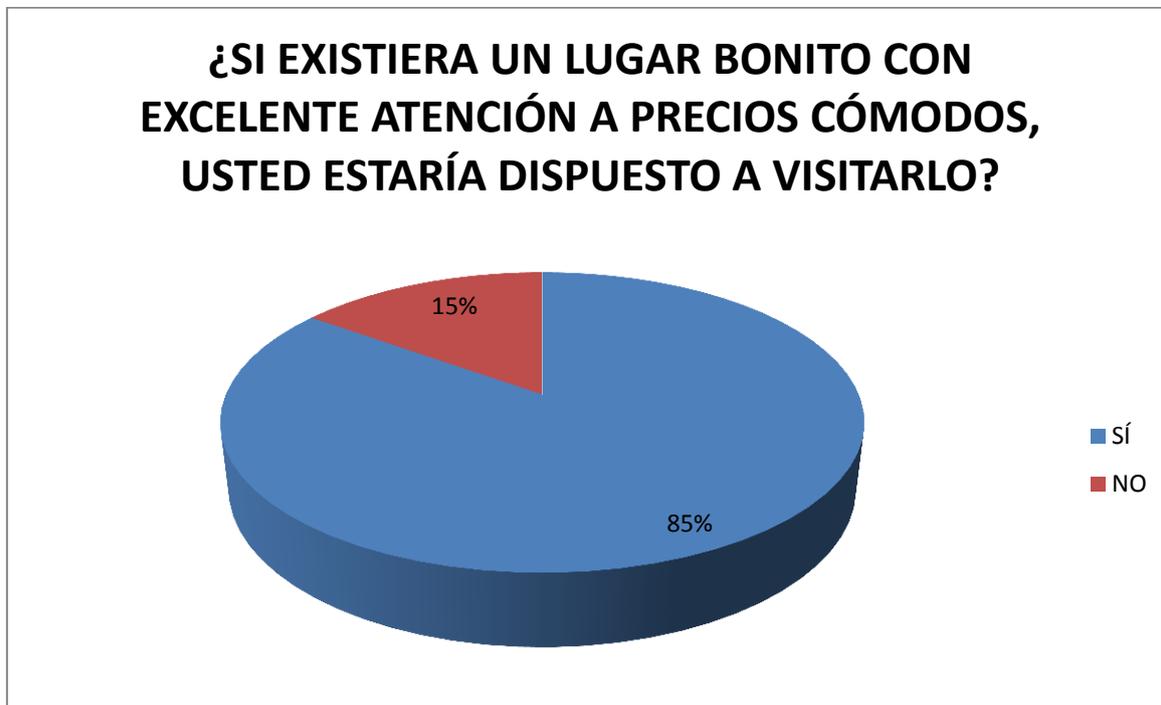


FUENTE: PATRICIA TOLEDO

SEMANAL	70	28%
QUINCENAL	80	32%
MENSUAL	40	16%
SOLO TEMPORADAS	60	24%

ANÁLISIS: El 28% de las personas encuestadas va semanalmente a la playa; el 32%, va quincenalmente; 16%, va mensualmente y un 24% visita Playas solo en la temporada o feriados.

PREGUNTA# 6 ¿SI EXISTIERA UN LUGAR BONITO CON EXCELENTE ATENCIÓN A PRECIOS CÓMODOS, USTED ESTARÍA DISPUESTO A VISITARLO?

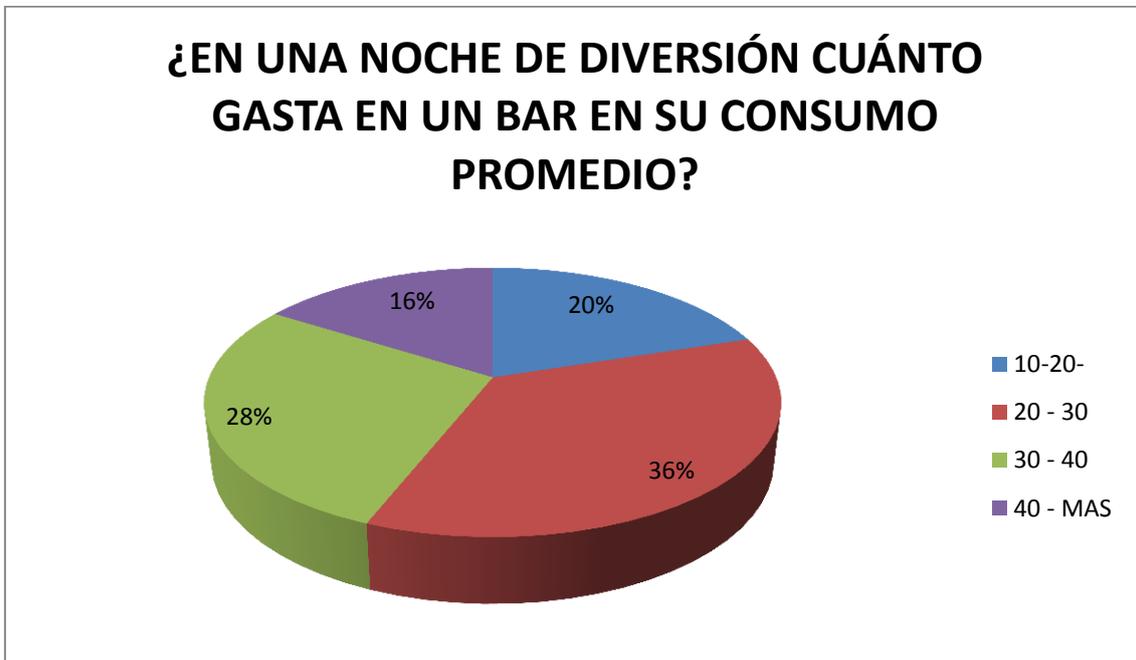


FUENTE: PATRICIA TOLEDO

SÍ	212	85%
NO	38	15%

ANÁLISIS: El 85% de las personas encuestadas si existiera un lugar bonito, con excelente atención y a precios cómodos iría y un 15%, no asistiría.

PREGUNTA #7 ¿EN UNA NOCHE DE DIVERSIÓN CUÁNTO GASTA EN UN BAR EN SU CONSUMO PROMEDIO?

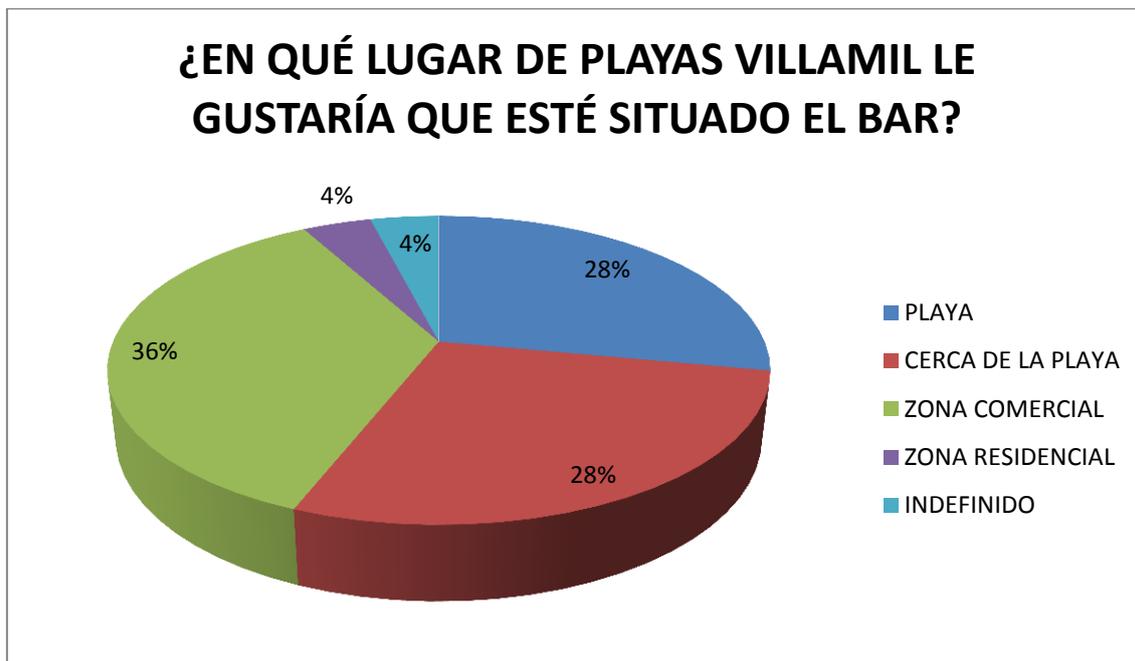


FUENTE: PATRICIA TOLEDO

10-20-	50	20%
20 - 30	90	36%
30 - 40	70	28%
40 - MAS	40	16%

ANÁLISIS: El rango de consumo de los encuestados se ubica de la siguiente manera: El 20% de las personas encuestadas gasta en una noche \$10 – 20; el 36%, de \$20 – 30; el 28%, de \$30 – 40 y un 16%, de \$40 a más.

PREGUNTA #8 ¿EN QUÉ LUGAR DE PLAYAS VILLAMIL LE GUSTARÍA QUE ESTÉ SITUADO EL BAR?

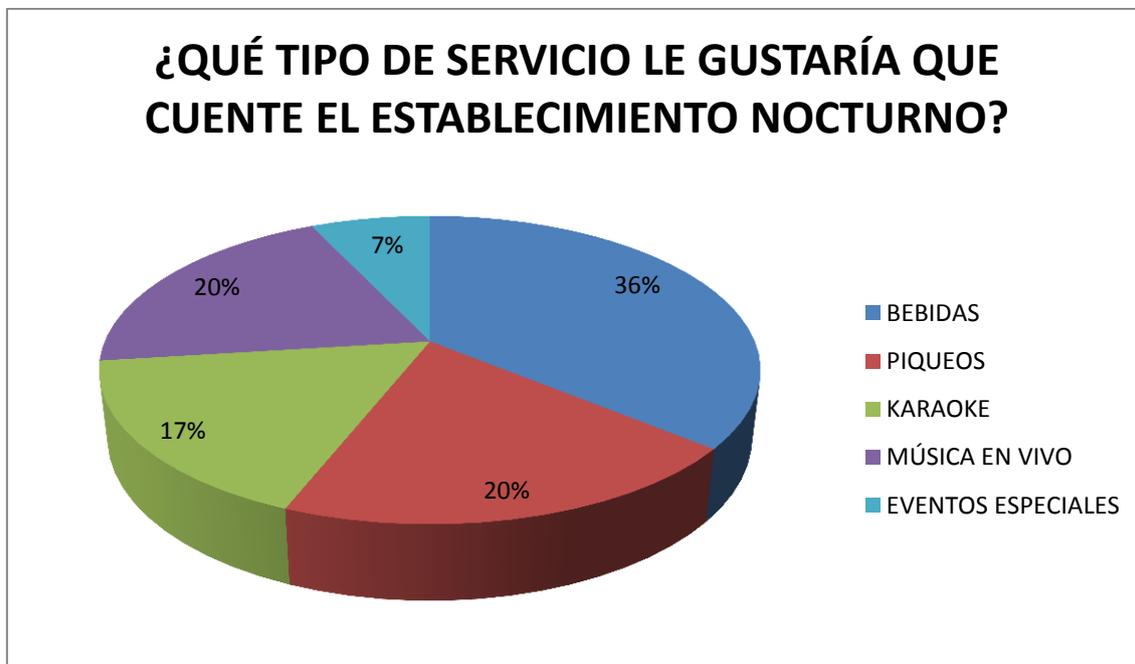


FUENTE: PATRICIA TOLEDO

PLAYA	70	28%
CERCA DE LA PLAYA	70	28%
ZONA COMERCIAL	90	36%
ZONA RESIDENCIAL	10	4%
INDEFINIDO	10	4%

ANÁLISIS: El 28% de las personas encuestadas desearían que el bar esté localizado en la playa de igual manera que esté cerca de la playa; el 36% prefiere que esté en la zona comercial, un 4%, en una zona residencial; al igual que el otro 4% que es indefinido.

PREGUNTA #9 ¿QUÉ TIPO DE SERVICIO LE GUSTARÍA QUE CUENTE EL ESTABLECIMIENTO NOCTURNO?



FUENTE: PATRICIA TOLEDO

BEBIDAS	220	36%
PIQUEOS	120	20%
KARAOKE	100	17%
MÚSICA EN VIVO	120	20%
EVENTOS ESPECIALES	40	7%
TOTAL	600	100%

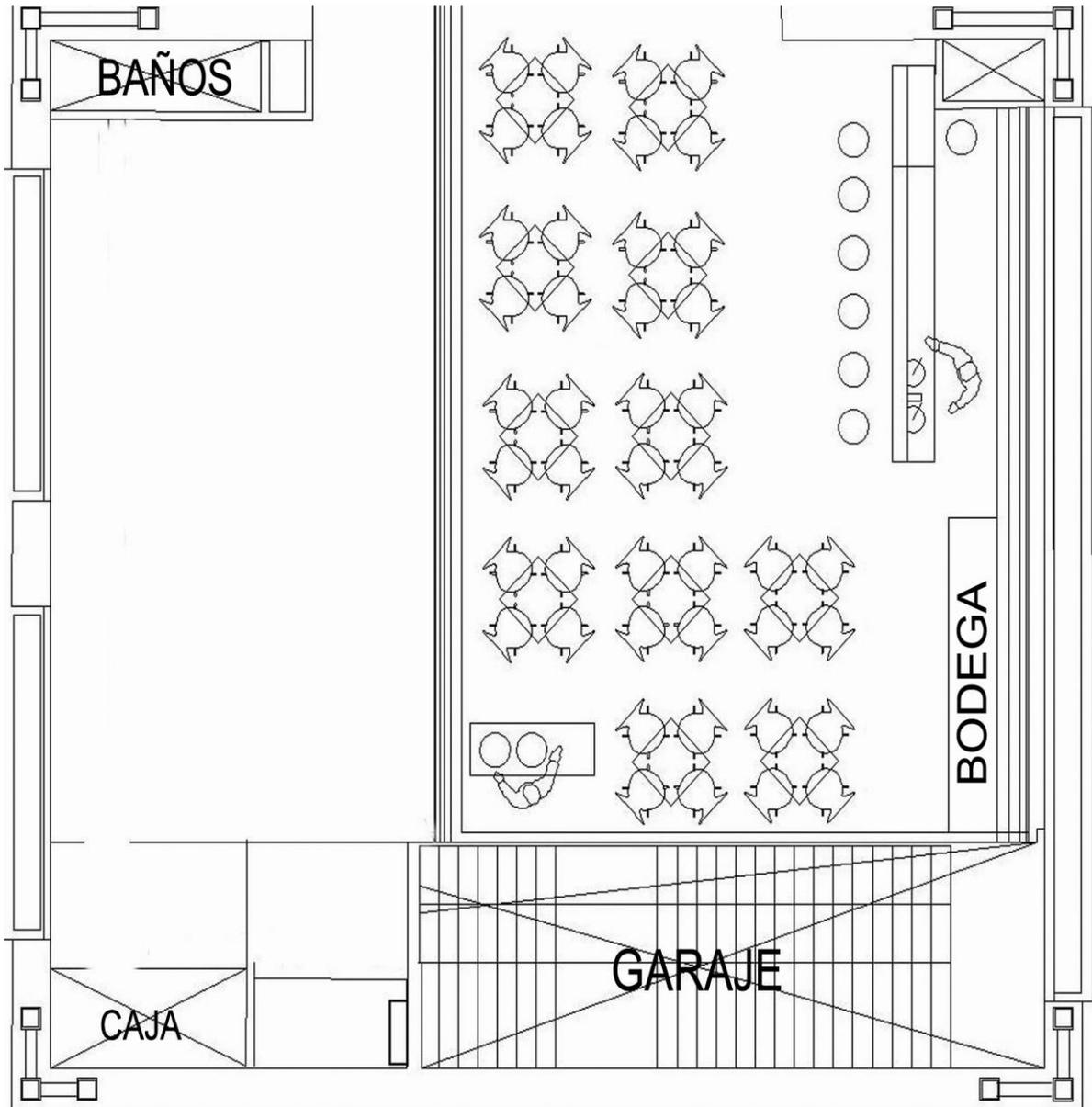
ANÁLISIS: El 36% de las personas encuestadas les gustaría que el bar haya bebidas; en piqueos, 20%; en música en vivo, un 20%; el 4%, que tengamos karaoke y un 7%, que hagamos eventos especiales.

PREGUNTA # 10 ¿QUÉ TIPO DE DECORACIÓN LE GUSTARÍA QUE TENGA EL BAR?



FUENTE: PATRICIA TOLEDO

ANÁLISIS: El 8% de las personas encuestadas desearían que el bar sea clásico; un 76%, que esté decorado playero; un 4%, que sea temático “salsero” y el 12%, que sea juvenil.



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PROYECTO.-BAR

. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (A PARTIR DE LA APROBACIÓN DEL PLAN)

TIEMPO \ ACTIVIDADES	1er MES				2do MES				3er MES				4to MES				5to MES				6to MES							
	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S				
INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA																												
INVESTIGACIÓN DE CAMPO																												
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN																												
DESARROLLO DEL CAPITULO I																												
REVISIÓN DE CAPITULO I																												
CORRECCIÓN DE CAPITULO I																												
APROBACION DEL MANUAL POR EL DIRECTOR																												
PREPARACIÓN DEL DOCUMENTO																												
ENTREGA Y APROBACIÓN																												
ENTREGA																												