



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO – “BAR DE CERVEZAS DE SABORES”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Tecnóloga de Alimentos y Bebidas

Profesor Guía
Chef Sebastián Barros

Autora
Evelyn Priscilla Micho Gutiérrez

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientado sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Chef Sebastián Daniel Barros Calo

C.I: 1712547346

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Evelyn Priscilla Micho Gutiérrez

CI: 172094207-5

AGRADECIMIENTOS:

Un agradecimiento especial a Dios por guiar siempre mi camino.

A mis maestros que durante el proceso de aprendizaje con sus experiencias académicas y profesionales.

A mi Tutor/a por guiarme siempre en la realización de mi Tesis.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, ya que fueron un pilar fundamental con sus valores, apoyo y sobre todo por siempre brindarme su confianza. Por su dedicación en los momentos cuando más lo necesitaba.

Gracias a mis conocidos o personas que en algún momento formaron parte de mi vida personal u académica, brindándome su confianza. De todo corazón mi inmenso cariño.

RESUMEN

A lo largo de la historia la cerveza ha sido considerada una bebida milenaria originaria de la cultura mediterránea clásica, vinculada desde la antigüedad a fines terapéuticos una además es una bebida alcohólica de sabor amargo, ha sido parte fundamental de los tiempos debido al consumo a nivel mundial.

Debido a su sabor amargo se la consume en celebraciones, festejos, sin duda alguna es una bebida muy apetecida en cualquier ocasión.

Así mismo las picaditas son varias preparaciones, que al mismo tiempo, son cortados en pequeños bocados para ser consumidos de manera directa.

Como son las picadas Argentinas, las cuales son alimentos apetecidos por sus carnes, fiambres, empanadas, embutidos.

El objetivo es ofrecer productos nuevos e innovadores con un establecimiento de alimentos y bebidas, que permita combinar o maridar las cervezas de diferentes sabores, con las picaditas argentinas ya que bocado muy variados en cuanto a sus ingredientes, que permiten una combinación agradable. Orientado a todo público (mayor de edad).

De esta manera proponer que la cerveza se la puede degustar de varias maneras y sobre todo combinar, maridar con los diferentes alimentos en este caso las picaditas argentinas, que les dan el realce para una combinación perfecta entre alimentos y bebidas.

El Bar se encuentra ubicado en un sector de gran afluencia de personas en la mariscal en las calles José Calama y Reina Victoria sector conocido por espacios nocturnos abiertos como restaurantes, bares, discotecas, hoteles, y demás establecimientos prestos para prestar servicios de alimentos y diversión.

ABSTRACT

The large of the history beer was considered an original ancient beverage of classical Mediterranean culture since ancient times linked to a therapeutic purposes is also an alcoholic beverage with a bitter taste, it has been critical of the times due to consumption level world.

Because of its bitter taste is consumed in celebrations, festivities, no doubt is a very appetizing drink on any occasion.

Also the chopped are several preparations, at the same time, they are cut in to small snacks to be consumed directly.

How they are chopped Argentinas, which are desired by its meats, cold cuts, pies, sausages food.

The aim is to offer new and innovative products with a food and beverage establishment that allows combining or pairing beer with different flavors, with the Argentine snack chopped as varied as their ingredients, allowing a nice combination. Aimed at all age groups (adult).

That it proposes that beer can taste the various ways and mostly combined, paired with different foods in this case Argentine chopped to give enhancement to a perfect combination of food and beverages.

The Bar is located in an place of great influx of people in the streets Mariscal Jose Reina Victoria and Calama known for night open spaces such as restaurants, bars, nightclubs, hotels, and other establishments industry ready to serve food and fun .

INDICE

TEMA	1
INTRODUCCIÒN	1
JUSTIFICACION	2
1. MARCO TEÒRICO:.....	4
1.1.- Cerveza:.....	4
1.1.2- Cómo Catar una cerveza:	5
1.1.3.- La cerveza en la Actualidad:	5
1.1.4.- Ingredientes de la Cerveza:.....	6
1.1.6.- De dónde nace la idea del Combinar una bebida con una esencia:.....	7
2.- Concepto del Negocio:	11
2.1.3 OBJETIVOS:	12
2.1.4.- Objetivo General:	12
2.1.6.-VALORES:.....	13
2.1.7.-Descripción de la Empresa:.....	13
2.1.8.-Análisis FODA:	14
2.1.9.-Políticas del Establecimiento:.....	15
2.2.1.- Horario de Personal:.....	16
2.2.2.- Horario de Atención:	16
2.2.3.- Oferta Gastronómica:	16
2.2.4.-Alimentos y Bebidas con su Maridaje:.....	18
2.2.5.- Ventaja Competitiva:.....	19
3.- Estudio Técnico.....	20
3.1.1-LOCALIZACIÓN:	20
3.1.2.-Estudio Arquitectónico:.....	21
3.1.3.-Requerimientos para el Establecimiento:.....	21
3.1.4.-Estructura Organizacional:	23
4.-ASPECTO MERCADOLÓGICO	24
4.1.-ESTUDIO DE MERCADO	24
4.1.2.- Objetivo del Estudio de Mercado:.....	24
4.1.4.- Segmento de Mercado:.....	28

4.1.5.-ANÁLISIS DEMOGRÁFICO:	28
4.1.6.-TIPO DE INVESTIGACIÓN:	28
5.1.- Desarrollo del Plan de Marketing	30
5.1.2.- Estrategias para ingresar al mercado:	31
5.1.3.-Valor agregado:	32
5.1.4-Slogan:	32
5.1.6.- Logotipo:	32
5.2.7- Protección Legal de la Marca	33
6.1.- EVALUACIÓN FINANCIERA	35
6.1.2.-Rol de Pagos:	37
6.1.3.- Rol de Provisiones:	38
6.1.4. Activos fijos.....	38
6.1.7. Gastos de Publicidad:	40
6.1.8.-Gastos de Constitución:	41
6.1.9. Costos de A&B.....	42
6.2.1.- Cheque Promedio :	43
6.2.2.- Flujo o Proyección:	49
6.2.3.- Punto de Equilibrio :	50
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:	51
REFERENCIAS	53
ANEXOS	55

TEMA

Creación de un establecimiento de alimentos y bebidas que ofrecerá cervezas aromatizadas de sabores, con una combinación de picaditas argentinas.

Orientado a todo público (mayores de edad)

INTRODUCCIÓN

La cerveza es una bebida alcohólica, no destilada, de sabor amargo que se fabrica con granos de cebada u otros cereales cuyo almidón es fermentado en agua con levadura y frecuentemente aromatizado con lúpulo, entre otras plantas. Es una bebida natural y una de las más puras en cuanto al orden químico y bacteriológico (Gallegos, J .2000 pg.307).

Las cervezas aromatizadas tienen una combinación de un producto es decir una mezcla de esencias, jarabe o sirope de frutas dando una combinación y así obtener un producto diferente y único. Es una forma de tomar cerveza que es costumbre en muchas zonas de Europa, como en Bélgica o Francia.(www.cervezas/lambicas.com)

Para realizar la combinación de las cervezas de sabores, como base será la cerveza pilsener (barril), ya que es una cerveza ligera, amargor suave, 4.2° GL, el cual nos da una combinación agradable, con las diferentes esencias.

Las picaditas argentinas, son varios alimentos servidos en pequeñas cantidades de manera directa.

En el sector no existen bares con estas características, que brinden cerveza de sabores, con la combinación de cerveza y esencias acompañado de unas picaditas, además de un ambiente y de un servicio cómodo y acogedor.

JUSTIFICACION

El tema seleccionado va enfocado a todo público mayor de edad que decida degustar de diferentes sensaciones en cuanto a sabores, aromas; al consumir una bebida alcohólica y a su vez tener una combinación con una variedad de alimentos, en este caso las cervezas de diferentes esencias, acompañado de picaditas argentinas, ya que con su sabor, textura logran una combinación perfecta.

La idea de negocio también se ha escogido debido de algunos comentarios de amigo/as, conocidos y vivencias propias, de acuerdo a las necesidades especialmente mujeres que no les gusta mucho la cerveza por motivos de sabor y amargura, que por medio de una combinación de esencias aromatizamos las bebidas, obtenemos un aroma agradable al paladar de las féminas, así mismo con una combinación de picaditas argentinas que logran una combinación única y satisfactoria, con un ambiente acogedor y un servicio de calidad.

Hoy en día la sociedad ha crecido, de igual manera a muchos de ellos, no les gusta la monotonía, quieren cosas nuevas e innovadoras en cuanto a productos y servicio.

En el sector de la mariscal conocido como la zona existen diferentes establecimientos de distracción, el cual es un sitio estratégico para la ubicación del establecimiento, debido a que existe una gran afluencia de personas especialmente los fines de semana, no todas las personas buscan discotecas, más bien sitios o lugares en cuales se pueda charlar, con amigos, en pareja o familia si lo ameritara, además una ambientación rústica y acogedora.

Si bien es cierto existen establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen cervezas artesanales, más no cervezas aromatizadas con esencias como las que se ofrecerá en el establecimiento.

El objetivo es crear un establecimiento con estas características de brindar productos y servicios innovadores, salir de lo cotidiano, ser originales con una decoración, ambientación, música de fondo, el cual atraerán a las personas, permitiendo llamar la atención para el establecimiento.

CAPITULO I

1. MARCO TEÒRICO:

1.1.- Cerveza:

La cerveza es una bebida muy antigua, los primeros en elaborar o desarrollar el arte de la fabricación de cerveza fueron los egipcios, en gran escala para abastecer a las tropas del faraón con una ración diaria y además perfeccionaron el malteo.

Después la cerveza pasó a ser producida en los monasterios por toda Europa. Se trataba de comunidades autosuficientes que cultivaban su propia cebada y vendían el excedente de cerveza con el fin de obtener respaldo económico para sus actividades religiosas.

A lo largo de los siglos, los monjes han sido responsables de importantes progresos en la fabricación de cerveza, perfeccionaron el proceso hasta lograr el método básico, que es el mismo que se sigue utilizando actualmente en las cervecerías comerciales. (Bennett, J. 2006 pg. 7)

Las cervezas deben almacenarse para evitar el calor y la contaminación lumínica, en un lugar fresco y oscuro donde exista una temperatura fría constante.

Debe tener una temperatura a la que se debe beber una cerveza tiene una enorme efecto a la hora de apreciar los sabores.

Las temperaturas frías aumentan su frescura y carbonatación. (Gallegos, J. 2000 pg.307).

1.1.2- Cómo Catar una cerveza:

La cerveza como bebida tan noble y con tanta historia, repleta de aromas y sabores complejos, se merece tanta reverencia como el vino.

Evaluar una cerveza:

Ver: La percepción visual estimula nuestro apetito. Cuando vemos cómo sale una cerveza de un brillante grifo, se sirve en un jarro de cerveza y comienza a formar una firme y blanca cabeza de espuma.

Una buena cerveza debería resultar atractiva y hermosa, pero no todas tienen el mismo aspecto. Cada estilo posee una apariencia singular.

La espuma debe ser densa, compacta, la espuma debería conservar su estructura.

Oler: El aroma es un atributo esencial del arte del cervecero, se calcula que puedan detectarse más de un millar de componentes aromáticos en la cerveza.

Saborear: La primera regla para probar cerveza es tragarla y que los receptores el amargor se siente en la parte posterior de la garganta, pero también en menor medida, en toda la superficie de la lengua. Por esta razón cuando una cerveza es muy amarga, una buena manera de detectar el amargor de una cerveza y los sabores de lúpulo es tomar un poco de espuma con una cucharilla. (Bennett, J. 2006 pp. 5-6)

1.1.3.- La cerveza en la Actualidad:

La cerveza en la actualidad ha sido de mucha importancia de acuerdo a las bebidas alcohólicas se trata, ya que es la más bebida a nivel mundial.

En el Ecuador está en el noveno puesto de ingesta de alcohol especialmente la cerveza en América Latina, según la Organización Mundial de Salud (OMS).

Cada ecuatoriano bebe 7,2 litros de licor al año, según el informe de la OMS de este año.

La bebida alcohólica que más se consume entre los ecuatorianos es la cerveza, y la ciudad por su clima cálido que consume una gran cantidad de cerveza es la ciudad de Guayaquil. (www.elcomercio/actualidad/cerveza.com)

1.1.4.- Ingredientes de la Cerveza:

Malta: Es la cebada es el cereal ya que es el más fácil de convertirse en malta y produce mayor cantidad de azúcares fermentables.

En el proceso de malteado se busca la transformación del almidón del grano con azúcares complejos, en azúcares sencillos como la glucosa, maltosa y malto triosa.

Lúpulo: Es una planta anual trepadora que contiene una sustancia amarilla y amarga llamada lupulina. Esta sustancia da el amargor, estabilidad y facilita la formación de espuma.

Agua: El agua es conocida por los cerveceros como “licor” constituye alrededor del 90% del volumen de la cerveza. Para la elaboración de la cerveza es necesario gran cantidad de agua y esta debe ser potable.

Levaduras: Las levaduras son hongos del género *Saccharomyces*. Durante la elaboración de la cerveza, estos hongos permiten la transformación de los azúcares en alcohol y anhídrido carbónico. (Bennett, J. 2006 pg. 7)

1.1.5.-Pasos para elaborar la cerveza:

- 1.-Malteado y maceración de la cebada
- 2.- Cocción del mosto + Lúpulo
- 3.- Filtración previa + fermentación + levadura
- 4.- Fermentación - 1 semana
- 5.- Embotellado – 2º fermentación – 3 semanas

6.- Consumo (Bennet, J 2006 pg. 8)

1.1.6.- De dónde nace la idea del Combinar una bebida con una esencia:

En Julio del 2013 se realizaron pruebas en un centro de investigación, para analizar y determinar, si la cerveza se podía aromatizar o combinar con las diferentes esencias comestibles, junto a un grupo de investigadoras Biotecnológicas como Gabriela Zapata, Thaly Benavides, Johana Coronel, Paola Grijalva, Andrea Echeverría, cada una aportó con ideas diferentes, utilizando productos como base la cerveza en este caso la cerveza pilsener, cumple con los estándares establecidos para la investigación, ya que es suave, ligera, también utilizando frutas que aromaticen o combinen a la cerveza.

El objetivo de las Biotecnológicas era simplemente ver si se podía aromatizar o combinar la cerveza con esencias comestibles y así dar una aroma diferente y único, además ofrecer una variedad de cervezas al consumirlas.(Zapata, G.2013, Ciam)

1.1.7.- Diferentes Cervezas sabor izadas o aromatizadas:

- Cerveza Artesanal:

La cerveza artesanal es una cerveza en la que no se encuentra conservantes, ni antioxidantes añadidos artificialmente. Su elaboración es de forma natural por ejemplo: añadimos en la botella un poco de mosto sin fermentar para que la propia cerveza continúe el proceso de fermentación dentro del cristal y genere gases extras que le darán una fuerza y crearán espuma al abrirla.

- Cerveza Aromatizada:

La cerveza aromatizada es la combinación de un producto es decir la mezcla de esencias, jarabe o sirope de frutas dando una combinación y así obtener un producto diferente y único. Simple, pero sorprendente, es una

forma de tomar cerveza que es costumbre en muchas zonas de Europa, como en Bélgica o Francia. En estos lugares se pueden encontrar cervezas aromatizadas, ya envasadas, pero nada mejor que aromatizarlas nosotros mismos con jarabe de fresas, de cerezas o incluso de limón, al gusto de cada uno. (Gallegos, J .2000 pp.307- 308)

- Cervezas de Sabores:

El sabor de la cerveza es un criterio decisivo. Debe corresponder al tipo de cerveza y a veces es completando también por elementos específicos del país.

Aun así debe satisfacer las expectativas de los clientes para poder imponerse sobre las cervezas de los competidores.

Es marcado por el aroma y sabor, amargor u otra sustancia que ayude a estabilizar en el cual todas estas sensaciones se mezclan y dan un sabor diferente de la cerveza. (Kunze W 2006 pp. 122-123)

1.1.8.- Características de los productos a utilizar:

Cerveza Pilsener (barril) :

La cerveza pilsener es conocida por su sabor único y refrescante. La más vendida en Ecuador.

Casi 100 años de trayectoria en el Ecuador es la cerveza con mayor participación de mercado.

Es una cerveza rubia tipo pilsener, con un grado alcohólico 4.2° GL.

Posee un amargor suave y ligero. (www.taringa.net)

Esencia: Las esencias o aceites esenciales son los productos más valiosos de las plantas. El aceite volátil Son sustancias olorosas y oleosas. (Castilla, L .2006 pg.61)

Destilación: Proceso en el cual consiste calentar un líquido (ebullición)

Hasta que sus componentes más volátiles, pasan a la fase de vapor, enfriar el vapor para recuperar dichos componentes en forma líquida por medio de la condensación. (Castilla, L .2006 pg.62)

1.1.9.- Proceso de Elaboración de la Esencia:

- 1.- Lavar las frutas, hierbas aromatizadas
- 2.- Colocarlos en el matraz volumétrico las frutas con alcohol
- 3.- Colocar en el equipo previamente caliente para realizar el punto de ebullición
- 4.- Colocar debajo de cada matraz un vaso de precipitación para que el contenido caiga
- 5.- Realizar 3 veces el mismo procedimiento de destilación
- 6.- Colocar el líquido final del vaso de precipitación, en el matraz lo destilamos y obtenemos la esencia refinada.

Esencia: Destilación - Matraz volumétrico (contenido) – Ebullición
Destilación – Condensación = Esencia refinada. (Castilla, L .2006 pg.63)

1.2.1.-Proceso de combinación cerveza y esencias en el establecimiento:

La cerveza de barril se comprara y se almacenara en un lugar fresco. Por otro lado, en los climas frescos, los sótanos son usados frecuentemente para almacenar la cerveza. La temperatura debe tener o mantenerse entre los 2°C y 15°C.En la cerveza de barril se añadirá las diferentes esencias (Castilla, L .2006 pg.64)

1.2.2.-Maridaje de la cerveza:

La cerveza debe tener un maridaje adecuado para cada tipo de cerveza y alimento. La cerveza tiene su efervescencia, la cual será apreciada en función de su finura y de su persistencia.(Ben, M. 2010 pp. 247)

1.2.3.-El Maridaje y su importancia:

Es la combinación lógica entre cervezas y comida es decir combinar aromas, texturas, sólido, líquido, temperatura, sabores, etc.

El maridaje es de importancia para el comensal, al que se puede complementar su comida, con la cerveza adecuada. El objetivo es que el cliente disfrute de una excelente comida con una buena cerveza.(Ben, M. 2010 pp. 248)

Picaditas:

Se denomina picada a un entrante típico de la gastronomía de Argentina y Uruguay que se compone de varios alimentos servidos en pequeñas cantidades, de manera semejante a las tapas españolas.(Mallan, F. 210 pg.5).

Los diferentes ingredientes de una picada se distribuyen en platillos separados, o bien en una bandeja especial, de madera o metal, con varios compartimientos. (Mallan, F. 210 pg.6).

Picadas Argentinas:

Se llama picada a todo tipo de comida informal, consiste en distintos fiambres, como jamón crudo o cocido, salame, quesos, etc.(Mallan, F. 210 pg.8)

Los productos que utilizaremos serán carnes, embutidos, vegetales, verduras, los cuales con su variedad de productos, permite una combinación entre los alimentos y bebidas seleccionados.

En la actualidad se ha ido modificando con embutidos, canes, mariscos, a la parrilla, y lograr una combinación entre alimentos y bebidas para tener una estabilidad debido a los componentes que cada producto tiene.(Mallan, F. 210 pg.8)

CAPITULO II

2.- Concepto del Negocio:

La idea del negocio es dar a conocer nuevos conceptos en cuanto al consumo de bebidas a base de cerveza, en la cual permiten una combinación con las diferentes esencias y así obtener unas bebidas aromatizadas.

Así mismo ofrecer una amplia variedad de picaditas argentinas con productos seleccionados y de buena calidad, que permite dar un maridaje o una combinación adecuada entre las cervezas de sabores y las picaditas argentinas.

Y así ofrecer o sugerir diferentes alternativas a los clientes para una combinación agradable y única.

En este concepto se adapta a la idea del negocio porque pretende difundir un ambiente cómodo, acogedor, único e inolvidable.

Con su nombre, slogan, logotipo marquen y llamen la atención de los clientes.

Al momento de visitar el negocio tenga una experiencia única y que genere un valor agregado en cuanto a los productos, ambiente y servicio.

En cuanto al servicio se enfoca en la rapidez, atención, amabilidad, con un servicio personalizado que es una estrategia de diferenciación de otros negocios.

En el sector existe gran afluencia de personas, no existen establecimientos con estas características.

2.1.1.- Misión:

La Vieja Estación- bar es un establecimiento gastronómico de alimentos y bebidas, que ofrece cervezas de sabores con una combinación de picaditas argentinas, en un ambiente acogedor y único.

El establecimiento busca el bienestar a los clientes y a los empleados con valores de honestidad, respeto, y esfuerzo, ser un lugar cómodo y comfortable.

2.1.2.- Visión:

La Vieja Estación- bar quiere convertirse en un plazo de 5 años, en el mejor establecimiento de alimentos y bebidas, que ofrezca cerveza de sabores acompañado con un variedad de picaditas argentinas. Y poder abrir varias sucursales, por los sectores de mayor afluencia de personas: centro, norte, y sur de la Ciudad de Quito.

2.1.3 OBJETIVOS:**2.1.4.- Objetivo General:**

Ser una empresa pionera e innovadora en alimentos y bebidas, mediante la utilización de excelentes productos, brindando servicios de calidad y calidez que promuevan el crecimiento en el mercado.

2.1.5.- Objetivo Específico:

- A mediano y a largo plazo, ser uno de los mejores establecimientos de alimentos y bebidas, que ofrezcan productos innovadores, auténticos y de excelente calidad, acompañado de una combinación de cervezas de sabores y unas picaditas argentinas en la ciudad de Quito.

- Ser un establecimiento nuevo en este concepto, con buena calidad de productos, servicio, y precio.

2.1.6.-VALORES:

- **Honestidad:** Ofrecer y garantizar productos de calidad, en alimentos y bebidas con materia prima seleccionada.
- **Respeto:** El respeto es una demostración ética entre colaboradores y clientes en el establecimiento.
- **Confianza:** Es la forma sincera de demostrar el aprecio por parte del personal hacia los clientes del establecimiento.

Además brindar un buen servicio de calidad, demostrando fidelidad en cuanto a los productos a ofertar u ofrecer.

2.1.7.-Descripción de la Empresa:

Es un establecimiento de alimentos y bebidas, que ofrecerá cervezas aromatizadas de sabores, acompañado de unas picaditas argentinas.

Para la elaboración de los diferentes productos se utilizará productos de excelente calidad, frescos, con el fin de que el cliente se sienta a gusto en el establecimiento.

En cuanto al servicio y una atención de calidad, se ofrecerá, se sugerirá a los diferentes productos tanto en bebidas como en alimentos.

El local contará con un personal capacitado para realizar las diferentes funciones que se requiere en la empresa, con uniformes, que identifican al establecimiento.

Contaremos con proveedores y distribuidores de confianza en cuanto a la venta y distribución del producto de muy buena calidad, y a costos accesibles

El lugar contará con un ambiente cómodo, con instalaciones cómodas, con una distribución amplia: como la entrada principal, salas acogedoras, con sillas, mesas de madera con un estilo rústico.

Un establecimiento cómodo y relajante como si estuvieran en su casa con una excelente música como es el rock clásico.

El negocio contará con una publicidad, con el fin de difundir o marcar en la mente de los clientes con colores que lo identifiquen como son el logo, slogan, tarjetas de presentación, etc. Además dándose a conocer por medio de redes sociales, flyerS.

2.1.8.-Análisis FODA:

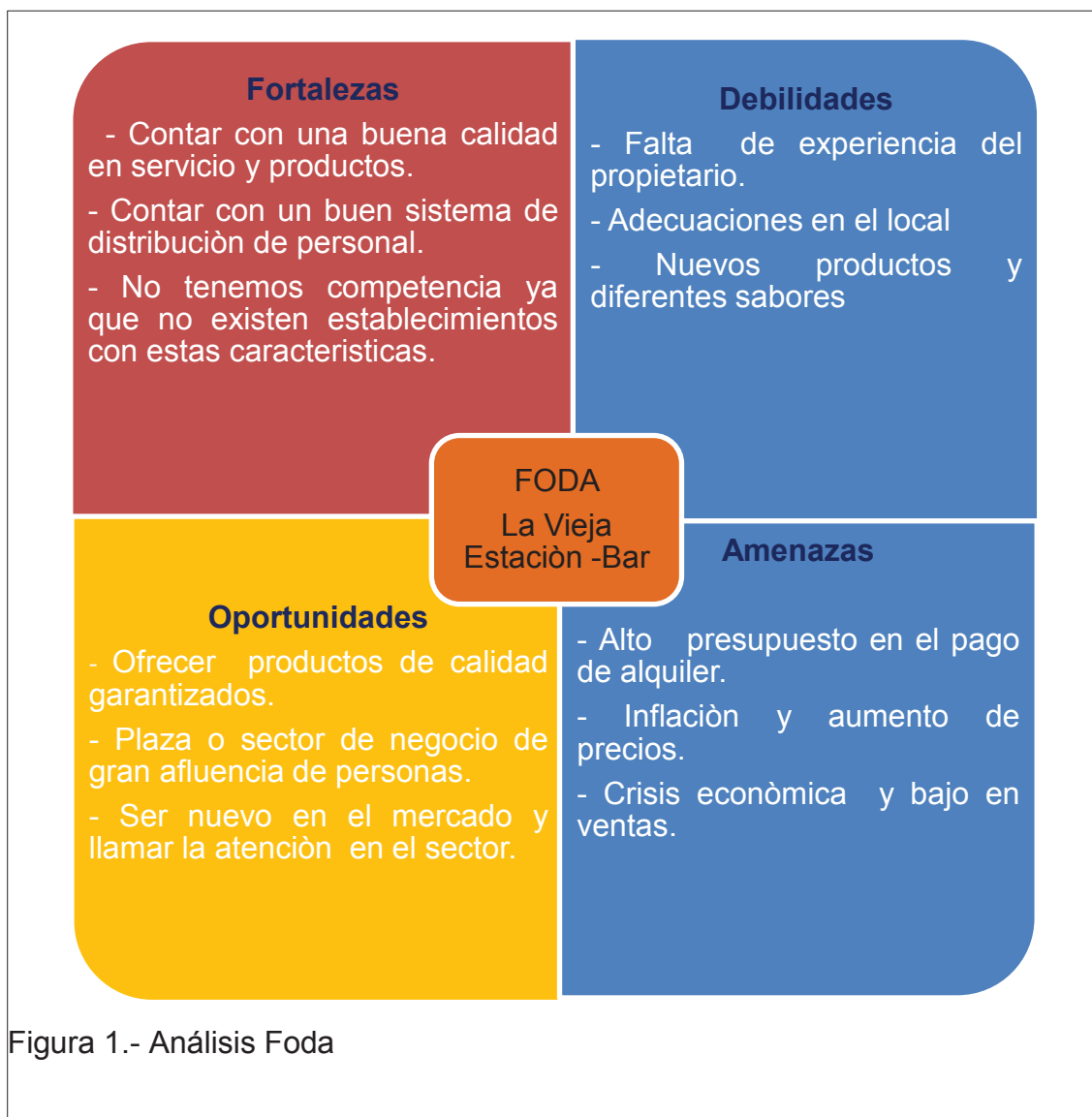


Figura 1.- Análisis Foda

2.1.9.-Políticas del Establecimiento:

Áreas de trabajo:

- Mantener un uso y mantenimiento adecuado en los equipos, y maquinarias en el Establecimiento.
- Mantener limpias las áreas y estaciones de trabajo antes y después de laborar.
- Tener un control y un orden adecuado en la entrada y salida de los productos en bodega.

Mantenimiento y Limpieza:

- Limpieza diaria del Establecimiento
- Disposición de desechos
- Eliminación de materiales no utilizados
- Siempre estar bien uniformados en su lugar de trabajo.
- Siempre tener en condiciones óptimas los recipientes con etiquetas de identificación de cada producto para ver su elaboración y caducidad del mismo.
- Almacenamiento de los productos en forma ordenada y limpia

Prohibiciones:

- Permanecer en su puesto durante el turno de trabajo, evitando conversaciones ajenas al contenido de su ocupación.
- Permitir en su área de trabajo las conversaciones en alta voz.
- Tener ciertas conductas que perjudiquen y dañen con el personal.
- En el área de trabajo no utilizar accesorios que molesten o incomoden tales como anillos, argollas, pulseras, relojes, piercing.
- En el área del puesto de trabajo no abandonar sin autorización de su supervisor durante las horas de turno de trabajo.
- En el área no utilizar celulares, iPod, auriculares, etc.

- En el área de trabajo no ingresar con bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y peor un en estado de embriaguez.

2.2.1.- Horario de Personal:

- En el Establecimiento todo el personal, está capacitado para realizar sus funciones correspondientes, por ende deben cumplir con los horarios designados a cada uno de ellos, la puntualidad debe ser primordial, ya que cada uno desempeña funciones en cada área correspondiente.

2.2.2.- Horario de Atención:

- El Horario de Atención en el Establecimiento es: Los días lunes, martes, miércoles, jueves a partir de las 14:00 a 22:00pm y los días viernes, sábado a partir de las 18:00 a 2:00 am.

2.2.3.- Oferta Gastronómica:

La oferta gastronómica suele constituir en la presentación, venta de platos y productos típicos de la tierra en cuestión, la ambientación de los locales, ofrece diferentes especialidades de una ciudad, región o un país.

El menú es la oferta básica del restaurante. Su composición debe ser variada y amplia, agrupando toda la oferta del establecimiento. (www.hoteleria.com)

Carta: La carta representa la máxima oferta de platos del establecimiento de restauración, los cuales aparecen estructurados en series y todas con un precio correspondiente

La carta debe ser clara y precisa, si esta es muy recargada dificulta su lectura, despista al cliente y retarda el tiempo de elección. (www.gastromomia/carta.com)

Diseño de la Carta:

Para diseñar una carta debe ser muy atractiva y única.

Hay que cuidar los detalles en todos los productos y servicios en cuanto a calidad y precios.

- La satisfacción del cliente
- La calidad de los productos utilizados
- La calidad del producto final propuesto
- La originalidad de los platos
- La relación entre calidad y precio

Receta Estándar:

La receta estándar es un listado de todos los ingredientes que necesitamos para elaborar algunas recetas, en el cual no sólo se deben incluir las cantidades de cada ingrediente con sus respectivas unidades y sus costos.(www.repositorio.ute.edu)

2.2.4.-Alimentos y Bebidas con su Maridaje:

Tabla 2.- Alimentos y Bebidas con su Maridaje:

Bebidas	Maridaje	Alimentos
Cerveza de Menta	fresco/amargo	Berenjenas gratinadas
		(queso, tocino, orégano, pasta de tomate)
	fresco/ácido	Rollito de salmón con salsa verde
		(salmón, perejil, eneldo, ajo)
Cerveza de Limón	Ácido/cítrico	Mini choripanes
		(pan, chorizo, mostaza)
	Ácido/ salado	Brochetas de pollo, con salchichas de hierbas
		(pollo, salchichas de hierbas, pimienta verde, rojo)
Cerveza de Cereza	Dulce /salado	Provoleta de tocino y salami
		(queso, tocino, salami)
	Dulce/salado	Bruschetta de champiñones y mozzarella
		(champiñones, mozzarella, pimientos rojo y amarillo)
Cerveza de Durazno	Dulce /ácido	Bruschetta de mozzarella con rùcula
		(mozzarella,rùcula con pasta de tomate)
	Dulce/picante	Brochetas de pollo a la pimienta
		(pollo, perejil, pimienta negra)
Cerveza de Cassis	Ácido/salado	Salchichas envueltas con tocino
		(salchichas, aceite de oliva, tocino)
	Ácido/Dulce	Brochetas de vegetales
		(pimiento morrón, suquini, cebolla perla, champiñones)
Cerveza de Fresa	Dulce /salado	Muslitos de pollo a la barbacoa
		(pollo, cebollas ,mostaza)
	Dulce/salado	Tablita de embutidos
		(Salami, aceitunas verdes, negras, fiambres)
Cerveza de Manzana	Ácido/ cítrico	Achuras a la provenzal
		(riñones, corazón, perejil, ajo, orégano, aceite de oliva)
	Ácido/salado	Jamón con espárragos
		(pan, queso crema, jamón , espárragos)

Tomado: Mallan, F. 2010. Segunda edición

2.2.5.- Ventaja Competitiva:

La ventaja competitiva es de un servicio o producto, de una ubicación o de un precio más reducido que el de los rivales. Una estrategia competitiva es una parte muy fundamental en el desempeño de los diferentes establecimientos. (www.crecenegocios.com)

En el establecimiento se ofrecerá productos de calidad, de alimentos y bebidas con su valor agregado. Así mismo ofrecer una variedad de picaditas con la combinación de las diferentes bebidas y así sugerir a los clientes unas sensaciones únicas de combinar bebidas con comida, con una ambiente acogedor y buen servicio.

Si bien es cierto existen locales que ofertan alimentos y bebidas, pero no con estas características que en el establecimiento se ofrecerá calidad, servicio, distinción, un ambiente acogedor y único, para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

CAPITULO III

3.- Estudio Técnico

3.1.1-LOCALIZACIÓN:

El establecimiento estará ubicado en el centro-norte (José Calama y Reina Victoria). Considerada una zona comercial en la ciudad de Quito, por la gran afluencia de jóvenes mayores de edad, en el cual se encuentran locales tanto de comida, diversión, etc. Por ello estamos seguros que es un sitio estratégico para el establecimiento, ya que las personas del sector nos demostraron una aceptación y acogida a la idea propuesta de las encuestas realizadas.



Figura 1.- El Bar estará localizado en la Mariscal en las calles José Calama y Reina Victoria (esquinero)

Tomado: www.ubicaquito.com

3.1.2.-Estudio Arquitectónico:

La Mariscal es un sector muy popular en la ciudad de Quito conocido también como “la zona”, un barrio ubicado al centro-norte de Quito, donde conviven el estilo bohemio, tradicional y moderno como en sus bares, discotecas, cafeterías, restaurantes, tiendas, museos, hoteles y plazas, donde podrán degustar de una variedad gastronómica.

Con música en vivo los fines de semana, es el principal punto de encuentro de diversión en la zona. Los sábados, la feria “Asara” de la Asociación de Artes Aplicadas, es donde decenas de artesanos y artistas exhiben trabajos en tagua, madera, plásticos, vidrio, etc. (www.turismoporamerica.com Permisos y

3.1.3.-Requerimientos para el Establecimiento:

A continuación los Permisos Correspondientes:

- Ruc
- Patente
- Bomberos
- Certificado de Salud

1.- RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la cédula de identidad vigente.
Original y copia del certificado de votación.
- Original y copia de una planilla de los servicios básicos (agua, luz, teléfono) que corresponda a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Estado de cuenta bancario, tarjetas de crédito o de servicio de telefonía, etc.
- Contrato de arrendamiento (vigente o no) con el comprobante de venta válido por el arrendatario correspondiente.
- Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, inscrita en el Registro de la propiedad que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

- Certificado de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio.

2.- Patente:

- Formulario único de licencia Metropolitana de funcionamiento.
- Copia de RUC
- Copia de cédula de Identidad del representante Legal.
- Copia de la papeleta de votación del representante Legal.
- Informe de compatibilidad de uso de suelo
- Para los Establecimientos se requieren control sanitario: carnet de salud del personal que manipula alimentos.
- Persona Jurídica: Copia de escritura de Constitución (primera vez).

3.- Cuerpo de Bomberos:

- Informe de Inspección
- Cédula de Identidad del representante o propietario
- Copia de Ruc
- Copia de Permiso del año anterior
- Copia de la Patente Municipal

4.- Certificado de Salud:

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
 - Planilla de Inspección
 - Copia de título profesional en caso de ser industria y pequeña industria.
 - Lista de productos a elaborar.
 - Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña Industria)
 - Planos de la planta con la distribución en las áreas correspondientes.
 - Certificado de capacitación en manipulación de alimentos en la Empresa.
 - Copia de cédula y certificado de votación del propietario.
 - Copia del Certificado de salud ocupacional emitido por los centros de Salud y Ministerios de Salud.
 - Copia de Ruc del Establecimiento
 - Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- (Emprendedores Ecuatorianos, 2010)

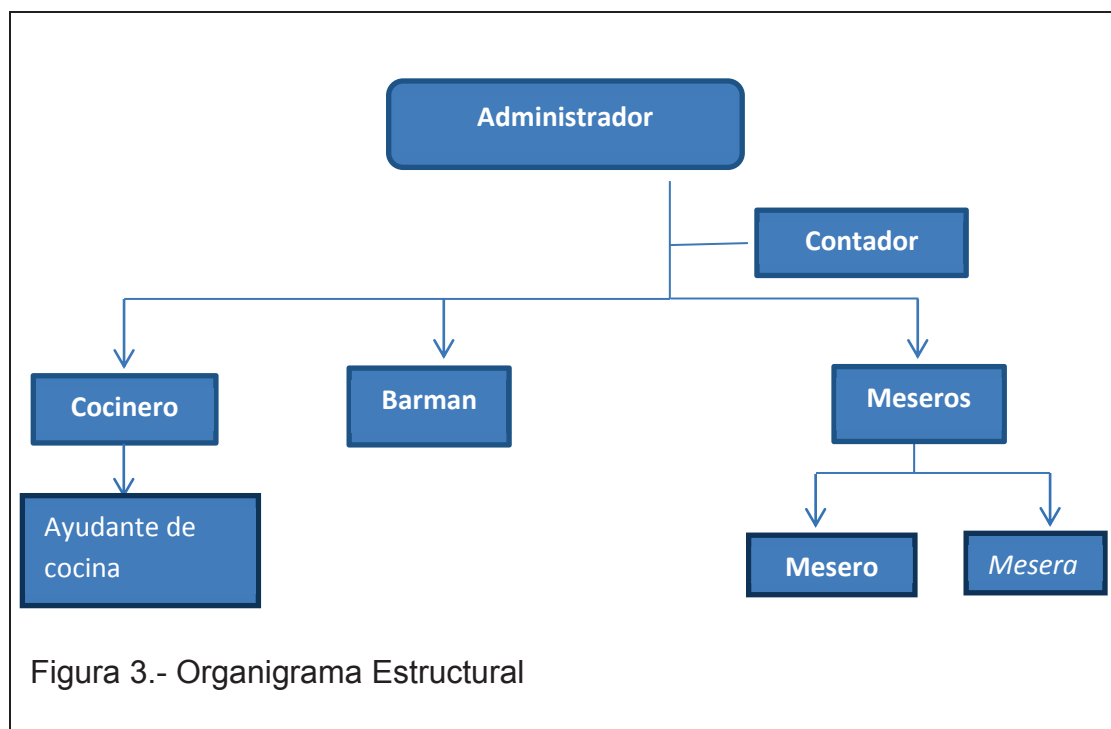
3.1.4.-Estructura Organizacional:

ORGANIGRAMAS:

Tabla 3.- Organigrama

AREA	CANTIDAD
ADMINISTRATIVO	
Administrador	1
Contador	1
PRODUCCION	
Cocinero	1
Ayudante de Cocina	1
Barman	1
SERVICIO	
Mesero /a	2
TOTAL	7

Figura 3.- Organigrama Estructural:



CAPITULO IV

4.-ASPECTO MERCADOLÓGICO

4.1.-ESTUDIO DE MERCADO

En el Estudio de Mercado realizado existe una gran afluencia de personas en el sector, especialmente los fines de semana, en sus alrededores se encuentran varios tipos de negocios de Alimentos y Bebidas como: Bares, Café –Bar, Restaurantes. Los clientes potenciales son personas mayores de edad, la gran mayoría universitarios de nivel socio-económico medio-alto.

Tabla 4.- Análisis de Competencia:

Tipo de negocio	Cantidad
Bares	7
Café- Bar	1
Restaurantes	3

4.1.2.- Objetivo del Estudio de Mercado:

El objetivo del estudio de mercado es analizar cada establecimiento del sector que ofrezca un mismo producto o servicio, observar analizar cuál o cuáles serían los establecimientos de mayor competencia en cuanto a su producto o servicio.

Se realizará estrategias de mercado con el fin de mejorar y sobre todo distinguirnos de los demás con nuestros servicios, productos, calidad, y precios.

Competencia Directa:

Tabla 5.- Competencia Directa:

TIPO DE NEGOCIO	CANTIDAD
BARES	
The Turtle`s Head	1
Cherusker	1
Tatto	1
Bungalow6	1
Finn mccoool's	1
Café- Bar	1
Boca del Lobo	1
Total:	7

Competencia Directa:

Tabla 6.- Competencia Directa:

Empresa	Tipo de la Empresa(pequeña, mediano, grande)	Target de mercado(bajo,medio,alto)
The Turtle`s Head	Grande	Medio-Alto
Cherusker	Grande	Medio- Alto
Tatto	Pequeño	Medio
Bungalow6	Mediano	Medio
Finn mccoool's	Grande	Medio- Alto
Café- Bar	Mediano	Medio
Boca del Lobo	Grande	Medio- Alto

En conclusión la competencia directa sería los negocios que venden el mismo producto, estos se encuentran en la Mariscal (José Calama y Reina Victoria) como: The Turtle`s Head, Cherusker, Tatto, Bungalow6, Finn mccoool, Café – bar, Boca del Lobo, en el cual optamos con una diferencia y variedad de producto, servicio y calidad en los productos.

Servicio de Competencia

Tabla 7.- Servicio de Competencia

Empresa	Condiciones del local	Servicio de la Competencia	
		Atención al cliente	Capacidad
The Turtle`s Head	Bueno	Bueno	80 pax
Cherusker	Bueno	Bueno	120 pax
Tatto	Malo	Regular	60 pax
Bugalow6	Bueno	Bueno	100 pax
Finn mccoool's	Bueno	Bueno	150 pax
Café- Bar	Regular	Regular	60 pax
Boca del Lobo	Bueno	Bueno	150 pax

Ambiente y Decoración de la Competencia

Tabla 8.- Ambiente y Decoración de la Competencia

Ambiente y Decoración de la Competencia					
Empresa	Tipo de Decoración	Ambiente	Condiciones en el Establecimiento		
			Superable	Equiparable	Inalcanzable
The Turtle`s Head	Mesas y sillas de madera	Acogedor, americano		X	
Cherusker	Mesas y sillas de madera y sillones de colores	Acogedor		X	
Tatto	Mesas de acero inoxidable	Sencillo	x		
Bugalow6	Mesas y sillas cómodas de colores	Acogedor, americano		X	
Finn mccoool's	Mesas y sillas de madera y sillones de colores	Acogedor, americano		X	
Café - Bar	Mesas y sillas de madera	Sencillo		X	
Boca del Lobo	Mesas y sillas cómodas de colores	Acogedor, americano			X

Tabla 9.- Competencia Directa:

Cheruser				
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Reputación general	X			
Calidad productos		X		
Disponibilidad productos		X		
Calidad servicio			x	
Finn mccoool's				
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Reputación general	X			
Calidad productos		X		
Disponibilidad productos	X			
Calidad servicio		X		

Competencia Indirecta:

Tabla 10.- Competencia Indirecta

Empresa	Tipo de la Empresa (pequeño, mediano, grande)	Target de mercado (bajo, medio, alto)
Subway	Mediano	Medio
Restaurante	Mediado	Medio
Mama Clorinda	Grande	Medio

En conclusión la competencia indirecta en el segmento de mercado son establecimientos que se encuentran en el mismo lugar pero venden otros tipos de productos, estos negocios son: comida rápida, restaurantes, mamá Clorinda, cada uno ofrece sus diferentes productos en mayor o menor escala en sus ventas.

4.1.4.- Segmento de Mercado:

El mercado va dirigido a todo público (mayor de edad), los análisis que se realizaron, no fueron únicamente las encuestas, sino también información de redes sociales, observación, experiencias de amigos/as, mediante la inconformidad que reflejan al acudir a bares que solo ofrecen los mismos productos en cuanto a cervezas industriales, artesanales, de acuerdo a las encuestas realizadas a la mayoría de las mujeres les agrado la idea de probar productos nuevos.

4.1.5.-ANÁLISIS DEMOGRÁFICO:

- a) **Género:** Todo público
- b) **Grupo étnico:** Toda etnia.
- c) **Ocupación:** Toda ocupación.
- d) **Nivel de ingreso:** Medio- alto
- e) **Edad:** Mayores de edad
- f) **Estado civil:** Solteros, casados, divorciados, etc.
- g) **Región geográfica:** Quito-Ecuador
- h) **Nacionalidad:** Nacionales y extranjeros.

4.1.6.-TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Cuantitativa: Mediante el análisis de la parte social en cuanto a vivencias personales por comentarios de amigos y datos obtenidos de medios de comunicación.

- Encuestas formuladas y estructuradas.

Tabulación de datos

Tabla 11.- Personas Encuestadas

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	23	46%
Femenino	27	54%
Total Encuestados	50	100%

Tabla 12.- Edades Encuestadas (Hombres – Mujeres)

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
23 a 29 años	20	40%
30 a 44 años	19	38%
45 a 49 años	8	16%
Más de 50 años	3	6%
Total Encuestados	50	100%

Tabla 13.- Gusto del Producto

Producto	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	48	96%
NO	2	4%
Encuestados	50	100

4.1.6.- Análisis de resultados:

Mediante el análisis de las encuestas que se realizaron, de un total de 50 personas, dividida en un 46% de hombres y un 54% de mujeres, de edades entre los 23 y 50 años, los cuales han decidido que un 96% se encuentran interesados y les llama la atención las cervezas de sabores, mientras que un 4% no les llama la atención, esto nos da como resultado, que el producto sería aceptado por los futuros clientes.

CAPITULO V

5.1.- Desarrollo del Plan de Marketing

MARKETING MIX:

Es el estudio de los aspectos internos de la empresa, diseñado para analizar 4 aspectos importantes en el posicionamiento a futuro. Mediante los variables de la mercadotecnia, los cuales son producto, precio, plaza y promoción.

a) Producto:

- La mayoría de los productos a ofertar serán elaborados con materia prima de calidad.
- Mucha dedicación en la presentación de los productos.
- Ofrecer trato amable e integral que demuestren importancia al cliente.

b) Precio:

- Precio accesible, adecuado a la calidad y servicio del establecimiento.
- Los precios de ciertos productos variaran de acuerdo a la temporada o escases de productos.
- Se evitará el incremento de precio por fechas especiales como, día del trabajo, 14 de febrero, día de la madre, día del padre, navidad, etc.

c) Plaza o distribución:

- Ubicación, un gran movimiento de personas especialmente por las noches.
- La zona a la cual se está dirigiendo la empresa "la Mariscal", se ha tomado en cuenta por la afluencia de personas que por ahí existe en el sector, de igual forma la economía y varios de los establecimientos que se encuentran alrededor, marcan la zona como un sitio estratégico para

promocionar la empresa, como un sitio de prestigio mantiene un estándar en los visitantes a nacionales y extranjeros.

- Decoración moderna y cómoda, para mantener la estancia y con un ambiente cómodo y acogedor de los clientes.

d) Promoción

- Las promociones se dan en días y fechas especiales.
- Será de mucha importancia estar atentos con las promociones de los otros establecimientos, y saber cuáles son las estrategias o métodos que estos tienen y que debemos tomar en cuenta dependiendo de la acogida de las personas
- Atender las diferentes necesidades de los clientes satisfechos.

5.1.2.- Estrategias para ingresar al mercado:

La estrategia de marketing debe ser importante en el establecimiento para que se dé a conocer y salga al mercado llamando la atención del consumidor, que quede plasmado en la mente de los clientes.

- **Flyers:** Hojas volates que se repetirán en zonas o lugares con mayor afluencia de personas como: Universidades, Centros comerciales, Estaciones de buses (trole, ecovia, metro) para promocionar y formar expectativa del establecimiento previa a su apertura.
- **Redes sociales:** Crear una página web, con el fin de difundir la información, micro web, (Facebook, Blogs), y así darnos a conocer en el mercado.
- **Degustaciones:** El día de la inauguración se colocaran estaciones en la entrada principal, los clientes potenciales degusten como cortesía de los diferentes productos cervezas de sabores y algunas picaditas que se ofrecerán en el establecimiento, se elaboraran promociones por la apertura.

- **Servicio:** El servicio estarán 2 modelos una mujer y un hombre, los cuales estarán vestidos formales, y con los colores que represente al logo del establecimiento
- **Ambientación y Audio:** Se contará con una amplia gama de luces, música en vivo rock clásico en el establecimiento.

5.1.3.-Valor agregado:

El valor agregado de *La Vieja Estación –Bar*, es ofrecer al público una combinación entre alimentos y bebidas como son las cervezas de sabores y las picaditas argentinas, las bebidas serán aromatizadas con las diferentes esencias para dar un plus diferente y único, además ofrece un excelente servicio dependiendo de la ocasión u evento social.

5.1.4-Slogan:

Elegir tiene un Sabor Distinto

Es la frase identificativa en un contexto comercial

Expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario resumido y representado en un dicho.

Es el complemento de un producto, para formar confianza.

5.1.6.- Logotipo:

El logotipo de nuestro establecimiento posee unos colores llamativos y que distinguen por sus letras, colores, gráfico, que los identifican.



Figura 7.- Logotipo del Establecimiento

a).- Descripción:

Nombre: Rojo.-Significa: Fortaleza, seguridad, determinación, fuerza, valor.

Amarillo: Firmeza, innovación, precaución, alentador.

Imagen de fondo: Café: Estabilidad, generosidad, seguridad, prosperidad, acogedor.

Negro: Orden, misterioso, sofisticado, serio.

Blanco: Pureza, optimismo, frescura, limpieza, simplicidad.

5.2.7- Protección Legal de la Marca

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)

- El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, es decir, las creaciones.
- Formulario IEPI
- Cédula de ciudadanía para personas jurídicas nacionales.
- Seis (6) etiquetas, si la marca tuviera un diseño o logo.

Volante:



Figura 8.- Volante del Establecimiento

Tarjeta de presentación



Figura 9. Tarjeta de presentación

CAPITULO VI

6.1.- EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1.1.- Tabla de Amortización:

Crédito Bancario:

COOPERATIVA HUAICANA

FECHA: 2014 /11/14:

HORA: 09-20-45

AGENCIA CUMBAYA

(04) FECHA OPER. : 2014/11/14

Tabla de Capital Fijo

PROGRAMA:

ROSA2OPAG. 1

Cliente: MICHO GUTIERREZ EVELYN PRISCILA

PERIODO:

MENSUAL

INTERESES: 15,50 %

Identif : 001735674589 Cta. Ahorros 106021

Forma de Pago:

Efectivo

GARANTE: 001721845603 MICHO GUTIERREZ MARIA ISABEL

MONTO DEL PRESTAMO: 15.000, 00 4,52 Deshaz días 7 (1ra. cuota)

Plazo: (aa-ddd): 01 – 090

#PRESTAMO: RCRS100000000401002897

Cap.					
No Div.	F.Venc.	Amortizado	Int/Com/seg.	Saldo	Dividendo
001	21/11/2014	500.00	83,04	14500	583,04
002	21/12/2014	500.00	83,04	14000	583,04
003	21/01/2015	500.00	83,04	13500	583,04
004	21/02/2015	500.00	83,04	13000	583,04
005	21/03/2015	500.00	83,04	12500	583,04
006	21/04/2015	500.00	83,04	12000	583,04
007	21/05/2015	500.00	83,04	11500	583,04
008	21/06/2015	500.00	83,04	11000	583,04
009	21/07/2015	500.00	83,04	10500	583,04

010	21/08/2015	500.00	83,04	10000	583,04
011	21/09/2015	500.00	83,04	9500	583,04
012	21/10/2015	500.00	83,04	9000	583,04
013	21/11/2015	500.00	83,04	8500	583,04
014	21/12/2015	500.00	83,04	8000	583,04
015	21/01/2016	500.00	83,04	7500	583,04
016	21/02/2016	500.00	83,04	7000	583,04
017	21/03/2016	500.00	83,04	6500	583,04
018	21/04/2016	500.00	83,04	6000	583,04
019	21/05/2016	500.00	83,04	5500	583,04
020	21/06/2016	500.00	83,04	5000	583,04
021	21/07/2016	500.00	83,04	4500	583,04
022	21/08/2016	500.00	83,04	4000	583,04
023	21/09/2016	500.00	83,04	3500	583,04
024	21/10/2016	500.00	83,04	3000	583,04
025	21/11/2016	500.00	83,04	2500	583,04
026	21/12/2016	500.00	83,04	2000	583,04
027	21/01/2017	500.00	83,04	1500	583,04

028 21/02/2017 500.00 82,04 500 582,92

Cliente.....

Autorizado por

VALOR DE LA CUOTA

GASTOS DE COBRANZAS

(En Dólares)

DIAS DE MORA

(Días Calendario)

	01-08	09-16	16-30	31,60	Más de 60	
De 1.00 a 5.00	0,00		0,75	0,86	0,98	15%
De 5.00 a 20.00	0,00		1,50	1,88	2,25	15 %
De 20.01 a 40.00	0,00		2,63	3,00	3,38	15 %
De 40.01 a 60.00	0,00		3,38	4,13	4, 50	15%
De 60,01 a 100,00	0,00		5,25	7,50	8,25	15%
De más de 100,01	0,00		7,50	9,75	10,50	15%

6.1.2.-Rol de Pagos:

Tabla 14.- Rol de Pagos:

		INGRESOS		
CARGO	S.B.U	9,45%	TOTAL EGRESO	TOTAL RECIBIR
ADMINISTRADOR	650	61,43	61,43	588,57
CONTADOR	330	31,19	31,19	298,81
COCINERO	450	42,52	42,52	407,48
AYUDENTE DE COCINA	360	34,02	34,02	325,98
BARMAN	450	42,52	42,52	407,48
MESERO	360	34,02	34,02	325,98
MESERA	360	34,02	34,02	325,98
TOTAL	2960		279,72	2680,28

6.1.3.- Rol de Provisiones:

Tabla 15.- Rol de Provisiones

01/01/2014 Hasta 31/01/2014

Cargo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal
Administrador	54,14	54,14	53,5
Contador	27,5	27,5	27,16
Cocinero	37,5	37,5	37,04
Ayudante de Cocina	30	30	29,63
Barman	40	40	39,51
Mesero	30	30	29,63
Mesera	30	30	29,63
TOTAL	249,14	249,14	246,1

6.1.4. Activos fijos

Tabla 16.- Activos Fijos

Detalle	MAQUINARIA Y EQUIPO			
	Cotizaciones		V.UNIT	V.TOTAL
	Proveedor	Cantidad		
Mesones acero inoxidable	Tecni equipos	2	\$ 330,00	\$ 660,00
Parrilla (42x21)	Termalimex	1	\$ 209,96	\$ 209,96
Cocina (4 quemadores)	Tecni equipos	1	\$ 790,00	\$ 790,00
Horno electrico de (4bandejas)	Agroindustrias	1	\$ 1.165,53	\$ 1.165,53
Exhibidor vertical(2 puertas)	Agroindustrias	1	\$ 2.114,01	\$ 2.114,01
Congelador vertical	Termalimex	1	\$ 2.839,32	\$ 2.839,39
Licuadaora	Agroindustrias	1	\$ 284,96	\$ 284,96
TOTAL				\$ 8.063,85

Tabla 17.- de presupuesto de equipo de Computación:

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Detalle	Cotizaciones		V.UNIT	V.TOTAL
	Proveedor	Cantidad		
Computadora	OLX	1	\$ 400,00	\$ 400,00
impresora	compuzone	1	\$ 250,00	\$ 250,00
mouse	super paco	1	\$ 25,00	\$ 25,00
mesa de apoyo	compuzone	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total				\$ 775,00

Tabla 18.- Presupuesto de Oficina:

	Equipos de Oficina			
	Cotizaciones			
Detalle	Proveedor	Cantidad	V.UNIT	V.TOTAL
Caja registradora	OLX	1	\$ 500,00	\$ 500,00
mostrador cajero	tecní equipos	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Plasma	La ganga	2	\$ 1.204,53	\$ 2.409,53
Telefono inalámbrico	OLX	1	\$ 40,00	\$ 40,00
TOTAL				\$ 4.149,53

Tabla 19.-Presupuesto de Muebles y Enceres:

	Muebles y Enceres			
	Cotizaciones			
Detalle	Proveedor	Cantidad	V.UNIT	V.TOTAL
Barriles	barriles ecuador	7	\$ 80,00	\$ 560,00
Mesas(barriles)	carpintería s.a.	80	\$ 40,00	\$ 3.200,00
Sillas(taburetes)	carpintería s.a.	90	\$ 20,00	\$ 1.800,00
TOTAL				\$ 5.560,00

Activos de Operación:

Tabla 20- Activos de Operación:

	Utensillos de Cocina			
	COTIZACIONES			
DETALLE	Proveedor	Cantidad	V.UNT	V.TOTAL
Bowls	Termalimex	8	\$ 8,15	\$ 65,20
Balanza	Termalimex	2	\$ 12,53	\$ 24,70
Bandejas	Montero	4	\$ 4,59	\$ 18,36
Cuchillo cebollero	Termalimex	2	\$ 7,70	\$ 15,40
Cuchillo de pan	Termalimex	2	\$ 21,59	\$ 43,18
Cubertera de divisiones	Termalimex	1	\$ 7,53	\$ 15,06
Dosificador de condime	Termalimex	1	\$ 3,35	\$ 3,35
Dosificador de licores	Montero	2	\$ 10,62	\$ 31,86
Espátulas	Montero	2	\$ 6,50	\$ 13,00
Guantes de alta tempr	Termalimex	1	\$ 7,50	\$ 7,50
Pelador	Termalimex	2	\$ 7,70	\$ 15,40
Pinzas	Montero	2	\$ 2,72	\$ 10,88
Palos para brochetas	Montero	100	\$ 0,03	\$ 2,95
Tablas de Cortar	Termalimex	4	\$ 15,64	\$ 62,56
Tèrmometro digital	Termalimex	1	\$ 28,43	\$ 28,43
TOTAL				\$ 357,83

Tabla 21.- de presupuesto de Vajilla:

VAJILLA				
Cotizaciones				
DETALLE	Proveedor	Cantidad	V.UNIT	V.TOTAL
Cuchillo de mesa	Termalimex	50	\$ 2,04	\$ 102,00
Cuchraras pequeñas	Termalimex	50	\$ 1,39	\$ 69,50
Salseros	Termalimex	50	\$ 1,25	\$ 62,50
Tenedor	Termalimex	50	\$ 1,64	\$ 82,00
TOTAL				\$ 316,00

Tabla 22.- de Cristalería

CRISTALERIA				
Cotizaciones				
DETALLE	Proveedor	Cantidad	V.UNIT	V.TOTAL
Vasos pilsner	Termalimex	50	\$ 1,90	\$ 95,00
Jarras de vidrio	Montero	50	\$ 1,60	\$ 80,00
TOTAL				\$ 175,00

6.1.7. Gastos de Publicidad:

Tabla 23.- Gastos de Publicidad

Cotización				
Detalle	Proveedor	Cantidad	V.UNIT	V.TOTAL
Flyers	Gigantografías	1000	\$ 0,12	\$ 120,00
Redes sociales	=	=	=	=
Tarjetas de presentación	Gigantografías	1000	\$ 0,15	\$ 150,00
Facturas	Gigantografías	1000	\$ 0,10	\$ 100,00
(ambinetación)luces	event'sgroup	6	\$ 20,00	\$ 120,00
(Audio)grupo musical	clasiccmusic	6	\$ 40,00	\$ 160,00
TOTAL				\$ 650,00

Tabla 24.-Activos Fijos:

DETALLE	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$ 8.063,85
Equipo de Computación	\$ 775,00
Equipos de Oficina	\$ 4.149,53
Muebles y enceres	\$ 5.560,83
Menaje y Utensillos	\$ 375,83
Vajilla	\$ 316,00
Cristalería	\$ 175,00
TOTAL	\$ 19.416,04

6.1.8.-Gastos de Constitución:

Tabla 25.- Gastos de Constitución:

DETALLE	VALOR
Patente Municipal	\$ 10,00
IEPI	\$ 120,00
Permiso medio ambiente	\$ 40,00
Permiso de bomberos	\$ 1,00
Permiso de Salud	\$ 10,00
TOTAL	\$ 181,00

6.1.9. Costos de A&B

Tabla 26.- Costos de Alimentos y Bebidas

Costo de Alimentos y Bebidas de la Vieja Estación -Bar						
Picaditas	COSTO MP	PV	MARG CONT	MC%	UTILIDAD %	RECARGO TOTAL
Achuras	1,60	4,8	3,20	150%	50%	200%
Berenjenas gratinadas	0,90	2,7	1,8	150%	50%	200%
Brocheta de pollo, con salchichas de hierbas	1,25	3,75	2,5	150%	50%	200%
Brocheta de vegetales	0,90	2,7	1,8	150%	50%	200%
Brocheta de pollo a la pimienta	1,30	3,9	2,6	150%	50%	200%
Bruschetta de champiñones y mozzarella	1,20	3,6	2,4	150%	50%	200%
Bruschetta de mozzarella y rúcula	1,00	3	2,0	150%	50%	200%
Jamón con espárragos	1,00	3	2,0	150%	50%	200%
Mini choripanes	0,90	2,7	1,8	150%	50%	200%
Muslitos de pollo a la barabacoa	1,20	3,6	2,4	150%	50%	200%
Tablitas de embutidos	1,10	3,3	2,2	150%	50%	200%
Rollito envuelto de salmón con salsa verde	1,50	4,5	3,0	150%	50%	200%
Provoleta de tocino y salami	1,50	4,5	3,0	150%	50%	200%
Salchichas envueltas con tocino	1,25	3,75	2,5	150%	50%	200%
TOTAL	16,60	49,8	33,2	80%	50%	200%
Cervezas de Sabores	PC	PV	MARGEN CONT	CM%	BC%	
Cerveza de Menta	0,23	5,5	5,27	100%	500%	
Cerveza de Cereza	0,23	5,5	5,27	100%	200%	
Cerveza de Durazno	0,23	5,5	5,27	100%	200%	
Cerveza de Manzana	0,23	5,5	5,27	100%	200%	
Cerveza de Cassis	0,25	5,5	5,25	100%	200%	
Cerveza de Fresa	0,23	5,5	5,27	100%	200%	
Cerveza de Limón	0,23	5,5	5,27	100%	200%	
TOTAL	1,63	38,5	36,87			
Gaseosas	PC	PV	MARGEN CONT	CM%	BC%	
Coca cola botella 1/2 lt	0,45	2,5	0	82%	18%	
Coca light 1/2 lt	0,5	2,75	2,25	82%	18%	
Coca Zero 1/2 lt	0,5	2,7	2,2	81%	19%	
Fanta	0,45	2,5	2,05	82%	18%	
Sprite	0,45	2,5	2,05	82%	18%	
Fiora	0,45	2,5	2,05	82%	18%	
agua con gas 400ml	0,4	1,2	0,8	67%	33%	
agua sin gas	0,3	1	0,7	70%	30%	
TOTAL	3,5	17,65	14,15			
Cervezas Embotelladas	PC	PV	MARGEN CONT	CM%	BC%	
Club verde	1	3,5	2,5	98%	29%	
club roja	1,5	3,8	2,3	98%	39%	
Corona	2	5	3	97%	40%	
TOTAL	4,5	12,3	7,8			
TOTAL	9,63	68,45		BC%	14%	
COSTO DE AYB:	26,23		314,76	costo real de A&B		

6.2.1.- CHEQUE PROMEDIO:

El cheque promedio es igual al número de ventas totales vendidas al día, semana, mes, dividido con el número de clientes.

Es decir mayor ventas, mayor ganancias y a mejor servicio mayor propina para los meseros.

Tabla 27.- Cheque Promedio
Mes de Diciembre

Ingreso por cheque promedio		
	Diciembre	
pax dia menú	20	
pax semana	120	
pax al mes	480	
Cheque	9,86	
subtotal	4732,8	
pax dia carta	50	
cheque promociòn	8,75	
pax mes	1350	
subtotal	11812,5	
TOTAL MES	16545,3	

Tabla 28.- Cheque Promedio
Mes de Enero

Ingreso por cheque promedio		
	Enero	
pax dia menú	20	
pax semana	120	
pax al mes	480	
Cheque	9,86	
subtotal	4732,8	
pax dia carta	30	
cheque promociòn	8,75	
pax mes	810	
subtotal	7087,5	
total	11820,3	

Tabla 29.- Cheque Promedio

Mes de Febrero

Ingreso por cheque promedio	
Febrero	
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	480
Cheque	9,86
subtotal	4732,8
pax dia carta	35
cheque promociòn	8,75
pax mes	840
subtotal	7350
total	12082,8

Tabla 30.- Cheque Promedio

Mes de Marzo

Ingreso por cheque promedio	
Marzo	
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	480
Cheque	9,86
subtotal	4732,8
pax dia carta	37
cheque promociòn	8,75
pax mes	999
subtotal	8741,25
total	13474,05

Tabla 31.- Cheque Promedio

Mes de Abril

Ingreso por cheque promedio	
	Abril
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	500
Cheque	9,86
subtotal	4930
pax dia carta	37
cheque promociòn	8,75
pax mes	999
subtotal	8741,25
total	13671,25

Tabla 32.- Cheque Promedio

Mes de Mayo

Ingreso por cheque promedio	
	Mayo
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	500
Cheque	9,86
subtotal	4930
pax dia carta	38
cheque promociòn	8,75
pax mes	1026
subtotal	8977,5
total	13907,5

Tabla 33.- Cheque promedio

Mes de Junio

Ingreso por cheque promedio	
	Junio
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	500
Cheque	9,86
subtotal	4930
pax dia carta	38
cheque promociòn	8,75
pax mes	1026
subtotal	8977,5
total	13907,5

Tabla 34.- Cheque Promedio

Mes de Julio

Ingreso por cheque promedio	
	Julio
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	540
Cheque	9,86
subtotal	5324,4
pax dia carta	39
cheque promociòn	8,75
pax mes	1053
subtotal	9213,75
total	14538,15

Tabla 35.- Cheque Promedio

Mes de Agosto

Ingreso por cheque promedio	
Agosto	
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	520
Cheque	9,86
subtotal	5127,2
pax dia carta	39
cheque promociòn	8,75
pax mes	1053
subtotal	9213,75
total	14340,95

Tabla 36.- Cheque Promedio

Mes de Septiembre

Ingreso por cheque promedio	
Septiembre	
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	520
Cheque	9,86
subtotal	5127,2
pax dia carta	40
cheque promociòn	8,75
pax mes	1080
subtotal	9450
total	14577,2

Tabla 37.- Cheque Promedio

Mes de Octubre

Ingreso por cheque promedio	
	Octubre
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	520
Cheque	9,86
subtotal	5127,2
pax dia carta	40
cheque promociòn	8,75
pax mes	1080
subtotal	9450
total	14577

Tabla 38.- Cheque Promedio

Mes de Noviembre

Ingreso por cheque promedio	
	Noviembre
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	480
Cheque	9,86
subtotal	4732,8
pax dia carta	40
cheque promociòn	8,75
pax mes	1080
subtotal	9450
total	14182,8

Tabla 39.- Cheque Promedio

Mes de Diciembre

Ingreso por cheque promedio	
	Diciembre
pax dia menù	20
pax semana	120
pax al mes	480
Cheque	9,86
subtotal	4732,8
pax dia carta	49
cheque promociòn	8,75
pax mes	1323
subtotal	11576,25
total	16309,05

6.2.2.- Flujo o Proyección:

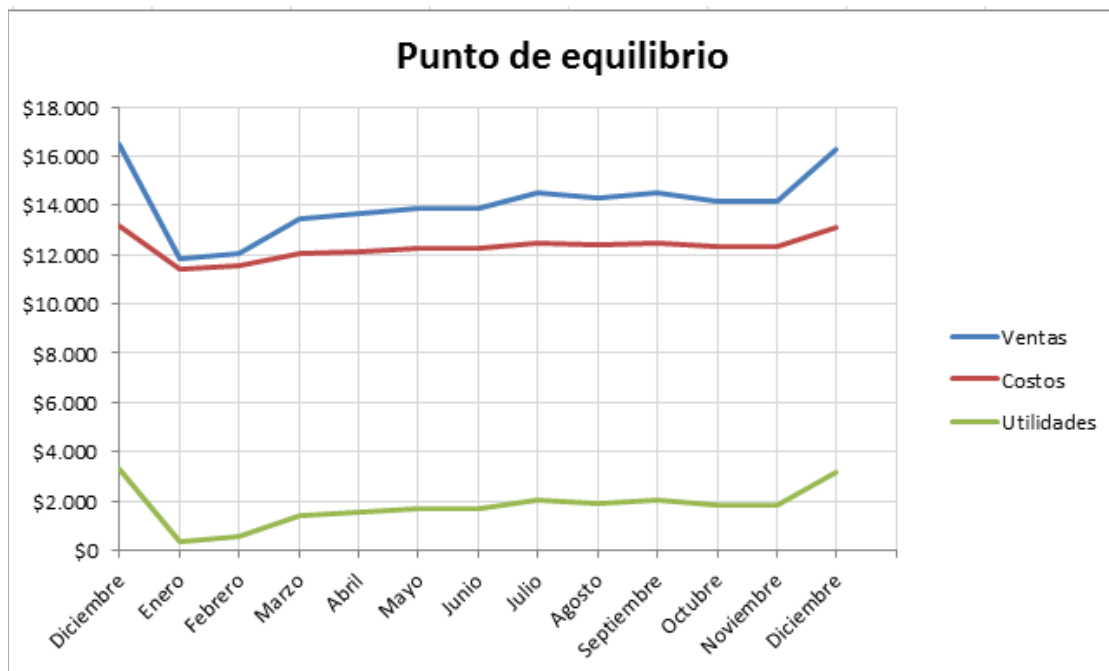
El resultado final de todos los procesos realizados de todos los ingresos de A&B, ingresos brutos y netos, costos de venta, de A& B, costos totales, gastos totales. Con el fin de llevar un adecuado control en cuanto a los gastos, costos, e ingresos de nuestro establecimiento.

Tabla 40.- Flujo o Proyección:

AÑO 2014-2015		DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ingresos		16545,3	11820,3	12082,8	13474,05	13671,25	13907,5	13907,5	14538,15	14340,95	14577,2	14182,8	14182,8	16309,05
Ingreso food	50%	8272,65	5910,15	6041,4	6737,025	6835,625	6953,75	6953,75	7269,075	7170,475	7288,6	7091,4	7091,4	8154,525
Ingreso bebidas	50%	8272,65	5910,15	6041,4	6737,025	6835,625	6953,75	6953,75	7269,075	7170,475	7288,6	7091,4	7091,4	8154,525
Ingresos brutos		16545,3	11820,3	12082,8	13474,05	13671,25	13907,5	13907,5	14538,15	14340,95	14577,2	14182,8	14182,8	16309,05
Costo de ventas														
gasto a&b cortesias		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Ingresos netos		16515,3	11790,3	12052,8	13444,05	13641,25	13877,5	13877,5	14508,15	14310,95	14547,2	14152,8	14152,8	16279,05
Costo de ventas														
Costo food	34%	2812,70	2009,45	2054,08	2290,59	2324,11	2364,28	2364,28	2471,49	2437,96	2478,12	2411,08	2411,08	2772,54
Costo bebidas	22%	1819,98	1300,23	1329,11	1482,15	1503,84	1529,83	1529,83	1599,20	1577,50	1603,49	1560,11	1560,11	1794,00
comida personal		252	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252
Costo total ventas		4884,68	3561,68	3635,18	4024,73	4079,95	4146,10	4146,10	4322,68	4267,47	4333,62	4223,18	4223,18	4818,53
Gastos														
Salarios		2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28	2680,28
Beneficios IESS Y decimos		867,01	867,01	867,01	867,01	867,01	867,01	867,01	867,01	867,01	867,01	867,01	867,01	867,01
telefono e internet		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
arriendo		2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
gas		50	50	50	50	50	70	70	70	70	70	70	70	70
SRI		1399,27	991,03	1013,71	1133,92	1150,96	1171,37	1171,37	1225,86	1208,82	1229,23	1195,15	1195,15	1378,86
Publicidad flyers		150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
amortización préstamo		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Gasto total		8296,56	7888,32	7911,00	8031,21	8048,25	8088,66	8088,66	8143,15	8126,11	8146,52	8112,44	8112,44	8296,15
Total Gastos		13181,25	11450,01	11546,19	12055,94	12128,20	12234,76	12234,76	12465,83	12393,57	12480,14	12335,63	12335,63	13114,69
Resultado		3334,05	340,29	506,61	1388,11	1513,05	1642,74	1642,74	2042,32	1917,38	2067,06	1817,17	1817,17	3164,36

6.2.3.- Punto de Equilibrio :

Tabla 41 .- Punto de Equilibrio



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

CONCLUSIONES:

En conclusión el negocio de alimentos y bebidas, de acuerdo a las encuestas realizadas obtuvimos como resultado una aceptación favorable en cuanto al producto y la combinación seleccionada.

En el establecimiento de alimentos y bebidas se ofrecerá productos de calidad un excelente servicio y un precio accesible.

En conclusión de acuerdo a las encuestas realizadas en su gran mayoría las mujeres, les agrado la idea del negocio por la aromatización, combinación entre los diferentes productos.

Es un establecimiento que aparte de disfrutar de las cervezas de sabores con una combinación de picaditas argentinas, disfrutarán de un ambiente muy cómodo y acogedor, con música de los 80 y 90.

En conclusión la meta es que ha mediado y a largo plazo, ser uno de los mejores establecimientos de alimentos y bebidas, que con sus productos y servicio marquen la diferencia.

En conclusión el sector o plaza dónde estará ubicado el establecimiento existe una gran afluencia de personas, lo cual nos permite ofrecer nuestros productos.

RECOMENDACIONES:

Se recomienda estar pendientes de la competencia directa de lo que oferta, en cuanto a sus productos, servicio, y así darnos cuenta y tener buenas estrategias para el mejoramiento del establecimiento.

Contar con un personal capacitado que se desempeñe en sus diferentes funciones de trabajo.

Se recomienda tener proveedores y distribuidores que cuenten con productos de buena calidad, con precios accesibles, y así tener un equilibrio en cuanto a gastos del establecimiento.

Se recomienda considerar todos los comentarios de los clientes, ya sean buenos o malos, con el fin de mejorar la calidad de productos y servicio en el establecimiento

REFERENCIAS

Bach, J(2009)*Servicio de Cafetería y Bar*, Madrid España, editorial Madrid
11°ed. España pp. (17-18)

Ben, M (2010) *las Mejores Cervezas del Mundo*- España Blume pg(248)

Bennet, J .2006 *Cervezas del Mundo Barcelona – España*, editorial parragón
(pp. 10-11)

Bennett, J. 2006 *Cervezas del Mundo Barcelona- España*, editorial parragón
(pg. 7)

Registro de Requisito de Marca

Emprendedores E. (2010. *Pasos básicos para legalizar tu negocio*
Quito).Recuperado el 15 de Octubre del 2012:

Gallegos, J (2000) *Manual práctico de Cafetería y Bar* Barcelona –España
Paraninfo pg.(307)

Tomado de homewares (2000) homewares

Homewaresonline[htt://Homewaresonline.net/haushaltswaren/home-decor-accntes-c763http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html](http://Homewaresonline.net/haushaltswaren/home-decor-accntes-c763http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html)

Tomado de Chef City (2001) *Chef City Cloting*

Recuperado el 15 de Octubre del 2012:

http://www.acechi.cl/uploads/2012/12/guia_de_maridajes_espana.pdf

<http://www.crecenegocios.com/ventajas-competitivas>

[http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatoriano-baja-consumo-licor-
cerveza.htm](http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuatoriano-baja-consumo-licor-cerveza.htm).ElComercio.com

Registro de Requisito de Marca

[http://www.expertiselaw.net/old/preguntas-frecuentes/marcas/77-cual-es-el-
procedimiento-para-el-registro-de-una-marca.html](http://www.expertiselaw.net/old/preguntas-frecuentes/marcas/77-cual-es-el-procedimiento-para-el-registro-de-una-marca.html).

Recuperado el 18 de Septiembre

http://www.mychefcity.com/index2.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=68&lang=en

http://www.mychefcity.com/index2.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=68&lang=en

<http://www.taringa.net/comunidades/ecuatorianos/6891401/Las-cervezas-mas-populares-Incluida-Pilsener-de-Ecuador.html>

<http://www.turismoporamerica.com/paseo/59668/quito.html>

<http://www.ubicaquito.com/osm/direccion/24650038/24360386>

Mallman F, (2010) Siete Fuegos Mi cocina Argentina editorial vreditoras pp (7, 8,9)

(Vives R, Herrero G, (2006) *Procesos de Servicio en Bar- Cafetería* Madrid España editorial Síntesis pp.(141, 146,153).

(Zapata, G. 2013, Centro de investigación y análisis de microbiología)

ANEXOS

Anexo N°1.- Encuesta:

• Sexo: M _____ F _____ • Edad _____

Le gusta a Ud. degustar “Cerveza de sabores” acompañado de unas picaditas argentinas?

Sí _____ No _____

Le gustaría ir a un Bar con ambientación rústica y con música de los 80 y 90?

Sí _____ No _____

Con qué frecuencia al mes visita Ud. Un Bar?

3 vez _____ 2 – 3 veces _____
3 – 4 veces _____ 5 – 7 veces _____

Con cuántas personas asiste usted frecuentemente a un Bar de música?

0 (solo) _____ 1 – 2 _____
3 – 4 _____ 5 – 7 _____

Cuando visita un Bar, le gustaría degustar de diferentes sabores de cervezas cual prefiere?

• Fresa _____ • Menta _____ • Cereza _____ Limón _____ Manzana _____
Cassis _____ Durazno _____

Como le gustaría la presentación de una cerveza? • Botella _____ • Vaso _____ Jarra _____

Cuánto estaría dispuesto a pagar, en promedio, por una cerveza de sabores refrescante?

• \$ 3,50 _____ • \$5,00 _____ • Más de \$ 5,00 _____

Cuando usted visita un Bar de música de los 80 y 90, qué tan importante son los siguientes atributos?

A. muy importante B. Importante C. Poco importante D. Nada importante•

Calidad del producto _____ • Variedad del producto _____ • Limpieza del local _____ • Precio _____ • Rapidez del servicio _____ • Que sea una cadena internacional _____ • Ubicación del local _____ • Presentación del producto _____ • Que ofrezca combos _____ • Promociones _____ • Que el local tenga parqueo _____

De dónde nace la idea de la combinación de la cerveza con las diferentes esencias

En Quito del mes de Julio del 2013 se realizaron pruebas en un laboratorio para analizar y determinar, si la cerveza se podía aromatizar o combinar con las diferentes esencias comestibles, junto a un grupo de investigadoras Biotecnologas como la analista encargada del laboratorio la señorita Gabriela Zapata junto a Thaly Benavides, Johana Coronel, Paola Grijalva, Andrea Echeverría, cada una apporto con ideas diferentes en la investigación realizada ya que como idea era las cervezas l`mbicas las cuales son saborizadas con diferentes jarabes, y quisieron probar con las esencias comestibles, por lo cual se realizaron pruebas y determinaron que si era posible la combinación, ya que son sustancias hidrosolubles que se pueden disolver en agua, la combinación, se efectuó colocando un cierta cantidad de esencia en la cerveza, sin manipular mucho a estos productos ya que no se quería tener como resultado una agua de esencia si no una combinación entre cerveza y esencia, al consumirla se obtuvo una sensación única y diferente y mucho más al final una mezcla entre cerveza y la esencia que le dio un toque agradable.

Como se realizó el análisis:

Como base la cerveza más ligera, suave, en este caso la pilsener ya que cumple con los estándares para realizar el análisis, se añadió esencias de las diferentes frutas, sabores, con un volumen de 250 ml de cerveza y 3 ml de esencia, con una jeringa se colocó la esencia en el vaso de la cerveza, con el fin de no manipular mucho al producto, la mezcla entre los dos producto que se realizó dio como resultado un producto agradable y diferente al consumir una cerveza. (Zapata, G.(2013), Centro de investigación y análisis de microbiología)

Uniformes:

CHEF:

- Chaqueta de color blanco tipo francés.
- Delantal de pechera de color negro.
- Malla
- Toca
- Pantalón clásico de color plomo
- Zapatos antideslizantes de color negro.



Figura 4.- Uniforme del Chef

Tomado: Chef City (2001)

BARMAN:

- Camisa de color blanco
- Chaleco negro
- Pantalón negro
- Zapatos negros



MESERO/A


- Camisa blanca
- Pantalón negro
- Corbatín negro
- Zapatos negros



Recetas Estándar (Bebidas):




FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Bruschetta de mozzarella y rúcula			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		100GR(1 porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
20	Gr	queso mozzarella	1,2	\$ 0,20	rallado
20	GR	rúcula	0,6	\$ 0,20	
40	GR	tostadas	0,8	\$ 0,30	
20	Gr	pasta de tomate	1,1	\$ 0,20	
			VALOR TOTAL	\$ 1,00	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO			
		1.- Untar en las tostadas un poco de la pasta de tomate			
		2.- Añadir el queso mozzarella			
		3.- Llevar al horno a gratinar las tostadas			
		4.- Colocar por último la rúcula troceada			
		5.- Servir			
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Salchichas envueltas con tocino			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		150GR(1 porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
80	GR	salchichas	2,2	\$ 0,60	
10	GR	aceite de oliva	1,2	\$ 0,05	
60	GR	tocino	1,1	\$ 0,60	
			VALOR TOTAL :	\$ 1,25	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO:			
		1.- Envolvemos las salchichas con el tocino			
		2.- Asamos con aceite de oliva en la parrilla			
		3.- Servimos			
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Rollitos de salmón con salsa verde			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		155(1 porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
100	GR	Salmón	6	\$ 1,10	
20	GR	perejil	0,3	\$ 0,05	chifonade
20	GR	eneldo	0,2	\$ 0,05	chifonade
10	GR	aceite de oliva	1,2	\$ 0,05	
5	Gr	ajo	0,5	\$ 0,20	
FOTOGRAFÍA			VALOR TOTAL: 1,50		
Procedimiento:					
1.- Precaliente el horno a 200 ºc					
2.- pincele los ajos con el aceite de oliva					
3.- Cortar el filete					
4.- Hacer un aderezo con el ajo , aceite de oliva, perejil, eneldo					
5.- Enrollar el rollito de salmón con aceite de oliva y asarlos sobre la parrilla					
6.- Asar durante 10-12 minutos hasta que esten dorados					
7.- Servir con la salsa de hierbas					
Enviado Por:					
Entregado Por:			Recibido Por:		
Autorizado Por:			Supervisado Por:		



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Brochetas de Pollo con salchichas de hierbas			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		180GR (1porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
80	GR	Pollo	1,2	\$ 0,35	cubos
60	GR	salchichas	2,2	\$ 0,60	de hierbas
20	GR	pimiento verde	0,3	\$ 0,15	
20	GR	pimiento rojo	0,3	\$ 0,15	
			VALOR TOTAL	1,25	
FOTOGRAFÍA			PROCEDIMIENTO		
1.- Lavar el pollo, cortarlo en cubos					
2.- cortar los pimientos verdes y rojos					
2.- Colocar aleatoriamente en la brocheta el pollo, salchichas y pimientos					
3.- Asar durante unos minutos en la parrilla hasta que este dorado y luego servir.					
Enviado Por:					
Entregado Por:			Recibido Por:		
Autorizado Por:			Supervisado Por:		



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Muslitos de pollo a la barabacoa				
GÉNERO	A&B				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	205GR(1porción)				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
100	GR	Pollo	1,2	\$ 0,45	muslos
80	GR	cebollas	0,6	\$ 0,30	aros
10	GR	salsa de tomate	1,05	\$ 0,15	
10	GR	mostaza	0,4	\$ 0,10	
5	GR	azúcar	0,4	\$ 0,10	
FOTOGRAFÍA	VALOR TOTAL: 1, 10				
	PROCEDIMIENTO:				
	1.- Lavar y realizar unos breves cortes en los muslos y colocarlos en un bowl				
	2.- Para el adobo mezclar todos los ingredientes				
	3.- vierta sobre el pollo y revuelva los muslitos para que bien cubiertos				
	4.- Blanquear las cebollas 5 minutos, escurrilas y ensártelas en las brochetas				
	5.- Sacar el pollo del adobo (reserve el adobo del pollo)				
	6.- Pincela las cebollas con el adobo reservado				
	7.- Asar los muslitos y las cebollas sobre la parrilla durante 15- 20 minutos				
	8.- pincelar con el adobo reservado				
	9.- Servir los muslitos con las brochetas de cebollas.				
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



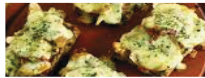
FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Berenjenas gratinadas				
GÉNERO	A&B				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	320GR(1porción)				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
100	GR	berenjena	0,6	\$ 0,30	rodajas
80	GR	queso	1,2	\$ 0,20	rallado
60	GR	tocino	1,05	\$ 0,20	brunoise
20	Gr	pasta de tomate	1,1	\$ 0,20	
FOTOGRAFÍA	VALOR TOTAL :0,90				
	PROCEDIMIENTO				
	1.- Cortamos la berenjena en rodajas				
	2.- Untamos con la pasta de tomate en las berenjenas				
	3.- colocamos el queso y el tocino				
	4.- Las gratinamos y servimos				
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Bruschetta de Champiñones y Mozzarella			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		210GR(1porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
100	GR	champiñones	1,2	\$ 0,20	
80	GR	mozzarella	1,1	\$ 0,80	cubos
20	GR	pimiento rojo	0,3	\$ 0,20	
10	GR	pimiento amarillo	0,3	\$ 0,20	
10	GR	aceite de oliva	1,1	\$ 0,05	
FOTOGRAFÍA			VALOR TOTAL 0, 75		
PROCEDIMIENTO					
1.- Cortar los champiñones en la mitad					
2.- Cortar el queso mozzarella en cubos					
3.- Cortar los pimientos en cuadros					
4.- Colocar aleatoriamente todos los ingredientes					
5.- Asar durante unos minutos					
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Tabla de embutidos			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		220GR(1porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
80	GR	Fiambres	2,4	\$ 0,40	
40	GR	aceitunas verdes	1,1	\$ 0,20	
40	GR	aceitunas negras	1,1	\$ 0,20	
60	GR	salami	2,2	\$ 0,30	
			VALOR TOTAL	\$ 1,10	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO			
1.- Colocar aleatoriamente los ingredientes					
2.- Colocar las aceitunas aleatoriamente , junto con los embutidos					
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			






FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Jamón con espárragos			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		221 GR(1 porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
80	GR	jamón	1,3	\$ 0,20	
80	GR	espárragos	1	\$ 0,20	
1	UNID	pan	0,3	\$ 0,15	
60	GR	queso crema	1,2	\$ 0,20	
			VALOR TOTAL	\$ 0,75	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO			
		1.- Cortar el pan			
		2.- Untar el queso crema encima del pan			
		3.- Blanquearlos espárragos			
		4.- Envolver el jamón con los espárragos			
		5.- Servir junto con el pan y los espárragos envueltos.			
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			




FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	minichoripan				
GÉNERO	A&B				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	101GR(1porción)				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
40	GR	chorizo de cerdo	1,5	\$ 0,20	
1	unid	pan	0,4	\$ 0,20	
20	GR	salsa amarilla	0,6	\$ 0,40	
2	Gr	limón	0,2	\$ 0,10	
			VALOR TOTAL	\$ 0,90	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	1.- Preparación de la salsa amarilla : mayonesa, mostaza dilon, gotas de limón .				
	2.- Elaboración del Choripan : Colocar el chorizo en la parrilla caliente También puede cortarlos longitudinalmente o dejarlos enteros.				
	3.- Colocar el pan para que se caliente				
	4.- Colocar el chimicurri de base luego el chorizo y servir .				
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Provoleta de tocino y salami				
GÉNERO	A&B				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	150GR(1 porción)				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
40	GR	queso	0,6	\$ 0,40	
40	GR	tocino	0,6	\$ 0,40	brunoise
30	GR	salami	1,2	\$ 0,30	láminas
80	Gr	tostadas	0,8	\$ 0,40	
			VALOR TOTAL	\$ 1,50	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	1.- Colocar en las tostadas el queso				
	2.- Añadir el salami				
	3.- Colocamos el tocino				
	4.- Llevamos las tostadas a gratinarlas				
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Brocheta de vegetales			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		210GR(1porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
80	GR	pimiento morrón	0,4	\$ 0,20	cubos
60	GR	suquini	0,6	\$ 0,20	cubos
40	GR	cebolla perla	0,6	\$ 0,20	cubos
30	GR	champiñones	1,1	\$ 0,30	
			VALOR TOTAL	\$ 0,90	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO			
		1.- Pimiento morrón: Colocar al pimiento en el fuego hasta que este completamente negro (quemado). Luego lo colocamos en una bolsa, pelamos, lavamos. Untamos aceite de oliva.			
		2.- Colocamos en forma alternada cada ingrediente en la brocheta: suquini, cebolla perla, pimiento.			
		3.- Asar la brocheta y servir.			
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Anchuras a la Provenzal			
GÉNERO		A&B			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		200GR(1porción)			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN					
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERIA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
80	GR	riñones	2	\$ 0,40	
80	GR	corazón	2,5	\$ 0,40	
20	GR	chorizo	1,2	\$ 0,20	
40	GR	salsa provenzal	1,2	\$ 0,60	
			VALOR TOTAL	\$ 1,60	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO			
		1.- Cortar las achuras: riñones, corazón lavar con sal marina y limón.			
		2.- Salsa Provenzal: Cortar el perejil el chifonade, ajo en brunoise, añadir aceite de oliva colocar aceite girasol, orégano, hoja de laurel, ají en brunoise, sal y pimienta.			
		3.- Colocar las achuras en forma alterna y asar.			
		4.- Servir con la salsa provenzal.			
Enviado Por:					
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			

Proformas:



INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO
RUC: 1792144566001
SUCURSAL: ESTADIO

Fecha: 10 de noviembre de 2014 4:42 p.m

Documento N°: 006999000000418

Cliente: MICHO GUTIERREZ EVELYN

Teléfono: 2893162

R.U.C/I.L.: 1720942075

Dirección: QUITO

: TORRES DEIFILIA

COTIZACIÓN

COD. PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS0701040004140	ALEGA NSF TABLA PARA PICAR MEDIA DENSIDAD COLOR AZUL 4	1	15.64	0.00	0.00	15.64
GAS0404020003562	IMUSA BANDEJA PLASTICA RECTANGULAR L46.2CM A 34.2CM A	1	4.59	0.00	0.00	4.59
GAS0307250005352	TRAMO PINZA MULTIUSO	1	2.77	0.00	0.00	2.77
GAS1101010002579	CORON ACTUA BANDEJA RECTANGULAR 35.5x13.5CM ACT BL	1	6.66	0.00	0.00	6.66
GAS1101020002580	CORON ACTUA CHIP-DIP -PAPAS FRITAS Y SALSA- 500CC ACT- E	1	5.27	0.00	0.00	5.27
GAS0403020002126	CATER CUCHILLO DE ENTRADA CLASSIC X 12un.	1	12.37	0.00	0.00	12.37
GAS0403020002127	CATER CUCHILLO DE MESA CLASSIC X 12un.	1	18.23	0.00	0.00	18.23
GAS0403050004182	CATER TENEDOR DE ENTRADA CLASSIC X 12un.	1	9.73	0.00	0.00	9.73
GAS0403050004183	CATER TENEDOR DE MESA CLASSIC X 12un.	1	10.59	0.00	0.00	10.59
GAS0403010002085	CATER CUCHARA DE CAFE CLASSIC X 12un.	1	8.17	0.00	0.00	8.17
GAS0304020001604	SUNNE CUBIERTERA HOTELERA CON DIVISIONES	1	12.12	0.00	0.00	12.12
GAS0902030007035	MONTE ME.SI FREIDORA ELECTRICA USO COMERCIAL CAPACIDA	1	570.54	0.00	0.00	570.54
GAS0902090007651	WARIN HORNO DE CONVECCIÓN USO COMERCIAL CAPACIDAD 4:	1	1,066.96	0.00	0.00	1,066.96
GAS0302010005880	CAMRY BALANZA ELECTRONICA DE COCINA	1	15.63	0.00	0.00	15.63
GAS0801060002953	OSTER LICUADORA DOMESTICA MOTOR 0.5 HP- VASO VIDRIO I	1	95.76	0.00	0.00	95.76
GAS0602020002817	CRIST JARRA AV LISA POPULAR 1870CC.	1	1.60	0.00	0.00	1.60

**INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.**

ALMACENES MONTERO

RUC: 1792144566001

SUCURSAL: ESTADIO

Fecha: 10 de noviembre de 2014 4:46 p.m

Documento N°: 006999000000419

Cliente: MICO GUTIERREZ EVELYN

Teléfono: 2893162

R.U.C./C.I.: 1720942075

Dirección: QUITO

: TORRES DEIFILIA

COTIZACIÓN

COD. PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS0602030004744	CRIST CERVECERO AV LISO HAMBURGO 17 3-4OZ.	1	1.53	0.00	0.00	1.53
GAS0602030004568	CRIST JARRO CERVECERO VALERO 16-25 OZ	1	0.64	0.00	0.00	0.64
GAS0602030004574	CRIST VASO AV LISO LEXINGTON WHI 11OZ.	1	0.63	0.00	0.00	0.63
GAS0402020001618	SUNNE CAJA DISPENSADORA X 6	1	31.89	0.00	0.00	31.89
GAS0404120002596	ORTUN CEVICHERO MEDIANO ACERO INOXIDABLE	1	1.27	0.00	0.00	1.27
GAS0307060001614	UM.EC BOWL CON BASE SILICONA ACERO INOXIDABLE 20.12CM	1	9.45	0.00	0.00	9.45
GAS0307240005390	TRAMO UTILI PELADOR DE PAPAS Y VERDURAS APTO PARA DERI	1	2.07	0.00	0.00	2.07
GAS0703010005319	TRAMO MASTE CUCHILLO PARA CARNE PROFESIONAL NSF 10IN.	1	15.15	0.00	0.00	15.15
GAS0703010002155	TRAMO MASTE CUCHILLO CHEF CEBOLLERO PROFESIONAL NSF (1	11.91	0.00	0.00	11.91
GAS0307130002466	TRAMO MASTE ESPATULA PARA FRITURAS	1	7.24	0.00	0.00	7.24
GAS1101050003429	CORON ACTUA PLATO PANDO 27 CM CUAD. ACT. BL.	1	4.73	0.00	0.00	4.73
GAS1101050003428	CORON ACTUA PLATO PANDO 29.5 CM CUAD. ACT. BL.	1	3.81	0.00	0.00	3.81
GAS1101030003317	CORON ACTUA SALERO ELEGANCE ACT BL	1	2.02	0.00	0.00	2.02
GAS1101030003314	CORON ACTUA PIMENTERO ACTUALITE REDONDO	1	1.98	0.00	0.00	1.98
GAS1101030003761	CORON ACTUA SALSERA MULTIUSO ESTRIADA 8OCC ACT. BL.	1	1.31	0.00	0.00	1.31
GAS1101030003758	CORON ACTUA SALSERA LISA 8OCC. ACT.	1	1.31	0.00	0.00	1.31

Termalimex

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Molde budin TRAMONTINA 20062/020, con recubrimiento antia adherente, diametro 24 cm.	12.69	0.00	12.69
2	1	Molde budin TRAMONTINA 20062/024, con recubrimiento antia adherente, diametro 24 cm.	13.40	0.00	13.40
3	1	Molde para pan TRAMONTINA 20069/030, con recubrimiento antia adherente, largo 30 cm.	7.51	0.00	7.51
4	1	Molde tartaleta JSP M145-9.5 NG de 20 cms. de diametro fabricado de acero con recubrimiento antia adherente	35.92	0.00	35.92
5	1	Molde pasteleria UPDATE U-MPA-24, fabricado en aluminio, capacidad 24 servicios.	28.76	0.00	28.76
6	1	Molde en forma de conazon ATECO 4900 fabricado en acero inoxidable de 3" de alto.	7.37	0.00	7.37
7	1	Molde tipo "vaso" ATECO 4942 fabricado de acero inoxidable de 2" de alto.	4.99	0.00	4.99
8	1	MANGA PASTELERA ATECO 3314, 14 PULG, HECHA DE POLIURETANO	6.77	0.00	6.77
9	1	Brocha SILIKOMART ACC023/BL con cerdas de silicona, color azul, resistente a temperaturas de hasta 230°C. Unidad de 21 cms	5.48	0.00	5.48
10	1	Batidor francés UPDATE U-FW-20 fabricado de acero inoxidable de 51 cm de longitud.	5.66	0.00	5.66
11	1	Batidor francés UPDATE U-FW-22 fabricado de acero inoxidable de 56 cm de longitud.	6.04	0.00	6.04
12	1	Espátula VOLLRATH S2010, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 260°C, mango de polipropileno. Longitud 25.54 cm	11.84	0.00	11.84
13	1	Espátula VOLLRATH S2026, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 260°C, mango de polipropileno. Longitud 41.91 cm.	20.37	0.00	20.37
14	1	Espátula pastelera TRAMONTINA 24681/180 de 10"(25.7) mango plástico (ESPATULA CURVA)	6.06	0.00	6.06
15	1	Espátula TRAMONTINA 24671/180 10" (25.7 cms) mango plástico (ESPATULA PLANA)	5.26	0.00	5.26
16	1	Espátula reposteria 12" TRAMONTINA 24671/182	6.22	0.00	6.22
17	1	Respador de masa HALCO 1815S fabricado en acero inoxidable de 11.4x12.7 cm	4.34	0.00	4.34
18	1	Respador de masa HALCO 182PH hoja fabricada en acero inoxidable con mango plástico de 10.2x15.2 cm	3.08	0.00	3.08
19	1	Rodillo ATECO 19175 de plástico de 51 cm de longitud.	37.70	0.00	37.70
20	1	Stand para tortas HALCO 0136U fabricada en acero inoxidable de 30.5 cm. de diametro y 18.1 cm de alto.	22.26	0.00	22.26
21	1	Base giratoria para decoración de pasteleria ATECO 610-A, fabricada de plástico de alto impacto de 12" de diametro. Incluye cubierta no - resbaladiza	31.05	0.00	31.05
22	1	Base giratoria para decoración de pasteleria ATECO 613 fabricada de aluminio de 12" de diametro. Incluye cubierta no-resbaladiza.	93.85	0.00	93.85

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
23	1	Plato para taza BORMIOLI 4.05843 de 11.0 cms. de diámetro, color blanco.	0.94	0.00	0.94
24	1	Plato para taza BORMIOLI 4.05838, color blanco de 15.0 cm de diámetro.	1.39	0.00	1.39
25	1	Plato tendido BORMIOLI 4.05809 de 26 cms. de diámetro, color blanco.	3.03	0.00	3.03
26	1	Plato tendido BORMIOLI 4.05810 de 23.5 cms. de diámetro, color blanco.	2.58	0.00	2.58
27	1	Plato postre ARCOPAL C9866 fabricado en vidrio templado. Diámetro :19 cms. Color blanco.	7.45	0.00	7.45
28	1	Plato Postre ARCOPAL H3658	6.27	0.00	6.27
29	1	Plato para taza ARCOPAL (R) 22670, fabricado en vidrio templado. Diámetro: 11.2 cms. Color blanco.	1.65	0.00	1.65
30	1	Plato tendido ARCOPAL (R) C9872 fabricado en vidrio templado Diámetro: 26 cms. Color blanco.	7.57	0.00	7.57
31	1	Plato cuadrado con taza BORMIOLI 4.98950, taza capacidad 71/2oz o 22 cl, plato medida 140 x 140mm, color blanco	3.50	0.00	3.50
32	1	Taza y plato triangular BORMIOLI 4.99110, taza capacidad 22cl 71/2oz, plato de 150 mm, color blanco	3.73	0.00	3.73
33	1	Jarro toledo BORMIOLI 4.00408 de 32 cl de capacidad, color blanco.	2.61	0.00	2.61
34	1	Taza café ARCOPAL 14611, fabricada de vidrio templado. Capacidad: 8-1/4 onz.Color blanco.	2.16	0.00	2.16
35	1	TAZA CAFE DELICE 22 CL C/PLATO 14X19CM	6.24	0.00	6.24
36	1	Jarro fabricado de melamina institucional QET ENTERPRISES S-12-DW de 8,4cms. de diametro y 8,25cm de profundidad color blanco, capacidad 12 onz con loco en blanco y negro	4.44	0.00	4.44
37	1	Vaso CARLISLE 5105-2 fabricado de policarbonato transparente de 8 onzas de capacidad.	1.86	0.00	1.86
38	1	Vaso CARLISLE 5109-2 fabricado de policarbonato transparente de 9-1/2 onzas de capacidad.	2.14	0.00	2.14
39	1	Vaso CARLISLE 5112-2 fabricado de policarbonato de 12.5 oz. de capacidad.	2.33	0.00	2.33
40	1	Vaso CARLISLE 5116-2 fabricado de policarbonato transparente de 16 oz. de capacidad.	2.71	0.00	2.71
41	1	Copa para cocktail BORMIOLI 1.66131, de 17 Cl. -6 onz de capacidad	4.09	0.00	4.09
42	1	Copa helado BORMIOLI 1.34010 125mm 15" 10oz (30cl)	3.84	0.00	3.84
43	1	Copa de helado BORMIOLI ROCCO 2.2320, de 8 3/4 onzas de capacidad.	2.18	0.00	2.18
44	1	Copa helado BORMIOLI 1.91410 7 1/8" 11 onz (32cl)	5.24	0.00	5.24
45	1	Cuchara té UPDATE U-RE-101 fabricada en acero inoxidable.	1.39	0.00	1.39



Lista de Precios

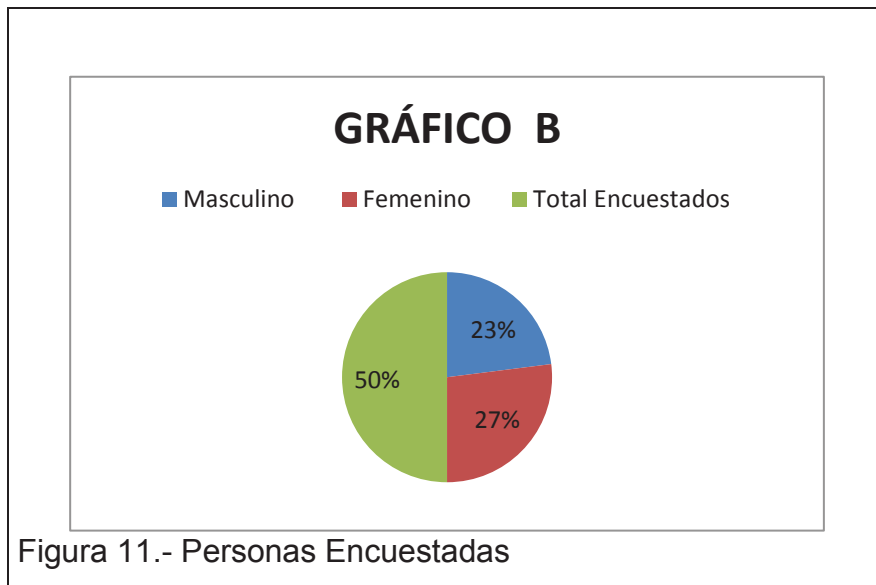
LISTA DE COMPRAS			
PRODUCTO	PROVEEDOR	CANTIDAD	PRECIO
FRUTAS			
Banana	Megamaxi	KG.	0,98
Coco seco	Megamaxi	Und	1,48
Frutilla	Megamaxi	KG.	4,15
Granadilla	Megamaxi	k	4,00
Kiwi	Megamaxi	KG.	2,95
Limón Meyer	Megamaxi	KG.	1,94
Manzana Verde	Megamaxi	KG.	3,64
Mora	Megamaxi	KG.	5,48
Naranja Americana	Megamaxi	KG.	3,43
Naranja Nacional	M. Iñaquito	KG.	1,08
Piña	Megamaxi	1und	0,62
Pitahaya	Megamaxi	KG.	5,01
Taxo	Megamaxi	KG.	1,41
Uva Roja importada	Megamaxi	KG.	4,86
Uva Verde importada	Megamaxi	KG.	5,30
VERDURAS			
Aguacate	Santa clara	KG.	1,72
Camote	Megamaxi	KG.	1,07
Cebolla Paiteña	Megamaxi	KG.	2,20
Chochos	Megamaxi	KG.	3,71
Hinojo	Iñaquito	kg.	7,40
Hoja de Achira	Megamaxi	Atado	0,52
Lechuga Crespa	Megamaxi	KG.	5,05
Menta	Megamaxi	KG.	15,11
Orégano	Megamaxi	KG.	15,11
Perejil	Megamaxi	Atado	0,61
Tomate Cherry	Megamaxi	KG.	5,15
Tomate Riñon	Megamaxi	KG.	1,20
CONGELADOS			
Helado de Marmoleado Mora	Megamaxi	LT.	2,29
Helado de Ron Pasas	Megamaxi	LT.	2,29
Helado de Vainilla	Megamaxi	LT.	2,29
Papas Fritas	Megamaxi	LT.	3,96
Salmón Ahumado	Megamaxi	KG.	45,40
jamon serrano	Megamaxi	KG.	64,80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 10.- Menú La Vieja Estación-Bar

PICADAS ARGENTINAS		PVP
ACHURAS	_____	\$ 4,80
BERENJENAS GRATINADAS	_____	\$ 2,70
BROCHETA DE POLLO, CON SALCHICHAS DE HERBAS	_____	\$ 3,75
BROCHETA DE VEGETALES	_____	\$ 2,70
BROCHETA DE POLLO A LA PIMENTA	_____	\$ 3,90
BRUSCHETTA DE CHAMPIÑONES Y MOZZARELLA	_____	\$ 3,60
BRUSCHETTA DE MOZZARELLA Y RÚCULA	_____	\$ 3,00
JAMON CON ESPÁRRAGOS	_____	\$ 3,00
MINI CHORIPANES	_____	\$ 2,70
MUSLITOS DE POLLO A LA BARBACOA	_____	\$ 3,60
TARJITAS DE EMBUITIDOS	_____	\$ 3,30
ROLLITO ENVUELTO DE SALMÓN CON SALSA VERDE	_____	\$ 4,50
PROVOLETA DE TOCINO Y SALAMI	_____	\$ 4,50
SALCHICHAS ENVUELTAS CON TOCINO	_____	\$ 3,75
CERVEZAS DE SABORES		PVP
CERVEZA DE MENTA	_____	\$ 3,00
CERVEZA DE CEREZA	_____	\$ 3,00
CERVEZA DE MANZANA	_____	\$ 3,00
CERVEZA DE CASSIS	_____	\$ 3,00
CERVEZA DE FRESA	_____	\$ 3,00
CERVEZA DE LIMON	_____	\$ 3,00
GASEOSAS EMBOTELLADAS		PVP
COCA COLA BOTELLA ½ LT	_____	\$ 2,50
COCA LIGHT ½ LT	_____	\$ 2,75
COCA ZERO ½ LT	_____	\$ 2,70
FANTA	_____	\$ 2,50
SPRITE	_____	\$ 2,50
FIONA	_____	\$ 2,50
AGUA CON GAS 600ML	_____	\$ 1,20
CERVEZAS EMBOTELLADAS		PVP
CLUB VERDE	_____	\$ 1,00
CLUB ROJA	_____	\$ 1,50
CORONA	_____	\$ 4,50

GRÀFICO 1.-TABULACIÓN DE DATOS



GRÀFICO 2.- Edades Encuestados (Hombres – Mujeres)

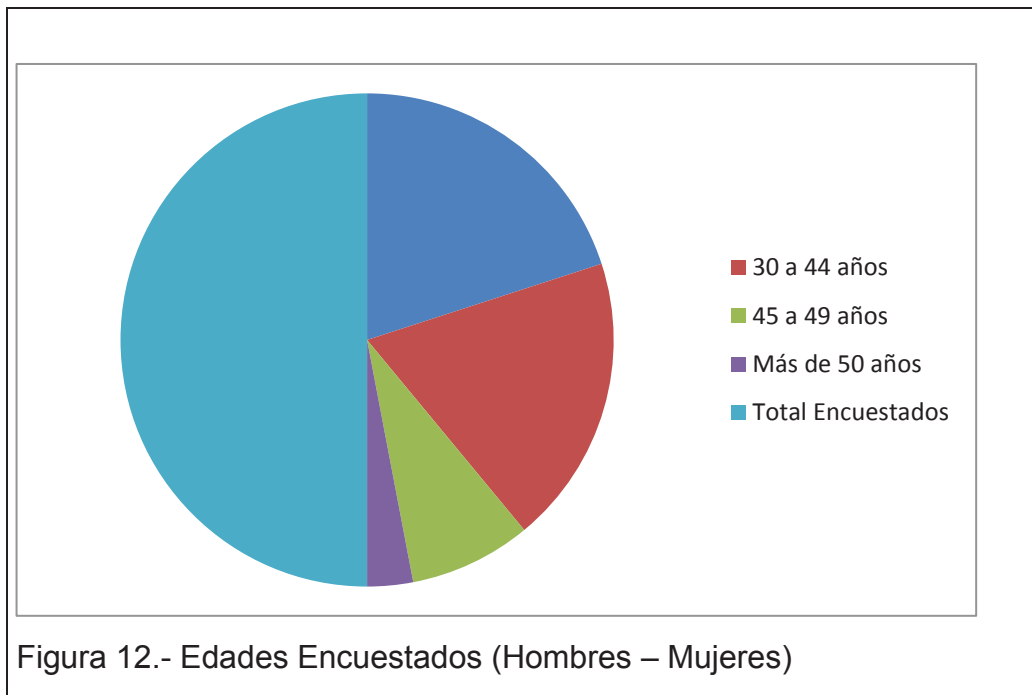


GRÁFICO 3 : Gusto del producto

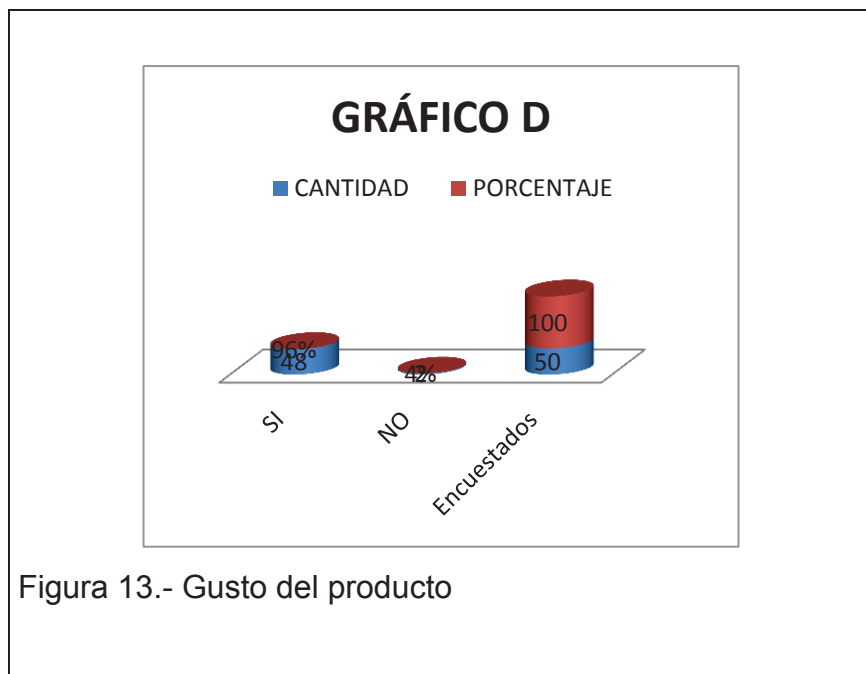


Tabla 42.- ANÁLISIS DE RESULTADOS

Atributo	A	B	C	D	Total	% A	% B	% C	% D
Calidad del producto	42	8			50	84%	16%	0%	0%
Variedad del producto	30	15	5		50	60%	30%	10%	0%
Limpieza del local	42	8			50	84%	16%	0%	0%
Precio	19	27	3	1	50	38%	54%	6%	2%
Rapidez del servicio	40	10			50	80%	20%	0%	0%
Ubicación del local	9	23	17	1	50	18%	46%	34%	2%
Promociones	19	19	12		50	38%	38%	24%	0%

Figura Diseño del Establecimiento:

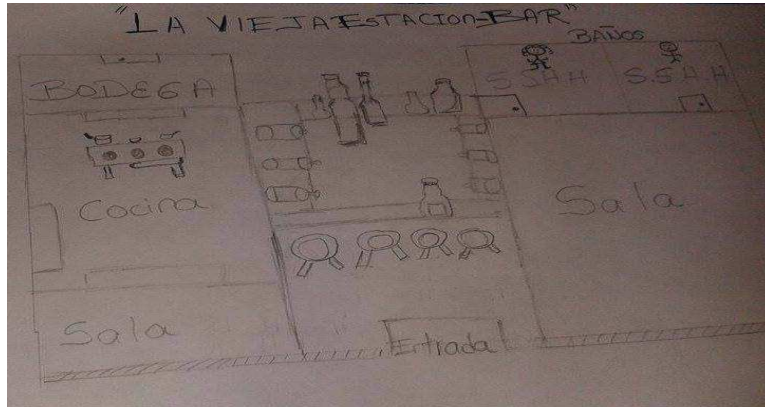


Figura .- Diseño del Establecimiento

Tabla 43.- Horario de Trabajo

HORARIO DE TRABAJO							
Cargo/Días	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMIN GO
Administrador	14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm		14:00/22:00 pm	18:00/2:00a m	18:00/2:00 am	
Contador	14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm		18:00/2:00a m	18:00/2:00 am	
Cocinero		14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm	18:00/2:00a m	18:00/2:00 am	
Barman		14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm	18:00/12:00 am	18:00/2:00 am	
Mesero	14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm		14:00/22:00 pm	18:00/12:00 am	18:00/2:00 am	
Mesero/a	14:00/22:00 pm		14:00/22:00 pm	14:00/22:00 pm	18:00/2:00a m	18:00/2:00 am	

Tabla 44: **Horario de Atención**

Horario de Atención	
Días	Hora
Lunes	14:00/22:00pm
Martes	14:00/22:00pm
Miércoles	14:00/22:00pm
Jueves	14:00/22:00pm
Viernes	18:00/2:00am
Sábado	18:00/2:00am
Domingo	