



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

### **CARRERA DE GASTRONOMÍA**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ÁREA DE BEBIDAS EN EL RESTO-BAR GUAGUA CUCHARA, EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, 2018”**

#### **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TIPO: EMPRENDIMIENTOS**

Previo a la obtención del título de:

#### **LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA**

**AUTOR: RICHARD ALEXANDER SÁNCHEZ TIPÁN**

**DIRECTORA: ING. SILVIA GABRIELA TAPIA SEGURA**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2019**



**©2019, Richard Alexander Sánchez Tipán**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor

Yo Richard Alexander Sánchez Tipán, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que proviene de otras fuentes están debidamente citadas y referenciados.

Como autor (a) asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 27 de junio del 2019

**Richard Alexander Sánchez Tipán**

**172123402-7**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

**CARRERA DE GASTRONOMÍA**

**CERTIFICACIÓN**

EL TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

**El Trabajo de Titulación:** modalidad Emprendimientos, titulado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ÁREA DE BEBIDAS EN EL RESTO-BAR GUAGUA CUCHARA, EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, 2018**”, de responsabilidad del señor Richard Alexander Sánchez Tipán, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizado su presentación.

**Tribunal:**

**FIRMA**

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



Lcdo. Juan Carlos Salazar Yacelga

**MIEMBRO DE TRIBUNAL**



Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo

**ANALISTA DE BIBLIOTECAS 1**



## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios el cual siempre me ha ayudado desde el día en que nací hasta hoy, y espero que siga a mi lado hasta mi muerte, a mi familia mis padres y hermanos que pese a la conducta que tengo, como soy nunca me han abandonado y siempre se encuentran a mi lado a todo momento, agradezco a “Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y sus profesores” ya que siempre me han apoyado, despejado mis dudas en todo momento además que son excelentes maestros en sus campos por ultimo a mis amig@s que se volvieron un pilar importante en mis años de carrera ya que soy un poco dejado pero ellos sacaron siempre lo mejor de mí.

**Richard Sánchez**

## **DEDICATORIA**

Dedico la culminación de este proyecto a mi familia la cual siempre ha estado a mi lado en las buenas y en las malas, apoyándome y dándome consejos para mi vida, también a mis amigos con los cuales compartí muchos años de mi vida universitaria ya que algunos de ellos se volvieron como mis hermanos dándome el apoyo necesario, haciéndome despertar en las mañanas, pasando con enojos y risas. A dos personas muy importantes que me ayudaran desde el apoyo académico, moral hasta el económico y siempre estuvieron a mi lado ya que sin ellas este trabajo no se hubiere culminado. También a diosito por siempre estar a mi lado dándome la sabiduría para iluminar mi camino, a mis tutores que me siempre han estado dispuestos a ayudarme en todo momento pese a sus obligaciones.

**Richard Sánchez**

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	xv
SUMMARY .....	xvi
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. ASPECTOS GENERALES .....</b>	<b>1</b>
1.1. Tema .....	1
1.2. Introducción .....	1
1.3. Objetivos .....	3
1.3.1. <i>Objetivo general</i> .....	3
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	3
<b>CAPITULO II</b>	
<b>2. BASES TEÓRICAS .....</b>	<b>4</b>
2.1. Marco teórico .....	4
2.1.1. <i>Restobar</i> .....	4
2.1.1.1. <i>¿Qué es un resto bar?</i> .....	4
2.1.1.2. <i>El Restaurante</i> .....	4
2.1.1.3. <i>El bar</i> .....	5
2.1.1.4. <i>Técnicas dentro de la coctelería</i> .....	7
2.1.1.5. <i>Áreas dentro del bar</i> .....	11
2.1.1.6. <i>Licores, Bitters y cervezas</i> .....	12
2.1.2. <i>Restobar Guagua Cuchara</i> .....	18
2.1.2.1. <i>Historia</i> .....	18
2.1.2.2. <i>Ubicación, tipo de servicio</i> .....	18
2.1.2.3. <i>Carta, tipo de mercadeo</i> .....	19
2.1.2.4. <i>Horarios</i> .....	21
2.1.3. <i>Entrevistas en Grupo Focal</i> .....	21
2.1.4. <i>Escala de likert</i> .....	23
2.1.5. <i>Destilados de Caña</i> .....	24
2.1.5.1. <i>Elaboración o proceso</i> .....	24
2.1.5.2. <i>Puro de puyo</i> .....	25
2.1.5.3. <i>Pájaro azul</i> .....	26
2.1.5.4. <i>Caña manabita</i> .....	26
2.1.6. <i>Proyecto de factibilidad</i> .....	27



2.1.6.1.	<i>¿Qué es un estudio de factibilidad?</i> .....	27
2.1.6.2.	<i>Estudio der mercado</i> .....	29
2.1.6.3.	<i>Estudio técnico</i> .....	30
2.1.6.4.	<i>Estudio legal</i> .....	31
2.1.6.5.	<i>Estudio administrativo</i> .....	32
2.1.6.6.	<i>Estudio ambiental</i> .....	33
2.1.6.7.	<i>Estudio financiero</i> .....	33
<b>2.2.</b>	<b>Marco conceptual</b> .....	<b>35</b>
<b>CAPÍTULO III</b>		
<b>3.</b>	<b>METODOLOGÍA</b> .....	<b>37</b>
<b>3.1.</b>	<b>Tipo y diseño de la investigación</b> .....	<b>37</b>
3.1.1.	<i>Investigación descriptiva</i> .....	37
3.1.2.	<i>No experimental</i> .....	37
3.1.3.	<i>Concluyente</i> .....	37
<b>3.2.</b>	<b>Técnica de recolección de datos</b> .....	<b>38</b>
3.2.1.	<i>Técnica cuantitativa</i> .....	38
3.2.2.	<i>Técnica cualitativa</i> .....	38
<b>3.3.</b>	<b>Fuentes de investigación</b> .....	<b>38</b>
3.3.1.	<i>Fuentes primarias</i> .....	38
3.3.1.1.	<i>Encuestas por correo</i> .....	38
3.3.1.2.	<i>Encuesta personal</i> .....	39
3.3.2.	<i>Fuentes secundarias</i> .....	39
<b>3.4.</b>	<b>Segmento de mercado</b> .....	<b>39</b>
<b>3.5.</b>	<b>Universo</b> .....	<b>40</b>
<b>3.6.</b>	<b>Muestra</b> .....	<b>40</b>
3.6.1.	<i>Estratificación</i> .....	41
<b>3.7.</b>	<b>Tabulación y análisis de resultados</b> .....	<b>42</b>
<b>CAPITULO IV</b>		
<b>4.</b>	<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b> .....	<b>52</b>
<b>4.1.</b>	<b>Identificación de la idea</b> .....	<b>53</b>
4.1.1.	<i>Lluvia de ideas</i> .....	53
4.1.1.1.	<i>Selección y evaluación de la idea</i> .....	54
4.1.1.2.	<i>Descripción de la idea seleccionada</i> .....	54
4.1.2.	<i>Justificación</i> .....	54
4.1.3.	<i>Nombre del emprendimiento</i> .....	55
4.1.4.	<i>Descripción del emprendimiento</i> .....	55

4.1.4.1.	<i>Misión</i> .....	55
4.1.4.2.	<i>Visión</i> .....	56
4.1.4.3.	<i>Políticas y estrategias</i> .....	56
4.1.4.4.	<i>Valores y principios</i> .....	57
4.1.4.5.	<i>Distingos y ventajas competitivas</i> .....	57
4.1.4.6.	<i>Análisis FODA</i> .....	58
<b>4.2.</b>	<b>Estudio de mercado</b> .....	<b>59</b>
4.2.1.	<i>Demanda proyectada</i> .....	60
4.2.2.	<i>Oferta</i> .....	61
4.2.3.	<i>Demanda insatisfecha</i> .....	62
4.2.4.	<i>Mix de mercado</i> .....	63
4.2.4.1.	<i>Producto</i> .....	63
4.2.4.2.	<i>Precio</i> .....	65
4.2.4.3.	<i>Plaza o distribución</i> .....	66
4.2.4.4.	<i>Promoción</i> .....	66
4.2.5.	<i>Análisis del sector</i> .....	66
4.2.6.	<i>Cargos y funciones del área comercial</i> .....	68
<b>4.3.</b>	<b>Estudio técnico</b> .....	<b>71</b>
4.3.1.	<i>Determinación del tamaño</i> .....	71
4.3.2.	<i>Capacidad del emprendimiento</i> .....	72
4.3.3.	<i>Localización</i> .....	73
4.3.4.	<i>Proceso de producción</i> .....	74
4.3.4.1.	<i>Diagrama de flujo</i> .....	75
4.3.4.2.	<i>Receta estándar</i> .....	79
4.3.5.	<i>Requerimiento humano</i> .....	81
4.3.6.	<i>Diseño de planta</i> .....	83
4.3.7.	<i>Estructura de costos y gastos</i> .....	89
4.3.7.1.	<i>Materia prima</i> .....	90
4.3.9.	<i>Programa pre-operativo</i> .....	92
<b>4.4.</b>	<b>Estudio administrativo, legal y ambiental</b> .....	<b>93</b>
4.4.1.	<i>Organización</i> .....	93
4.4.1.1.	<i>Organigrama estructural</i> .....	93
4.4.1.2.	<i>Organigrama funcional</i> .....	94
4.4.1.3.	<i>Proceso de selección y contratación de talento humano</i> .....	95
4.4.1.4.	<i>Manual de funciones</i> .....	97
4.4.2.	<i>Marco legal</i> .....	97

4.4.3.	<i>Permisos requeridos para su funcionamiento</i>	100
4.4.4.	<i>Mitigar el impacto ambiental</i>	101
4.3.1.1.	<i>Acciones remediales</i>	102
4.5.	<b>Estudio financiero</b>	103
4.5.1.	<i>Análisis de la inversión</i>	103
4.5.2.	<i>Presupuestos</i>	105
4.5.2.1.	<i>Presupuestos de costos de producción</i>	105
4.5.2.2.	<i>Presupuestos de gastos de administración</i>	106
4.5.2.3.	<i>Presupuestos de gastos de ventas</i>	106
4.5.3.	<i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	107
4.5.4.	<i>Estado de situación financiera</i>	108
4.5.5.	<i>Estado de flujo del efectivo</i>	109
4.5.6.	<i>Evaluación financiera</i>	110
4.5.7.	<i>Evaluación social</i>	114
4.3.2.	<i>Evaluación Ambiental</i>	114
	<b>CONCLUSIONES</b>	115
	<b>RECOMENDACIONES</b>	117
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b> Tipos de establecimientos restauranteros .....	5
<b>Tabla 2-2:</b> Ventajas y desventajas del grupo focal .....	23
<b>Tabla 3-2:</b> Descripción del puro de puyo .....	25
<b>Tabla 4-2:</b> Descripción licor pájaro azul .....	26
<b>Tabla 5-2:</b> Descripción licor caña manabita .....	27
<b>Tabla 1-3:</b> Segmento de mercado .....	39
<b>Tabla 2-3:</b> Estratificación .....	41
<b>Tabla 3-3:</b> Implementación del área de bebidas .....	42
<b>Tabla 4-3:</b> Acudir a establecimiento de coctelería artesanal .....	43
<b>Tabla 5-3:</b> Valores de consumo .....	44
<b>Tabla 6-3:</b> Frecuencia de consumo .....	45
<b>Tabla 7-3:</b> Ubicación del establecimiento en La Mariscal .....	46
<b>Tabla 8-3:</b> Servicio a domicilio .....	47
<b>Tabla 9-3:</b> Sitios de comunicación .....	48
<b>Tabla 10-3:</b> Ha visitado establecimiento de A & B con similares características .....	49
<b>Tabla 11-3:</b> Conoce establecimiento con similares características .....	50
<b>Tabla 12-3:</b> Está satisfecho con los servicios y productos .....	51
<b>Tabla 1-4:</b> Lluvia de ideas .....	53
<b>Tabla 2-4:</b> Selección y evaluación de la idea .....	54
<b>Tabla 3-4:</b> Políticas y estrategias .....	56
<b>Tabla 4-4:</b> Análisis FODA .....	58
<b>Tabla 5-4:</b> Fórmula de interés complejo .....	59
<b>Tabla 6-4:</b> Crecimiento poblacional .....	59
<b>Tabla 7-4:</b> Demanda proyectada.....	60
<b>Tabla 8-4:</b> Oferta.....	61
<b>Tabla 9-4:</b> Demanda insatisfecha .....	62
<b>Tabla 10-4:</b> Profesiograma del mesero .....	68
<b>Tabla 11-4:</b> Inversión del área comercial .....	70
<b>Tabla 12-4:</b> Gastos de publicidad .....	70
<b>Tabla 13-4:</b> Determinación del tamaño .....	71
<b>Tabla 14-4:</b> Capacidad del emprendimiento .....	72
<b>Tabla 15-4:</b> Macro localización.....	73
<b>Tabla 16-4:</b> Micro localización .....	73

<b>Tabla 17-4:</b> Proceso de producción .....	74
<b>Tabla 18-4:</b> Figuras del diagramas de flujo .....	74 <u>5</u>
<b>Tabla 19-4:</b> Receta estándar .....	79
<b>Tabla 20-4:</b> Profesiograma del barmaguer .....	81
<b>Tabla 21-4:</b> Servicios básicos.....	89
<b>Tabla 22-4:</b> Mantenimiento.....	89
<b>Tabla 23-4:</b> Depreciación.....	89
<b>Tabla 24-4:</b> Materia prima .....	90
<b>Tabla 25-4:</b> Sueldo administrativo .....	91
<b>Tabla 26-4:</b> Sueldo de ventas .....	91
<b>Tabla 27-4:</b> Costos indirectos de fabricación .....	92
<b>Tabla 28-4:</b> Determinación de activos fijos.....	92
<b>Tabla 29-4:</b> Gastos de experimentación .....	92
<b>Tabla 30-4:</b> Reclutamiento del personal.....	95
<b>Tabla 31-4:</b> Comparación reclutamiento y selección .....	97
<b>Tabla 32-4:</b> Ley del artesano.....	100
<b>Tabla 33-4:</b> Gastos constitución.....	100
<b>Tabla 34-4:</b> Acciones remediales .....	102
<b>Tabla 35-4:</b> Inversión del proyecto .....	103
<b>Tabla 36-4:</b> Fuentes y usos.....	104
<b>Tabla 37-4:</b> Presupuesto de producción .....	105
<b>Tabla 38-4:</b> Presupuesto de gastos de administración .....	106
<b>Tabla 39-4:</b> Presupuesto de gastos de ventas .....	106
<b>Tabla 40-4:</b> Estado de pérdidas y ganancia .....	107
<b>Tabla 41-4:</b> Estado de situación financiera.....	108
<b>Tabla 42-4:</b> Estado de flujo del efectivo.....	109
<b>Tabla 43-4:</b> Flujo neto del efectivo .....	110
<b>Tabla 44-4:</b> Valor actual neto.....	110
<b>Tabla 45-4:</b> Tasa interna de retorno .....	1121
<b>Tabla 46-4:</b> Periodo de recuperación.....	1121
<b>Tabla 47-4:</b> Punto de equilibrio.....	112
<b>Tabla 48-4:</b> Tabla de punto de equilibrio .....	112
<b>Tabla 49-4:</b> Relacion beneficio costo .....	112
<b>Tabla 50-4:</b> Evaluacion social .....	1124

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-2:</b> Variedad de amargos .....	16
<b>Figura 2-2:</b> Ubicación del establecimiento Guagua Cuchara.....	18
<b>Figura 3-2:</b> Carta del establecimiento Guagua Cuchara .....	21
<b>Figura 4-2:</b> Formas de destilado.....	25
<b>Figura 5-2:</b> Variedades de aguardientes .....	25
<b>Figura 1-4:</b> Variedades de aguardientes .....	64
<b>Figura 2-4:</b> Imagen corporativa.....	65
<b>Figura 3-4:</b> Plaza o distribución .....	66
<b>Figura 4-4:</b> diseño de planta.....	83
<b>Figura 5-4:</b> Diseño de la barra.....	84
<b>Figura 6-4:</b> Diseño de la barra.....	84
<b>Figura 7-4:</b> Variedad de vasos largos .....	85
<b>Figura 8-4:</b> Variedad de vasos cortos .....	85
<b>Figura 9-4:</b> Formas de vasos .....	86
<b>Figura 10-4:</b> Diseño de jarras cocteleras .....	86
<b>Figura 11-4:</b> Diseño de área de Bodega .....	87
<b>Figura 12-4:</b> Diseño del área del salón .....	88
<b>Figura 13-4:</b> Publicidad del local .....	88

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-3:</b> Corresponde a la tabla pregunta 1 .....	42
<b>Gráfico 2-3:</b> Acudir a establecimiento de coctelería artesanal.....	43
<b>Gráfico 3-3:</b> Valores de consumo.....	44
<b>Gráfico 4-3:</b> Frecuencia de consumo.....	45
<b>Gráfico 5-3:</b> Ubicación del establecimiento en La Mariscal.....	46
<b>Gráfico 6-3:</b> Servicio a domicilio .....	47
<b>Gráfico 7-3:</b> Sitios de comunicación .....	48
<b>Gráfico 8-3:</b> Ha visitado establecimientos de A &B con similares características .....	49
<b>Gráfico 9-3:</b> Conoce establecimientos con similares características.....	50
<b>Gráfico 10-3:</b> Está satisfecho con los servicios y productos.....	51
<b>Gráfico 1-4:</b> Crecimiento poblacional .....	60
<b>Gráfico 2-4:</b> Demanda proyectada .....	61
<b>Gráfico 3-4:</b> Oferta.....	62
<b>Gráfico 4-4:</b> Demanda insatisfecha .....	63
<b>Gráfico 5-4:</b> Diagrama de flujo (ventas).....	76
<b>Gráfico 6-4:</b> Diagrama de flujo de compras .....	77
<b>Gráfico 7-4:</b> Diagrama de flujo (operaciones de procesos) .....	78
<b>Gráfico 8-4:</b> Organigrama estructural .....	93
<b>Gráfico 9-4:</b> Organigrama funcional .....	94
<b>Gráfico 10-4:</b> Punto de equilibrio.....	113

## ÍNDICES DE ANEXOS

**Anexo A:** Encuesta

**Anexo B:** Receta estándar de addictive green

**Anexo C:** Receta estándar de atay que rico..!!

**Anexo D:** Receta estándar de canela tradicional

**Anexo E:** Receta estándar del añado

**Anexo F:** Receta estándar de long islad iced blue ecuatoriano (shot)

**Anexo G:** Receta estándar de long islad criollo

**Anexo H:** Receta estándar de zambrano

**Anexo I:** Receta estándar de Gomilla molecular

**Anexo J:** Receta estándar de Brew purple

**Anexo K:** Receta estándar de expreso manabita

**Anexo L:** Receta estándar de vino hervido

**Anexo M:** Receta estándar de calimocho

**Anexo N:** Receta estándar de destornillador

**Anexo O:** Receta estándar de cuba libre

**Anexo P:** Receta estándar de vaso de whisky

**Anexo Q:** Receta estándar de Gin Tonic

**Anexo R:** Receta estándar de margarita

**Anexo S:** Receta estándar de mojito

**Anexo T:** Receta estándar de Michelada de maracuyá

**Anexo U:** Receta estándar de Michelada de Limón

**Anexo V:** Receta estándar de Michelada blue

**Anexo W:** Carta

**Anexo X:** Manual de funciones



## RESUMEN

El presente trabajo de titulación propuso el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación del área de bar en el establecimiento Guagua Cuchara, ubicada en el sector La Mariscal de la ciudad de Quito, el fin de la creación consiste en potencializar el consumo de las distintas bebidas alcohólicas destiladas que nuestro país produce, en base a la preparación de distintos cocteles. Los diferentes estudios utilizados en el proyecto son los siguientes: estudio de mercado que permitió conocer el porcentaje de demanda insatisfecha con la aplicación de una encuesta; El estudio técnico estableció la capacidad que posee el local para la producción teniendo como resultado 91 productos diarios; El estudio administrativo y legal se determinó las áreas y funciones del establecimiento, así como los requisitos legales necesarios para la apertura; en el estudio ambiental se utilizó la matriz para la mitigación de impactos ambientales que puede ocasionar el establecimiento a corto y largo plazo; En el estudio financiero se tomó en cuenta los presupuestos y evaluaciones indispensables para el emprendimiento dando como resultado una inversión total de \$ 13.907,16. un Valor actual neto (VAN) positivo de 53.782,16, tasa interna de retorno (TIR) de 63,29%, relación beneficio costo de \$1,88 y por último el periodo de recuperación se va dar en 0 años, 9 mes y 2 días. Con esto se concluye que el trabajo de titulación es totalmente viable conforme a los resultados financieros obtenidos. La importancia del mismo radica en dar a conocer los distintos cocteles en base a licores propios del Ecuador.

**Palabras clave:** <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <DESTILADOS>, < PÁJARO AZUL>, <CULTURA GASTRONÓMICA>, <QUITO (CIUDAD)>.



Handwritten signature and date: 14/06/2019

## SUMMARY

The present thesis project proposed the development of a feasibility study for the creation of the bar area in the Guanga Cuchara establishment, located in the La Mariscal sector of the city of Quito, the purpose of the creation is to potentiate the consumption of the different distilled alcoholic beverages that our country produces, based on the preparation of different cocktails. The different studies used in the project are the following: market study that allowed to know the percentage of unsatisfied demand with the application of a survey; The technical study established the capacity of the premises for production, resulting in 91 products per day; The administrative and legal study determined the areas and functions of the establishment, as well as the legal requirements necessary for the opening; In the environmental study, the matrix was used to mitigate environmental impacts that may result from the short and long term establishment; The financial study took into account the budgets and evaluations essential for the enterprise, resulting in a total investment of \$ 13,907.16. A positive Net Present Value (NPV) of 53,782.16, internal rate of return (IRR) of 63.29%, cost benefit ratio of \$ 1.88 and finally the recovery period will be given in 0 years, 9 months and 2 days. With this it is concluded that the thesis project is totally viable according to the obtained financial results. The importance of it lies in making known the different cocktails based on liqueurs from Ecuador.

Keywords: <MEDICAL TECHNOLOGIES AND SCIENCE>, <GASTRONOMY>, <FEASIBILITY STUDY>, <DISTILLED>, <PAJARO AZUL>, <GASTRONOMIC CULTURE>, <QUITO (CITY)>.



# CAPÍTULO I

## 1. ASPECTOS GENERALES

### 1.1. Tema

Proyecto de factibilidad para la implementación del área de bebidas en el resto-bar Guagua Cuchara, en el cantón Quito, provincia de Pichincha, 2018.

### 1.2. Introducción

La zona “LA MARISCAL”, es uno de los lugares más concurridos en todo Quito, este sector está repleto de varios turistas, estudiantes además de oficinas tanto públicas como privadas, dentro de este pintoresco sector se encuentra un bar restaurante llamado Guagua Cuchara el cual empezó en funcionamiento en principios del año 2018 como una idea nueva y refrescante, ya que fue muy bien acogido por la localidad comenzó a tener una gran variedad de clientela lo cual denoto un gran problema en el establecimiento, este problema se centró en la parte del bar ya que este como tal no está preparado para ofrecer un buen servicio ya que no tenía una identidad, estilo y carecía de una carta, por esto y por otros factores adicionales se ha realizado un estudio técnico y de mercado para poder resolver dichos problemas, para cumplir las expectativas hacia los clientes se realizó un estudio previo hacia nuevos mercados objetivos, además en este estudio se incluyó a la actual clientela ya que esta es la más importante porque de esto se sustenta el negocio, se consideraron varios aspectos, como darle un enfoque relacionado hacia el nombre, se decidió ocupar 3 tipos de destilados de caña autóctonos de las 3 regiones del Ecuador (Costa, Sierra, Oriente), con estos destilados procederemos a realizar diferentes tipos de cocteles artesanales, se realizaron sesiones de grupo o también denominados “focus group”, para analizar sus preferencia hacia los distintos cocteles artesanales realizados, con esto poder discernir de aquellos que son agradables hacia el público y los que por otra parte no son nada agradables, estas pruebas fueron realizadas a 4 diferentes grupos de 8 personas cada uno, los participantes no estaban informados sobre cómo estaban realizados los cocteles ya que estas sesiones de grupo son para evaluar los sentimientos y la participación captada de los clientes hacia el producto que se ofrece, adicionalmente los combinándolos con picadas del menú del bar restaurante, esta iniciativa fue muy bien acogida por los participantes los cuales se sintieron muy a gusto con los cocteles y las picadas, esta investigación arrojo diferentes datos muy importantes para la readecuación de la parte del bar, las cuales fueron que cocteles podrían estar en la carta y cuáles no, si la coctelería

aplicada va de acuerdo con la carta “picadas” del bar restaurante, en qué grado de resaca se encontró el cuerpo por el alcohol el siguiente día y por ultimo un informativo del proyecto que se realizaba, a lo cual todos quedaron muy sorprendidos de que estos cocteles estaban hechos a base de destilado de caña ya que aquí en el Ecuador para mucha gente la percepción de este licor es como lo criollo, lo último por tomar, pero con gran aprecio se dieron cuenta que se pueden realizar cocteles los cuales sepan muy bien con estos destilados de caña, con esto se puede ayudar al pequeño productor que día a día realiza su pequeño destilado en cada una de las regiones del Ecuador y por qué no algún día ser que el destilado de caña sea una bebida insignia de Ecuador la cual se pueda exportar a diferentes países.

### **1.3. Objetivos**

#### ***1.3.1. Objetivo general***

Ejecutar el estudio de factibilidad para la implementación del área de bebidas en el resto-bar Guagua Cuchara, en el cantón Quito, Provincia de Pichincha.

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

- Desarrollar el estudio de mercado que ayude a conocer la demanda insatisfecha.
- Identificar las técnicas básicas en el área de coctelería.
- Implementar una carta de bebidas en el área del bar a base de 3 licores destilados de caña de las 3 Regiones del Ecuador.
- Diseñar el estudio técnico, legal, ambiental, financiero y administrativo para la implementación del área de bebidas en el resto-bar Guagua Cuchara.
- Determinar la viabilidad económica, financiera y social del proyecto.

## CAPITULO II

### 2. BASES TEÓRICAS

#### 2.1. Marco teórico

##### 2.1.1. *Restobar*

###### 2.1.1.1. *¿Qué es un resto bar?*

El común mente denominado restobar es un establecimiento que ofrece una gran variedad de platos a la carta, así también como una gran variedad de bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas, estos establecimientos suelen estar acompañados de música y un ambiente acogedor en donde se sirven pequeños aperitivos antes de la comida principal (González, 2013, p. 76).

Relación restaurante con bar o cafetería.

Son dos departamentos en principio independientes ya que cada uno tiene su propio organigrama y sus funciones bien definidas. La relación que se establece entre estos dos departamentos está relacionada a los servicios que en determinados momentos restaurante solicita a cafetería para el servicio de cafés o infusiones. Siendo bar-cafetería quien los elabora y el personal de sala el que los sirve (González, 2013, p. 76).

###### 2.1.1.2. *El Restaurante*

Según la Ley de ordenación turística de restaurantes (Orden del 17 de marzo de 1965), en su Artículo 1º, los restaurantes quedan definidos como: «aquellos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, que sirvan al público, mediante precio, comidas y bebidas, para ser consumidas en el mismo local» (Adrián Flores Alegría, Antonio Chacón Camaches, Enrique Lorca Romero , 2016, p. 9).

Refiriéndonos a este concepto procederemos a mostrar un cuadro sobre la clasificación de un restaurante tradicional tomando en cuenta su tipo de oferta: (Adrián Flores Alegría, Antonio Chacón Camaches, Enrique Lorca Romero , 2016, p. 9).

**Tabla 1-2:** Tipos de establecimientos restauranteros

<b>Restaurante convencional</b>	Ofrece servicio de comida y bebida en turnos de almuerzos y cenas.
<b>Gastrobar</b>	Locales que procuran acercar la alta cocina a las clases más populares a precios más razonables.
<b>Restaurante de lujo</b>	Basan su oferta en productos de alta calidad, personal muy cualificado, servicios de calidad y elevado precio.
<b>Étnico-regional</b>	Su característica principal es que su oferta gastronómica es la típica de determinadas regionales o países.
<b>Temático</b>	Formula de restauración en las cuales todos los elementos giran en torno a un tema determinado (cine, deporte o música) muy unido a la industria de ocio.

**Elaborado por:** (Adrián Flores Alegría, Antonio Chacón Camaches, Enrique Lorca Romero , 2016, p. 9)

### 2.1.1.3. El bar

Son establecimientos comerciales que dispensan, bajo precio, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, las cuales pueden complementarse con el acompañamiento de algún tipo de alimento sólido, generalmente de carácter rápido, aunque en la actualidad existen una tendencia a sofisticar ligeramente la complejidad y naturaleza de los elementos sólidos que acompañan esta oferta de los bares. La principal seña de identidad de estos locales es la barra, de la que llega incluso a coger su propio nombre (-bar- proviene del inglés- barrier- que significa- barrera, barra-). Desde donde se atiende de manera directa con agilidad a los clientes que llegan al establecimiento (García, 2012, p. 19).

### Historia y algo más

Las hosterías y tabernas han existido hace siglos, así como las leyes y ordenamientos que se aplican a los negocios de bebidas alcohólicas. Antiguamente era común que fueran mujeres las encargadas de este servicio, aunque había también hombres, pero en ambos casos pertenecían a la capa inferior de la sociedad. El bar como tal no tiene una edad mayor que la de Matusalén y es América la que le dio origen, así como la labor de legitimarlo como parte de su cultura, resaltando la gran diferencia que hay entre los actuales y aquellos que eran los primeros balbucesos del servicio de bebidas (Barragán, 2010, p. 323).

El bar cumple actualmente una función social y es lugar de encuentro y esparcimiento.

El bar consta principalmente de un mostrador, que constituye una barrera que separa a quien sirve a los clientes, los cuales originalmente estaban de pie, pues no había taburetes ni sillas para sentarse. A estos bares se llegaba casi siempre de prisa, se bebía algo charlando o bien armando

trifulca y luego se salía para continuar el camino. El hostelero vendía también bebidas para llevar, tabaco y algunas cosas necesarias como provisiones (Barragán, 2010).

La barrera o mostrador servía también como protección cuando los clientes, ya con algunos tragos en la cabeza, decidían intercambiar golpes o disparos. Se estima públicamente que la designación de "bar" proviene del uso de esta barrera, existente aún ahora en establecimientos de este tipo. La gente comúnmente llama bar a cualquier lugar donde se consumen bebidas, y la palabra ha tomado carta de naturalización universal. (Barragán, 2010, p. 324).

A lo largo de la de la historia han tenido varios nombres y denominación por el país o región donde nacieron como, por ejemplo: (Barragán, 2010, p. 324).

**a. Diele (vestíbulo), o bien Iikörstube (sala de licores)**

Esta denominación es de un estilo alemán, son lugares que albergan a personas que desean relajarse un momento con una buena cerveza. (Barragán, 2010, p. 324).

**b. Pubs**

Esta denominación nació en Inglaterra, son lugares muy populares en donde se puede disfrutar de música en vivo acompañado principalmente cerveza y whisky (Barragán, 2010, p. 324).

**c. Apéritif-Bars o bistros**

Denominados así en Francia, son lugares en donde se pueden disfrutar bebidas alcohólicas acompañadas de pequeñas picadas e inclusive platos a la carta, estos además logran ser pequeños restaurantes. (Barragán, 2010, p. 324).

**d. Café-Bars o Bar-Espresso**

Denominados así en Italia, son establecimientos con servicio dado por mujeres, en los que usualmente hay algún espectáculo de canto o danza, perfectos para tomar un buen café o bebida con muy buen ambiente. (Barragán, 2010, p. 324).

**e. Tascas**

Se denominan así en España y son lugares de hostelería en donde se sirven comidas leves acompañadas de bebidas muy antiguas y de gran tradición. (Barragán, 2010, p. 324).

**f. Cantinas**

Las denominan así en México, son establecimientos expresamente públicos en los cuales se sirven bebidas alcohólicas y muy pocas veces acompañadas con comidas ligeras. (Barragán, 2010, p. 324).



## **g. Bar**

Denominados así en EEUU, al que acude gente de una clase social media hacia arriba. Turísticamente es difícil imaginar un viaje en cuyos componentes no se halle la asistencia a un bar, ya sea como parte de la diversión si el viajero toma una excursión que incluya transportación, hospedaje y alimentación, o bien si se trata de un forfait o una simple visita a cualquier ciudad. La necesidad de distracción, debido al tiempo libre de que se goza en casi todos los países, ha traído como consecuencia la existencia de bares en los que se ofrecen no solo bebidas locales, sino también extranjeras. Independientemente de las opiniones en pro o en contra de la injerencia de bebidas alcohólicas, la humanidad ha acompañado sus mejor y más tristes momentos con alguna bebida. (Barragán, 2010, p. 324)

### *2.1.1.4. Técnicas dentro de la coctelería*

#### **a. Técnica elemental para la coctelería**

Algo muy importante en la combinación de licores es siempre respetar las cantidades exactas de los ingredientes, ya que si se quiere realizar un coctel perfecto que está diseñado para una cantidad determinada ni más ni menos (Ulrich, 2009).

#### **b. Tratado del hielo**

Empezaremos hablando algo sobre el tratado de hielo ya que este es de suma importancia en la parte de la coctelería siempre debe ser indispensable, existen muchas variedades en cuanto a las formas, unos pueden ser cilíndricos, cúbicos, grandes, pequeños, etc. (Ulrich, 2009).

Algo de suma importancia en procurar no almacenar el hielo en algún lugar donde se guarden alimentos ya que los olores y aromas de estos podrían pegarse en el mismo, algo muy interesante es que si se realiza hielo con agua hervida este saldrá más transparente que los demás al igual que se consigue la misma transparencia con agua mineral, otra recomendación es que se puede realizar coctelería con hielos de distintos sabores, por ejemplo, un destornillador con hielos de naranja.

El hielo tipo frizz se parte en trocitos pequeños del tamaño de una avellana, el hielo tipo cobbler se tritura o pica hasta que adquiere un aspecto de granizo, el hielo tipo frappé o escarchado se pica muy fino hasta mezclarse con otros líquidos (Ulrich, 2009).

#### **c. Utensilios imprescindibles**

Los utensilios fundamentales que cualquier barman debe poseer son: un vaso mezclador, preferentemente con vaciador, una cuchara de mango largo o también denominada bailarina, un colador que técnicamente se llama gusanillo, el cual es un colador rodeado de un espiral que se

acopla al vaso mezclador, un destapador y por último y no menos importante un sacacorchos (Ulrich, 2009).

#### **d. Cómo preparar un buen cóctel**

Muchos autores coinciden en que la coctelería clásica tiene unas normas que deben ser cumplidas sin excepción, y que por tanto deben ser conocidas por todos los profesionales que la trabajan. Bien es verdad que las aseveraciones contundentes no siempre son muy acertadas, y puesto que la sociedad actual no es muy partidaria del inmovilismo, y cada vez está más en boga la búsqueda de la innovación y la fusión, puede que en la actualidad se sea algo más permisivo con cambios en este sentido, pero por lo general, y por ello iniciábamos este párrafo de esa forma, el cliente que busca coctelería clásica, quiere que se le sirva a la forma tradicional y sin que se cambie ni una gota de producto. Puede darse el caso que el mismo cliente busque en otro momento otro tipo de propuesta, en ese caso, sí que aceptará cambios, innovaciones u otras alternativas. Siempre, por supuesto, con la previa información por parte del profesional (Vertice publication, 2010).

Para empezar, hay una serie de normas que suelen repetirse en los cócteles tradicionales, probablemente porque su desarrollo se ha cimentado sobre ellas:

1. Normas básicas para la preparación de cócteles clásicos
2. En ningún caso debe exceder los 7 Cl. de alcohol.
3. El cóctel no estará compuesto por más de 5 ingredientes excepto en coctelería de autor
4. Los elementos de la decoración serán totalmente comestibles.
5. Los cócteles aperitivos no contendrán más de 2 Cl. de licor dulce.
6. Los cócteles digestivos podrán contener productos lácteos (leche, nata, huevos, etc.) (Vertice publication, 2010).

En temas sucesivos se abordará con más detalle el uso y manejo de todos los instrumentos de coctelería, y la diferencia entre los cócteles preparados en coctelera, vaso mezclador, y aquellos que son directamente mezclados en el cristal en el que se sirven. El bebedor experimentado de cócteles, relaciona una bebida con cada momento, teniendo sus bebidas favoritas para aperitivo, como acompañamiento de una comida, para la sobremesa, o como copa en un momento de ocio. El barman debe conocer también este tipo de cuestiones para poder recomendar con éxito una bebida al cliente algo más profano, y poder tener la oportunidad de ser requerido de nuevo. Cada cóctel debe tener su equilibrio exacto dependiendo de para qué haya sido diseñado que, aunque en los orígenes de la bebida su pudo ver que no siempre se guardaban las proporciones correctas, a lo largo de la historia, se han ido llegando a mezclas que la experiencia y el tiempo han puesto en su lugar apropiado. Para preparar un buen cóctel, el barman debe analizar al cliente y, con todo el conocimiento que debe manejar sobre su carta de bebidas, tener una idea de lo que el cliente

puede pedir, antes incluso de que lo haga. Hay algunas otras cuestiones que el barman debe tener en cuenta, para no “sorprender” con resultados inesperados (Vertice publication, 2010):

#### **e. Medidas**

En cuanto a las medidas, el profesional experimentado no usa medidores o dosificadores más allá de lo necesario, ya que ralentizaría mucho la preparación. Se debe hacer a las medidas de la coctelera, y establecer las marcas mentales que corresponden a cada medida. El entrenamiento es clave a este respecto, ya que, durante el servicio, no hay tiempo para improvisar o usar otros elementos de medida. Aunque parezca reiterativo, hay que volver a advertir que las medidas de los cócteles NO SE ALTERAN, hay que seguir la receta escrupulosamente (Vertice publication, 2010).

#### **f. El batido**

El tiempo de batido es muy diferente en cada cóctel. El factor más determinante para determinar su duración es la densidad de sus ingredientes. Una buena forma de saber que ya se ha alcanzado el pleno sacudido es el cambio de sonido que emite el hielo al golpetear con las paredes de la coctelera. Una vez que se ha licuado la parte que le corresponde, ya no produce un ruido tan sordo, y además la coctelera ha alcanzado la temperatura ideal. Es el momento de abandonar el movimiento. Este movimiento también se variará en lo enérgico dependiendo de los ingredientes (si son densos, pero de sabores más sutiles, por lo que no interesará que se mezcle demasiada agua procedente del hielo). La experiencia del barman es, por tanto, fundamental (Vertice publication, 2010).

#### **g. Presentación**

Es una parte muy importante del trabajo del barman. Es la culminación de la preparación, que se disfruta en la fase que antecede a su degustación. En este momento el cliente empieza su particular análisis del producto, que le tiene que “entrar por los ojos”. Todos los elementos tienen que estar igualmente cuidados: el cristal de la copa decorado, las pajas, sombrillas o banderitas bien elegidas, los trocitos de fruta o de piel bien cortados, y todo el resto de elementos decorativos bien equilibrados y combinados, dentro de lo que se espera para cada preparación. Mientras un barman se está formando, irá aprendiendo las actitudes propias del puesto, de sus compañeros, y de su propia experiencia. Aunque parezca reiterativo, a continuación, se detallan los aspectos actitudinales más importantes que debe adquirir un barman en su vida laboral: Siempre será importante utilizar ingredientes de primera calidad (Vertice publication, 2010).

Ajustarse a la receta con su dosificación justa. De esta manera se cumplen los propósitos del creador del cóctel (sabores y colores armónicos, efectos agradables y perfumes equilibrados).

Es importante usar siempre el modelo de copa o vaso propuesto. No sólo es el recipiente adecuado, (mientras se diseñó el cóctel, se hizo acorde con el envase en el que se pensaba servir), además admite la cantidad exacta de producto que debe beberse de acuerdo con la graduación total que alcanza. Cada fórmula es producto de la experiencia y saber hacer de quien la diseñó, por lo tanto se debe considerar definitiva, y huir de experimentos, improvisaciones, y otras formas de alteración de la receta (Vertice publication, 2010).

Se han de seguir con atención las indicaciones de la receta para mezclar todos los ingredientes en el orden exacto. De esta manera se obtendrá el resultado deseado. Al principio el barman aficionado puede caer en el error de pensar que el orden de los factores no altera el producto, pero sí que cambia el resultado, por lo que no se debe nunca caer en este error. Nunca reutilizar el hielo para dos cócteles distintos. Habrá que usar hielo nuevo cada vez, con un tamaño que no debe ser superior al de una nuez. Las máquinas de hielo automáticas tienen un filtro para tratar el agua, eliminando los sabores propios del agua de la red. Habrá que estar muy atento a sus necesidades y a las revisiones periódicas de los filtros (Vertice publication, 2010).

Utilizar la dosis justa de hielo, para que no se enfríe en exceso. Además, cuanto más hielo se licúe, más diluidos estarán los sabores, aromas, y su efecto alcohólico. Se sabe que el mejor de los materiales a usar es la plata, y el más práctico, por su precio y durabilidad es el acero inoxidable. Otros metales podrían prestar sabores extraños. Será muy importante usar durante la preparación el recipiente que indica cada receta: metálico cuando tenga que ser batido y de cristal cuando tenga que ser removido. Como norma general, todos los cócteles se cuelan, usando el gusanillo o el cedazo de la coctelera, aunque hay excepciones, a las que habrá que estar atento (Vertice publication, 2010).

Una vez usados los utensilios, se lavarán después de cada cóctel, para dejarlos listos y disponibles para el siguiente. La limpieza debe ser exhaustiva, para no mezclar los sabores de uno a otro. El batido de la coctelera es una de las partes más llamativas de toda la ceremonia del cóctel. Hay que agitar con movimientos enérgicos y uniformes, pero acompasados y sin derramar ni una gota de líquido, con la coctelera bien cerrada y asida fuertemente. En cuanto al vaso mezclador, habrá que remover con suavidad. El buen bebedor de cócteles tranquilos sabe que no se deben agitar demasiado ni demasiado fuerte. Anticipar siempre el siguiente movimiento. Antes de terminar el cóctel habrá que dejar preparada la copa o el vaso en el que va a ser servido. Renovar continuamente los elementos decorativos, tales como cortezas de frutas (twists de naranja o limón). Siempre deberán de ser frescos para no alterar sus sabores (Vertice publication, 2010).

El buen barman lo mide todo, lo mesura, lo calcula, lo computa siempre. El grueso de su trabajo se basa en la estimación justa de todos los ingredientes, las cantidades y los tiempos, así como la

fuerza de batido o agitado, y la cantidad de decoración. Es un perfecto observador, y un magnífico medidor que no se permite el lujo de usar objetos de medida (como hemos dicho anteriormente ralentizan mucho la fase de dosificación durante la preparación) (Vertice publication, 2010).

#### *2.1.1.5. Áreas dentro del bar*

##### **a- Producción**

Es el departamento que transformará los materiales en platos elaborados, listos para su consumo, haciendo los pedidos pertinentes, y tareas de cocción, conservación, regeneración, y montaje de los platos propuestos. Diseñará menús, los dará a conocer entre todo el personal del establecimiento, y los desarrollará, para posibilitar su servicio por parte de sus compañeros de sala. La cocina debe procurar sacar rendimiento a todas la materias primas adquiridas, presentando productos que tengan aceptación entre la clientela marcada (Vertice publication, 2010).

##### **b- Barman o bar tender**

Es el especialista en el servicio de barra, y en la preparación y pase de bebidas a sus compañeros de la sala. Tendrá conocimientos de preparación de cócteles, servicio de vinos, preparación de cafés e infusiones, y servirá los alimentos que se destinen al servicio de barra. Preparará toda la maquinaria de la barra, limpiará los utensilios, y rellenará los armarios frigoríficos y estanterías de los productos que contienen. Montará la estación central, y cuidará permanentemente de su limpieza y orden (Vertice publication, 2010).

##### **c- Servicio**

Este departamento también es conocido como departamento de “sala”, o “servicio” a secas. Todos sus componentes, la brigada de sala, suelen conocerse por “camareros”, con sus distintas categorías profesionales, que definen las tareas y cualificación que recae sobre cada uno de ellos. Al frente de esta brigada está el jefe de sala o Maître, que organizará, coordinará, y supervisará todas las tareas que surjan durante el servicio. Son los encargados de proveer a los clientes de todo cuanto han pedido, y que ha sido suministrado por la cocina. Los recibirán, acomodarán y serán la imagen del establecimiento de cara al público. Pasarán la cuenta y despedirán a los mismos (Vertice publication, 2010).

##### **d- Maître o mesero**

Maître proviene del francés, y significa “maestro”. También se denomina jefe de comedor o de sala. Se encargará de ofrecer al cliente todos los servicios del restaurante, responder ante la dirección de los costes e incidencias ocasionadas en su departamento, y organizar y coordinar

todas las tareas y personal adscrito al mismo. Se puede decir que su trabajo tiene tres partes fundamentales: la de imagen de la empresa hacia los clientes, la administrativa, y la de coordinación de su personal (Vertice publication, 2010, p. 16).

#### *2.1.1.6. Licores, Bitters y cervezas*

##### **a. Introducción:**

Un bar se considera por el tipo de bebidas que tenga, entre más variedad exista este mismo cumplirá con todas las expectativas de cada cliente ya que todos gustan de diferentes bebidas y estas pueden ser con alcohol o son alcohol, es por esto en que nos concentraremos en explicar con detenimiento cada bebida (Barragán, 2010).

##### **b. Aguardientes**

Son bebidas con un alto contenido alcohólico y por 10 generales se obtienen de jugos de caña de azúcar, plantas cactáceas, semillas y tubérculos. En su forma más pura, se dice que el tipo preliminar de él es el alcohol, cuyo descubrimiento se atribuye a Arnaldo de Vilanova en el siglo XIV. El alcohol hierve a los 78 grados y hasta hoy no se ha podido congelar. Se emplea como reactivo, como disolvente y como medio de análisis; en farmacia se emplea como excipiente en las artes para numerosas preparaciones, especialmente de barnices secantes. Los naturalistas se sirven de él para conservar materia orgánica y los perfumistas y destiladores lo usan para preparar aguas de olor y licores espirituosos (Barragán, 2010).

El alcohol más común proviene de la caña de azúcar, ya sea natural o asada, que pasa por el trapiche para extraer el jugo y pasarlo por cuatro camas o estadios de fermentación, durando en este trayecto aproximadamente 15 días. En la primera cama el jugo entra íntegro y se produce la precipitación mediante levaduras, ya sea de cerveza o espuma desecada de sangre, para pasar a la segunda cama; el filtrado se realiza por medio de bombas. En la cuarta cama termina una etapa y allí el líquido pasa por un serpentín hasta el primer alambique de cocción, repitiéndose este proceso hasta lograr la destilación deseada. Los depósitos tienen una temperatura muy alta y al llegar la miel a ellas empieza la evaporación, llamándose miel al producto que sale de la cuarta cama de fermentación. Al salir del último alambique el alcohol ya destilado y en estado gaseoso pasa a los tanques de enfriamiento, lo que se logra a base de amoníaco y de este proceso, ya vuelto al estado líquido y frío, se embarrica o enlata. Debido a la destilación que ha sufrido ya no lleva gérmenes nocivos ni los admite, por lo que se puede usar como desinfectante. Entre los aguardientes más conocidos, con más contenido de alcohol, se pueden citar los siguientes (Barragán, 2010):

### **c. Tequila**

Tequila Aguardiente 100 % mexicano, que alcanza hasta 68 grados, y ya se elaboraba a la llegada de los españoles en los territorios de lo que hoy es Jalisco, Hidalgo, Guanajuato, San Luis Potosí y Oaxaca, producido por las tribus de los tuiquillas que habitaban Jalisco, y los mezcals y tuleños de Oaxaca. Esta bebida se obtiene del maguey tipo agave que debe tener por lo menos 6 a 10 años de edad; se prepara cortando las gruesas hojas de las pencas, operación llamada tronchamiento, y se pasan al molino; el jugo se deja reposar entre 3 y 15 días, dependiendo esto de la temperatura del ambiente. Después se destila más de una vez, según la graduación alcohólica que se desea alcanzar, llevándose a efecto en ollas de barro a fuego directo, saliendo de estas para pasar por un serpentín y llegar luego a los depósitos de enfriamiento, de donde procede a embotellarse. El tequila puede añejarse, no existiendo regla en cuanto al tiempo (Barragán, 2010).

### **d. Mezcal**

Esta bebida es semejante al tequila; la diferencia es que se obtiene de otro tipo de maguey y se destila una sola vez. En su origen fue preparado por la tribu oaxaqueña llamada los mezcals (Barragán, 2010).

### **e. Ron**

Su origen se remonta al África septentrional, donde había culto al dios Run-Run, protector del vino, el amor y la agricultura. Los adoradores de ese dios bebían el ron en casos de guerra y matrimonios principalmente, pues pensaban que los poderes de la bebida ayudaban a que el hijo primogénito fuera varón. En la actualidad se dice que el ron es afrodisíaco. El ron es bebida amilca, pues la caña es un fruto sin semillas. Para elaborarse se asa la caña y se pasa al molino, luego se combina con mieles y azúcares que se depositan en barricas de fermentación, donde se desarrolla una actividad igual a la del alcohol. Para su fermentación se usan levaduras de cerveza, carne, zacaromicet y cascaras de trigo y salvado. En este proceso el ron va teniendo diferentes personalidades y sus gérmenes van cambiando de acuerdo a las distintas etapas por las que pasa. Para fermentar este producto se usa el azúcar blanco, el piloncillo, la melaza y la melcocha. Esta combinación se deposita en la barrica y su volumen puede aumentarse con agua hasta 1000 veces. Para la correcta elaboración, el ron debe pasar por cuatro depósitos diferentes en cada uno de ellos tiene distintas actividades y gérmenes. Al producto que sale de la última barrica se le llama miel, que se destila por ebullición de una a tres veces hasta que llega a alcanzar el 60% de alcohol, y en diferentes y en cada uno esta forma y graduación su presentación y bouquet son mejores. Hay ron claro, añejo, dorado y quemado. En el ron claro los azúcares que se usan son blancos y las mieles deben ser transparentes; en el dorado se usan los azúcares y mieles anteriores, más

piloncillo rubio. Para el ron añejo se debe usar caña más asada y las mieles se deben fermentar aparte antes de ser combinadas; el ron ya elaborado se deberá almacenar un tiempo largo, para que pueda llamarse añejo. En el ron quemado se usa cana azul y es tipo 100 % jamaiquino, con un proceso similar a los anteriores. Esta bebida se puede añejar, siendo el tiempo ideal entre dos y seis años, debiendo hacerse en barricas de encino embreadas por fuera (Barragán, 2010).

#### **f. Vodka**

Es una bebida amilica extraída de una planta de la familia de los tubérculos llamada krosisobal. Su origen no es ruso como generalmente se cree, sino de las riveras de los ríos Don y Volga, donde habitaron los cosacos, que tampoco eran rusos sino procedentes de Polonia, Rumania, Checoslovaquia y Finlandia. Su nombre original se desconoce, pero hay indicios de que los tubérculos de donde se extrae se encuentran en las laderas de los Montes Urales. El primer paso para su elaboración es macerar el tubérculo para extraer su jugo de apariencia lechosa, que contiene sagú o almidón, materias leguminosas y glucosas. Este jugo se deja fermentar y es originalmente fétido, pero ya terminado el producto no tiene olor, lográndose esto mediante infusiones de tes de campo o pasto, inyectados cuando el producto va a entrar a los alambiques, donde se destila por ebullición y evaporación. Su graduación alcohólica va de los 40 a los 68 grados, siendo 60 grados la regular en México y Estados Unidos, aunque se produce en su mayoría con 43 grados. La alta destilación del vodka lo vuelve incoloro, insaboro e inodoro, por eso se usa tanto en cocteles como en ensaladas de frutas naturales. La fermentación varía de acuerdo al lugar y la temperatura ambiente; en lugares cálidos puede realizarse en 72 horas, pero en lugares muy fríos dura hasta 15 días (Barragán, 2010).

#### **g. Ginebra**

Es una bebida de extracción amilica, hecha de raíces de jengibre y bayas o vainas de enebro; de allí nace su nombre, formado por los nombres de las plantas de donde se extrae. El resultado del conocimiento de esas plantas se mezcla y se aumenta en volumen hasta 1 000 veces con agua, combinándole azúcares y levaduras claras, para precipitar su fermentación. Su destilación es extrema y al alto vacío; su graduación alcohólica puede alcanzar hasta 68 grados. La destilación al alto vacío se emplea para aminorar el bouquet de las plantas de las que se extrae, que son especialmente aromáticas; de no ser así no podría beberse por su olor casi perfumado (Vertice publication, 2010).

La ginebra se puede combinar con muchas bebidas alcohólicas, o bien con jugos de frutas para formar numerosas combinaciones agradables. Hay ginebra dulce, semiseca y seca y su color va de transparente a dorado. Existe el Sloe Gin, considerado como ginebra dulce, pero es en realidad licor de ginebra, resultante de la combinación de cerezas morenas con aguardiente de ginebra 100% licorizado (Barragán, 2010).



## **h. Whiskies**

Son bebidas 100 % amílicas, aguardientes que han conservado su personalidad; el whisky llega a hacerse espíritu (volátil) debido a que en su elaboración se emplean espíritus neutros, ósea alcoholes sin sabor procedentes del betabel, la caña de azúcar y derivados de azúcares de miel de arce. Su origen es irlandés, de donde paso a Escocia, lugar que elabora el mejor. Se propago luego a sus colonias y a Francia, donde no tuvo mucha aceptación. Paso luego a Estados Unidos, principalmente a los estados sureños durante el reinado de los Borbones, derivando de allí el nombre de whisky Bourbon. La materia prima del whisky es el maíz, trigo, sojas y maltas. En Estados Unidos se usa trigo de varios tipos, cebada y centeno moreno o integral. El proceso inicial es tostar y triturar los granos y mezclarlos con los espíritus neutros y agua en proporciones de 30 y 70% respectivamente. Esa mezcla se pasa a las tinas de fermentación, donde se agregan levaduras y zacaromicet (Barragán, 2010).

La destilación es por evaporación en varios alambiques. El requisito para obtener una buena calidad es que el whisky permanezca un mínimo de dos años en añejamiento. La graduación alcohólica del whisky se puede reducir agregando agua destilada al concluir el tiempo del añejamiento (Barragán, 2010).

## **i. Bebidas no alcohólicas gasificadas y no gasificadas**

Las bebidas no alcohólicas pueden ser gasificadas o no. Pueden tener entre sus ingredientes jugos, leche, extractos naturales o artificiales, agua, etc. y un 0,5% en volumen máximo de alcohol. Existen varios tipos de bebidas sin alcohol:

- **Aguas tónicas:** Son aquellas bebidas preparadas a base de extractos y/o esencias de limón, pomelo u otras frutas cítricas o mezclas.
- **Ginger ale:** Preparada a base de extracto de jengibre soluble en agua.
- **Bebidas sin alcohol artificiales:** Preparadas con esencias artificiales o una mezcla de estas, con extractos naturales, esencias naturales y compuestos químicos aislados de las mismas (Romero & Caro, 2017).

### **Bebidas sin alcohol no gasificadas**

- **Agua:** Contienen una gran composición de minerales, beneficiosos para la salud y contienen bastantes sales minerales.
- **Mostos:** Este zumo contiene diversos elementos de la fruta como pueden ser la piel, las semillas, etc. Se considera una de las primeras etapas de la elaboración de los licores, aunque también es embotellado y servido como bebida, tras un minucioso filtrado.
- **Leche:** La leche es el producto obtenido de las hembras de los mamíferos tras su ordeño de forma higiénica, respetando las normas actuales de sanidad (Romero & Caro, 2017).

## **Bebidas no alcohólicas gasificadas**

Este epígrafe refleja a las bebidas adicionadas de anhídrido carbónico o gasificante, de forma natural o no.

- **Agua con gas:** Son bebidas inodoras transparentes e incoloras constituidas por agua potable y anhídrido carbónico exclusivamente, o que además contengan sales minerales y entre ellas bicarbonato sódico.
- **Gaseosa:** Bebida transparente, preparada con agua potable y anhídrido carbónico, con la eventual adición de ácidos cítricos, tartarito y láctico, aromas de frutas cítricas y edulcorantes naturales o artificiales.
- **Refresco:** Es una bebida sin alcohol que se suele tomar fría, puede ser de limón, naranja, etc.
- **Bitters:** Son excelentes acompañantes de la coctelería, ya que se denomina bitter a la bebida alcohólica de baja graduación alcohólica que tiene un fuerte aroma aromático, estas también pueden ser cremas como por ejemplo (licor de crema de chocolate, licor de crema de coco, etc) (Romero & Caro, 2017).

### **j. Amargos**



**Figura 1-2:** Variedad de amargos

**Fuente:** (Romero & Caro, 2017)

En esta designación se incluye el conjunto de licores y bebidas amargas, siendo muy variada, teniendo como rasgo general la adición de alcohol neutro aromatizado de hierbas aromáticas, aceites esenciales y las cortezas de cítricos (Romero & Caro, 2017).

Existen varios tipos, pudiéndose englobar en:

- Amargos claros, normalmente de color rojo.
- Amargos caramelizados, con más concentración de azúcar.
- Amargos sin alcohol (Romero & Caro, 2017).

### **h. Cervezas**

Los orígenes de la cerveza se atribuyen a Mesopotamia y Egipto. No conociéndose hasta el siglo I a. C. en España y más tarde en Grecia, Italia, Alemania y Francia. Durante la Edad Media su fabricación en Europa central era exclusiva de los monjes. A partir del siglo XV empezó a elaborarse en muchas partes del mundo (Romero & Caro, 2017).

Los ingredientes básicos para la confección o elaboración de la cerveza son:

- **Lúpulo:** es una planta muy aromática que aporta amargor y facilita la formación de espuma.
- **Malta:** cebada germinada y posteriormente secada y tostada; a este proceso se le denomina malteado. La cebada no es el único cereal que se utiliza para la fabricación de la cerveza. Hay uso de otros cereales como el trigo.
- **Agua:** es el principal ingrediente para la elaboración de la cerveza. Se necesita una gran cantidad de agua y debe ser potable.
- **Levadura:** son hongos que durante la elaboración de la cerveza transforman el azúcar en alcohol (Romero & Caro, 2017).

### **Tipos de cerveza**

Según la temperatura del mosto durante la fermentación se distinguen varios tipos de cerveza:

- **Cervezas de fermentación alta (Ale):** La primera fermentación es de 14 a 15 °C (dura de 3 a 5 días). Durante la fermentación la levadura sube a la superficie. La segunda fermentación se realiza de 4 a 5 °C. Estas cervezas tienen un gusto afrutado.
- **Cervezas de fermentación baja (Lager):** La primera fermentación se realiza de 5 a 14 °C y dura de 7 a 10 días. La levadura va bajando en capas depositándose en el fondo de la cuba. La segunda fermentación se realiza de 0 a 2 °C. Este tipo de cerveza es más neutra y contiene aroma a lúpulo y malta (Romero & Caro, 2017).

### **Servicio de cervezas**

Una cerveza no debe someterse a grandes cambios de temperatura. Tiene que conservarse a temperatura constante, en un lugar fresco. La temperatura de la cerveza para su servicio se sitúa de 5 a 8 °C. La forma correcta de servir una cerveza es dejando dos dedos de espuma. Por otro lado la copa, vaso o jarra tienen que estar limpia, sin restos, debido que impide la creación de la espuma (Romero & Caro, 2017).

## 2.1.2. Restobar Guagua Cuchara

### 2.1.2.1. Historia

EL restobar Guagua Cuchara fue creado a inicios del año 2018 por el mes de marzo como un nuevo proyecto que realizaba un servicio de alimentación y bebidas, este se enfocaba en utilizar al máximo el tiempo de vida útil del negocio, sus servicios eran la elaboración de almuerzos para un sector ejecutivo, posteriormente a partir de la tarde este tenía un servicio de comida rápida “picadas” acompañado de una leve carta de coctelería y cerveza, el proyecto fue recibido de una muy buena manera por el público objetivo al cual se diría, este proyecto comenzó a tener una gran demanda en todas sus áreas, pero se notó una gran problemática en el sector del bar, ya que este comenzó a crecer en los 3 posteriores meses, tuvo grandes problemas en sentido de exigencia de clientes ya que su carta no era tan variada, no tenía el plus gastronómico que necesita, y no era diferente a otros lugares. Es ahí en donde en cuestión a su nombre se decidió realizar la implantación de una carta de coctelería artesanal con licores ecuatorianos, dar un mejor estilo y la implementación completa dentro de área del bar.

### 2.1.2.2. Ubicación, tipo de servicio

#### a. Ubicación

La empresa está ubicada en el cantón Quito, en el centro norte de la ciudad, sector “La Mariscal” en las calles 9 de octubre y Jerónimo Carrión.



**Figura 2-2:** Ubicación del establecimiento Guagua Cuchara  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

## b. Tipo de servicio

El servicio que se ofrece en el restobar es un servicio americano, el cual consiste en llevar los platos previamente elaborados en la cocina directamente a la mesa del comensal, su estilo es de un fast food, el cual conquistó en comida elaborada rápidamente acompañado de bebidas frías como la cerveza y coctelería de la casa.

### 2.1.2.3. Carta, tipo de mercadeo

#### a. Carta

El estilo de la carta es informal para las personas las cuales visitan el establecimiento



# Menu

## HAMBURGUESAS AL GRILL

**GUAGUA CHEDDAR**

Pan, lechuga, carne molida, queso cheddar, cebolla perla, salsa y papas..... \$ 3,00

**Doble \$ 5,00**

**GUAGUA BBQ**

Pan, carne molida, tocino, queso cheddar, salsa BBQ, tomate, cebolla perla, salsa y papas..... \$ 4,00

**Doble \$ 5,50**

**GUAGUA MOLE**

Pan, carne molida, guacamole, salsa picante, queso cheddar, tomate, tocino, cebolla, pepino, salsa y papas..... \$ 5,25

**Doble \$ 7,00**

**LA GUAGUA**

Pan, carne ligio, filete de pollo, tomate, lechuga, cebolla caramelizada, dedos de queso, salsa y papas..... \$ 6,99

## PICADAS

**GUAGUA ALITAS**

Alitas  
Papas fritas \$ 5,00  
Salsa BBQ  
Salsa rosada  
Ensalada (apio, zanahoria, salsas)

**NACHOS CON GUACAMOLE**

\$ 3,00

**BROCHETAS DE CAMARÓN X 6**

Con patacón o fajitas de verde y salsa..... \$ 5,00

**PANZA llena**  
sazón completa

## PORCIONES

<p><b>PAPAS</b></p> <p>Pequeña..... \$ 1,00</p> <p>Grande..... \$ 2,00</p> <p><b>FREJOL</b></p> <p>Pequeña..... \$ 1,00</p> <p>Grande..... \$ 2,00</p> <p><b>ZANAHORIA Y APPIO CON ENSALADA</b></p> <p>Pequeña..... \$ 1,50</p> <p>Grande..... \$ 2,50</p> <p><b>FAJITAS DE VERDE</b></p> <p>Pequeña..... \$ 1,00</p> <p>Grande..... \$ 2,00</p>	<p><b>ARROZ</b></p> <p>Pequeña..... \$ 1,00</p> <p>Grande..... \$ 2,00</p> <p><b>ENSALADA</b></p> <p>Pequeña..... \$ 1,50</p> <p>Grande..... \$ 2,50</p> <p><b>PATACONES</b></p> <p>Pequeña..... \$ 1,00</p> <p>Grande..... \$ 2,00</p> <p><b>MADUROS CON QUESO</b></p> <p style="text-align: center;">\$ 2,50</p>
---	---

## BEBIDAS

<p>Pilsener 600 ml..... \$ 2,25</p> <p>Club 600 ml..... \$ 2,50</p> <p>Budweiser 600 ml..... \$ 2,00</p> <p>Pilsener personal..... \$ 1,25</p> <p>Club personal..... \$ 1,50</p> <p>Cocktail de la casa..... \$ 3,00</p> <p>Jarra de limonada..... \$ 3,00</p> <p>Jarra de gaseosa..... \$ 2,25</p> <p>Limonada personal..... \$ 0,75</p> <p>Gaseosa personal..... \$ 0,50</p> <p>Agua..... \$ 0,75</p>	<p>combo 3 x \$5,60</p> <p>combo 3 x \$7,00</p> <p>combo 3 x \$5,00</p>
---	---



**Figura 3-2:** Carta del establecimiento Guagua Cuchara  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### **b. Tipo de mercadeo**

Son 4 mercados de los que dispone el restaurante:

- **Estudiantes:** Personas de una edad entre 18 a 25 años que se encuentran cerca del sector el cual son las universidades (UCE, EPN, PUCE, UPS)
- **Oficinistas:** Personas de una edad entre 25 a 40 años que se encuentran en ministerios, oficinas, etc.
- **Comunidad:** Personas entre 16 a 45 años que viven en los alrededores, departamentos, edificios, etc.

**Turistas:** Personas que se alojan en los diferentes hoteles, hostales, del sector.

#### *2.1.2.4. Horarios*

El establecimiento “Guagua Cuchara” abre sus puertas a toda la colectividad en el horario de:  
Lunes a viernes de 12h00 a 18h00

#### *2.1.3. Entrevistas en Grupo Focal*

##### **a. Concepto**

Es una técnica ampliamente empleada, se trata de una entrevista no estructurada y libre a un grupo reducido de personas, por lo general entre seis y diez. La duración puede estar comprendida entre

una hora y media, hasta las seis horas. Siendo lo habitual una hora y media o dos. La dinámica es moderada por un investigador capacitado, normalmente psicólogos de profesión. Este trata de fomentar el diálogo con puntos guiados interviniendo lo menos posible, y siempre evitando preguntas directas. Siempre es habitual grabar la dinámica. Entre las aplicaciones se emplea para enfocar políticas de recursos humanos, interpretaciones de marcas, uso de productos, conceptos de nuevos productos, etc (Santos, 2017).

#### **b. Procedimiento**

Los grupos focales deben conseguir implicar activamente a los sujetos. Los entrevistados deben tener una experiencia o interés común para proporcionar datos con suficiente profundidad cualitativa y centrar la discusión en el porqué del evento o situación. Es decir, los participantes deben tener cierto grado de homogeneidad. Es ideal que todos los integrantes puedan compartir su opinión, que se generen diferentes puntos de vista y haya interacción. Grupos muy extensos inhiben la discusión, y grupos muy pequeños no propician la generación de ideas y conceptos. El resultado de la interacción en el grupo focal genera datos cualitativos profundos, ideas, actitudes y experiencias. Para preparar exitosamente un grupo focal se debe diseñar una guía de discusión sobre los temas que deben de ser abordados. Esta guía debe de permitir un flujo lógico de conversación no forzada con un enfoque claro. En el comienzo de la sesión el moderador suele explicar el propósito de la reunión y lo que se espera que suceda. A continuación, es habitual que los participantes se presenten y hablen de su experiencia o inclinación hacia el producto o evento. El objetivo es abrir un debate donde los participantes se sientan libres para expresar sus sentimientos y opiniones, y que a su vez se aborde el tema desde diferentes ángulos y puntos de vista (Santos, 2017).

#### **c. Aplicaciones**

Los grupos focales son interesantes para comprender los estilos de vida de los consumidores y la comunicación entre ellos, generar ideas de nuevos productos y evaluar cómo un grupo interpreta un concepto de producto, identificar sus atributos, o probar el prototipo antes de ser lanzado al mercado. También es interesante para estudiar los hábitos de uso de los consumidores de nuestro producto y los de la competencia, su interacción, o para evaluar el impacto e interpretación de mensajes publicitarios (Santos, 2017).

#### **d. Ventajas y desventajas**

La aplicación de la técnica de entrevista grupal ha llegado a ser muy popular, tanto que existen agencias dedicadas exclusivamente a la implementación de esta. Entre las ventajas y desventajas se muestran las siguientes:



**Tabla 2-2:** Ventajas y desventajas del grupo focal

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
La inclusión dentro de grupo anima a la generación de ideas	Conclusiones solo del grupo mayoritario
Sirve como investigación exploratoria	La discusión puede provocar opiniones no reales
Son buenos para resolver diferencias de opinión	Es caro y a veces es difícil encontrar sujetos.
Suelen realizarse comentarios espontáneos	Depende de las habilidades del moderador
En poco tiempo permite tener gran profundidad del problema	El dominador del grupo puede imponer su opinión y sesgar la de otros.
Es fácil hacer participar al cliente de la investigación.	Domina el punto de vista mayoritario del grupo.
Sirve como campo de prueba de conceptos y productos.	Es difícil distinguir la opinión real individual de la opinión dentro del grupo.
El resultado ayuda a comprender el problema.	Pueden ser difíciles de controlar y dinamizar
Es una técnica flexible.	La muestra no es representativa

Fuente: (Santos, 2017)

#### **2.1.4. Escala de likert**

En la escala Likert se le pide a los encuestados que indiquen en qué medida están de acuerdo o no con una serie de afirmaciones acerca de un tema. Por lo general, la escala está balanceada entre el acuerdo y desacuerdo, es decir, existen las mismas categorías a ambos lados de la escala desde un hipotético centro. Esta escala puede tener cinco categorías: “totalmente de acuerdo”, “de acuerdo”, “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, “en desacuerdo”, y “muy en desacuerdo”. Aunque algunos investigadores usan la misma escala, pero a siete puntos. Las escalas tipo Likert suelen ser las más indicadas para diseños de investigación que utilizan encuestas auto administradas, entrevistas personales, o encuestas en línea. Entre las principales ventajas están su fácil construcción y aplicación, sin embargo, suelen ser más lentas de completar y en algunas ocasiones su interpretación puede ser difícil. Su aplicación práctica suele circunscribirse usualmente a la medición de actitudes y comportamientos. En estos casos, el investigador emplea constructos con diversas variables para medir el mismo concepto de actitud. Usualmente el investigador propone un variado número de variables antes de plantear el cuestionario final. Entonces se lleva a cabo una prueba preliminar o pretest. Consecuentemente se analizan los ítems y se seleccionan aquellos que mejor representan la variabilidad de la muestra (Santos, 2017).

#### **Codificación y análisis de la escala Likert**

La codificación Likert consiste en valor numérico a cada punto escalar de afirmaciones. Cuando la dirección de la afirmación es positiva el valor del punto escalar más favorable es “cinco” y va decreciendo en una unidad, para los demás puntos escalares, así:

Equivalencia:

Totalmente de acuerdo = 5 puntos

De acuerdo = 4 puntos

Neutral = 3 puntos

En desacuerdo = 2 puntos

Totalmente en desac. = 1 punto

Se otorga escalar valor va decreciendo en una unidad para los demás puntos escalares, así: contrario, cuando afirmación es negativa, el valor de “cinco” al punto más desfavorable (Cruzatti, 2008).

### **2.1.5. Destilados de Caña**

#### *2.1.5.1. Elaboración o proceso*

##### **a. Elaboración y proceso**

Los aguardientes son las bebidas obtenidas a partir de la destilación de líquidos fermentados, mediante la condensación del líquido evaporado, obteniendo bebidas con altas graduaciones alcohólicas. La destilación de los aguardientes La destilación es el proceso consistente en el calentamiento de un líquido con porcentaje alcohólico hasta evaporarlo, haciéndolo pasar por conductos refrigerados que lo condensarán permitiendo la eliminación de residuos o impurezas. Este proceso es posible gracias a los diferentes puntos de ebullición del alcohol y el agua, siendo de 78,5 °C para el alcohol y de 100 °C para el agua (Romero & Caro, 2017).

El proceso de destilación se divide en tres fases, distinguiéndose las siguientes:

- 1. Cabezas:** es el principio de la destilación, donde se eliminan el porcentaje metílico, siendo el alcohol dañino para la salud.
- 2. Corazón:** es la fase intermedia del proceso de destilado, donde se obtiene el alcohol y las sustancias de gran calidad.
- 3. Colas:** pertenece al proceso final de destilado, donde se pueden observar todas las impurezas. En ocasiones este proceso se repite, conociéndose el proceso como de “doble destilación” obteniendo una mayor graduación alcohólica y un destilado más puro (Romero & Caro, 2017).



**Figura 4-2:** Formas de destilado  
**Fuente:** (Romero & Caro, 2017)

### Tipos de aguardientes

Atendiendo al líquido base a destilar, se distinguen tres grupos de aguardientes, distinguiéndose:

- **Aguardientes de vino:** Son los destinados a la producción de brandis, armagnac, orujos, grapas, fines, etc. Brandy.
- **Aguardientes de sustancias azucaradas:** Son los destinados a la producción de roncs, tequilas, aguardientes de fruta y calvados.
- **Aguardientes de sustancias que transforman el almidón en azúcar:** Son los destinados a la producción de bourbons, etc. Whiskies, ginebras, vodkas, Tipos de whiskies (Romero & Caro, 2017).



**Figura 5-2:** Variedades de aguardientes  
 (Romero & Caro, 2017)

Nota El envejecimiento del aguardiente se realiza en recipientes de madera, denominados barricas.

#### 2.1.5.2. Puro de puyo

##### a. Descripción:

**Tabla 3-2:** Descripción del puro de puyo

Descripción del licor	
<b>Región</b>	Oriente
<b>Ciudad</b>	Puyo
<b>Nombre</b>	Puro puyo
<b>Grado alcohólico</b>	45°C
<b>Ingredientes</b>	Aguardiente de caña certificado, agua potable
<b>Packaging</b>	Existente

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### 2.1.5.3. Pájaro azul

#### a. Historia

Es un licor espirituoso destilado y re-destilado en alambiques que contienen el almibarado guarapo para evaporación, según se dice mezclado con gallina de campo, frutas maduras, principalmente guineo y anís. Es un aguardiente de primera calidad mezclado con anetol y pequeños cristales de permanganato de potasio para darle ese colorcito azul tornasol. Este licor es producido en la región de Echeandía que es una zona subtropical perteneciente a la Provincia Bolívar. Resulta que en el año 1937 sobrevoló por Guaranda un monoplano de color azul celeste que pasó rasante provocando tremendo susto entre los habitantes de Guaranda y Guanujo. (Hasta entonces no conocían lo que era el avión porque no llegaban los periódicos en toda su amplitud informativa). Los paisanos creyeron que era un gigantesco pájaro azul, salieron todos los varones a la plaza y organizaron una expedición en dirección norte hacia el Arenal Grande para "cazar el pájaro azul". La expedición llevaba como provisiones grandes trozos de panela y botellas llenas de anisado de primera calidad que iban tomando por el camino y en el brindis decían "tómame un pájaro azul". Los militares del Batallón España acantonado en Guaranda habían encontrado el avioncito de color azul celeste que había aterrizado forzosamente en el Arenal Grande (Tour salinerito, 2015).

#### b. Descripción:

**Tabla 4-2:** Descripción licor pájaro azul

Descripción del licor	
<b>Región</b>	Sierra
<b>Ciudad</b>	Guaranda
<b>Nombre</b>	Pájaro azul
<b>Grado alcohólico</b>	47°C
<b>Ingredientes</b>	
<b>Packaging</b>	Existente

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### 2.1.5.4. Caña manabita

#### a. Historia

Fue creada el 29 de julio de 1966, y durante medio siglo se ha mantenido como una empresa Portovejense líder que es conocida a nivel nacional e internacional. Este licor se extrae de la caña

de azúcar y es procesado con los más altos estándares de calidad, es una bebida sin químicos y se comercializa de manera legal. Cada una de las presentaciones de estos productos ha pasado por un proceso de transformación; y con el paso del tiempo se conservó el diseño vanguardista y lleno de tradición que los usuarios siempre han preferido (Frontera, 2018)

Hablar de Caña Manabita es resaltar la historia de una Provincia que mantiene la tradición con esta bebida en cada celebración, y la vez es el aliado perfecto para las reuniones familiares o entre amigos; y hasta en las nuevas generaciones sigue permaneciendo como un lazo de confraternidad (Frontera, 2018).

## **b. Descripción:**

**Tabla 5-2:** Descripción licor caña manabita

<b>Descripción del licor</b>	
<b>Región</b>	Costa
<b>Ciudad</b>	Manabí
<b>Nombre</b>	Caña manabita
<b>Grado alcohólico</b>	
<b>Ingredientes</b>	
<b>Packaging</b>	Existente

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

### **2.1.6. Proyecto de factibilidad**

#### **2.1.6.1. ¿Qué es un estudio de factibilidad?**

Este estudio tiene como fin el de minimizar en un gran porcentaje los riesgos que puede acarrear al momento de crear un negocio, a la vez determinara de manera efectiva el éxito o fracaso del posible negocio al implantar, cabe recalcar que si se realiza con todos procesos de manera consecutiva, ordena, aparte de contar con un equipo de trabajo serio y responsable, se podrá obtener una información verídica y confiable, además que se requiere el compromiso por cada uno de los miembros que forman parte del proyecto para lograr un estudio idóneo, ajustado a los lineamientos que requiere el mismo (Ramirez, 2004, p. 44).

Este estudio por ser considerada el factor importante sobre la decisión final de invertir o no, debe ser valorado minuciosamente, por lo tanto es independiente y por ende posee su propia fuerza sobre la toma de decisiones, cabe mencionar que este plan no indica sobre los resultados positivos, las ganancias que va a obtener el negocio o el éxito del mismo, sino por el contrario es

una herramienta utilizada con el fin de determinar si es prudente invertir o no recursos económicos o humanos en el emprendimiento a realizar. En el caso de obtener resultados en los cuales no es seguro la viabilidad de proyecto se aconseja la paralización del montaje del proyecto, por otra parte en el caso de obtener resultados cualitativos y cuantitativos se procederá a poner en marcha dicho proyecto siempre y cuando se cumpla con los parámetros de plan (Ramirez, 2004, p. 45).

Para llevar a cabo el presente estudio es necesario cumplir con los 6 pasos que son:

- Presentación de la idea de negocio.
- Organización, control y auditoria del estudio de factibilidad.
- Análisis del entorno general.
- Análisis del entorno sectorial.
- Análisis por aras funcionales del proyecto.
- Decisión de montar la empresa (Ramirez, 2004, p. 45).

**Presentación de la idea de negocio:** la idea emprendedora debe ser innovadora, diferente, además se debe tener conocimiento si existe o no precedentes sobre la misma, se debe tomar en cuenta si cubre o no alguna necesidad existente en el mercado al cual se está enfocando, debe ser clara y entendible, además debe poseer una descripción en el que se muestre las características físicas y técnica, así como la utilidad del producto (Ramirez, 2004, p. 46).

**Organización, control y auditoria del estudio de factibilidad:** Un emprendimiento llega a ganar confianza y dirección, siempre y cuando se lo realice dentro de la filosofía de la gerencia del proyecto, para ellos es imprescindible acogerse a un sistema exigente de planeación, programación y control para la ejecución de plan de negocios, los encargados sobre cada una de las actividades deben disponer del tiempo necesario para la ejecución de cada actividad (Ramirez, 2004, p. 47).

**Análisis del entorno general:** En este proceso se ha reconocido 8 fuerzas las cuales de manera directa o indirecta afectan a las empresas que se pretenden instalar tras el estudio pertinente, este tipo de fuerzas son las siguientes: económicas, sociales, culturales, geográficas y demográficas, políticas, legales, tecnológicas y por último se encuentra las medioambientales. Cada una de estas fuerzas es independiente que si no son analizadas minuciosamente pueden repercutir de manera grave a todo el emprendimiento (Ramirez, 2004, p. 48).

**Análisis del entorno sectorial:** Este entorno hace énfasis a la macroeconomía, es decir a los fenómenos económicos en los mismos que se encuentran presente la inflación, el desempleo y hasta el crecimiento de la económica del sector, algunas de las variables microeconómicas en relación con el plan de proyecto son: el producto interno bruto, el ingreso per cápita y salario básico, la tasa de inflación, tasa de interés, las depreciaciones de los posibles instrumentos o

máquinas a utilizar, también del tamaño del mercado al cual se encuentra enfocando, los salarios, impuestos que son imprescindibles dentro de la ejecución de un plan de negocios (Ramirez, 2004, pp. 49-50).

#### 2.1.6.2. Estudio der mercado

Durante el este estudio se pretende responder las siguientes preguntas que son necesarias para determinar la necesidad de la colectividad, estos son: ¿Cuáles son sus objetivos?, ¿ qué métodos utiliza?, ¿Cuáles son los métodos de proyección para la obtención de la oferta y la demanda?, ¿Cómo establecer la valor del producto?, ¿Cuáles son los canales de comercialización necesarias y adecuadas conforme al tipo de producto que se pretende establecer?, ¿Cómo presentar de mejor forma para el mercado (Ovledo, 2017, p. 4).

El objetivo final del estudio de mercado es el determinar el número de personas, empresas o cualquier tipo de entidades económicas que son generadoras de la demanda, con este resultado se procede a establecer un programa de producción de bienes o servicios. Al momento de llevar al cabo el presente estudio se conoce si el producto o servicio a implantar en el mercado es o no aceptable, además de esto se analiza posibles estrategias que ayudarán al producto ingresar al mercado (Ovledo, 2017, p. 5).

Durante el desarrollo del estudio de mercado este debe disponer de información que permita tomar decisiones estas son:

- La recopilación de la información deber ser sistemática.
- El método de recopilación será objetivo y no tendencioso
- Los datos recopilados deberán contener siempre la información útil.
- El resultado de la investigación servirá de base para tomar decisiones (Ovledo, 2017, p. 5).

La información que abarca la publicidad, el sector de ventas, el precio, tamaño, etc. Para esto se debe responder las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el medio publicitario más usado en los productos similares que se lanzará al mercado?
- ¿Cuáles son las características generales promedio referentes al precio y tamaño del producto?
- ¿Qué tipo de envase es el preferido por el consumidor?
- ¿Qué problemas actuales tienen tanto el intermediario como el consumidor con los proveedores de los artículos similares y que características le exigirían a un nuevo producto? (Ovledo, 2017, p. 6).

Los métodos para el estudio de mercado son considerados con la primera parte de la investigación ya que es aquí donde se cuantifica y determina la oferta y la demanda, se analiza el precio en comparación con el de la competencia, con todos estos aspectos se considera los riesgos que puede acarrear el nuevo producto, o el éxito del mismo considerando los puntos indispensables para el estudio, la toma de una buena decisión es la fuente crucial para encaminar correctamente al producto o servicio que la empresa está dispuesta a lanzar al mercado meta (Ovledo, 2017, p. 6).

#### **a. Fuentes primarias**

Este tipo de fuente se centra en el consumidor o usuario del tipo de producto o servicio; se debe observar directamente la conducta de usuario, las afinidades que tiene, la disponibilidad en cuanto al factor económico. El investigador centra su atención en el tipo de envase para el producto, el tamaño, los tonos de colores, la descripción del producto, de tal manera que llame la atención y sobre todo que satisfaga la necesidad del consumidor, además se tomará en cuenta la vida útil del producto para evitar en el futuro la muerte de producto o servicios nuevo (Ovledo, 2017, p. 7).

#### **b. Fuentes secundarias**

Es considerada todas aquellas que reúnen la información sobre el producto o servicios que se desea implantar, por ejemplo las estadísticas gubernamentales, libros de investigación, revistas datos e información en entidades públicas, los datos obtenidos por las distintas fuentes llegan a ser útiles para la toma de decisiones con el fin de evitar errores (Ovledo, 2017, p. 8).

#### *2.1.6.3. Estudio técnico*

El estudio técnico consiste en la participación directa de la ingeniera técnica con el fin de realizar el estudio de las fases de planeación, instalación e inicio de una operación. Es considerado como el núcleo o pilar fundamental debido a que todos los estudios restantes dependen de él, para conocer la factibilidad o no del negocio. Tras conocer los resultados obtenidos por el estudio de mercado interviene el estudio técnico para seguir con el proceso de factibilidad de un nuevo producto respondiendo las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son las características requeridas del producto o servicio?, ¿Cuál es el tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de ventas?, ¿Cuál es el precio del producto al público?, (Martín, 2004, p. 98).

El presente estudio es un proceso interactivo al cual una serie de estudios de tal manera que interactúan de forma permanente con el fin de completar el estudio de factibilidad, el estudio técnico hace referencia a estudios muy profundos en la planificación del proyecto, en lo que concierne al tipo de producción industrial se define como el empleo de materia prima, mano de obra, materiales auxiliares todo lo concerniente al equipo maquinaria, que con necesarios para la transformación del producto final (Martín, 2004, pp. 98-99).



En este sentido el estudio técnico contempla los siguientes rubros:

- Ensayos y pruebas preliminares.
- Selección del proceso productivo
- Especificaciones de la maquinaria para la operación y del equipo de montaje
- Lay Out de edificios y de distribución del terreno
- Lay Out de la planta
- Proyectos complementarios de ingeniería.
- Rendimientos.
- Flexibilidad en la capacidad de producción.
- Programas de trabajo (Martín, 2004, p. 99).

#### **a. Selección y determinación del proceso de producción**

Es fundamental conocer los diferentes procesos de operación y fabricación del proyecto, para realizar los procesos de operación y producción del producto que se pretende exponer al mercado meta. Los procesos tecnológicos están sujetos a varios cambios tecnológicos, las alternativas tecnológicas resultan de la utilización de diferentes técnicas, para el proceso de producción se distinguen tres clases de tipos de tecnologías (Martín, 2004, p. 100).

- a. Proceso de mano de obra intensiva,
- b. Proceso mecanizado.
- c. Proceso altamente mecanizada, uso de tecnologías avanzadas (Martín, 2004, p. 100).

#### *2.1.6.4. Estudio legal*

Una vez determinado el estudio de factibilidad técnica y financiera, es necesario definir la factibilidad legal del proyecto que se va emprender, para ello es necesario mantener un estricto control de cada uno de los papeles de tipo legal, se debe llevar un exacto orden de todo tipo de regulación referente al funcionamiento y ubicación del negocio. Con respecto a la regulación de ubicación este es un ordenamiento de tipo obligatorio por parte del municipio de la localidad que se encuentran establecidos por las entidades nacionales que son los principales responsables del desarrollo urbano, (Fernández, 2007, p. 46).

Con forma a la actividad que va llevando la implementación del negocio debe cumplir con una serie de trámites con el fin de obtener los permisos de funcionamiento pertinentes (patentes, licencias, estudios de impacto ambiental, permiso del ARSA, entre otros), no es lo mismo los permisos que se obtiene para brindar un servicio de comida a que brindan un servicio de bebidas alcohólicas, en este último caso se debe tomar en cuenta alguno de los aspectos para instalar este tipo de negocio como son:

- Ubicación lejos de áreas educativas.
- Permisos de suelo.
- Establecer el número de bebidas.
- Horario estricto para expender (Fernández, 2007, p. 46).

Otro tipo de regulaciones que se encuentran dentro del estudio legal son los impuestos que son modificados en el país, este tipo de impuestos puede estar directamente relacionados con la materia prima, o las mismas maquinarias y equipos que son indispensables para el funcionamiento de la misma empresa, además de tomar en cuenta los distintos valores de aranceles estipulados en el país (Fernández, 2007, p. 47).

#### *2.1.6.5. Estudio administrativo*

Este estudio se encarga de establecer la estructura organizativa dentro de la empresa, es decir las personas responsables de las fases de ejecución, así como también de la misma operación que requiere el proyecto. En las dos fases que son importantes para el proyecto se analiza varias de las características tales como son:

Fase de ejecución es necesario la delimitación de la estructura organizativa dentro de la empresa con el fin que esta pueda establecer las distintas tareas para la administración del negocio. En el diseño de la estructura se contemplan los siguientes ítems como son las fases de contratación, compras, adquisiciones, contrataciones, construcciones. En algunas de las ocasiones se ha visto que la empresa puede asumir el control de todas las actividades esto en el hecho que la misma empresa sea considerada dentro de la categoría de pequeñas empresas, y de las demás empresas deciden por optar por el apoyo de las consultorías (Fernández, 2007, p. 48).

Para la fase de operación se ha optado por realizar una estructura fija organizativa que permita poner en marcha el proyecto para cumplir con la ejecución del objetivo final del emprendimiento. Como parte del estudio se realiza un organigrama de dependencia de todos los departamentos que conforman la empresa, se establece las jerarquías de quienes forman parte de la empresa, se considera las aptitudes, destreza y habilidades del mismo (Fernández, 2007, p. 48).

El estudio administrativo al enfocarse a la constitución legal y organizacional de la empresa, garantiza que el proyecto en la cual se está invirtiendo se constituya bajo una estructura organizacional necesaria para que el emprendimiento funcione ya sea este como empresa o como una división de la empresa en la cual se encuentra en funcionamiento, (Morales & Miorale, 2014, p. 190).

#### *2.1.6.6. Estudio ambiental*

Este tipo de estudio ha sido considerado uno de los requisitos indispensables para la creación de un negocio este debido a que cada las empresas de tipo industrial aumentan el porcentaje de contaminación por parte de desechos, en este estudio se busca enfocar cuales son los efectos que puede ocasionar al ambiente y por él es necesario establecer la mitigación para reducir los riesgos. El estudio ambiental suele encontrarse regulado por varias entidades ambientales e instituciones responsables de la salud pública (Fernández, 2007, p. 47).

Cada día la sociedad esta propensa a sobre usar los productos plásticos que aumentan más la contaminación de los ríos, mares, lagos, los bosques. El medio ambiente es considerado el lugar donde varios de los organismos pueden desarrollarse, en las últimas décadas la natural ha sufrido varios cambios tanto en la temperatura, incremento de basura. Las medidas de mitigación suele minimizar los distintos tipos de riesgos que pueda resultar de la ejecución dl proyecto, se establecer unas medidas correctoras en relación con la actividad que es causante de daños en el medio ambiente, estas medidas ayudará de manera diaria para hacer correctivos sobre cualquier actividad que se esté realizando equivocadamente (Merino Ávila, 2011, p. 66).

#### *2.1.6.7. Estudio financiero*

Este estudio consiste en la obtención de indicadores financieros con el fin de identificar la rentabilidad del proyecto que se pretende poner en marcha, en este caso es necesario estimar la inversión inicial del negocio, de la misma manera se toma en cuenta la costos iniciales y los costos que son estimas para la operación del proyecto los datos proviene de los datos obtenidos del estudio de mercado, por este se obtiene los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas en relación con el precio, en esta parte el estudio técnico llega a cumplir un papel muy importante que son los costos de operación, costos de producción, mano de obra, las depreciaciones de la maquinaria, los gastos legales para implantar el negocio (Fernández, 2007, p. 47).

La información utilizada para el estudio financiero proviene de las siguientes fases que son las siguientes:

**Inversión inicial:** Esta fase hace referencia a los costos concernientes a las adquisiciones como son los terreno, edificios maquinarias, equipos, activos tangibles, sin olvidar que también se encuentran los que están sujetos a las auditorias o relacionadas a las asesorías técnicas (Fernández, 2007, p. 45).

**Costos de producción y de operación:** En esta etapa se encuentra todo lo relacionado con los costos directos, indirecto y generales relacionados con la operación del negocio así como de la producción, dentro de esto se engloba la materia prima, los insumos y materiales de, la mano de obra, los servicios de energía eléctrica y todo lo referente a servicios básicos y comunicación, así como los alquileres, pago de impuestos, los costos del área de administración (Fernández, 2007, p. 45).

**Capital de trabajo:** Se refiere a la cantidad de dinero en efectivo para la operación del proyecto, normalmente este capital de trabajo llega a correlacionarse con la actividad de todo el proyecto en general y se recupera una vez que se finalice su vida útil (Fernández, 2007, p. 45).

**Costos de capital:** Esto es al costo de financiamiento del proyecto y se determina en función de los diferentes fuentes en función de las fuentes de financiamiento (Fernández, 2007, p. 45).

**Flujos de efectivo del proyecto:** Toma en cuenta la base de precio y las cantidad del producto que se planea vender de forma anual, según el estudio de mercado y también dependiendo del costos de producción, con el fin de determinar la rentabilidad del posible proyecto a implantar (Fernández, 2007, p. 46).

**Rentabilidad del proyecto:** en esto el proyecto se evalúa de acuerdo a dos indicadores que llegan a ser muy efectivos y que son efectivos para determinar la evaluación de la inversión y que son el TIR y el VAN (Fernández, 2007, p. 46).

## **2.2.Marco conceptual**

### **Aperitivo**

Bebida alcohólica o no, que se suele tomar para «abrir boca», palabra derivada del latín aperire, o sea abrir, como por ejemplo todos los diversos bitters, vermouths, vinos generosos, cavas o champagnes, chatitos o chiquitos de vino, cervezas, sidras, etc., que se suele tomar antes de las principales comidas y que habitualmente va acompañada con algo para comer, como podrían ser los canapés o las tan españolas tapas (Jordá, 2007, p. 101).

### **Bar**

Local o lugar donde se sirven bebidas alcohólicas, aunque no exclusivamente, al igual que hoteles o restaurantes se puede hablar de grandes diferencias entre las categorías, sean oficiales, oficiosas o, de hecho, en ambos casos son los dueños, bármanes o los directores, quienes deben marcar la pauta y poner su sello personal. Lo más importante de un bar, aparte de la higiene y la limpieza, que se suponen como el valor, es la creación de un adecuado ambiente para su «público objetivo», o sea, hacia ese sector de público que se intenta captar, y que puede ser distinto a lo largo de un mismo día, o diferenciado según sea día laborable o festivo, verano o invierno (Jordá, 2007, p. 140).

### **Barman**

Persona que ha de tener una alta cualificación en cualquier tipo de combinados, cócteles y demás bebidas alcohólicas o no, estar al día de las innovaciones del mercado y los constantes cambios de gustos. Conocer la normativa sobre las leyes que prohíben el alcohol a menores, sentido común ante una persona que ha bebido demasiado, ser parte integrante de la creación del ambiente ideal, tanto en música, como niveles de oxígeno en el local, temperatura adecuada, velar por la seguridad de sus clientes no permitiendo bloquear las salidas de emergencias, etc (Jordá, 2007, p. 141).

### **Carta**

Carta: En un restaurante o establecimiento análogo, lista de platos y bebidas que se pueden elegir. (española, 2014).

### **Destilar**

Separación de los elementos de una mezcla líquida, por vaporización, y posterior enfriamiento de la misma». Sus orígenes se atribuyen a los árabes, en la confección de aceites y esencias aromáticas, fundándose en la variación del punto de ebullición o evaporización de los elementos que componen esa determinada mezcla (Jordá, 2007, p. 391).

## **Emprendimiento**

Emprendimiento: Acción y efecto de emprender (|| acometer una obra). Cualidad de emprendedor. Esta persona destaca por su emprendimiento y capacidad. (española, 2014).

## **Emprendedor**

1. adj. Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras (española, 2014)

## **Menú**

2. m. Conjunto de platos que constituyen una comida.

3. m. Carta del día donde se relacionan las comidas, postres y bebidas (española, 2014).

## **Sumiller**

Es el responsable de vinos, licores y demás bebidas existentes en el establecimiento. Sus funciones son: Tiene que ser un experto en todo lo referente a conservación, cata, maridaje y servicio de vinos, crear la carta de vinos, sugiere compras de vinos teniendo en cuenta la disponibilidad en el mercado, sugiere al cliente el vino que marida mejor con el manjar que va a consumir, es el encargado de ofrecer al cliente la carta de vinos y de tomar la comanda, realiza el servicio de vinos y demás bebidas. Siempre que el cliente lo solicite, le aconseja sobre los vinos más adecuados en función de los platos solicitados por éste. En algunos casos se encarga de la perfecta conservación de los vinos en la bodega del establecimiento (Miguel, 2016, p. 13).

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

La metodología es una herramienta que ayuda a simplificar varios procesos y técnicas que nos servirán para el desarrollo de la investigación en la cual obtendremos información, para el desarrollo de implementación de un área de bebidas utilizando licores autóctonos del Ecuador para fomentar el turismo y el conocimiento de este producto en la ciudad de Quito.

#### 3.1. Tipo y diseño de la investigación

##### 3.1.1. *Investigación descriptiva*

La implementación de la investigación descriptiva ayudara a recolectar información por medio de la técnica de recolección de datos reales los cuales se enfocan en los distintos habitantes y turistas del sector del centro norte de la ciudad de Quito ya que esta zona es uno de los lugares más concurridos tanto por extranjeros como por ecuatorianos a los cuales se les aplicara encuestas.

##### 3.1.2. *No experimental*

La implementación de la investigación no experimental ayudara a determinar tanto el mercado potencial al cual se encuentra enfocado y posibles mercados potenciales a los cuales se puede enfocar

##### 3.1.3. *Concluyente*

La implementación de la investigación concluyente ayudará a tomar decisiones racionales para la elaboración de la carta de coctelería mediante la aplicación de un tes de cata, el mismo que se aplicó a 3 grupos distintos de personas.

### **3.2. Técnica de recolección de datos**

#### **3.2.1. Técnica cuantitativa**

La técnica cuantitativa que es utilizada para la recolección de datos verídicos, mediante la entrega de encuestas en donde se aplica una tentativa de N preguntas para la prueba piloto, de esta se escogerán N preguntas concluyentes para la aplicación de estas a N personas en la ciudad de Quito, las cuales serán válidas para la elaboración del proyecto actual que se elabora. Ya que el principal objetivo de esta técnica es poder alcanzar una información estadística que se podrá tabular con esto se logrará de manera clara y concisa obtener los resultados mediante tablas y gráficos.

#### **3.2.2. Técnica cualitativa**

La técnica cualitativa que es utilizada para la recolección de datos de gustos, reacciones frente al producto, mediante la aplicación de un tes de cata dentro de un focus group, en el cual se evaluara que tipos de cocteles son los más aceptables, la experiencia de los participantes, y su grado de aceptación posterior a este, con la ayuda de la escala de likert. Ya que el principal objetivo de esta técnica es poder alcanzar una información estadística y de experiencias que nos ayudaran a determinar la aceptabilidad de nuestro producto a diferentes grupos de mercado.

### **3.3. Fuentes de investigación**

#### **3.3.1. Fuentes primarias**

Las fuentes primarias para el desarrollo del presente proyecto de emprendimiento se obtuvieron a través del empleo de tentativas, que consisten en un conjunto de interrogantes dirigidas al universalismo con el objetivo de conocer necesidades insatisfechas de los mismos ya que estos resultados obtenidos procederemos a tabularlos para su correspondiente análisis.

##### **3.3.1.1. Encuestas por correo**

Se aplicó este tipo de encuesta a un público más juvenil ya que este es más rápido y fácil de contestar, un poco más preciso y no tan reflexivo, además que hoy en día el uso de estas propuestas es más acogido por los estudiantes en este caso el sector estudiantil universitario, la desventaja es que no se puede supervisar ya que no existe una interacción directa.



### 3.3.1.2. Encuesta personal

La aplicación de la encuesta personal en la ciudad de Quito en el sector de la Mariscal, ayudo a determinar una mayor información del público objetivo que se maneja ya que se utilizaron personas muy cercanas al establecimiento, la desventaja es que conlleva un mayor gasto y tiempo.

### 3.3.2. Fuentes secundarias

Para las fuentes secundarias se ocupó citas de libros, páginas web, proyectos sobre el tema, instructivos o normas técnicas del INEN, datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos 2010 con el propósito de determinar la población que se encuentra en la ciudad de Quito para la aplicación de dichas tentativas.

## 3.4. Segmento de mercado

**Tabla 1-3:** Segmento de mercado

<b>Variables</b>	<b>Segmentación</b>
<b>GEOGRÁFICA</b>	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Sector	La mariscal
Número de habitantes	12 843
Edad	18 – 35
Densidad	Urbana
Clima	Templado
<b>DEMOGRÁFICA</b>	
Nacionalidad	Ecuatoriana
Genero	Masculino y femenino
<b>PSICOGRÁFICA</b>	
Clase social	Media, media alta, alta
Personalidad	Conservadora
<b>CONDUCTUAL</b>	
Beneficio	Calidad de producto y servicio, ambiente agradable.
Situación del usuario	Nueva variedad
Lealtad	Fuerte
Frecuencia de uso	Medios

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

### 3.5. Universo

Para obtener el cálculo del universo de estudio del proyecto de emprendimiento se analiza la población objetiva de Quito, la parroquia “Mariscal Sucre” ente hombres y mujeres la que actualmente cuenta con una población de 12843 habitantes., (2010) y una tasa de crecimiento del 3,1% según la proyección oficial, información brindada por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

### 3.6. Muestra

Para definir el tamaño de la muestra tomamos en cuenta la población seleccionada, de aquí se obtendrá la información para el proceso de estudio

- **Población finita**

Para el cálculo se utilizará la fórmula de Canavos (1998) de poblaciones finitas

#### Fórmula

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

n: Tamaño de muestra

z: Nivel de confianza (1,96)

e: Error admisible (0,05)

N: Total de la población

p: Probabilidad exitosa (0,9)

q: Probabilidad de fracaso (0,1)

#### Cálculo

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,9)(0,1)(12843)}{(12843)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,9)(0,1)}$$

$$n = \frac{4440,390192}{32,453244}$$

$$n = 137$$

### 3.6.1. Estratificación

#### a. Aleatorio estratificado uniforme

Se realiza este tipo de estratificación por el tipo de estrato, el cual ya está en este caso población urbana, adicional a esto se decide enfocar la encuesta dirigida a 2 sectores importantes (estudiantes y profesionales cercanos al restobar “clientes del mismo”).

#### b. No probabilístico: Intencional

Las encuestas están aplicadas a las personas cercanas al restobar (clientes frecuentes, personas que suelen transitar en la zona, personas que viven en la misma y el nuevo mercado potencial el cual son jóvenes universitarios cercanos al sector).

**Tabla 2-3:** Estratificación

<b>3 MATRIZ</b>	<b>ZONA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>#DE ENCUESTAS</b>
<b>URBANA</b>	12843	100	137
<b>TOTAL</b>	12843	100	137

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### 3.7. Tabulación y análisis de resultados

#### Pregunta N° 1

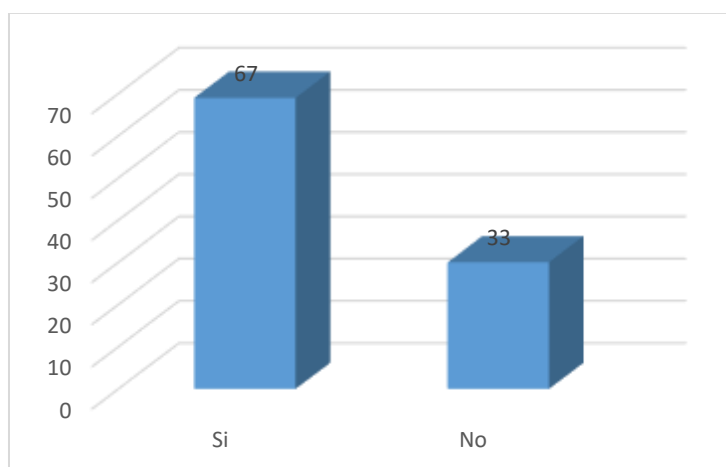
Considera usted que sería factible la implementación de un área de bebidas enfocadas en coctelería artesanal a base de licores autóctonos de las 3 regiones del Ecuador, en la ciudad de Quito.

**Tabla 3-3:** Implementación del área de bebidas

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	92	67%
No	41	33%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 1-3:** Corresponde a la tabla pregunta 1

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

### ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Tomando en consideración las encuestas realizadas en la ciudad de Quito, sector de “La Mariscal”. El 67% de los encuestados respondieron que SI y el 33% respondieron que NO. Estos resultados son beneficios debido a que la aceptación por parte de la colectividad es alta, y por ende se garantiza la viabilidad del establecimiento.

## Pregunta N° 2

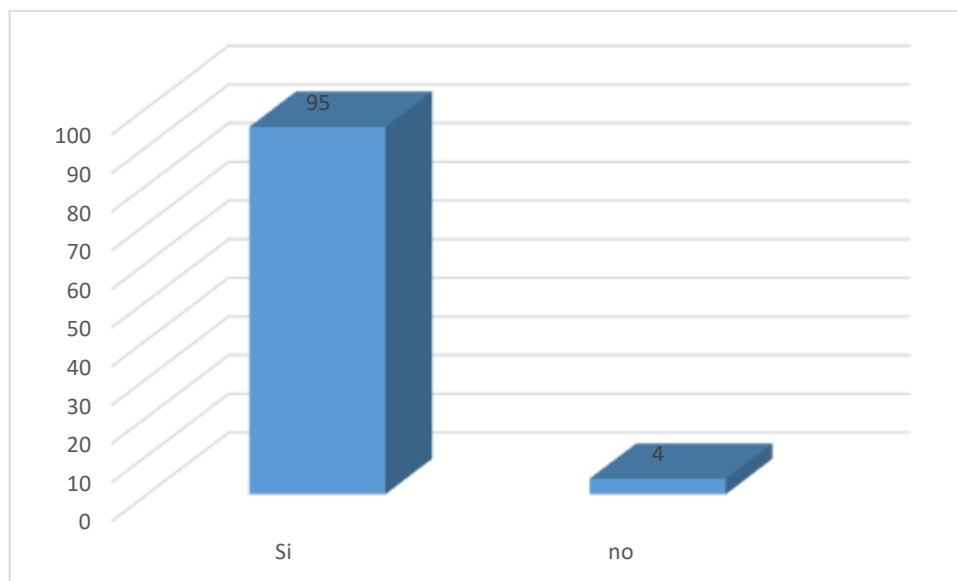
Usted acudiría a un establecimiento enfocado en coctelería artesanal a base de licores autóctonos del Ecuador, para su entretenimiento, dando pauta al conocimiento de estos.

**Tabla 4-3:** Acudir a establecimiento de coctelería artesanal

Descripción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	132	96%
No	5	4%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 2-3:** Acudir a establecimiento de coctelería artesanal

Fuente: Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 96% de los encuestados respondieron que, SI acudirían a un establecimiento de este tipo, y el 4% respondieron que NO, Los resultados obtenidos ayudan a determinar a qué público objetivo tendríamos que apuntar, además la demanda que tendríamos en el establecimiento, llegaría a ser alta.

### Pregunta N°3

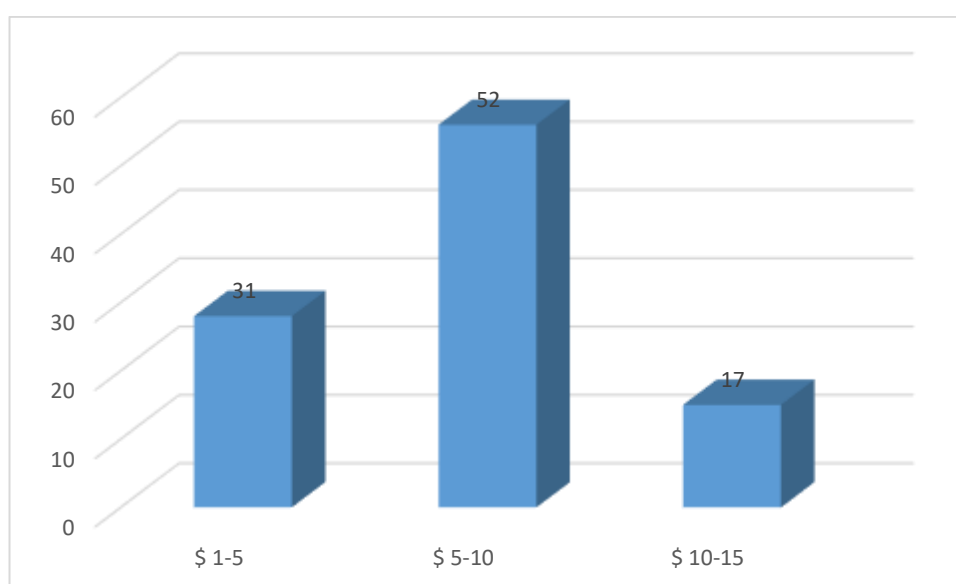
Cuanto estaría dispuesto a gastar semanalmente en un establecimiento enfocado en coctelería artesanal a base de licores ecuatorianos de las 3 regiones de este.

**Tabla 56-3:** Valores de consumo

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$ 1-5	42	31%
\$ 5-10	71	52%
\$ 10-15	23	17%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 3-3:** Valores de consumo

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

De las siguientes opciones el 31% de los encuestados respondieron \$ 1 a 5, el 47% respondieron de \$ 5 a 10 y el 17% respondieron de \$ 10 a 15, dispuestos a gastar en un establecimiento de este tipo. Los resultados obtenidos ayudan a determinar un precio referencial para el producto, además se determina el volumen de ventas que se pueden realizar en un día de venta ya sea este mismo malo o bueno.

#### Pregunta N°4

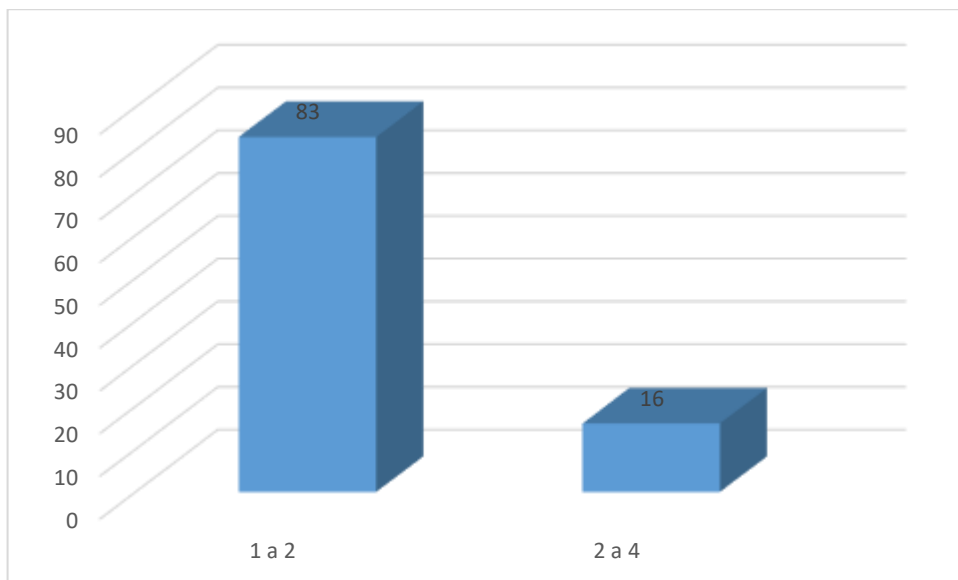
Con que frecuencia usted visita centros de entretenimiento y diversión, como: discotecas, restobares pub, clubs, etc.

**Tabla 67-3:** Frecuencia de consumo

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1 a 2	112	82%
2 a 4	25	18%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 4-3:** Frecuencia de consumo

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

#### ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 82% de los encuestados acuden a estos centros de diversión 1 a 2 veces semanalmente y el 18% respondieron 2 a 4 por semana. Estos resultados son beneficios debido a que ayudan a determinar el con qué frecuencia el establecimiento tendrá la visita de los posibles clientes que puede tener el establecimiento

### Pregunta N°5

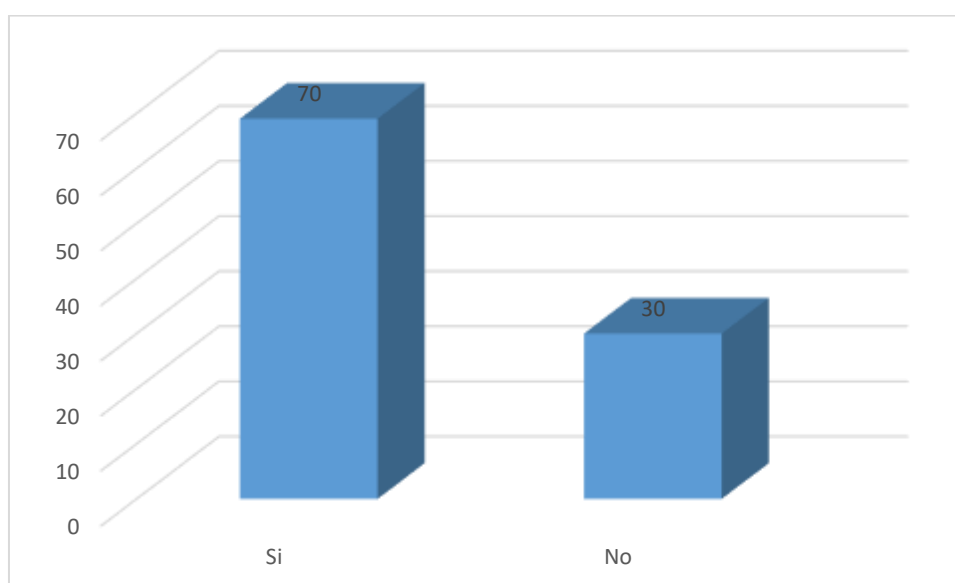
Usted estaría de acuerdo que un establecimiento enfocado en coctelería artesanal a base de licores autóctonos de las 3 regiones del Ecuador se implemente en el sector de “La Mariscal”.

**Tabla 78-3:** Ubicación del establecimiento en La Mariscal

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	96	70%
No	41	30%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 5-3:** Ubicación del establecimiento en La Mariscal

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

### ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 70% de los encuestados respondieron que “SI” se implemente un establecimiento de estas características en el sector de “La Mariscal” y el 30% respondieron que NO. Los resultados obtenidos ayudan a determinar si la ubicación del establecimiento está acorde con el lugar en el cual esta implementado y la aceptabilidad de los encuestados hacia el mismo.



## Pregunta N°6

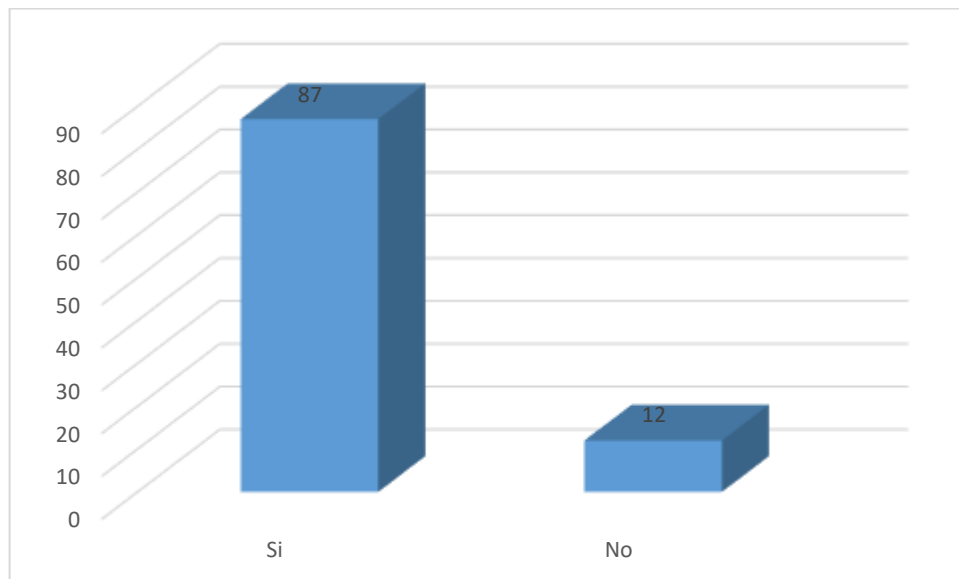
Desearía que este tipo de establecimientos de Alimentos y Bebidas posean servicio a domicilio, como eventos de fiestas, etc.

**Tabla 89-3:** Servicio a domicilio

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	119	87%
No	18	13%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 6-3:** Servicio a domicilio

Fuente: Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Tomando en consideración las encuestas realizadas en la ciudad de Quito, sector de “La Mariscal”; El 87% de los encuestados respondieron que SI, tenga un servicio a domicilio como eventos para fiestas, etc. Y el 13% respondieron que NO. El porcentaje de aceptación para este servicio es alto y a la vez positivos debido a que no todos los establecimientos ofrecen servicio a domicilio permitiendo con esto diferenciarnos de la competencia.

### Pregunta N°7

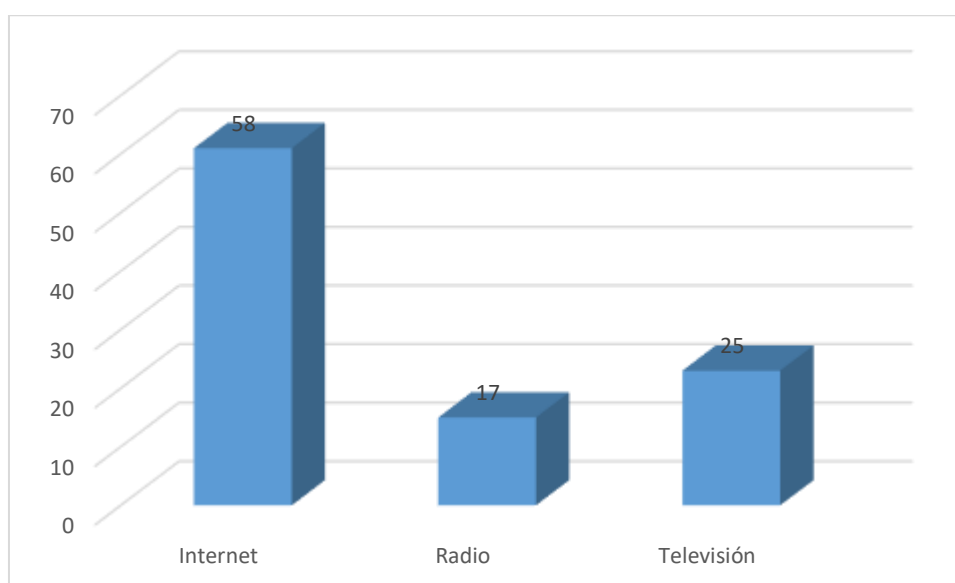
En que sitios o canales de comunicación desearía que se publicite el establecimiento de Alimentos y Bebidas, que mencionamos en esta encuesta

**Tabla 910-3:** Sitios de comunicación

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Internet	79	58%
Radio	23	17%
Televisión	34	25%
Total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 7-3:** Sitios de comunicación

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 58% de los encuestados desearían que se publique por medio de internet, el 17% respondieron por medio de una emisora de radio y el 25% por medio de televisión. El resultado obtenido es beneficioso debido a la mayor parte de la gente posee mayor accesibilidad al internet y por ende no resulta un costo adicional al establecimiento.

### Pregunta N°8

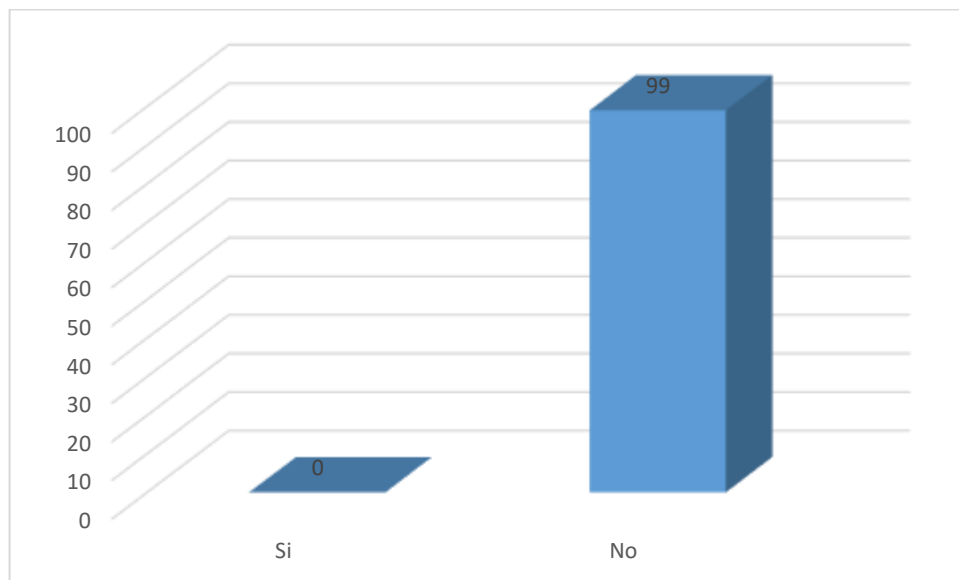
Alguna vez ha visitado un establecimiento de Alimentos y Bebidas con este tipo de servicios antes mencionados en la ciudad de Quito.

**Tabla 110-3:** Ha visitado establecimiento de A & B con similares características

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	0	0%
No	137	100%
total	137	100%

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 8-3:** Ha visitado establecimientos de A & B con similares características

**Fuente:** Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

### ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

De las personas encuestadas un 100% respondieron que no han visitado un establecimiento que vendan estos productos. Este resultado es positivo, debido a que esto garantiza a que el establecimiento tenga un mayor porcentaje de clientes, esto gracias a los productos que se van a expender.

### Pregunta N°9

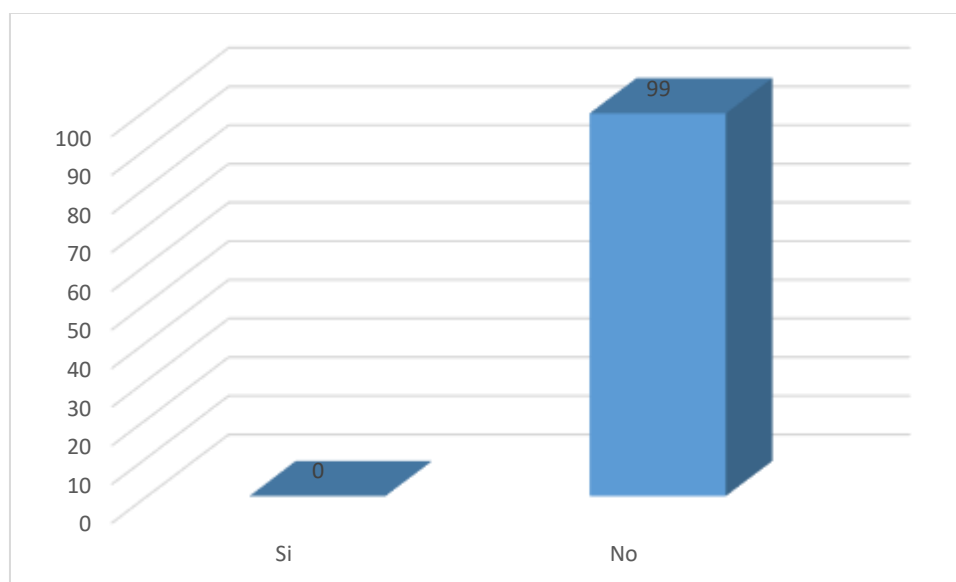
¿Con referencia a la pregunta anterior si usted conoce establecimientos de Alimentos y Bebidas que oferten productos y servicios antes mencionados, podría enlistarlos?

**Tabla 11-3:** Conoce establecimiento con similares características

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	0	0%
No	137	100%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 9-3:** Conoce establecimientos con similares características

Fuente: Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

## ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Tomando en consideración las encuestas realizadas en la ciudad de Quito, sector de “La Mariscal”. El 0% de los encuestados respondieron que SI y el 100% respondieron que no han visitado un establecimiento que vendan productos iguales a los que se ofrecen en la carta. Y con este resultado se pretende cubrir el porcentaje de demanda insatisfecha existen en el mercado

### Pregunta N°10

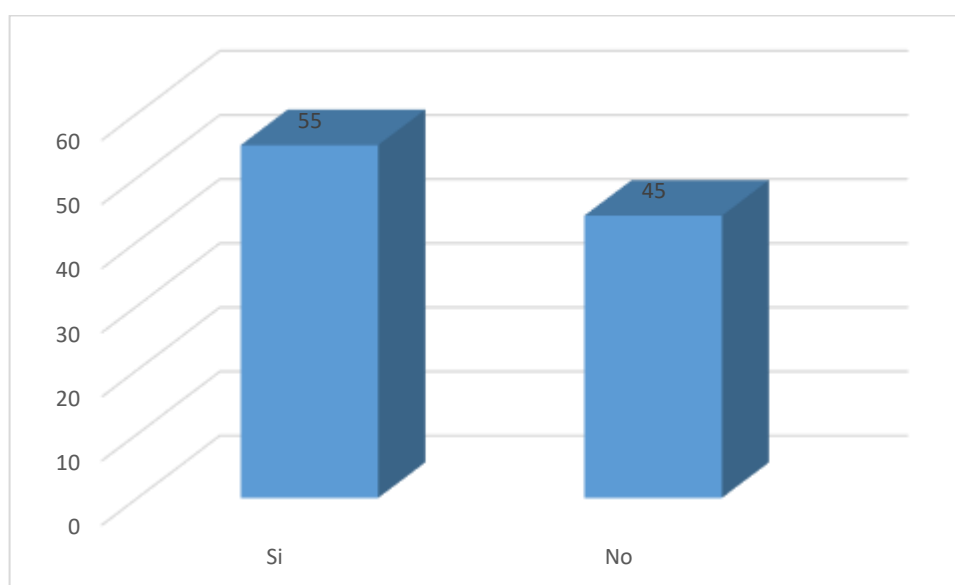
Si conoce establecimientos de Alimentos y Bebidas que ofrezcan servicios y productos similares podría mencionar si está satisfecho por parte de estos.

**Tabla 12-3:** Está satisfecho con los servicios y productos

Pregunta	Respuestas	Porcentaje
Si	75	55%
No	62	45%
total	137	100%

Fuente: Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 10-3:** Está satisfecho con los servicios y productos

Fuente: Encuesta a población urbana de la ciudad de Quito, 2018

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Tomando en consideración las encuestas realizadas en la ciudad de Quito, sector de “La Mariscal”. El 56% de los encuestados respondieron que SI, pero que no se sintieron tan a gusto en este tipo de establecimientos y el 44% respondieron que no, a este porcentaje se encuentra enfocado el emprendimiento, debido a que se pretende ofrecer un producto nuevo y diferente a un corto accesible permitiendo con esto que el cliente disfrute de un buen producto acompañado de un servicio de calidad.

## CAPITULO IV

### 4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La figura del emprendedor ha sido abordada desde muchos campos del conocimiento y desde diversas perspectivas, no existiendo un acuerdo común sobre el término y el concepto de emprender. Este término proviene del francés “entrepreneur” y fue introducido por primera vez por Cantillon en la primera mitad del Siglo XVIII para identificar a quien tomaba la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto. Desde entonces y a lo largo de la Historia Económica, diferentes autores han intentado definir la figura del emprendedor al igual que han tratado de explicar la función que desempeñaba éste en el proceso económico. En definitiva, los emprendedores se podrían definir como individuos que innovan, identifican y crean nuevas oportunidades de negocios, reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto (Fernandez & Junquera, 2001).

La amplitud del campo de investigación referente al emprendedor y al fenómeno de la creación de empresas, tanto por la diversidad de factores que influyen como por la existencia de distintos niveles de análisis, supone una falta de consenso en una teoría general. La consecuencia ha sido la proliferación de estudios parciales, tanto en variables como en casos, y la creciente necesidad de buscar teorías de carácter general e integrador que aporten una visión global del proceso (Fernandez & Junquera, 2001).

El emprendedor es una persona que es capaz de desarrollar proyectos y propuestas nuevas y refrescantes dentro del mercado en el cual esta inmiscuido este mismo tiene que poseer varias cualidades las cuales son primordiales como, el respeto, la puntualidad, responsabilidad y una gran fuerza de voluntad, en el Ecuador en emprendedor tiene que enfrentarse a un sinfín de retos, los cuales los debe de cumplir a cabalidad ya que debe analizar propuestas nuevas, analizar los posibles competidores, además de realizar un minucioso estudio ateniéndose a posibilidades de fracaso (Fernandez & Junquera, 2001).

#### 4.1. Identificación de la idea

Para identificar la idea es necesario recopilar información acerca de los posibles productos o servicios que no son satisfechos dentro del mercado potencial al que se encuentra enfocado el emprendimiento, con la identificación de la idea se posee una idea más clara acerca del producto innovador que se pretende desarrollar en la ciudad de Quito.

##### 4.1.1. Lluvia de ideas

**Tabla 12-4:** Lluvia de ideas

IDEAS	CARACTERÍSTICAS	NECESIDAD PROBLEMA QUE SE OFRECE
Hamburguesas Artesanales	Formulación de cárnico Formulación de pan artesanal Formulación y cohesión de la hamburguesa y los ingredientes	El problemática a resolver se enfocara en personas que tengan intolerancia al gluten, además se incentivara nuevas técnicas en la creación artesanal de las diferentes formulaciones las cuales se van a aplicar en la hamburguesa
Restobar “Guagua Cuchara”	Restaurante enfocado a la fusión de técnicas del mundo con productos ancestrales del Ecuador Enfocado en la experimentación, aceptabilidad y creación de nuevos productos La parte del área de Bebidas se enfocará en la producción de coctelería artesanal a base de licores autóctonos de las diferentes regiones del Ecuador clasificados en 1 licor de la Costa, 1 licor de la Sierra y por ultimo 3 licores del Oriente. El servicio ofertado en este tipo de establecimiento cumplirá extritas normas de calidad, calidez, inocuidad, etiqueta y protocolo para la completa satisfacción del cliente ya que es uno de los puntos críticos más importantes, el proyecto que se está ofertando va dirigido a varios sectores de mercado como oficinistas, turistas y publico mayo de 18 años.	Se enfocará en la resolución de varios factores que en la actualidad los restaurantes están dejando de lado ya que, al tener nuevas tendencias, se está olvidando de las costumbres y tradiciones, es decir de lo autóctono de nuestra tierra.
Chocolates exóticos	Rellenos exóticos Chocolate de repostería	Es para dar a conocer diferentes productos de la amazonia.

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

#### 4.1.1.1. Selección y evaluación de la idea

**Tabla 2-4:** Selección y evaluación de la idea.

Criterio Ideas	Mercado Potencial	Nivel de Innovación	Conocimiento Técnico	Requerimiento de Capital	Tendencia nacional	Total
Hamburguesas Artesanales	4	4	4	4	4	20
Restobar “Guagua Cuchara”	5	5	5	5	5	25
Chocolates exóticos	3	2	2	2	2	11

Nulo	Bajo	Medio	Medio alto	Alto
1	2	3	4	5

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.1.1.2. Descripción de la idea seleccionada

Al realizar la evaluación que se aplicó en las 3 diferentes ideas, se pudieron determinar que la idea seleccionada y más viable para la propuesta de emprendimiento es la numero 2 que obtuvo en las dos diferentes tablas un puntaje mucho por encima de las 2 ideas mencionadas en las mismas, la cual es la creación de un restobar.

Esta idea tiene propuestas innovadoras, creativas y además contribuye al rescate de nuestros fabricantes nacionales de destilados de caña en las 3 regiones del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente).

#### 4.1.2. Justificación

Actualmente en nuestro país, el consumo de licores autóctonos en los diferentes restaurantes, bares o establecimientos de A&B son muy mínimos o escasos por lo que se tome en consideración elaborar preparaciones, basándose en el uso de diferentes técnicas que nos permitan el uso de diferentes licores autóctonos del Ecuador los cuales al combinarlos o usarlos por sí mismo, permitan cambiar las propiedades organolépticas y por ende cambie la percepción de los comensales a cerca de los nuevos productos que consumen, transformándolo en condiciones que puedan mejorar su degustación.

Nuestro país es un lugar con una gran variedad de productos aptos para el consumo, en particular para la elaboración de licores como son macerados, anisados, licores de caña, etc.

Considerando que en la ciudad de Quito no existen sitios de alimentación que ofrezcan dentro de sus alternativas gastronómicas preparaciones innovadoras, es así que se procederá a crear un



laboratorio gastronómico el cual incentivara a la creación de nuevos productos a base de lo que existe en el país, además de esto se combinara las técnicas extranjeras y se adaptarán a productos propios creando una fusión.

En cuestión a la parte de las bebidas, me enfocare en la creación de una carta que tendrá como objetivo principal el ofertar un buen servicio y calidad de producto, utilizando licores bases para la implementación de los distintos cocteles, esto ayudara a nuestros productores nacionales, he incentivara la tendencia a utilizar licores ecuatorianos que por una u otra razón se están olvidando o se desconocen.

#### ***4.1.3. Nombre del emprendimiento***

El nombre del establecimiento actualmente está estipulado como restaurante “Guagua Cuchara” ya que se va a implantar un área de bebidas en el mismo este cambia por ende a un restobar, adicionalmente a esto se estudió la factibilidad de aumentar la labra “PUB” la cual le ayuda a dar un realce y alcanzar el servicio que se requiere como muestra el siguiente ejemplo:

Nombre del establecimiento: Guagua Cuchara

Resto – Bar: combinación del área antigua y el área nueva a implantarse.

PUB: Lugar de encuentro público para cualquier tipo de personas, indistintamente de pensamientos: religiosos, políticos o culturales.

Nombre por implantarse: Resto - Bar Pub “Guagua Cuchara”

#### ***4.1.4. Descripción del emprendimiento***

El establecimiento restobar pub Guagua cuchara es una empresa nueva y refrescante en la Ciudad de Quito en el sector de “La Mariscal”, este nuevo proyecto está enfocado en la introducción de coctelería artesanal a base de destilados de caña autóctonos de las 3 regiones del país (costa, sierra y oriente), dándole a las mismas una nueva vista de cómo se ve estos licores en el Ecuador, con presentaciones y sabores mejorados.

##### ***4.1.4.1. Misión***

El Restobar pub Guagua Cuchara ofrecerá un sitio nuevo atractivo, novedoso y exclusivo en un ambiente único en el mercado ya que no necesitaras viajar para probar los distintos licores que te puede brindar el Ecuador, con un excelente ambiente ofreciendo a nuestra distinguida clientela una atmosfera de distracción del ajetreo diario en donde podrás compartir desde una deliciosa comida hasta disfrutar de los más exquisitos cocteles y aromas de las regiones de nuestro país

acompañado de una experiencia única que envolverá tus sentidos junto al más excelente servicio de este modo crear seguidores incondicionales al buen gusto, con lo cual contribuiremos a realzar el nombre del Ecuador.

#### 4.1.4.2. Visión

El Restobar pub Guagua Chura será reconocido como el pionero en la elaboración de coctelería a base de las esencias de licores ecuatorianos incentivando a distintos establecimientos a ofrecer este tipo de servicios, convirtiéndose en un laboratorio gastronómico de mezclas de sabores culinarios y micólogos del mercado ecuatoriano llevando nuestra experiencia a campos internacionales, proyectando un crecimiento constante sin perder nuestros principios éticos ofreciendo productos de excelencia y recalando el valor del servicio hacia una persona.

#### 4.1.4.3. Políticas y estrategias

**Tabla 3-4:** Políticas y estrategias

<b>Políticas</b>	<b>Estrategias</b>
Estricto derecho de confidencialidad de los productos que se elaboran en el Restobar pub.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- -4-Firmar acuerdo de confidencialidad con el empleado de lo que se elabora en el Restobar pub.</li> <li>- Capacitación al personal en la rama de la mixología y la creación o descubrimiento de nuevas tendencias en la gastronomía ecuatoriana.</li> <li>- Enlaces y fuertes lasos con hoteles para la capacitación profesional del personal</li> </ul>
Talento humano con los más altos estándares de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación constante al talento humano de la empresa.</li> <li>- Reuniones mensuales con el personal para evaluar su desempeño tanto individual como en conjunto.</li> <li>- El desempeño del empleado será reflejado con diferentes incentivos para que este se apropie del pensamiento y visión de la empresa.</li> </ul>
Productos y servicios ofertados al público con las más estrictas normas de calidad e inocuidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación detallada a los servicios ofertados analizando cada vez más a fondo su procedimiento.</li> <li>- La materia prima será tratada con los más altos estándares de calidad que existen.</li> <li>- Se definirá la más alta calidad objetiva y subjetiva, tanto para el establecimiento como para el usuario a quien brindamos el servicio.</li> </ul>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.1.4.4. Valores y principios

##### A. Valores axiológicos

- Lealtad
- Identidad cultural
- Honestidad

##### B. Valores de trabajo

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Humildad

#### 4.1.4.5. Distingos y ventajas competitivas

##### A. Ventajas

- Enfocado a un público de estudiantes universitarios, profesionales, personas de otras provincias y países.
- Licores autóctonos (1 licor de la costa, 1 licor de la sierra, 3 licores del oriente)
- Precios cómodos
- Servicio a domicilio
- Botellas de cocteles preparados para llevar

##### B. Distingos

###### Producto

Los productos que ofrece son cocteles artesanales a base de licores de la región costa, sierra y oriente, el método implementado, en este negocio se basa en cocteles que se realizan a base un licor neutro, “con sabor peculiar pero muy difícil de detectar para cierto tipo de paladares”, al tener este licor podremos ofrecer varios

###### Ambiente

Nuestro ambiente es un ambiente cómodo sintiéndose en un estancia elegante, es una empresa comprometida con el consumidor, además de darle rienda suelta a la imaginación, en las novedades que se ofrece, tendrá música a su agrado con un sonido envolvente, de última generación con la tecnología Dolby Digital, televisor HD plasma de 35 pulgadas, además disfrutara de la comida que será servido en su respectiva área, haciendo del lugar el mejor, aquí encontrara todo lo necesario para superar su estrés y disfrutar con su pareja u amigos.

#### 4.1.4.6. Análisis FODA

**Tabla 4-4:** Análisis FODA

<b>FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal calificado en producción, mixología y servicio al cliente.</li> <li>• Capacitaciones previas con inducción a la empresa.</li> <li>• Ardua competencia laboral.</li> <li>• Excelente calidad en sus instalaciones y distribución.</li> <li>• Bajo requerimiento de personal administrativo.</li> <li>• La calidad del servicio y el ambiente acogedor son particularidades únicas de la marca.</li> <li>• Ser conocidos como los pioneros en el sector que brida este tipo de servicio.</li> <li>• Infraestructura moderna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos en el mercado.</li> <li>• Falta de instrumentos y maquinaria adecuados para la producción.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay un mercado potencial.</li> <li>• Crecimiento del negocio en corto tiempo.</li> <li>• Oportunidad de alianza con marcas ya establecidas</li> <li>• Excelente acogida por parte del sector estudiado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Múltiple competencia en el sector de bebidas alcohólicas.</li> <li>• Plagas no controladas</li> <li>• Nuevas competencias.</li> <li>• Eliminación de subsidios.</li> <li>• Campañas publicitarias agresivas por parte de competidores actuales.</li> <li>• Mora en la obtención de permisos laborales.</li> <li>• Desconocimiento del producto a ofrecer.</li> </ul>

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

## 4.2. Estudio de mercado

Un estudio de mercado es un artilugio que ayuda a obtener datos muy importantes y valiosos para la empresa, ya que con sus resultados obtenidos se puede realizar un análisis e interpretación de datos valiosos para la toma de interpretaciones referentes a la satisfacción del posible cliente.

**Tabla 5-4:** Fórmula de interés complejo

<b>POBLACIÓN</b>	12843	
$PO (1 + I)^{años}$		
PO=	12843	%
I=	3,1	0,031

Fuente: INEC 2010

Donde:

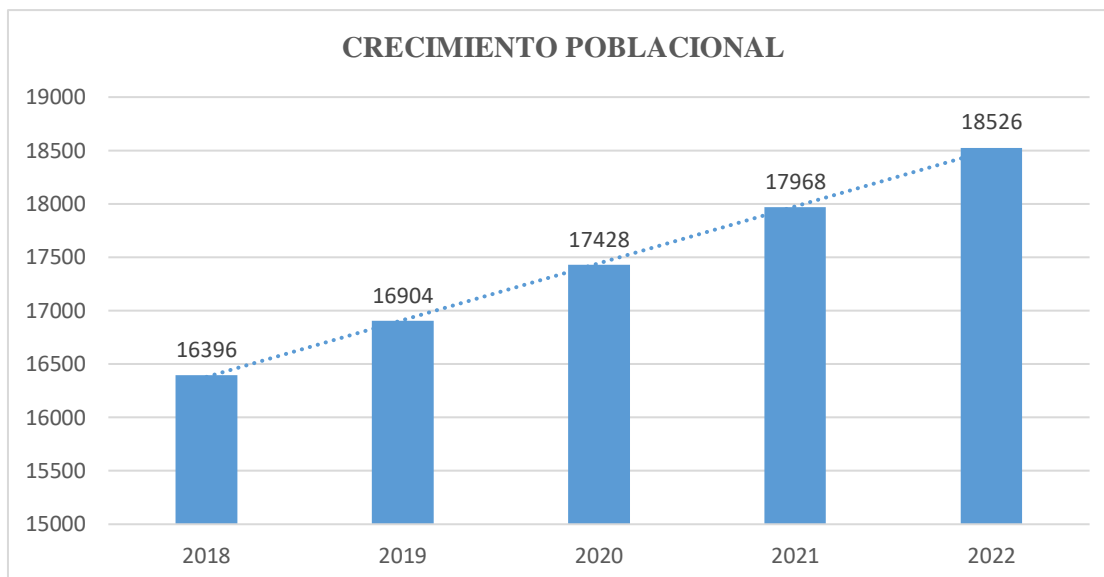
PO = población

I = porcentaje de crecimiento poblacional sacado del INEN.

**Tabla 613-4:** Crecimiento poblacional

AÑO	POBLACIÓN	CRECIMIENTO GEOMÉTRICO	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2010	12843	$(1 + 0,031)^0$	12843
2011	12843	$(1 + 0,031)^1$	13241
2012	12843	$(1 + 0,031)^2$	13652
2013	12843	$(1 + 0,031)^4$	14075
2014	12843	$(1 + 0,031)^5$	14511
2015	12843	$(1 + 0,031)^6$	14961
2016	12843	$(1 + 0,031)^7$	15425
2017	12843	$(1 + 0,031)^8$	15903
2018	12843	$(1 + 0,031)^9$	16396
2019	12843	$(1 + 0,031)^{10}$	16904
2020	12843	$(1 + 0,031)^{11}$	17428
2021	12843	$(1 + 0,031)^{12}$	17968
2022	12843	$(1 + 0,031)^{13}$	18526

Fuente: INEC 2010



**Gráfico 11-4:** Crecimiento poblacional

Fuente: INEC 2010

### Análisis Interpretativo - descriptivo

En base al índice de crecimiento poblacional del cantón Quito, sector “la Mariscal”, establecido en 3,1% según el último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010, se obtiene resultados de una proyección para 5 años, donde en el 2018 se estima una población de 16396 habitantes y para el 2022 este número llegara hasta los 18,526 pobladores

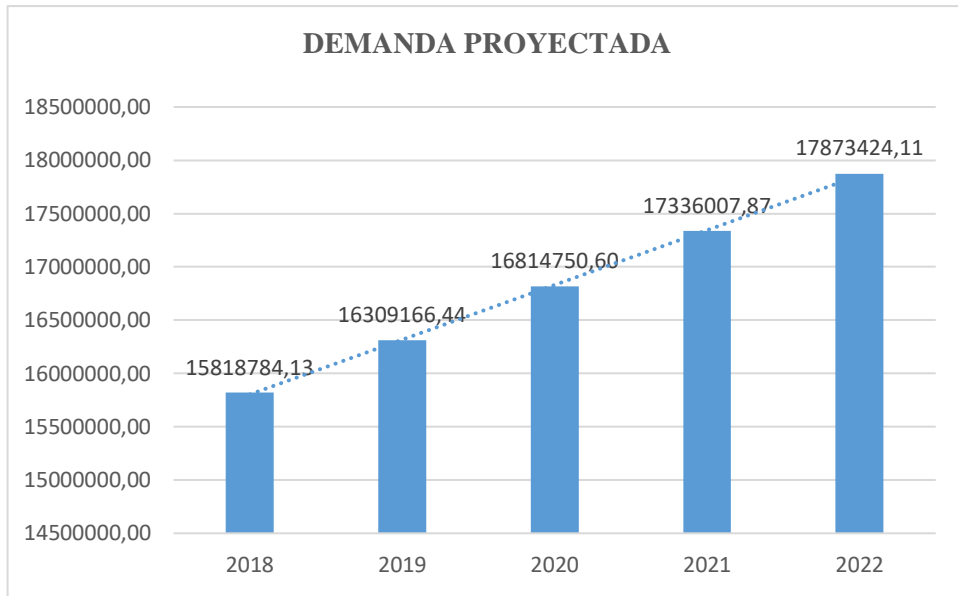
#### 4.2.1. Demanda proyectada

La demanda proyectada se la calculó a partir del nivel de aceptabilidad que tendría el restobar esto se puede verificar dentro de las preguntas N°1 y N°3, en donde podemos identificar el 67% de la población asistiría a consumir alimentos y bebidas en nuestro establecimiento con un consumo mensual promedio de \$120.

**Tabla 7-4:** Demanda proyectada

AÑO	POBLACIÓN	CONSUMO	POBLACIÓN OBJETIVO	CONSUMO MENSUAL	DEMANDA PROYECTADA
2018	16396	67%	10985,27	120	15818784,13
2019	16904	67%	11325,81	120	16309166,44
2020	17428	67%	11676,91	120	16814750,60
2021	17968	67%	12038,89	120	17336007,87
2022	18526	67%	12412,10	120	17873424,11

Fuente: Estudio de mercado



**Gráfico 12-4:** Demanda proyectada

Fuente: Estudio de mercado

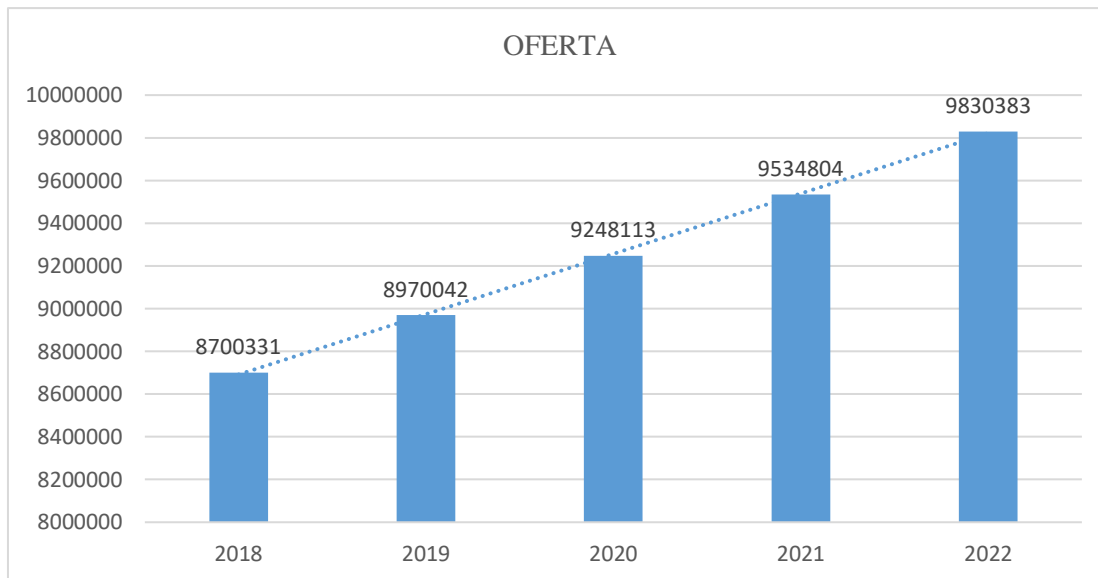
#### 4.2.2. Oferta

Para poder obtener la proyección de la oferta, se puede verificar mediante la pregunta N° 10 de las encuestas que el 55% de las personas si están satisfechos con el producto y servicio ofrecido por los establecimientos restauranteros ya existentes en el cantón Quito, sector “La Mariscal”, por ello debemos tomar en cuenta las falencias de estos para lograr el máximo nivel de satisfacción posible.

**Tabla 8-4:** Oferta

AÑO	OFERTA LOCAL	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA
2018	55%	15818784,13	8700331,27
2019	55%	16309166,44	8970041,54
2020	55%	16814750,60	9248112,83
2021	55%	17336007,87	9534804,33
2022	55%	17873424,11	9830383,26

Fuente: Estudio de mercado



**Gráfico 13-4:** Oferta

Fuente: Estudio de mercado

#### 4.2.3. Demanda insatisfecha

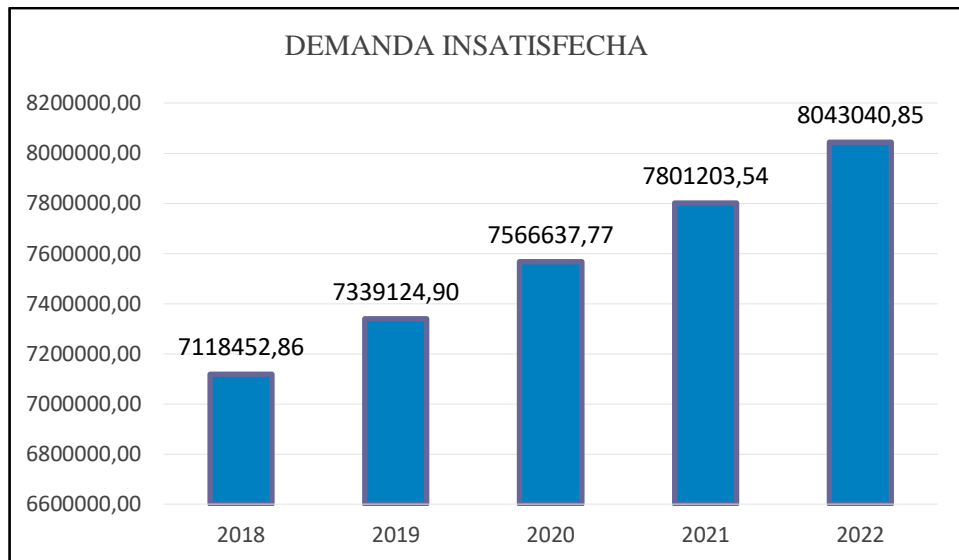
Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 137 personas de la ciudad de Quito sector “La Mariscal”, pudimos identificar que el 44% de las personas no están satisfechos con los productos y/o servicios ofrecidos por los restaurantes - bares ubicados en dicho sector debido a diversos inconvenientes en los que destaca el mal servicio por parte de los establecimientos, poco desconocimiento de los productos que se ofrece y lo repetitivo que se vuelve este dentro del sector.

**Tabla 914-4:** Demanda insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA			
RESTOBAR PUB “GUAGUA CUCHARA”			
AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	15818784,13	8700331,27	7118452,86
2019	16309166,44	8970041,54	7339124,90
2020	16814750,60	9248112,83	7566637,77
2021	17336007,87	9534804,33	7801203,54
2022	17873424,11	9830383,26	8043040,85

Fuente: Estudio de mercado





**Gráfico 14-4:** Demanda insatisfecha  
Fuente: Estudio de mercado

#### 4.2.4. *Mix de mercado*

Dentro del mix de mercado se encuentran elementos los cuales están compuestos por:  
Producto, precio, plaza y promoción.

##### 4.2.4.1. *Producto*

Los productos que el restobar pub “Guagua Cuchara” ofrece son cocteles artesanales a base de destilados de caña de la región costa, sierra y oriente, el método implementado, en este negocio se basa en cocteles que se realizan a base un licor neutro, “con sabor peculiar pero muy difícil de detectar para cierto tipo de paladares”.

##### a. **Slogan**

*“Quesff..!! sin chuchaqui...???!”*

##### **Análisis:**

Se escoge el slogan ya que hace referencia al dialecto, utilizado por los quiteños, que son costumbrismos propios a la ciudad, y por el estudio previo realizado al someter a 3 grupos de personas a una evaluación sensorial, que post encuentro de 5 personas que fueron sometidas a dicho experimento, se evaluó a 3 que se pasaron de copas y en una escala del 1 al 10 siendo 10 lo más alto y 1 lo más bajo los 3 sujetos: expusieron que su nivel de resaca fue de un 3 en dicha escala menciona anteriormente.

## b. Logo de la empresa



**Figura 1-4:** Logotipo  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### Colores del logo

#### BLANCO

El color blanco siempre se ha caracterizado por implicar en una imagen pureza e inocencia, este color representa la limpieza, pulcritud, además significa la unidad lo positivo:

Ejemplo dentro el logo:

Dentro del logotipo el color blanco representa la serenidad y la limpieza dándole al logo una personalidad tanto positiva como innovadora.

#### NEGRO

El color negro se describe con la elegancia y sobre todo con el poder, es autoritario y produce emociones fuertes.

Ejemplo dentro el logo:

Dentro del logotipo el color negro representa lo sofisticado, el poder, la elegancia y el misterio, además traduce una forma de antigüedad y provoca emociones fuertes al ser contemplado.

#### Gris

El color gris es un color del intelecto, determina el conocimiento, la sabiduría, la madurez.

Ejemplo dentro el logo:

Dentro del logotipo el color

Al ser un color neutral entre el blanco y el negro dentro del logotipo el gris implica la confiabilidad hacia el establecimiento, el conocimiento y seguridad que se tiene hacia el producto, el logo se percibir como algo clásico y muy elegante.

## Café

El color café es un color que transmite hacia las personas calidez y naturalidad, sensaciones sobre el otoño.

Dentro del logotipo el color

Al ser un color fuerte este representa a fuerza y el equilibrio con la naturaleza resaltando algo sobrio y amargo al mismo tiempo, pensando en la disciplina y el orden.

## Imagen corporativa



**Figura 2-4:** Imagen corporativa  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

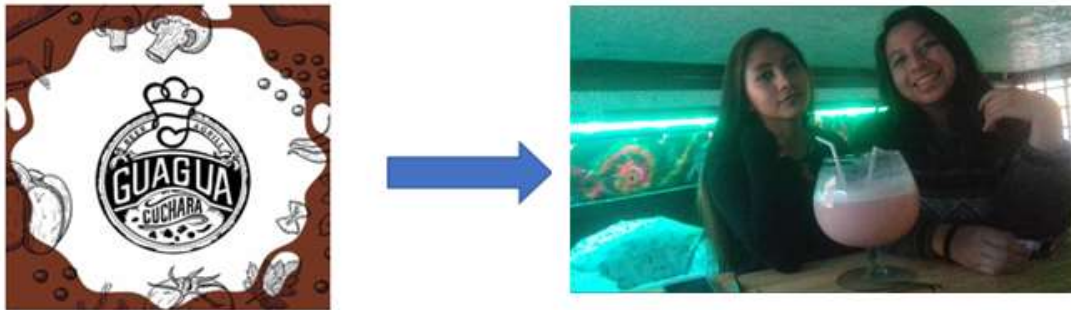
### 4.2.4.2. Precio

Para la determinación del precio se ha tomado en cuenta 3 aspectos importantes dentro del estudio los cuales son:

- 1.- La receta estándar en la cual se considera costos de producción, materia prima y varias cosas que se analizaron en la etapa financiera.
- 2.- Se toma a consideración la oferta que tienen varios negocios de acuerdo a su carta, es decir precios referenciales al sector, la ubicación en donde se encuentra el establecimiento.
- 3.- Se toma como referencia los datos que se obtuvieron dentro de la encuesta, tomando el valor monetario de cuanto estarían dispuestos a gastar dentro del establecimiento.

#### 4.2.4.3. Plaza o distribución

Los canales de distribución unen los productos y servicios de la empresa con los consumidores finales, va hacer un canal directo ya que el producto va hasta el consumidor. De cualquier modo, desde un punto de vista de la distribución. El área de bebidas a implantarse tiene una gran ventaja ya que se está colocando en un lugar estratégico y altamente visible.



**Figura 3-4:** Plaza o distribución  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.2.4.4. Promoción

Las promociones a ofertarse a los clientes tendrán aspectos dirigidos hacia la fidelidad, reservaciones, días festivos y a la nueva captación de clientela como, por ejemplo:

- Juegos prácticos con premios por consumo mínimo.
- 25% de descuento a personas que pertenezcan a la marca, esto se refiere que la marca realizará diferentes asociaciones con grupos como colectivos estudiantiles, colectivos entre empresas, etc.
- Paquetes para días festivos, como día de la madre, navidad, etc.
- Reservaciones de grupos de personas para fiestas y u eventos.
- Descuento en coctelería a clientes frecuentes y nuevos.

#### 4.2.5. Análisis del sector

##### a) Análisis del sector

La empresa está ubicada en el cantón Quito, lugar de fácil acceso, rodeado de plantaciones, plantas silvestres, y vegetación en general en un ambiente natural, en medio del sector más turístico de la ciudad.

**b) Tipo de cliente**

Hombres y mujeres económicamente activos.

Clase social: baja alta - media – alta.

**c) Proveedores**

- Se trabaja con proveedores que ayuden al desenvolvimiento del negocio, es decir puedan trabajar con créditos y facilidades de pago.
- Se trabaja con proveedores con experiencia en el ámbito gastronómico que anejen cadenas de frío y una materia prima de excelente calidad.
- Convenios sobre equipos
- Entregas a domicilio de la empresa hacia el establecimiento sin costos adicionales por adquisición de materia prima.
- Proveedores de alta calidad en cuestión de licores que tengan registro sanitario y permisos para producir los mismos.


**d) Competidores**

- Dentro del cantón Quito se encuentran varios establecimientos dedicados al expedito de alimentos, sean estos de tipo tradicional, típico u hogareño, quienes con el paso de los años han ido ganando la fidelidad de los clientes.
- La ventaja que se tiene es la promoción de coctelería sin resaca y adicional que la carta tiene como objetivo incentivar al conocimiento de nuestro país.
- La asociación con los demás bares y restaurantes para realizar parámetros, en donde se expresen dudas y preguntas, esto fomentara la buena competencia entre residentes.

#### 4.2.6. Cargos y funciones del área comercial

El área de servicio está enfocada en la rapidez y calidez hacia la persona, las personas encargadas de esta área, actuarán bajo las directrices de las fichas profesiogramas expuestas a continuación.

**Tabla 1015-4:** Profesiograma del mesero

9		
	Puesto o cargo	MESERA
	Departamento	Servicio
	Código	00002
<b>OBJETIVO DEL PUESTO</b>		
Funciones- Dirige las operaciones en el servicio		
<b>FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prepara el restaurante para su apertura.             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Verificar que los baños se encuentren limpios (mínimo cada hora).</li> <li>1.2. Verificar que los pisos estén limpios.</li> <li>1.3. Verificar que los espejos estén limpios.</li> <li>1.4. Verificar que toda su área se encuentre en orden para comenzar el servicio.</li> </ol> </li> <li>2. Verifica el buen estado de las bebidas y alimentos.             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Revisa diariamente cada preparación a servirse al cliente.</li> <li>2.4. Estar pendiente de mesas que entran y salen.</li> <li>2.5. Desbarazar platos y copas de las mesas y llevar a su respectiva área.</li> </ol> </li> <li>3. Verifica que se cumpla las normas de higiene             <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Recorre el área de trabajo y revisa si hay acumulación de desperdicios</li> </ol> </li> <li>4. Preparar todos los utensilios para el servicio tanto de bebidas como de alimentos.             <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Recibe la solicitud del pedido de limpieza</li> </ol> </li> <li>5. Limpieza y cierre del salón.             <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Limpieza de baños continúa.</li> <li>5.2. Limpieza de pisos.</li> <li>5.3. Limpieza de espejos.</li> </ol> </li> <li>6. Participa en la limpieza del área de cocina (solo de ser necesario)</li> </ol>		
<b>FORMACIÓN EXIGIDA</b>		
Educación	Bachillerato	
Experiencia	No especificado	
Educación continua	Relaciones Humanas Servicio al cliente Higiene y Seguridad Industrial	
Conocimientos	Del equipo, útiles y materiales utilizados en el servicio De las diferentes minutas	
Licencias	Carnet de Salud	
Habilidades	Para el control de clientes. Para seguir instrucciones orales y escritas	

Destrezas	Destreza manual para el manejo de equipo e instrumentos de servicio.
UBICACIÓN JERÁRQUICA	
Jefe inmediato	ADMINISTRADOR/ BARMANAGER
RESPONSABILIDAD	
Mantiene su área de trabajo limpio y ordenado según reglas higiénicas. Cumplimiento de horarios establecidos. Organizar a toda el área de servicio para la hora del trabajo. Sobre atención correcta de clientes y según minuta Sobre la operación y/o cuidado del equipo y utensilios de servicio. Ayudar a las demás áreas en caso de ser necesario.	
RELACIONES Y PROBLEMÁTICA LABORAL	
En el manejo de equipos de limpieza En la decoración de platillos En la toma de decisiones En el manejo de utensilios de servicio En las relaciones de servicio hacia clientes En solución de contingencias Organización de trabajo Necesidad de viajar requerida	
SISTEMAS DEL TRABAJO	
Horarios	Continuo
Esfuerzo físico	Esfuerzo considerable al estar de pie diariamente.
Esfuerzo mental	Trabajo bajo presión.
Ambiente	Ambiente con alta temperatura y humedad.
Riesgos	Alta probabilidad de exposición a factores de riesgos físicos y químicos tales como: emanaciones en el ambiente como el vapor, humo, sonido indeseable, cambios bruscos de temperaturas y a estar en contacto físico con grasas y aceites en el puesto de trabajo.
FIRMA DEL GERENTE	FIRMA DEL DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

#### 4.2.7. Determinación de inversiones

**Tabla 11-4:** Inversión del área comercial

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
LETRERO CON NOMBRE DEL LOCAL	1	120,00	120,00
MESAS Y SILLAS	38	4,00	152,00
INSTALCION DE LUCES LEDS	1	215,00	215,00
INSTALACION DE VINILOS	1	550,00	550,00
BARRA DE MADERA MOVIL	1	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>1.289,00</b>	<b>1.237,00</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

**Tabla 12-4:** Gastos de publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD				
TIPO	CANTIDAD	PROVEEDOR	C. \$ MENSUAL	C. \$ ANUAL
CARTA MENÚ	10		50,00	50,00
				-
				-
varios			50,00	50,00
REDES SOCIALES	1	FACEBOOK	20,00	240,00
				-
<b>TOTAL</b>			<b>120,00</b>	<b>340,00</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



### 4.3. Estudio técnico

Su propósito es realizar un análisis del proceso de elaboración de un producto o brindar un servicio, determina la cantidad necesaria de equipos, maquinaria, mano de obra, del mismo modo identifica proveedores de materia prima que ayudaran al proceso del servicio o producto.

#### 4.3.1. Determinación del tamaño

Determinación del tamaño de la empresa

**Tabla 13-4:** Determinación del tamaño

CR + CO = CI	
<b>CR = Capacidad Real</b>	50
<b>CO = Capacidad Ociosa</b>	11
<b>CI = Capacidad instalada</b>	61
	50+ 11 = 61

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

Mediante esta fórmula podemos obtener el análisis del establecimiento que posee una capacidad instalada de 61pax diarios.

### 4.3.2. Capacidad del emprendimiento

**Tabla 14-4:** Capacidad del emprendimiento

TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Canela tradicional (750 ml)	3	12	48	576
guarandño sour	2	8	32	384
addictive green	2	8	32	384
atatay que rico..!!	2	8	32	384
Canela de mora (750 ml)	2	8	32	384
el aññado	2	8	32	384
Fresa	2	8	32	384
long islad criollo	2	8	32	384
Zambrano	2	8	32	384
gomila molecular	2	8	32	384
Brew purple	2	8	32	384
expreso manabita	2	8	32	384
vino hervido	2	8	32	384
Calimocho	2	8	32	384
Destornillador	2	8	32	384
cuba libre	2	8	32	384
Wisky	2	8	32	384
gin tonic	2	8	32	384
Margarita	2	8	32	384
Mojitos	2	8	32	384
micheladas maracuyá	2	8	32	384
micheladas normales	2	8	32	384
michelada azul	2	8	32	384
cerveza pilsener	12	48	192	2.304
cerveza club	2	8	32	384
cerveza artesanal	1	4	16	192
combo club (3x6)	3	12	48	576
jarra de guarandño sour	1	4	16	192
jarra de addictive green	1	4	16	192
jarra de aññados	1	4	16	192
jarra de long islad criollo	4	16	64	768
jarra de expreso manabita	1	4	16	192
jarra de Brew purple	3	12	48	576
jarra de zambrano	1	4	16	192
jarra de calimocho	1	4	16	192
jarra de destornillador	3	12	48	576
jarra de cuba libre	3	12	48	576
jarra de gin tonic	1	4	16	192

jarra de mojitos	3	12	48	576
4 micheladas x 5 dólares	3	12	48	576
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>364</b>	<b>1.456</b>	<b>17.472</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### Análisis

Nos ayuda a determinar las preparaciones tanto en número como en carta que se van a producir, diaria, semanal, mensual y anual, el establecimiento podrá facilitar estas facilidades ya que consta de dos pisos para su completo uso.

#### 4.3.3. Localización

Su objetivo es analizar el lugar donde existe la posibilidad de situar la empresa; es decir; el lugar donde se logre el máximo beneficio.

### Macro localización

Tabla 15-4: Macro localización



Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### Micro localización

Tabla 16-4: Micro localización



Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.3.4. *Proceso de producción*

Para iniciar con el proceso de producción es indispensable contar con los equipos necesarios para la transformación de materia prima, así como los suministros y materiales, materia prima de calidad, profesional capacitado, entre otros. A partir de ello el establecimiento, proveerá al cliente un producto de calidad, con un servicio rápido y eficiente, la selección de los proveedores es de suma importancia, ya que esto beneficiará la obtención de materia prima de calidad, a precios menores, con el fin de disminuir los costos de la materia prima. Para cumplir con todo el proceso de producción debe cumplir con lo siguiente.

Para iniciar el proceso de producción es necesario tener en cuenta cada uno de los puntos en los cuales necesitamos tener una estandarización, así como también los diferentes materiales a utilizarse para dichos procesos como son: materia prima, suministros y materiales, talento humano capacitado, entre otros. Una vez analizado todos estos aspectos el establecimiento podrá brindar de una excelente eficacia y calidad tanto en productos como en servicio, y para cumplir todo este proceso se deben seguir las diferentes guías:



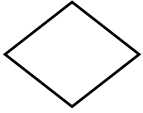
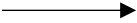
**Tabla 17-4:** Proceso de producción

1. compra de materia prima
2. recepción y control de la materia prima a utilizarse
3. lavado, etiquetado de alimentos y bebidas
4. Almacenamiento según el código de producto
5. Verificación de limpieza del área de trabajo
6. Mise en place (puesto a punto)
7. Producción
8. Montaje de la elaboración
9. Venta del producto
10. Servicio – empaquetado

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

#### 4.3.4.1. Diagrama de flujo

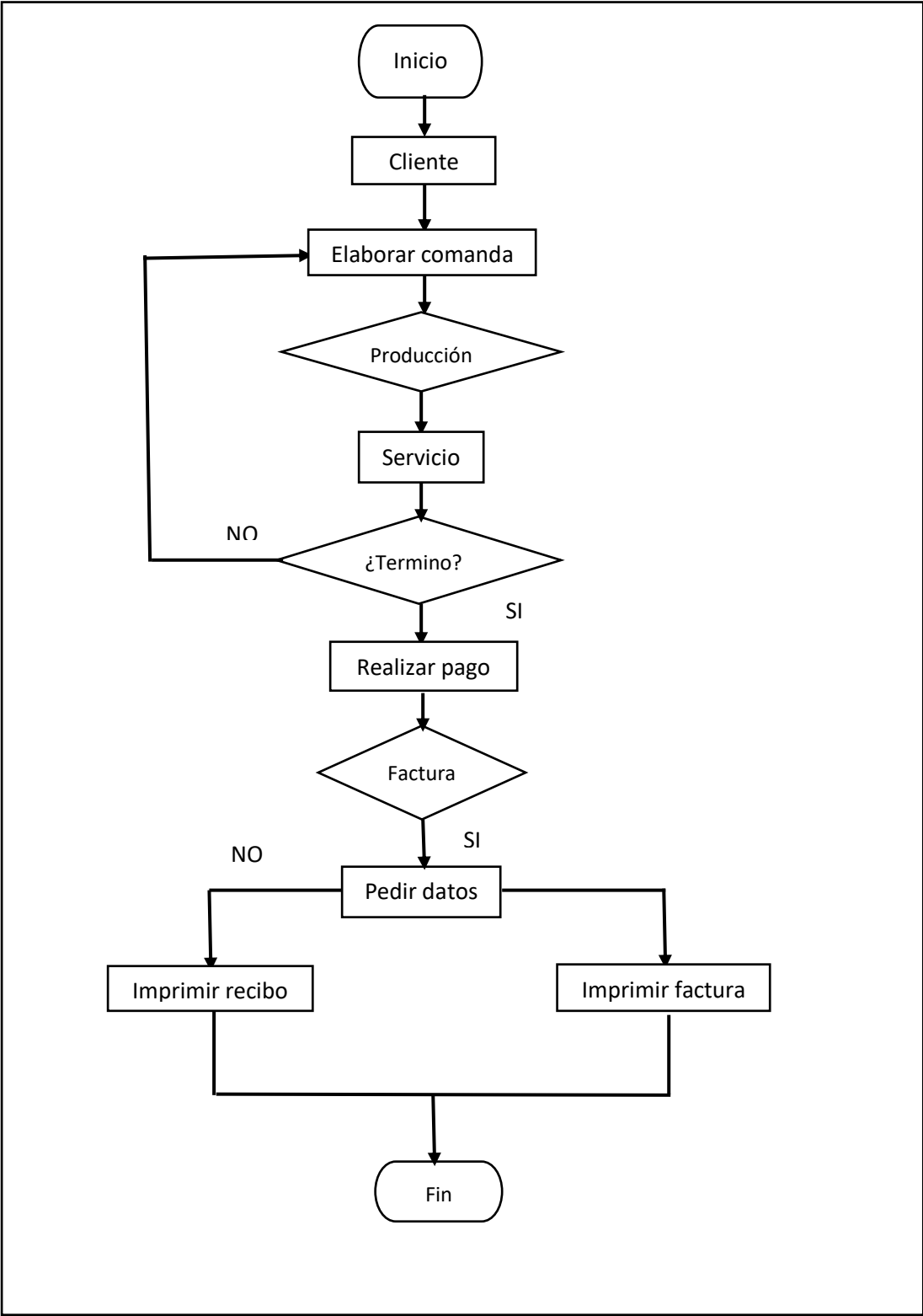
**Tabla 18-4:** Figuras del diagrama de flujo

FLUJOGRAMA	
	<b>Terminal:</b> Indica el inicio o la terminación del proceso
	<b>Actividad:</b> Simboliza la actividad que se lleva a cabo.
	<b>Decisión:</b> representa un punto en el cual se toma la decisión de seguir o retroceder. En el proceso (“SI” o” NO”).
	<b>Línea de flujo:</b> Indica la dirección del proceso.

**Fuente:** Fuente especificada no válida.

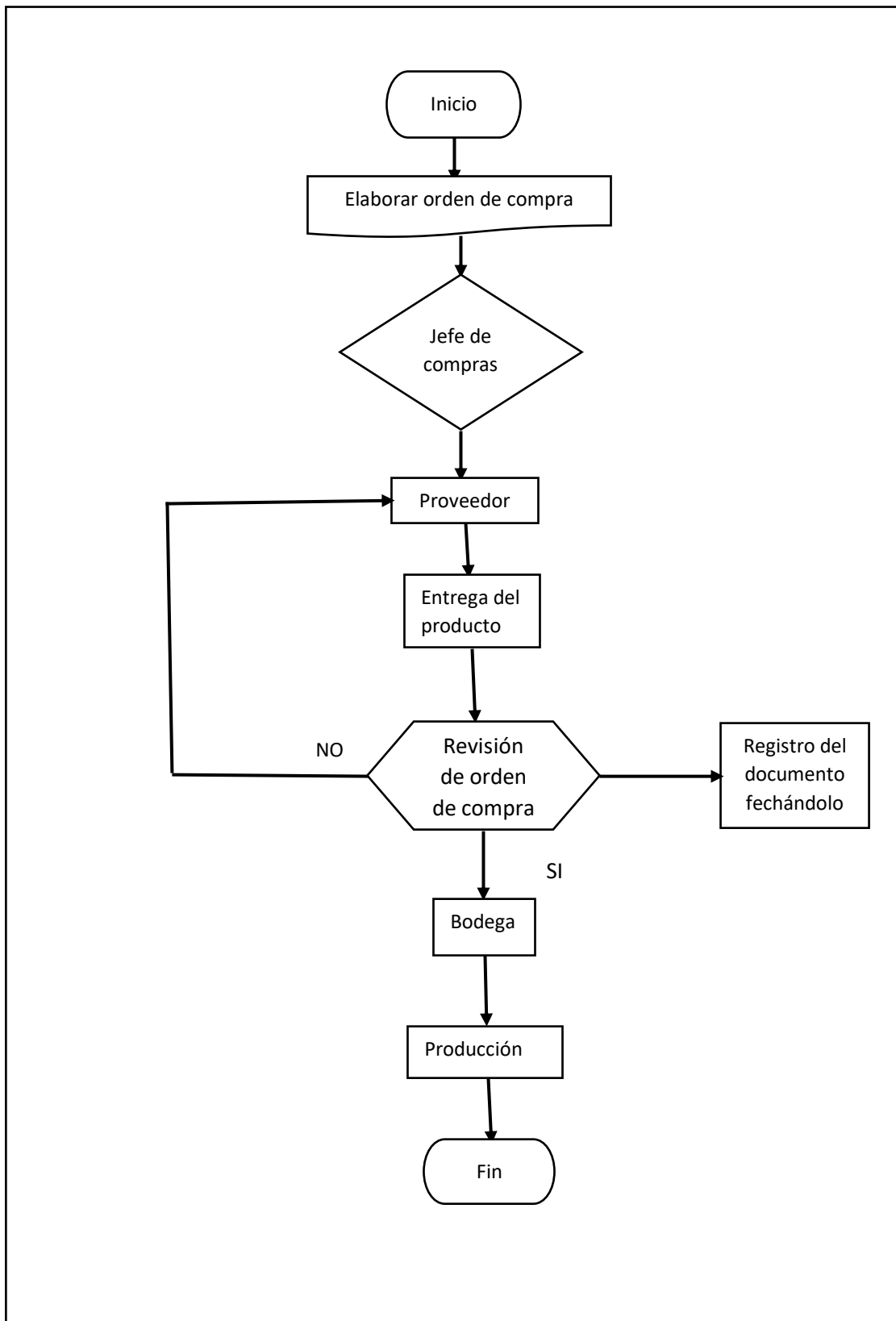
**Realizado por:** Richard Sánchez, 2019.

A . Diagrama de flujo de ventas



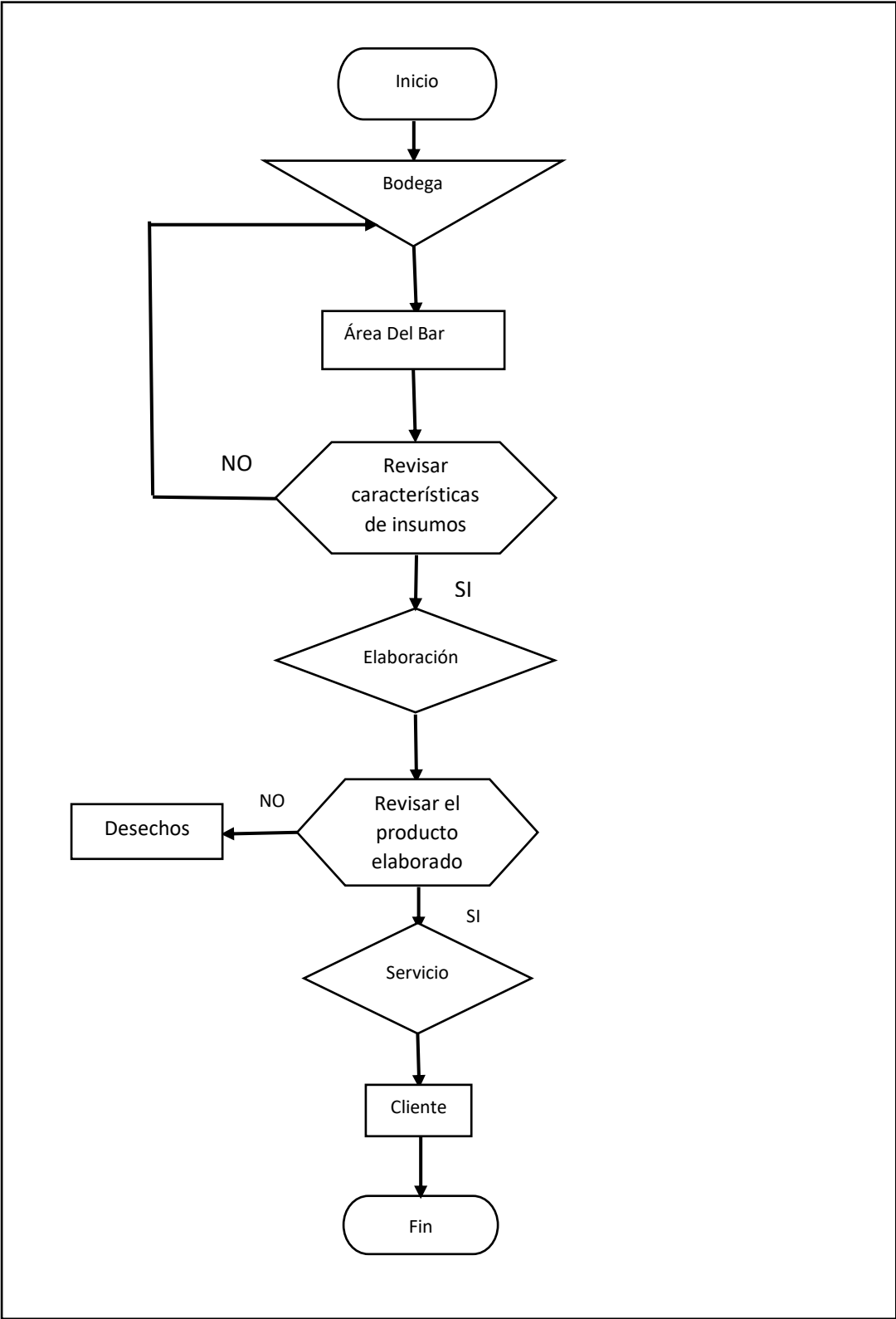
**Gráfico 15-4:** Diagrama de flujo (ventas)  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

B diagrama de flujo de compras



**Gráfico 16-4:** Diagrama de flujo de compras  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

C Diagrama de flujo de procesos






**Gráfico 17-4:** Diagrama de flujo (operaciones de procesos)  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



4.3.4.2. Receta estándar

Tabla 19-4: Receta estándar

 <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b> <b>FACULTAD DE SALUD PÚBLICA</b> <b>ESCUELA DE GASTRONOMÍA</b> <b>FICHA DE RECETA ESTÁNDAR</b> 								
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML	250	FECHA DE ELABORACIÓN:	# pax:	
Guarandño sour						18/6/2018	1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL	
	x							
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros	
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción
001	pájaro azul	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,07
004	gin	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,16
012	licor de manzana	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,08
013	Licor de melón	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,08
007	granadina	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,07
029	zumo de naranja	30	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,08
033	jugo de naranja	40	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,04

015	Sprite	50	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,05
036	hielos	60	gr	N/D	N/D	N/D	directo	\$	-
<b>MONTAJE</b>								<b>Costo total</b>	<b>\$ 0,63</b>
<b>Preparación</b>					<b>GRAFICO</b>				
<p>1. Ocupar hielos para enfriar la copa.  2. mezclar todos los ingredientes.  3. remover con una bailarina, servir bien frio</p>									

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018


Análisis:

Para la determinación de la receta estándar se ha tomado en consideración una receta que ayude a determinar el precio de producción del coctel, este formato detalla el código del producto que se utiliza, las cantidades ya sean estas en gramos o mililitros, el misen place que es necesario, el costo de compra, previo una regla de 3 de cuánto cuesta cada gramo y cada mililitro, el procedimiento que detallas las técnicas a utilizarse y por último la fotografía de cada una de las preparaciones, además es una receta que se utiliza en la ESPOCH por los instructores de la misma, las recetas completas podemos encontrarlas en el anexo

#### 4.3.5. Requerimiento humano

#### Área de producción

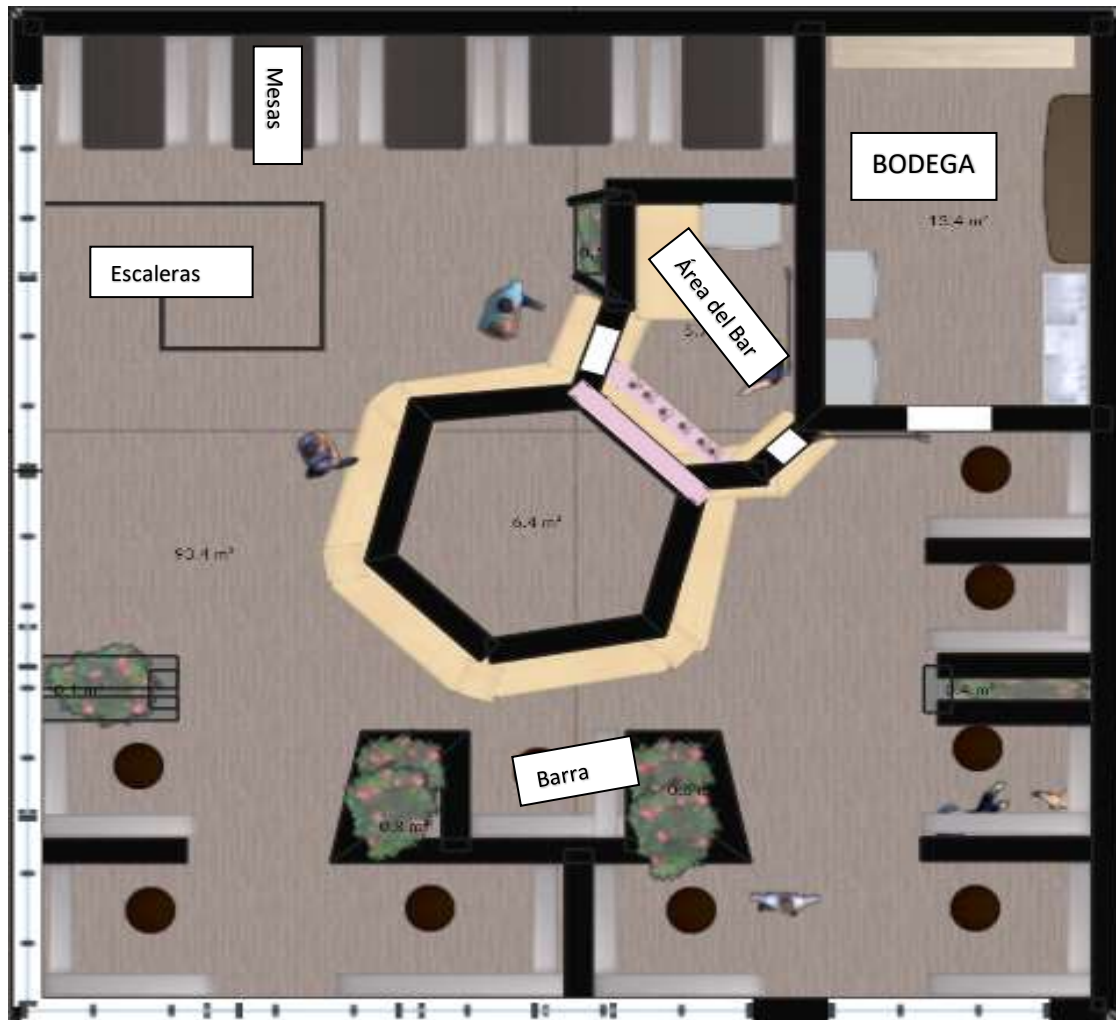
**Tabla 20-4:** Profesiograma del barmaguer

GUAGUA CUCHARA		
	Puesto o cargo	ADMINISTRADOR – BARMANAGER
	Departamento	TODOS
	Código	00001
OBJETIVO DEL PUESTO		
ADMINISTRADOR – BARMANAGER. - Dirige las operaciones de todos los departamentos		
FUNCIONES DEL PUESTO DE TRABAJO		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prepara y porcina todos los licores para la venta.               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Verifica la existencia de los diferentes licores.</li> <li>1.2. Elige las minutas a su disposición</li> </ol> </li> <li>2. Verifica el buen estado de los licores, biters, etc.               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Revisa diariamente la conservación del área de bebidas</li> <li>2.2. Revisa diariamente la cantidad y tipo de bebidas almacenadas.</li> </ol> </li> <li>3. Verifica que se cumpla las normas de higiene y que el personal               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Recorre el área de trabajo y revisa si hay acumulación de desperdicios</li> </ol> </li> <li>4. Prepara cocteles especiales para eventos sociales (Buffets/en barra)               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Recibe la solicitud del pedido</li> <li>4.2. Revisa que licores hay en existencia dentro del almacén.</li> </ol> </li> <li>5. Firma de facturas de mercancía               <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Verifica la mercancía contra la factura</li> <li>5.2. Comprueba que el peso, cantidad, calidad de la mercancía es igual a lo indicado en la factura</li> <li>5.4. Firma la factura como constancia de recibo de mercancía</li> </ol> </li> <li>6. Participa en la limpieza del área del área               <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Colabora en conjunto con el personal de cocina a mantener todo limpio y ordenado</li> </ol> </li> <li>7. Control de personal               <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1 controla todo el personal que trabaja en el establecimiento</li> </ol> </li> <li>8- Control de la parte de contabilidad del establecimiento               <ol style="list-style-type: none"> <li>8.1- Apertura del establecimiento</li> <li>8.2.- Participa en la apertura de caja</li> </ol> </li> <li>9.- Control de stock y adquisición de alimentos               <ol style="list-style-type: none"> <li>9.1- Participa directamente con los proveedores</li> <li>9.2- Realiza ordenes de resquicio a proveedores</li> </ol> </li> </ol>		
FORMACIÓN EXIGIDA		
Educación	Lic. en gastronomía o afín	
Experiencia	3 años en labores del arte culinario	
Educación continua	Curso de coctelería Administración de A y B Higiene y Seguridad Industrial	
Conocimientos	Del equipo, útiles y materiales utilizados en la preparación de bebidas de las diferentes minutas	

Licencias	Carnet de Salud
Habilidades	Preparar alimentos y bebidas variados. Para seguir instrucciones orales y escritas
Destrezas	Destreza manual para el manejo de equipo e instrumentos de uso en la preparación de alimentos.
<b>UBICACIÓN JERÁRQUICA</b>	
Jefe inmediato	
Personal a cargo	COCINERO
	MESERA
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
Apertura y cierre del establecimiento. Control del establecimiento a cada minuto. Mantiene su área de trabajo limpio y ordenado según reglas higiénicas. Cumple con la preparación de los alimentos en el horario establecido. Organizar a toda el área de producción para la hora del trabajo. Sobre preparación correcta de bebidas y según minuta Sobre la operación y/o cuidado del equipo y utensilios de cocina	
<b>RELACIONES Y PROBLEMÁTICA LABORAL</b>	
En el control de personal de diferentes áreas En el manejo de equipo industrial de cocina En el manejo de personal En la decoración de platillos En la toma de decisiones	
<b>SISTEMAS DEL TRABAJO</b>	
Horarios	Continuo
Esfuerzo físico	Esfuerzo considerable al estar de pie diariamente levantando peso al realizar las labores de cocina. Y labores en computadora
Esfuerzo mental	Trabajo bajo presión, a cargo de varias personas.
Ambiente	Ambiente con alta temperatura y humedad.
Riesgos	Alta probabilidad de exposición a factores de riesgos físicos y químicos tales como: emanaciones en el ambiente como el vapor, humo, sonido indeseable, cambios bruscos de temperaturas y a estar en contacto físico con grasas y aceites en el puesto de trabajo.
FIRMA DEL GERENTE	FIRMA DEL DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.3.6. Diseño de planta



**Figura 4-4:** diseño de planta  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

Mesas

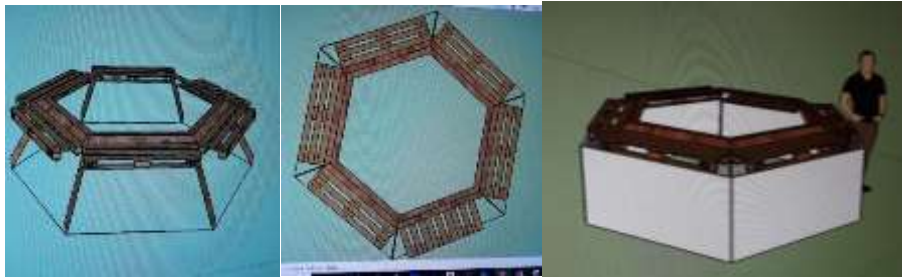
#### **Análisis:**

#### **Introducción:**

Para realizar la implantación del área del bar se procedió a realizar pequeñas modificaciones dentro de la infraestructura del restobar, además de esto se realizó un mantenimiento a muebles y enceres del mismo, intentando reutilizar lo que se puede como bancas, mesas, etc.

#### **Área del Bar**

Para realizar este espacio se readecuó implementando una infraestructura de madera rústica, realizando estanterías y una barra alrededor del hexágono que se encuentra en medio del establecimiento:



**Figura 5-4:** Diseño de la barra  
 Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

Barra dentro del hexágono



**Figura 6-4:** Diseño de la barra  
 Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

Para la preparación de la producción se implanto una estación de coctelería, tal y como son las barras móviles actuales, las cuales cuentan con espacios exactos tanto para las botellas y cristalería que se ocuparan dentro de la carta como se pude ver en la siguiente imagen:

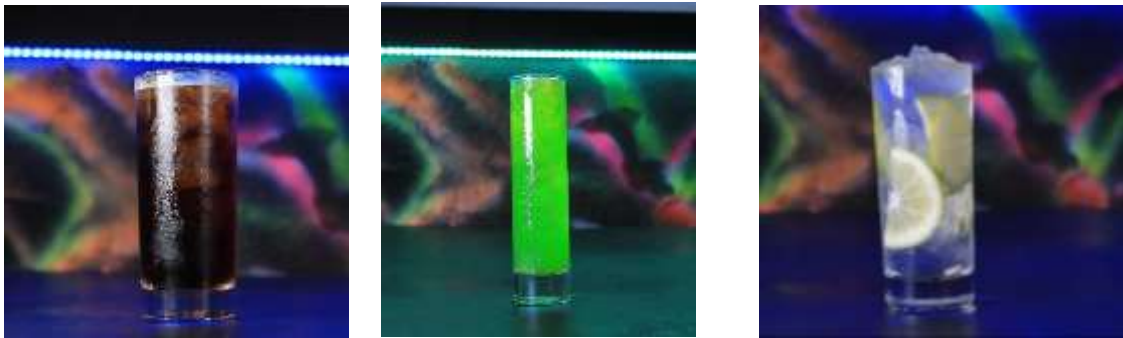
Dentro de esta área necesitaremos los siguientes equipos:

- Refrigeradora con congelador
- Equipo de coctelería
- Licuadora
- Equipo de coctelería: (Macerador, bailarina, coctelera, jigger, gusanillo, pinzas de hielo)
- Botellas de uso de bar
- Destapador, pala de hielo y sacacorchos

Dentro del menaje que utilizaremos para la nueva carta del bar, utilizaremos la siguiente cristalería:

Para cocteles largos utilizaremos

Tumbler y vaso tipo Highball



**Figura 7-4:** Variedad de vasos largos

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

Para cocteles cortos utilizaremos copas pequeñas de máximo 25 ml, con formas no convencionales para dar un estilo único de coctelería como las siguientes:



**Figura 8-4:** Variedad de vasos cortos

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

Para cocteles frozen y nuevas creaciones utilizaremos cristalería poco común que den un estilo único, sofisticado y apegado a su contexto como los siguientes:



**Figura 9-4:** Formas de vasos  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

Una característica de la carta es que cualquier coctel se puede convertir en una gran jarra con estilo como las siguientes:



**Figura 10-4:** Diseño de jarras cocteleras  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



### Área de la Bodega

Dentro del área de la bodega, se utilizará 2 refrigerados para los hielos y la cerveza ya que esta bebida tiene una considerable rotación de inventario, además estar equipada con estanterías para clasificar de una manera adecuada los licores y bítters, además contara con el área de lavado de vajilla como se muestra a continuación:



**Figura 11-4:** Diseño de área de Bodega

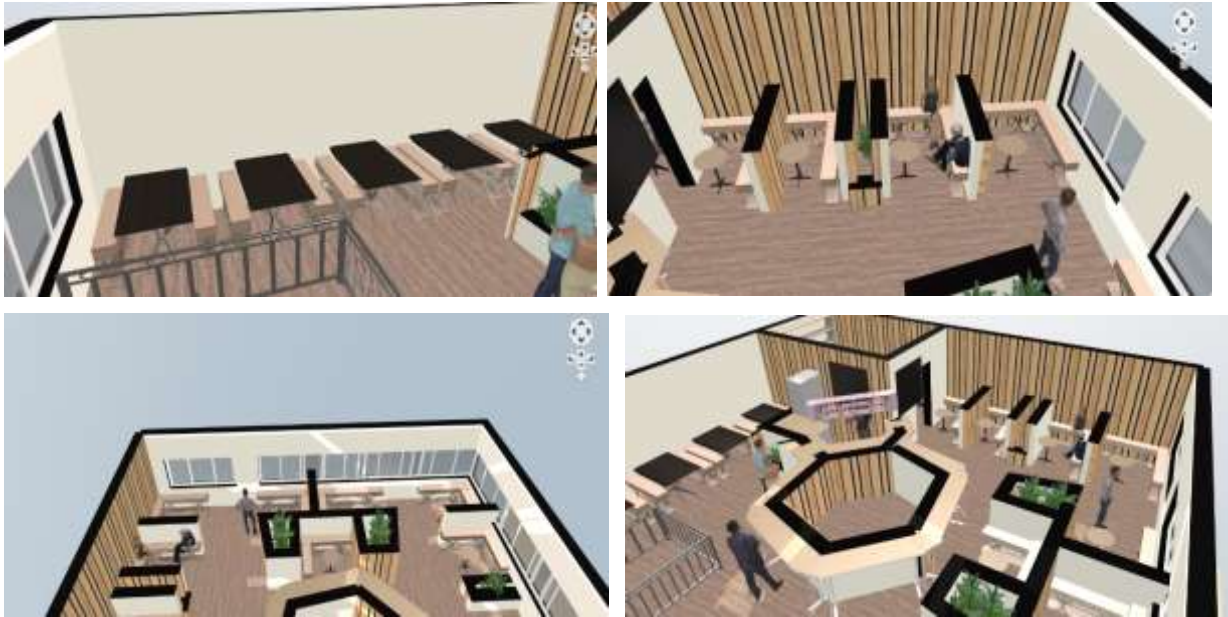
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### Área de Bar (salón)

Dentro del salón se utilizarán 2 tipos distintos de mesas las primeras serán de tipo bajo en estancias específicas en donde podrán entrar de 2 a 4 personas:

El segundo tipo de mesas se encontrarán en estancias más personalizadas para grupos de 4 a 6 personas como:

El salón estará equipado con 2 televisores pantalla plana para el sonido y el ocio de las personas que concurren a relajarse de su rutina diaria.



**Figura 12-4:** Diseño del área del salón  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

Adicional a esto el local tendrá un aspecto sofisticado y juvenil con un diseño único del mismo mostrando sus colores y logo por todas partes



**Figura 13-4:** Publicidad del local  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

Toda esta área se ubicará en el segundo piso del establecimiento y su horario de atención será de 5 pm hasta las 2 am.

#### 4.3.7. Estructura de costos y gastos

Costos de servicios básicos

**Tabla 21-4:** Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS						
TIPO	CANTIDAD	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	260	0,13	kw/h	33,89	101,66	406,64
Agua	150	0,22	m3	33,00	99,00	396,00
<b>TOTAL</b>				66,89	200,66	802,64

100% DEL COSTO	PRODUCCIÓN 50%	ADMINISTRACIÓN 25%	VENTAS 25%
802,64	401,32	200,66	200,66

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### Costos de mantenimiento

**Tabla 22-4:** Mantenimiento

MANTENIMIENTO					
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CAN T.	TIEMPO	PROVEEDOR	VAL.	COSTO ANUAL
Congelador indurama de 1m x 1m	1	AÑO	ARTEFACTA	40,00	40,00
Licuadoras	2	AÑO	TECNICO	10,00	20,00
Vinilos	1	1 AÑO	TECNICO	10,00	10,00
luces leds	1	1 AÑO	TECNICO	10,00	10,00
Barra y bar	1	1 AÑO	TECNICO	10,00	10,00
bancas y mesas	1	1 AÑO	TECNICO	10,00	10,00
<b>TOTAL</b>				90,00	180,00

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### Depreciación

**Tabla 2316-4:** Depreciación

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR	AÑOS VIDA	VALOR RESIDÚAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	310,00	10,00	31,00	27,90
EQUIPO DE CÓMPUTO	-		-	
MUEBLES Y ENSERES	1.452,00	10,00	145,20	130,68
<b>TOTAL</b>	<b>1.762,00</b>		<b>176,20</b>	<b>158,58</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.3.7.1. Materia prima

**Tabla 2417-4:** Materia prima

TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANT. DIARIA	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Canela tradicional (750 ml)	3	12	48	576	\$ 0,75	36	\$ 432,00
guarandño sour	2	8	32	384	\$ 0,63	20	\$ 241,92
addictive green	2	8	32	384	\$ 0,84	27	\$ 322,56
atatay que rico..!!	2	8	32	384	\$ 0,19	6	\$ 72,96
Canela de mora (750 ml)	2	8	32	384	\$ 0,86	28	\$ 330,24
el aniñado	2	8	32	384	\$ 0,76	24	\$ 291,84
fresa	2	8	32	384	\$ 0,62	20	\$ 238,08
long islad criollo	2	8	32	384	\$ 0,31	10	\$ 119,04
zambrano	2	8	32	384	\$ 0,59	19	\$ 226,56
gomila molecular	2	8	32	384	\$ 1,01	32	\$ 387,84
Brew purple	2	8	32	384	\$ 0,69	22	\$ 264,96
expreso manabita	2	8	32	384	\$ 1,10	35	\$ 422,40
vino hervido	2	8	32	384	\$ 2,51	80	\$ 963,84
calimocho	2	8	32	384	\$ 0,46	15	\$ 176,64
destornillador	2	8	32	384	\$ 0,60	19	\$ 230,40
cuba libre	2	8	32	384	\$ 0,61	20	\$ 234,24
wisky	2	8	32	384	\$ 1,61	52	\$ 618,24
gin tonic	2	8	32	384	\$ 0,66	21	\$ 253,44
margarita	2	8	32	384	\$ 1,10	35	\$ 422,40
mojitos	2	8	32	384	\$ 0,69	22	\$ 264,96
micheladas maracuyá	2	8	32	384	\$ 0,69	22	\$ 264,96
micheladas normales	2	8	32	384	\$ 0,61	20	\$ 234,24
michelada azul	2	8	32	384	\$ 0,65	21	\$ 249,60
cerveza pilsener	12	48	192	2.304	\$ 1,08	207	\$ 2.488,32
cerveza club	2	8	32	384	\$ 1,16	37	\$ 445,44
cerveza artesanal	1	4	16	192	\$ 2,20	35	\$ 422,40
combo club (3x6)	3	12	48	576	\$ 3,84	184	\$ 2.211,84

jarra de guarandeño sour	1	4	16	192	\$ 1,89	30	\$ 362,88
jarra de addictive green	1	4	16	192	\$ 2,52	40	\$ 483,84
jarra de aññados	1	4	16	192	\$ 2,28	36	\$ 437,76
jarra de long islad criollo	4	16	64	768	\$ 0,93	60	\$ 714,24
jarra de expreso manabita	1	4	16	192	\$ 1,77	28	\$ 339,84
jarra de Brew purple	3	12	48	576	\$ 2,07	99	\$ 1.192,32
jarra de zambrano	1	4	16	192	\$ 3,30	53	\$ 633,60
jarra de calimocho	1	4	16	192	\$ 1,38	22	\$ 264,96
jarra de destornillador	3	12	48	576	\$ 1,80	86	\$ 1.036,80
jarra de cuba libre	3	12	48	576	\$ 1,83	88	\$ 1.054,08
jarra de gin tonic	1	4	16	192	\$ 1,98	32	\$ 380,16
jarra de mojitos	3	12	48	576	\$ 2,07	99	\$ 1.192,32
4 micheladas x 5 dólares	3	12	48	576	\$ 3,24	156	\$ 1.866,24
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>364</b>	<b>1.456</b>	<b>17.472</b>	<b>53,88</b>	<b>1.899,20</b>	<b>22.790,40</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.3.7.2. Mano de obra directa

**Tabla 25-4:** Sueldo administrativo

ADMINISTRACIÓN/ PRODUCCIÓN				
MANO DE OBRA DIRECTA				
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15% APORTE PATRONAL, 1% LEY DE DISCAPACIDAD)
Bar managuer	600,00	1.800,00	7.200,00	874,80
<b>TOTALES:</b>	<b>600,00</b>	<b>1.800,00</b>	<b>7.200,00</b>	<b>874,80</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

**Tabla 26-4:** Sueldo de ventas

VENTAS				
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15% APORTE PATRONAL, 1% LEY DE DISCAPACIDAD)
MESERO/CAJERO	400,00	1.200,00	4.800,00	583,20
<b>TOTALES:</b>	<b>400,00</b>	<b>1.200,00</b>	<b>4.800,00</b>	<b>583,20</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.3.7.3. Costos indirectos de fabricación

**Tabla 2718-4:** Costos indirectos de fabricación

COSTOS	MENSUAL	COSTOS DIARIOS DEL SERVICIO DE LOCAL
SERVICIOS BÁSICOS	66,89	2,39
MANTENIMIENTO	15,00	0,54
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTE	-	-
AMORTIZACIÓN COSTOS DE EXPERIMENTACIÓN	9,52	0,34
SUMINISTROS Y MATERIALES	96,61	3,45
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	13,22	0,47
<b>TOTAL</b>	<b>201,23</b>	<b>7,19</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.3.8. Determinación de activos fijos para producción

**Tabla 2819-4:** Determinación de activos fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
MAQUINARIA Y EQUIPO	280,00	310,00
MUEBLES Y ENSERES	1.289,00	1.452,00
<b>SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>1.762,00</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.3.9. Programa pre-operativo

**Tabla 29-4:** Gastos de experimentación

GASTO EXPERIMENTACIÓN					
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	M.P	COSTO POR TIEMPO	COSTO TOTAL
PRUEBAS	PRUEBAS DE COCTELERIA	5:00	9	3,65	12,65
MUESTRAS					-
DEGUSTACIONES					-
CONTROL DE CALIDAD					-
<b>TOTAL</b>				<b>3,65</b>	<b>12,65</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.4. Estudio administrativo, legal y ambiental

##### 4.4.1. Organización

Para realizar una correcta organización se debe establecer como fin varios puntos como son: Objetivos, funciones y niveles jerárquicos de una empresa, esto ayudara a que cada área se integre y pueda alcanzar las metas que cada una se ha propuesto.

Dentro de la organización empresarial se encuentran los siguientes departamentos:

Departamento Administrativo

En este departamento se encuentra la persona netamente administrativa, como el gerente, secretarias, operativos de costos, etc.

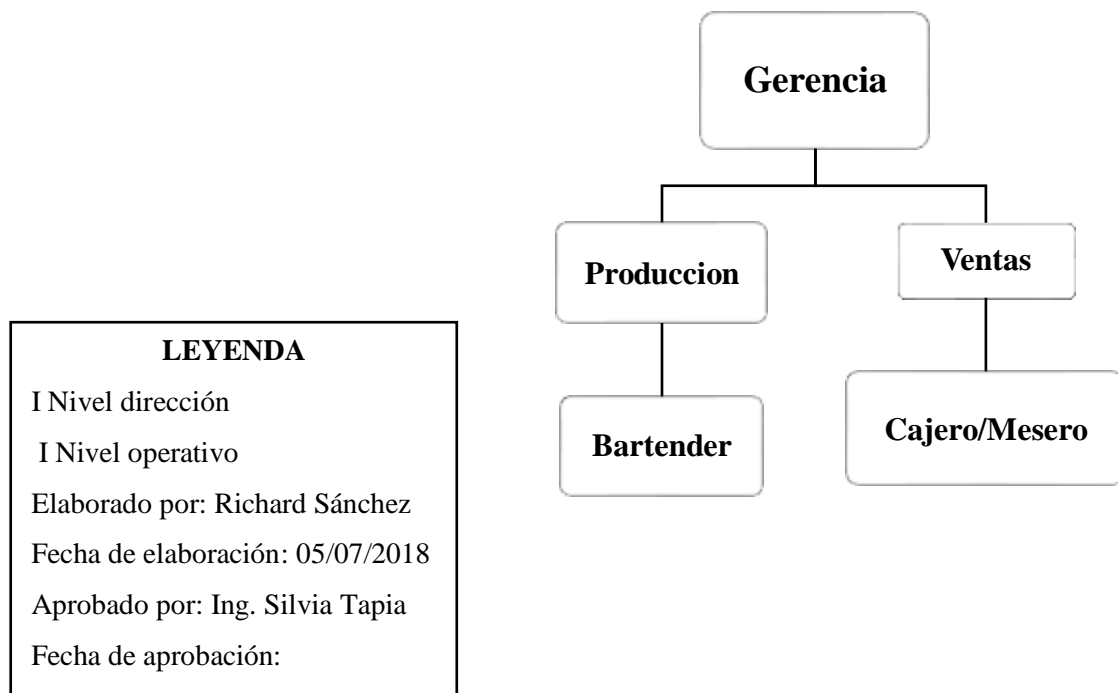
Departamento de producción:

Dentro de este departamento se encontrarán básicamente las personas que están a cargo de la elaboración de todos los productos que se ofrecen en la carta, como pueden ser chefs, bartenders, ayudantes, etc.

Departamento de ventas

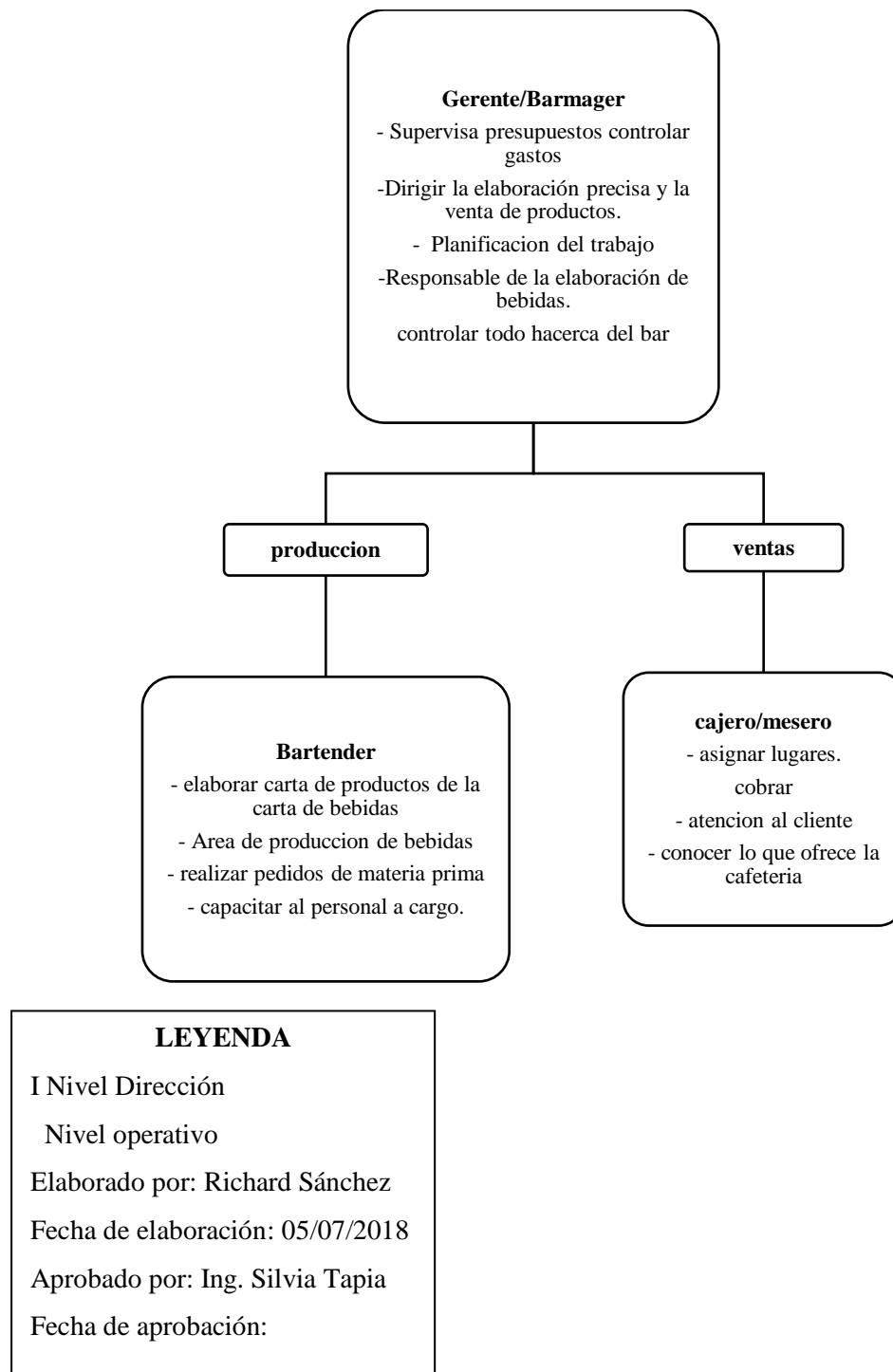
Dentro de este departamento se encuentra todo el personal recurrente al servicio tanto como mesero, someliers, cajeros, etc.

##### 4.4.1.1. Organigrama estructural



**Gráfico 8-4:** Organigrama estructural  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.4.1.2. Organigrama funcional



**Gráfico 18-4:** Organigrama funcional  
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



#### 4.4.1.3. Proceso de selección y contratación de talento humano

- **Reclutamiento**

El proceso de reclutamiento tiene como finalidad atraer a nuevo personal capacitado en todos los aspectos que la empresa necesita y requiere, este proceso es de suma importancia ya que el talento humano constituye la empresa de alimentos y bebidas, si se obtiene un buen equipo, con una mentalidad fresca y de nuevas ideas con una experiencia en dichas áreas el establecimiento o empresa tendrá muchas más posibilidades de cumplir sus metas en los tiempos establecidos e incluso en varios casos superarlas, este proceso podría llevar a la empresa al éxito o la deriva.

**Tabla 30-4:** Reclutamiento de personal

<b>Tipo de fuente</b>	<b>Fuente</b>
Interna	<b>Promoción:</b> reducción de cambio de área, promover motivación en el personal
Externa	<b>Recomendación:</b> contratación con referencia. <b>Anuncios:</b> número elevado de candidatos, Perfil con especialidad. Escuelas universidades: No requiere un costo, motivación, innovación de conocimientos.

**Fuente:** (Sierra, 2014)

**Realizado por:** Myriam Guanoluisa, 2018.

#### **A. Selección**

Al concreta con el proceso de reclutamiento, se realiza la fase de selección, en el cual por medio del curriculum se analizará los siguientes aspectos, nivel de estudios, referencias de trabajo, conocimiento del área correspondiente, entre otras, en el caso de cumplir con los requisitos impuesto por la empresa, se realizar el proceso de entrevista, se evaluará de una manera más cercana a la persona, se establecerá un periodo de prueba de conocimientos teóricos y prácticos de ser el caso, la persona encargada de la selección determinará si es o no apto para el puesto de trabajo, en el caso de pasar la etapa se le aplicará otro un examen psicológico y también de salud física. Con forme cumpla con los requerimientos se procederá con la siguiente etapa (Sierra, 2014).

## **B. Contratación**

El empleado tiene el compromiso de prestar su trabajo personal con el fin de conseguir una retribución por parte de la empresa contratante, por ende es obligación del empleador cumplir con todos los aspectos legales de contratación conforme a las reformas laborales que se encuentran vigentes, la empresa tiene la obligación de informar la carga horaria, los días de trabajo, el sueldo, las bonificaciones en caso de tenerlo, los derechos y obligaciones que posee como empleado, y sobre todo se especificará en el contrato el tiempo que necesitará la empresa de sus servicios. En cualquiera de las situaciones el empleado al momento de firmar su contrato de trabajo posee la seguridad de una estabilidad, retribución monetaria y las obligaciones que deberá cumplir dentro del área en el que se vaya a desempeñar (Sierra, 2014).

## **C. Orientación**

Una vez realizado el proceso de selección y contratación, se procede a la fase de orientación en el cual se brinda al empleado un pequeño programa de inducción, ofreciendo toda la información pertinente a su puesto de trabajo, de manera que pueda tener una noción más amplia acerca de las actividades que deberá desarrollar; consiguiendo con esto la empresa una adaptación más rápida en cuanto a las normas, políticas y procedimientos por parte del empleador (Sierra, 2014).

Varias de las empresas especialmente grandes manejan un programa de bienvenida enfocada para los nuevos empleados, el mismo que permite realizar un proceso de inducción amigable, creando en el nuevo personal el grado de importancia que es su presencia para la empresa, con esto se pretende incentivar y motivar (Sierra, 2014).

## **D. Evaluación**

Al transcurrir un tiempo determinado sobre el desempeño de su trabajo se procede a la evaluación de las actividades desarrolladas dentro de área asignada, con el fin de conocer los logros que ha conseguido durante su periodo de trabajo, en el caso de ser satisfactorio se brindará un incentivo, caso contrario se tomará medidas como una capacitación. La persona encargada del proceso de evaluación puede ir desde Gerente general (propietario) hasta su jefe inmediato de área y la evaluación se realizará de forma individual (Sierra, 2014).

## **E. Capacitación**

Consiste en un proceso sistemático, importante para la empresa, porque permite el fortalecimiento de conocimientos, habilidades, destrezas que son necesarias para desempeñar las tareas exigidas dentro del área de trabajo, a diferencia de todos los conocimientos académicos o de experiencia adquiridos por el personal, la capacitación tiene como fin ofrecer conocimientos de especialización, dirigido al perfil que necesita la empresa, el proceso debe ser continuo

garantizando de esta forma estar al nivel de un mundo que se encuentra en competencia constante (Sierra, 2014).

**Tabla 3120-4:** Comparación reclutamiento y selección

Reclutamiento	Selección
Características del puesto	Características del candidato
Requerimientos del puesto	Evaluaciones del candidato
Análisis y descripción del puesto	Técnicas de selección

**Elaborado por:** Richard Sánchez, 2018

#### 4.4.1.4. *Manual de funciones*

El manual de funciones es una herramienta básica que tiene como objetivo, dar a conocer las funciones de las diferentes áreas para el desarrollo eficiente de las mismas, proporciona al personal el rol que debe cumplir en la empresa, además estandariza uniformes, horarios y procedimientos.

#### 4.4.2. *Marco legal*

##### **Calificación como artesano**

La Junta Nacional de Defensa del Artesano a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. Quien esté interesado en calificarse deberá cumplir con varios requisitos legales, personales y generales que se presentarán junto con un formulario en las juntas a nivel nacional para que esta realice una inspección y determine si se cumple o no con los requisitos vigentes, te los mostramos a continuación. Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)
- Copia del Título artesanal
- Carnet actualizado del gremio
- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)

- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior (Impuesto Listo, 2017).

### **Obligaciones generales de los artesanos calificados**

- Mantener actualizada su calificación por la Junta de Defensa del Artesano.
- No exceder del monto de activos totales permitido por la Ley de Defensa del Artesano.
- Exigir a sus proveedores las correspondientes facturas y archivarlas en la forma y condiciones que determine el Servicio de Rentas Internas.
- Vender exclusivamente los bienes a los que se refiere su calificación por parte de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (Impuesto Listo, 2017).

### **Costos y gastos deducibles actividad artesanal:**

- Gastos que sirven para obtener, mantener y mejorar sus ingresos, es decir aquellos correspondientes al giro del negocio.
- Gastos personales, se puede deducir sus gastos personales y los de su cónyuge, conviviente e hijos menores de edad dependientes (Impuesto Listo, 2017).

### **Restricciones gastos personales:**

- Hasta el 50% del total de sus ingresos.
- No puede superar los \$ 14.521,00
- Hasta \$ 3.630,25 en vivienda, educación, alimentación y vestimenta.
- Hasta \$ 14521,00 en salud.
- Siempre se debe considerar el menor valor resultante de las restricciones planteadas a fin de dar cumplimiento a todos los planteamientos (Impuesto Listo, 2017).

### **Retenciones en la fuente para los artesanos calificados:**

Los artesanos calificados no practican retenciones en la fuente en sus compras.

En sus ventas de bienes o prestación de servicios, las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad, deberán retener un porcentaje sobre el valor recibido en su venta (Impuesto Listo, 2017).

Beneficios laborales de los artesanos calificados:

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas (Impuesto Listo, 2017).

**Artesanos calificados    Obligaciones tributarias    Beneficios tributarios**

- Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Comunicar cualquier cambio al SRI. Como por ejemplo cambios de dirección, números telefónicos, nombre de comercial, renovación de la calificación artesanal, entre otros.
- Emitir y entregar comprobantes de venta debidamente autorizados por el SRI en ventas iguales o inferiores a \$4 que el consumidor no requiera su comprobante de venta, se podrá emitir un comprobante de venta al final de día que resuma dichas ventas. En caso de que se encuentre inscrito en el RISE, la obligación de entregar comprobantes será a partir de montos iguales o superiores a \$12,00, por montos inferiores y cuando no entregue un comprobante, podrá emitirse uno solo que resuma estas transacciones al final del día.
- Llevar un registro de ingresos y gastos de manera mensual.
- Presentar semestralmente su declaración del Impuesto al Valor Agregado
- Presentar anualmente, su declaración de Impuesto a la Renta solo si supera la base exenta de ingresos, establecida en la tabla del Impuesto a la Renta vigente.
- Pagar sus declaraciones realizadas.
- Presentarse en el SRI cuando se requiera su presencia.
- Archivar los comprobantes de venta relacionados con su actividad económica por siete años (Impuesto Listo, 2017).
- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal
- No están obligados a llevar contabilidad, por lo tanto, no requieren de un contador.
- Devolución de retenciones en la fuente en casos específicos (Impuesto Listo, 2017).

**Tabla 32-4:** Ley del artesano

Ley del artesano	
Beneficios	Obligaciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La persona posee una exoneración de hasta un 100% a las exportaciones de artesanías.</li> <li>• La facturación es con tarifa 0%</li> <li>• Declaración semestral del IVA</li> <li>• Exoneración del pago de impuesto a la renta</li> <li>• No se encuentran obligados a llevar contabilidad</li> <li>• Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices.</li> <li>• No pago de fondos de reserva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debe vender únicamente los bienes o servicios que se encuentran calificados.</li> <li>• No superar el monto permitido por la ley del artesano.</li> <li>• La afiliación al seguro debe ser obligatoria.</li> <li>• Ante cualquier cambio de razón social, dirección o teléfono debe ser comunicado ante el SRI.</li> <li>• La persona debe guardar sus comprobantes de venta por lo menos 7 años.</li> </ul>

Fuente: (Impuesto Listo, 2017)

#### 4.4.3. Permisos requeridos para su funcionamiento

Es necesario cumplir algunos requisitos para obtener el permiso de funcionamiento, los cuales son:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
  - Planilla de Inspección.
  - Licencia anual de funcionamiento.
  - Categorización otorgada por el ministerio de turismo.
  - Certificado de capacitación de Manipulación de Alimentos (SECAP)
  - Copia RUC del establecimiento.
  - Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
  - Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario del establecimiento
- (Impuesto Listo, 2017).

**Tabla 33-4:** Gastos constitución

GASTOS DE ORGANIZACIÓN		
TIPO	GASTO ANUAL	OBSERVACIÓN
INSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO (CURSO Y CARNET)	25,00	Tasa única
PERMISO EN EL MINISTERIO DEL AMBIENTE	-	no tiene costo
INSCRIPCIÓN AL SRI (RISE)	-	no tiene costo
BOMBEROS	5,00	Tasa única
PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD ARCSA	40,58	categoría del local
PATENTE MUNICIPAL	60,00	dimensión de local

REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO	45,00	Cédula , RISE
<b>TOTAL</b>	<b>175,58</b>	

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### ***4.4.4. Mitigar el impacto ambiental***

Para ayudara a mitigar o reducir el impacto ambiental que podría ocasionar el establecimiento se realizara el mecanismo zero waste que traducido al español quiere decir Residuo cero con esto disminuiremos drásticamente el incremento de contaminación que la empresa realiza al ambiente.

##### **RECHAZAR**

Procederemos a rechazar todo lo que no son indispensable en el local, como son los vasos plásticos, sorbetes o popotes,

##### **REDUCIR**

Reduciremos en lo posible la compra de productos innecesarios como son jaleas, enlatados y conservas, realizando nosotros mismo con nuestros propios desperdicios como, por ejemplo, las cascaras de los limones, naranjas, etc., nos servirá para sacar aceites esenciales y combinarlos con licores saborizando los mismos, excesos de pulpa realizar jaleas y por ultimo realizar nuestros propios conservantes.

##### **REUTILIZAR**

Cambiamos todo lo desechable por alternativas reutilizables como por ejemplo los sorbetes, se cambiarán por una alternativa saludable que son los sorbetes de plata de papaya, eliminaremos los vasos desechables, con nuestra propia cristalería que aparte de dar un mejor aspecto al coctel contribuye con la reutilización, reutilizaremos en lo posible los envases de botellas de vidrio, para envasar los pedidos de cocteles para llevar.

##### **RECICLAR**

Reciclaremos todo aquello que no se puede reutilizar como son los envases plásticos de las bebidas soft, acumulando todo esto y donando a personas que viven del reciclaje.

##### **ROT que traducido quiere decir COMPOSTAR, DESCOMPONER**

Para cumplir este fin realizaremos nuestro propio abono orgánico el cual, nos servirá para las mismas plantas que están ubicas en todo el local.

Con este plan zero waste eliminamos casi el 99 % de desperdicios del establecimiento.

4.3.1.1. Acciones remediales

**Tabla 34-4:** Acciones remediales

<b>Daños ocasionados por los procesos de producción y actividades operativas</b>	<b>Impactos</b>	<b>Medidas de mitigación</b>	<b>Requerimientos</b>	<b>Costos</b>
Agua	Contaminantes producidos por desechos líquidos	Instalar señaléticas informativas, sobre el manejo y deposición de desechos sólidos.	Letrero informativo plásticos.	\$15
	Contaminación por los desechos que son expulsados por maquinaria y equipo.	Revisión y control periódico de maquinaria y equipo para evitar el desecho materia innecesaria.	-	\$0,00
Suelo	Contaminación por desechos inorgánicos emitidos por el establecimiento.	Adquirir basureros para el desecho de elementos inorgánicos.	1 basurero	\$5
	Contaminación generada por desechos orgánicos.	Manejo adecuado de desechos orgánicos generados por el área de producción.	Realizar abono orgánico para las plantas del establecimiento	\$5
Aire	Contaminación por humo u otro tipo de contaminantes.	Controlar el uso de aerosoles para el local, así como la quema de cualquier tipo de material que afecte directa o indirectamente.	-	-
<b>TOTAL</b>				25,00

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



## 4.5. Estudio financiero

### 4.5.1. Análisis de la inversión

Tabla 3521-4: Inversión del proyecto

RUBROS	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSIÓN
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>			1.951,77
MAQUINARIA Y EQUIPO		310,00	310,00
EQUIPO DE CÓMPUTO		-	-
MUEBLES Y ENSERES		1.452,00	1.452,00
MENAJE Y VAJILLA		170,45	170,45
IMPREVISTOS (1%)		19,32	19,32
<b>2. ACTIVOS DIFERIDOS</b>			571,08
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		175,58	175,58
GASTOS DE INSTALACIÓN		185,75	185,75
GASTOS DE PUBLICIDAD		113,33	113,33
GASTOS EXPERIMENTACIÓN		90,77	90,77
IMPREVISTOS (1%)		5,65	5,65
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>			11.384,31
MATERIA PRIMA		5.697,60	5.697,60
MATERIALES INDIRECTOS		444,00	444,00
MANO DE OBRA DIRECTA		2.018,70	2.018,70
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		-	-
SERVICIOS BÁSICOS		200,66	200,66
GASTO ARRIENDO		1.275,00	1.275,00
SUELDOS VENTAS		1.345,80	1.345,80
SUMINISTROS Y MATERIALES		289,83	289,83
CAJA - BANCOS		-	-
CONTINGENCIA (1%)		112,72	112,72
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	-	<b>13.907,16</b>	<b>13.907,16</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

4.5.1.1. Fuentes y usos

**Tabla 3622-4:** Fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>		1.932,45	-	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	310,00	310,00		
EQUIPO DE COMPUTO	-	-		
MUEBLES Y ENSERES	1.452,00	1.452,00		
MENAJE Y VAJILLA	170,45	170,45		
IMPREVISTOS (1%)	19,32	19,32		
<b>2. ACIVOS DIFERIDOS</b>		571,08	-	-
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	175,58	175,58		
GASTOS DE INSTALACIÓN	185,75	185,75		
GASTOS DE PUBLICIDAD	113,33	113,33		
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	90,77	90,77		
IMPREVISTOS (1%)	5,65	5,65		
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>		5.686,71	-	5.697,60
MATERIA PRIMA	5.697,60			5.697,60
MATERIALES INDIRECTOS	444,00	444,00		
MANO DE OBRA DIRECTA	2.018,70	2.018,70		
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	-	-	-	
SERVICIOS BASICOS	200,66	200,66		
GASTO ARRIENDO	1.275,00	1.275,00		
SUELDOS DE VENTAS	1.345,80	1.345,80		
SUMINISTROS Y MATERIALES	289,83	289,83		
CAJA - BANCOS	-	-		
CONTINGENCIA (1%)	112,72	112,72		
<b>TOTAL</b>	<b>13.907,16</b>	<b>8.190,24</b>	-	<b>5.697,60</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.5.2. Presupuestos

##### 4.5.2.1. Presupuestos de costos de producción

**Tabla 37-4:** Presupuesto de producción

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1.COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
MATERIA PRIMA	22.790,40	23.727,09	24.702,27	25.717,53	26.774,52
MANO DE OBRA DIRECTA	8.074,80	8.406,67	8.752,19	9.111,90	9.486,40
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
MATERIALES INDIRECTOS	444,00	462,25	481,25	501,03	521,62
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	-	-	-	-	-
MANTENIMIENTO	180,00	187,40	195,10	203,12	211,47
SERVICIOS BÁSICOS	401,32	417,81	434,99	452,86	471,48
SUMINISTROS Y MATERIALES	695,59	724,18	753,94	784,93	817,19
AMOTIZACIÓN GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	18,15	18,15	18,15	18,15	18,15
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	27,90	25,39	23,10	21,02	19,13
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	11,43	10,41	9,47	8,62	7,84
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>32.576,36</b>	<b>33.928,57</b>	<b>35.324,25</b>	<b>36.777,12</b>	<b>38.289,54</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

4.5.2.2. Presupuestos de gastos de administración

**Tabla 38-4:** Presupuesto de gastos de administración

<b>2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
GASTO ARRIENDO	5.100,00	5.309,61	5.527,83	5.755,03	5.991,56
SERVICIOS BÁSICOS	200,66	208,91	217,49	226,43	235,74
SUMINISTROS Y MATERIALES	115,93	120,70	125,66	130,82	136,20
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO	-	-	-	-	-
AMORTIZACIÓN DE GASTOS ORGANIZACIÓN	35,12	35,12	35,12	35,12	35,12
AMORTIZACIÓN DE GASTOS INSTALACIÓN	37,15	37,15	37,15	37,15	37,15
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>5.488,86</b>	<b>5.711,48</b>	<b>5.943,25</b>	<b>6.184,55</b>	<b>6.435,76</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

4.5.2.3. Presupuestos de gastos de ventas

**Tabla 3923-4.** Presupuesto de gastos de ventas

<b>3. GASTO DE VENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
AMORTIZACIÓN GASTO PUBLICIDAD	22,67	22,67	22,67	22,67	22,67
SUELDOS	5.383,20	5.604,45	5.834,79	6.074,60	6.324,27
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	119,25	108,51	98,75	89,86	81,77
SERVICIOS BÁSICOS	200,66	208,91	217,49	226,43	235,74
SUMINISTROS Y MATERIALES	347,80	362,09	376,97	392,47	408,60
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS</b>	<b>6.073,57</b>	<b>6.078,87</b>	<b>6.353,18</b>	<b>6.626,31</b>	<b>6.909,50</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.5.3. Estado de pérdidas y ganancias

**Tabla 40-4:** Estado de pérdidas y ganancia

<b>ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS NETAS</b>	61.182,72	63.697,33	66.315,29	69.040,85	71.878,43
<b>(-) COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	32.576,36	33.928,57	35.324,25	36.777,12	38.289,54
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	28.606,36	29.768,76	30.991,04	32.263,73	33.588,89
<b>(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN</b>	5.488,86	5.711,48	5.943,25	6.184,55	6.435,76
<b>(-) GASTO DE VENTAS</b>	6.073,57	6.078,87	6.353,18	6.626,31	6.909,50
<b>(=)UTILIDAD OPERATIVA</b>	17.043,93	17.978,41	18.694,61	19.452,87	20.243,62
<b>(-) GASTO FINANCIERO</b>	-	-	-	-	-
<b>(=) RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA</b>	17.043,93	17.978,41	18.694,61	19.452,87	20.243,62
<b>(-) REPARTO DE UTILIDADES</b>					
<b>(-) IMPUESTO RENTA</b>					
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	17.043,93	17.978,41	18.694,61	19.452,87	20.243,62

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.5.4. Estado de situación financiera

**Tabla 4124-4:** Estado de situación financiera

TABLA N° BALANCE GENERAL						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	11.094,48	28.871,48	30.078,76	31.067,75	32.098,81	33.162,36
ACTIVO FÍJO	1.781,32	1.781,32	1.781,32	1.781,32	1.781,32	1.781,32
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-	-	-	-	-
DIFERIDOS (Valor amortización anual)	571,08	158,58	317,16	475,74	634,32	-792,90
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>13.907,16</b>	<b>30.951,09</b>	<b>31.885,57</b>	<b>33.077,51</b>	<b>33.360,03</b>	<b>34.150,79</b>
<b>PASIVOS</b>						
PASIVO CORRIENTE (Interés Bancario)		-	-	-		
PASIVO LARGO/PLAZO (Crédito Bancario)	-	-	-	-		
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	13.907,16	13.907,16	13.907,16	13.907,16	13.907,16	13.907,16
Resultado del Ejercicio ( Utilidad Neta)		17.043,93	17.978,41	18.694,61	19.452,87	20.243,62
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>13.907,16</b>	<b>30.951,09</b>	<b>31.885,57</b>	<b>32.601,77</b>	<b>33.360,03</b>	<b>34.150,79</b>
<b>TOTAL PASIVO +PATRIMONIO</b>	<b>13.907,16</b>	<b>30.951,09</b>	<b>31.885,57</b>	<b>32.601,77</b>	<b>33.360,03</b>	<b>34.150,79</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.5.5. Estado de flujo del efectivo

**Tabla 42-4:** Estado de flujo del efectivo

<b>RUBROS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas		61.182,72	63.697,33	66.315,29	69.040,85	71.878,43
Costos Producción		32.576,36	33.928,57	35.324,25	36.777,12	38.289,54
Gasto Administrativo		5.488,86	5.711,48	5.943,25	6.184,55	6.435,76
Gasto Ventas		6.073,57	6.078,87	6.353,18	6.626,31	6.909,50
Gasto Financieros		-	-	-		
Amortización act. Diferido		114,22	114,22	114,22	114,22	114,22
<b>Utilid. Antes de Rep. Ut. E Imp.</b>		<b>17.043,93</b>	<b>17.978,41</b>	<b>18.694,61</b>	<b>19.452,87</b>	<b>20.243,62</b>
<b>Utilidad Neta</b>		<b>17.043,93</b>	<b>17.978,41</b>	<b>18.694,61</b>	<b>19.452,87</b>	<b>20.243,62</b>
Depreciaciones		158,58	158,58	158,58	158,58	158,58
Amort.Act.Nominal		114,22	114,22	114,22	114,22	114,22
Inversión Maq. Y Equip.	310,00					
Inv. Terreno y Obra Física						
Inversión Otros	1.622,45					
Inv. Act. Nominal	571,08					
Inv. Capital de Trabajo	11.384,31					
Vehículo						
Imprevisto	19,32					
Recup. Capital Trabajo						
Préstamo						
Amort. Préstamo		-	-	-		
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>13.907,16</b>	<b>17.316,73</b>	<b>18.251,21</b>	<b>18.967,40</b>	<b>19.725,67</b>	<b>20.516,42</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.5.6. Evaluación financiera

##### a. Flujo neto del efectivo (FNE)

**Tabla 43-4:** Flujo neto del efectivo

N°	FNE
INVERSION	- 13.907,16
1	17.316,73
2	18.251,21
3	18.967,40
4	19.725,67
5	20.516,42

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

##### b. Valor actual neto (VAN)

**Tabla 4425-4:** Valor actual neto

Valor actual neto (VAN)				
N°	FNE	$(1 + i)^n$	FNE /	$(1 + i)^n$
INVERSION	- 13.907,16		-	13.907,16
1	17.316,73		1,12	15.461,36
2	18.251,21		1,25	14.549,75
3	18.967,40		1,40	13.500,62
4	19.725,67		1,57	12.536,02
5	20.516,42		1,76	11.641,57
<b>TOTAL</b>				<b>53.782,16</b>
<b>VAN</b>	<b>53.782,16</b>			

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



**c. Tasa interna de retorno**

**Tabla 4526-4:** Tasa interno de retorno

<b>TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)</b>					
Inversión Inicial		- 10.378,92			
	<b>Kp</b>	<b>28%</b>	<b>Kp</b>	<b>29%</b>	
<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>FACTOR DE DESCUENTO</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>FACTOR DE DESCUENTO</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
1	17.316,73	0,78125	13.528,69	0,775193798	13.423,82
2	18.251,21	0,610351563	11.139,65	0,600925425	10.967,61
3	18.967,40	0,476837158	9.044,36	0,465833663	8.835,66
4	19.725,67	0,37252903	7.348,38	0,361111367	7.123,16
5	20.516,42	0,291038305	5.971,06	0,279931292	5.743,19
			<b>47.032,16</b>		<b>46.093,44</b>
		<b>Inversión</b>	- <b>13.907,16</b>		- <b>13.907,16</b>
		<b>VAN</b>	<b>33.124,99</b>		<b>32.186,28</b>
<b>TIR =</b>	<b>63,29%</b>				

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

**d. Periodo de recuperación**

**Tabla 4627-4:** Periodo de recuperación

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS OPERATIVOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSIÓN</b>
0	- 13.907,16		
1	17.316,73	17.316,73	3.409,56
2	18.251,21	35.567,93	21.660,77
3	18.967,40	54.535,34	40.628,17
4	19.725,67	74.261,00	60.353,84
5	20.516,42	94.777,43	80.870,26

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

### Fórmula

$$\text{PRR} = \text{Año de recuperación} + \frac{\text{Costo por recuperar}}{\text{Último flujo}}$$

$$\text{PRR} = 0 + \frac{-13.907,16}{17.316,73}$$

$$\text{PRR} = 0 + 9,06$$

$$\text{PRR} = 0,906$$

Periodo de recuperación		
0	AÑOS	0
9,06	MESES	9
1,8	DIAS	2

### e. Punto del equilibrio

**Tabla 47-4:** Punto de equilibrio

DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	13.458,00
PRECIO	6,00
COSTO VARIABLE	0,93
PUNTO DE EQUILIBRIO	2.654
UTILIDAD	0

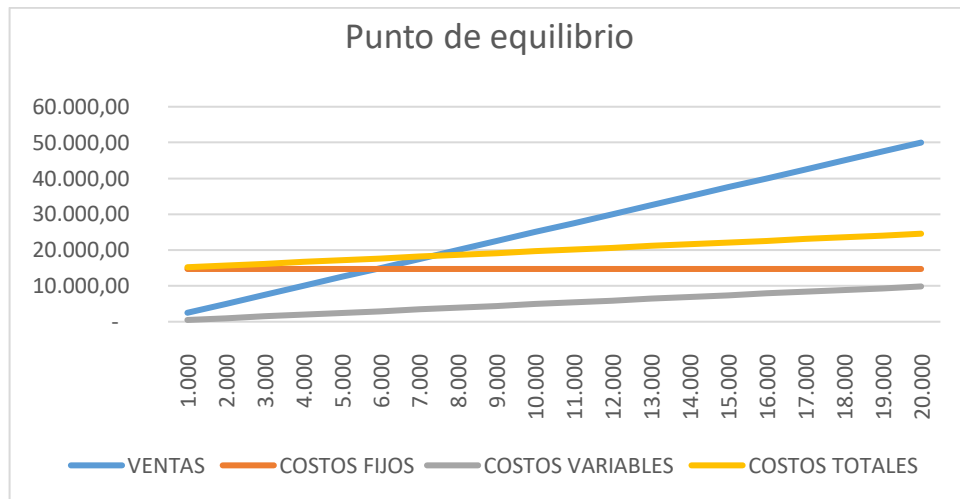
Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

**Tabla 4828-4:** Tabla de punto de equilibrio

UNIDADES	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	RESULTADOS
2.000	12.000,00	13.458,00	1.860,00	15.318,00	- 3.318,00
3.000	18.000,00	13.458,00	2.790,00	16.248,00	1.752,00
4.000	24.000,00	13.458,00	3.720,00	17.178,00	6.822,00
5.000	30.000,00	13.458,00	4.650,00	18.108,00	11.892,00
6.000	36.000,00	13.458,00	5.580,00	19.038,00	16.962,00
7.000	42.000,00	13.458,00	6.510,00	19.968,00	22.032,00
8.000	48.000,00	13.458,00	7.440,00	20.898,00	27.102,00
9.000	54.000,00	13.458,00	8.370,00	21.828,00	32.172,00
10.000	60.000,00	13.458,00	9.300,00	22.758,00	37.242,00
11.000	66.000,00	13.458,00	10.230,00	23.688,00	42.312,00
12.000	72.000,00	13.458,00	11.160,00	24.618,00	47.382,00
13.000	78.000,00	13.458,00	12.090,00	25.548,00	52.452,00
14.000	84.000,00	13.458,00	13.020,00	26.478,00	57.522,00
15.000	90.000,00	13.458,00	13.950,00	27.408,00	62.592,00

16.000	96.000,00	13.458,00	14.880,00	28.338,00	67.662,00
17.000	102.000,00	13.458,00	15.810,00	29.268,00	72.732,00
18.000	108.000,00	13.458,00	16.740,00	30.198,00	77.802,00
19.000	114.000,00	13.458,00	17.670,00	31.128,00	82.872,00
20.000	120.000,00	13.458,00	18.600,00	32.058,00	87.942,00
2.000	12.000,00	13.458,00	1.860,00	15.318,00	- 3.318,00

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018



**Gráfico 19-4:** Punto de equilibrio

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### f. Relación beneficio costo

**Tabla 4929-4:** Relación beneficio costo

RELACIÓN BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
Nº	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
	- 13.907,16		
1		61.182,72	32.576,36
2		63.697,33	33.928,57
3		66.315,29	35.324,25
4		69.040,85	36.777,12
5		71.878,43	38.289,54
		TOTAL, INGRESO	237.270,92
		TOTAL, COSTO	126.375,83
		(=) COSTO+INVERSIÓN	112.468,67
		<b>RB/C</b>	<b>1,88</b>

Elaborado por: Richard Sánchez, 2018

#### 4.5.7. Evaluación social

**Tabla 50-4:** Evaluación social

<b>EVALUACIÓN SOCIAL</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALORES</b>	<b>RESULTADO</b>
DESEMPLEO EN LA CIUDAD DE QUITO	68732	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	2	
<b>APORTE</b>		0,0029%

**Fuente:** Estudio Financiero

**Realizado por:** Richard Sánchez, 2018.

#### Análisis

La evaluación social que se realiza tiene como fin establecer el porcentaje de contribución al crecimiento y progreso económico social de la ciudad de Quito, con la implementación del área dentro del establecimiento se dará empleo a 2 personas lo cual representa un 0,0029%, este valor es relativamente bajo pero sin embargo disminuye el índice del desempleo que posee la ciudad, algo que se puede recalcar que el establecimiento está creciendo por lo que el incremento de personal subirá, incluso podría convertirse en cadena y esto ayudaría de una manera muy significativa al índice de desempleo.

#### 4.3.2. Evaluación Ambiental

Dentro de la evaluación ambiental del proyecto de factibilidad, se establecieron medidas de mitigación muy puntuales las cuales se apegan a un programa nuevo dentro de estos tiempos el cual se llama zero waste, el cual consiste en casi la desaparición de los residuos de allí su nombre residuo cero, dentro de este nuevo método la empresa ha realizado una evaluación sobre todo lo que se utiliza realizando el plan rechazar lo que no se necesita, reducir todo lo posible, reutilizar lo que más se consume, en el caso de la empresa las botellas de vidrio, reciclar todo lo que no se pueda rechazar ni reutilizar dentro del establecimiento como son los plásticos y por último el root que consiste en descomponer cualquier materia orgánica para realizar abono casero.

## CONCLUSIONES

- Mediante el estudio de mercado realizado en el sector de la Mariscal de la ciudad de Quito se logró determinar que el porcentaje de aceptabilidad para implementación del bar Guagua Cuchara esta entre un 67%, esto debido que la mayoría de los establecimientos no utilizan como materia prima los licores propiamente ecuatorianos.
- Mediante el estudio técnico se estableció el promedio de producción que posee el establecimiento, mientras con el estudio administrativos se estableció las áreas y funciones por las que está conformada el establecimiento, además en el estudio legal el emprendimiento se encentra amparado bajo la ley del artesano.
- Dentro de las técnicas que se pueden identificar en la creación de los cocteles son: Muddling una técnica en la ayudamos a extraer el mayor sabor de las frutas o cítricos, además contribuyendo con la maceración, Blending se refiere solo sobre las bebidas frozen el cual consiste en un licuado de los ingredientes con hielo para obtener texturas diferentes y aparentar o disimular el grado alcohólico del coctel, Shaking es una de las técnicas más conocidas dentro de la coctelería la cual consiste en agitar la coctelera para que todos los sabores se mezclen de una perfecta armonía así como también la temperatura del licor se la correcta, Straining una técnica que ayuda a retira todas la impurezas colándolas para que no molesten al momento de ingerir el coctel, Flaming una técnica de flameado para los cocteles cortos (shots) se utiliza para revitalizar el sabor fuerte del licor, pero dura pocos instantes ya que el alcohol tiende a evaporase, Stirring una de las técnicas más básicas ya que se utiliza en la mayoría de cocteles ya que evita la dilución del hielo como también la condensación de la superficie del vidrio, Building consiste en la construcción de cocteles ya sean estos por capas o mucho más complejos como por ejemplo: para el coctel vanguardista que tenemos en nuestra carta se juega con la densidad dentro del recipiente qué lo contiene para que las capsulas de licor puedan flotar sobre el líquido.
- Dentro de las técnicas que se pueden identificar en la creación de los cocteles son: Muddling(extracción), Blending (frozen), Shaking (mezclado), Straining (limpieza), Flaming (flameado), Stirring (temperatura), Building (construcción).
- Se implementó una carta para el área de bebidas la cual tuvo como objetivo implementar coctelería artesanal con destilados de caña del Ecuador, de la costa se eligió la caña manabita y de este se produjo 4 cocteles: 2 refrescantes con hiervas aromáticas y cítricos, uno con una combinación del café, otro en el cual empleamos técnicas vanguardistas, de la sierra se eligió el pájaro azul y de este se produjo 4 cocteles: 1 canela tradicional a base de maracuyá, 1 corto

de 3 capas, 2 largos con cítricos, de la región oriente se eligió el puro puyo y de este se produjo 4 cocteles: 2 frozen de chocolate y fresa, uno largo de varios licores, otro una derivación de la canela tradicional añadiendo mora silvestre, además dentro de la carta se implementó licores clásicos y cervezas tanto industriales como artesanales ya que hay varias personas las cuales dentro de un establecimiento de bar buscan productos conocidos, esto ayuda a que exista la variedad en el menú y el cliente pueda elegir entre lo que ofrece el establecimiento.

- Con forme a la aplicación de estudio financiero se logró determinar la viabilidad del proyecto en relación con los siguientes datos: el valor actual neto (VAN) es de 53.782,16 lo cual es positivo, la tasa interna de retorno es de 63,29%, la relación beneficio costo es de \$1,88 y el periodo de recuperación se dará al concluir el primer año, permitiendo con esto concluir que el emprendimiento es factible.

## RECOMENDACIONES

- Es recomendable contribuir con el medio ambiente ya que el mundo se está terminando lentamente y que mejor un establecimiento que sea amigable con el mismo, la iniciativa zero waste es una nueva tendencia que podría dejar obsoleta a las 3R, por lo que es importante auto educarse y guiarse en estos nuevos métodos, o aún mejor recomendar este método a otros emprendimientos para que lo puedan aplicar.
- Al momento de realizar la ejecución, se debe considerar cada uno de los pasos aplicados en el proyecto ya que con tan solo eludir alguno estaríamos haciéndonos un terrible daño al empezar.
- Al momento de calcular la venta diaria, semanal y mensual debemos ser ambiciosos ya que si calculamos muy poco las ventas y el costo de inversión es muy elevado el proyecto tiene un desbalance notorio en la parte financiera.
- Es necesario realizar la exposición del emprendimiento en varias partes como son ferias, convenciones, conferencias, etc., esto nos ayudará a que el emprendimiento crezca naturalmente y nos dará carta abierta a nuevas alianzas con diferentes empresas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adrián Flores Alegría, Antonio Chacón Camaches, Enrique Lorca Romero** , (2016). *MF0257\_1 Servicio básico de restaurante-bar*. Available from: ProQuest Ebook Central. [11 January 2019] ed. Barcelona: Cano Pina.
- Barragán, L.**, (2010). *Hotelería*. Available from: ProQuest Ebook Central. [18 January 2019]. ed. México, D.F.: Instituto Politécnico Nacional.
- Cruzatti, I. P.**, (2008). *Tiempo de investigar, investigación científica 2*. primera ed. Quito-Ecuador: EDITEKA Ediciones.
- Española, r. a.**, (2014). *Diccionario de la lengua española*. 23 ed. Madrid: Madrid: Espas.
- Fernandez & Junquera**, (2001). *Empredimiento*. Segunda ed. Madrid- España: Paraninfo.
- Fernández, S.**, (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Primera edición ed. Costa Rica: Editorial tecnologicas de Costa Rica.
- Frontera**, (2018). [En línea] Available at: [https://www.facebook.com/pg/ManabitaCana/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/ManabitaCana/about/?ref=page_internal) [Último acceso: 12 Enero 2019].
- Garcia, J. A. d. I. R.**, (2012). *Bebidas. Asesoramiento, preparación y presentación de bebidas en el bar y cafetería*. primera ed. vigo: ideaspropias editorial.
- Gastronosfera** , (2016). *Gastronosfera*. [En línea] Available at: <http://www.gastronosfera.com/es/tendencias/el-proceso-de-produccion-del-cafe-en-8-pasos>
- González, J. V.**, (2013). *Operaciones básicas de restaurante y bar: servicio básico de restarurante-bar*. ProQuest Ebook Central. [11 January 2019]. ed. Madrid: Editorial CEP, S.L..
- Impuesto Listo**, (2017). *Derechos y obligaciones ante el SRI*. [En línea] Available at: <https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/> [Último acceso: 2 Enero 2019].
- Jordá, M.**, (2007). *Diccionario practico de gastronomia y salud, un viaje riguroso y desenfadado por el mundo de la cultura gastornomica*. Segunda ed. Madrid -España: Ediciones Diaz de Santos.
- Martín, V. E. E.**, (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología)*. Primera ed. México: Editorial Limusa.
- Merino Ávila, P.**, (2011). *La evaluación ambiental de planes y programas*. Segunda ed. Madrid: Dykinson S.L.
- Miguel, D.**, (2016). *Servicio especializados de vinos*. Segunda ed. Madrid-España: MF1110.
- Morales, A. & Miorale, J.**, (2014). *Finanzas*. Primera ed. México: Grupo Editorial Patria.
- Ovledo, A.**, (2017). *Cómo Iniciar una Empresa Comercializadora: Inicia tu Propio Negocio*. primera ed. Mexico: ePub.



**Ramirez, E.**, (2004). *Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estrategica*. Primera ed. Palmira: editorial feriva S.A..

**Romero, R. & Caro, A.**, (2017). *Bebidas*. Primera ed. Madrid- España: IC Editorial.

**Santos, A.**, (2017). *Investigacion de mercados*. Pirmera ed. Madrid-España: Ediciones Dias de Santos.

**Sanz, J. L. A.**, (2012). *Seguridad e Higiene en la Munipulación de Alimentos*. Madrid: Paraninfo.

**Sierra, C. P.**, (2014). *Emprendimientos: concepto y plan de negocio*. Mexico: Editorial Pearson.

**Tour salinerito**, (2015). [En línea] Available at: <http://toursalinerito.com/pajaro-azul/> [Último acceso: 12 Marzo 2019].

**Ulrich, K.**, (2009). *El nuevo libro de los combinados*. Tercera ed. León (España): Everest S.A..

**Vertice publication**, (2010). *Cocteleria*. Segunda ed. Madrid - España : Publicaciones Vertice .

## ANEXOS

### Anexo A: Encuesta



## ENCUESTA

### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA



Reciba un cordial saludo, sírvase por favor a llenar la siguiente encuesta.

### OBJETIVO

Recolectar datos del grupo objetivo para la elaboración del proyecto de titulación para la creación de un área de bebidas en el restaurante Guagua Cuchara.

### Artesanal

Comenzando con (el significado de) artesano, es todo lo que se hace desde su comienzo, en este caso especias y frutas locales. Cada agricultor, las cosecha y esto lo hace natural y libre de químicos, por esto nosotros los consideramos productos premium.

### Autóctono

Significa que algo o alguien es propio de un país o región. Por ejemplo, el puro del puyo es autóctono del Ecuador. La palabra viene del griego autos, que significa "propio" y chthon, que quiere decir "lugar".

INSTRUCCIONES: Marque con una x la respuesta que considere conveniente.

### CUESTIONARIO

GENERO

EDAD

INGRESOS

OCUPACION

1. **¿Considera usted que sería factible la implementación de un área de bebidas enfocadas en coctelería artesanal a base de licores autóctonos de las 3 regiones del Ecuador, en la ciudad de Quito?**

- a. Si
- b. No

2. **¿Usted acudiría a un establecimiento enfocado en coctelería artesanal a base de licores autóctonos del Ecuador, para su entretenimiento, dando pauta al conocimiento de estos?**

- a. Si
- b. No

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar semanalmente en un establecimiento enfocado en coctelería artesanal a base de licores ecuatorianos de las 3 regiones de este?

\$ 1-5	
\$ 5-10	
\$ 10-15	

4. ¿Con que frecuencia usted visita centros de entretenimiento y diversión, como: discotecas, restobares pub, clubs, etc.?

1 a 2	
2 a 4	

5. ¿Usted estaría de acuerdo que un establecimiento enfocado en coctelería artesanal a base de licores autóctonos de las 3 regiones del Ecuador se implemente en el sector de “La Mariscal”?

- a. Si
- b. No

6. ¿Desearía que este tipo de establecimientos de Alimentos y Bebidas posean servicio a domicilio, como eventos de fiestas, etc.?

- a. Si
- b. No

7. ¿En qué sitios o canales de comunicación desearía que se publicite el establecimiento de Alimentos y Bebidas, que mencionamos en esta encuesta?

Internet	
Radio	
Televisión	

8. ¿Alguna vez ha visitado un establecimiento de Alimentos y Bebidas con este tipo de servicios antes mencionados en la ciudad de Quito?

- a. Si
- b. No

**9. ¿Con referencia a la pregunta anterior si usted conoce establecimientos de Alimentos y Bebidas que oferten productos y servicios antes mencionados, podría enlistarlos?**

- a. Si
- b. No



.....  
.....  
.....  
.....

**10. ¿Si conoce establecimientos de Alimentos y Bebidas que ofrezcan servicios y productos similares podría mencionar si está satisfecho por parte de estos?**

- a. Si
- b. No

Gracias por su colaboración




Anexo B: Receta estándar de addictive green

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML	250	FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
addictive green						18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
001	pájaro azul	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,07
004	gin	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,16
012	licor de manzana	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,08
013	Licor de melón	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,08
014	blue curacao	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,08
029	zum de naranja	25	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,07
011	licor de menta	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,16
016	agua tónica	70	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,14
036	hielos	65	gr	N/D	N/D	N/D	directo	\$	-
MONTAJE								Costo total	\$ 0,84
PREPARACIONES					GRÁFICO				



1. Ocupar hielos para enfriar la copa.
2. mezclar todos los ingredientes.
3. Licuar muy bien todos los ingredientes.
4. remover, servir bien frio.



**Anexo C: Receta estándar de atatay que rico...!!**



		AESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:			CONTENIDO EN ML	25	FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
atatay que rico...!!					18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL	
	x							
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros	
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción
001	pajareo azul	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,04
005	tequila	5	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,08
011	licor de menta	5	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,04
007	granadina	5	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,03
MONTAJE							Costo total	\$ 0,19
PREPARACIONES					GRÁFICO			
1. Para realizar la primera añadir el licor de menta. 2. Para la segunda capa añadir la granadina poco a poco con una cuchara. 3. Para la última capa es necesario añadir el tequila y destilado de caña. 4. Encender el licor con un poco de fuego, servir.								

**Anexo D:** Receta estándar de canela tradicional

 <div style="text-align: center;"> <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b>  <b>FACULTAD DE SALUD PÚBLICA</b>  <b>ESCUELA DE GASTRONOMÍA</b>  <b>FICHA DE RECETA ESTÁNDAR</b> </div> 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
Canela tradicional (750 ml)				250		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
019	Jugo de naranjilla	375	ml	N/D	N/D	Ebullición	DIRECTO	\$	0,25
018	Agua de canela	266	ml	N/D	N/D	Ebullición	DIRECTO	\$	0,10
002	puro del puyo	109	ml	N/D	N/D	DIRECTO	DIRECTO	\$	0,33
020	maicena	10	gr	Diluir	N/D	DIRECTO	jugo de naranjilla	\$	0,05
021	azúcar	20	gr	N/D	N/D	DIRECTO	jugo de naranjilla	\$	0,02
MONTAJE								Costo total	\$ 0,75
Procedimiento									
<p>1. Mezclar el jugo de naranjilla con el azúcar hasta obtener un buen sabor.                  2. Disolver la maicena en el agua de canela hasta obtener una mezcla homogénea.                  3. Mezclar todos los ingredientes llevar a ebullición.                  4. Servir bien caliente.</p>									





**Anexo E:** Receta estándar del añiñado

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
El añiñado				250		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
009	licor de chocolate negro	25	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,23
010	licor de chocolate blanco	25	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,23
002	puro del puyo	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,03
026	leche	50	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,03
021	azúcar	25	gr	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,04
027	chocolate de colores	20	gr	N/D	N/D	N/D	Decoración	\$	0,08
028	crema batida	15	ml	N/D	N/D	N/D	decoración	\$	0,11
036	hielo	0	gr	N/D	N/D	N/D	frozen	\$	-
MONTAJE								Costo total	\$ 0,76
PREPARACI					GRÁFICO				



1. Mezclar todos los ingredientes.
2. licuar con los hielos hasta obtener la textura de un frozen.
3. decorar con la crema batida y los chocolates.
4. Servir bien frío.



**Anexo F:** Receta estándar de long islad iced blue ecuatoriano (shot)

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:			CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
long islad iced blue ecuatoriano (shot)			80		18/6/2018		3	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL	
	x							
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros	
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción
005	tequila	25	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,40
006	vodka	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,07
002	puro del puyo	5	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,02
001	pájaro azul	5	ml	N/D	N/D		directo	\$ 0,02
014	blue curacao	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,16
004	gin	10	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,08
012	licor de manzana	5	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,04
<b>MONTAJE</b>							Costo total	\$ 0,78
<b>Procedimiento</b>								
1. Mezclar todos los ingredientes 2. Ocupar hielos para enfriar el vaso a servirse 3. Ajustar en la coctelera para que se frize 4. Servir bien frio.								



**Anexo G:** Receta estándar de long islad criollo

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
long islad criollo				250		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
037	base long island	50	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,24	
025	zumo de limón	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,03	
029	zumo de naranja	40	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,01	
036	hielo	85	ml	N/D	N/D		directo	\$ -	
015	Sprite	55	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,02	
MONTAJE								Costo total	\$ 0,31
PREPARACI					GRÁFICO				

1. Ocupar hielos para enfriar la copa.
2. mezclar todos los ingredientes.
3. remover con una bailarina, servir bien frio.





**Anexo H:** Receta estándar de zambrano

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML	250	FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
zambrano						18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
022	Toronjil	2	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,01
023	Menta	2	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,01
024	Hierva buena	2	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,01
015	Sprite	100	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,10
025	limón	25	ml	zumo	N/D	N/D	macerar	\$	0,08
035	caña manabita	25	ml	N/D	N/D	N/D	macerar	\$	0,29
036	hielo	82	ml	picar	N/D	N/D	directo	\$	-
011	licor de menta	10	ml	N/D	N/D	N/D	macerar	\$	0,08
021	azúcar	8	gr	N/D	N/D	N/D	macerar	\$	0,01
MONTAJE								Costo total	\$ 0,59
PREPARACI					GRÁFICO				

1. Macerar las hierbas con los licores y el azúcar.
2. Ocupar hielos para enfriar el vaso a servirse.
3. Mezclar todos los ingredientes.
4. Servir bien frío.



**Anexo I: Receta estándar de Gomilla molecular**




		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
Gomilla molecular				215		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO		OTROS (especificar)	COCTEL	
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación			otros	
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
039	lactato de calcio	0,5	gr	pesaje	N/D	N/D	disolver	\$	0,08
040	alginato de sodio	0,5	gr	pesaje	N/D	N/D	disolver	\$	0,08
036	hielo	16	gr	N/D	N/D	N/D	raspado	\$	-
015	Sprite	100	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,20
025	limón	30	ml	limpiar y desinfectar	gajos	N/D	macerar	\$	0,10
035	caña manabita	40	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,47
038	fruta	10	gr	picar	brunoise fino	N/D	directo	\$	0,04
011	licor de menta	5	ml	N/D	N/D	N/D	combinar	\$	0,04
014	blue curacao	5	ml	N/D	N/D	N/D	combinar	\$	0,04
007	granadina	5	ml	N/D	N/D	N/D	combinar	\$	0,03
021	azúcar	3	gr	N/D	N/D	N/D	macerar	\$	0,00
MONTAJE								Costo total	\$ 1,01
PREPARACIONES					GRÁFICO				






1. realizar una combinación con el licor de caña junto con los biter, añadir un poco de aginado sodio diluido previamente en el licor.
2. Realizar esferificaciones a la inversa con junto con el lactato de calcio para las esferas flotantes.
3. Realizar un cálculo de la densidad del liquito con la Sprite y el alginato
4. Colocar las frutas dentro del foco junto con las esferificaciones
5. Mezclar todo viendo que las esferificaciones estén suspendidas dentro del foco.






**Anexo J: Receta estándar de Brew purple**

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
Brew purple				250		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
041	horchata	5	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,05	
035	caña manabita	30	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,35	
025	limón	25	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,08	
036	hielo	85	gr	N/D	N/D	N/D	directo	\$ -	
021	azúcar	5	ml	N/D	N/D		directo	\$ 0,01	
016	agua tónica	100	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,20	
MONTAJE								Costo total	\$ 0,69
PREPARACIONES					GRÁFICO				
1. Ocupar hielos para enfriar la copa. 2. mezclar todos los ingredientes. 3. remover con una bailarina, servir bien frio.									




**Anexo K:** Receta estándar de expreso manabita

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:			CONTENIDO EN ML	180	FECHA DE ELABORACIÓN:	# pax:		
expreso manabita					18/6/2018	1		
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL	
	x							
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros	
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción
042	café moca	80	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,27
009	licor de chocolate	30	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,28
012	licor de manzana	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,16
036	hielo	30	gr	N/D	N/D	N/D	directo	\$ -
035	caña manabita	20	ml	N/D	N/D		directo	\$ 0,23
008	licor de café	20	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,16
MONTAJE							Costo total	\$ 1,10
PREPARACIONES					GRÁFICO			
1. Ocupar hielos para enfriar la copa. 2. mezclar todos los ingredientes. 3. remover con una bailarina, servir bien frio.								




**Anexo L: Receta estándar de vino hervido**

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
vino hervido				500		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
038	frutas	100	gr	N/D	N/D	EBULLICON	DIRECTO	\$	0,75
030	vino	400	ml	N/D	N/D	EBULLICON	DIRECTO	\$	1,71
021	azúcar	50	gr	N/D	N/D	EBULLICON	DIRECTO	\$	0,05
MONTAJE								Costo total	\$ 2,51
PREPARACIONES					GRÁFICO				
1. Mezclar todos los ingredientes llevar a ebullición. 2. Obtener una mezcla homogénea. 4. Servir bien caliente.									




**Anexo M:** Receta estándar de calimocho

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO                      FACULTAD DE SALUD PÚBLICA                      ESCUELA DE GASTRONOMÍA                      FICHA DE RECETA ESTÁNDAR</p> </div>  </div>									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
calimocho				250		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
030	vino	80	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,34
032	gaseosa negra	100	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,10
025	zum de limón	4	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,01
MONTAJE								Costo total	\$ 0,46
PREPARACI					GRÁFICO				
<p>1. Mezclar en una coctelera el vino y la gaseosa                      2. añadir en un vaso con hielos bien frizado.                      3. Añadir el zumo de limón y mezclar.</p>									



**Anexo N:** Receta estándar de destornillador

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:			CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
destornillador			250		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL	
	x							
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros	
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción
006	vodka	50	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$ 0,33
033	jugo de naranja	100	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$ 0,10
007	granadina	5	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$ 0,03
029	zum de naranja	50	ml	Diluir	N/D	N/D	DIRECTO	\$ 0,13
MONTAJE							Costo total	\$ 0,60
PREPARACIONES					GRÁFICO			
1. Mezclar en una coctelera el vodka, el jugo de naranja y el zumo de naranja 2. añadir en un vaso con hielos bien frizado. 3. Añadir la granadina y servir.								

**Anexo O:** Receta estándar de cuba libre




 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
cuba libre				250		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
003	ron	50	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,33
032	gaseosa negra	100	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,10
025	limón	50	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,17
021	azúcar	5	gr	Diluir	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,01
MONTAJE								Costo total	\$ 0,61
PREPARACIONES					GRÁFICO				
1. Macerar el limón, el azúcar y el ron en la coctelera. 2. Añadir la gaseosa negra. 3. Mezclar todos los ingredientes. 4. Añadir en un vaso con hielos bien frizado y servir.									

**Anexo P:** Receta estándar de vaso de whisky




 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR 											
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		120		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
vaso de whisky								18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO		OTROS (especificar)	COCTEL			
	x										
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación			otros			
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA						
					CORTE		MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción		
034	whisky	100	ml	N/D	N/D		N/D	DIRECTO	\$ 1,60		
MONTAJE									Costo total	\$ 1,60	
PREPARACIONES					GRÁFICO						
Servir la cantidad exacta dependiendo del gusto de cliente (con hielos o agua mineral).											






**Anexo Q:** Receta estándar de Gin Tonic

 <div style="text-align: center;"> <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b>  <b>FACULTAD DE SALUD PÚBLICA</b>  <b>ESCUELA DE GASTRONOMÍA</b>  <b>FICHA DE RECETA ESTÁNDAR</b> </div> 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
Gin Tonic				225		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
004	gin	50	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,41
016	agua tónica	120	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,24
025	limón	5	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,02
036	hielo	50	gr	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	-
MONTAJE								Costo total	\$ 0,66
PREPARACIONES					GRÁFICO				
<ol style="list-style-type: none"> <li>Enfriar la copa con hielo, retira el exceso de agua con un gusanillo.</li> <li>Añadir el gin en a la cantidad exacta.</li> <li>Mezclar todos los ingredientes junto con el agua tónica bien fría.</li> <li>Añadir un toque cítrico con la cascara de limón extrayendo sus aceites esenciales.</li> </ol>									




**Anexo R:** Receta estándar de margarita

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR							
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
margarita				175		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
005	tequila	50	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,80
043	licor de naranja	25	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,20
025	limón	50	ml	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	0,17
036	hielo	50	gr	N/D	N/D	N/D	DIRECTO	\$	-
MONTAJE								Costo total	\$ 1,17
PREPARACIONES					GRÁFICO				
<ol style="list-style-type: none"> <li>Escarchar una copa margarita con sal.</li> <li>Añadir hielos y retirar el exceso de agua.</li> <li>Añadir el tequila junto con el licor de naranja, añadir el zumo de limón.</li> <li>Remover y servir.</li> </ol>									




**Anexo S: Receta estándar de mojito**

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
mojito				250		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
044	ron blanco	50	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,47
023	Menta	2	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,01
024	Hierva buena	2	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,01
015	Sprite	100	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,10
025	limón	30	ml	zumو	N/D	N/D	macerar	\$	0,10
036	hielo	61	ml	picar	N/D	N/D	directo	\$	-
021	azúcar	5	gr	N/D	N/D	N/D	macerar	\$	0,01
MONTAJE								Costo total	\$ 0,69
PREPARACI					GRÁFICO				
1. Macerar las hiervas con el licor junto al azúcar. 2. Ocupar hielos para enfriar el vaso a servirse. 3. Mezclar todos los ingredientes. 4. Servir bien frío.									




**Anexo T:** Receta estándar de Michelada de maracuyá

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
Michelada de maracuyá				225		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
047	cerveza	160	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,23
036	hielo	20	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	-
045	concentrado de la casa	20	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,21
049	maracuyá	25	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,25
MONTAJE								Costo total	\$ 0,69
PREPARACIONES					GRÁFICO				
1. Mezclar muy bien el maracuyá junto con el concentrado para cerveza. 2. añadir el hielo. 3. Añadir la cerveza bien fría poco a poco procurando que no suelte mucha espuma. 4. Servir bien frío.									

**Anexo U: Receta estándar de Michelada de Limón**

		ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:			CONTENIDO EN ML	250	FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
Michelada de Limón					18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL	
	x							
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros	
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción
047	cerveza	160	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$ 0,23
036	hielo	20	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$ -
045	concentrado de la casa	20	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$ 0,21
025	limón	50	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$ 0,17
MONTAJE							Costo total	\$ 0,61
PREPARACIONES					GRÁFICO			
1. Mezclar muy bien el limón junto con el concentrado para cerveza. 2. añadir el hielo. 3. Añadir la cerveza bien fría poco a poco procurando que no suelte mucha espuma. 4. Servir bien frío.								

**Anexo V: Receta estándar de Michelada blue**

 <div style="text-align: center;"> <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b>  <b>FACULTAD DE SALUD PÚBLICA</b>  <b>ESCUELA DE GASTRONOMÍA</b>  <b>FICHA DE RECETA ESTÁNDAR</b> </div> 									
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES:				CONTENIDO EN ML		FECHA DE ELABORACIÓN:		# pax:	
Michelada blue				225		18/6/2018		1	
TIPO DE MENÚ	entremés	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	COCTEL		
	x								
CONSERVACIÓN	ambiente		refrigeración	x	congelación		otros		
Código de Producto	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA				
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	Costos de Producción	
047	cerveza	160	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,23
036	hielo	20	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	-
045	concentrado de la casa	20	gr	limpiar y desinfectar	N/D	N/D	macerar	\$	0,21
014	blue curacao	25	ml	N/D	N/D	N/D	directo	\$	0,20
<b>MONTAJE</b>								Costo total	\$ 0,65
<b>PREPARACIONES</b>					<b>GRÁFICO</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mezclar muy bien el blue curacao junto con el concentrado para cerveza.</li> <li>2. añadir el hielo.</li> <li>3. Añadir la cerveza bien fría poco a poco procurando que no suelte mucha espuma.</li> <li>4. Servir bien frío.</li> </ol>									



resito-bar pub



quagua chuchara

# Pajaro Azul

Región: Sierra  
Origen: Guaranda  
Grado alcohólico: 38°

"Es un licor espirituoso destilado y re-destilado en alambiques que contienen el alambiqueado guarapo para evaporación, según se dice mezclado con gallina de campo, frutas maduras, principalmente guineo y anís."

Girandéno  
Sour



Atatay que  
rico..!!



addictive  
green

canela  
tradicional



resto-bar pub



Guagua chuchara

## Caña Manabita

Región: Costa

Origen: Manabí

Grado alcohólico: 38°

"Hablar de Caña Manabita es resaltar la historia de una provincia que mantiene la tradición con esta bebida en cada celebración, y la vez es el aliado perfecto para las reuniones familiares o entre amigos; y hasta en las nuevas generaciones sigue permaneciendo como un lazo de confraternidad."



Brew purple



zambrano

gomila  
molecular



expreso  
manabita





resto-bar pub



Guagua chuchara

## Cocteles Tradicionales

Vino hervido	\$4.99
Calimocho	\$1.99
Destornillador	\$1.99
Cuba libre	\$1.99
Whisky	\$1.99
Gin Tonic	\$1.99
Margarita	\$2.99
Mojito	\$1.99

## Cervezas / Beer

Pilsener	\$1.99
Club	\$2.50
Artesanal	\$3.50

## Combos

Club	\$6.00
Jarras	\$4.99
Micheladas (blue, llimon, maracuya)	\$1.50



resto-bar pub



Guagua chuchara

## Puro del Puyo

Región: Oriente

Origen: Puyo

Grado alcohólico: 45°

Es el sello de la ciudad de la provincia de Pastaza. Tiene más de un siglo presente, su elaboración artesanal y su aroma a caña de azúcar con un aroma único en el país, le ha permitido tener gran reputación entre turistas nacionales y extranjeros. S.



De Fresa



long island  
criollo



El aññado



Canela de  
mora

**Anexo X:** Manual de funciones



# MANUAL DE FUNCIONES



Tel.: 0987317963  
e-mail: [Guagua.cuchara@gmail.com](mailto:Guagua.cuchara@gmail.com)  
Dirección: 9 de octubre y Jerónimo  
Carrón



RICHARD SÁNCHEZ  
GERENTE PROPIETARIO

# MANUAL DE FUNCIONES



## *Contenido*

BIENVENIDA .....	0
INTRODUCCIÓN .....	0
MISIÓN .....	0
VISIÓN .....	0
VALORES Y PRINCIPIOS .....	0
LA FILOSOFIA MANEJADA POR PARTE DE NUESTRO ESTABLECIMIENTO .....	1
ORGANIGRAMA FUNCIONAL .....	2
Barmeger/ Gerente .....	3
BARTENDER.....	3
MESERO / CAJERO .....	4
DERECHOS GENERALES.....	4
PRODUCCIÓN.....	6
ASPECTOS PRINCIPALES A CONSIDERAR EN LA PREPARACIÓN DE UN COCTEL.....	8
TEMPERATURA DE CONSERVACION DE ALGUNAS BEBIDAS .....	9
NORMAS SOBRE EL USO DE UNIFORME .....	10
GENERALIDADES .....	11
NORMAS DE HIGIENE DEL PERSONAL .....	12
• Correcto lavado de las manos.....	13
TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES.....	14
REGLAMENTO .....	14



## BIENVENIDA

La microempresa GUAGUA CUCHARA le extiende una calurosa y amable bienvenida, debido a que a partir de este momento usted forma parte de nuestro establecimiento y por ende del equipo de trabajo, las características que le han permitido formar parte de nuestro local ha sido: sus actitudes, habilidades, destrezas, carisma lo cual permitirá contribuir a la excelente calidad del servicio y producto.

Durante el tiempo que se encuentre laborado en nuestro establecimiento esperamos obtener de su parte la responsabilidad, entusiasmo, puntualidad, dedicación, amor por el trabajo, colaboración para el equipo de trabajo, todo esto con fin de cumplir los objetivos propuestos por el establecimiento,

En el momento que usted ingresa a laborar en nuestro establecimiento, el mismo le brindará todos los beneficios, instrumentos y materia prima que le permita laborar de una manera eficiente, permitiendo con esto que día con día pueda superar de manera profesional al momento de intercambiar sus conocimientos; a la vez el establecimiento tendrá como obligación el respetar los derechos que tenga como trabajador, de la misma forma el empleado debería regirse a cada una de las obligaciones dispuesto por el establecimiento, esto con el fin de conservar un equilibrio en cuanto a la administración del negocio.

En el manual usted podrá encontrar toda la información referente a la microempresa comenzando con la visión, misión, valores corporativos del establecimiento, además los detalles de cómo debe utilizar el uniforme, la manera correcta de lavado de manos, y todo lo referente a manipulación de alimentos.

Sea bienvenida/o a este su segundo hogar....., la microempresa GUAGUA CUCHARA

Atentamente

"La administración"



#### **MISIÓN**

El Restobar pub Guagua Cuchara ofrecerá un sitio nuevo atractivo, novedoso y exclusivo en un ambiente único en el mercado ya que no necesitaras viajar para probar los distintos licores que te puede brindar el ecuador, con un excelente ambiente ofreciendo a nuestra distinguida clientela una atmosfera de distracción del ajetreo diario en donde podrás compartir desde una deliciosa comida hasta disfrutar de los más exquisitos cocteles y aromas de las regiones de nuestro país acompañado de una experiencia única que involucrará tus sentidos junto al más excelente servicio de este modo crear seguidores incondicionales al buen gusto, con lo cual contribuiremos a realzar el nombre del Ecuador.

#### **VISIÓN**

El Restobar pub Guagua Chura será reconocido como el pionero en la elaboración de coctelería a base de las esencias de licores ecuatorianos incentivando a distintos establecimientos a ofrecer este tipo de servicios, convirtiéndose en un laboratorio gastronómico de mezclas de sabores culinarios y mixólogos del mercado ecuatoriano llevando nuestra experiencia a campos internacionales, proyectando un crecimiento constante sin perder nuestros principios éticos ofreciendo productos de excelencia y recalando el valor del servicio hacia una persona.

#### **VALORES Y PRINCIPIOS**

##### **AXIOLÓGICOS**

- Lealtad
- Identidad cultural
- Honestidad

##### **DE TRABAJO**

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Humildad







### LA FILOSOFIA MANEJADA POR PARTE DE NUESTRO ESTABLECIMIENTO

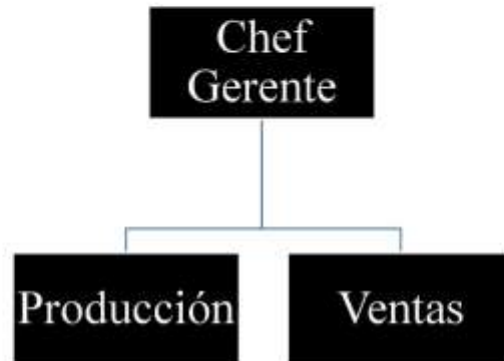
Para nuestro establecimiento usted es la persona principal, debido a que gracias a su colaboración nuestra microempresa cumplirá con brindar a cada uno de nuestros clientes un producto y servicio de calidad que cumpla con las expectativas que el cliente desea así como practicar las normas de salubridad e inocuidad de los productos y servicios.

Políticas	Estrategias
Estricto derecho de confidencialidad de los productos que se elaboran en el Restobar pub.	<ul style="list-style-type: none"><li>- 4-Firmar acuerdo de confidencialidad con el empleado de lo que se elabora en el Restobar pub.</li><li>- Capacitación al personal en la rama de la <b>mixología</b> y la creación o descubrimiento de nuevas tendencias en la gastronomía ecuatoriana.</li><li>- Enlaces y fuertes lazos con hoteles para la <b>capacitación profesional del personal</b></li></ul>
Talento humano con los más altos estándares de calidad.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Capacitación constante al talento humano de la empresa.</li><li>- Reuniones mensuales con el personal para evaluar su desempeño tanto individual como en conjunto.</li><li>- El desempeño del empleado será reflejado con diferentes incentivos para que este se apropie del pensamiento y visión de la empresa.</li></ul>
Productos y servicios ofertados al público con las más estrictas normas de calidad e inocuidad.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Evaluación detallada a los servicios ofertados analizando cada vez más a fondo su procedimiento.</li><li>- La materia prima será tratada con los más altos estándares de calidad que existen.</li><li>- Se definirá la más alta calidad objetiva y subjetiva, tanto para el establecimiento como para el usuario a quien brindamos el servicio.</li></ul>





ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Leyenda
Nivel de dirección
— Nivel operativo
Realizado por: Richard Sánchez
Fecha de elaboración: 24-06-2019





## FUNCIONES

### **Barmeyer/ Gerente**

Es la persona que se encuentra a cargo de toda la empresa, entre sus principales objetivos está la de supervisar cada una de las actividades que vayan a realizar en las áreas que se encuentra a su cargo, de la misma manera deberá poseer la capacidad de coordinar a todo su personal, así como establecer los horarios y capacitaciones pertinentes.

### **FUNCIONES**

- Aplicar las normas de higiene
- Llevar el registro contable.
- Cuidar el cumplimiento del horario de ingreso y salida
- Mantendrá un contacto directo con los proveedores
- Supervisa presupuestos controlar gastos
- Dirigir la elaboración precisa y la venta de productos.
- Planificación del trabajo
- Responsable de la elaboración de bebidas.
- controlar todo acerca del bar

### **BARTENDER**

La persona que se encuentra en esta área, dispondrá de todos los conocimientos, que confiere a la coctelería, de la misma forma conocer las técnicas y herramientas que se utiliza.

### **FUNCIONES**

- Elaborar carta de productos de la carta de bebidas
- Área de producción de bebidas
- Realizar pedidos de materia prima
  - Capacitar al personal a cargo
- Aplicar las normas de salubridad.
- Informar sobre el stock de materia prima.





### MESERO / CAJERO

Es aquella persona tiene un contacto directo con el cliente, la principal encargada de recibir de una manera atenta y respetuosa a las personas que visitan el establecimiento.

### FUNCIONES

- Abrir la caja registradora
- Atender al público y realizar cobros
- Informar sobre las promociones a los clientes
- Entregar pedidos en el área de repostería.
- Asignar los lugares
- Realizar el cierre de caja diario.
- Identificar y solucionar problemas con la atención al cliente.

### DERECHOS GENERALES

- Mantener una comunicación fluida.
- El trato debe ser respetuoso y cordial
- Proveer un ambiente seguro de trabajo
- Dispondrán de las 8 horas de trabajo.





## OBLIGACIONES

Desde el momento que usted forma parte de nuestro establecimiento debe tomar en cuenta, que debe regirse a los horarios que le imponga el establecimiento, debe mostrar su compromiso y puntualidad con el trabajo.

**Jornada de trabajo**

Cargos	Horarios
Bartender/ Gerente	18:00 a 00:00
Bartender	19:00 a 00:00
Cajero / Mesero	18:00 a 00:00

Nota: Se les concederá una hora (60 minutos) para consumir sus alimentos.

**Retrasos y ausencias****Retrasos**

La tolerancia en el horario de entrada es de 5 minutos

**¿Qué debe hacer el empleado si llega tarde?**

- Si llega después de la hora de tolerancia fijada es decir: 16:05, según sea el caso, deberá acercarse donde su jefe de inmediato y será descontado 0,50 ctvs. Por cada media hora de retraso.
- Si decide retirarse el empleado de su lugar de trabajo, al siguiente día deberá presentarse en su horario habitual de trabajo.

**Ausencias**

Cuando el empleado necesite faltar a sus labores por distintos motivos a los de una enfermedad posee la obligación de:

- Pedir autorización a su jefe con antelación.
- Presentarse al día siguiente del que se autorizó faltar.
- Si el jefe le concede el permiso por cuenta de vacaciones, se le pagará el día como si fuera vacaciones evitando con esto la disminución de su sueldo mensual.



## PRODUCCIÓN

Esta área está destinada para la transformación de materia prima, en la coctelería la decoración y la combinación de sabores son indispensables al momento de preparar las bebidas, la evolución de los tipos de decoraciones ha sido sombrosa, debido a que gracias a nuevos ingredientes se ha logrado realizar múltiples preparaciones, proyectar vistosidad, elegancia y sobre todo calidad

Es fundamental para el personal tener un conocimiento básico sobre el manejo de las herramientas y equipos que se encuentre dentro del establecimiento, de la misma manera el control de la temperatura de los productos perecederos (frutas) y sobre todo saber las técnicas que se debe aplicar durante la preparación de cocteles.

Esta área tiene por objetivo llevar un cuidado exhaustivo a la hora de manipular las bebidas, los mismos que son susceptibles de contaminarse con mayor facilidad, por ende es indispensable tener conocimiento sobre métodos de limpieza y desinfección tanto del área de trabajo como de los mismos alimentos.

Varios son los requisitos que debe poseer antes, durante y al finalizar todas las actividades correspondientes al área de producción tales como:

- Las uñas debe estar cortadas y sin esmaltes.
- El uso obligatorio del uniforme.
- Utilización de malla o gorra para el cabello.
- Correcto etiquetado de materia prima





## ALMACEMANIENTO

Durante el almacenamiento de la materia prima, primero es necesario que se encuentre correctamente clasificada en productos perecederos, no perecederos, bebidas, como siguiente punto determinar la temperatura de cada género, así como el etiquetado correspondiente, se debe tomar una serie de medidas como son las siguientes:

- Se debe realizar un control permanente de la materia prima, esto mediante la aplicación del método FIFO (primeras entradas, primeras salidas), con el fin de evitar desperdicios o posibles daños en la materia prima, el control debe ser estricto y minucioso por parte del personal que se encuentre a cargo.
- El personal que se encuentra en la recepción de materia prima, debe revisar que todos los alimentos entregados posean las características que el establecimiento necesita, también el peso ideal, que no exista alteraciones en las temperaturas.
- Tras la recepción debe procederse al correspondiente etiquetado, en este paso es indispensable detallar la fecha de recepción, la fecha de vencimiento, la temperatura adecuada que debe conservarse, el nombre de la persona que realiza el proceso.
- Es necesario que las bebidas que se encuentre en el establecimientos lleven un control total en cuanto a las cantidades que se van a gastar para cada una de las preparaciones.





### ASPECTOS PRINCIPALES A CONSIDERAR EN LA PREPARACIÓN DE UN COCTEL

El cliente que busca coctelería clásica, quiere que se le sirva a la forma tradicional y sin que se cambie ni una gota de producto. Cabe recalcar que cada vez está más en boga la búsqueda de la innovación y la fusión, puede que en la actualidad se sea algo más permisivo con cambios en este sentido.

Para empezar, hay una serie de normas que suelen repetirse en los cócteles tradicionales, probablemente porque su desarrollo se ha cimentado sobre ellas:

1. Normas básicas para la preparación de cócteles clásicos
2. En ningún caso debe exceder los 7 Cl. de alcohol.
3. El cóctel no estará compuesto por más de 5 ingredientes excepto en coctelería de autor
4. Los elementos de la decoración serán totalmente comestibles.
5. Los cócteles aperitivos no contendrán más de 2 Cl. de licor dulce.

Los cócteles digestivos podrán contener productos lácteos (leche, nata, huevos, etc.)

Cada cóctel debe tener su equilibrio exacto dependiendo de para qué haya sido diseñado. Para preparar un buen cóctel, el barman debe analizar al cliente y, con todo el conocimiento que debe manejar sobre su carta de bebidas, tener una idea de lo que el cliente puede pedir, antes incluso de que lo haga. Hay algunas otras cuestiones que el barman debe tener en cuenta, para no "sorprender" con resultados inesperados.







### TEMPERATURA DE CONSERVACION DE ALGUNAS BEBIDAS

Debido a los tipos de ingredientes que forman parte de la bebida, se considera el rango de temperatura para la óptima conservación de la misma. En el caso de la cerveza la temperatura es algo variada, de la misma manera el recipiente donde se va a servir debe estar completamente limpia para evitar la creación de la espuma.

Tipo de bebida	Temperatura	Observación
Cerveza	5-8 C	Se debe dejar por dedos de espuma al momento de servir la bebida.
Aguardiente	T. ambiente	Proveniente de caña de azúcar, que pasa por un trapiche.
Ron	T. ambiente	Este tipo de bebida suele ser amilica debido a que la caña es un fruto sin semillas.
Mezcal	T. ambiente	Es una bebida semejante al tequila que obtiene de otro de maguicy.
Vodka	T. ambiente	Es una bebida amilica de una planta de la familia de los tubérculos.
Tequila	T. ambiente	Es obtenido del maguey tipo agave que debe tener entre 6 a 10 años.
Ginebra	T. ambiente	Existe una variedad de ginebras que puede ser dulce, semi-seca o seca.
Wiscky	T. ambiente	Son bebedas 100% amilias





NORMAS SOBRE EL USO DE UNIFORME

**Producción**

El empleado deberá portar el uniforme indicado por la empresa, que consta de lo siguiente:

- Pantalón negro
- Camiseta blanca
- Pechera negra
- Zapatos antideslizantes
- Malla o gorro para el cabello

**Servicio**

Para el área de servicio el personal deberá contar con el siguiente uniforme:

- Pantalón negro
- Zapatos negros
- Camiseta polo negro
- Una gorra del establecimiento

**Indicaciones**

- En el caso de pérdida el personal se hace cargo de la reposición del uniforme.
- El uniforme deberá mantenerse limpio todo el tiempo de trabajo.
- Se utilizara el uniforme únicamente dentro de las instalaciones.
- Debe estar siempre planchado





## GENERALIDADES

### Limpieza de área

Como integrante de nuestro equipo de trabajo deberá de tomar todas las medidas de higiene y seguridad dependiendo de su ambiente de trabajo, ya que los productos que se va a ofrecer al consumidor deben ser de la más alta calidad y con la higiene adecuada. Para ello debe acatar las siguientes reglas.

- La limpieza del área debe hacerse por lo menos 3 veces al día, la primera al iniciar con la apertura del negocio, la segunda durante la mitad de la jornada laboral y la tercer al finalizar el día de trabajo este último se lo realiza de manera más implacable posible.
- El uso de las tablas de picar dependiendo del tipo de alimento que se va a utilizar se designara el color de las tablas, para evitar con eso una posible contaminación cruzada.
- La clasificación de la basura organica e inorgánica se lo deberá realizar de la manera más minuciosa posible evitando con esto posibles focos de infección.
- La limpieza de los equipos se lo realizará al finalizar la jornada laboral, para esto los equipos deben encontrarse apagados evitando con esto cualquier tipo de accidente laboral que puedan perjudicar al empleado.
- Se debe mantener toda la materia prima organizada mediante etiquetados las mismas que garantizaran cualquier tipo de contratiempos.
- Los desinfectantes o cualquier tipo de sustancia química utilizada para la desinfecto del área, deberá encontrarse en un lugar alejado de los alimentos, bien sellados para evitar que se desperdicie.
- Tras la limpieza de los pisos se deben realizar el posterior secado para evitar algún tipo de accidente.





### NORMAS DE HIGIENE DEL PERSONAL

Las presentes normas tiene como fin que el personal encargado del proceso de producción de las preparaciones lleven a cabalidad sus trabajos evitando la contaminación de los alimentos, para esto debe cumplir con las siguientes exigencias.

- Unas bien cortadas y sin esmalte.
- El baño diario.
- Cabellos corto y rasurados la barba en el caso de los hombres.
- Uso del uniforme adecuado para evitar contaminación.
- Uso de mascarilla en el caso de presentar gripe.
- Evitar el uso excesivo de maquillaje y perfumes.

### LAVADO DE LAS MANOS

Es importante lavarse las manos:

- Antes y después de manipular alimentos y/o amamantar.
- Antes de comer o beber, y después de manipular basura o desperdicios.
- Después de tocar alimentos crudos y antes de tocar alimentos cocidos.
- Después de ir al baño, sonarse la nariz, toser o estornudar y luego de cambiarle los pañales al bebé.
- Luego de haber tocado objetos "sucios", como dinero, llaves, pasamanos, etc.
- Antes y después de atender a alguien que está enfermo o de curar heridas.



• Correcto lavado de las manos



1. Mojarse las manos con agua.
2. Aplicarse suficiente jabón para cubrir toda la superficie de las manos.
3. Frote sus manos palma a palma.
4. Frote circularmente hacia atrás y hacia adelante con la yema de los dedos de la derecha para con la izquierda y viceversa.
5. Coloque la mano derecha encima del dorso de la mano izquierda los dedos y viceversa.
6. Apriete el pulgar izquierdo con la mano derecha, frote circularmente y haga lo mismo con la otra mano.
7. Enjuague con agua desde los dedos hasta las muñecas.
8. Seque las manos con una toalla desechable o secador.
9. Use la toalla desechable para cerrar el grifo de agua.
10. Manos limpias protegen nuestra salud.



#### TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES

- Terminación del contrato individual de trabajo.
- Bajo desempeño laboral.
- Conflicto con algún cliente o compañero de trabajo.
- Ausencias de trabajo frecuentes.

#### REGLAMENTO

- No fumar en las instalaciones
- No ingresar con alcohol
- Prohibido el uso de celular durante la jornada de trabajo.
- Utilizar de la manera correcta los equipos y herramientas de trabajo
- Cuidar el uniforme que se le ha sido asignado.

