



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO EMPRENDIMIENTOS

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR- RESTAURANT TEMÁTICO, EN EL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2017”

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTOR: KATHERIN SOLEDAD ILBAY CANDO

TUTOR: ING. SILVIA TAPIA

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Katherin Soledad Ilbay Cando, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Katherin Soledad Ilbay Cando

Cédula de Identidad 060465077-0

AGRADECIMIENTO

A mi querida y noble Institución Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en especial a la Escuela de Gastronomía por que en sus aulas gracias a mis maestros he adquirido conocimientos que me servirán para toda mi vida.

A la Ingeniera Silvia Tapia ya que con su ayuda me ha guiado y dado las pautas para desarrollar este emprendimiento, al Licenciado Roger Paredes quien también ha sido parte de este trabajo.

A mis compañeros de aula quienes de una u otra manera han formado parte de mi vida y en especial a aquellas personas de buen corazón que siempre me ayudaron y que ahora puedo y podré siempre llamarlas amigas

Katherin

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado a mi Dios ya que gracias a él he logrado estar aquí culminando mi carrera, a mis padres Patricio Ilbay y Margarita Cando por siempre estar a mi lado brindandome su apoyo y consejos para hacer de mi una mujer de bien, a mis hermanos Edison , Jhonny, Marisol, sobrinos Gabriel y Franzisco por su cariño, a mi Prima Gaby que aunque ya no este entre nosotros físicamente se que desde el cielo esta cuidándome y guiándome para que todo salga bien, a mi Esposo Juan Carlos por su confianza y amor, y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente, y como dejar de lado a la luz de mis ojos mis hijos Monserrath y Jordan quienes han sido mi aliento y mis ganas de siempre salir adelante los Amo a todos, se que todo sacrificio vale la pena y aquí esta la demostración de que formar mi Familia no fue impedimento para culminar uno de mis sueños.

Katherin

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo diseñar el estudio de factibilidad para la creación de un Bar-Restaurant Temático en el Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo, la metodología que se aplicó es de tipo descriptiva ya que no se manipula ninguna de las variables y los resultados que se presentan son en el tiempo y lugar de estudio, de campo por que mediante las encuestas aplicadas se pudo recopilar información en cuanto a gustos y preferencias que los consumidores esperan recibir y así poder proyectar la oferta, demanda, demanda insatisfecha y mix de mercado. La capacidad de la empresa, tamaño, ubicación, dirección, recetas estándar, flujograma de procesos, el requerimiento de activos fijos se ejecutó en el estudio técnico. La evaluación financiera del emprendimiento permitió determinar que la creación de “TRA DI BAR-RESTAURANT” es factible para lo cual se necesita una inversión de 35.596,65, contando con un préstamo bancario a un interés del 12% y un capital propio de 5,000 tomando en cuenta que los ingresos programados hacen sostenible el crédito, para finalizar se concluye que el período de recuperación de la inversión es a partir del tercer año, se recomienda así administrar el establecimiento de manera correcta eligiendo siempre proveedores que entreguen materia prima de calidad a un precio accesible.

Palabras claves: <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <RESTAURANT TEMÁTICO>, <EMPRENDIMIENTO>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <PRODUCTOS AUTÓCTONOS>

SUMMARY

The objective of the present degree work is to design the feasibility study for the creation of a Thematic Bar-Restaurant in the Riobamba Canton, Province of Chimborazo; the methodology applied is descriptive since none of the variables is manipulated and the results that are presented are in the time and place of study, and field research because through the surveys applied it was possible to collect information regarding to tastes and preferences that consumers expect to receive and thus be able to project the supply, demand, unsatisfied demand and mix of market. The capacity of the company, size, location, address, standard recipes, flowchart of processes, and the requirement of fixed assets was executed in the technical study. The financial evaluation of the entrepreneurship made it possible to determine that the creation of "TRA DI BAR-RESTAURANT" is feasible for which an investment of 35,596.65 is needed; therefore, with a bank loan at 12% interest, an own capital of 5,000 and the programmed revenues would make the credit sustainable. It is concluded that the period of recovery of the investment is from the third year, it is recommended to manage the establishment correctly choosing always suppliers that deliver quality raw material at an affordable price.

Keywords: Technologies and Medical Sciences, Gastronomy, Thematic Restaurant, Entrepreneurship, Feasibility Study, Indigenous Products.

TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN.....	v
SUMMARY	vi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
CAPÍTULO 1 ASPECTOS GENERALES.....	1
Introducción	1
1.1 Objetivos	2
1.1.1 Objetivo General	2
1.1.2 Objetivo Especifico	2
CAPÍTULO 2 BASES TEÓRICAS	3
2.1 Marco teórico	3
2.1.1 Historia del Bar	3
2.1.2. Definición.....	4
2.1.3. Clasificación.....	4
2.1.4. Tipos de bar.....	6
2.1.5 Características del bar	6
2.1.6. Historia del Restaurant.....	7
2.1.7. Definición.....	8
2.1.8. Categoría de los restaurantes.....	8
2.1.9. Tipos de restaurantes.....	11

2.1.10. Restaurante temático	14
2.1.11. Producto temático	14
2.1.12. Recursos humanos.....	16
2.1.13. Tecnología.....	17
2.1.14. Definición de Proyecto.....	17
2.1.15. Tiempos de un proyecto	18
2.1.16. Características de un proyecto	19
2.1.17. Riobamba	20
2.1.18. Fiestas de Riobamba	22
2.1.19. Gastronomía	23
2.2 Marco Conceptual	24
CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA	26
3.1. Tipo y Diseño de la Investigación.....	26
3.2 Técnicas de Recolección de datos.....	26
3.2.1 Técnicas.	26
3.2.2 Instrumentos.....	27
3.2.3 Fuentes de Información.....	27
3.3 Segmento de Mercado.....	28
3.4 Universo.....	28
3.5 Muestra.....	29
3.6 Tabulación y Análisis de resultados.....	30
CAPÍTULO 4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	42
4.1 Identificación de la Idea	43
4.1.1 Lluvia de Ideas	43
4.1.2 Justificación	45
4.1.3 Nombre del Emprendimiento.....	46
4.1.4 Descripción del Emprendimiento.....	46

4.1.5 Análisis FODA.....	50
4.2 Estudio de Mercado	51
4.2.1 Crecimiento poblacional	51
4.2.1 Demanda	52
4.2.2 Oferta.....	53
4.2.3 Demanda Insatisfecha	54
4.2.4 Mix de Mercado.....	55
4.2.5 Análisis del Sector	58
4.2.6 Cargos y Funciones del Área Comercial.....	59
4.2.7 Determinación de Inversiones y Gastos del Área Comercial.....	61
4.3 Estudio Técnico.....	62
4.3.1 Determinación del Tamaño	62
4.3.2 Capacidad del Emprendimiento	62
4.3.3 Localización	63
4.3.4 Proceso de Producción	64
4.3.5 Requerimientos de Talento Humano.....	71
4.3.6 Diseño de la Planta.....	72
4.3.7 Estructura de Costos de Producción.....	73
4.3.8 Determinación de Activos Fijos para Producción.....	77
4.3.9 Programa Pre Operativo.....	80
4.4 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental	81
4.4.1 Organización	81
4.4.2 Marco Legal	85
4.4.3 Permisos Requeridos para su Funcionamiento.....	86
4.4.4 Mitigar el Impacto Ambiental.....	86
4.5 Estudio Financiero	88
4.5.1 Análisis de la Inversión.....	88

4.5.2 Presupuestos.....	90
4.5.3 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	92
4.5.4 Estado de Situación Financiera.....	92
4.5.5 Estado de Flujo del Efectivo.....	93
4.5.6 Evaluación Económica.....	93
4.5.7 Evaluación Financiera.....	94
4.5.8 Evaluación Social.....	99
4.5.9 Evaluación Ambiental.....	99
4.6 Conclusiones y Recomendaciones.....	100

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1-3: Estratificación del Cantón Riobamba	29
Tabla 2-3: Implementación de Bar-Restaurant temático.	30
Tabla 3-3: Visitaria el Bar-Restaurant temático.....	31
Tabla 4-3: Alimentos y bebidas elaborados con productos autóctonos	32
Tabla 5-3: Elección de Slogan	33
Tabla 6-3: Consumo económico.	34
Tabla 7-3: Frecuencia de visita.	35
Tabla 8-3: Ubicación del local	36
Tabla 9-3: Zona wi-fi gratis	37
Tabla 10-3: Promociones cada fin de mes.....	38
Tabla 11-3: Medios de comunicación para realizar publicidad y promoción.....	39
Tabla 12-3: Establecimientos de A&B que brinden el mismo producto y servicio.....	40
Tabla 13-3: Satisfacción con lugares visitados.	41
Tabla 14-4: Crecimiento Poblacional del Cantón Riobamba 2010 – 2021.....	51
Tabla 15-4: Demanda Proyectada de consumo de Bares – Restaurants del Cantón Riobamba.....	52
Tabla 16-4: Oferta Proyectada del Consumo en Bares – Restaurants del Cantón Riobamba.....	53
Tabla 17-4: Demanda Insatisfecha de Bares-Restaurants en el Cantón Riobamba.....	54
Tabla 18-4: Muebles y enseres.....	61
Tabla 19-4: Publicidad.....	61
Tabla 20-4: Sueldos del área comercial	61
Tabla 21-4: Formato de Receta Estándar	67
Tabla 22-4: Servicios básico	73
Tabla 23-4: Combustible.....	73
Tabla 24-4: Mantenimiento.....	74

Tabla 25-4: Depreciacion de activos fijos.....	74
Tabla 26-4: Mano de obra directa.....	76
Tabla 27-4: Mano de obra indirecta.....	76
Tabla 28-4: Maquinaria y equipos	77
Tabla 29-4: Equipo de computo.....	77
Tabla 30-4: Menaje y vajilla.....	78
Tabla 31-4: Suministros y materiales.....	79
Tabla 32-4: Materiales indirectos	79
Tabla 33-4: Activos fijos	80
Tabla 34-4: Inventarios	80
Tabla 35-4: Permisos de Funcionamiento.....	86
Tabla 36-4: Inversión del proyecto	88
Tabla 37-4: Estado de fuentes y usos.....	89
Tabla 38-4: Clasificación de la inversión	90
Tabla 39-4: Financiamiento.	90
Tabla 40-4: Amortización del préstamo.....	90
Tabla 41-4: Gastos de amortización.....	91
Tabla 42-4: Costos de producción.	91
Tabla 43-4: Gastos de administración.....	91
Tabla 44-4: Gastos de venta.....	92
Tabla 45-4: Gastos Financieros.....	92
Tabla 46-4: Estado de pérdidas y ganancias.	92
Tabla 47-4: Estado de situación financiera.	92
Tabla 48-4: Flujo de efectivo	93
Tabla 49-4: Flujo neto de efectivo	94
Tabla 50-4: Valor actual neto.....	95

Tabla 51-4: Tasa interna de retorno	95
Tabla 52-4: Tasa mínima de retorno	96
Tabla 53-4: Periodo de recuperación de la inversión.....	96
Tabla 54-4: Relación beneficio/costo	97
Tabla 55-4: Evaluación social.....	99

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Cuadro 1-3: Fórmula de la Muestra y su Aplicación.....	29
Cuadro 2-4: Lluvia de ideas.....	43
Cuadro 3-4: Selección y evaluación y de la idea.....	44
Cuadro 4-5: Selección del nombre del emprendimiento.	46
<i>Cuadro 5-4: FODA del Bar – Resturant.....</i>	50
Cuadro 6-4: Ficha profesiografica cajero, mesero.....	59
Cuadro 7-4: Ficha profesiografica bartender.....	60
Cuadro 8-4: Simbología del diagrama de flujo	65
Cuadro 9-4: Ficha profesiografica ayudante de cocina	71
Cuadro 10-4: Ficha Profesiográfica Chef Ejecutivo – Gerente General	84
Cuadro 11-4: Acciones Remediales	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3: Implementació de Bar-Restaurant temático.	30
Gráfico 2 -3: Visitaria el Bar-Restaurant temático.	31
Gráfico 3-3: Alimentos y bebidas elaborados con productos autóctonos	32
Gráfico 4 -3: Elección de Slogan	33
Gráfico 5-3: Consumo económico.	34
Gráfico 6-3: Frecuencia de visita.	35
Gráfico 7-3: Ubicación del local	36
Gráfico 8-3: Zona wi-fi gratis	37
Gráfico 9-3: Promociones cada fin de mes.	38
Gráfico 10-3: Medios de comunicacion para realizar publicidad y promoción.	39
Gráfico 11-3: Establecimientos de A&B que brinden el mismo producto y servicio.	40
Gráfico 12-3: Satisfacción con lugares visitados.	41
Gráfico 13-4: Crecimiento Poblacional Canton Riobamba	52
Gráfico 14-4: Demanda proyectada del Cantón Riobamba	53
Gráfico 15-4: Oferta proyectada del Cantón Riobamba	54
Gráfico 16-4: Demanda Insatisfecha de Bares-Restaurants en el Cantón Riobamba	55
Gráfico 17-4: Localización	63
Gráfico 18-4: <i>Flujograma de Procesos “TRA DI BAR – RESTAURANT”</i>	66
Gráfico 19-4: Organigrama Estructural	81
Gráfico 20-4: Organigrama Funcional	82

CAPÍTULO 1 ASPECTOS GENERALES

Introducción

El negocio de la restauración a través del tiempo va creciendo; apareciendo así varias opciones de establecimientos donde se disfruta de un ambiente agradable, buena comida y bebida convirtiéndose en lugares aptos para conversaciones de amigos, cierre de negocios, citas amorosas .

La Ciudad de Riobamba conocida a nivel nacional como la Sultana de los Andes, Ciudad de las Primicias, la Ciudad Bonita, es un pueblo rico en música, leyendas urbanas, lugares turísticos como la reserva del esplendoroso nevado Chimborazo, fiestas tradicionales como la del Divino Niño Rey de Reyes hoy por hoy catalogada patrimonio cultural donde por devoción niños, jóvenes y adultos bailan con coloridos trajes en el que sobresalen personajes típicos como perros, diablos de lata, payasos, sacha runas; así como también la procesión del “Martes Santo” con la imagen del “Señor del Buen Suceso Patrono de la ciudad”, entre otras festividades que se celebran en el transcurso del año.

Aprovechando estos grandes atractivos que posee la ciudad, el emprendimiento que se presenta a continuación es la fusión de dos ambientes en uno solo con una temática diferente donde en el interior del local tendrá decorativos culturales, creando así el establecimiento llamado “TRA-DI BAR RESTAURANT” donde se ofrecerá comida y bebidas elaboradas con productos autóctonos.

Con la ayuda de cada uno de los estudios desarrollados de mercado, técnico, administrativo y financiero permitirán conocer la viabilidad y factibilidad del emprendimiento.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo General

- Diseñar el estudio de factibilidad para la creación de un bar – restaurant temático, en el Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo, 2017.

1.1.2 Objetivo Especifico

- Realizar el estudio de mercado que permita la obtención de datos reales sobre la demanda insatisfecha de bares restaurantes en el Cantón Riobamba.
- Realizar recetas estándar que contengan como ingredientes básicos productos autóctonos de la localidad.
- Desarrollar los estudios técnico, administrativo, legal del proyecto.
- Determinar la viabilidad económico, financiero, social y ambiental del proyecto a través de sus diferentes estudios.

CAPÍTULO 2 BASES TEÓRICAS

2.1 Marco teórico

2.1.1 *Historia del Bar*

El termino bar deriva del anglicismo “Barra”. Mueble que en sus inicios, cumplía la misión delimitatoria del espacio reservado para el desarrollo de la labor del barman; y el área dedicada a los “gaznates resecos” que acudían al bar con la intención de encontrar algún remanso de paz entre el murmullo de la concurrencia, donde apagar ardores sentimentales o desengaños amorosos.

Otros, buscaban escapar del ambiente hogareño y sedentario al que los hábitos y tradiciones los tenían sometidos. Tal avalancha de “parroquianos” derivó en idear una solución para evitar que los empujones de aquellos clientes terminasen por incrustar al barman en la pared, concluyendo con la invención de fijar la barra al suelo.

Día a día crecía el número de simpatizantes de estos locales colectivos, por los que las clases pudientes optaron por adquirirlos en propiedad, creando los clubes privados. Estos clubes permitían seleccionar a sus socios, empleando en ocasiones criterios muy exagerados, pues había que compartir la ideología política, el estatus social. Los nuevos locales se diseñaban con algunas mejoras e innovaciones, como pequeñas mesitas donde posar las copas o tazas, confortables sillones con altos respaldos donde se descansaba cómodamente mientras se participaba en dilatadas tertulias.

Casi paralelamente surgen otro tipo de locales donde la barra es el eje central, pero con ofertas mucho mas diversas, el café-bar donde lo mismo se puede solicitar un café, licor, vino o un cobinado o refresco, que una larga lista de tapas, bocadillos o sándwiches, incluso almuerzos fugaces con la instauración de los modernos sistemas de “fast-food” con los que se satisface las exigencias de un sector de público de preferencias más informales y cada vez con mayores prisas. (García Ortiz & García Ortiz , Bebidas, 2004, pág. 3)

2.1.2. Definición

Son los establecimientos que además de bebidas, sirven a sus clientes, para su consumo en el mismo local, aperitivos, raciones, tapas, bocadillos u otros alimentos por un precio determinado.

(Díaz Paniagua & León Sánchez, 2014)

2.1.3. Clasificación

Los bares se clasifican en tres categorías: Gran turismo, turista y popular, que reciben su denominación de acuerdo a los elementos que se anuncian al final, según Maria del Carmen Morfin Herrera.

➤ Bar categoría gran turismo (Tres copas)

Se ubica en hoteles y en zonas turísticas muy concurridas, o de gran movimiento social, o en áreas laborales. Dispone de una barra grande de madera preciosa, mobiliario, equipo y utensilios de calidad selecta; también de una carta de vinos y licores; el servicio deberá ser altamente calificado, con personal capacitado, mayor de edad y con experiencia; con una infraestructura apropiada para dar la acogida que el demandante espera, como: piano, un equipo de luz y sonido profesional, además de una pista para dar cabida a cinco o seis cantantes, sin telón; máquina registradora, aire acondicionado, portero y estacionamiento; cocineta con mesa de trabajo, refrigerador y estufa (en caso que lo requiera y ofrezca botanas variadas), servicios de sanitarios para damas y caballeros, jabón líquido y secador electrónico, o bien toallas de papel desechables (matic), valet auxiliar (persona de servicio permanente) en baños, entrada de empleados independiente y área de lockers (armarios) para empleados. (Gutierrez Morfin, 2004)

➤ Bar categoría turista (Dos copas)

La ubicación de estos lugares deberá ser estratégica, en sitios comerciales, de gran actividad laboral, céntricos, concurridos e iluminados; su barra es el principal motivador y herramienta de ventas, por lo que esta será de madera, visible y de gran tamaño, con terminados comerciales, su área trasera tendrá refrigeradores y una mesa de trabajo para la preparación de botanas, cuando estas estén contempladas en el servicio, cuenta con mobiliario y equipo de calidad; tendrá variedad de bebidas alcohólicas y no alcohólicas; el personal de servicio será mayor de edad, portará uniforme y estará capacitado. Debe tener una pista bien ubicada para tres o cinco cantantes, con equipo de sonido y luces adecuadas de nivel profesional, máquina registradora, sanitarios para los consumidores, con jabón líquido y secador electrónico o toallas desechables de papel. (Gutierrez Morfin, 2004)

➤ Bar categoría popular (Una copa)

Su ubicación, por lo regular será en las colonias populares retiradas de las áreas de mucha actividad comercial o laboral. Su barra será de madera y de tamaño reducido, el mobiliario y equipo general será de calidad comercial (en ocasiones con propaganda de distribuidores de cervezas o refrescos); podrá vender bebidas típicas y populares, licores, aguardientes y pulques curados nacionales, también cerveza, ya sea embotellada o de barril; el personal deberá ser mayor de edad y vestido adecuadamente con un delantal; tendrá máquina registradora, ventiladores de techo y un sanitario. (Gutierrez Morfin, 2004)

2.1.4. Tipos de bar

La palabra bar agrupa a una gama muy amplia de establecimientos de diferente concepción, cuyo principal objetivo es el servicio de bebidas.

Se denominan de diversas maneras atendiendo al tipo de servicio que prestan tipo de clientela, horario, categoría, oferta, etc.

- Bares
- Discotecas
- Bar Americano
- Coffee Shop
- Cafeterías
- Salas de fiesta
- Heladerías
- Piano-Bar
- Café
- Snack-Bar
- Pub
- Mesones
- Cervecerías. **(García Ortiz , Gil Muela , & García Ortiz , Bebidas , 2004, pág. 5)**

2.1.5 Características del bar

- Servicio de gran rapidez.
- Oferta variada: bebidas frías y calientes, tapas, raciones, bocadillos.
- Consumo y servicio directo en la barra. Algunos bares carecen hasta de mesas.
- Establecimiento de gran iluminación directa.
- Expositores de alimentos fríos, preparados o no, que muestren ofertas de alimentos.
(García Ortiz , Gil Muela , & García Ortiz , Bebidas , 2004, pág. 5)

2.1.6. Historia del Restaurant

No está muy claro cuál fue el primer restaurante, aunque las tabernas existían ya en el año 1700 a.C. También se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor público en Egipto en el año 512 a.C., que ofrecía un menú limitado.

Herculano (ciudad de Nápoles) es un claro ejemplo de ciudad turística en la época romana, ya que sus calles estaban repletas de gran cantidad de bares que servían pan, queso, vino, nueces, dátiles, higos, y comidas calientes.

Otro claro ejemplo son las ciudades de Londres o París, donde en torno al año 1200 ya existían casas de comidas y productos para llevar, para a continuación ser completadas con las cafeterías que ya alrededor de 1650 aparecieron en Oxford.

Fue en 1765 cuando Monsieur Boulanger abrió el considerado primer restaurante, dando giro a lo hasta ese momento conocido. En él integró un menú, con precios estipulados encuadrados para un sector pudiente, donde la sociedad acudía para mostrar su distinción.

Hasta este momento los cocineros profesionales trabajaban para casas nobles de forma privada y fue gracias a Monsieur Boulanger cuando se dio el primer paso ampliando la oferta, generando nuevos negocios que consolidaron la palabra “Restaurante” y crearon un nuevo oficio como es la Restauración.

En Estados Unidos no fue hasta 1794 cuando Jean Baptiste Gilbert Paypalt introdujo la palabra restaurante, abriendo el Julien’s Restorator, en el que se ofrecían trufas, sopas y fondees de queso.

(Sánchez Lafuente , 2011)

2.1.7. Definición

Es aquel establecimiento cuya función principal es servir alimentos y bebidas en una zona denominada “sala o comedor” para ser consumidos a cambio de un precio cerrado, en el caso de una comida o cena de tipo “menú”, o un precio abierto y diferenciado por productos a la “carta”, e ingeridos en ese mismo lugar, en una franja horaria de apertura determinada.

Su oferta gastronómica puede ser muy variada según la categoría a la que pertenezca, desde menús muy básicos y completos, hasta una gran variedad de cartas de distintos productos de complejas elaboraciones y servicios, pero con el mismo fin de agradar a todo tipo de clientes y públicos. (Guerrero Luján , 2014, pág. 40)

2.1.8. Categoría de los restaurantes

Se pueden clasificar dependiendo de la categoría del establecimiento, independientemente de la oferta gastronómica o servicio que se oferta, por lo que quedaría englobada dentro de la clasificación que dicta la normativa sobre restaurantes que esta publicada en el BOE número 75 del 17 de marzo de 1965, que en su artículo 15 establece la clasificación según categorías.

Por lo que respecta a esta clasificación, la categoría viene impuesta por el cumplimiento de una serie de requisitos reflejados desde el artículo 16 al artículo 21 de la normativa vigente.

➤ Categoría lujo: (5 Tenedores)

Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio; guardarropa; vestíbulo o sala de espera (en la cual podrían instalarse un bar), comedor, con superficie adecuada a su capacidad que permita un eficaz servicio, acorde con la categoría del establecimiento; teléfono en cabina aislada, aire acondicionado, servicios sanitarios independientes, con instalaciones de lujo, para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos; ascensor si el establecimiento ocupa una segunda planta u otra superior del edificio. Decoración en armonía

con el mismo rango del establecimiento; muebles, alfombras, lámparas, tapicería, cubertería, vajilla, cristalería, y mantelerías de gran calidad: buffet frío a la vista, en el comedor, flameadores o carros calientes para el servicio de las mesas.

En todo caso, el servicio se efectuará mediante el uso de mesas auxiliares o gueridones. Aquellos platos que lo requieran, deberán salir de la cocina con cubre-fuentes o campanas.

Se ofrecerá una carta con gran variedad de platos de la cocina internacional y otros típicos de la cocina española.

La carta de vinos será amplia y contendrá marcas de reconocido prestigio.

El personal de servicio deberá estar uniformado de acuerdo con la capacidad, circunstancias y rango del establecimiento. En todo caso, el primer jefe de comedor debe conocer dos idiomas, como el francés e inglés. (Hinojo Lucena, 2016, págs. 8-9)

➤ Categoría primera: (4 Tenedores)

Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio, guardarropa, teléfono, comedor con superficie adecuada a su capacidad que permita un eficaz servicio, de acuerdo con la categoría del establecimiento, calefacción y refrigeración. Muebles, cuadros, alfombras, lámparas, cubertería, vajilla, cristalería y mantelería de primera calidad, servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos. Los aseos independientes para el personal de servicio.

La carta contemplará platos de la cocina internacional y otros propios de la cocina típica española y, como mínimo, su composición debe ser la que determina el artículo 26 de la presente normativa. Si el establecimiento tiene más de una planta, y el comedor y la cocina estuvieran situadas en plantas distintas, deberá disponer de escalera de comunicación para el servicio. Así mismo, si ocupase una tercera planta u otra superior del edificio, dispondrá de ascensor para el

uso de los clientes. El personal de servicio, debidamente uniformado, será el suficiente, en congruencia con la capacidad y circunstancias del establecimiento.

En todo caso, el jefe del comedor deberá conocer los idiomas francés e inglés. (Hinojo Lucena, 2016, pág. 9)

➤ Categoría segunda: (3 Tenedores)

Entrada para los clientes, independiente de la del personal de servicio, en su defecto, en las horas en que este abierto el establecimiento a la clientela los proveedores de mercancías no utilizarán el mismo acceso.

Comedor con superficie adecuada a su capacidad, calefacción, muebles, cubertería, vajilla, cristalería, y mantelería de calidad. Servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos, aseo para el personal de servicio.

La carta estará en consonancia con la categoría del establecimiento.

El personal de servicio debidamente uniformado será el adecuado y cuando menos el jefe de comedor deberá conocer el idioma francés o el inglés. (Hinojo Lucena, 2016, págs. 9-10)

➤ Categoría Tercera: (2 Tenedores)

Comedor con superficie adecuada a su capacidad, teléfono, muebles apropiados, cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio irrompible, cristalería sencilla y en buen estado de conservación, mantelería con servilletas de tela o papel.

Servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, además de lavabo.

El personal que tenga contacto con el público deberá presentarse cuando menos con chaqueta blanca. La carta aunque sencilla ofrecerá varios platos y su composición será como mínimo la que determina el art.26. (Hinojo Lucena, 2016, pág. 10)

➤ Categoría cuarta: (1 Tenedor)

Comedor independiente de la cocina, cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio irrompible, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilletas de tela o papel, servicios sanitarios decorosos y personal perfectamente aseado. La carta aunque sencilla ofrecerá varios platos y su composición será como mínimo la que determina el art. 26 de esta Ordenación. (Hinojo Lucena, 2016, pág. 10)

2.1.9. Tipos de restaurantes

➤ El restaurante fino o tipo gourmet

Esta clase de restaurante queda mejor descrita como un comedor formal, generalmente con manteles y servilletas de lino (de ahí la frase “operación de mantel blanco” con la que generalmente son descritos). Se los encontraba con frecuencia en hoteles, donde los altos costos de operación pueden quedar absorbidos dentro de un presupuesto general mayor. Los precios tienden a ser altos y el flujo de clientes, bajo.

Toda la comida es un evento grandioso que puede durar varias horas. La ubicación no es generalmente clave para el éxito de esta clase de restaurantes, pues sus clientes se desviarán gustosamente de sus rutas habituales con tal de ir comer a semejante lugar. El servicio esta a cargo de personal profesional muy bien entrenado, experto en lograr que los clientes gasten mucho. En efecto, son vendedores profesionales a quienes se les paga una propina adicional, basada en un porcentaje del total de la factura presentada al final del evento. La habilidad para ofrecer ese lucrativo aperitivo, ese segundo cóctel o esa botella de vino fino, ese rico postre, ese café de marca o ese licor para después de la comida, puede convertir una buena comida en una lucrativa fiesta. La parte artística esta a cargo un famoso chef, que deja su huella en el menú, por lo que usted ha de cuidarse de que cuando él se retire del negocio no se vayan tambien con el sus clientes.

No recomendamos que escoja el concepto de restaurante tipo gourmet para su primera aventura dentro de la industria de restaurantes, a menos que haya tenido una larga experiencia práctica, tanto en lo relacionado con la cocina como en lo de comedor, en varios restaurantes de esta clase muy bien dirigidos. En la mayoría de los casos, estos restaurantes son negocios dirigidos por el chef, que generalmente es dueño de parte del negocio. Los costos son muy altos. Estos establecimientos dependen mucho de las cuentas de gastos de altos ejecutivos y de ocasiones o conmemoraciones especiales, y una invitación a uno de ellos es vista como una fina manera de pasar una velada.

(Cooper, Floody, & McNeill, 2002)

- El restaurante mediano, informal y de ambiente familiar (conocido también como bistró o parrilla)

Estos restaurantes se prestan para ser manejados por sus propietarios y dependen grandemente del apoyo de los habitantes de la localidad. Su número ha aumentado en los últimos tiempos, gracias a que la gente sale a comer con más frecuencia, debido a que trabaja en horarios más largos, a que marido y mujer trabajan, o a que se tiene un mayor ingreso. El servicio o la comida en un restaurante de este tipo no es tan exigente como el de un restaurante fino, pero será conveniente que usted conozca a sus clientes personalmente y los haga sentir como en su casa.

Los restaurantes familiares comparten características tanto con los de comida rápida (que describiremos más adelante) como con los restaurantes finos (descritos antes). Usted tendrá que diseñar un menú que permita a sus clientes escoger rápidamente entre una lista de lucrativos platos, con la ayuda de un mesero amistoso y capaz que, de nuevo, trabaja a comisión. Generalmente, convendrá que los adultos ordenen bebidas alcohólicas y que los diferentes miembros de la familia pidan lucrativos postres. Al mismo tiempo, no convendrá que los clientes se sientan tan a gusto que se queden más tiempo del necesario e impidan que su mesa sea ocupada por otros clientes ansiosos por sentarse a comer.

El reto consiste en descubrir la manera de que distingan su negocio de otros similares en su localidad. Aquí es donde el diseño, el ambiente y la calidad de la comida y del servicio pueden servir para lograr precisamente aquello. La personalidad del propietario puede también ser un factor importante para marcar la diferencia. (Cooper, Floody, & McNeill, 2002, págs. 10-11)

➤ El restaurante de comida rápida

Esta clase de restaurante generalmente se distingue por las servilletas de papel y el poco o ningún servicio personal. Se utilizan alimentos congelados que se preparan de tal forma que los platos puedan cocinarse y servirse rápidamente. El nivel de pericia de los cocineros puede ser mínimo y en consecuencia los costos laborales pueden mantenerse bajos. Las cuentas en promedio son más bajas que en otro tipo de restaurantes, y el ingreso debe provenir de un alto flujo de clientes. El estilo de servicio es mínimo para poder atender a un gran número de clientes. La mayoría de estos restaurantes ofrecen servicio a domicilio y comida para llevar.

En este caso, el éxito depende de la ubicación. Localizar así sea un puesto de venta de rosquillas o doghnuts en el lado equivocado de la calle puede hacer fracasar una idea excelente por los demás conceptos.

La especialización es importante. Usted debe presentar un menú pequeño y concreto que incite a sus clientes a decidir que van a comer, hacerlo y desocupar el sitio cuanto antes, para abrirles paso a nuevos y ansiosos clientes. Muchos restaurantes de comida rápida fracasan porque incluyen en el menú ítems innecesarios y poco lucrativos, incompatibles con el concepto original de este tipo de negocios. (Cooper, Floody, & McNeill, 2002, págs. 11-12).

2.1.10. Restaurante temático

Una de las ofertas que posee unas características especiales es sin duda la que se desarrolla a través de un tema cuyo eje principal puede ser la música, los automóviles, el deporte, el cine, los ferrocarriles o la aventura, por poner algunos ejemplos. Así es como nace la Restauración Temática o Theme Restaurant.

En la última década del siglo XX, España y otros países han seguido la pauta de la diversificación que en la oferta de comidas y bebidas existe en USA, y este modelo temático de Restauración viene a sumarse a las modas, comportamientos sociales o tendencias que va sugiriendo el propio mercado o la demanda. Así hemos visto aparecer los Friday's, Hard Rock, Planet Hollywood, Champions u otras marcas que han establecido sus restaurantes en las capitales o áreas turísticas más importantes y en lugares estratégicos para asegurar sus clientes.

Sin embargo, no siempre el éxito se ha logrado y de la misma forma que se inauguraban, al poco tiempo cerraban sus puertas por problemas de toda naturaleza.

La Restauración temática no es un negocio sencillo, pues tiene que ser un producto experimentado ya que, generalmente forma parte de una franquicia y esta no siempre ofrece el mismo resultado que en su origen. (Gallego, 2002, pág. 153)

2.1.11. Producto temático

En primer lugar, y con independencia del local y de su situación, se requiere un perfecto diseño de instalaciones y decoración en relación con el tema de referencia. Aquí entra en juego la imaginación para dar realce a paredes, techos y espacios con instrumentos musicales, fotografías, motos, recuerdos

de artistas o del oeste americano, es decir una mezcla de realidad y fantasía que trata de acercar al cliente a épocas, momentos o imágenes que le son familiares, de acuerdo al “tema” elegido.

La iluminación, colores, y música “enlatada” o en directo, según los locales, conforman la esencia inicial del producto y a partir de aquí se trata de ofrecer al cliente una oferta de comidas y bebidas que conjugan tipismo, modernidad, y elementos culturales que nos vienen de otros países cuyas creaciones de culinaria rápida como sándwiches de todas clases, burgers al mas estilo americano, carnes rojas acompañadas de patatas asadas con crema o nachos, burritos, fajitas o tortillas, nos hacen recordar, con las costillas de cerdo y su salsa barbecue, a la cocina tex mex, tan de moda en la actualidad.

Todo esto sin olvidar el toque italiano de los espaguetis, pizzas o carpaccios que haciendo suma a lo anterior dan lugar a una carta multicultural que no es muy sofisticada pero si atractiva para los paladares a satisfacer que tampoco son muy exigentes.

En el campo de los postres y bebidas la Restauracion temática acude a los helados cremosos, pasteles de chocolate, tartas de queso. “pies” de manzana. Las bebidas pueden simplificarse en los refrescos clásicos donde las colas compiten de acuerdo a los pactos comerciales, la coctelería de long drink afrutada y colorista a los batidos de sabor que son siempre bien acogidos por los mas jóvenes.

Con este escenario se presenta al mercado una variante de la Restauracion que se dirige a captar un público joven, ejecutivos de la zona, familias los fines de semana o grupos que buscan pasar el rato para continuar después del ocio del fin de semana en la discoteca o local de moda.

Esta claro que este tipo de negocio se mueve con una alta inversion pero tambien puede tener una mala rentabilidad si se da en la diana del éxito. (Gallego, 2002, págs. 153 - 154)

2.1.12. Recursos humanos

Aunque podemos considerar sencilla la oferta temática desde el punto de vista de la producción culinaria y del servicio, no es menos cierto que tiene un estilo muy definido del que no se puede salir, pues representaría el fracaso mas rotundo.

La carta de los restaurantes temáticos no requiere una elaboración muy especializada, pero si debe responder a platos muy ensayados y estandarizados, ya que el cliente no va en busca de sorpresas. Por tanto, bien sea a través de productos importados o elaborados, la producción culinaria basa su éxito en que el cliente disfrute de un sándwich, una hamburguesa o una tarta de chocolate con una calidad asegurada e invariable.

Respecto al servicio podemos hablar de su informalidad, donde lo profesional se basa en una buena comunicación con el cliente y en la rapidez para atenderlo. En esta relación personal – clientes, existe el peligro de confundir la informalidad con la chabacanería o la falta de respeto y ese es el espacio que nunca se debe sobrepasar. De ahí, la tarea de la formación constante que deben recibir las personas que trabajan en estos establecimientos, pues hay una gran rotación de trabajadores que son estudiantes o están en la fase de su primer empleo.

En esta actividad restauradora el perfil del empleado, generalmente, se situa en jóvenes con cierta formación académica que buscan un salario complementario para ayudarse en sus estudios o sus caprichos, pero que deben poseer cierta chispa para atender a clientes que quieren conectarse con gente que este en su misma “onda”.

Como decíamos ántes, la labor de formación es indispensable si se quiere tener un personal abierto, comunicativo, respetuoso y al mismo tiempo cercano a las modas, hábitos y valores de nuestro tiempo. (Gallego, 2002, págs. 154 - 155)

2.1.13. Tecnología

Los establecimientos de Restauración Temática son adelantados en la innovación tecnológica. Desde los TPV(Terminales de Punto de Venta) hasta los nuevos elementos electrónicos que sirven para que el personal tome la comanda y la transmita a cocina, saliendo allí por una impresora y por tanto sin tener que desplazarse hasta los equipos de sonido mas avanzados para emitir música seleccionada de moda para los clientes que aceptan el “ruido” como parte de la oferta.

En las áreas de producción culinaria los equipos son de última generación para obtener las mejores hamburguesas, patatas fritas, costillas o sándwiches.

La exigencia de una correcta y adecuada higiene es también obligación fundamental para instalaciones, elementos, personas o materias primas. Todo esto normalmente se plasma en los manuales operativos que las cadenas franquiciadoras ofrecen a sus franquiciados. (Gallego, 2002, pág. 155)

2.1.14. Definición de Proyecto

Orientados a la producción de bienes y servicios con fines de rentabilidad financiera, suelen denominarse proyectos privados ya que poseen un dueño que aporta el capital inicial, esperando mayores beneficios a su interés de oportunidad. (Candamil Calle & López Becerra, 2004, pág. 22)

2.1.15. Tiempos de un proyecto

En la realización de un proyecto entran en juego cuatro (4) tiempos:

- El *antes*, corresponde al tiempo en el cual se realiza la identificación de los problemas, vacíos, carencias y potencialidades que motivan la intervención. En este mismo tiempo se toman decisiones relacionadas con el diseño de proyecto mas adecuado para el proceso y se realiza la formulación bajo los parámetros que se presentarán mas adelante.
- El *durante*, es el tiempo en el cual se ejecuta el proyecto; es decir, se ponen en acción las estrategias y se realizan las actividades previstas en el diseño metodológico. En este momento es fundamental realizar acciones permanentes de monitoreo para determinar el grado de cumplimiento de los objetivos específicos y el alcance de las metas propuestas.
- El *después*, una vez finalizada la ejecución del proyecto se requiere evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos específicos y el nivel de logro general. Se trata de una evaluación de la eficacia del proceso para lo cual desde la formulación deben diseñarse los indicadores con los cuales se medirá el grado de cumplimiento del objetivo general.
- El *largo plazo*, es el cuarto tiempo del proyecto. Los gestores pueden hacer un reconocimiento del nivel de impacto o de la capacidad de transformación en el tiempo de las condiciones iniciales. Se pretende evaluar la sustentabilidad del proyecto para lo cual se emplean indicadores de medición del impacto, previamente diseñados en la formulación. **(Candamil Calle & López Becerra, 2004, pág. 20)**

2.1.16. Características de un proyecto

➤ Transcendencia

Una de las principales características que diferencian a un proyecto de otras actividades de la empresa, es algo muy importante y que supone un esfuerzo para la entidad que lo realiza, y no sólo porque requiere grandes inversiones, sino porque su objetivo es conseguir unos resultados con consecuencias trascendentales para la empresa. De hecho si no tuviera estas implicaciones estaríamos hablando de una tarea rutinaria, que no justificaría establecer toda la sistemática de control de los proyectos complejos. La introducción de internet en la empresa, podríamos decir, que es un claro ejemplo de proyecto de gran relevancia, por su enorme repercusión y por los esfuerzos que requiere su realización por parte de la empresa. (Vértice, 2012, pág. 2)

➤ Utilización de recursos

El estar nuestro proyecto encaminado a realizar una obra de envergadura, requiere por lo tanto una aportación de medios importantes en cantidad y calidad, tanto humanos, como materiales y económicos. Un proyecto supone poner en juego un conjunto de recursos que entrañan para la empresa un esfuerzo económico apreciable y que implican a diversos conjuntos de personas, máquinas, mercaderías, etc.

Cada recurso se necesita en momentos determinados y en cantidades precisas, siendo unas de las condiciones del éxito que la intervención de cada recurso sea oportuna, lo que solo es posible mediante serios esfuerzos de planificación y coordinación. (Vértice, 2012, pág. 3)

➤ Discontinuidad

Otra de las características inherentes al concepto de proyecto es la discontinuidad. Un proyecto por definición tiene un principio y un final predeterminados y se trata de una actividad esporádica, no repetitiva. (Vértice, 2012, págs. 3-4)

➤ **Dinamismo**

Otra característica de un proyecto, es que esta en continua evolución y se caracteriza por un gran dinamismo derivado de su carácter poco usual tendente a crear algo nuevo. A diferencia de otros trabajos continuos que pueden llegar a ser más estables o rutinarios, el proyecto esta en continuo movimiento y ello requiere de un gran dinamismo y agilidad por parte de todos los que trabajan en él. (Vértice, 2012, pág. 4)

➤ **Irreversibilidad**

A lo largo de una vida del proyecto es necesario tomar una serie de decisiones, para hacer progresar y avanzar la operación, pero esas decisiones normalmente son irreversibles, o al menos con un grado de irreversibilidad mayor que las que suelen adoptarse en las actividades continuas.

Aunque en algunos casos la decisión puede no ser tan irreversible, la modificación suele hacerse a costa de importantes perjuicios económicos o en detrimento de los plazos de terminación del proyecto. A estos efectos da igual que la decisión que se adopte sea o no la correcta, el hecho de tener que cambiarla y adoptar una decisión distinta es un gran revés para toda la empresa. (Vértice, 2012, pág. 5)

2.1.17. Riobamba

Riobamba es llamada la ciudad de las primicias ya que ha sido protagonista de hechos fundamentales en la vida de la patria, a continuación algunas de las primicias:

- La primera ciudad española en el Ecuador: El hecho histórico, se realizó cerca de la laguna de Colta, lugar donde se asentó Riobamba colonial hasta antes del terremoto de 1797. El 15 de Agosto de 1534 se funda la ciudad de Santiago de Quito, con su cabildo de soldados y sus 67 vecinos, nombrados entre quienes manifestaron su deseo de quedarse. Lo realizó Diego de Almagro.

- Primer escudo de armas: Otorgado por el rey Felipe IV de España, privilegio de muy pocas ciudades fundadas por los españoles en América. El Padre Juan de Velasco señala: “ en 1623, por Real Cédula muy honorífica del Señor Felipe IV, concédele al cabildo de tanto privilegios y gracias que lo hizo una de las mas ilustres del reino, dándole a la Villa los títulos de Ciudad Muy Noble y Muy Leal de San Pedro de Riobamba, y por escudo de armas una cabeza atravesada de dos espadas al pie de la custodia del sacramento”
- Primer cabildo municipal: El miércoles 19 de Agosto de 1534 se instaló el primer cabildo de Santiago de Quito (Riobamba) y sesionó por primera vez un cabildo municipal en lo que posteriormente sería llamado Ecuador. Por este motivo se celebra cada 19 de Agosto, el Día del Municipio Ecuatoriano.
- El primer convento: En la plaza mayor, se levanta la catedral de la ciudad. Es una hermosa construcción, edificada con piedras traídas de antiguos templos de la villa colonial Riobamba.
- El primer historiador: Juan de Velasco es el primer historiador de Ecuador.
- La primera ciudadela: Con la creación del ferrocarril, empresarios de Quito, Guayaquil, Siria, Líbano, Norteamérica , Francia y de países europeos, se establecieron en Riobamba como sitio ideal para instalar sus negocios. Y ellos requerían un lugar apropiado para residir. Así, en 1924, nació el proyecto de crear la primera ciudadela residencial del país, con el nombre de Bellavista.
- La primera insurgencia femenina en Ecuador: El 22 de Octubre de 1976, se realizó la primera huelga femenina, en protesta a bajo sueldos y el temor de reemplazo de la mano de obra de las trabajadoras de la fábrica de textiles propiedad del español Francisco Dalmau.
- El primer hipódromo: Con la creación de la ciudadela Bellavista, el español Francisco Dalmau apoyó la realización de temporadas hípcas, tradición y gusto de la población de esa época mayormente de Europa.
- La primera radiodifusora: Radio el Prado 1925.

- La primera feria nacional agropecuaria: En 1941, se creó con la feria agropecuaria de Macají que año tras año sigue desarrollándose con gran afluencia de personas y la mas reconcida en la Provincia.
- La primera Iglesia del País: En Balbanera se encuentra la primera iglesia española construida en la antigua ciudad de Riobamba.
- El primer estadio olímpico, las primeras olimpiadas y el primer campeón de fútbol: En Marzo de 1926, la ciudad obtiene el honor de organizar las primeras olimpiadas del Ecuador.
- La primera Constituyente y la primera Constitución del Ecuador: La fecha esocgida, 14 de Agosto de 1830, 16 de los 20 diputados electos, se reúnen en el Palacio del jefe de Estado en Riobamba.
- El primer científico y autor del primer mapa de Ecuador: Pedro Vicente Maldonado.
- La primera Feria Ciudadana del Ecuador: La fecha de creación, el 1 de Marzo de 2007, con el nombre de Feria Ciudadana “MACAJÍ”, esta considerada como la mejor Feria de Economía Popular y Solidaria del País, donde los productores en su mayoría indígenas entregan los productos directamente a los consumidores los días sábados en las canchas del Magap. **(Gobierno, 2014)**

2.1.18. Fiestas de Riobamba

- Carnaval: Es una fiesta intercultural que en Riobamba se enriquece por su diversidad étnica donde se dan manifestaciones culturales de los pueblos andinos, mestizos e ibérico. La alegría y el tradicional juego con agua es característico.
- 21 de Abril: Se celebra la victoria de la batalla de Tapi contra el imperio español, festejos sociales, culturales, académicos, deportivos y musicales se llevan a cabo, asi como la elección de la Reina de Riobamba.

- 11 de Noviembre: Se celebra la Independencia definitiva que dió origen a la República. Festivales gastronómicos, artistas, culturales y el desfile cívico-militar son realizados. Finalmente se da una sesión solemne entre las autoridades para finalizar las fiestas.
- Navidad-Pases del Niño: Más de cuatrocientos pases del niño se realizan en los meses de Diciembre y Enero. Es una manifestación católica de hace muchas décadas donde se representa la venida del niño Jesús, en donde creyentes y no creyentes se unen en una fiesta de alegría, color y danza.

Los personajes característicos que participan son los payasos, que con humor representan a los guardianes del niño, los diablos elemento del paganismo popular, los curiquinges típicos del folclor ecuatoriano, el sacharuna, entre otros. **(El Riobambeño, 2017)**

2.1.19. Gastronomía

Riobamba ofrece una gran variedad gastronómica para todos los gustos y paladares, entre los cuales podemos mencionar: el cerdo horneado, conocido simplemente como hornado de Riobamba con fama nacional; la fritada, tortillas de maíz, yaguarlocro, empanadas de morocho, llapingachos, cariuchos, ceviche de chochos, el que se ha convertido en un plato de consumo diario de sus habitantes, realizado con el cuero del puerco en achiote; y el pan.

Entre las bebidas típicas existen varias, entre las más conocidas están las mistelas de sabores, otras como canelazo o (canelas), la chicha de huevo, la leche de tigre, el canario y otras. Entre las bebidas sin alcohol los que mas se destacan son los famosos “rompenucas” que son jugos con el hielo del Chimborazo. (Llangarí, 2015)

2.2 Marco Conceptual

Bar

Son bares los establecimientos que sirven en barra o mesa, en el propio local o en dependencias anejas, exclusivamente bebidas y, en su caso, comida tipo bocadillos, tapas o raciones. (Melgosa (ED.), 2004)

Costo

El costo hace referencia al conjunto de erogaciones que se incurre para producir un bien o servicio como es la materia prima, insumos, mano de obra, energía para mover maquinas, etc.

El costo determina todo elemento y erogación que terminan haciendo parte del producto final o servicio prestado de forma directa. (Gerencie.com, 2015)

Demanda

Son Las Distintas Cantidades Alternativas De Un Bien O Servicio Que Los Consumidores Están Dispuestos A Comprar A Los Diferentes Precios, Manteniendo Todos Los Demás Determinantes Constantes En Un Tiempo Determinado. (Rosales Obando , 2000)

Estudio De Mercado

Es una herramienta de mercado que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (Manene, 2012)

Encuesta

Es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo mas amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. (Sánchez Salanova , 2017)

Estudio Financiero

Es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una planta de producción. (Anzil, 2012)

Gasto

Por gasto se entiende el conjunto de erogaciones destinadas a la distribución o venta del producto, y a la administración e incluso al mantenimiento de la planta física de la empresa.

En el gasto se puede clasificar aquellas erogaciones que no se pueden identificar de forma directa en el producto final por que no participo en su construcción. (Gerencie.com, 2015)

Gastronomía

Es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente. (Cultural, 2012)

Oferta

Es las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios. (Rosales Obando , 2000)

Restaurant

Son restaurantes aquellos establecimientos que presten servicios de restauración, mediante la oferta a sus clientes de carta de platos o menús a consumir, servido por camareros, en el comedor del establecimiento, que deberá estar independizado de las restantes instalaciones. (Melgosa (ED.), 2004)

Receta Estándar

Es una formula escrita para producir un plato o articulo alimenticio de una calidad específica y cantidad deseada. La receta estándar muestra la cantidad exacta de cada ingrediente usado en la preparación del plato o artículo y la secuencia del paso a seguir en su preparación. (Técnico en cocina , 2009)

CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de la Investigación

La metodología de investigación que se aplicó a este emprendimiento es de tipo descriptiva y de campo:

Descriptiva : Es de tipo descriptiva ya que no se manipula ninguna de las variables y los resultados que se obtienen son importantes, al momento de crear establecimientos de alimentos y bebidas los mismos que se presentan son en el tiempo y lugar de estudio, apoyada a esta metodología la investigación es cuantitativa y cualitativa.

De campo o directa: Es de campo porque el estudio se realizó en el lugar donde se encuentran los posibles clientes y competencia la cual permitirá obtener datos reales para determinar si la implementación del Bar-Restaurant Temático será beneficioso para la Ciudad.

3.2 Técnicas de Recolección de datos

3.2.1 Técnicas

Cuantitativa: Por que se obtuvo datos numéricos medibles la cual permite realizar tablas y gráficos estadísticos, además se puede analizar cada uno de ellos para saber cual es su objetivo con respecto al proyecto y poder utilizarlos para mejorar sus expectativas

Cualitativa: Las encuestas arrojaron resultados de gustos, preferencias, precio, calidad, que esperan recibir del producto y servicio a implementar.

3.2.2 Instrumentos

Encuesta: Para la obtención de información las encuestas se aplicaron a toda la población urbana de la Ciudad de Riobamba, esta permitió obtener resultados positivos y negativos los cuales serán analizados de esta manera se sabrá si el emprendimiento será factible o no.

3.2.3 Fuentes de Información.

Fuente primaria: Se considera como fuente primaria para el presente estudio la información obtenida de la aplicación de encuestas al grupo objetivo.

Fuente secundaria: Las fuentes de información de donde se obtuvo datos verídicos e importantes para el emprendimiento fueron de el Ministerio de Turismo y la Agencia Nacional de Regulacion, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), además de libros, tesis, paginas web las mismas que están debidamente citadas.

3.3 Segmento de Mercado

Ayuda a identificar nuestro universo al que nos vamos a dirigir a realizar el emprendimiento.

Cuadro 1- 3: Segmentación del Mercado

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Geográfica	
País	Ecuador
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Zona	Urbana
Demográfica	
Nacionalidad	Ecuatorianos
Género	Hombres- Mujeres
Total habitantes	146324 habitantes
Psicografica	
Cultura	Mestizos – indígenas.
Estatus social	Media, media alta, alta.
Conductual	
Actitud hacia el producto y servicio	Calidad de producto, excelencia, conformidad.
Grado de lealtad	Estanos en primero que la competencia, fuerte.
Beneficios percibidos	Buen ambiente, calidad de servicio.

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

3.4 Universo

Se tomo como universo la población del Cantón Riobamba que cuenta con un número de habitantes de 146324 que corresponde a la zona urbana, este dato es obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) según el último censo realizado en el año 2010.

3.5 Muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula para población finita.

Cuadro Cuadro 1-3: Fórmula de la Muestra y su Aplicación

<p>FÓRMULA</p> $n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$	<p>HISTORIA</p> <p>n: Tamaño</p> <p>N: Total de la población.</p> <p>Z: Valor estandarizado que resulta dependiente (error dispuesto 1,96)</p> <p>p: Probabilidad de éxito 90% = 0,90</p> <p>q: Probabilidad de fracaso 0,10</p> <p>E: Precisión del error 0,5</p>	$n = \frac{(1,96)^2(0,90)(0,10)(146324)}{156723(0,05)^2 + (1,96)^2(0,90)(0,10)}$ $n = \frac{50590,65}{366,1557}$ $n = 138$
---	---	--

Elaborado por: Ilbay, katherin. 2017

3.5.1 Estratificación

La Ciudad de Riobamba cuenta con una población de 146324 en la zona Urbana, para aplicar las encuestas se determina el número de habitantes que existe en cada parroquia para saber así el número de encuestas que se debe emplear en cada sector.

Tabla 1-3: Estratificación del Cantón Riobamba

PARROQUIA	HABITANTES	Nº DE ENCUESTAS
LIZARZABURO	50171	47
MALDONADO	31324	30
VELAZCO	38592	36
VELOZ	23119	22
YARUQUIES	3118	3
TOTAL	146324	138

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

3.6 Tabulación y Análisis de resultados

En la zona Urbana del Cantón Riobamba existe una población de 146324 habitantes entre hombres y mujeres de acuerdo a la fórmula de la muestra se procedió a aplicar 138 encuestas la misma que permitió obtener resultados en cuanto a oferta, demanda, gustos y preferencias que esperan recibir del producto y servicio a ofrecer.

1) **¿Le gustaría a usted que se implemente en nuestra ciudad un Bar – Restaurant temático, en el cual rescatemos nuestra música y gastronomía?**

Tabla 2-3: Implementación de Bar-Restaurant temático.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Sí	120	87%
No	18	13%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuesta.2017

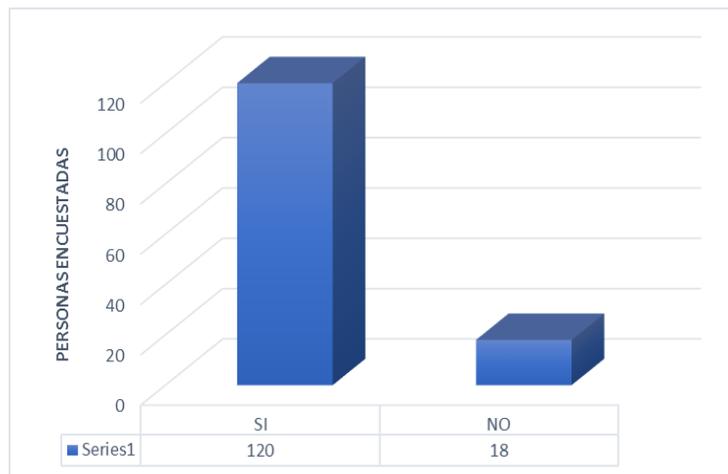


Gráfico 1-3: Implementación de Bar-Restaurant temático.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuesta.2017

Análisis descriptivo e interpretativo: El 87% de los encuestados está de acuerdo que se implemente este establecimiento ya que por la Ciudad no existe un lugar que brinde el mismo servicio y producto, mientras que el 13% no está de acuerdo por que se encuentran a gusto con los locales existentes.

2) ¿Si el Bar-Restaurant se llegara a implementar usted estaría dispuesto a visitarnos?

Tabla 3-3: Visitaria el Bar-Restaurant temático.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Sí	118	86%
No	20	14%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

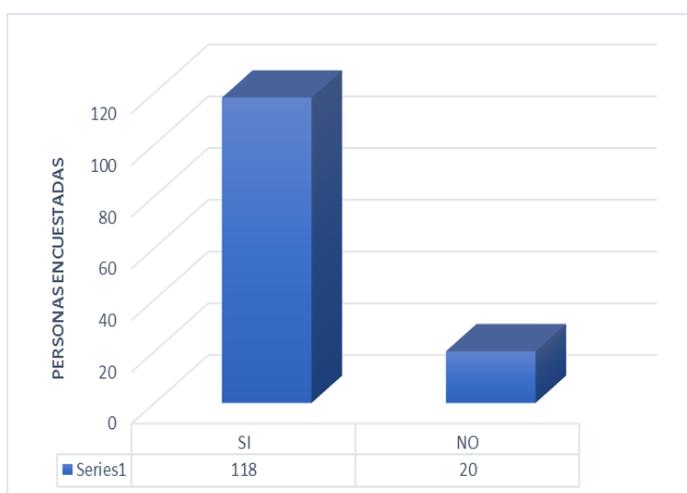


Gráfico 2 -3: Visitaria el Bar-Restaurant temático.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: Del total de los encuestados el 86% manifestó que si están dispuesto a visitarnos y deleitarse de un producto y/o servicio diferente, mientras que el 14 % no visitaría porque no aprecian nuestras tradiciones y gastronomía.

3) ¿Usted estaría dispuesto a consumir alimentos y bebidas elaborados con productos autóctonos de nuestra Ciudad?

Tabla 4-3: Alimentos y bebidas elaborados con productos autóctonos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Sí	98	71%
No	40	29%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

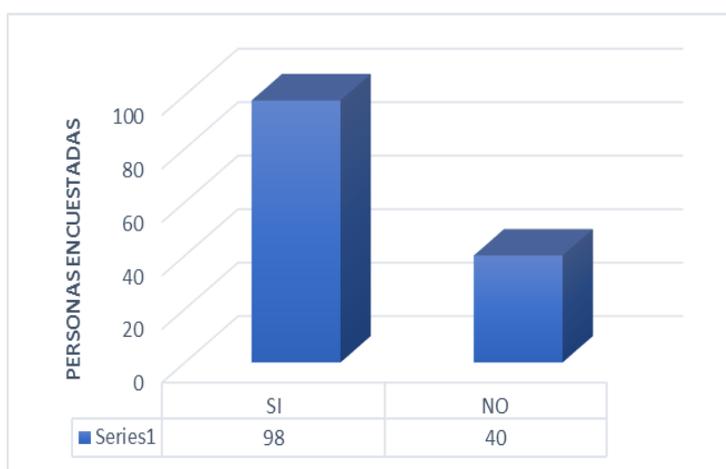


Gráfico 3-3: Alimentos y bebidas elaborados con productos autóctonos

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: Con las respuestas obtenidas podemos llegar a la conclusión que la mayoría de la población consumirían alimentos y bebidas tradicionales con un 71%, a diferencia del 29 % manifestó que no consumirían porque no les agrada los sabores autóctonos de nuestra Tierra.

4) ¿Escoja el slogan que más sea de su agrado?

Tabla 5-3: Elección de Slogan

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Disfrutando lo nuestro	112	81%
Amando nuestra cultura	17	12%
Nuestras raíces ancestrales	9	7%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

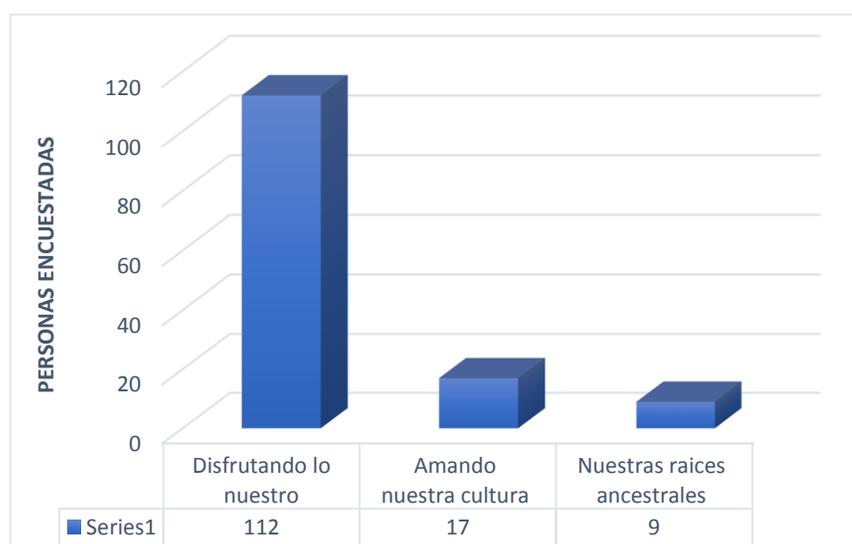


Gráfico 4 -3: Elección de Slogan

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: De las opciones presentadas en las encuestas el 81% corresponde a “Disfrutando lo Nuestro” este nombre fue elegido por las personas encuestadas ya que las mismas consideran que es un slogan apropiado porque nos identifica con el tipo de establecimiento que pretendemos lanzar al mercado, mientras que el 12 % corresponde a “Amando nuestra cultura” y con un 7% “Nuestras Raíces Ancestrales” manifiestan q son slogans muy largos y poco agradables.

5) **¿Cuál sería el consumo económico que usted estaría dispuesto a realizar en nuestro Bar – Restaurant?**

Tabla 6-3: Consumo económico.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
5,00	80	58%
10,00	38	28%
15,00	20	14%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

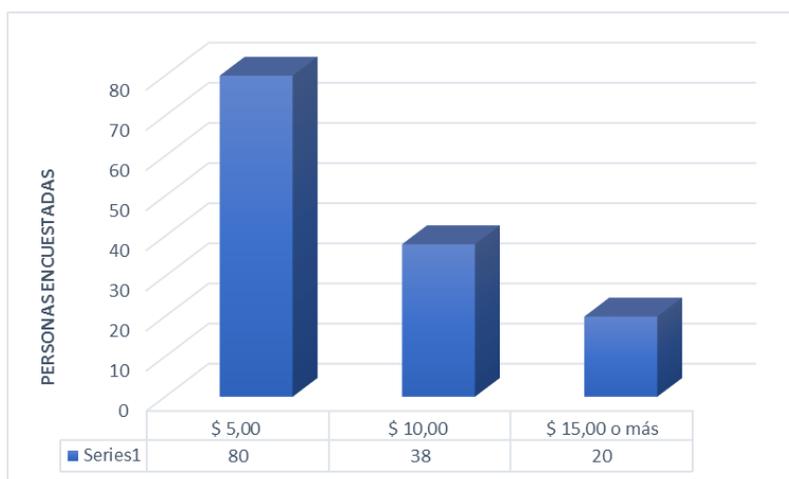


Gráfico 5-3: Consumo económico.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: En la zona urbana del Cantón Riobamba se obtuvo los siguientes datos con un 58% que equivale \$ 5,00, 28% que equivale \$10,00 y el 14% que equivale \$ 15,00, los futuros clientes consideran que realizarán un consumo de 5,00 dólares frecuentemente mientras que los otros valores económicos su consumo será pocas veces por que no siempre cuentan con un dinero extra para realizar este gasto.

6) ¿Con que frecuencia usted visitaría nuestro Bar – Restaurant?

Tabla 7-3: Frecuencia de visita.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Semanalmente	70	51%
Quincenalmente	35	25%
Mensualmente	33	24%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

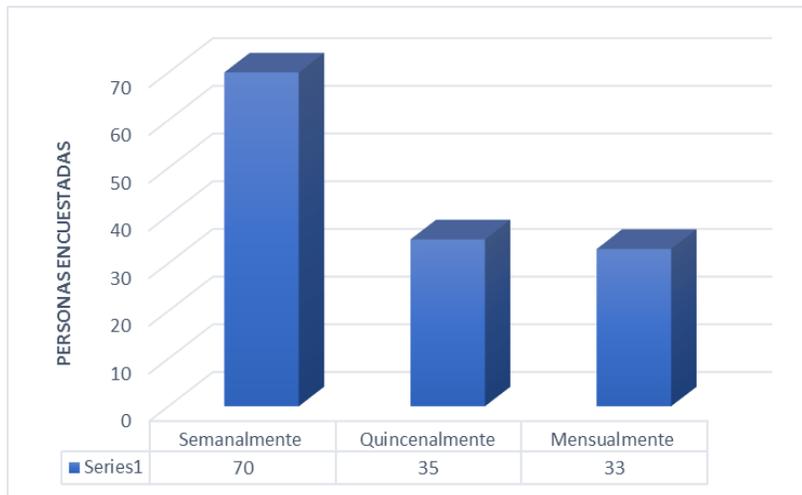


Gráfico 6-3: Frecuencia de visita.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: Los posibles clientes dicen visitar el establecimientos de A&B semanalmente con un 51%, como se mencionaba anteriormente en la Ciudad no existe un lugar de distracción que ofrezca un servicio y producto diferente , quincenalmente con una visita del 25% y mensualmente con un 24% , con estos porcentajes obtenidos se concluye que el Bar-Restaurant temático será apreciado ofertando al mercado local un nuevo lugar donde lo propio sobresalga.

7) ¿En qué lugares de la Ciudad le gustaría que este ubicado el local?

Tabla 8-3: Ubicación del local

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Centro de la Ciudad	66	48%
Norte de la Ciudad	54	39%
Sur de la Ciudad	18	13%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

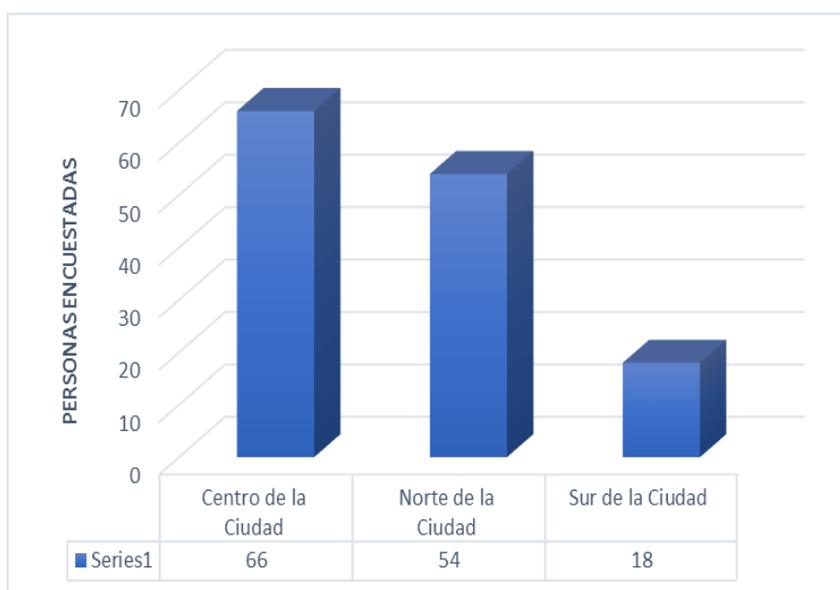


Gráfico 7-3: Ubicación del local

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: Nuestro mercado objetivo se encuentra en el centro de la Ciudad con un 48% en esta zona en especial los fines de semana tiene mucha afluencia de gente, al norte con un 39% y sur con un 13% de la Ciudad, son posibles lugares de ubicación que podemos tomar en cuenta en el caso de no existir locales de arriendo que nos permita instalar el local por ese sector.

8) ¿Le gustaría que en nuestro local exista zona wi-fi gratis?

Tabla 9-3: Zona wi-fi gratis

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Sí	127	92%
No	11	8%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

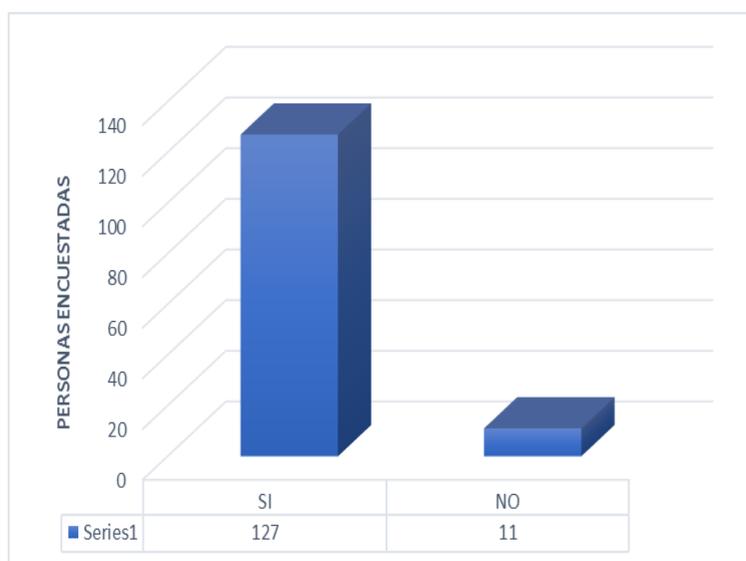


Gráfico 8-3: Zona wi-fi gratis

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: La zona wi-fi hoy en día es un servicio indispensable que no todos los establecimientos cuentan, según los resultados obtenidos por los encuestados les gustaría que exista este servicio el mismo que ayudará de alguna manera atraer clientela con un 92%, mientras que el 8% piensa que la zona wi-fi no es importante por que cuando van a un establecimiento de A&B solo desean pasar un momento agradable alejados de la tecnología.

9) ¿Le gustaría que nuestro local ofrezca promociones cada fin de mes?

Tabla 10-3: Promociones cada fin de mes.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Sí	110	80%
No	28	20%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

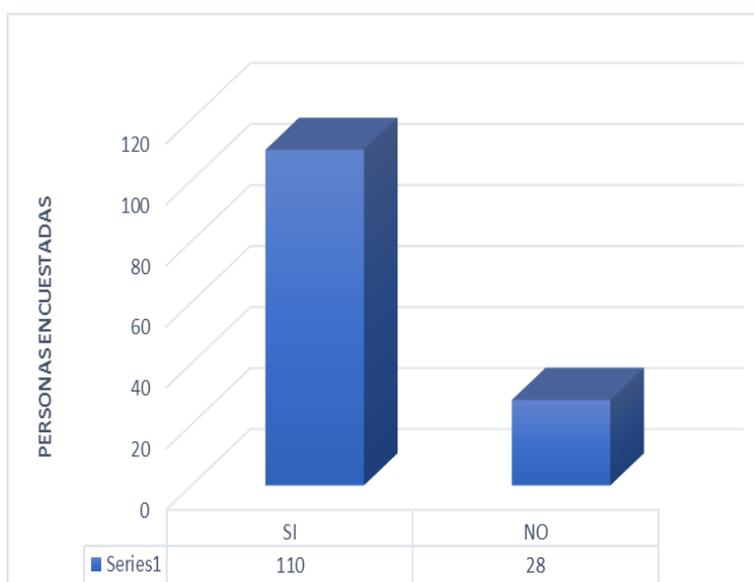


Gráfico 9-3: Promociones cada fin de mes.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: Las promociones en cualquier tipo de establecimiento son importantes por que mediante las mismas incentivamos a la gente que consuma nuestro productos con poco dinero y disfrute de la misma calidad de producto y servicio el 80% está de acuerdo a que existan promociones cada fin de mes, a diferencia del 20% que manifestó que no son importantes.

10) ¿Escoja usted el medio de comunicación en el que le gustaría que se realice publicidad y promoción del Bar – Restaurant?

Tabla 11-3: Medios de comunicacion para realizar publicidad y promoción.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Redes Sociales	62	45%
Tv	23	17%
Radio	16	12%
Prensa	15	11%
Vallas Publicitarias	22	16%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

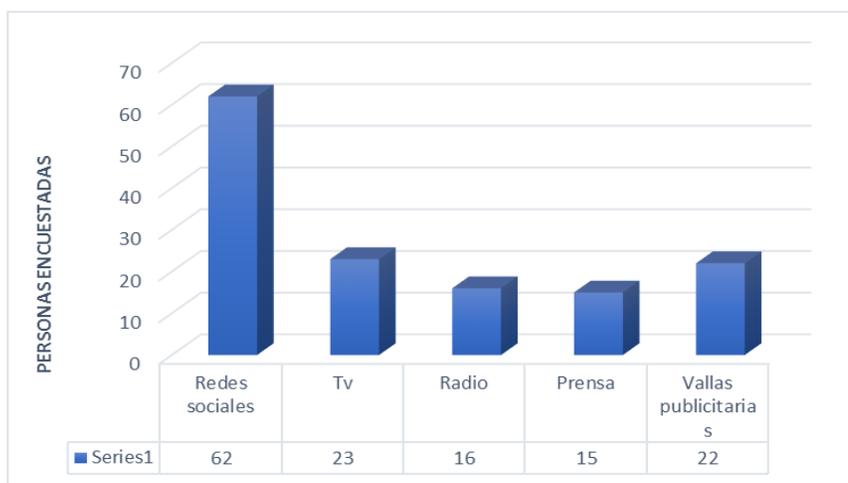


Gráfico 10-3: Medios de comunicacion para realizar publicidad y promoción.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: Las redes sociales hoy en día se han convertido en un medio de comunicación rápido y que puede llegar a miles de personas en cuestión de segundos con el 45% los encuestados decidieron que este sea el medio de comunicación el cual se realizará publicidad y se dará a conocer las promociones, esto no significa que las otras alternativas dejen de ser importantes con un 17% tv, 12% radio, 11% prensa, 16% vallas publicitarias.

11) ¿Usted conoce otros establecimientos de A&B que brinden los mismos productos y servicios?

Tabla 12-3: Establecimientos de A&B que brinden el mismo producto y servicio.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Sí	70	51%
No	68	49%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

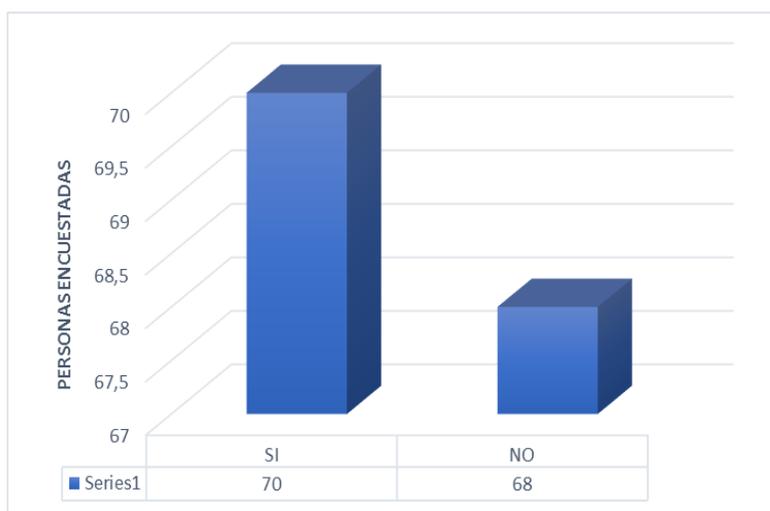


Gráfico 11-3: Establecimientos de A&B que brinden el mismo producto y servicio.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: El 51% manifiesta que si conoce diferentes lugares de A&B que brinden los mismos productos y servicios, mientras tanto el 49% no conoce sitios parecidos, la diferencia es apenas del 2% la cual nos permite visualizar que si es un emprendimiento nuevo y podemos explotar ese mercado y superar las expectativas de los clientes.

- ¿Está satisfecho con los lugares visitados mencionados anteriormente?

Tabla 13-3: Satisfacción con lugares visitados.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Sí	60	43%
No	78	57%
Total	138	100%

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

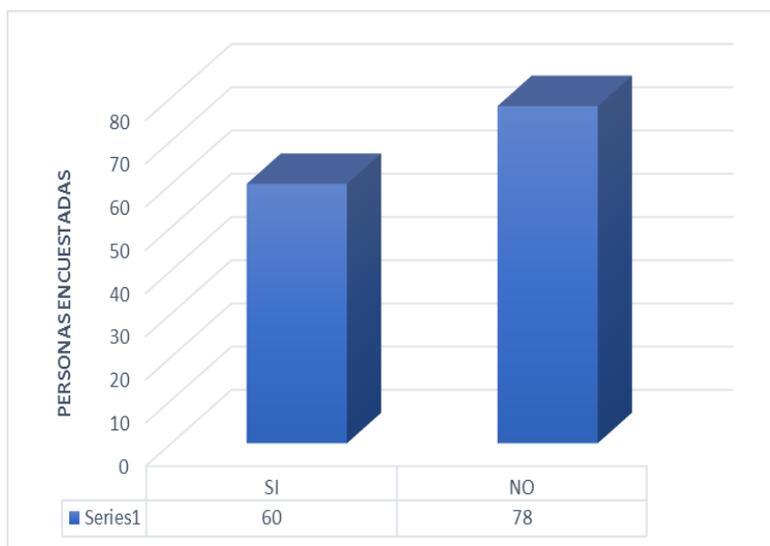


Gráfico 12-3: Satisfacción con lugares visitados.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuestas. 2017

Análisis descriptivo e interpretativo: El 57% manifiesta que no se encuentran satisfechos con los productos y servicios que ofrece la competencia por que todo es monótono, este sería un punto a favor ya que se desea superar las expectativas de propios y ajenos que visiten el establecimiento de A&B, mientras que el 43 % dice que si están satisfechos con los servicios ofrecidos.

CAPÍTULO 4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El emprendedor es la persona aquella que tiene la necesidad de realización personal para bienestar propio y de la familia, posee cualidades de alegría, optimismo, fe, confianza, se compromete totalmente con su trabajo, ama los riesgos, toma en cuenta todo lo que tiene a su alrededor y trata de ocupar todo lo que le rodea creando productos y servicios nuevos con los cuales busca cumplir necesidades propias y satisfacer necesidades de sus futuros clientes.

Se conoce a un emprendedor por sus ideas nuevas, su don de liderazgo, sus ganas de sobresalir creando nuevas empresas, mantiene su negocio innovando constantemente, no le teme al fracaso y sueña siempre con el éxito.

Los emprendedores en nuestra sociedad son importantes porque generan fuentes de empleo, están encabezando dentro de una empresa siendo líderes con cada decisión tomada para bien de la empresa, de los trabajadores y clientes en general.

En la actualidad tener un espíritu emprendedor es ideal para el bienestar de nuestros negocios el cual permitirá ir siempre más adelante de la competencia y mantenernos día a día en un progreso continuo con el mismo entusiasmo y ganas de triunfar.

4.1 Identificación de la Idea

Se consideró algunas propuestas para tomarlo como tema de emprendimiento, estas ideas fueron tomadas en cuenta por que se ve la necesidad de crear algo diferente en la Ciudad la cual atraiga clientes exigentes cansados de visitar lugares que ofrecen lo mismo, el cuadro que se presenta a continuación es una herramienta útil que permite visualizar las ideas de negocio, donde se detalla: sus características, sus problemas o necesidades.

4.1.1 Lluvia de Ideas

Cuadro 2-4: Lluvia de ideas

IDENTIFICACION DE POSIBLES TEMAS	CARACTERISTICAS	DIFICULTADES O NECESIDAD QUE SATISFACE
Creación de un bar cafetería de estilo rústico en la ciudad de Riobamba	Crear un bar – cafetería dirigida a gente exigente que gusta de un lugar diferente.	Existe gente que a lo largo del tiempo se aburre de recibir los mismos servicios y productos.
Estudio de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurant temático, en la provincia de Chimborazo cantón Riobamba.	El bar – restaurant temático estará exclusivamente dirigido a personas que le encanta nuestras costumbres, tradiciones música y gastronomía propia.	Existe gente que disfruta de nuestra cultura y gastronomía esta es la oportunidad de ofrecer a los clientes un lugar donde puedan sentirse a gusto y puedan conocer más de nuestras tradiciones.
Implementación de un restaurante de comida rápida en la parroquia de Yaruquies	Este establecimiento ofrecerá servicios de comida rápida para clientes que cuentan con tiempo limitado pero sin dejar de lado la calidad de producto,	En la parroquia de Yaruquies existe gran demanda de clientes que desean disfrutar de un establecimiento de A&B de comida rápida.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

4.1.1.1 Selección y Evaluación de la Idea

Analizar cada uno de los temas de emprendimiento es importante, en la evaluación de ideas se realizará una calificación a cada una de las opciones presentadas permitiendo así realizar la elección correcta y trabajar en este tema para que el negocio sea exitoso y beneficioso tanto para la Ciudad como para el propietario. Para seleccionar la idea se tomo en cuenta el siguiente cuadro

Cuadro 3-4: Selección y evaluación y de la idea

SERVICIO Y PRODUCTO	CREATIVIDAD	RESCATE DE CULTURA	DIFICULTAD DE INGRESO AL MERCADO NACIONAL	DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	CAPTACIÓN DE CLIENTES	TOTAL
Creación de un Bar - Cafetería de estilo rústico en la ciudad de Riobamba	4	2	3	4	4	17
Estudio de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurant temático, en la provincia de Chimborazo cantón Riobamba.	5	5	4	5	4	23
Implementación de un restaurante de comida rápida en la parroquia de Yaruquies	3	2	2	4	3	14

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

En la evaluación de ideas los tres temas dados como posibles proyectos de emprendimiento son ideas que impulsarán a generar empleo pero hay una que sobresalió y fue el Estudio de factibilidad para la creación de un Bar – Restaurant temático, en el Cantón Riobamba . (1 menor – 5 mayor)

4.1.1.2 Descripción de la Idea Seleccionada

El bar – restaurant temático será un establecimiento de alimentos y bebidas y a la vez de diversión porque se desea brindar un servicio exclusivo donde a la carta se incluirá preparaciones de platos propios de la Ciudad su temática es cultural ya que su decoración será el principal diferencial que le identifique de la competencia y se dé a conocer a propios y ajenos un poco de nuestras raíces.

En la ciudad de Riobamba existe gran cantidad de gente que le gusta mucho nuestra cultura, tradiciones, gastronomía y música es por esta razón que se pretende integrar al mercado local una nueva propuesta esperando tener una gran acogida.

4.1.2 Justificación

En la Ciudad de Riobamba hoy en día la creación de establecimientos de alimentos y bebidas ha crecido de manera rápida según el Ministerio de Turismo, pero la mayoría cierra por falta de clientela, ofertan los mismos servicios o la imagen del lugar no llama la atención.

El principal diferencial del establecimiento será su diseño ya que este tendrá reseñas históricas de los personajes más sobresalientes de la ciudad, pequeñas leyendas urbanas; las bebidas principales que se ofrecerán serán la chicha, canelazos, chicha huevona entre otras bebidas elaboradas con o sin alcohol, platos típicos de la localidad como fritada, hornado, cuy, conejo, gallina, higos con queso, morocho, empanadas etc. Este cumplirá con los placeres más exigentes de la gente que gusta de nuestra propia gastronomía y disfruta de nuestras tradiciones y costumbres.

Con esta creación nuestro local generará fuentes de empleo para profesionales relacionados a esta área que estén netamente capacitados en cuanto a calidad de producto y servicio, en un futuro deseamos ser un Bar – Restaurant popular y de exclusividad.

4.1.3 Nombre del Emprendimiento

Cuadro 4-5: Selección del nombre del emprendimiento.

NOMBRES	EMOTIVIDAD	PEGAGOSO	DIVERTIDO	ORIGINALIDAD	FACIL DE RECORDAR	TOTAL
HUASKA PUB Y RESTAURANT	4	5	4	4	5	22
TrA Di BAR – RESTAURANT	5	4	5	5	5	24
HUASI TRADICIONAL BAR – RESTAURANT	3	4	3	3	3	16

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

El nombre seleccionado para la empresa es “TRA DI BAR – RESTAURANT” viene de la palabra tradicional es un nombre original, pegajoso y fácil de recordar que le identifica con el tipo de temática y producto que se va a ofrecer. (1 menor – 5 mayor)

4.1.4 Descripción del Emprendimiento

El establecimiento de A&B es una empresa artesanal porque serán los trabajadores quienes transformen la materia prima en un producto final delicioso y agradable para el consumidor sin necesidad que en el proceso de elaboración exista la intervención de máquinas. Las personas que laboren en el local deberán tener conocimientos básicos del área y estar comprometidos con su trabajo al 100%

Será una empresa comercial porque se ofrecerá a los clientes productos de excelente calidad elaborados a partir de materia prima disponible y más aún propia de la región, se pretende vender la imagen al turismo local y extranjero y a futuro se desea ser una empresa que impulse el turismo de la Ciudad.

Por último es una empresa de servicio porque se brindará atención personalizada con personal de trabajo debidamente capacitado en el área, el ambiente será agradable el cual le permitirá estar a gusto.

4.1.4.1 Misión

Tra Di Bar-Restaurant es una empresa líder en el servicio temático ofreciendo a los clientes locales y nacionales un lugar diferente, buscando ingresar al mercado nacional incluyendo diseño cultural en todo el local además de gastronomía propia de nuestra Ciudad para satisfacer así las necesidades de nuestros clientes.

4.1.4.2 Visión

Llegar a ser un Bar-Restaurant temático de sana diversión y alta competitividad ofreciendo productos y servicios de calidad pretendiendo así a largo plazo posicionarnos en la mente del consumidor siendo líderes en este tipo de servicio hasta alcanzar nuestras metas y aportar a nuestro crecimiento con profesionales exitosos y calidad humana.

4.1.4.3 Políticas

- Los trabajadores deben tener buena presencia.
- Servicio de calidad a cada uno de los clientes.
- Capacitaciones periódicamente al personal.
- Incentivos a los trabajadores.
- Personal contratado sin distinción de género.
- Ofrecer seguridad en el área de trabajo.

4.1.4.4 Estrategias

- El personal deberá asistir al trabajo debidamente uniformado y no llegar en estado etílico o con síntomas de haber ingerido alguna sustancia que altere su rendimiento.
- Brindar capacitaciones constantes a los trabajadores para brindar excelencia a cada uno de los clientes tanto en producto como en servicio.
- Incentivar y motivar a los empleados para generar buen ambiente de trabajo.
- Tener los mejores proveedores que cuenten con unos productos de buena calidad a bajo costo.
- El personal encargado deberá realizar correctamente la inspección, recepción y almacenamiento de la materia prima
- Los encargados del área de producción y servicio deberán mantener su área de trabajo completamente limpia.
- Garantizar la inocuidad de los alimentos y bebidas en cada uno de sus procesos para evitar posibles contaminaciones y afectar la salud de nuestros clientes.
- Se contratara personal que este en un rango de edad entre 20 a 30 años sin diferencia de género y etnia.

4.1.4.5 Valores y principios

- a) De trabajo
 - Detallista
 - Formador
 - Responsable
 - Solidario
 - Vocación por el trabajo
- b) Axiológicos
 - Amigable
 - Leal
 - Honesto apasionado
 - Comprometido

4.1.4.6 Distingos y Ventajas Competitivas

a) Distingos

El “TRA DI BAR – RESTAURANT” será un local que brindará:

- **Diseño:** será su diferencial principal ya que dentro del local se contara con decoración netamente cultural, donde se incluire cuadros con reseñas históricas de los personajes mas sobresalientes de las fiestas tradicionales como por ejemplo: diablos, danzantes, curiquinges, perros, leyendas el duende de San Gerardo, la Ronda de los no Nacidos entre otras.
La pintura y decoración de exteriores como de interiores representaran lo que se quiere mostrar a los clientes que con solo ver su fachada los lleve a identificarnos como el primer establecimiento de A&B Cultural en la Ciudad.
- **Producto:** Se ofrecerá Gastronomía propia incluyendo a esto bebidas conocidas como: chicha de jora, chicha huevona, canelazos.
- **Servicio:** Personalizado ya que se atenderá a los clientes con total cordialidad y delicadeza, brindándoles así seguridad y confianza.

b) Ventajas

- Zona wi-fi gratis.
- En temporadas bajas ofreceremos macerados gratis.
El personal llevara su uniforme acorde a la tematica del Bar-Restaurant.
- Tendremos reseñas históricas de los personajes más sobresalientes de nuestras fiestas.
- La decoración del lugar será llena de color tal cual nuestras festividades que demuestran alegría y diversión.

4.1.5 Análisis FODA

Cuadro 5-4: FODA del Bar – Resturant

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El personal está debidamente calificado y dispuesto para trabajar en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de diversas sucursales en distintos lugares.
<ul style="list-style-type: none"> • Los precios de cada uno de los productos serán accesibles para los consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con diferentes empresas de turismo.
<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de promociones para incentivar a la población a consumir nuestros productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de darnos a conocer a nivel nacional
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No contar con capital propio para poner en marcha el emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de competidores que ofrezcan los mismos servicios.
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el mercado local. 	<ul style="list-style-type: none"> • El posible hurto de bienes de los clientes dentro de la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • No contar con infraestructura propia y los pagos de arriendo son elevados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de precios de la materia prima suban.

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

4.2 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso con el cual se procedió a planificar, recopilar y analizar datos obtenidos de los futuros clientes acerca de sus gustos y preferencias en cuanto a los productos, precios y servicios etc., esta información ayuda a ofrecer al mercado una nueva opción de producto y servicio o mejorar de cierto modo los que ya existen en el mercado.

Con los datos obtenidos en este estudio se determinó la demanda, oferta y demanda insatisfecha así como también el mix de mercado.

4.2.1 Crecimiento poblacional

Para determinar la demanda se aplicó la fórmula de línea recta para lo cual los datos se obtuvieron del último censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, en el Cantón Riobamba existe una población en la zona urbana de 146324 y un crecimiento poblacional de 1,63%

Tabla 14-4: Crecimiento Poblacional del Cantón Riobamba 2010 – 2021

CRECIMIENTO POBLACIONAL CANTÓN RIOBAMBA		
AÑOS	POBLACIÓN	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2010	146324	146324
2011	146324	148709
2012	146324	151133
2013	146324	153597
2014	146324	156100
2015	146324	158645
2016	146324	161230
2017	146324	163859
2018	146324	166529
2019	146324	169244
2020	146324	172003
2021	146324	174806

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010

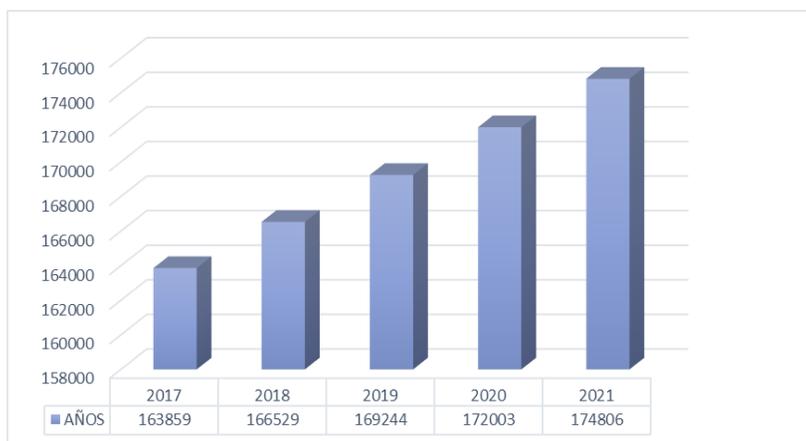


Gráfico 13-4: Crecimiento Poblacional Canton Riobamba

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010

4.2.1 Demanda

Para determinar la demanda se tomo los datos obtenidos de las encuestas, el consumo semanal es de \$ 4,60 y un consumo mensual de \$ 18.40, así como también los datos desde el año 2017 hasta el 2021 de la tabla de Crecimiento poblacional.

Tabla 15-4: Demanda Proyectada de consumo de Bares – Restaurants del Cantón Riobamba.

DEMANDA PROYECTADA DE CONSUMO EN BARES - KARAOQUES DEL CANTÓN RIOBAMBA					
AÑOS	POBLACIÓN	CONSUMO	POBLACIÓN OBJETIVO	CONSUMO MENSUAL	DEMANDA PROYECTADA
2017	163859	71%	116339,5535	\$ 18,40	\$ 25.687.773,40
2018	166529	71%	118235,8882	\$ 18,40	\$ 26.106.484,11
2019	169244	71%	120163,1332	\$ 18,40	\$ 26.532.019,80
2020	172003	71%	122121,7922	\$ 18,40	\$ 26.964.491,72
2021	174806	71%	124112,3774	\$ 18,40	\$ 27.404.012,94

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuesta 2017.

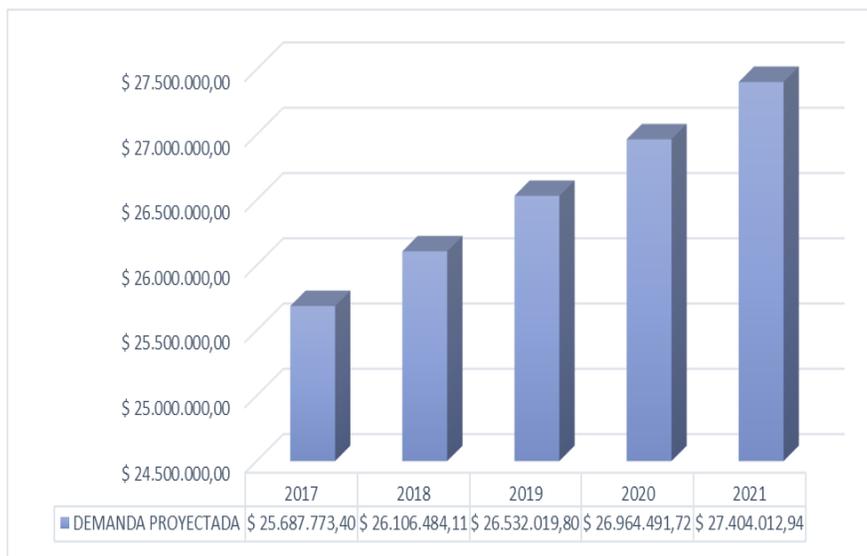


Gráfico 14-4: Demanda proyectada del Cantón Riobamba

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuesta .2017

4.2.2 Oferta

Para determinar la oferta proyectada los datos que arrojo la encuesta en base a la pregunta de satisfacción en cuanto a la competencia la cual nos dio el dato del 57% que está insatisfecho con el servicio y producto que estos ofrecen.

Tabla 16-4: Oferta Proyectada del Consumo en Bares – Restaurants del Cantón Riobamba.

OFERTA PROYECTADA DEL CONSUMO EN BARES - KARAOKES DEL CANTÓN RIOBAMBA				
AÑOS	POBLACION OBJETIVO	CONSUMO	OFERTA LOCAL	OFERTA PROYECTADA
2017	116339,5535	\$ 25.687.773,40	43%	\$ 11.045.742,56
2018	118235,8882	\$ 26.106.484,11	43%	\$ 11.225.788,17
2019	120163,1332	\$ 26.532.019,80	43%	\$ 11.408.768,51
2020	122121,7922	\$ 26.964.491,72	43%	\$ 11.594.731,44
2021	124112,3774	\$ 27.404.012,94	43%	\$ 11.783.725,56

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuesta. 2017

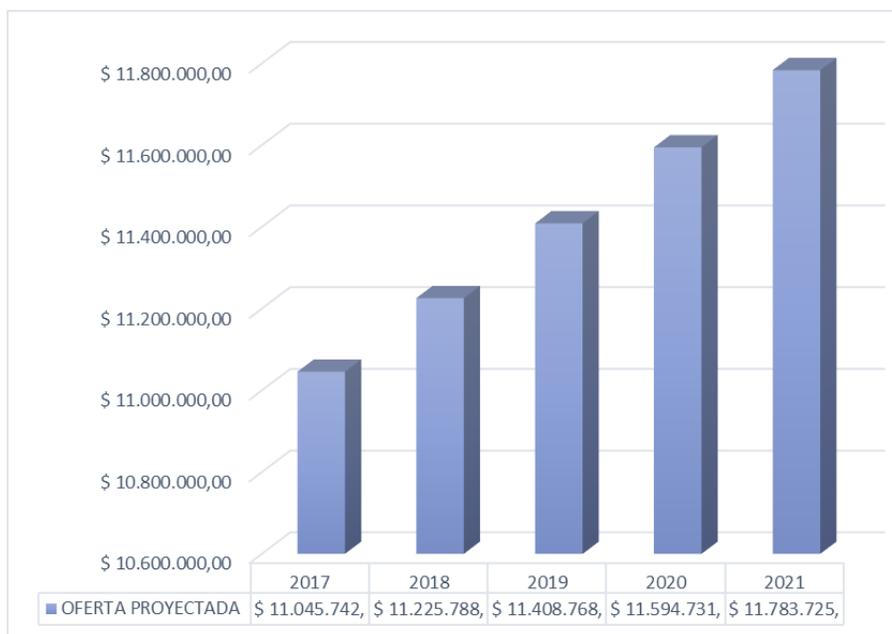


Gráfico 15-4: Oferta proyectada del Cantón Riobamba

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuesta.2017

4.2.3 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la resta de la demanda proyectada con la oferta proyectada la cual da como resultado una demanda insatisfecha ya que la demanda es superior a la oferta, por tal razón se concluye que el emprendimiento es viable comercialmente es decir cuenta con la aceptación en el mercado, por ende se puede continuar con los demás estudios.

Tabla 17-4: Demanda Insatisfecha de Bares-Restaurants en el Cantón Riobamba.

DEMANDA INSATISFECHA DE BARES - KARAOQUES EN EL CANTÓN RIOBAMBA			
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	\$ 25.687.773,40	\$ 11.045.742,56	\$ 14.642.030,84
2018	\$ 26.106.484,11	\$ 11.225.788,17	\$ 14.880.695,94
2019	\$ 26.532.019,80	\$ 11.408.768,51	\$ 15.123.251,29
2020	\$ 26.964.491,72	\$ 11.594.731,44	\$ 15.369.760,28
2021	\$ 27.404.012,94	\$ 11.783.725,56	\$ 15.620.287,38

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuesta 2017.

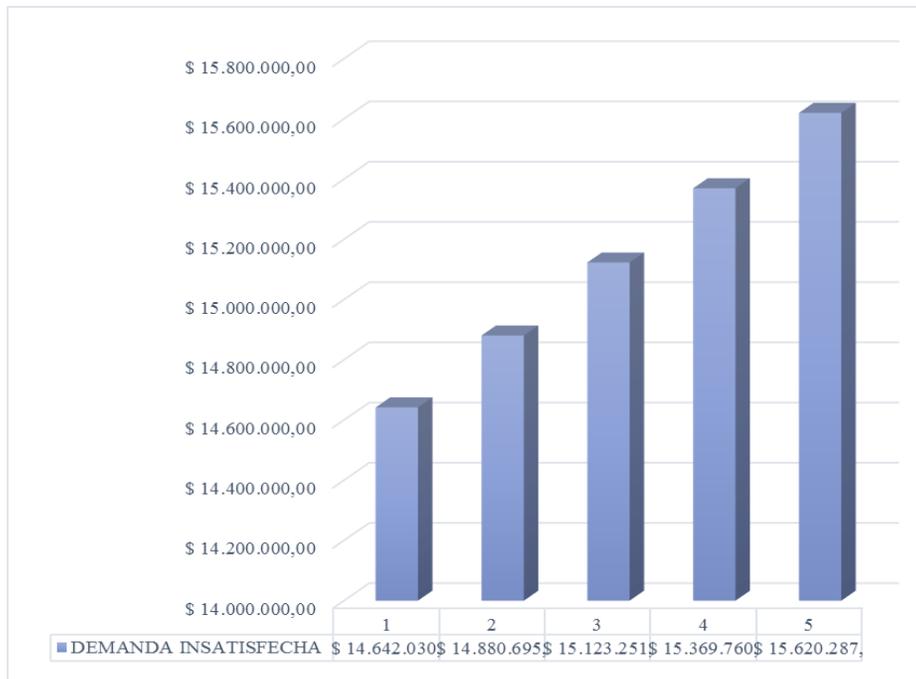


Gráfico 16-4: Demanda Insatisfecha de Bares-Restaurants en el Cantón Riobamba

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Encuesta 2017.

4.2.4 Mix de Mercado

Se convierte en unos de los estudios claves a la hora de integrarse a un mercado, se debe pensar siempre en la complacencia del cliente y que el mismo este a gusto en el entorno que lo rodea, para ello se trabajó con cuatro variables que deben tener conexión entre sí para lograr los objetivos deseados.

4.2.4.1 Producto

EL Cantón Riobamba conocida como “LA CIUDAD DE LAS PRIMICIAS” es un lugar lleno de cultura y tradición que agrada a propios y extraños del lugar, aprovechando este atractivo se desea crear un Bar-Restaurant temático dirigido a gente que gusta de la gastronomía propia brindando

alimentos y bebidas autóctonas de nuestra localidad, así como también un ambiente agradable y personal calificado.

a) **Marca**

El nombre para la empresa se decidió mediante un cuadro en el cual se puso opciones de nombres las características principales del nombre es que debe ser original, pegajoso, fácil de recordar etc., este nombre es importante ya que lo identificará de la competencia

“TRA DI BAR – RESTAURANT”

b) **Logotipo**

Se elaboró de acuerdo a las características del local, ya que este sitio será muy cultural y tendrá variedad de colores siendo novedoso ya que hace contraste con el nombre del establecimiento.



c) **Slogan**

El slogan de la empresa se decidió mediante las encuestas según la población encuestada la mayoría decidió que debe ser

“DISFRUTANDO LO NUESTRO”

Manifestaron que esta es la frase apropiada para el local por que está enfocándose a nuestra cultura, que mejor definir con solo tres palabras sencillas lo que el Bar-Restaurant temático es.

d) Colores de identificación

- **Naranja:** Entusiasmo, atracción, éxito, creatividad es una mezcla de la alegría del amarillo como la energía del color rojo.
- **Blanco:** Pureza, paz, limpieza, seguridad, bondad y luz.
- **Café:** Representa a la madre tierra, significa estabilidad, protección y seguridad.

4.2.4.2 Precio

El precio es la cantidad de dinero que una persona está dispuesto a pagar por un producto o servicio brindado, el precio de los diferentes productos a ofrecer se determinó tomando en cuenta el precio de referencia de la competencia así como también los costos de producción, ya que para establecer costos debemos estandarizar recetas ese paso lo haremos en el estudio técnico.

4.2.4.3 Plaza o Distribución

El canal de distribución que se utilizará para vender los productos será el directo por que ambas partes participan tanto cliente como mesero quien entrega el producto final y por ende brinda un servicio personalizado.

4.2.4.4 Promoción

Para posicionarse en la mente del consumidor es necesario realizar promociones en el establecimiento esto ayudará a difundir y hacer publicidad mediante redes sociales y otros medios de comunicación.

Las promociones y servicios adicionales que se ofrecerán se detallan a continuación:

- Zona Wi-Fi dentro del establecimiento.
- Promociones cada fin de mes.
- Entrega de tarjetas de presentación a todos quienes ingresen al local.

- Se realizara trípticos en su contenido tendrá reseña de cómo se constituyó este emprendimiento.
- Cartas mediante este instrumento ofreceremos las alternativas de bebidas y alimentos que ofreceremos.

4.2.5 Análisis del Sector

El lugar de ubicación del Bar-Restaurant Temático según los encuestados prefieren que este esté en pleno centro de la ciudad porque existe mayor afluencia de clientela y competencia ya que a sus alrededores existen establecimientos de diversión como discotecas, bares. Establecimientos de alimento y bebidas, centros comerciales, la Plaza de Toros Raúl Dávalos, la Plaza Eloy Alfaro, Registro Civil etc.

De acuerdo a las encuestas que se realizó a la población algunos manifestaron varios nombres de los lugares de diversión a los que frecuentan, claro está que ellos no brindan los mismos productos y los lugares ya son monótonos todos ofrecen lo mismo, a lo que pretendemos en un futuro ofrecer nosotros como empresa de A&B, nuestra competencia la dividimos en dos

- a) **Como competencia directa:** Se encuentra aledaños aL local que serían Baltimore, Fogón Sport, San Valentín, Happy Pollo, Rayuela, Jamones la Andaluza etc., estos serían la competencia ya que ellos se encuentran en el mercado objetivo al que nos enfocaremos.
- b) **Como competencia indirecta:** Son los lugares de diversión que se encuentran alejados del mercado objetivo entre ellos esta: 7^{MO} Cielo, Runa Bar – Karaoke, La Barca, etc.

4.2.6 Cargos y Funciones del Área Comercial

Cuadro 6-4: Ficha profesiografica cajero, mesero

CARGO: Cajero, mesero/a	AREA: Comercial
DEPENDENCIA: Gerente General	FECHA DE ELABORACION: 07/02/2017
DESCRIPCION DEL CARGO	
Servicio al cliente	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Cobro a los clientes del producto y servicio con amabilidad. • Brinda toda la información que el cliente desee. • Se encarga de los proveedores. • Revisa facturas. • Diariamente se encarga de la apertura y cierre de caja. • Dar bienvenida a los clientes. • Receptar pedidos y dárselos a cocina de manera clara para evitar confusiones. • Se encargara de la limpieza total del área de servicio. • Su uniforme debe ser bien llevado. • Se encarga de que la vajilla este completamente pulida. • Brindará toda la información que el cliente desee conocer de los productos. • Otras que el gerente disponga de acuerdo su área. 	
PERFIL	
TITULO PROFESIONAL: Bachiller y conocimientos básicos en servicio al cliente.	
EDAD PROMEDIO: 25 -35 años	
EXPERIENCIA: 1 año	
SEXO: Hombre – Mujer	
SALARIO: 370,00	
NOTA: Debe ser una persona carismática que tenga la habilidad de trabajar con todo tipo de clientes.	

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Cuadro 7-4: Ficha profesiografica bartender

CARGO: Bartender	AREA: Comercial
DEPENDENCIA: Gerente General	FECHA DE ELABORACION: 07/02/2017
DESCRIPCION DEL CARGO. Responsable exclusivo del servicio de bar	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Conocer y tener experiencia en su área de trabajo.• Realiza el mise en place de las bebidas que se servirán en el bar.• Ser cortés y amable con los clientes.• Llevar un control adecuado de la materia prima.• Cuidar de la limpieza de su área de trabajo.	
PERFIL TITULO PROFESIONAL: Bachiller y conocimientos básicos de gastronomía. EDAD PROMEDIO: 20 - 30 EXPERIENCIA: 1 año SEXO: Hombre – Mujer SALARIO: 370,00 NOTA: Debe estar a total disposición de las órdenes del chef.	

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

4.2.7 Determinación de Inversiones y Gastos del Área Comercial

a) Inversiones

Tabla 18-4: Muebles y enseres.

MUEBLES / ENSERES			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ROTULO TALLADO EN MADERA	1	24,00	24,00
BARRA PARA BAR	1	193,00	193,00
SILLA PARA BARRA	5	35,00	175,00
MESAS Y SILLAS PARA RESTAURANT	4	135,00	540,00
MESAS Y SILLAS PARA BAR	3	168,00	504,00
ESCRITORIO MODERNO	1	120,00	120,00
CAJA REGISTRADORA	1	290,00	290,00
CUADROS EN OLEO	5	100,00	500,00
TOTAL		1.065,00	2.346,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

b) Gastos

Tabla 19-4: Publicidad

PUBLICIDAD				
TIPO	CANTIDAD MENSUAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
PRENSA	8	DIARIO LA PRENSA	45,00	540,00
REDES SOCIALES	10	EMPRESA	-	
CUÑAS RADIALES	8	RADIO SOL	40,00	480,00
TOTAL			85,00	1.020,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

c) Sueldos del área comercial

Tabla 20-4: Sueldos del área comercial

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
			12,15 (11,15% APOORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 SECAP)
CAJERO/MESERO	375,00	4.500,00	546,75
BARTENDER	375,00	4.500,00	546,75
TOTALES:	750,00	9.000,00	1.093,50

TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS
10.093,50

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

4.3 Estudio Técnico

El estudio técnico es una de las partes mas importantes dentro del proyecto ya que aquí se analiza los costos de producción, materia prima, maquinarias y equipos a utilizarse, asi como tambien definir cada una de las instalaciones que se requieren para el área de producción y almacenamiento.

4.3.1 Determinación del Tamaño

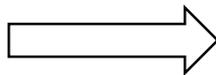
Se dispone de un área total de 190 m²: donde el 30% corresponde al área de producción la misma esta compuesta de cocina caliente, fría, estanterías de productos secos y abastos, servicio higuenico del personal; en el área de resturant esta la barra del bar y la caja , 4 mesas para el bar con sus respectivas sillas de 4 cada una, asi mismo 4 mesas para restaurant con 4 sillas cada una, se encuentra servicios higuenicos separados para damas y caballeros.

4.3.2 Capacidad del Emprendimiento

CI: Capacidad Instalada

FÓRMULA

CR: Capacidad Real



$CI = CR - CO$

CO: Capacidad Ociosa

$40 = 100 - 60$

4.3.3 Localización

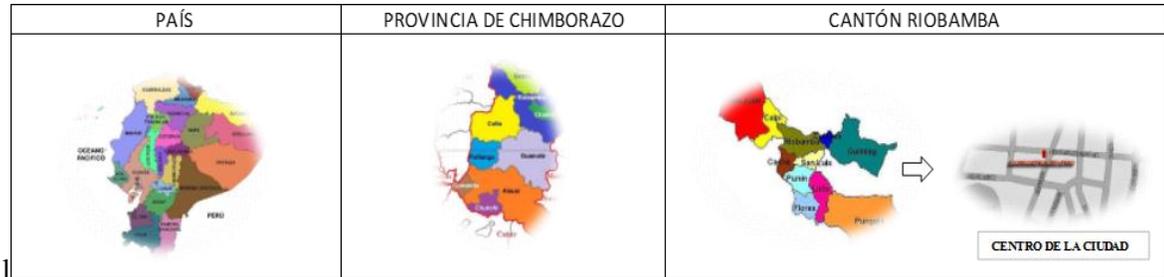


Gráfico 17-4: Localización

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Descripción

a) Macro localización

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Chimborazo

b) Micro localización

Ciudad: Riobamba

Zona: Rural

Sector: Centro de la Ciudad

Dirección: Avenida Daniel León Borja y Juan La Valle

4.3.4 Proceso de Producción

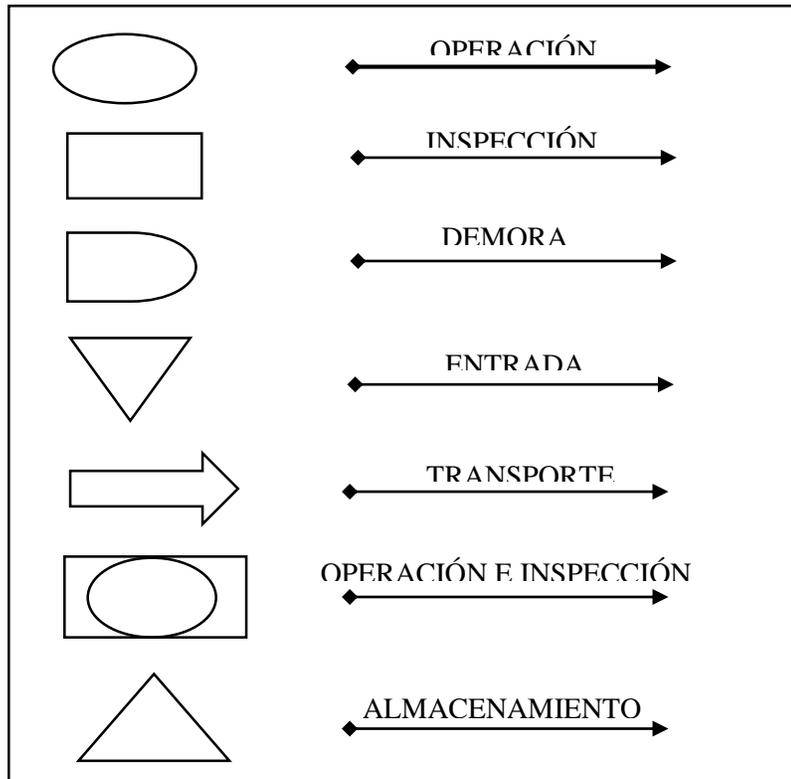
Los procesos que se seguirán para obtener como resultados productos bien elaborados y que a la vista del cliente sean apetecibles son los siguientes:

- 1) **Adquisición de la materia prima:** Como primer punto se realizará la cotización de los diferentes productos que se necesite para escoger al proveedor que ofrezca calidad de materia prima a buen precio, aquí mismo se establecerá horarios de entrega así como también las especificaciones de compra.
- 2) **Recepción de la materia prima:** Una vez lleguen los productos en los horarios acordados se revisaran cuidadosamente cada una de las facturas para comprobar el peso, la cantidad, etc., y se prestará mucha atención con aquellos que no cumplan con las especificaciones requeridas.
- 3) **Limpieza y desinfección:** realizar una correcta limpieza de los productos perecederos y empacarlos para su almacenamiento.
- 4) **Almacenamiento de la materia prima:** Almacenar cada uno de los géneros alimenticios a las temperaturas adecuadas y apilados género con género, para este proceso se adecuará estanterías en las diferentes bodegas de las frutas y verduras así como también en la bodega de abastos, se adquirirá refrigeradores y congeladores para productos que requieran de temperaturas bajas para su conservación.
- 5) **Requisición de materia prima:** Llevar un control de la rotación de productos para evitar faltantes de materia prima o la descomposición de la misma para eso se utilizara el método fifo (primeros en entrar, primeros en salir).
- 6) **Preparación y control de los procesos de elaboración:** Realizar el mise en place de cada uno de los platos a elaborar así como bebidas que se servirán sean estas alcohólicas y no alcohólicas, aquí se controlará cada proceso de manipulación de la materia prima para que el producto final sea una bebida y un plato bien elaborado que cumpla con todas las características organolépticas.
- 7) **Servicio al cliente:** Tener las mesas a punto y brindar a cada uno de los clientes un servicio eficaz y confiable.

4.3.4.1 Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo es una manera de representar gráficamente cada uno de los procesos que se llevara a cabo dentro del área de producción y servicio dentro del Bar – Restaurant.

Cuadro 8-4: Simbología del diagrama de flujo



Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

4.3.4.1.1 Diagrama del proceso de producción.

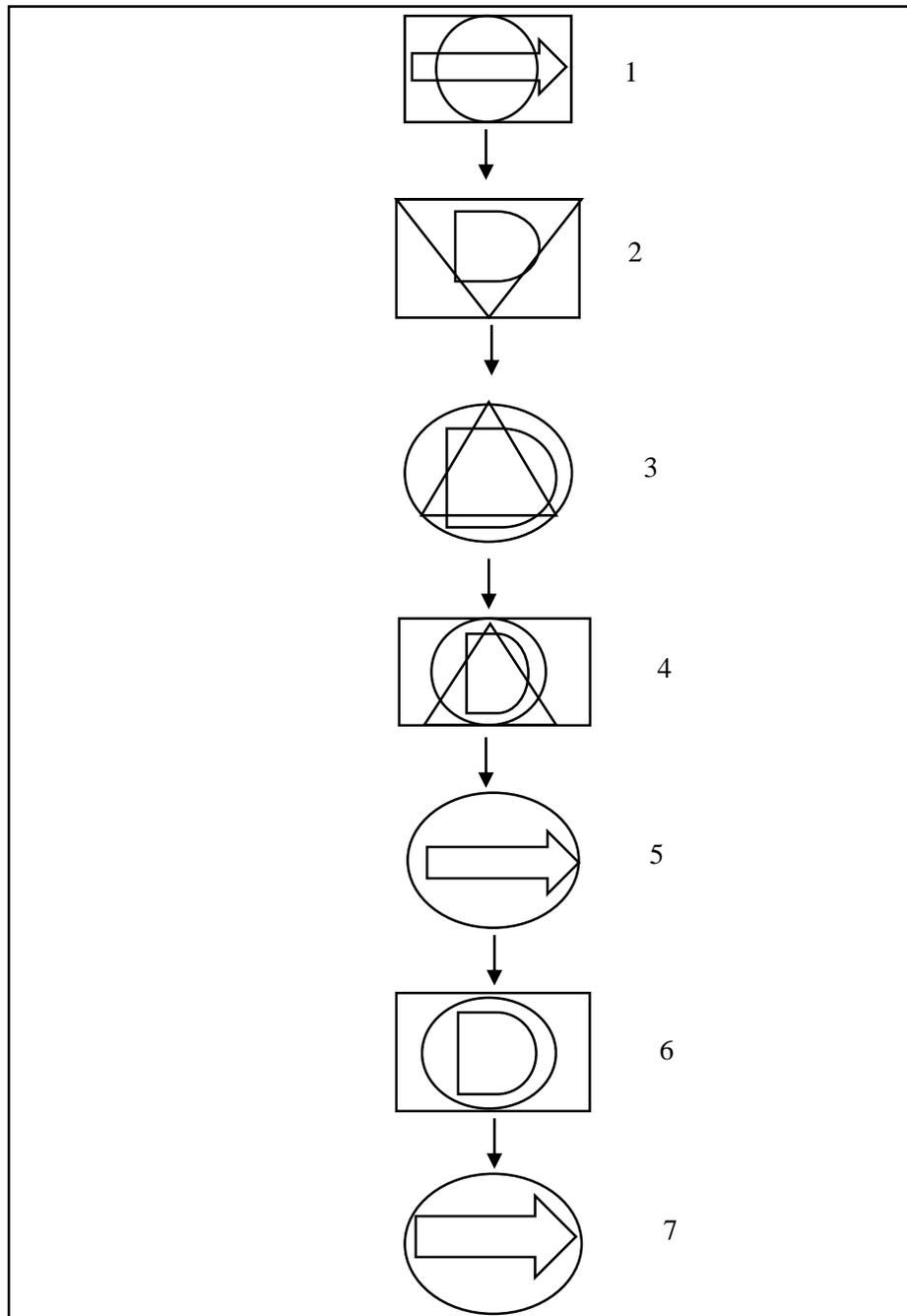


Gráfico 18-4: *Flujograma de Procesos “TRA DI BAR – RESTAURANT”*

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Proceso de producción pag. 58

4.3.4.2 Recetas Estándar

La receta estándar es un formato en el cual se incluye ingredientes, cantidades, peso, unidad entre otras características, una de las más importantes es el costo este se incluye para saber el costo real de cada comida o bebida a ofertar, las recetas con los diferentes productos que se va a ofrecer se encuentran en los Anexos B,C,D,E,F

Tabla 21-4: Formato de Receta Estándar

NOMBRE		PAX:	
TIEMPO DE ELABORACIÓN			
COSTO TOTAL UNITARIO			
COSTO POR 10 PAX			
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO			
UTENSILIOS			
MAQUINARIAS Y EQUIPO			
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO

Elaborado por: Ilbay, Katherin. 2017

Fuente: Lic. Roger Paredes

4.3.4.2.1 Comida tradicional

La cocina ecuatoriana, conocida como “comida criolla”, es una gastronomía relativamente nueva. Aunque no es conocida internacionalmente la cocina ecuatoriana tiene un valor muy original. Los diferentes alimentos de las regiones (Sierra, Costa, Amazonía), influenciados por la cocina europea (sobre todo españolas) tienen un papel importante en la cocina del Ecuador.

Los alimentos básicos vegetales se distribuyen así: cultivo de arroz sobre todo en la Costa, patatas y maíz en la Sierra y en el Oriente la yuca. Sin embargo no es raro de comer un montón de arroz a lado de papas fritas o mote también en la Sierra. Yuca frita o cocida se come frecuentemente en la Costa y Oriente. Otros ingredientes básicos típicos de los platos fuertes son plátanos verdes, también camote, papa china, lentejas, garbanzo o habas, que en cada región se preparan de manera diferente.

(Logitravel.com, 2018)

- **Humitas:** Es un plato de origen peruano que se extendió por la Cordillera de los Andes (Bolivia, Chile, Argentina, Ecuador). Consiste principalmente en una pasta de maíz, envuelto y cocida en las hojas de una mazorca de maíz. Puede acompañarse con huevos, aguacate, cebollas y distintas especies para darle más sabor. Las humitas se han convertido en un plato muy conocido, pueden ser de sal o de dulce.
- **Empanadas:** Es una fina masa de pan rellena de preparación salada o dulce, puede ser cocida al horno o frita. La masa generalmente es de harina de trigo, harina de maíz u otros cereales y normalmente lleva algún tipo de manteca o aceite. El relleno puede incluir distintas variedades de carnes, verduras, queso, frutas entre otras, existen distintos tipos; empanadas de morocho: hecha de maíz con arroz, empanada de verde, empanada de viento.
- **Cevichochos:** Es un plato vegetariano preparado a partir de semillas de chocho, combinado con limón, sal, cebolla, salsa de tomate, maíz, tostado y banano frito.
- **Locro de papa con queso:** Es una sopa cremosa a base de papas con queso y aguacate. Se consume en la zona de la Cordillera de los Andes, típico de varios pueblos andinos que

basaban gran parte de su dieta en el maíz y la papa. Puede incluir alguna variedad de carne, vegetales, cebolla y frejoles,

- Seco de pollo: Es un estofado de pollo acompañado con arroz y ensalada.
- Cuy: Es un roedor comestible de América. La carne de este roedor contiene un alto nivel protéico y muy bajo porcentaje de grasa y colesterol. Este animal se sirve frito y asado. Comúnmente acompañado con papas , maíz molido y ensalada.
- Fritada: Cerdo cocinado en agua picante para después ser frita con la misma grasa del cerdo. Servido con llapingachos, papas hervidas, maíz, platano dulce, cebollas y tomate.
- Hornado: Cerdo asado con llapingachos (relleno con salsa blanca), choclo y vegetales.
- Aguardiente; es un bebida alcohólica que contiene un porcentaje entre el 20% y 60% de alcohol. El aguardiente mas popular en el Ecuador es hecho a base de la caña de azúcar.
- Canelazo: Es un bebida alcohólica caliente que se consume en las zonas montañosas del Ecuador. Comunmente hecha con el jugo de naranjilla, mora, maracuyá y caña de azúcar hervida con canela. El alcohol de la caña de azúcar es comúnmente agregado. Parte de la cultura de comida acuatoriana es tomado en las fiestas.
- Chicha: es un tipo de bebida alcohólica, derivada principalmente de la fermentación no destilada del maíz y otros cereales. De igual manera la beben los indígenas de la Amazonia , siendo la yuca o chontas cocinadas y fermentadas, en ocasiones son masticadas para que esta se fermente; aunque en la actualidad existen maneras de fermentación.
- Morocho: Una bebida dulce hecha de morocho (seco, granos de maíz agrietados), leche , canela, azúcar y pasas. **(Rebecca adventure travel , 2018)**

Se escogio para la elaboración de las recetas estándar como tambien para la carta platos típicos de la ciudad por que se desea incentivar a su consumo y dar a conocer nuestra gastronomía ya que nuestro país es un pueblo rico en costumbres, tradiciones, como a su vez es privilegiado por sus diferentes climas lo cual le hace apto para el cultivo de gran variedad y cantidad de verduras, frutas, legumbres que son cosechados por nuestros campesinos los cuales han permitido conseguir la tan famosa y

conocida diversidad que se tiene en la cocina ecuatoriana específicamente de la Sierra y resaltar así platos que son conocidos a nivel nacional como el afamado y apetecido hornado riobambeño, su bebida típica elaborada a partir del hielo del Chimborazo llamados rompe nucas y el cevichocho que hoy por hoy se han convertido en un plato de consumo diario que son unos de los más destacados y que brindan un aporte al turismo gastronómico.

4.3.5 Requerimientos de Talento Humano

Cuadro 9-4: Ficha profesiografica ayudante de cocina

CARGO: Ayudante de cocina	AREA: Producción
DEPENDENCIA: Gerente General	FECHA DE ELABORACION: 07/02/2017
DESCRIPCION DEL CARGO. Mantiene ordenada el área de trabajo	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Realiza preparaciones sencillas que el chef le ordene.• Elabora los mise en place de cada preparación.• Ordena todos los insumos que lleguen al establecimiento.• Informa oportunamente al Chef el stock disponible en bodegas.• Decora platos• Todas las que el Chef le ordene.	
PERFIL TITULO PROFESIONAL: Bachiller y conocimientos básicos de gastronomía. EDAD PROMEDIO: 20 - 30 EXPERIENCIA: 1 año SEXO: Hombre – Mujer SALARIO: 370,00 NOTA: Debe estar a total disposición de las órdenes del chef.	

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.3.6 Diseño de la Planta



1.- Entrada y salida.

2.- Área de servicio Bar y Restaurant.

3.- Área de producción del Bar.

4.- Área de producción Restaurante.

5.- Servicios higiénicos.

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.3.7 Estructura de Costos de Producción

a) Consumo de servicios básicos

Tabla 22-4: Servicios básico

SERVICIOS BÁSICOS				
SERVICIOS BASICOS	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
AGUA	BASICO (1,13 c/m3)	EMMAPAR	80,00	960
LUZ	BASICO	EERSA	25,00	300
ENERGIA	BASICO	EERSA	30,00	360
INTERNET	ILIMITADO	CNT	20,00	240
TELEFONO	BASICO	CNT	20,00	240
TOTAL			175,00	2.100,00

	100% DEL COSTO	PRODUCCIÓN (55%)	VENTAS (25%)	ADMINISTRACIÓN (20%)
ANUAL	2.100,00	1155,00	525,00	420,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

b) Combustible

Tabla 23-4: Combustible

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES				
COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
GAS INDUSTRIAL	1	AGIPGAS	48,00	576,00
GAS DOMESTICO	1	AGIPGAS	12,00	144,00
TOTAL			60,00	720,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

c) Mantenimiento

Tabla 24-4: Mantenimiento

MANTENIMIENTO				
EQUIPOS / INSTALACIONES	TIEMPO/ CANTIDAD	ENCARGADO	COSTO \$ SEMESTRAL	COSTO \$ ANUAL
FRIGORIFICO MIXTO EN ACERO INOXID	C/6 MESES	INOX	40,00	80,00
COCINA INDUSTRIAL TIPO ISLA DE ACE	C/12 MESES	HORNOS ANDINO	10,00	20,00
PLANCHA Y GRILL DE ACERO INOXIDA	C/12 MESES	HORNOS ANDINO	10,00	20,00
BATIDORA KITCHENAID PROFESIONAL	C/12 MESES	EMPRESA	20,00	40,00
FREGADEROS DE DOS POZOS DE ACERO	C/6 MESES	EMPRESA	10,00	20,00
LICUADORA INDUSTRIAL	C/6 MESES	INOX	10,00	10,00
LICUADOR OSTER	C/6 MESES	INOX	10,00	10,00
MICROONDAS SAMSUNG	C/12 MESES	EMPRESA	20,00	20,00
CONGELADOR VERTICAL DE ACERO IN	C/6 MESES	INOX	40,00	40,00
TOTAL			170,00	260,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

d) Depreciaciones

Tabla 25-4: Depreciacion de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR TOTAL	AÑO DE VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEP.ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	9550,96	10	955,10	859,59
EQUIPOS DE COMPUTO	505,00	3	166,65	112,78
MUEBLES Y ENSERES	2514,00	10	251,40	226,26
TOTAL DEPRECIACIÓN				1.198,63

MAQUINARIA Y EQUIPOS → 100% PRODUCCIÓN
 EQUIPOS DE COMPUTO → 100% ADMINISTRACIÓN
 MUEBLES Y ENSERES →

100%	PRODUCCIÓN (0%)	VENTAS (50%)	ADMINISTRACIÓN (50%)
226,26	0,00	113,13	113,13

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.3.7.1 Materia Prima

MATERIA PRIMA									
NOMBRE DE LA RECETA	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO \$	COSTO MENSUAL \$	COSTO TRIMESTRAL \$	COSTO ANUAL \$	PRECIO UNITARIO \$
EMPANADAS DE VIENTO	5	30	120	1440	0.39	46.80	140.40	561.60	1.11
TAMALES	5	30	120	1440	0.24	28.80	86.40	345.60	0.69
HUEMITAS	6	36	144	1728	0.35	50.40	151.20	604.80	1.00
CHOCROS CON TOSTADO	4	24	96	1152	0.42	40.32	120.96	483.84	1.20
TORTILLAS DE MAIZ EN TUESTO	5	30	120	1440	0.35	42.00	126.00	504.00	1.00
LOCRO DE PAPAS	5	30	120	1440	0.44	52.80	158.40	633.60	1.26
CEVICHE DE CUERO	5	30	120	1440	0.42	50.40	151.20	604.80	1.20
YAGUARUCURO	5	30	120	1440	0.94	112.80	338.40	1353.60	2.69
SECO DE POLLO	10	60	240	2880	0.84	201.60	604.80	2419.20	2.40
SECO DE CARNE	5	30	120	1440	1.02	122.40	367.20	1468.80	2.91
FRITADA	5	30	120	1440	1.56	187.20	561.60	2346.40	4.46
HORNADO	5	30	120	1440	1.85	222.00	666.00	2664.00	5.29
PAPAS CON CUY	6	36	144	1728	2.36	339.84	1019.52	4078.08	6.74
PAPAS CON CONEJO	4	24	96	1152	2.01	192.96	578.88	2315.52	5.74
LLANGACHOS CON CAUCARA	5	30	120	1440	1.11	133.20	399.60	1598.40	3.17
HIGOS CON QUESO	5	30	120	1440	0.32	38.40	115.20	460.80	0.91
ARROZ CON LECHE	7	42	168	2016	0.34	57.12	171.36	685.44	0.97
MOROCHO	7	42	168	2016	0.33	55.44	166.32	665.28	0.94
QUIMBOLITOS	7	42	168	2016	0.45	75.60	226.80	907.20	1.29
TOMATES EN ALMIBAR	5	30	120	1440	0.24	28.80	86.40	345.60	0.69
BARBACO EN ALMIBAR	4	24	96	1152	0.44	42.24	126.72	506.88	1.26
CHAMPUS	5	30	120	1440	0.68	81.60	244.80	979.20	1.94
JUGO DE TOMATE	7	42	168	2016	0.11	18.48	55.44	221.76	0.31
JUGO DE MORA	7	42	168	2016	0.12	20.16	60.48	241.92	0.34
JUGO DE FRUTILLA	7	42	168	2016	0.11	18.48	55.44	221.76	0.31
JUGO DE NARANJA	10	60	240	2880	0.31	74.40	223.20	892.80	0.89
JUGO DE PINA	5	30	120	1440	0.16	19.20	57.60	230.40	0.46
JUGO DE BARBACO	4	24	96	1152	0.21	20.16	60.48	241.92	0.60
CANELAZO	4	24	96	1152	0.10	9.60	28.80	115.20	0.29
CHICHA	4	24	96	1152	0.38	36.48	109.44	437.76	1.09
CHICHA CON FRUTAS	4	24	96	1152	0.59	56.64	169.92	679.68	1.69
CHICHA HUEVONA	8	48	192	2304	0.60	115.20	345.60	1382.40	1.71
LECHE DE TIGRE	6	36	144	1728	0.19	27.36	82.08	328.32	0.54
ROSEO	5	30	120	1440	0.65	78.00	234.00	936.00	1.86
MACERADO DE GRANADILLA	2	12	48	576	0.45	20.64	61.92	247.68	1.23
MACERADO DE UVILLA	2	12	48	576	0.33	15.84	47.52	190.08	0.94
MACERADO DE FRUTILLA	3	18	72	864	0.27	19.44	58.32	232.38	0.77
MACERADO DE PINA	2	12	48	576	0.33	15.84	47.52	190.08	0.94
COSTO MATERIA PRIMA						2706.64	8305.92	33223.68	2.47

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.3.7.2 Mano de Obra Directa

Tabla 26-4: Mano de obra directa

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
			12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
AYUDANTE DE COCINA	375,00	4.500,00	546,75
TOTALES:	375,00	4.500,00	546,75

TOTAL SUELDO + BENEFICIOS
5.046,75

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.3.7.3 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 27-4: Mano de obra indirecta

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
			12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CAJERO/MESERO	375,00	4.500,00	546,75
BARTENDER	375,00	4.500,00	546,75
TOTALES:	750,00	9.000,00	1.093,50

TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS
10.093,50

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.3.8 Determinación de Activos Fijos para Producción

Tabla 28-4: Maquinaria y equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FRIGORIFICO MIXTO EN ACERO INOXIDABLE	1	1.850,00	1.850,00
VITRINA ENFRIADORA VERTICAL	1	400,00	400,00
HORNO INDUSTRIAL	1	590,00	590,00
COCINA INDUSTRIAL TIPO ISLA DE ACERO INOXIDABLE	1	1500,000	1.500,00
PLANCHA Y GRILL DE ACERO INOXIDABLE	1	490,00	490,00
BATIDORA KITCHEN AID PROFESIONAL	1	420,00	420,00
CAMPANA EXTRACTOR DE OLORES	1	250,00	250,00
MESON DE TRABAJO DE ACERO INOXIDABLE	2	225,00	450,00
FREGADEROS DE DOS POZOS DE ACERO INOXIDABLE	2	370,00	740,00
ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	3	90,00	270,00
CILINDRO DE GAS INDUSTRIAL	1	110,00	110,00
CILINDRO DE GAS DOMESTICO	1	55,00	55,00
LICUADORA INDUSTRIAL	1	250,00	250,00
LICUADOR OSTER	1	89,99	89,99
EXTINTOR	2	13,99	27,98
CONGELADOR VERTICAL DE ACERO INOXIDABLE	1	1.900,00	1.900,00
MICROONDAS SAMSUNG	1	157,99	157,99
TOTAL		8.761,97	9.550,96

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Tabla 29-4: Equipo de computo

EQUIPOS DE COMPUTO			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
COMPUTADORA	1	310,00	310,00
IMPRESORA EPSON	1	195,00	195,00
TOTAL		505,00	505,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Tabla 30-4: Menaje y vajilla

MENAJE Y VAJILLA			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
BALANZA DIGITAL DE 5 KG	1	20,00	20,00
TAMIZ METALICO	3	3,00	9,00
TAMIZ DE PLASTICO 1 JUEGO	2	5,00	10,00
JUEGO DE PIREX * 5	1	40,00	40,00
CUCHARONES	3	3,00	9,00
TABLAS DE PICAR	3	3,15	9,45
CUCHILLO CEBOLLERO	3	15,00	45,00
CUCHILLO SIERRA	2	12,00	24,00
PUNTILLAS	2	9,00	18,00
BOWLS GRANDES	5	6,00	30,00
BOWLS MEDIANOS	5	4,00	20,00
BOWLS PEQUEÑOS	5	3,00	15,00
OLLA TAMALERA	1	45,00	45,00
OLLAS DE 40 LITROS	2	80,00	160,00
OLLAS DE 20 LITROS	2	65,00	130,00
OLLAS DE 10 LITROS	3	45,00	135,00
CACELORAS DE 5 LITROS	5	20,00	100,00
BANDEJAS PLÁSTICAS	6	2,50	15,00
BATIDORES DE MANO	3	5,00	15,00
ESPATULAS DE ACERO INOXIDABLE	3	5,00	15,00
ESPATULAS DE GOMA	3	5,00	15,00
ESPATULAS DE MADERA	3	3,00	9,00
SARTENES DE TEFLON 32 CM	3	25,00	75,00
PINZAS DE ACERO INOXIDABLE	3	3,00	9,00
EXPRIMIDOR DE LIMON	2	1,50	3,00
EXPRIMIDOR DE NARANJA	2	3,00	6,00
CUCHARETAS DE ACERO INOXIDABLE	3	5,00	15,00
COCTELERAS	3	15,00	45,00
ONZERAS	3	3,00	9,00
RODILLOS DE ACERO INOXIDABLE	3	10,00	30,00
VAJILLA			
PLATOS HONDOS	40	3,50	140,00
PLATOS PLANOS	40	4,00	160,00
PLATOS DE POSTRE	40	2,50	100,00
TAZAS	40	1,00	40,00
CRISTALERIA			
COPA DE AGUA	24	0,80	19,20
SHOTS	24	0,75	18,00
COPAS DE MARTINI	12	1,25	15,00
VASOS CERVEZeros	12	2,00	24,00
COPAS DE VINO TINTO	12	1,50	18,00
COPAS DE VINO BLANCO	12	1,25	15,00
COPAS DE CHAMPAGNE	12	1,00	12,00
HIGH BALL	24	1,00	24,00
COPAS GLOBO	12	3,00	36,00
JARRAS DE 1 1/2 LITRO	6	2,00	12,00
JARRAS DE 2 LITROS	6	3,00	18,00
CUBERTERIA			
CUCHARAS SOPERAS	40	1,00	40,00
CUCHILLOS DE MESA	40	1,00	40,00
TENEDORES	40	1,00	40,00
CUCHARAS DE POSTRE	40	0,75	30,00
TENEDORES DE POSTRE	40	0,75	30,00
TOTAL		497,20	1.911,65

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Tabla 31-4: Suministros y materiales

SUMINISTROS Y MATERIALES			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
HOJAS DE IMPRESORA	3	4,25	12,75
ESFEROS	7	0,45	3,15
SELLO DE LA EMPRESA	1	8,00	8,00
PERFORADORA	2	2,00	4,00
ENGRANPADORA	2	2,50	5,00
CARPETA	6	0,75	4,50
CORRECTOR	2	0,50	1,00
BORRADOR	5	0,20	1,00
LAPIZ	6	0,35	2,10
MARCADOR	4	0,50	2,00
CLORO	5	5,00	25,00
AMBIENTAL PARA PISOS Y MESAS	5	5,00	25,00
ESCOBA	3	2,50	7,50
TRAPEADOR	3	2,00	6,00
ATOMIZADOR	2	1,00	2,00
DISPENSADOR DE JABÓN Y GEL	1	9,50	9,50
JABÓN LIQUIDOANTIBACTERIAL	2	7,00	14,00
GEL ANTIBACTERIAL GALON	2	18,50	37,00
CONTENEDORES INDUSTRIALES DE BASURA	2	90,00	180,00
FUNDAS DE BASURA*10	10	2,00	20,00
LAVA VAJILLAS	3	5,00	15,00
MASCARILLA * 100	2	3,10	6,20
GUANTES DE MANIP * 100	2	5,20	10,40
GUANTES DE CAUCHO * 2	5	1,20	6,00
VILEDAS	30	0,50	15,00
PAPEL ABSORBENTE 100m	2	26,00	52,00
PAPEL HIGIÉNICO INSTITUCIONAL	12	3,00	36,00
DISPENSADOR DE PAPEL HIGUIENICO	2	12,00	24,00
TOTAL		218,00	534,10

	100% COSTO ANUAL	PRODUCCIÓN (65%)	VENTAS (30%)	ADMINISTRACIÓN (5%)
ANUAL	6409,20	4165,98	1922,76	320,46

Elaborado por: Katherin Ilbay.2017

Tabla 32-4: Materiales indirectos

MATERIALES INDIRECTOS			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FUNDAS MEDIANAS * 100	2	1,00	2,00
CONTENEDORES DESECHABLES * 25	3	2,50	7,50
PAPEL ALUMINIO	5	3,00	15,00
PLASTICO FILM	5	3,55	30,00
TAPAS PARA TARRINAS *50	2	1,00	2,00
TARRINAS * 50	2	3,00	6,00
TOTAL		14,05	62,50

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Tabla 33-4: Activos fijos

MAQUINARIA Y EQUIPO	8.761,97	9.550,96
MUEBLES Y ENSERES	1.065,00	2.514,00
EQUIPOS DE COMPUTO	505,00	505,00
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		12.569,96

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Tabla 34-4: Inventarios

MENAJE Y VAJILLA	497,20	1.911,65
MATERIALES INDIRECTOS	14,05	62,50
SUMINISTROS Y MATERIALES	218,00	534,10
SUB-TOTAL INVENTARIOS		2.508,25

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.3.9 Programa Pre Operativo

PROGRAMA PREOPERATIVO O GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN					
PROCESO / ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	MATERIA PRIMA	COSTO POR TIEMPO \$	COSTO TOTAL
PRUEBAS	CHEF EJECUTIVO	1:00:00	4	2,28	6,28
MUESTRAS	CHEF EJECUTIVO	1:30:00	2	3,42	5,42
DEGUSTACIONES	GERENTE PROPIETARIO	1:00:00	2	3,65	5,65
CONTROL CALIDAD	GERENTE PROPIETARIO	1:00:00	0	3,65	3,65
TOTAL			8,00	12,99	20,99

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.4 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

4.4.1 Organización

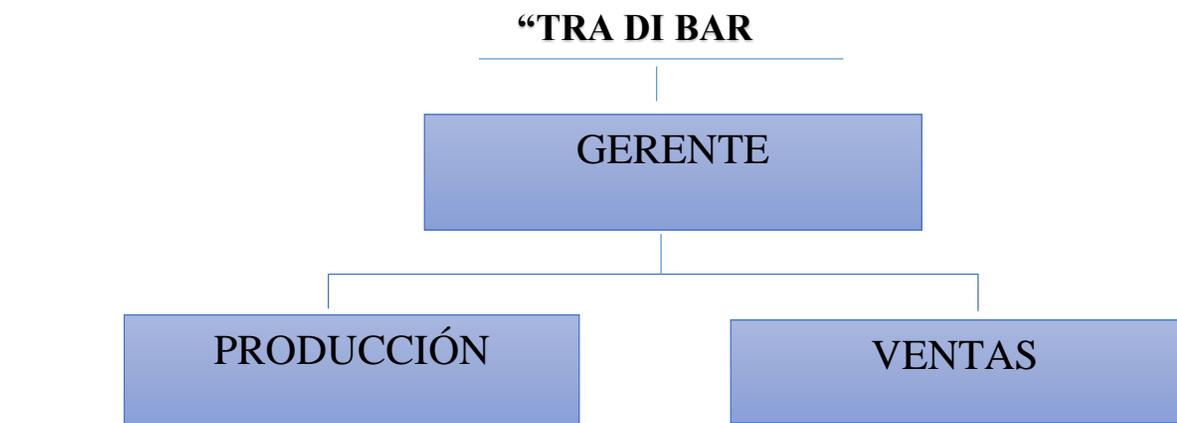
El establecimiento de alimentos y bebidas estará conformada por áreas que son fundamentales para su correcto funcionamiento, este trabajo será en equipo y todos tienen secuencia.

El área administrativa y de producción está liderada por el chef quien es un conocedor del área

En ventas se contará con un cajero/ mesero quien prestará sus servicios de atención al cliente con total delicadeza.

En producción se trabajará con el Chef y un ayudante de cocina el mismo se encarga de mantener el lugar de trabajo en completo orden y estará a completa disposición de su jefe.

4.4.1.1 Organigrama Estructural”



LEYENDA

Dirección: |
Operativa: L

Gráfico 19-4: Organigrama Estructural

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Fecha de aprobación: 18-10-2017

4.4.1.2 Organigrama Funcional



LEYENDA

Dirección: |
Operativa: L

Gráfico 20-4: Organigrama Funcional

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Fecha de aprobación: 18-10-2017

4.4.1.3 Proceso de selección y contratación de talento humano

Para la contratación del personal que formara parte del Bar – Restaurant tematico se deberán seguir los siguientes pasos que son fundamentales para encontrar los candidatos idóneos.

- 1) **Reclutamiento:** Este proceso comienza cuando mediante medios de comunicación se da a conocer las vacantes que como empresa necesita, esta termina una vez que se haya recibido carpetas de los aspirantes al puesto.
- 2) **Selección:** Aquí se seleccionará a las personas que tengan los mejores actitudes y aptitudes, a estos se les programa una entrevista directa con el gerente general del establecimiento el mismo que les realizara una serie de evaluaciones para definir quienes se quedaran con el puesto de trabajo.
 - a. El personal que se encuentre apto para el trabajo deberá presentar cierto certificado que garantice que está en perfecto estado de salud para la manipulación de alimentos.
 - b. Certificado de salud que indique que no posee ninguna enfermedad y que esta óptimo para desempeñar el trabajo en el área de producción (Previo examen de sangre de Hepatitis AyB) y servicio.
- 3) **Contratación:** Una vez entregado el certificado de salud se procede a realizar el contrato de trabajo donde se muestre claramente sus deberes, obligaciones y salario este proceso se lo realizara bajo el código de trabajo, en este mismo documento se encontrara detalladamente la obligaciones del empleador, este contrato se lo realiza una vez que ambas partes estén de acuerdo con lo establecido.
- 4) **Inducción:** Una vez que estén legalmente contratados se les hará conocer el establecimiento a la vez que se les brindará toda la información acerca del establecimiento, entran a un proceso de entrenamiento donde poco a poco irán cogiendo confianza y agilidad en el área a desempeñar.

4.4.1.3.1 Fichas Profesiográficas

Cuadro 10-4: Ficha Profesiográfica Chef Ejecutivo – Gerente General

CARGO: Chef Ejecutivo , Gerente	AREA: Administrativa
DEPENDENCIA: Gerente General	FECHA DE ELABORACION: 07/02/2017
<p>DESCRIPCION DEL CARGO. Su actividad es netamente comprometida con el funcionamiento de todo el establecimiento.</p>	
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lleva un registro de ingresos y egresos del bar-karaoke. • Maneja la lista de alimentos y bebidas que se ofrecerán. • Controla el trabajo diario del personal. • Asigna tareas y organiza los turnos de trabajo • lleva el control con los proveedores para que la entrega de la prima sea de buena calidad. • Maneja kardex. • El área de producción estará liderada por su persona. • Controla que todos los alimentos y bebidas salgan en su temperatura adecuada. • Resuelve todos los problemas que se presenten en su área de trabajo. <p>PERFIL PROFESIONAL</p> <p>TITULOS: Lic. . Gastrónomo</p> <p>EDAD PROMEDIO: 25 – 35 años</p> <p>EXPERIENCIA: 1 Año</p> <p>SEXO: Hombre – Mujer</p> <p>SALARIO: 370,00</p> <p>Nota: Debe amar si trabajo ser puntual y disciplinado.</p>	

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.4.1.4 Manual de funciones

En este manual de funciones se detalla como primera estancia la razón de ser de “TRA DI BAR – RESTAURANT”, así como también cada una de las funciones y obligaciones que existe en cada área del establecimiento, este pequeño texto establecido por la empresa es el instintivo de lo que se oferta a los clientes, el mismo que se encuentra en el Anexo G.

4.4.2 Marco Legal

“Tra Di Bar – Restaurant” será una empresa de tipo artesanal porque según la Junta Nacional de Defensa del Artesano todos aquellos que utilicen sus propias manos para transformar materia prima en este caso alimentos y bebidas en producto final para su comercialización pertenecerán y gozarán de todos sus derechos.

El local debe tener a su mando un número que no sobrepase a los quince operarios y cinco aprendices, además de eso el capital invertido para su creación no debe sobrepasar el monto establecida por la ley, así como también el local debe estar Calificado por la Junta Nacional de la Defensa del Artesano al igual que el Propietario.

4.4.3 Permisos Requeridos para su Funcionamiento

Los permisos de funcionamiento que se necesitan para el Bar-Restaurant son los siguientes:

Tabla 35-4: Permisos de Funcionamiento

PERMISOS	COSTO	DESCRIPCIÓN
Inscripción SRI	-	Trámite gratuito
Registro de la Patente Municipal	60,00	Dimensión del local
Permiso de Bomberos	5,00	Tasa única
Registro en el Ministerio de Turismo	45,00	Categoría del local
Registro en el Ministerio de Turismo Municipal	10,00	Categoría del local
Registro en el ARCSA	40,00	Categoría del local
Inscripción del Taller en la JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO (JNDA)	25,00	Tasa única
TRÁMITES DE LEY COSTO TOTAL	185,00	

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.4.4 Mitigar el Impacto Ambiental

Se tomarán medidas de prevención para evitar que el local contamine el aire, suelo y agua, para lo que se tomara en cuenta la aplicación de las tres R (reciclar, reusar, reducir).

4.4.4.1 Acciones Remediales

Cuadro 11-4: Acciones Remediales

DAÑOS OCASIONADOS POR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN	MEDIDAS DE PREVENCIÓN	REQUERIMIENTOS	COSTOS
AIRE			
OLORES	Colocar un extractor de olores en el bar-restaurant para prevenir que el ambiente de trabajo sea sofocante	Campana extractor de olores	250,00
AGUA			
GRASA DE TODO TIPO	Realizar reciclaje de grasas y ponerlas en contenedores para posterior uso transformarlo en jabón casero	Canecas	
USO DE QUIMICOS	Tener cuidado con el uso de químicos y evitar regar en el agua potable		
SUELO			
BASURA DE TODO TIPO	Reciclar la basura en tachos diferentes para que facilite su manejo y por ende su posterior tratamiento	Contenedores de basura industriales (c/u)	90,00
TOTAL			340,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5 Estudio Financiero

4.5.1 Análisis de la Inversión

Tabla 36-4: Inversión del proyecto

RUBRO	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS	0,00	14.689,55	14.689,55
MAQUINARIA Y EQUIPO		9.550,96	9.550,96
EQUIPO DE COMPUTO		505,00	505,00
MUEBLES Y ENSERES		2.514,00	2.514,00
MATERIALES INDIRECTOS		62,50	62,50
MENAJE Y VAJILLA		1.911,65	1.911,65
IMPREVISTOS (1%)		145,44	145,44
ACTIVOS DIFERIDOS	104,93	2.026,10	2.131,03
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		185,00	185,00
GASTOS DE INSTALACIÓN		500,00	500,00
GASTOS DE PUBLICIDAD		1.020,00	1.020,00
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL		300,00	300,00
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	104,93		104,93
IMPREVISTOS (1%)		21,10	21,10
CAPITAL DE TRABAJO	0,00	18.776,07	18.776,07
MATERIA PRIMA		8.305,92	8.305,92
MANO DE OBRA DIRECTA		1.640,25	1.640,25
SUELDO VENTAS		3.280,50	3.280,50
SUELDO ADMINISTRATIVO		2.624,40	2.624,40
GASTO ARRIENDO		1.500,00	1.500,00
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES		180,00	180,00
SUMINISTROS Y MATERIALES		534,10	534,10
SERVICIOS BÁSICOS		525,00	525,00
CONTINGENCIA		185,90	185,90
TOTAL	104,93	35.491,72	35.596,65

35.596,65

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.1.1 Fuentes y Usos

Tabla 37-4: Estado de fuentes y usos

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES FINANCIERAS		PROVEEDORES
		REC. PROP	EXTERNO	
INVERSIONES FIJAS	14.689,55	0,00	14.689,55	0,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	9.550,96		9.550,96	
EQUIPO DE COMPUTO	505,00		505,00	
MUEBLES Y ENSERES	2.514,00		2.514,00	
MATERIALES INDIRECTOS	62,50		62,50	
MENAJE Y VAJILLA	1.911,65		1.911,65	
IMPREVISTOS (1%)	145,44		145,44	
ACTIVOS DIFERIDOS	2.131,03	2.131,03	0,00	0,00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	185,00	185,00		
GASTOS DE INSTALACIÓN	500,00	500,00		
GASTOS DE PUBLICIDAD	1.020,00	1.020,00		
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL	300,00	300,00		
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	104,93	104,93		
IMPREVISTOS (1%)	21,10	21,10		
CAPITAL DE TRABAJO	18.776,07	3.140,25	7.329,90	8.305,92
MATERIA PRIMA	8.305,92			8.305,92
MANO DE OBRA DIRECTA	1.640,25	1.640,25		
MANO DE OBRA INDIRECTA	3.280,50		3.280,50	
SUELDO ADMINISTRATIVO	2.624,40		2.624,40	
GASTO ARRIENDO	1.500,00	1.500,00		
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	180,00	0,00	180,00	
SUMINISTROS Y MATERIALES	534,10		534,10	
SERVICIOS BÁSICOS	525,00		525,00	
CONTINGENCIA	185,90		185,90	
TOTAL	35.596,65	5.271,28	22.019,45	8.305,92

35.596,65

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.2 Presupuestos

Tabla 38-4: Clasificación de la inversión

CLASIFICACIÓN LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	14.689,55
ACTIVOS DIFERIDOS	2.131,03
CAPITAL DE TRABAJO	18.776,07
TOTAL	35.596,65

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Tabla 39-4: Financiamiento.

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO	15.000,00
PROPIO	5.000,00
PROVEEDORES	3.000,00
TOTAL FINANCIAMIENTO	23.000,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Tabla 40-4: Amortización del préstamo.

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	15.000,00	1.800,00	5.000,00	6.800,00	10.000,00
2	10.000,00	1.200,00	5.000,00	6.200,00	5.000,00
3	5.000,00	600,00	5.000,00	5.600,00	0,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Tabla 41-4: Gastos de amortización.

GASTOS DE AMORTIZACIÓN						
RUBROS ACTIVOS DIFERIDOS	PROYECCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	185,00	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00
GASTOS DE INSTALACIÓN	500,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
GASTOS PUBLICIDAD	1020,00	204,00	204,00	204,00	204,00	204,00
GASTO DE CAPACITACIÓN PERSONAL	300,00	60,00	120,00	120,00	120,00	120,00
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	104,93	20,99	20,99	20,99	20,99	20,99
IMPREVISTOS 1%	21,10	4,22	4,22	4,22	4,22	4,22
TOTAL GASTO DIFERIDO	2131,03	426,21	426,21	426,21	426,21	426,21
SALDO DE DIFERIDO	2131,03	1704,82	1278,62	852,41	426,21	0,00

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

*4.5.2.1 Presupuesto de Costos de Producción***Tabla 42-4:** Costos de producción.

COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	33.223,68	34.589,17	36.010,79	37.490,83	39.031,70
MANO DE OBRA DIRECTA	5.046,75	5.254,17	5.470,12	5.694,94	5.929,00
MATERIALES INDIRECTOS	250,00	260,28	270,97	282,11	293,70
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
SERVICIOS BÁSICOS	1.155,00	1.202,47	1.251,89	1.303,34	1.356,91
MATERIALES INDIRECTOS	1.911,65				
SUMINISTROS Y MATERIALES	4.165,98	4.337,20	4.515,46	4.701,05	4.894,26
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	260,00	270,69	281,81	293,39	305,45
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	859,59	77,36	8,51	0,77	0,07
AMORTIZACIÓN GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	20,99	20,99	20,99	20,99	20,99
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	45.701,98	46.732,33	48.550,54	50.507,42	52.552,09

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

*4.5.2.2 Presupuesto de Gastos de Administración***Tabla 43-4:** Gastos de administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
GASTOS. ARRIENDO	6.000,00	6.246,60	6.503,34	6.770,62	7.048,89
AMORTIZACIÓN GASTOS ORGANIZACIÓN	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00
AMORTIZACIÓN GASTOS CAPACITACIÓN	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
SUELDOS	8.074,80	8.406,67	8.752,19	9.111,90	9.486,40
SERVICIOS BÁSICOS	420,00	437,26	455,23	473,94	493,42
SUMINISTROS Y MATERIALES	320,46	333,63	347,34	361,62	376,48
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO	112,78	100,38	22,42	5,01	1,12
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	226,26	224,00	19,35	1,74	0,16
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION	15.251,30	15.845,54	16.196,86	16.821,84	17.503,48

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.2.3 Presupuesto de Gastos de Ventas

Tabla 44-4: Gastos de venta

GASTO DE VENTAS					
SUELDOS	10.093,50	10.508,34	10.940,24	11.389,88	11.858,00
AMORTIZACIÓN GTOAS.PUBLICIDAD	204,00	204,00	204,00	204,00	204,00
SUMINISTROS Y MATERIALES	1.922,76	2.001,79	2.084,06	2.169,71	2.258,89
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	113,13	113,13	113,13	113,13	113,13
SERVICIOS BÁSICOS	525,00	546,58	569,04	592,43	616,78
TOTAL GASTO DE VENTA	12.858,39	13.373,84	13.910,47	14.469,15	15.050,80

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.2.4 Presupuesto Financiero

Tabla 45-4: Gastos Financieros

GASTO FINANCIERO					
INTERESES BANCARIOS	1.800,00	1.200,00	600,00		
TOTAL GASTO FINANCIERO	1.800,00	1.200,00	600,00		
TOTAL COSTOS Y GASTOS	75.611,68	77.151,70	79.257,87	81.798,41	85.106,37

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.3 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 46-4: Estado de pérdidas y ganancias.

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	94.924,80	98.826,21	102.887,97	107.116,66	111.519,16
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	45.701,98	46.732,33	48.550,54	50.507,42	52.552,09
(=) UTILIDAD BRUTA	49.222,82	52.093,88	54.337,43	56.609,25	58.967,07
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	15.251,30	15.845,54	16.196,86	16.821,84	17.503,48
(-) GASTO DE VENTAS	12.858,39	13.373,84	13.910,47	14.469,15	15.050,80
(=) UTILIDAD OPERATIVA	21.113,12	22.874,51	24.230,10	25.318,26	26.412,79
(-) GASTO FINANCIERO	1.800,00	1.200,00	600,00		
(=) UTILIDAD ANTES DE REPARTO UTILIDADES	19.313,12	21.674,51	23.630,10	25.318,26	26.412,79
(-) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	19.313,12	21.674,51	23.630,10	25.318,26	26.412,79

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.4 Estado de Situación Financiera

Tabla 47-4: Estado de situación financiera.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE (CAPITAL DE TRABAJO)	18.776,07	38.488,18	36.874,40	34.088,16	36.801,15	39.520,52
INVENTARIOS	1.974,15					
ACTIVO FIJO	12.715,40	12.715,40	12.715,40	12.715,40	12.715,40	12.715,40
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-1.198,63	-2.397,26	-3.595,89	-4.794,52	-5.993,15
AC. DIFERIDOS (VALOR ANUAL AMORTIZACIÓN)	2.131,03	1.704,82	1.278,62	852,41	426,21	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	35.596,65	51.709,77	48.471,15	44.060,08	45.148,24	46.242,77
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE (INTERESES BANCARIOS)		1.800,00	1.200,00	600,00		
PASIVO LARGO P. (CRÉDITO BANCARIO)	15.000,00	10.000,00	5.000,00	-766,67	-766,67	-766,67
TOTAL PASIVOS	15.000,00	11.800,00	6.200,00	-166,67	-766,67	-766,67
PATRIMONIO						
CAPITAL	20.596,65	20.596,65	20.596,65	20.596,65	20.596,65	20.596,65
UTILIDAD DE EJERCICIO (UTILIDAD NETA)	0,00	19.313,12	21.674,51	23.630,10	25.318,26	26.412,79
TOTAL DE PATRIMONIO	20.596,65	39.909,77	42.271,15	44.226,75	45.914,91	47.009,44
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	35.596,65	51.709,77	48.471,15	44.060,08	45.148,24	46.242,77

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.5 Estado de Flujo del Efectivo

Tabla 48-4: Flujo de efectivo

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		94.924,80	98.826,21	102.887,97	107.116,66	111.519,16
COSTOS DE PRODUCCIÓN		45.701,98	46.732,33	48.550,54	50.507,42	52.552,09
GASTOS ADMINISTRACIÓN		15.251,30	15.845,54	16.196,86	16.821,84	17.503,48
GASTOS VENTAS		12.858,39	13.373,84	13.910,47	14.469,15	15.050,80
GASTOS FINANCIEROS		1.800,00	1.200,00	600,00	-	-
UTILID. ANTES DE REP UTIL. E IMP		19.313,12	21.674,51	23.630,10	25.318,26	26.412,79
UTILIDAD NETA		19.313,12	21.674,51	23.630,10	25.318,26	26.412,79
DEPRECIACIONES		1.198,63	1.198,63	1.198,63	1.198,63	1.198,63
AMORT. ACT. NOMINAL		426,21	426,21	426,21	426,21	426,21
INVERSIÓN MAQ. Y EQUIPO	9.550,96					
INV. TERRE Y OBRA FÍSICA						
INVERSIÓN OTROS	4.993,15					
INV. ACT. NOMINAL (ACT. DIFERIDO)	2.131,03					
INV. CAPITAL DE TRABAJO	18776,07					
VEHÍCULO						
IMPREVISTOS	145,44					
RECUP. CAPITAL TRABAJO						
PRÉSTAMO	15.000,00					
AMORT. PRÉSTAMO		5.000,00	5.000,00	5.000,00		
FLUJO DE CAJA	20.596,65	15.937,96	18.299,34	20.254,93	26.943,09	28.037,63

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.6 Evaluación Económica

Liquidez o prueba ácida

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$= \frac{35.596,65 - 2.508,25}{15.000,00}$$

$$= \frac{33.088,40}{15.000,00}$$

$$= 2,21$$

4.5.7 Evaluación Financiera

4.5.7.1 FNE

Tabla 49-4: Flujo neto de efectivo

PERIODOS ANUALES					
0	1	2	3	4	5
(35.596,65)	15.937,96	18.299,34	20.254,93	26.943,09	28.037,63

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Análisis: El flujo neto de efectivo detalla los movimientos de efectivo (ingresos y gastos) de “TRA DI BAR-RESTAURANT” estos valores son tomados de la tabla del cálculo de flujo de caja desde el primer año en adelante y son la base para la evaluación del proyecto.

4.5.7.2. Valor actual neto (VAN)

Tabla 50-4: Valor actual neto

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
Nº	FNE	$(1 + i)^n$	$FNE / (1 + i)^n$
INVERSION	-35.596,65		(35.596,65)
1	15.937,96	1,12	14.230,32
2	18.299,34	1,25	14.588,12
3	20.254,93	1,40	14.417,06
4	26.943,09	1,57	17.122,82
5	28.037,63	1,76	15.909,30
TOTAL			40.670,98

VAN	\$	40.670,98
------------	-----------	------------------

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Análisis: El VAN de “TRA DI BAR-RESTAURANT” es de 40.670,98 lo cual significa que mientras el valor sea mayor a cero el proyecto es rentable.

4.5.7.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 51-4: Tasa interna de retorno

AÑO	FNE
0	- 35.596,65
1	15.937,96
2	18.299,34
3	20.254,93
4	26.943,09
5	28.037,63
TIR	47%

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Análisis: El TIR de “TRA DI BAR-RESTAURANT” es del 47% es decir que el proyecto es rentable, mientras más alta sea la TIR más beneficioso es el proyecto.

4.5.7.4. Tasa mínima de retorno (TMR)

Tabla 52-4: Tasa mínima de retorno

(TMR) TASA MINIMA DE RETORNO			
AÑOS	FLUJO OPERACIONAL	VAN	
			12%
INVERSION INICIAL	- 35.596,65	-	35.596,65
1	15.937,96		14.230,32
2	18.299,34		16.338,70
3	20.254,93		18.084,76
4	26.943,09		24.056,33
5	28.037,63		25.033,59
TOTAL	73.876,30		62.147,06

TMR= 62%

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Análisis: Es la cantidad mínima de dinero que debe ingresar al proyecto para que este sea rentable en el caso de “TRA DI ABR-RESTAURANT” nos da un valor de \$ 62.147,06.

4.5.7.5. Periodo de recuperación de la inversion (PRI)

Tabla 53-4: Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)					
AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS	FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSION	PARCIAL DEL AÑO	PRI
0	(35.596,65)				
1	15.937,96	15.937,96	15.937,96		
2	18.299,34	34.237,30	34.237,30	1,87	2,87
3	20.254,93	54.492,23	54.492,23	2,69	3,69
4	26.943,09	81.435,33	81.435,33	3,02	4,02
5	28.037,63	109.472,95	109.472,95	3,90	4,90
TOTAL	73.876,30			11,49	15,49

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Análisis: El PRI de “TRA DI BAR-RESTAURANT” en el cuál el emprendimiento cubre en su totalidad la inversión es a partir del tercer año de vida de su creación, desde ahí en adelante el proyecto comienza a generar utilidades

4.5.7.6. Relación beneficio/costo (RB/C)

Tabla 54-4: Relación beneficio/costo

RELACION BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
N°	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
	(35.596,65)		
1		94.924,80	46.732,33
2		98.826,21	48.550,54
3		102.887,97	50.507,42
4		107.116,66	52.552,09
5		111.519,16	52.552,09
		TOTAL INGRESO	304.846,13
		TOTAL COSTO	149.777,47
		(=) COSTO+INVERSION	114.180,82

RB/C	2,04
------	------

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Ingresos: La Relación Beneficio Costo del emprendimiento es de \$ 2,04 es decir que por cada dólar invertido se obtendrá una utilidad de \$ 1.04 esto significa que además de recuperar la inversión y haber cubierto la tasa de rendimiento se obtendrá una ganancia extra.

4.5.7.7. Punto de equilibrio

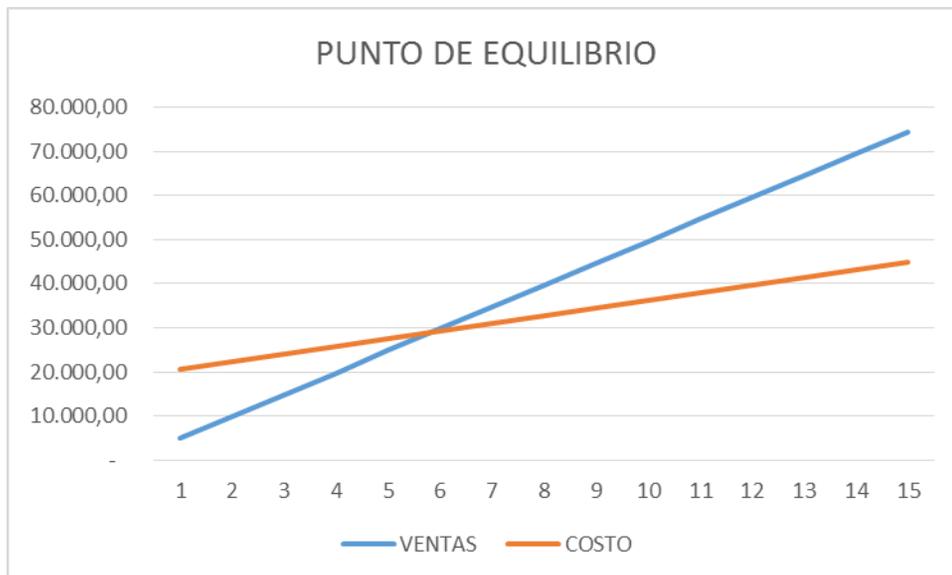
PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	18.776,07
PRECIO	1,65
COSTO VARIABLE	0,58
PUNTO DE EQUILIBRIO	17.471,00
UTILIDAD	0,0

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{18.776,07}{1 - \frac{0,58}{1,65}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{18.776,07}{0,6484}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = 28953,74$$



Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Análisis: El punto de equilibrio para el emprendimiento es de \$ 17.471,00 es decir que se debería vender 28.953,74 unidades a un precio de venta de \$ 1,65, para que nuestra utilidad sea 0 y de esta manera no se gane ni se pierda.

4.5.8 Evaluación Social

Tabla 55-4: Evaluación social.

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	4865	
PERS ONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	4	
APORTE		0,082%

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

4.5.9 Evaluación Ambiental

La empresa de alimentos y bebidas “TRA DI BAR-RESTAURANT”, genera desperdicios orgánicos e inorgánicos por esta razón se compromete a cumplir las normas y parámetros ambientales actualmente vigentes con el fin de disminuir el impacto ambiental aplicando la regla de las tres R como son reducir, reciclar, reutiliza dichos desechos, con el fin de conservar de cierta manera las características del medio ambiente que nos rodea.

4.6 Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Después de haber ejecutado el estudio de mercado a la población de la Ciudad de Riobamba específicamente a la zona rural, el resultado indica la aceptabilidad para la creación de un Bar-Restaurant temático ya que se obtuvo una demanda superior a la oferta.
- En el estudio técnico se realizó recetas estándar las mismas que se encuentran en la carta, se determinó la localización y diseño de la planta, costos de producción y fichas profesiográficas del personal de trabajo.
- En el estudio administrativo legal, se realizó un manual de funciones que será entregado al personal para que lo utilicen de la manera correcta el mismo contiene información básica de la empresa y normas básicas de comportamiento, en el estudio ambiental se concluye que con la implementación del bar-restaurant no se afectará al medio ambiente.
- Finalizado el estudio financiero se determinó la factibilidad para la creación de “TRA-DI BAR-RESTAURANT” con los siguientes resultados: Valor Actual Neto (VAN) \$ 40.670,98 Tasa Interna de Retorno (TIR) positivo de 47%, Relación Beneficio/Costo de \$ 2,04, y el período de recuperación de la inversión es en el tercer año.

Recomendaciones

- Es recomendable aplicar diferentes encuestas una vez que este en funcionamiento el emprendimiento ya que es un estudio clave a la hora de pensar en la complacencia del consumidor.
- Aprovechar la zona donde se instalará la empresa de AyB como también su capacidad de producción para evitar pérdidas, elegir proveedores que estén comprometidos con la empresa a entregar productos de buena calidad a un precio cómodo para obtener como resultado la satisfacción del cliente.
- Para garantizar un servicio de calidad se debe poner en práctica las normas de buen comportamiento que contiene el manual de funciones así como también el empleador debe enfocarse en brindar capacitaciones al personal para juntos lograr un éxito total y aplicar las tres R (reusar,, reducir, reciclar) para ayudar a conservar el medio que nos rodea.
- Los resultados positivos obtenidos del estudio financiero indican que existe viabilidad, por tanto se recomienda ejecutar el emprendimiento dada su alta aceptabilidad en el mercado para generar fuentes de empleo en la ciudad de Riobamba.

BIBLIOGRAFÍA

- Anzil, F. (17 de ENERO de 2012). *Estudio financiero*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Candamil Calle , M. d., & López Becerra, M. H. (2004). Los proyectos sociales, una herramienta de la gerencia social. Manizales - Colombia: Universidad de Caldas.
- Cooper, B., Floody, B., & McNeill, G. (2002). Como iniciar y administrar un restaurante . Bogotá, Colombia : Norma .
- Cultural*. (8 de Noviembre de 2012). Obtenido de http://www.elmundo.com/portal/cultura/cultural/que_es_gastronomia.php#.We5-UvnWzIU
- Díaz Paniagua, E., & León Sánchez, M. (2014). *Gestión administrativa y comercial en restauracion*. Madrid: PARANINFO.
- El Riobambeño. (23 de Octubre de 2017). *El Riobambeño*. Obtenido de <http://www.riobamba.co/>
- G. A. (29 de Octubre de 2014). *Riobamba GAD Municipal*. Obtenido de: <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/riobamba/historia>
- Gallego, J. F. (2002). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Madrid, España: Paraninfo.
- García Ortiz , F., Gil Muela , M., & García Ortiz , P. P. (2004). En *Bebidas* (pág. 5). MADRID-ESPAÑA: Thomson Ediciones Paraninfo.
- García Ortiz, F., & García Ortiz , M. (2004). En *Bebidas* (pág. 3). MADRID, ESPAÑA: PARANINFO.

Gerencie.com. (2 de 12 de 2015). Obtenido de Gerencie.com : <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-costo-y-gasto.html>

Guerrero Luján , R. (2014). *Técnicas elementales de servicio*. ESPAÑA: EDICIONES PARANINFO

Gutierrez Morfin, E. (2004). *Diagnostico de las necesidades de capacitacion de los barman de los hoteles de cinco estrellas de Toluca y Metepec*. México : Universidad Autónoma del Estado de México.

Hinojo Lucena, J. J. (2016). *Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante*. España: Paraninfo.

Llangarí, A. (12 de Marzo de 2015). *Riobamba*. Obtenido de Riobamba: <http://culturariobamba.blogspot.com/>

Logitravel.com. (4 de 3 de 2018). Obtenido de: https://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-ecuador-190_2.html

Manene, L. M. (4 de ABRIL de 2012). *Mercado: concepto, tipos, estrategias, atractivo y segmentación*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>

Melgosa (ED.), F. J. (2004). *Derechos y turismo* . ESPAÑA: Universidad De Salamanca

Rebecca adventure travel . (4 de 03 de 2018). Obtenido de: <https://www.rebeccaadventuretravel.com/gastronomia-del-ecuador/?lang=es>

Rosales Obando , J. (2000). *Elementos de microeconomía* . EUNED.

Sánchez Lafuente , A. C. (2011). *Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante*. Antequera: IC.

Sánchez Salanova , M. (16 de JUNIO de 2017). *Instrumentos para recabar datos*. Obtenido de <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0093instrumentosrecabardatos.htm>

Técnico en cocina . (11 de 08 de 2009). Obtenido de : <http://tecocina.blogspot.com/2009/08/concepto-de-receta-estandar.html>

Vértice, E. (2012). *Gestión de proyectos*. España: Vértice.

ANEXOS

Anexos A: Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA

OBJETIVO:

Obtener información de la población para determinar la aceptabilidad de la creación de un Bar – Restaurant temático, en el Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo 2017.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente y marque con una (x) la opción que sea de su agrado.

- 1) ¿Le gustaría a usted que se implemente en nuestra ciudad un Bar – Restaurant temático, en el cual rescatemos nuestra música y gastronomía?

a. Sí b.No

¿Por qué?

- 2) ¿Si el Bar-Restaurant se llegara a implementar usted estaría dispuesto a visitarlos?

a. Si b. No

- 3) ¿Usted estaría dispuesto a consumir alimentos y bebidas elaborados con productos autóctonos de nuestra Ciudad?

a. Si b. No

¿Porqué?.....

- 4) ¿Escoja el slogan que más sea de su agrado?

b. Disfrutando lo nuestro.... b. Amando nuestra cultura

c. Nuestras raíces ancestrales.

- 5) ¿Cuál sería el consumo económico que usted estaría dispuesto a realizar en nuestro local?

a. 5,00 b. 10,00 c.15,00 o mas

- 6) ¿Con que frecuencia usted visitaría nuestro Bar – Restaurant?

a. Semanalmente b. Quincenalmente c. Mensualmente

- 7) ¿En qué lugares de la Ciudad le gustaría que este ubicado el local?



a. Centro de la ciudad Norte de la ciudad c. Sur de la ciudad

1) ¿Le gustaría que en nuestro local exista zona wi-fi gratis?

a. Si b. No

2) ¿Le gustaría que nuestro local ofrezca promociones cada fin de mes?

a. Si b. No

3) ¿Escoja usted el medio de comunicación en el que le gustaría que se realice publicidad y promoción del Bar – Restaurant?

a. Redes sociales Tv Radio Prensa

b. Vallas publicitarias.

4) ¿Usted conoce lugares de diversión que brinden los mismos productos y servicios?

a. Si b. No

• ¿Mencione otros Bares-Restaurants que usted ha visitado?

.....
.....

• ¿Está satisfecho con los lugares visitados mencionados anteriormente?

a. Si b. No

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Anexos B: Entradas

NOMBRE	EMPANADAS DE VIENTO	PAX	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	40 min		
COSTO TOTAL	3,58		
COSTO POR 10 PAX	0,39		
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO	Refrigeracion		
UTENSILIOS	Espatula. Bowls, cacerola, rallador, tabla de picar, rodillo, tamiz de metal, saten		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina, refrigerador, balanza		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Harina	gr	454	0,60
polvo de hornear	gr	5	0,07
Mantequilla	gr	110	0,65
Sal	gr	15	0,01
Queso	gr	110	0,50
Cebolla	gr	10	0,05
Aceite	ml	500	1,70
		COSTO TOTAL	3,58

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	TAMALES	PAX: 10	
TIEMPO DE ELABORACIÓN	60 min		
COSTO TOTAL UNITARIO	2,44		
COSTO POR PAX	0,24		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigeracion		
UTENSILIOS	olla tamalera, espátulas, tamiz, sartén, tabla de picar, cuchillo,		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Balanza, cocina, refrigerador		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Harina de maiz	gr	454	0,60
polvo de hornear	gr	5	0,07
Manteca de cerdo	gr	110	0,48
Sal	gr	15	0,01
Huevos	gr	120	0,30
Arveja	gr	50	0,25
Zanahoria	gr	50	0,11
Achiote	ml	10	0,05
Sal	gr	15	0,01
Comino	gr	3	0,03
Pimienta	gr	3	0,03
Pollo	gr	150	0,40
Ajo	gr	5	0,10
		COSTO TOTAL	2,44

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	HUMITAS	PAX	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	40 min		
COSTO TOTAL			3,45
COSTO POR 10 PAX			0,35
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO	Refrigeracion		
UTENSILIOS	Espatula. Bowls, cazerola,rallador,tabla de picar,rodillo, tamiz de metal, sarten, olla ta		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina, refrigerador, balanza, molino		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Choclo	gr	400	2,00
Polvo de hornear	gr	5	0,07
Mantequilla	ml	50	0,29
Manteca de cerdo	gr	50	0,22
Huevos	gr	120	0,30
Sal	gr	20	0,02
Queso	gr	110	0,50
		COSTO TOTAL	3,40

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	CHOCOS CON TOSTADO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	25 min		
COSTO TOTAL			4,28
COSTO POR PAX			0,42
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Ambiente		
UTENSILIOS	Sarten, espumadera,bowls, tamiz de metal		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Chochos	gr	680	2,00
Chulpi	gr	454	2,00
Aceite	ml	50	0,17
Sal	gr	7	0,01
Cebolla	gr	20	0,10
		COSTO TOTAL	4,28

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	TORTILLAS DE MAIZ EN TIESTO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	30 min		
COSTO TOTAL			3,50
COSTO POR PAX			0,35
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Ambiente		
UTENSILIOS	Tiesto, bowl, sartén, tabla de picar, tamiz		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Balanza, cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Harina de maíz	gr	454	0,60
Huevos	gr	120	0,30
Mantequilla	gr	100	1,00
Sal	gr	10	0,01
Polvo de hornear	gr	5	0,07
queso	gr	200	1,47
cebolla	gr	10	0,05
		COSTO TOTAL	3,50

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	LOCRO DE PAPAS	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	60 min		
COSTO TOTAL			4,43
COSTO POR PAX			0,44
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, sartén, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Papas	gr	1000	1,00
Cebolla	gr	20	0,10
Ajo	gr	10	0,20
Sal	gr	15	0,02
Achiote	ml	10	0,05
Queso	gr	200	1,47
Leche	ml	100	0,08
Pimienta	gr	3	0,01
Aguacate	gr	300	1,50
		COSTOTOTAL	4,43

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	CEVICHE DE CUERO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	45 min		
COSTO TOTAL	4,28		
COSTO POR PAX	0,42		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador	FOTOGRAFÍA	
UTENSILIOS	Cacerolas, olla de presion, tabla de picar, bowls, cuchillo, tamiz.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina, licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Chochos	gr	300	1,00
Chulpi	gr	200	0,88
cebolla	gr	100	0,50
sal	gr	20	0,02
Achiote	ml	10	0,05
Cuero	gr	200	0,60
Tomate	gr	350	1,00
cilandro	gr	5	0,10
Cangil	gr	100	0,13
		COSTO TOTAL	4,28

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	YAGUARLOCRO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	60 min		
COSTO TOTAL	9,38		
COSTO POR PAX	0,94		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador	FOTOGRAFÍA	
UTENSILIOS	Cacerolas, sarten, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Menudo de borrego	gr	680	3,74
limon	gr	30	0,10
Hierbabuena	gr	3	0,01
sal	gr	20	0,02
Achiote	ml	10	0,05
Cebolla blanca	gr	200	0,60
Tomate	gr	200	0,57
Cilandro	gr	10	0,10
Oregano	gr	5	0,03
Comino	gr	5	0,03
Ajo	gr	5	0,10
Pimienta	gr	3	0,02
Papa chola	gr	1000	1,00
Mani	gr	100	0,83
Leche	ml	100	0,08
Cebolla paitaña	gr	100	0,50
Perejil	gr	10	0,10
Aguacate	gr	300	1,50
		COSTO TOTAL	9,38

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Anexos C: Platos fuertes.

NOMBRE	SECO DE POLLO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	30 min		
COSTO TOTAL			8,36
COSTO POR PAX			0,84
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, sarten, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Pollo (Piernitas)	gr	1000	5,70
pimiento	gr	50	0,30
cebolla	gr	50	0,25
sal	gr	20	0,02
Achiote	ml	10	0,05
comino	gr	5	0,05
Tomate	gr	200	0,57
Cilandro	gr	5	0,10
Pimienta	gr	3	0,02
Arroz	gr	1000	1,20
ajo	gr	5	0,10
		COSTO TOTAL	8,36

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	SECO DE CARNE	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	30 min		
COSTO TOTAL			10,16
COSTO POR PAX			1,02
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, sarten, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Carne	gr	1500	7,50
pimiento	gr	50	0,30
cebolla	gr	50	0,25
sal	gr	20	0,02
Achiote	ml	10	0,05
comino	gr	5	0,05
Tomate	gr	200	0,57
Cilandro	gr	5	0,10
Pimienta	gr	3	0,02
Arroz	gr	1000	1,20
ajo	gr	5	0,10
		COSTO TOTAL	10,16

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	FRITADA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	45 min		
COSTO TOTAL			15,56
COSTO POR PAX			1,56
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador	FOTOGRAFÍA	
UTENSILIOS	Cacerolas, sartén, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo, paila de bronce		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Carne de cerdo	gr	4000	11,20
choclo	gr	1000	1,00
cebolla	gr	100	0,50
sal	gr	50	0,04
Manteca de cerdo	gr	200	0,88
comino	gr	5	0,05
Tomate	gr	200	0,57
Cilandro	gr	5	0,10
Pimienta	gr	3	0,02
maduro	gr	700	1,00
ajo	gr	10	0,20
		COSTO TOTAL	15,56

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	HORNADO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	45 min		
COSTO TOTAL			18,48
COSTO POR PAX			1,85
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador	FOTOGRAFÍA	
UTENSILIOS	Cacerolas, sartén, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Carne de cerdo (Costilla)	gr	4000	11,20
mote	gr	1000	3,00
cebolla	gr	100	0,50
sal	gr	50	0,04
comino	gr	5	0,05
Tomate	gr	200	0,57
Cilandro	gr	5	0,10
Pimienta	gr	3	0,02
maduro	gr	700	1,00
Aji	gr	10	0,20
Lechuga	und	1	0,30
Chicha agria	ml	300	1,00
ajo	gr	50	0,50
		COSTO TOTAL	18,48

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	PAPAS CON CUY	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	45 min		
COSTO TOTAL	23,60		
COSTO POR PAX	2,36		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador	FOTOGRAFÍA	
UTENSILIOS	Cacerolas, sartén, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina, Horno		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Cuy	UNIDAD	3 1/2	17,50
Mani	gr	200	1,65
cebolla Blanca	gr	100	0,50
Sal	gr	150	0,12
comino	gr	5	0,05
Tomate	gr	100	0,28
Cilandro	gr	5	0,10
Pimienta	gr	3	0,02
Papas	gr	2000	2,00
Lechuga crespá	und	1	0,50
leche	ml	100	0,08
ajo	gr	50	0,50
Zanahoria	gr	100	0,30
		COSTO TOTAL	23,60

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	PAPAS CON CONEJO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	45 min		
COSTO TOTAL	20,10		
COSTO POR PAX	2,01		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador	FOTOGRAFÍA	
UTENSILIOS	Cacerolas, sartén, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina, Horno		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
CONEJO	und	2	14,00
Mani	gr	200	1,65
cebolla Blanca	gr	100	0,50
Sal	gr	150	0,12
comino	gr	5	0,05
Tomate	gr	100	0,28
Cilandro	gr	5	0,10
Pimienta	gr	3	0,02
Papas	gr	2000	2,00
Lechuga crespá	und	1	0,50
leche	ml	100	0,08
ajo	gr	50	0,50
Zanahoria	gr	100	0,30
		COSTO TOTAL	20,10

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	LLAPINGACHOS CON CAUC	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	45 min	 <p style="text-align: center;">FOTOGRAFÍA</p>	
COSTO TOTAL	11,10		
COSTO POR PAX	1,11		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, sartén, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina, Horno		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Caucara	gr	1000	4,00
Mani	gr	200	1,65
cebolla Blanca	gr	100	0,50
Sal	gr	150	0,12
Mantequilla	gr	50	0,50
comino	gr	5	0,05
Tomate	gr	100	0,28
Cilandro	gr	5	0,10
Pimienta	gr	3	0,02
Papas	gr	2000	2,00
Lechuga cresp a	und	1	0,50
leche	ml	100	0,08
ajo	gr	50	0,50
Zanahoria	gr	100	0,30
Queso	gr	125	0,50
		COSTO TOTAL	11,10

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Anexos D: Postres

NOMBRE	HIGOS CON QUESO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	60 min		FOTOGRAFÍA
COSTO TOTAL	3,23		
COSTO POR PAX	0,32		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, sartén, cuchara de madera, tabla de picar, cuchillo.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Higos	und	10	1,00
Panela	gr	500	1,50
Queso	gr	100	0,73
		TOTAL	3,23

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	ARROZ CON LECHE	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	30 min		FOTOGRAFÍA
COSTO TOTAL	3,41		
COSTO POR PAX	0,34		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, , cuchara de madera		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Leche	ml	2000	1,60
Arroz	gr	220	0,29
Canela	gr	2	0,07
Limon	und	1	0,05
Azucar	gr	100	0,10
Leche condensada	gr	100	0,98
Pasas	gr	50	0,22
Canela en polvo	gr	5	0,10
		COSTO TOTAL	3,41

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	MOROCHO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	45 min		
COSTO TOTAL			3,25
COSTO POR PAX			0,33
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, , cuchara de madera		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Leche	ml	2000	1,60
Morocho	gr	225	0,40
Canela	gr	2	0,07
Azucar	gr	100	0,10
Leche condensada	gr	100	0,98
Canela en polvo	gr	5	0,10
		COSTO TOTAL	3,25

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	QUIMBOLITOS	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	45 min		
COSTO TOTAL			4,50
COSTO POR PAX			0,45
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Bowl, lengua de gato, batdor de mano, olla tamalera, tijera.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Mantequilla	gr	120	0,70
Polvo de hornear	gr	25	0,36
Huevos	gr	180	0,45
Azucar	gr	100	0,10
Harina	gr	680	0,90
Cocoa	gr	100	0,45
Hojas de achera	und	10	1,00
pasas	gr	100	0,44
Esencia de vainilla	ml	3	0,10
		COSTO TOTAL	4,50

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	TOMATES EN ALMIBAR	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	25 min	 <p>FOTOGRAFÍA</p>	
COSTO TOTAL	2,44		
COSTO POR PAX	0,24		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	cazuela, cuhara de madera, cuchillo		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Tomates	UNIDAD	10	2,00
Canela	gr	4	0,14
Esencia de vainilla	ml	3	0,10
Azucar	gr	200	0,20
		COSTO TOTAL	2,44

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	BABACO EN ALMIBAR	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	25 min	 <p>FOTOGRAFÍA</p>	
COSTO TOTAL	4,44		
COSTO POR PAX	0,44		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	cazuela, cuhara de madera, cuchillo		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Tomates	UNIDAD	2	4,00
Canela	gr	4	0,14
Esencia de vainilla	ml	3	0,10
Azucar	gr	200	0,20
		COSTO TOTAL	4,44

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	CHAMPUS	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	30 min		
COSTO TOTAL	6,82		
COSTO POR PAX	0,68		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador	FOTOGRAFÍA	
UTENSILIOS	cazerola, cuhara de madera, cuchillo		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Harina de maiz blanco	gr	454	0,60
Canela	gr	4	0,14
Piña	gr	300	1,50
Panela	gr	454	1,50
Babaco	gr	300	1,00
Mote	gr	200	1,00
Clavos de olor	gr	4	0,14
Pimienta dulce	gr	4	0,14
Naranja	gr	150	0,75
Hojas de naranja	und	5	0,05
		COSTO TOTAL	6,82

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Anexos E: Bebidas sin alcohol

NOMBRE	JUGO DE TOMATE	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	15 min	 <p>FOTOGRAFÍA</p>	
COSTO TOTAL	1,13		
COSTO POR PAX	0,11		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Jarra, paleta		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Licuadaora		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Tomate de arbol	gr	300	1,00
Azucar	gr	100	0,10
Hielo del chimborazo	gr	50	0,03
		COSTO TOTAL	1,13

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	JUGO DE MORA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	15 min	 <p>FOTOGRAFÍA</p>	
COSTO TOTAL	1,15		
COSTO POR PAX	0,12		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Jarra, paleta		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Licuadaora		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Mora	gr	454	1,00
Azucar	gr	150	0,12
Hielo del chimborazo	gr	50	0,03
		COSTO TOTAL	1,15

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	JUGO DE FRUTILLA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	15 min	 FOTOGRAFÍA	
COSTO TOTAL	1,13		
COSTO POR PAX	0,11		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Jarra, paleta		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Frutilla	gr	454	1,00
Azucar	gr	100	0,10
Hielo del chimborazo	gr	50	0,03
		COSTO TOTAL	1,13

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	JUGO DE NARANJA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	20	 FOTOGRAFÍA	
COSTO TOTAL	3,13		
COSTO POR PAX	0,31		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Jarra, paleta		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Naranja	umd	20	3,00
Azucar	gr	100	0,10
Hielo del chimborazo	gr	50	0,03
		COSTO TOTAL	3,13

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	JUGO DE PIÑA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	20	 FOTOGRAFÍA	
COSTO TOTAL	1,63		
COSTO POR PAX	0,16		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Jarra, paleta		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Licuadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Piña	gr	500	1,50
Azucar	gr	100	0,10
Hielo del chimborazo	gr	50	0,03
		TOTAL	1,63

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	JUGO DE BABACO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	20	 <p>FOTOGRAFÍA</p>	
COSTO TOTAL	2,13		
COSTO POR PAX	0,21		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Jarra, paleta		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	Licadora		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Babaco	gr	500	2,00
Azucar	gr	100	0,10
Hielo del chimborazo	gr	50	0,03
		COSTO TOTAL	2,13

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Anexos F: Bebidas con alcohol

NOMBRE	CANELAZO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	20		
COSTO TOTAL	0,97		
COSTO POR PAX	0,10		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	cacerolas, tamiz, embudo		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Naranjillas	und	30	0,30
Rama de canela	gr	4	0,14
Clavo de olor	gr	4	0,14
Azucar	gr	20	0,02
Anis	gr	4	0,14
Punta	ml	125	0,23
		COSTO TOTAL	0,97

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	CHICHA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	1 día		
COSTO TOTAL	3,79		
COSTO POR PAX	0,38		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	cacerolas, tamiz, embudo, pipa de madera		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Naranjillas	gr	50	0,30
Rama de canela	gr	4	0,14
Clavo de olor	gr	4	0,14
Hierbaluisa	gr	2	0,03
Cedron	gr	2	0,03
Maracuya	gr	30	0,25
piña	gr	200	0,60
Panela	gr	454	1,50
Harina de jora	gr	454	0,8
		COSTO TOTAL	3,79

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	CHICHA HUEVONA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	15 MIN		FOTOGRAFÍA
COSTO TOTAL	5,59		
COSTO POR PAX	0,60		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	cacerolas, tamiz, embudo, pipa de madera		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Naranjillas	gr	50	0,30
Rama de canela	gr	4	0,14
Clavo de olor	gr	4	0,14
Hierbaluisa	gr	2	0,03
Cedron	gr	2	0,03
Maracuya	gr	30	0,25
piña	gr	500	1,50
Panela	gr	454	1,50
Harina de jora	gr	454	0,80
Huevos	UNIDAD	4	0,60
Bicarbonto	gr	10	0,08
Azucar	gr	20	0,02
Punta	gr	100	0,20
		COSTO TOTAL	5,59

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	CHICHA CON FRUTAS	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	1 día		FOTOGRAFÍA
COSTO TOTAL	5,88		
COSTO POR PAX	0,59		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	cacerolas, tamiz, embudo, pipa de madera		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Naranjillas	gr	50	0,30
Rama de canela	gr	4	0,14
Clavo de olor	gr	4	0,14
Hierbaluisa	gr	2	0,03
Cedron	gr	2	0,03
Maracuya	gr	30	0,25
piña	gr	500	1,50
Panela	gr	454	1,50
Harina de jora	gr	454	0,8
Frutilla	gr	100	0,22
uva	gr	100	0,22
Manzana	gr	100	0,22
Durazno		100	0,53
		COSTO TOTAL	5,88

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	LECHE DE TIGRE	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	15 min	 FOTOGRAFÍA	
COSTO TOTAL			1,88
COSTO POR PAX			0,19
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	cacerolas, tamiz, embudo, pipa de madera		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Leche	ml	1500	1,30
Rama de canela	gr	4	0,14
Clavo de olor	gr	4	0,14
Azucar	gr	100	0,10
Punta	gr	100	0,20
		COSTO TOTAL	1,88

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	ROSERO	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	30min	 FOTOGRAFÍA	
COSTO TOTAL			6,48
COSTO POR PAX			0,65
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, tabla de picar, cuchillos.		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Mote	gr	500	1,30
Piña	gr	100	1,50
Babaco	gr	100	1,50
Azucar	gr	1000	0,98
Esencia de vainilla	ml	5	0,20
Frutillas	gr	500	1,00
		COSTO TOTAL	6,48

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	MACERADO DE GRANADILLA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	1 semana	 FOTOGRAFÍA	
COSTO TOTAL	4,29		
COSTO POR PAX	0,43		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, tabla de picar, cuchillos, botellas de vidrio		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Aguardiente	ml	250	0,25
Especias de dulce	gr	15	0,54
Miel	ml	250	1,50
Grandilla	gr	200	2,00
		COSTO TOTAL	4,29

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	MACERADO DE UVILLA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	1 semana	 FOTOGRAFÍA	
COSTO TOTAL	3,29		
COSTO POR PAX	0,33		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, tabla de picar, cuchillos, botellas de vidrio		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Aguardiente	ml	250	0,25
Especias de dulce	gr	15	0,54
Miel	gr	250	1,50
Uvilla	gr	200	1,00
		COSTO TOTAL	3,29

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	MACERADO DE FRUTILLA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	1 semana	 FOTOGRAFÍA	
COSTO TOTAL	2,73		
COSTO POR PAX	0,27		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, tabla de picar, cuchillos, botellas de vidrio		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Aguardiente	ml	250	0,25
Especias de dulce	gr	15	0,54
Miel	ml	250	1,50
Frutilla	gr	200	0,44
		COSTO TOTAL	2,73

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

NOMBRE	MACERADO DE PIÑA	PAX:	10
TIEMPO DE ELABORACIÓN	1 semana	 <p style="text-align: center;">FOTOGRAFÍA</p>	
COSTO TOTAL	3,29		
COSTO POR PAX	0,33		
TÉCNICA DE ALMACENAMIENTO	Refrigerador		
UTENSILIOS	Cacerolas, tabla de picar, cuchillos, botellas de vidrio		
MAQUINARIAS Y EQUIPO	cocina		
INGREDIENTES	UNIDAD	PESO	COSTO
Aguardiente	ml	250	0,25
Especias de dulce	gr	15	0,54
Miel	ml	250	1,50
Piña	gr	200	1,00
		COSTO TOTAL	3,29

Elaborado por: Ilbay, Katherin.2017

Anexos G: Manual de Funciones





DISFRUTA LO NUESTRO...

Índice

Bienvenida.....	1
Misión.....	2
Visión.....	3
Políticas.....	4
Estrategias.....	4
Valores y Principios.....	5
Distingos y Ventajas Competitivas.....	6
Normas básicas de ingreso al establecimiento.....	8
Personal.....	8
Actividades a desarrollare en cada una de las áreas.....	8
Área de producción.....	8
Área de servicio.....	9





DISFRUTA LO NUESTRO...

Bienvenida

Este pequeño folleto que "TRA DI BAR-RESTAURANT" te proporciona es para que nos conozcas y te comprometas a cumplir cada uno de nuestros propósitos ya que este es un trabajo en equipo. Para lograr que nuestra Misión y Visión se cumplan depende mucho de cómo trabajemos.

Te damos la bienvenida y estamos seguros que a este manual de funciones le darás el uso necesario...





DISFRUTA LO NUESTRO...

Misión

Tra Di Bar-Restaurant es una empresa líder en el servicio temático ofreciendo a los clientes locales y nacionales un lugar diferente, buscando ingresar al mercado nacional incluyendo diseño cultural en todo el local además de gastronomía propia de nuestra ciudad para satisfacer así las necesidades de nuestros clientes.

MISIÓN





DISFRUTAR LO NUESTRO...

Visión

Llegar a ser un Bar-Restaurant temático de sana diversión y alta competitividad ofreciendo productos y servicios de calidad pretendiendo así a largo plazo posicionarnos en la mente del consumidor siendo líderes en este tipo de servicio hasta alcanzar nuestras metas y aportar a nuestro crecimiento como profesionales exitosos y calidad humana.

VISIÓN





DISFRUTA LO NUESTRO...

Políticas

- » Los trabajadores deben tener buena presencia.
- » Servicio de calidad a cada uno de los clientes.
- » Capacitaciones periódicamente al personal.
- » Incentivos a los trabajadores.
- » Personal contratado sin distinción de género.
- » Ofrecer seguridad en el área de trabajo.

Estrategias

- » El personal deberá asistir al trabajo debidamente uniformado y no llegar en estado etílico o con síntomas de haber ingerido alguna sustancia que altere su rendimiento.
- » Brindar capacitaciones constantes a los trabajadores para brindar excelencia a cada uno de los clientes tanto en producto como en servicio.
- » Incentivar y motivar a los empleados para generar buen ambiente de trabajo.





DISFRUTA LO NUESTRO...

- » Tener los mejores proveedores que cuenten con unos productos de buena calidad a bajo costo.
- » El personal encargado deberá realizar correctamente la inspección, recepción y almacenamiento de la materia prima.
- » Los encargados del área de producción y servicio deberán mantener su área de trabajo completamente limpia.
- » Garantizar la inocuidad de los alimentos y bebidas en cada uno de sus procesos para evitar posibles contaminaciones y afectar la salud de nuestros clientes.
- » Se contratara personal sin diferencia de género, etnia y edad.





DISFRUTA LO NUESTRO...

Valores y Principios

a) De trabajo

- ☒ Detallista
- ☒ Formador
- ☒ Responsable
- ☒ Solidario
- ☒ Vocación por el trabajo

b) Axiológicos

- ☒ Amigable
- ☒ Leal
- ☒ Honesto apasionado
- ☒ Comprometido





DISFRUTA LO NUESTRO...

Distingos y Ventajas Competitivas

Distingos

El "TRA DI BAR – RESTAURANT" será un local que brindará desde su:

☞ **Diseño:** Será su diferencial principal ya que dentro del local se contará con decoración netamente cultural, donde se incluirá cuadros con reseñas históricas de los personajes más sobresalientes de las fiestas tradicionales como por ejemplo: diablos, danzantes, curiquingues, perros, leyendas el duende de San Gerardo, la Ronda de los no Nacidos entre otras.

La pintura y decoración de exteriores como de interiores representaran lo que se quiere mostrar a los clientes que con solo ver su fachada los lleve a identificarnos como el primer establecimiento de A&B Cultural en la Ciudad.

☞ **Producto:** Se ofrecerá Gastronomía propia incluyendo a esto bebidas conocidas como: chicha de jora, chicha huevo-na, canelazos.

☞ **Servicio:** Personalizado ya que se atenderá a los clientes con total cordialidad y delicadeza, brindándoles así seguridad y confianza.





DISFRUTA LO NUESTRO...

Ventajas

- ☑ Zona wi-fi gratis.
- ☑ En temporadas bajas ofreceremos macerados gratis.
- ☑ El personal llevara su uniforme acorde a la temática del Bar-Restaurant.
- ☑ Tendremos reseñas históricas de los personajes más sobresalientes de nuestras fiestas.
- ☑ La decoración del lugar será llena de color tal cual nuestras festividades que demuestran alegría y diversión.





DISFRUTAR LO NUESTRO...

Normas básicas de ingreso al establecimiento

Personal

- ⌘ La hora de ingreso al local debe ser puntual.
- ⌘ Baño diario
- ⌘ Ingresar a "TRA DI BAR – RESTAURANT" correctamente uniformados.
- ⌘ Utilizar malla de cabello para evitar que estos caigan en los alimentos.
- ⌘ Los hombres deberán llevar cabello corto, sin bigote y sin perfumes fuertes.
- ⌘ Las mujeres deberán mantener su cabello recogido, no portar aretes, anillos, pulseras y esmalte.
- ⌘ El uniforme que la empresa les proporcione debe estar bien llevado ya que esa es su imagen de presentación.





DISFRUTA LO NUESTRO...

Actividades a desarrollare en cada una de las áreas

Área de producción

- ⌘ Antes de empezar con la labor diaria deberán desinfectar su lugar de trabajo.
- ⌘ La limpieza de los pisos es importante para evitar accidentes de trabajo los mismo deben mantenerse siempre secos y libre de basuras.
- ⌘ Mantener limpio nuestros equipos y utensilios de trabajo y tenerlos ordenados y cada tipo con su respectiva identificación.
- ⌘ El encargado de recibir la mercadería debe estar apto e inspeccionar que todo lo que ingrese al local esté en perfectas condiciones, así como también ordenar cada tipo de alimentos perecederos como no perecederos y que estos se encuentren almacenados a una temperatura óptima.





DISFRUTA LO NUESTRO...

- ⊗ Llevar un control obligatorio con los géneros cárnicos.
- ⊗ Aplicar en la rotación de inventarios el método fifo (primero en entrar primero en salir), para que no exista pérdida de materia prima.
- ⊗ Realizar una correcta manipulación de alimentos.
- ⊗ El techo, pisos y paredes deben ser de fácil acceso para realizar una correcta limpieza y sanitación.
- ⊗ Antes de terminar la jornada de trabajo el área de cocina debe quedar limpia.





DISFRUTA LO NUESTRO...

Área de servicio

- » El piso como las mesas deben estar limpias
- » Tener las mesas a punto para recibir a los clientes.
- » Pulir copas, vasos, platos, cubiertos, etc.
- » El bar tender debe tener toda su materia prima necesaria para la elaboración de cocteles.
- » Mantener sus equipos y utensilios limpios.
- » Ser gentiles con cada uno de los clientes.
- » Antes de terminar su jornada de trabajo deben dejar su área de trabajo limpia.



TINA DE MASH - RESTAURANTE



TINA DE MASH - RESTAURANTE



TINA DE MASH - RESTAURANTE



Disfruta lo nuestro...

Disfruta lo nuestro...

Dirección

Av. Daniel León Borja y Juan Lavalle

CONTACTOS

Celular: 0993030297

Email: yttablesol1993@hotmail.com

Horario de atención

Lunes a Sabados

16:00 a 12:00



Anexo H: Carta Tra Di Bar-Restaurant

MENU
TRA DI BAR RESTAURANT

BEBIDAS CON ALCOHOL

CANELAZO	0.50\$
CHICHA	1.00\$
CHICHA CON FRUTAS	1.50\$
CHICHA HUEVONA	1.70\$
LECHE DE TIGRE	0.50\$
ROSEDO	1.90\$
MACERADO DE GRANADILLA	1.25\$
MACERADO DE UVILLA	1.00\$
MACERADO DE FRUTILLA	0.80\$
MACERADO DE PIÑA	1.00\$





DISFRUTA LO NUESTRO



CONTACTOS

Celular: 0993030297
Email: yttakleso1993@hotmail.com

Horario de atención
Lunes a Sabados
16:00 a 12:00

Dirección
Av. Daniel León Borja y Juan Lavalle




DISFRUTA LO NUESTRO




MENU
TRA DI BAR RESTAURANT

PLATOS FUERTES

EMPANADAS DE VIENTO	1.00\$
TAMALES	0.70\$
HUMITAS	1.00\$
TORTILLAS DE MAIZ EN TUESTO	1.00\$
LOCRO DE PAPAS	1.25\$
YAGUARLOCRO	2.70\$
SECO DE POLLO	2.50\$
SECO DE CARNE	2.50\$
FRITADA	4.00\$
HORNADO	5.00\$
PAPAS CON CUY	6.00\$
PAPAS CON CONEJO	6.00\$
LLAPINGACHOS CON CAUCARA	3.50\$
CHOCHOS CON TOSTADO	1.20\$
CEWICHE DE CUERO	1.20\$



MENU
TRA DI BAR RESTAURANT

POSTRES

HIGOS CON QUESO	1.00\$
ARROZ CON LECHE	1.00\$
MOROCHO	1.00\$
QUIMBOLITOS	1.00\$
TOMATES EN ALMIBAR	0.70\$
BABADO EN ALMIBAR	1.00\$
CHAMPÚS	1.50\$



MENU
TRA DI BAR RESTAURANT

BEBIDAS SIN ALCOHOL

JUGO DE TOMATE	1.00\$
JUGO DE MORA	1.00\$
JUGO DE FRUTILLA	1.00\$



JUGO DE NARANJA	1.00\$
JUGO DE PIÑA	1.00\$
JUGO DE BABADO	1.00\$

