



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y
HOTELERÍA**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN HOTELERA

TEMA:

ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO PARA LA
ELABORACIÓN DE BEBIDAS EN EL ESTABLECIMIENTO
RIO CAFÉ BAR UBICADO EN LA CIUDAD DE QUITO

Trabajo de investigación previo a la
obtención del título de tecnólogo en
administración de Empresas Hoteleras

Autor: Diego Fernando Proaño Salazar

Director: Ing. Paulo Villacres

QUITO - ECUADOR

2014

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a todas las personas que directa e indirectamente colaboraron y ayudaron y me apoyaron constantemente para lograr el objetivo propuesto.

En especial a mi hija y mi hijo quienes fueron la inspiración más grande junto a mi esposa que siempre estuvieron presionándome hasta terminar quienes se desvelaron con migo y me acompañaron todo este tiempo.

AGRADECIMIENTO

Son muchas a las personas que quisiera agradecer en este momento, todos han aportado un granito de arena para llegar a conseguir este objetivo.

En especial a mi familia que siempre me apoyo a pesar de todos los problemas, siempre confiaron en mí y me tendieron la mano cuando más lo necesitaba.

Muchas gracias al Instituto y a los docentes que en toda mi carrera me guiaron y aportaron con sus conocimientos para poder convertirme en una persona con ambición de éxito.

DECLARACION DE AUTORIA

Yo Diego Fernando Proaño Salazar declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de grado con tema: Estrategias de Mejoramiento para la elaboración de bebidas en el establecimiento Rio Café Bar ubicado en la ciudad de Quito, es de mi estricta autoría y autenticidad.

Atentamente

Diego Proaño

Quito, 12 de Enero del 2014

CERTIFICACIÓN DE DIRECCIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Ingeniero

Paulo Villacres

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO DE FIN DE CARRERA

Yo. Ingeniero Paulo Villacres, certifico haber revisado el presente informe de investigación con el tema: Estrategias de mejoramiento para la elaboración de bebidas en el establecimiento Rio café bar ubicado en la ciudad de Quito, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Hotelería ITHI de Quito, por lo tanto se autoriza su presentación final para los trámites legales pertinentes.

Atentamente

Ing. Paulo Villacres

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

En el presente documento consta la cesión de derechos de mi trabajo de fin de carrera en conformidad con las siguientes cláusulas.

Primero:

El Ingeniero Paulo Villacres, por sus propios derechos, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y el Sr. Diego Fernando Proaño Salazar, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo de fin de carrera.

Segundo:

Uno; Diego Fernando Proaño Salazar, realizo el trabajo de fin de carrera titulado: Estrategias de mejoramiento para la elaboración de bebidas en el establecimiento Rio Café Bar ubicado en la ciudad de Quito, para obtener el título de Tecnólogo en Administración de Empresas Hoteleras, en el Instituto Tecnológico de turismo y Hotelería Internacional "ITHI", bajo la tutoría del Ingeniero Paulo Villacres.

Dos; Es política del Instituto Tecnológico de turismo y hotelería Internacional "ITHI", que los trabajos de fin de carrera se materialice, se difunda y se lo aplique en beneficio de la comunidad y de los estudiantes que conforman el instituto tecnológico de Turismo Y Hotelería "ITHI".

Tercero; Comparecen, Ing. Paulo Villacres, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y Diego Fernando Proaño Salazar, como autor del mismo, por medio del presente escrito, tiene a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con título: Estrategias de Mejoramiento para la elaboración de bebidas en el Establecimiento Rio Café Bar ubicado en la ciudad de Quito; y conceden autorización para que el instituto tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", pueda utilizar este trabajo en beneficio de los estudiantes y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

Cuarta; Las partes involucradas declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Fin de Carrera.

DIRECTOR

AUTOR

Ing. Paulo Villacres

Diego Proaño

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARACION DE AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN DE DIRECCIÓN DE TRABAJO DE GRADO.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA	vi
INDICE DE CONTENIDOS.....	viii
INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN.....	14
INTRODUCCIÓN.....	15
PRIMERA PARTE - PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	16
1.1 Identificación del problema.....	16
1.2. Formulación del problema.....	18
1.3. Objetivos	18
1.3.1. General	18
1.3.2. Específicos.	18
1.4 Justificación.....	19
1.4.1. Relevancia Social	20
SEGUNDA PARTE - MARCO TEORICO	21
2.1 Fundamentación teórica.....	
2.1.1. Los Bares	21
2.1.2. La Barra.....	22
2.1.3. Compras	23
2.1.4. Normas para la atención al cliente.....	25
2.1.5. Otras formas de decorar bebidas.....	27
2.2. Marco Teórico.....	28
CAPITULO I: Generalidades.....	28
1.1. La empresa	28
1.1.1. Ubicación.....	28
1.2. Misión, Visión Y Objetivos propios de la empresa.....	29

1.3.	Políticas del personal.....	30
1.3.1.	Obligaciones del trabajador.....	30
1.3.2.	Obligaciones del empleador.....	31
1.4.	Organigrama funcional.....	31
1.5.	Instalaciones.....	32
1.5.1	La barra.....	32
1.5.2.	Salón.....	34
1.6.	Compras.....	34
1.7.	Proveedores	34
CAPITULO II: Servicio al cliente.....		35
2.1.	Servicio al cliente.....	35
2.1.1.	Normas para una buena atención al cliente.....	36
2.1.2.	Relación presencial con el cliente	37
2.1.3.	Capacidad de información, gestión de quejas y sugerencias.....	38
2.2.	Recepción de clientes.....	39
2.2.1.	Acogida y acomodo.....	40
2.2.2.	Despedida de clientes.....	41
2.3.	Servicio de Barra.....	41
2.3.1.	Limpieza y organización de la barra.....	41
2.4.	Mantenimiento de maquinaria y equipos.....	42
CAPITULO TRES: Técnicas de preparación.....		44
3.1.	Cocteleria Básica.....	44
3.1.1.	Series de cocteleria.....	44
3.1.2.	Series de cocteleria más usadas.....	45
3.1.3	Decoración de cocteles.....	49
CAPITULO CUATRO: Control de Inventarios		53
4.1.	Inventarios	53
4.1.1.	Inventario en los bares.....	53
4.1.2.	Manejo de inventarios.....	54
4.1.3.	Instrucciones para toma de inventarios.....	56
4.2.	Fichas de control de proveedores	58
4.3.	Kardex de control de bebidas.....	61
4.4.	Utilización de recetas.....	63

4.5.	Estandarización de recetas.....	64
TERCERA PARTE - METODOLOGIA.....		66
3.1.	Tipo y diseño de la investigación.....	66
3.2.	Universo y muestra.....	67
3.3.	Instrumentos de recolección de datos.....	68
3.4.	Descripción del trabajo de campo.....	68
3.5.	Procesamiento y análisis.....	69
CUARTA PARTE - PRESENTACION DE RESULTADOS.....		70
4.1.	Presentación Grafica de resultados.....	70
4.1.1.	¿Cómo calificaría el servicio en el bar?.....	70
4.1.2.	¿Cómo calificaría la calidad de las bebidas?.....	71
4.1.3.	¿Qué tal le pareció la experiencia con la amabilidad del personal?.....	72
4.1.4.	¿Cómo Calificaría la limpieza del establecimiento?.....	73
4.1.5.	¿Qué opina del orden del establecimiento?.....	74
4.1.6.	¿El tiempo en el que fue atendido le pareció?.....	75
4.1.7.	¿Los meseros supieron brindarle la recomendación adecuada?.....	76
4.1.8.	¿Los productos que están en la carta le parecieron novedosos?.....	77
4.1.9.	¿Cómo Calificaría el precio de los productos?.....	78
4.1.10.	¿Califique de acuerdo a su criterio la decoración del establecimiento?.....	79
QUINTA PARTE - PROPUESTA.....		80
5.1.	Titulo de la propuesta.....	80
5.2.	Justificación.....	80
5.3.	Impacto.....	80
5.4.	Objetivos.....	81
5.4.1.	Objetivo general.....	81
5.4.2.	Objetivos específicos.....	81
5.5.	Ubicación sectorial y física.....	82
5.6	Plan de ejecución.....	82
5.6.1.	Introducción.....	82
5.6.2.	Antecedentes.....	83
5.6.3.	Sistemas de control.....	87

5.6.4.	Requisiciones.....	88
5.6.5.	Kardex de control en bodega.....	89
5.6.6.	Acta de baja.....	91
5.6.7.	Formato Toma de control de inventarios.....	92
5.6.8.	Recetas.....	93
5.6.9.	Flujo gramas para la representación de procesos en el Bar.....	118
5.6.10.	Representación del proceso de inventarios.....	118
5.6.11.	Representación de compras y distribución al establecimiento.....	119
5.6.12.	Representación de la preparación de bebidas.....	119
5.6.13.	Representación de atención al cliente.....	120
5.7.	Recursos.....	122
5.7.1.	Materiales.....	122
5.7.2.	Económicos.....	123
5.7.3.	Talento Humano.....	123
REFERENCIAS	124
ANEXOS	126

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 (Organigrama funcional de la empresa)	31
Tabla 2 (Fichas de control de proveedores)	58
Tabla 3 (Información de ficha de control)	60
Tabla 4 (formato Kardex)	63
Tabla 5 (Tabulación pregunta 1)	70
Tabla 6 (Tabulación pregunta 2)	71
Tabla 7 (Tabulación Pregunta 3)	72
Tabla 8 (Tabulación pregunta 4)	73
Tabla 9 (Tabulación pregunta 5)	74
Tabla 10 (Tabulación pregunta 6)	75
Tabla 11 (Tabulación pregunta 7)	76
Tabla 12 (Tabulación Pregunta 8)	77
Tabla 13 (Tabulación Pregunta 9)	78
Tabla 14 (Tabulación Pregunta 10)	79
Tabla 15 (Formato requisición Rio Café Bar)	88
Tabla 16 (Formato Kardex Rio Café Bar)	90
Tabla 17 (Formato Acta de baja Rio Café Bar)	91
Tabla 18 (Formato Control de Inventarios)	93
Tabla 19 (receta Bloody Mary)	95
Tabla 20 (Receta Caipiriña)	97
Tabla 21 (Receta Caipiriña de Frutilla)	98
Tabla 22 (Receta Cuba Libre)	99
Tabla 23 (Receta Deikiri)	100
Tabla 24 (Receta Deikiri de Frutilla)	101
Tabla 25 (Receta Gin Tonic)	102
Tabla 26 (Receta Margarita)	103
Tabla 27 (Receta Mojito)	104
Tabla 28 (Receta Pina Colada)	106
Tabla 29 (Receta Pisco Sour)	107
Tabla 30 (Receta Tequila Sunrise)	108
Tabla 31 (Receta Majagua)	109
Tabla 32 (Receta Red Frozen Margarita)	110
Tabla 33 (Receta Majagua Beach)	111
Tabla 34 (Receta Guanábana Rose)	113
Tabla 35 (Receta Coco blue)	114
Tabla 36 (Receta Blue Frozen Margarita)	116
Tabla 37 (receta Green Frozen Margarita)	117

INDICE DE GRÁFICOS

fotografía 1 (Instalaciones Rio Café Bar)	32
fotografía 2 (Barra Rio Café Bar)	33
fotografía 3 (Decoración de cocteles)	49
fotografía 4 (Decoración de cocteles)	50
Grafico 1 (Muestra Grafica pregunta 1)	70
Grafico 2 (Muestra Grafica pregunta 2)	71
Grafico 3 (Muestra Grafica pregunta 3)	72
Grafico 4 (Muestra Grafica pregunta 4)	73
Grafico 5 (Muestra Grafica pregunta 5)	74
Grafico 6 (Muestra Grafica pregunta 6)	75
Grafico 7 (Muestra Grafica pregunta 7)	76
Grafico 8 (Muestra Grafica pregunta 8)	77
Grafico 9 (Muestra Grafica pregunta 9)	78
Grafico 10 (Muestra Grafica pregunta 10)	79
fotografía 5 (Bloody Mary)	95
fotografía 6 (Caipiriña)	97
fotografía 7 (Caipiriña de Frutilla)	98
fotografía 8 (Cuba Libre)	99
fotografía 9 (Deikiri)	100
fotografía 10 (Deikiri de Frutilla)	101
fotografía 11 (Gin Tonic)	102
fotografía 12 (Margarita)	103
fotografía 13 (Mojito)	104
fotografía 14 (Pina Colada)	106
fotografía 15 (Pisco Sour)	107
fotografía 16 (Tequila Sunrise)	108
fotografía 17 (Majagua)	109
fotografía 18 (Red Frozen Margarita)	110
fotografía 19 (Majagua beach)	111
fotografía 20 (Guanábana Rose)	113
fotografía 21 (Coco Blue)	114
fotografía 22 (Blue Frozen Margarita)	116
fotografía 23 (Green Frozen Margarita)	117
Grafico 11 (Representación del proceso de inventarios)	118
Grafico 12 (Representación de compras)	119
Grafico 13 (Representación de la preparación de bebidas)	120
Grafico 14 (Representación de atención al cliente)	121

RESUMEN

El presente trabajo de investigación establece el análisis de control que existe en el establecimiento Rio café bar Ubicado en la ciudad de Quito.

Así mismo pretende presentar estrategias de mejoramiento para la elaboración de bebidas en el establecimiento, y mejor desempeño de sus trabajadores, optimizando el trabajo en equipo.

Estandarizando recetas, en formato simple de identificar para facilitar el trabajo, producción y funcionalidad que existe en el establecimiento.

Considerando que hay muchos factores por los cuales falla el servicio los principales son la falta de conocimiento y el no contar con los documentos, se quiere llegar a crear un sistema de control mediante documentos que sean entendibles y fáciles de archivar para su posterior control.

Regular el precio de venta de las bebidas, teniendo un margen de rentabilidad establecido, y cumpliendo con las exigencias de los clientes demostrando calidad y buen servicio.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene el objetivo de analizar la problemática que existe al momento de preparar las bebidas en RIO CÁFE BAR ubicado en la ciudad de Quito en una zona de alta afluencia nocturna.

Esta necesidad, nace con el apoyo de los propietarios ya que al no tener un sistema de control y una secuencia al momento del servicio está generando molestias para los clientes.

El propósito del trabajo es recoger y desarrollar todos los elementos necesarios para un mejor proceso y al mismo tiempo mejorar el control de manejo de inventarios, controlar cuanto se gasta y cuanto se vende, prevenir y evitar robos por parte del personal operativo.

Esta investigación también pretende capacitar al personal de la empresa y hacer que su desempeño sea más óptimo ya que no se rijan a estándares empíricamente aprendidos y desarrollados por los años de conocimientos, sino que entiendan la importancia de trabajar bajo políticas de calidad y de servicio al cliente.

PRIMERA PARTE - PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 Identificación del problema

La presente investigación tiene por objeto el análisis del sistema en la elaboración de bebidas en rio café bar que se encuentra ubicado en la ciudad de Quito ya que se ha detectado la deficiencia de este aspecto y la falta de control que se tiene al momento de la elaboración en las bebidas y en el proceso de producción.

Se han determinado algunas causas como las principales para ser examinadas como la escasa capacitación al personal es un verdadero problema para la atención y la carencia de control de las bebidas, No se cuenta con los instrumentos de trabajo necesarios para la preparación de bebidas.

Los productos ofertados no cuentan con una estandarización adecuada se maneja medidas inadecuadas, No existe un correcto control de inventarios, ni una política de trabajo interna a la cual los trabajadores se puedan regir. Así como también el espacio de trabajo está mal distribuido y los productos ofertados están basados en la competencia y no son novedosos.

Como consecuencia de esto existen algunos factores que es necesario tomar en cuenta como las bebidas que se preparan empíricamente sin un conocimiento básico para su

elaboración, la demora en preparar los pedidos es notable ya que no se cuenta con lo necesario para preparar los mismos, al no contar con una estandarización las bebidas no se preparan igual siempre hay disfunción y no siempre se ocupa lo necesario.

Al no contar con un inventario, esto genera pérdidas y robos dentro del local ya que estos no son controlados, y no existe un seguimiento en el producto. El no distribuir bien el espacio para que se aproveche en mejora de la calidad y rapidez en el servicio ha generado que las bebidas y los productos que se ofertan no se despachen a tiempo.

El personal no tiene conocimiento para brindar buen servicio esto genera problemas con los clientes y muchas veces esto ha terminado en discusiones, los productos ofertados no son novedosos y esto crea insatisfacción en los clientes.

Mostrando algunos indicadores como que los clientes salen insatisfechos, no se cumple con sus expectativas, en los últimos tres meses la clientela a disminuido en un 5%, los gastos se han aumentado más a pesar de que ya no se tiene mucha afluencia del público. Han existido perdidas de producto que no se puede justificar, la falta de clientes ha causado que la nomina de trabajadores se reduzca.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye el sistema de control existente para la elaboración de bebidas en Rio Café bar ubicado en la ciudad de Quito?

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Ejecutar estrategias de mejoramiento para la elaboración de bebidas en el establecimiento Rio Café Bar ubicado en la ciudad de Quito.

1.3.2. Específicos.

- Recolectar toda información necesaria para la investigación, como datos de ventas, ticket promedio y datos de recetas.
- Establecer documentos de control para evitar pérdidas y robos, y aumentar la eficiencia del trabajo.
- Actualizar las recetas estándar para verificar errores, y controlar el producto con los inventarios.
- Implementar los instrumentos necesarios para el área de bar.

1.4 Justificación

En vista que en el establecimiento no se cuenta con una correcta capacitación y una adecuada forma de cómo administrar los recursos se ha planteado crear estrategias que favorezcan al mejoramiento del servicio y que esto genere que las ventas así como el ahorro en la materia prima suban para generar una mayor rentabilidad, la falta de inversión y el descuido por parte de los dueños han hecho que el establecimiento no cuente con el control adecuado, el no contar con un manual hace mucho más difícil este trabajo ya que no se regula los productos que entran ni los que salen y esto ha hecho que se genere conflictos entre los socios, también el mal servicio que se brinda a los clientes por parte del personal, ya sea por demora en la preparación o por la mala elaboración ha hecho que la competencia de los otros establecimientos sea una mejor oferta para los usuarios, esto se ve reflejado en la facturación mensual ya que ha bajado notablemente en los últimos tres meses estos indicadores hacen que sea de suma urgencia un cambio y que se tome medidas al respecto con la debida seriedad de parte de dueños, socios y trabajadores.

1.4.1. Relevancia Social

Esta investigación pretende favorecer a los dueños y trabajadores del establecimiento para que su productividad y control sean más eficientes, ayudar para que la atención y la elaboración de los productos ofertados tenga una receta y una secuencia que no se lo realice empíricamente sino con un conocimiento básico de lo que se va a elaborar, que ya no exista pérdidas ni robos de los productos que se maneje un control de inventarios diarios.

SEGUNDA PARTE - MARCO TEORICO

2.1 Fundamentación teórica

2.1.1. Los Bares

Los bares de hoy han evolucionado a lo largo de la historia, hasta llegar a ser lo que hoy conocemos como lugares de diversión, interacción social y encuentro. Se podría decir que los bares cumplen una función social, llegando incluso a hablar de la existencia de la cultura de bares.

Desde la antigua fonda que ofrecía vino y alojamiento, los bares se han ido transformando en algo mucho más sofisticado incluso, y más aún con la gran competencia que existe en el sector de la hostelería. De este modo han surgido nuevos modelos de negocio de bar, con nuevas fórmulas, nuevos platos, etc., y dando gran importancia a la decoración y la música del ambiente del local para conseguir diferenciarse del resto y atraer a su clientela. (<http://www.originalmusic.es/empresa/nuestro-equipo>, 2012)

2.1.2. La Barra

A la barra se la conoce como (del inglés bar, barra) es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas y aperitivos, como infusiones o algún alimento generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento. La persona que atiende el bar suele estar de pie, tras el mostrador, y en el mundo anglosajón se le conoce tradicionalmente con el nombre de barman o bartender.

Estructura

El elemento característico de un bar, y también aquél que le da su nombre, es la barra o mostrador, que es un pequeño muro más o menos a la altura del pecho sobre el que descansa una tabla donde los clientes reciben las consumiciones. La barra del bar divide el local en dos partes: por un lado, la zona pública, donde los clientes permanecen junto a la barra, de pie o sentados en taburetes o banquetas altas; detrás de la barra, en la zona privada, permanece la persona encargada de servirles, comúnmente conocido como camarero. De ese mismo lado de la barra se alojan, separados por

tanto del alcance de los clientes, los diversos muebles, aparatos y utensilios necesarios para dar el servicio, entre los cuales podemos encontrar, habitualmente, la caja registradora, una o más cámaras frigoríficas para almacenar las bebidas, estanterías para colocar las botellas de licor, los zumos y los vasos, jarras u otros recipientes donde se sirve la bebida y los aperitivos, la máquina de hacer café, el fregadero, etc. (wikipedia, 2013)

2.1.3. Compras

En las negociaciones con los proveedores de licores se deben tener en cuenta varios factores, no se deje llevar solo por el factor precio o por la facilidad de pagos, hay que tomar en cuenta la facilidad de entrega y la disponibilidad del producto, también revisar la posibilidad de crédito y la compra a consignación si es que se diera el caso esto sería una buena opción.

En gran parte de los negocios de bebidas existe un gran vacío y se trata del manejo que se le da a los proveedores, regularmente este tipo de negocios arrancan con poco capital pero la facilidad de negociar con los proveedores es lo que mejora el abastecimiento de productos.

Llegar a estos extremos hace, que en muchos casos, el negocio pierda gran parte su competitividad y atractivo, en gran número de situaciones los que montan negocios de alimentos y bebidas creen que el restaurante una vez abierto pagará sus costos y adicional a ello se encargará de pagar las inversiones finales del montaje.

Los proveedores en Ecuador tienen un comportamiento disperso en sus niveles de cumplimiento, distan mucho de los estándares internacionales con excusas que no dan soluciones, por estas razones es importante coordinar con cada una de las personas que vamos a negociar, cuáles serán las pautas que manejaremos, horarios, fechas de entregas, quienes serán los encargados de recibir los productos, cuáles serán los parámetros de tamaño, calidad, precio entre otros para garantizar que la mercancía cumpla con las especificaciones que requiere el sitio, para lograr la importante premisa de la estandarización del producto.

Es importante que tengan en cuenta a quién se le compra el licor y las especificaciones que este debe tener, entre las que tenemos:

- Todo licor debe traer el sello de rentas departamentales que es el que se encuentra en la

parte superior de la botella, estos sellos traen la identificación del producto impresa, rechace los que no coincidan con la botella que tiene al frente, del mismo modo trae la información del importador y del porcentaje de alcohol del producto, que usted puede validar sin inconveniente; últimamente traen un código QR en donde después de escanearlo sale toda la identificación anterior, si todos estos datos no coinciden, su proveedor lo engaña.

- Debe tener en cuenta que en la contra etiqueta existe una leyenda que se denomina el pie de importación, en donde está toda la información del importador con dirección y teléfono. (Moreno, 2012)

2.1.4. Normas para la atención al cliente

Las normas para la atención pueden ser infinitas pero nunca deben faltar esto va acompañado de una política interna para que se pueda controlar de una forma eficiente la atención, no se trata de reglas sino de enseñar y capacitar al personal que con buenos modales y unos pocos tips se puede ganar más clientes y hacer mejor el trabajo.

Cualquier empresa debe mantener un estricto control sobre los procesos internos de atención al cliente.

Esta comprobado que más del 20% de las personas que dejan de comprar un producto o servicio, renuncian su decisión de compra debido a fallas de información de atención cuando se interrelaciona con las personas encargadas de atender y motivar a los compradores. Ante esta realidad, se hace necesario que la atención al cliente sea de la más alta calidad, con información, no solo tenga una idea de un producto, sino además de la calidad del capital, humano y técnico con el que va a establecer una relación comercial.

Elementos

- 1.- Determinación de las necesidades del cliente
- 2.-Tiempos de servicio
- 3.-Encuestas
- 4.- Evaluación de servicio de calidad
- 5.- Análisis de recompensas y motivación

1. Las necesidades del consumidor

La primera herramienta para mejorar y analizar la atención de los clientes es simplemente preguntarse como empresa lo siguiente:

- ¿Quiénes son mis clientes Determinar con que tipos de personas va a tratar la empresa?
- ¿Qué buscaran las personas que voy a tratar Es tratar de determinar las necesidades básicas

(información, preguntas materiales) de la persona con que se ve a tratar?

- ¿Qué servicios brinda en este momento mi área de atención al cliente Determinar lo que existe?
- ¿Qué servicios fallan al momento de atender a los clientes Determinar las fallas mediante un ejercicio de auto evaluación?
- ¿Cómo contribuye el área de atención al cliente en la fidelización de la marca y el producto y cuál es el impacto de la gestión de atención al cliente? Determinar la importancia que es el proceso de atención tiene en la empresa.
- ¿Cómo se puede mejorar? Diseño de políticas y estrategias para mejorar la atención. (Calderon, 2002)

2.1.5. Otras formas de decorar bebidas

Si se utiliza frutas para decorar, debe frotarse el borde del vaso con las mismas. Así podrá disfrutar de un sabor dulce en cada sorbo.

Los jugos de frutas deben estar recién hechos y frescos, se puede utilizar hielo de colores, flores escarchadas, guindas, etc.

Los cócteles deben prepararse siempre en el momento de servir. (<http://cocina.comohacerpara.com/n720/como-decorar-tragos-y-cocteles.html>, 2010)

2.2. Marco Teórico

CAPITULO I: Generalidades

1.1. La empresa

Bar del Rio Café es una empresa ya constituida hace 3 años con la finalidad de ofrecer a sus clientes un escape a la cotidianidad que se vive en el día a día, un escape para los más trabajadores y un momento de esparcimiento para los que solo deseen disfrutar de la buena música y el ambiente acogedor.

1.1.1. Ubicación

Del Rio Café Bar está ubicado en las avenidas Eloy Alfaro 2047 y el Batán es una zona de alta plusvalía para bares durante los últimos años esta zona se ha ido convirtiendo en un centro de reuniones de personas de toda clase social y cultural, es conocida como la nueva zona rosa de la ciudad, el establecimiento está rodeado de mucha competencia y tiene razones para las cuales seguir mejorando ya que cada día la competencia es más agresiva y se está innovando.

1.2. Misión, Visión Y Objetivos propios de la empresa

MISIÓN:

La misión de Rio café bar es ofrecer un excelente servicio, para satisfacer las necesidades de los clientes, con innovación en los productos u en su ambiente, convirtiendo a nuestros clientes, proveedores y talento humano en los actores del desarrollo y crecimiento de la empresa.

VISIÓN:

Servir cada vez más a un número mayor de personas, generando que estas se lleven la mejor de las experiencias gracias al buen servicio y a la innovación.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA:

- Entrar al mercado ganando la confianza de los clientes
- Tener personal capacitado y competente
- Recuperar la inversión
- Brindar seguridad a los clientes
- Destacar en la calidad y servicio

1.3. Políticas del personal

Las políticas que plantea el establecimiento son las siguientes.

- Cumplir fielmente en forma presencial el tiempo estipulado en su contrato.
- En caso de presentársele una situación especial debe comunicarlo con por escrito y con la debida justificación.
- Cumplir con las expectativas y resultados esperados por la empresa para el beneficio del negocio.
- Manejar las informaciones con absoluta discrecionalidad.
- Toda persona que entra a la empresa, está a prueba los 90 días como determina la ley; decidiendo su continuidad a partir de los resultados de desempeño.
- Asistir a las reuniones y jornadas a las que se le convoque.
- Presentar todas las sugerencias y propuestas que considere que puedan contribuir al cumplimiento pleno de sus actividades.

1.3.1. Obligaciones del trabajador

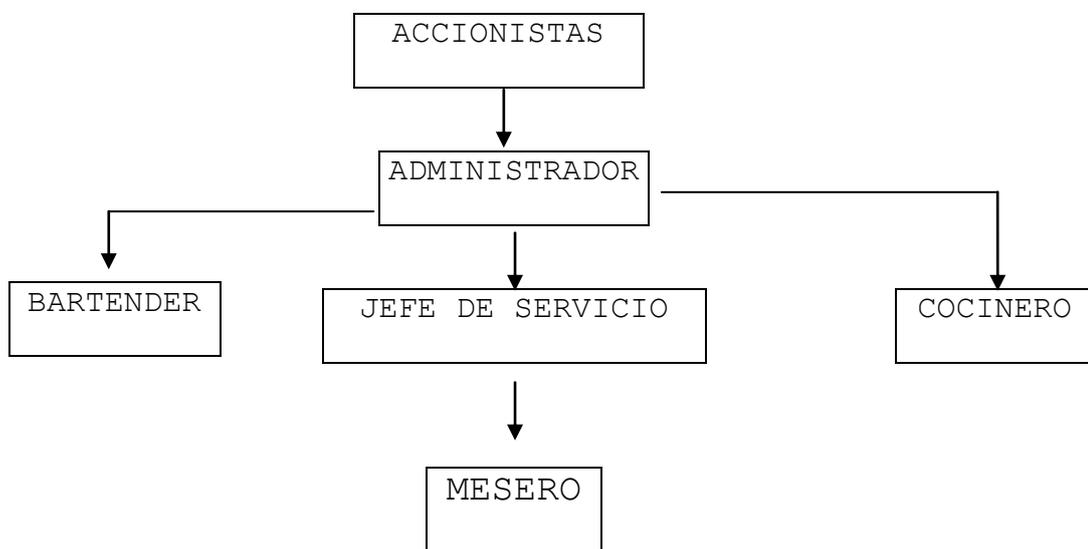
- Cumplir con los horarios establecidos en su contrato.
- Entregar toda la documentación solicitada por el empleador.

- Respetar las órdenes de sus superiores.
- Usar adecuadamente los utensilios y maquinaria.
- Cooperar en el proceso de crecimiento y participación por parte de la empresa.

1.3.2. Obligaciones del empleador

- Hacer conocer la política a los empleados
- Aplicar acciones preventivas para minimizar riesgos
- Capacitar al personal de la empresa
- Velar por la seguridad de los empleados y clientes
- Cumplir con las obligaciones establecidas por las leyes Ecuatorianas.

1.4. Organigrama funcional



Organigrama 1

Tema: Organigrama funcional Rio Café Bar

Fuente: Rio Café Bar

Autor: Fabricio Mejía

1.5. Instalaciones

El Establecimiento Del Rio Café Bar cuenta con un espacio de 150 m² que se distribuyen en el salón, la barra, espacio para artistas en vivo, cocina y el espacio de salón que funciona como bar Karaoke.



Fotografía 1

Tomada por: Diego Proaño

Fecha: 15/12/2013

1.5.1 La barra

La barra del establecimiento cuenta con un mostrador de madera de altura hasta el pecho y con taburetes que se utiliza para atender a los clientes que generalmente vienen solos, esta cuenta con dos divisiones en la parte inferior

del mostrador se encuentra ubicados todos los utensilios y complementos que pueda necesitar el bartender, en la parte superior se encuentra toda la cristalería necesaria para el servicio detrás de esta se encuentra unas estanterías donde se ubican todos los licores.



Fotografía 2

Tomada por: Diego Proaño

15/12/2013

1.5.2. Salón

El salón cuenta con 12 mesas y tiene una capacidad máxima de 70 personas se trabaja con dos sola persona para la atención y en fin de semana y cuando existen eventos importantes como partidos de futbol y presentación de artistas se trabaja hasta con cuatro personas, según lo observado no hay organización en el trabajo todos hacen todo y no se tiene personalización en el servicio.

1.6. Compras

En el establecimiento Del Rio Café Bar no existe una política de compras se compra lo necesario para salir el día y no se piensa en el ahorro, al interpretar del porque se encontró que la clientela ha bajado y no se tiene los recursos pero es más porque no se busca a unos buenos proveedores.

1.7. Proveedores

Por el momento el establecimiento no cuenta con una lista de proveedores directos ya que por la baja en los clientes se vieron obligados a cerrar negociaciones de crédito, por el momento se maneja con supermercados y licorerías que proponen ofertas, pero se compra diariamente.

CAPITULO II: Servicio al cliente

2.1. Servicio al cliente

El servicio al cliente es uno de los aspectos más importantes que se debe tener en cuenta para poder llegar al éxito dentro de este negocio, la atención al cliente es un complemento para ganar la aceptación de las personas ya que sin una buena impresión no se genera confianza.

Para ofrecer una buena atención al cliente de cocteles y bebidas en general, se deberá tomar en cuenta las siguientes normas:

- a) Preparar el coctel siguiendo la receta básica
- b) Utilizar la cristalería adecuada, colocando el anagrama de esta frente al cliente.
- c) Decorarlo elegantemente, relacionando siempre el adorno con los elementos que intervienen en la preparación del coctel o con su colorido, usando como ya es conocido los elementos decorativos plásticos o derivados de géneros alimenticios.
- d) Servir al cliente de la barra con un posa vasos y una servilleta. (Granda, Tecnicas de bares, 1998)

2.1.1. Normas para una buena atención al cliente

Si el establecimiento dispone de fórmulas de cortesía deberán ser empleadas por todo el personal en sus diferentes áreas de actuación. En caso de que no se encontraran definidas se utilizarán las básicas de relación entre personas: saludar (buenos días; tardes; etc.); ofrecer ayuda (que desea); si se conoce dirigirse al cliente por su apellido; despedirse al saludar (que tenga un buen día; Buenas Noches; etc.) El personal tendrá un trato amable con los clientes.

La amabilidad se refleja por las siguientes impresiones:

- La predisposición a atender de manera inmediata al cliente.
- El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).
- La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquellos que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión).
- La facilidad para realizar preguntas que ayuden a los meseros a entablar una buena comunicación con el cliente.
- La Habilidad de controlar la agresividad

- El sonreír fácilmente.
- La disposición de utilizar el idioma del cliente o en su defecto el Inglés Imagen personal cuidada. El personal acude a su puesto de trabajo aseado y viste un uniforme (si está estipulado) en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio. Adoptan unos códigos estéticos determinados: los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje. (españa, 2009)

2.1.2. Relación presencial con el cliente

El personal debe ser accesible para el cliente, cuando las personas están el barra se tiende a dar la espalda por que el espacio está mal distribuido, al momento de negar la relación de confianza cara a cara se puede generar problemas con el cliente.

Suele suceder que los clientes se acercan a solicitar algo de ayuda, lo más recomendable es detener el trabajo que se está realizando siempre y cuando esto no afecte a terceros y solucionar el problema, los clientes son susceptibles si presienten que se les da más importancia pues se genera confianza y esto hace que el trabajo sea más relajado.

2.1.3. Capacidad de información, gestión de quejas y sugerencias.

Para gestionar quejas siempre hay que tratar de ubicar al administrador ya que por el rol que desempeña en la empresa no afecta la operatividad de algún trabajador, ni interrumpe el trabajo, muchas veces los clientes no tienen la razón pero hay que saber sobrellevar los problemas y quejas de cada uno de ellos y darles una solución inmediata para que el cliente se vaya satisfecho y contento, no siempre sucede pero hay que saber minimizar errores y aprender de las experiencias más pequeñas.

Capacidad de explicar los Servicios y el proceso de consumo de los mismos. El personal posee un conocimiento exhaustivo de la oferta del establecimiento, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo: oferta gastronómica, instalaciones y servicios, y sus horarios. El personal aclara las dudas del cliente de las actividades de su área de actuación y verifica la comprensión de las mismas. Cuando no se puede responder a la duda de un cliente se le acompañará y presentara al empleado que la pueda solventar. En caso de no poder acompañar al cliente se le darán indicaciones precisas sobre el

lugar y las personas a las que se debe dirigir y, posteriormente, verificar que el contacto se ha realizado. Se conoce bien el entorno geográfico del destino en el que se ubica el establecimiento y la situación de los servicios y recursos más importantes. Cuando se han de entregar documentos se verificará que se encuentran en buen estado de conservación. En caso de que no lo estén se sustituirán. (españa, 2009)

2.2. Recepción de clientes

La recepción es la primera impresión que se llevan los clientes, si no se tiene una hostes se debe estar pendiente de recibir ya sea el administrador o los mismos mesero hay que ser lo más metódico posible ya que dé la impresión que se lleven los clientes dependerá si vuelven o no, además del ambiente el cual debe reflejar limpieza, orden, en todos sus ámbitos, montaje de mesas, música, bebidas, personal de servicio en su puesto, luces, temperatura, carta completa, etc., ya deben de estar preparados en ese momento y, por supuesto, mantenerse en su nivel durante todo el servicio.

Los detalles se ven desde el principio antes de entrar esta la fachada, es la primera impresión que se lleva del lugar, la pintura, la limpieza y el recibimiento de una persona dicen mucho de cualquier establecimiento.

Al entrar empiezan las percepciones, que van a influir mucho emocionalmente en la mayor parte de los clientes ya sea positiva o negativamente.

El recibimiento debe ser inmediato, todo tiene que ser lo más natural posible, no se debe fingir ya que eso dará mucho de qué hablar, los meseros tiene que estar atentos a las solicitudes de los clientes.

2.2.1. Acogida y acomodo

Esto es muy importante ya que es la primera impresión que se llevan los clientes al momento de dar el servicio esta es nuestra oportunidad de enganchar a los clientes.

El empleado averigua las preferencias del cliente en cuanto a la ubicación de la mesa (fumador o no fumador, cerca de las ventanas, espacio más o menos íntimo,...) preferencias que son satisfechas siempre que la disponibilidad de las mismas lo permita. Se facilitará el acceso, apartando sillas, haciéndose cargo de los problemas con enseres, vestuario o sillas especiales (españa, 2009)

Si el cliente tiene que esperar se le informara el tiempo que debe esperar y los motivos de la esto, ofreciendo alguna otra opción la cual haga que su tiempo pase rápido.

2.2.2. Despedida de clientes

Este punto es muy importante porque aquí se refleja si el cliente salió contento y con ganas de regresar o se evidencia alguna inconformidad siempre hay que despedirles, deseándoles que les vaya bien e invitándoles a regresar.

2.3. Servicio de Barra

Para brindar un buen servicio en la barra se debe tener en cuenta que la persona que da el servicio debe ser capacitada y tiene que tener conocimientos técnicos de cómo hacer los licores y bebidas básicas que se le solicite, tiene que ser ágil y tener su mise en place listo para atender la rotación diaria.

Saber organizar el tiempo es importante y manejar el orden de pedidos le facilitara el servicio y el despacho de los productos, no se debe manejar ordenes por preferencia se debe respetar un proceso y un orden.

2.3.1. Limpieza y organización de la barra

El responsable asigna tareas de limpieza en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes. El personal saluda a los clientes con los que se cruza. Las averías se comunican mediante partes un comunicado, de manera inmediata al responsable de dar el mantenimiento necesario. Las zonas comunes

interiores, tales como área de recepción, pasillos, escaleras, ascensores, se limpian y ordenan un mínimo de dos veces al día. Las áreas de restauración se limpian después de cada servicio. En esta limpieza se asegura que las zonas comunes han sido convenientemente ventiladas y se percibe un olor agradable. Las papeleras y ceniceros se encuentran limpios y vacíos y no existen restos de polvo o suciedad en suelos, paredes, mobiliario y cristales. Regularmente, y al menos una vez al mes, se realiza una limpieza profunda en la que se retiran los cuadros y elementos decorativos, se repasan lámparas y apliques, se desmontan cortinas y visillos y se limpian a fondo tapicerías. Las áreas de restauración se limpiarán después de cada servicio. (españa, 2009)

2.4. Mantenimiento de maquinaria y equipos

El responsable asigna las funciones de mantenimiento preventivo en los momentos en que causa menores perjuicios a los clientes. Las actuaciones de intervención se comunican mediante partes de avería. El personal confirma inmediatamente la recepción de los partes y el plazo previsto para la verificación. Las intervenciones solucionadas se comunican de manera inmediata al responsable adecuado. (españa, 2009)

Por el momento no existe un documento que nos ayude a verificar y hacer el seguimiento del mantenimiento, pero esto se tratara de implementar en la propuesta.

CAPITULO TRES: Técnicas de preparación

3.1. Cocteleria Básica

Desde épocas ancestrales se han inventado mezclas de bebidas con el tiempo esto ha ido evolucionando y creándose nuevos productos con los cuales se puede trabajar para seguir experimentando combinaciones de bebidas y llegar a obtener un producto nuevo.

3.1.1. Series de cocteleria

Una serie de cocteleria se le podría definir como el conjunto de ingredientes con características afines entre sí, que puedan combinarse con cualquier tipo de bebida alcohólica.

El nombre de un coctel que proviene de una serie, se forma uniendo el nombre base con el nombre de la serie.

(Granda, Tecnicas de bares, 1998)

EJEMPLO:				
NOMBRE:		NOMBRE SERIE	=	NOMBRE COCTEL
VODKA	+	COLLINS	=	VODKA COLLINS
AMARETTO	+	ZOOM	=	AMARETTO ZOOM
PISCO	+	SOUR	=	PISCO SOUR

3.1.2. Series de cocteleria más usadas

Las series de cocteleria internacionalmente conocidas son:

- **Coolers:** especiales para el verano, se sirven en copas o vasos de trago largo con mucho hielo, rodaja de limón y una medida del aguardiente deseado (güisqui, ginebra, licores, etc.); se completan con ginger ale o soda.
- **Cobblers:** son bebidas muy vistosas y refrescantes, se sirven en copa grande con hielo picado y trozos de fruta. Generalmente se realizan en base a vinos, pero también pueden ser con coñac, ron, güisqui, etc.
- **Crustas:** su elaboración es similar al Cobbler, pero difiere de éste en que no se le agrega frutas, sino jugos; se ribetea el borde de la copa con azúcar y se decora con rodaja de limón.
- **Collins:** se preparan en vasos largos que llevan su nombre; se disuelve directamente en el vaso una o dos cucharaditas de azúcar con limón, hielo, aguardiente y se completan con soda. El más famoso de todos es el Tom Collins.
- **Daisies:** son tragos preparados en base a limón, azúcares y licores. Se sirven en copa champán baja o similar con hielo; pueden completarse con jugos

de fruta y/o soda; la Margarita es una variante de estos tragos.

- **Egg Nogs:** tragos muy nutritivos y reconstituyentes. Sus ingredientes principales son leche y huevos acompañados de una base alcohólica. Se sirven fríos o calientes y se terminan con nuez o canela.
- **Fizzes:** el "Fizz" es una bebida esencialmente refrescante y su principal característica es la efervescencia con champán o soda. Fizz es justamente el sonido que emite el sifón al servirla. La base del trago, normalmente compuesta de jugos, azúcar y base alcohólica, debe ser batida enérgicamente; se decoran con fruta.
- **Flips:** son también bebidas esencialmente nutritivas. Constituyen un alimento líquido. En su composición entran la yema de huevo, azúcar y vinos dulces generosos o aguardientes. Su contenido no es inferior a los 150 cc y son batidos o licuados.
- **Grogs:** indicados para el invierno, se ponen en una copa o taza templada azúcar y agua caliente hasta dos tercios; se coloca una rodaja de limón flotando, clavo de olor y se vierte el aguardiente deseado suavemente evitando que se mezcle con el agua; finalmente, valiéndonos de una cucharita

apoyada en el borde, se coloca un terrón de azúcar y se prende fuego.

- **Highballs o combinados:** bebidas largas y refrescantes. Se sirven en el vaso del mismo nombre una medida del aguardiente deseado y se completa con un refresco gaseoso. Se decora normalmente con sesté o trancha de cítricos (Ej. Gin Tonic).
- **Juleps:** originarios de Kentucky; se elaboran con base de bourbon, vodka, brandy y hojas de menta machacadas con agua fría y azúcar. Se sirven con hielo picado y se "revuelven" con la cuchara directamente en el vaso.
- **Pousse Cafés:** a pesar de su nombre, los pousse no llevan café. Son originarios de Francia y se elaboran en base a licores. Para prepararlos es necesario conocer la densidad de los mismos, ya que el "detalle" es que estos no se deben mezclar, formando un abanico de colores; se colocan de mayor a menor densidad valiéndonos de una cucharita. Se preparan en copas estrechas y no mayores de 70 CC.
- **Punchs:** tragos calientes con agua, azúcar y limón. Como base podemos utilizar ron, licores cítricos (Triple Seco, Naranja, Mandarina) siendo tragos muy tónicos y vigorizantes.

- **Sangrías o Sangarees:** las sangrías son mezclas de vinos tintos, licores, frutas y azúcar. Se sirven en jarras grandes con mucho hielo.
- **Slings:** se pueden preparar tanto fríos como calientes, se lo realiza con ginebra y aguardiente.
- **Preparación en caliente:** llevan una base del aguardiente deseado, zumo de limón, azúcar, agua caliente y nuez moscada. Servir en vaso de media combinación.
- **Preparación en frío:** llevan una base del aguardiente elegido, licor (generalmente Cherry brandy) zumo de limón, soda y fruta. Servir en vaso de combinación.
- **Smashes:** similar al Julep pero se sustituye la menta fresca por hierbabuena. Servir en vaso de Old-fashioned, vaso de media combinación o copa cóctel.
- **Sours:** se preparan batidos con azúcar, limón, clara de huevo y la bebida deseada. El Pisco Sour, originario de Perú y Chile es el más conocido de esta variedad. Se elaboran en coctelera.
- **Toddies:** combinaciones servidas frías o calientes. Los Toddies están compuestos fundamentalmente de un aguardiente, azúcar, rama de canela, clavos y

agua. Servir en vaso de media combinación o en vaso de combinación.

- **Zombie:** son tragos muy alcohólicos complementados con frutas o jugos de fruta. La bebida base por lo general es el ron, sirviéndose en vasos de combinación con Hielo. (wikispaces, 2011)

3.1.3 Decoración de cocteles



Fotografía 3

Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=decoraci/tragos-tragos.com>



Fotografía 4

Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=decoraci/tubartender.com>

La decoración de los cocteles es muy importante por la presencia eso dice mucho de la organización del establecimiento.

La mayoría de los tragos llevan algún tipo de decoración, para que la presentación de los mismos sea realmente espectacular. Pueden utilizarse rodajas de frutas, cerezas, cáscaras de limón o naranja, hojas de alguna hierba o algún familiar de estos productos etc. También colaboran en la decoración los agitadores de madera o plástico, que además de ser vistosos, permiten revolver el trago o también colocar en ellos las

frutas. Si el agitador es de madera, no es conveniente volver a utilizarlo, ya que toman el sabor del trago en el que han estado.

La decoración en los tragos tiene que resultar atractiva pero no exagerada. Con estos sencillos consejos, se lograra una decoración sencilla y estimulante.

Rodaja de naranja o limón; Sus colores fuertes alegran el trago. Se pueden utilizar enteras o por la mitad. También se pueden combinar con hojitas de menta, el contraste de color queda visualmente muy llamativo.

Cerezas; Las cerezas al marrasquino las podemos utilizar de diversas maneras; enteras, cortadas por la mitad, en trozos más pequeños. Pueden estar dentro de la preparación o colocada en un pinche o palillo.

Tirabuzón; Si se quiere decorar con un tirabuzón realizado con la cáscara de limón o naranja, tenemos que retorcer la cáscara de la fruta, colocar un extremo dentro del trago y el resto alrededor o por fuera del trago. La cáscara nunca debe quedar totalmente flotando dentro de la bebida.

Escarchar el borde es una decoración realmente hermosa y sencilla, solo tenemos que tener dos recipientes, uno con licor y el otro con azúcar. Primero damos vuelta el vaso para mojar el borde con licor, luego lo azucaramos y lo llevamos a la refrigeradora para que se seque.

Para que el efecto sea realmente original, se coloca un poco de colorante vegetal al azúcar y obtendremos un color especial.

CAPITULO CUATRO: Control de Inventarios

4.1. Inventarios

En el establecimiento Del Rio Café Bar no existe un control de inventarios, por falta de desconocimiento, al no existir controles y documentos que faciliten este proceso, no se lo realiza creando inconsistencias en las entradas y salidas de productos.

4.1.1. Inventario en los bares

El control de un bar es efectivo solamente si los resultados se miden frecuentemente, lo cual requiere determinar la cantidad de bebidas consumidas. Si se usa el sistema de exigencias fijas, el consumo puede calcularse eficazmente con base diaria o semanal, dando por sentado que la suma de las requisiciones de licor es igual al costo del licor consumido.

Este procedimiento, sustituye a la necesidad de hacer inventarios físicos frecuentes para determinar el consumo y por consiguiente, facilita determinar el costo diario o semanal de las bebidas.

El inventario físico exacto de las bebidas se requiere solo al final del mes. Al realizar control

físico las botellas parcialmente se registran en decimas de botellas. Este procedimiento facilita mucho, tanto el registro realizado del inventario como el cálculo del valor de las partidas, deberán colocarse todas las botellas encima de la barra, arregladas por categorías, y descontar las ventas de la noche y comparar con las entradas de producto del día, para esto hay que tener un inventario inicial de las existencias en la barra y bodega.

Esto hace que no haya botellas faltantes y facilita el recuento de la manera más estricta. (Granda, Tecnicas de bares, 1998)

4.1.2. Manejo de inventarios

Hay varios medios aprobados para controlar las ventas de los bares, sin embargo, casi todos se basan en el número limitado de técnicas y principios establecidos.

Prácticamente su control está condicionado al establecimiento de las medidas estándar tanto la contabilización de consumos para la misma preparación, es así como se obtiene los tragos mezclados que son aquellos que a mas de llevar un licor base necesitan jugos, agua tónica, gaseosa.

Los tragos puros que no implican un proceso de preparación, donde intervienen varios licores, cremas, gaseosas, crema chantillí, etc., para lo cual es necesario saber las cantidades que se necesita de licores para su preparación, o una fórmula para cada uno. (Granda, Tecnicas de bares, 1998)

Las ventas de alcohol pueden ser un área muy beneficiosa para un restaurante, pero el inventario de licor puede ser un aspecto difícil de gestionar para los dueños del restaurante. Mientras que errores en los pedidos y roturas pueden impactar el valor del inventario, los robos y servir demasiado son las principales razones de la desaparición de bebidas en el inventario. Si el inventario del bar solo se cuenta mensualmente, miles de dólares pueden perderse antes de que te des cuenta de que pasa algo. Los aspectos diarios de la gestión del inventario pueden ayudarte a identificar áreas a tener en cuenta y problemas que pueden ser corregidos con formación. La gestión efectiva del inventario de un bar requiere el control de botellas y su comparación cuidadosa con las ventas de licores.

4.1.3. Instrucciones para toma de inventarios

Cuenta el inventario inicial. Éste incluye todas las botellas y barriles almacenados, así como las botellas abiertas y barriles detrás del bar. Se registra esta información en una hoja de cálculo. La hoja de cálculo incluirá el precio de cada botella y el cómputo total del valor del inventario.

Enseñar al personal a no tirar las botellas vacías. Deben de ser guardadas para que el turno de la mañana las cuente y las reemplace. También mantén un libro de registro en el almacén del licor y enseña al personal a apuntar que botellas se retiran y cuando. Revisa el registro diariamente para saber que debes pedir.

Comparar las ventas con el inventario. Al final del período del inventario (generalmente un mes), cuenta el inventario de bebidas. Introduce esta información en la hoja de cálculo del inventario. Calcula la diferencia entre el inventario de la noche anterior y el de la mañana. Divide el número entre las ventas de licores para determinar tu coste de bebidas.

Revisar el registro del almacén de bebidas con las facturas del período de inventario. El inventario

inicial más las botellas compradas menos las botellas transferidas al bar principal deben coincidir con tu inventario final. Las roturas pueden afectar al total levemente, por lo que debes instruir a tu personal a mantener una lista de botellas rotas y que den la parte de arriba de la botella rota como prueba.

Calcular el coste del vertido. Este número será diferente para cada tipo de bebida, dependiendo del precio de compra y venta. Para botellas de licor, divide el coste de la botella entre el producto del precio de venta y el número de bebidas (copas) que salen de una botella. Una botella de litro contiene sobre 27 copas de 1 y 1/4 onzas y las botellas de 750 ml unas 20 copas. Usa la misma fórmula básica para vino y barriles de cerveza, pero cambia el número de copas con el número apropiado de vasos que pueden ser servidos de cada uno. (http://www.ehowenespanol.com/gestionar-inventario-bar-como_31370/, 2013)

4.2. Fichas de control de proveedores

PROVEEDOR:			
DIRECCIÓN:			
TELÉFONO:		FECHA DE INGRESO:	
PERSONA DE CONTACTO			
PRODUCTO:	Tabla 2 Elaborado por: Diego Proaño Fecha: 12/12/2013		

LISTADO DE PROVEEDORES

Incorporar solo aquellos proveedores que ofrezcan garantías suficientes (seriedad, Número de Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos -en caso necesario-, controles sanitarios, ausencia de reclamaciones, etc.).

Listar todos los proveedores agrupándolos por tipo de producto suministrado (carne y productos cárnicos, pescados y mariscos, huevos, frutas y verduras, harina, azúcar, cacao, frutos secos...). (http://tematico8.asturias.es/export/sites/default/consumo/seguridadAlimentaria/seguridad-alimentaria-documentos/FICHAS_AUTOCONTROL_COMIDAS.pdf, 2012)

Ver disponibilidad, calidad, precio, y al menos tener tres proveedores diferentes para ayudar en nuestras adquisiciones.

INFORMACIÓN PARA CUMPLIMENTAR LA FICHA DE DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO ELABORADO

Deberá cubrirse una ficha por cada grupo de platos elaborados que tengan características comunes (sin tratamiento térmico, con tratamiento térmico para consumir en el día, con tratamiento térmico para conservar, o bien, ensaladas, asados, potajes, postres, etc.). Detallará su proceso de elaboración, y su diagrama de flujo (simplificado).

En el caso de elaboraciones complejas puede ser interesante adjuntar otra hoja en la que puedan recogerse más datos de interés. Tiempo de preparación, manipulación, etc. En el caso de platos sensibles (o de riesgo) debe cubrirse, además, la ficha correspondiente (http://tematico8.asturias.es/export/sites/default/consumo/seguridadAlimentaria/seguridad-alimentaria-documentos/FICHAS_AUTOCONTROL_COMIDAS.pdf, 2012)

INFORMACIÓN QUE DEBE FIGURAR EN LA FICHA:	
CAMPO	INFORMACION
PLATOS/ INGREDIENTES	Indicar el nombre del producto asignado en la carta y sus ingredientes
PROCESO Y ELABORACIÓN	Se indicarán las etapas que comprenden la elaboración, con indicación de las temperaturas y los tiempos en aquellas etapas en las que estas sean importantes para la seguridad del producto.
CONDICIONES Y ALMACENAMIENTO	Se indican las condiciones en las que será preciso almacenar el producto, una vez elaborado.
VIDA ÚTIL	Se indicara la fecha en la que el producto puede ser consumido sin que se altere o pueda presentar problemas, siempre que se conserve adecuadamente
TRANSPORTE	Se indicaran en su caso las condiciones en las que se va a transportar el producto para su distribución
DISTRIBUCION	Se indicara solo en el caso de distribuir las bebidas a la barra

Tabla 3

Elaborado por: Diego Proaño

Fecha: 12/12/2013

Este documento se mantendrá expuesto en las áreas de barra, bodega y cocina, ayudara en el manejo de productos y su elaboración, la información será para control de manipulación que estará a cargo del administrador del establecimiento.

4.3. Kardex de control de bebidas

Es por eso que en temas de inventarios escuchamos hablar de inventarios de frutas, verdura, hortalizas, calzado, ropa, productos para la construcción, productos agrícolas, entre otros.

Por tal razón el tema de los inventarios depende mucho de la empresa y del motivo por el cual fueron adquiridos, por ejemplo; ¿Qué es un televisor? Es imposible saberlo sin saber a qué se dedica la compañía que lo tiene o qué función cumple, pues si el televisor está ubicado en la sala de espera de los clientes, éste es una propiedad planta y equipo, mientras que si esta en bodega con el fin de ser vendido es un inventario. Otro ejemplo podrían ser las telas que para un almacén de telas es un producto para la venta pero para un sastre es producto a ser utilizado y finalmente existen productos que se pueden clasificar como productos para la venta y productos para uso, por ejemplo en las fruterías tiene frutas para la venta pero de igual forma tienen frutas para preparar jugos y ensaladas es decir, que aquí debe existir un mayor control y para esto existen las tarjetas kardex.

La tarjeta Kardex, es un documento administrativo de control, el cual incluye datos generales del bien o producto, existen muchos tipos de kardex pero como hablamos

de inventarios, es una herramienta que le permite tener reportes con información resumida acerca de las transacciones de inventario de la compañía.

Puede realizar un seguimiento de los movimientos de los inventarios y de los costos de mercancías en los almacenes. Estos costos se calculan de acuerdo a la compañía.

Lo verdaderamente importante de la tarjeta Kardex en los inventarios es que proporcionan información y ayudan al control de los mismos, pero para ello se debe tener un claro concepto de lo que son los inventarios y una buena clasificación de los mismos.

Este documento también ayuda para la información y control de compras, se muestra la rotación de cada producto y con qué frecuencia lo utilizamos, además permitirá establecer los insumos más utilizados y de mayor demanda. Por tal motivo los principales tipos de inventarios son:

- Inventarios de Materias Primas.
- Inventarios de Productos en Proceso.
- Inventarios de Productos Terminados
- Inventarios de Mercancías no Fabricadas por la Empresa.
- Inventarios de Materiales, Repuestos y Accesorios
- Inventarios de Envases y Empaques.
- Inventarios en Tránsito. (Ronancio, 2011)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1				EMPRESA "DTK"							
2				KARDEX DE MERCADERIAS							
3	ARTICULO: "0"									MAXIMO:	200
4	METODO: PROMEDIO PONDERADO			UNIDAD DE MEDIDA:	UNIDADES					MINMO:	50
5											
6	FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
7	2009		C	V.U.	V.T.	C	V.U.	V.T.	C	V.U.	V.T.
8	01-Jul	Inventario Inicial							90	100,00	9.000,00
9	02-Jul	Compra Factura No. 30	40	120,00	4.800,00				130	106,15	13.800,00
10	03-Jul	Venta Factura No. 01				35	106,15	3.715,38	95	106,15	10.084,62
11	04-Jul	Venta Factura No. 02				20	106,15	2.123,08	75	106,15	7.961,54
12	05-Jul	Devolución en venta Factura No. 02				-10	(106,15)	(1.061,54)	85	106,15	9.023,08
13	06-Jul	Compra Factura No. 45	70	130,00	9.100,00				155	116,92	18.123,08
14	07-Jul	Devolución en compra Fact. No. 45	-15	130,00	(1.950,00)				140	115,52	16.173,08
15	08-Jul	Venta Factura No. 03				50	115,52	5.776,10	90	115,52	10.396,98
16											
17									90		10.396,98

Grafico 1

Fuente:

<https://www.google.com.ec/search?q=kardex/imagenes.mailxmail.com>

4.4. Utilización de recetas

Para utilizar las recetas y mejorar la atención y los controles se necesita recetas estándar es un recetario que se encuentra al alcance de los bar tender y ayuda con la preparación de todos los productos elaborados que existen en la carta; el establecimiento no cuenta con esto por eso los procesos no se cumplen y se genera pérdida y mala preparación que genera que los clientes se molesten y ya no regresen

4.5. Estandarización de recetas

La estandarización de las recetas, o confección de la 'receta magistral', es uno de los aspectos claves en el éxito de un establecimiento gastronómico, ya que permite costear los platos, fijar precios de acuerdo a la expectativa de rentabilidad, reducir costos ocultos y optimizar la operación de cocina, ya que es el referente para que cualquier cocinero que tome a su cargo la elaboración de los platos tenga su referencia.

La receta estándar también garantiza un servicio óptimo al cliente ya que todos los platos tendrán el mismo tamaño y presentación, y sirve al área de compras para una gestión más eficiente, ya que permite estipular las cantidades exactas de cada producto que han de adquirirse de acuerdo a la expectativa de venta.

En este sentido, es entonces, un elemento ineludible para todo emprendimiento gastronómico que quiera trabajar profesionalmente.

La receta estándar es el elemento que reconoce y describe a todos los elementos constitutivos del plato, materias primas, condimentos que lleva su elaboración y donde también se normativiza la decoración que lleva la presentación del plato. Todo

jefe de cocina deberá elaborar entonces, de acuerdo a la carta-menú del restaurante, la carpeta con las recetas estandarizadas y se deberá apelar a ella para la elaboración del plato. La receta estándar es la fórmula del plato, que ayuda a optimizar los recursos, saber precios de todos los platos sin importar el número de preparaciones, incluyendo mermas y desperdicios que por motivos de producción se pueden dar.

(<http://es.scribd.com/doc/40749135/Estandarizacion-de-recetas-y-Costeo-de-Recetas>, 2012)

TERCERA PARTE – METODOLOGIA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

Se ha determinado que el tipo de investigación a utilizar en el presente trabajo será descriptivo ya que de esta investigación pretende analizar y plantear estrategias para el mejoramiento de la elaboración de bebidas en el establecimiento Rio Café Bar ubicado en la ciudad de Quito. El diseño que se va a utilizar para esta investigación es cuantitativo porque los instrumentos que se eligieron para desarrollar la investigación son:

- Encuesta (Ver apéndice A)
- Entrevista estructurada a los dueños del establecimiento y trabajadores (Ver apéndice B)

3.2. Universo y muestra

Para el determinar el universo del presente trabajo se ha utilizado como referencia la facturación anual por personas que asisten al centro de entretenimiento y se ha detectado un universo de 3000 personas que han asistido en el último año.

La selección de la muestra se realizo a través de una muestra probalística simple mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + p \cdot q}$$
$$n = \frac{3000 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{(3000 - 1) \left(\frac{0.05}{2}\right)^2 + 0.50 \cdot 0.50}$$
$$n = \frac{750}{(2999) (0.000625) + 0.25}$$
$$n = \frac{750}{2.12}$$
$$n = 354$$

3.3. Instrumentos de recolección de datos

Para esta investigación se utilizara una encuesta que consta de diez preguntas dicotómicas de las cuales cinco están relacionadas con la variable independiente y las otras cinco restantes con la variable dependiente.

También se utilizará una entrevista estructurada que consta de diez preguntas de las cuales seis estarán relacionadas con la variable dependiente y las otras cuatro restantes con la variable independiente.

3.4. Descripción del trabajo de campo

La encuesta para la investigación se realizará el mes de Julio siguiendo con el cronograma destinado para la elaboración del trabajo, en las instalaciones de rio café bar de 20h00 a 22h00 los días jueves y viernes porque existe más afluencia de clientes y se podría tomar más rápido las encuestas preestablecidas.

La entrevista se realizará los días miércoles y jueves a las 20h00 a los propietarios del establecimiento así también como a dos empleados que desempeñan sus labores en el establecimiento

3.5. Procesamiento y análisis.

Los datos serán recolectados y procesados en el programa MICROSOFT EXCEL y para su respectivo análisis se utilizara estadística descriptiva; porcentajes y media aritmética, desviación estándar, rango y moda básicamente.

CUARTA PARTE – PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1. Presentación Grafica de resultados

4.1.1. ¿Cómo calificaría el servicio en el bar?

Tabla 5

Realizado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	6%	20
Bueno	40%	140
Malo	55%	194
		354

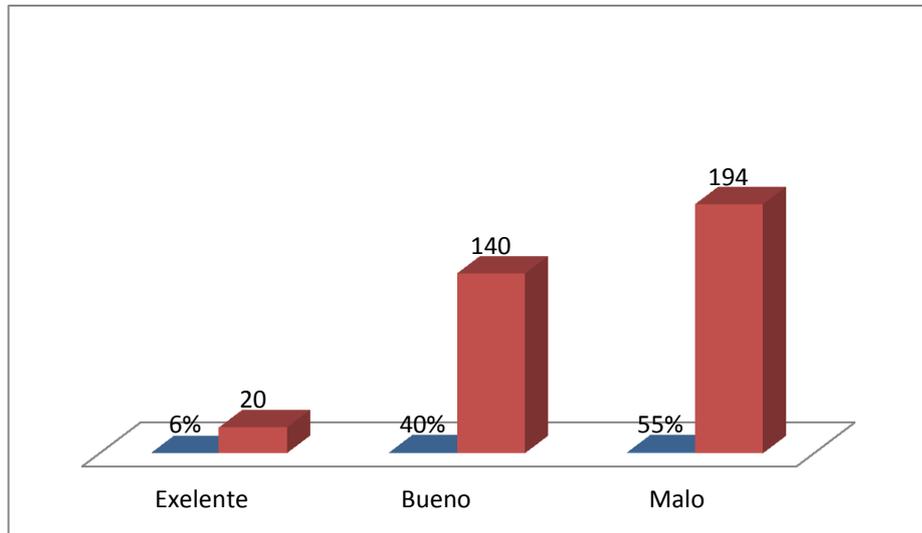


Gráfico 1

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación

Esta Pregunta hace referencia al servicio ofrecido dentro del bar lo cual indica que según los datos recolectados la mayoría de los encuestados no está de acuerdo con el servicio brindado por el personal esto es un indicio de que se debe mejorar.

4.1.2. ¿Cómo calificaría la calidad de las bebidas?

Tabla 6

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	23%	80
Bueno	48%	170
Malo	29%	104
		354

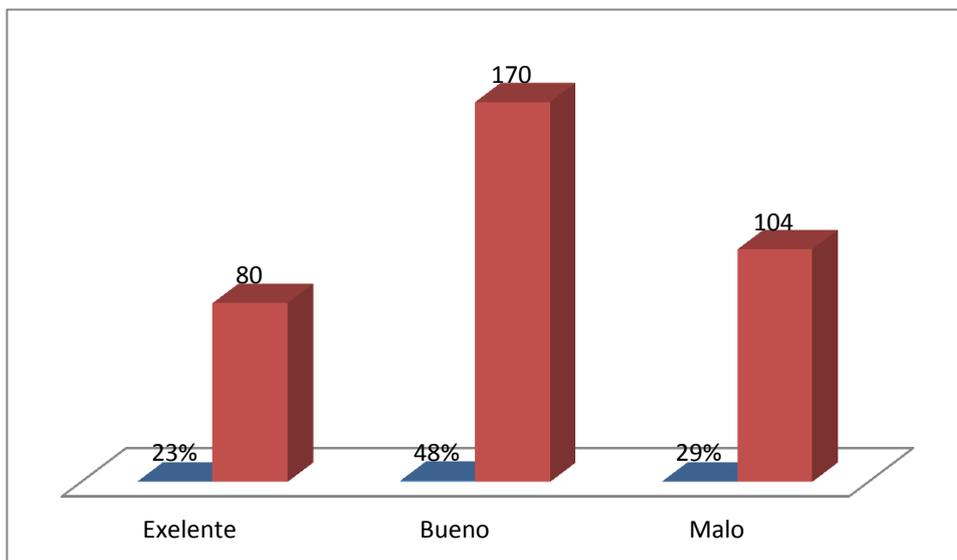


Gráfico: 2

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

Esta pregunta hace referencia netamente a la calidad del producto según los datos recolectados la mayoría de las personas lo encuentra aceptable pero no bueno y en un porcentaje más alto están en desacuerdo eso indica que hay que tomar medidas al respecto, implica que hay que realizar de inmediato un sistema para la elaboración de bebidas y crear recetas estándar las cuales se cumplan a cabalidad.

4.1.3. ¿Qué tal le pareció la experiencia con la amabilidad del personal?

Tabla 7

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	36%	129
Bueno	24%	85
Malo	40%	140
		354

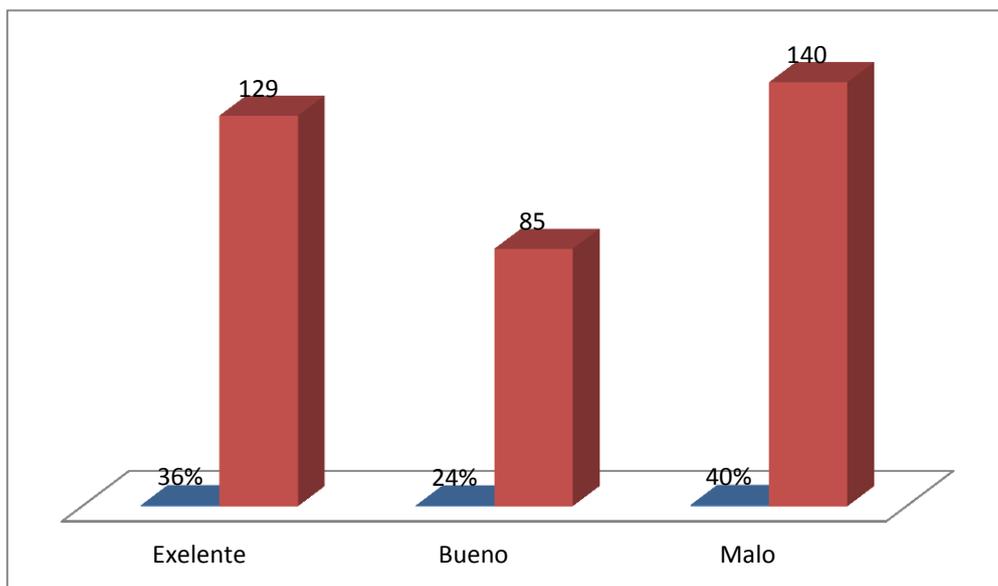


Grafico: 3

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

Esta pregunta hace referencia netamente al trato con el personal lo que nos indica que es su mayoría no está bien y que es variable ya que para la segunda opción está bien hay que corregir estos aspectos para mejorar la atención, implica que hay que trabajar con el personal y realizar reuniones periódicas para corregir errores en la atención, tienen que centralizar el objetivo que es la satisfacción de los clientes.

4.1.4. ¿Cómo Calificaría la limpieza del establecimiento?

Tabla 8

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	54%	190
Bueno	35%	124
Malo	11%	40
		354

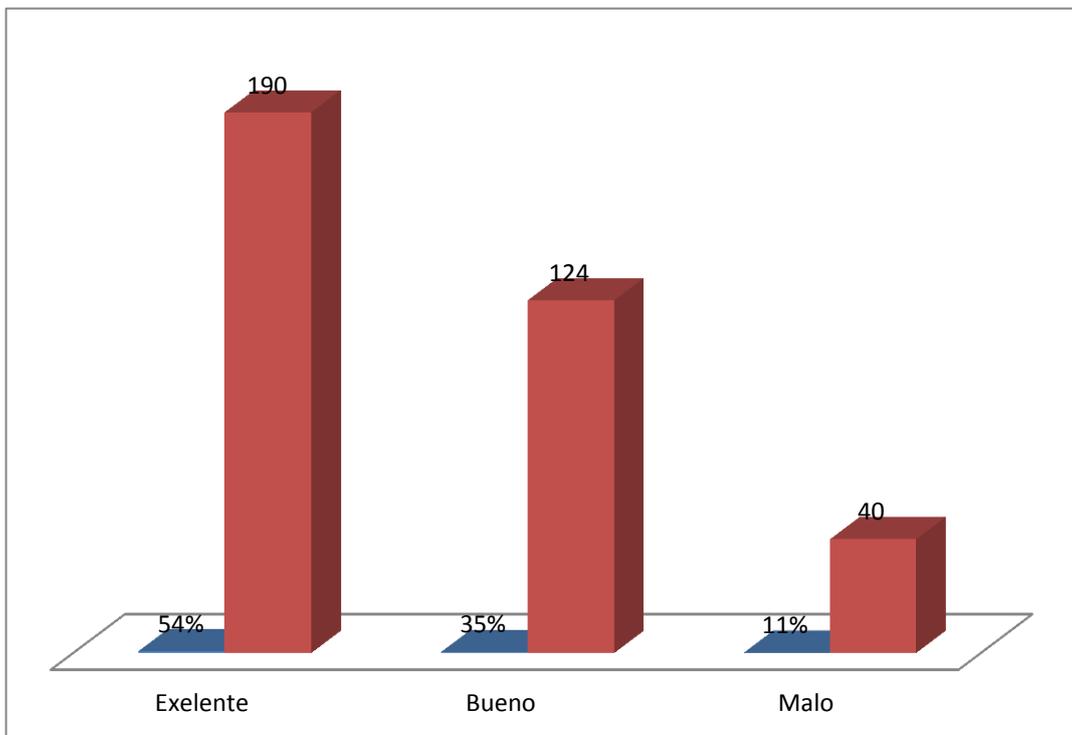


Gráfico: 4

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

Esta pregunta nos hace referencia a la limpieza generalmente como se muestra en la gráfica se está haciendo un trabajo bueno que favorece al establecimiento como tal pero hay que seguir mejorando para atraer más la atención de los clientes.

4.1.5. ¿Qué opina del orden del establecimiento?

Tabla 9

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	26%	93
Bueno	42%	150
Malo	31%	111
		354

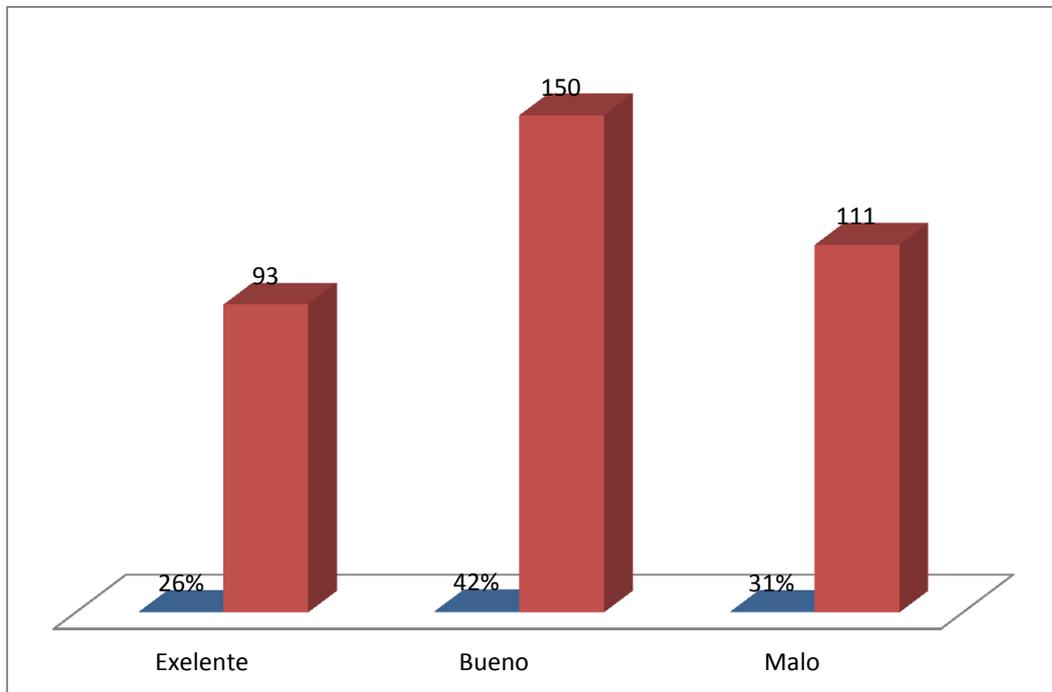


Gráfico: 5

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

Según la gráfica se muestra que la mayoría de encuestados es satisfecho con el resultado pero en segundo plano hay una gran inconformidad estaría de tomar en cuenta y revisar si es factible tomar un plan de acción

4.1.6. ¿El tiempo en el que fue atendido le pareció?

Tabla: 10

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	10%	36
Bueno	22%	78
Malo	68%	240
		354

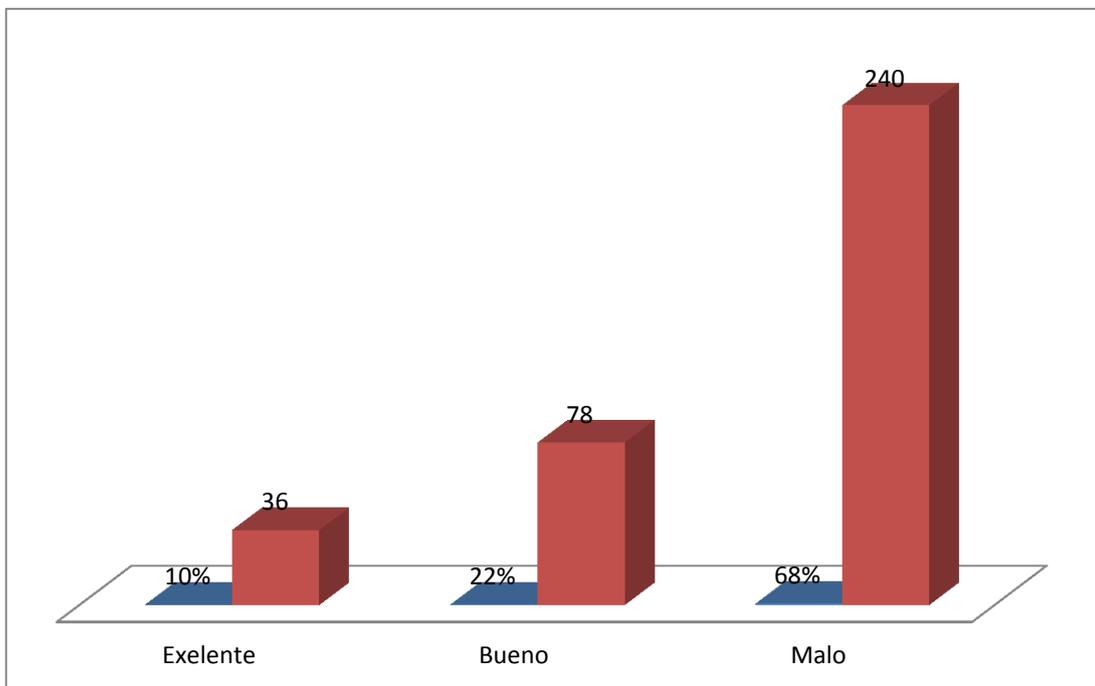


Gráfico: 6

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

Esta pregunta se muestra que hay total inconformidad con el tiempo en el servicio esto se tiene que tomar en cuenta y realizar un cambio urgente si se quiere mejorar y empezar a ver los resultados

4.1.7. ¿Los meseros supieron brindarle la recomendación adecuada?

Tabla: 11

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	22%	78
Bueno	31%	109
Malo	47%	167
		354

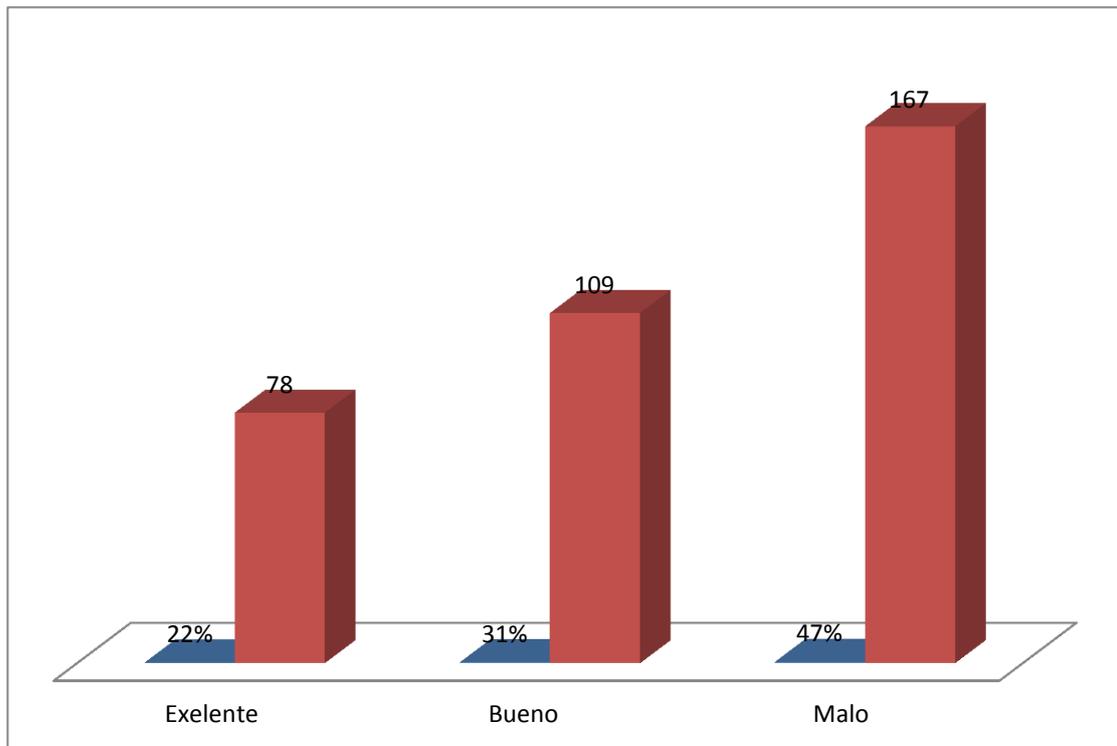


Gráfico: 7

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

La grafica se muestra que los clientes no están de acuerdo con el nivel de preparación de los meseros nos da una pauta de que hay que capacitar al personal si se quiere tener éxito, esto ya no solo depende del producto que se ofrece

4.1.8. ¿Los productos que están en la carta le parecieron novedosos?

Tabla: 12

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	16%	55
Bueno	33%	118
Malo	51%	181
		354

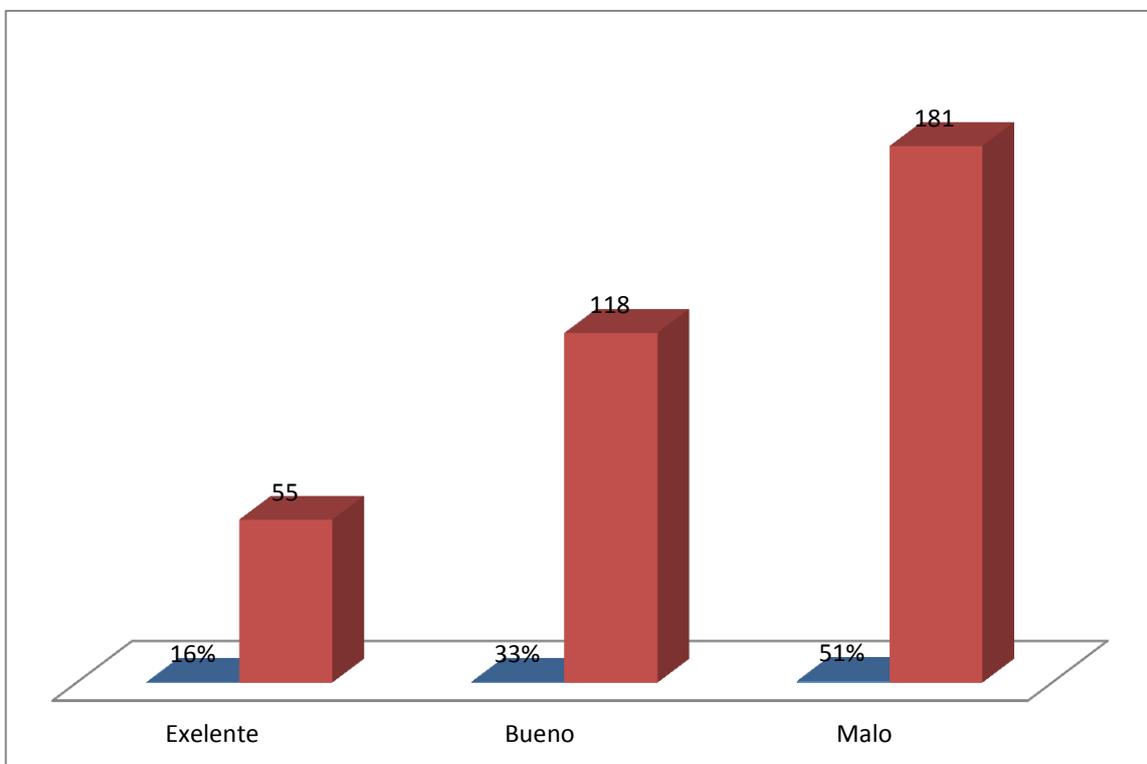


Gráfico: 8

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

En esta grafica se muestra que a la mayoría de los clientes no les parece que se estuviera ofreciendo algo novedoso y particular esta inconformidad puede traer ciertos problemas a futuro

4.1.9. ¿Cómo Calificaría el precio de los productos?

Tabla 13

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentaje	Totales
Excelente	6%	23
Bueno	46%	163
Malo	47%	168
		354

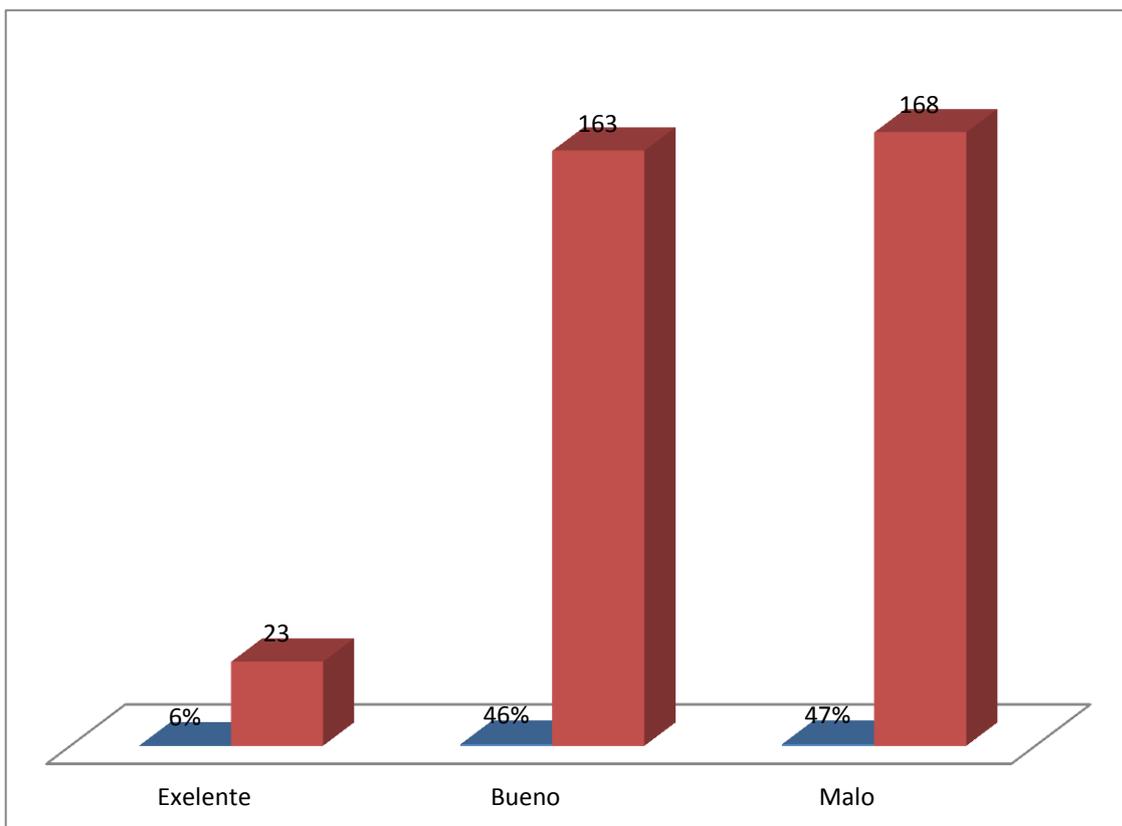


Gráfico: 9

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

La grafica muestra que la mayoría de nuestros clientes no están de acuerdo con el precio por el servicio brindado hay que mejorar para mantener los precios.

4.1.10. ¿Califique de acuerdo a su criterio la decoración del establecimiento?

Tabla 14

Elaborado por: Diego Proaño

Descripción	Porcentajes	Totales
Excelente	29%	104
Bueno	47%	167
Malo	23%	83
		354

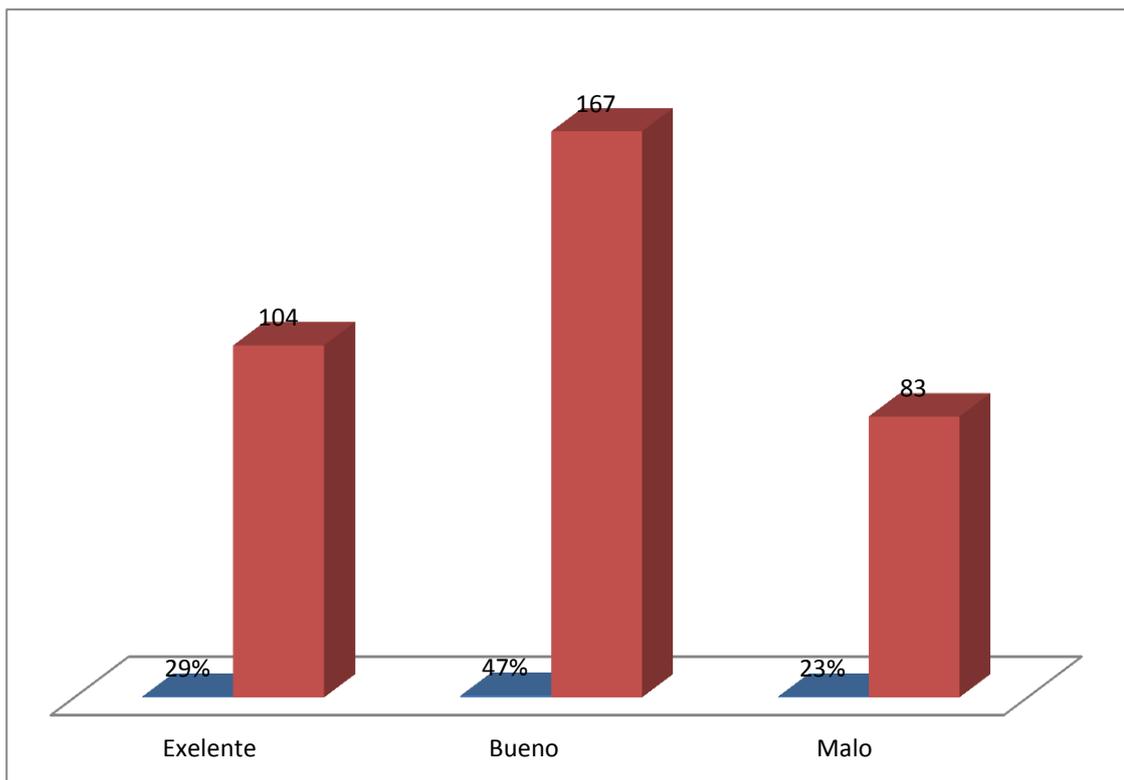


Gráfico: 10

Realizado por: Diego Proaño

Interpretación:

La grafica muestra que la mayoría de los clientes esta en acuerdo con la decoración pero no hay que olvidarnos de la demanda pequeña que no está de acuerdo y que siempre nos exige mejora.

QUINTA PARTE – PROPUESTA

5.1. Título de la propuesta

Estrategias de mejoramiento para la elaboración de bebidas en el establecimiento Rio Café Bar ubicado en la ciudad de Quito.

5.2. Justificación

Las estrategias que se plantean servirán para mejorar el control en las bebidas, mejor preparación y distribución del trabajo que beneficiará a la empresa a mantener el control de costos, y se verá reflejado en clientes que frecuentan el establecimiento Rio Café Bar y ayudará a los dueños a mantener el control de los costos y del bar en sí.

5.3. Impacto

El sistema de control que se entregará en el establecimiento causará una mejora en el manejo de productos que se reflejará notablemente en los inventarios, también se podrá comparar la ganancia con las ventas.

5.4. Objetivos

5.4.1. Objetivo general

Establecer estrategias para el mejoramiento en la elaboración de bebidas en el establecimiento Rio Café Bar ubicado en la ciudad de Quito.

5.4.2. Objetivos específicos

- Actualizar las recetas estándar de las bebidas para verificar errores y controlar el producto con los inventarios.
- Implementar los instrumentos necesarios, en el área del bar para el desarrollo correcto del trabajo.
- Establecer documentos de control para evitar pérdidas y robos.

Ámbito:

Se pretende establecer el uso de controles, como los Kardex de los productos, recetas estándar, documento de limpieza y mantenimiento de equipos, y en el bar considerando que el personal tiene conocimientos empíricos, con el fin de evitar pérdidas y mal manejo de productos y mejorar el servicio en el establecimiento Rio Café bar.

5.5. Ubicación sectorial y física

El Establecimiento Rio Café Bar se encuentra ubicado en La ciudad de Quito provincia de Pichincha, el establecimiento consta con todos los permisos necesarios de funcionamiento, también se encuentra en una zona de gran demanda de estos lugares de diversión nocturnos.

5.6 Plan de ejecución

En la siguiente investigación se ha planteado establecer diferentes documentos de control, para la recepción y despacho de productos, así como también elaborar nuevas recetas estándar que podrán incluirse en la carta para brindar un mejor servicio.

Todo este proceso se detallara a continuación cada punto para un mejor entendimiento de la propuesta señalada.

5.6.1. Introducción

La presente investigación ha analizado las diferentes inconsistencias que existe al momento de preparar las bebidas en el establecimiento RIO CÁFE BAR ubicado en la ciudad de Quito en una zona de alta afluencia nocturna.

El propósito del trabajo es recoger y desarrollar todos los elementos necesarios para un mejor proceso y al mismo tiempo mejorar el control de manejo de inventarios,

controlar cuanto se gasta y cuanto se vende, prevenir y evitar robos por parte del personal operativo.

Esta investigación también pretende influir en el personal de la empresa para hacer que su desempeño sea más óptimo y así conseguir que las metas propuestas se cumplan para bien común de los empleados y los dueños.

5.6.2. Antecedentes

El origen de los primeros bares de la historia es bastante remoto, tendríamos que remontarnos a la antigua Grecia, en la época de Pompeya hasta la Edad Media, periodo en el que se desarrollaron los establecimientos donde se vendían bebidas a los que llamaron "Tabernas", que eran pequeñas tiendas en las que se podían consumir vinos y bebidas, picadas, quesos y panes. Desde Grecia, las tabernas se expanden hasta Roma, y de ahí al resto de los países europeos, concretamente en España, se contempla la profesión de tabernero desde el siglo XVIII. Alrededor de 1680, en París, surgieron las primeras "Cantinas", que eran casas expendedoras de bebidas alcohólicas y que permitían vender vino para consumirlo allí mismo.

Cuando nos preguntamos sobre el origen de lo que hoy conocemos como bar, seguramente que a muchos nos viene a la mente las típicas tabernas y salones del salvaje oeste americano. Una imagen que solemos asociar es la de varios

tipos jugando una partida de cartas, con un vaso de whisky en la mesa, y sin perder de vista sus pistolas. Y en ciertos aspectos, los bares de hoy tienen su origen en éstos "lugares de descanso" que surgieron durante los siglos XVIII y XIX. De hecho, el origen de la palabra bar surge en estos lugares, ya que procede de la palabra inglesa "BARRIER", que significa barrera o barra fija, ya que era el nombre que se daba al mueble mostrador que separaba la zona para atender a los clientes. La barra del bar divide el espacio en dos partes; la zona pública donde los clientes permanecen de pie o sentados en sillas altas; y detrás de la barra, o zona privada, en la que permanece la persona encargada de servir las bebidas. Ciertas leyendas cuentan, que el hecho de poner una barra alta de madera se debía a que los barman necesitaban un lugar para refugiarse en aquellos tiempos tumultuosos en los que de repente se iniciaban los tiroteos o las peleas, incluso les servía para distanciar a los clientes de las botellas y de la caja registradora.

Ya en la época del lejano oeste se comenzó a dar importancia a la música para bares, como recordaremos haber visto en multitud de películas, se solían presentar los típicos espectáculos con pianista, cantantes y bailarinas de cancán, y todo ellos para atraer a un mayor número de clientes.

Los lugares en donde disfrutar una bebida han ido evolucionando conforme el paso del tiempo. Así, actualmente podemos encontrar distintos espacios donde poder ir a disfrutar de una buena bebida, un buen ambiente y sobre todo, buena compañía. Su denominación puede variar en función de los servicios que se ofrecen, el público al que van dirigidos, el horario de apertura, la historia o temática del local, entre otras. Así pues, nos podremos encontrar con:

- **Bar tradicional:** establecimiento comercial donde son servidas bebidas alcohólicas y sin alcohol con aperitivos, para ser consumidos de forma inmediata y satisfacer a un determinado público. Suelen ser sitios de encuentro y siempre funcionan con música, actividades culturales o recreativas y comida. En un bar hay mucho movimiento, es un lugar vivo de gran afluencia de gente que entra y sale. En ellos se ofrece un servicio que debe estar a cargo de una persona de gran profesionalidad, incluso con percepción psicológica. Su funcionamiento requerirá la experiencia y soltura del profesional o profesionales a cargo, para atender a la variedad de caracteres y gustos del consumidor. Cada establecimiento se especializa por tener algo que lo distingue del resto, puede ser la bebida, la

decoración del espacio, el servicio al cliente o la música para crear ambiente que atrapa al consumidor y hace que regrese una y otra vez.

- **Cafetería o café:** normalmente reciben un público muy variado, incluso en un ambiente más familiar. Disponen de mesas con sillas para que los clientes se relajen mientras disfrutan del tiempo.
- **Pub:** generalmente abren por la noche y se sirven todo tipo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, además se puede disfrutar de la música que ameniza la velada.
- **Restaurante:** lugar donde se sirven comidas y cenas, con mesas para acomodar a los clientes mientras degustan el menú.
- **Taberna:** establecimiento de carácter más popular y que ofrece la posibilidad de consumir bebidas y comidas en un ambiente más informal, sobre la barra o las mesas.

El Bar es socialmente un punto de encuentro y reunión, y debe ser acogedor, para que el cliente se encuentre en él como en casa. Es muy importante su decoración, instalación y mobiliario, y el personal encargado de atender debe ofrecer un buen servicio al cliente para que éste se encuentre cómodo.

5.6.3. Sistemas de control

Para establecer un sistema de control para el establecimiento Rio Café Bar, se ha tomado en cuenta que no se tiene un sistema informático que nos ayude y que tampoco se cuenta con la inversión para poder establecerlo.

Así que se ha planteado una serie de documentos que se detallaran a continuación más detenidamente, que servirán para establecer controles, mejorando la distribución y abastecimiento así como la atención a los clientes.

5.6.4. Requisiciones

Este documento servirá para ordenar los productos que se necesite a la bodega quien se encargara de archivar y controlar la distribución, así como también se encargara del abastecimiento, esta requisición no será válida sin la debida aprobación del jefe directo, dándose a entender que este ha revisado el pedido.

00000001			
RIO CAFÉ BAR			
REQUISICION			
RESPONSABLE:			
FECHA DE PEDIDO:			
DESCRIPCION	CANTIDAD PEDIDA	CANTIDAD ENTREGADA	OBSERVACIONES
Tabla 15 Elaborado por: Diego Proaño Fecha: 12 de diciembre del 2013			

 AUTORIZADO
 POR

 ENTREGADO POR

Requisición

- Para solicitar los productos a bodega siempre se va a llevar una requisición la cual estará autorizada por su jefe de área
 - o Siempre revisar los insumos que se tiene en stock para realizar la requisición.
 - o La requisición se realiza 3 días a la semana (lunes, miércoles y viernes)
 - o Esta requisición la realizan las personas que estén en turno PM la noche anterior, y se la deposita en el buzón de la bodega.
 - o La requisición se divide en tres grupos
 - Cocina
 - Servicio
 - Bar: licores vinos e insumos para el bar
- Al recibir la requisición se debe verificar que el producto este en buen estado y que estén todos los insumos que se solicitaron

5.6.5. Kardex de control en bodega

El Kardex de control nos servirá para controlar todos los productos que por medio de compra entran a la bodega del establecimiento, esto nos ayudara a verificar que los datos de existencias que tenemos sean reales y se evite las perdidas en el local.

000000001					
RIO CAFÉ BAR					
KARDEX DE BODEGA					
PRODUCTO:					
FECHA DE INGRESO:					
DETALLE	FECHA	INGRESO	SALIDA	EXISTENCIA	OBSERVACIONES
<p>Tabla 16 Elaborado por: Diego Proaño Fecha: 12 de diciembre del 2013</p>					

REVISADO POR

AUTORIZADO POR

Este documento se deberá llenar con todos los datos sin habrá la persona que revise que este bien y una persona que autorice después de haber revisado minuciosamente, en el detalle se pondrá todo lo referente al porque ingresa el producto si es por requisición por compra y al porque sale el mismo, por pedido de bar, etc.

5.6.6. Acta de baja

Este documento sirve para dar de baja productos que por motivos de caducidad y mala preparación no sean tomados en cuenta en los inventarios

000001	
RIO CAFÉ BAR	
ACTA DE BAJA	
FECHA:	
PRODUCTO:	
CANTIDAD:	
RAZON:	Elaborado por: Diego Proaño Fecha: 12 de diciembre del 2013 Tabla 17

RESPONSABLE

AUTORIZADO POR

Con este documento se buscara controlar todos los productos y desperdicios de los mismos que se están actualmente realizando sin un control, permitirá establecer responsabilidades de cada producto para evitar pérdidas y robos.

Actas de baja

- El Acta de baja es un documento el cual sirve para dar de baja productos, materiales o insumos que estén en mal estado
- Siempre el acta de baja va ha ser revisada por el jefe del área con sus respectivas firmas de

responsabilidad constatando el físico con el documento elaborado.

- Se la realiza cada vez que sea necesario para un producto, un material o un insumo que este en mal estado, y que esté listo para ser reemplazado por uno nuevo.

5.6.7. Formato Toma de control de inventarios

Este formato nos permitirá establecer un control dentro del bar al momento de hacer el cierre se contabilizaran todas las ventas y se compararan con el producto físico.

En este documento se detallara el inventario exacto de todos los productos que tengamos en existencia física comparado el ultimo inventario y restado las ventas del día para poder constatar exactamente y tener una aproximación real de lo que tenemos y de este modo controlar perdidas y también controlar las compras por que de aquí se podrá sacar un margen de venta y no comprar en exceso para estar bien abastecidos, se eliminara todas las compras esporádicas y se mejorara el control dentro del bar.

00000001				
control de inventarios				
Fecha				
Producto	existencia	Físico encontrado	Saldo	observaciones
Elaborado por: Diego Proaño			Tabla 18	
Fecha: 12/12/2013				

Responsable

Autorizado Por

5.6.8. Recetas

La receta estándar es una matriz o formato que reúne los datos necesarios para la preparación de un alimento, platillo, bebida, etcétera; en esta se detallan las cantidades, medidas, características de cada uno de los ingredientes así como la preparación total. Es importante mencionar que la receta estándar puede incluir además, el costo unitario de cada ingrediente y el costo total de la preparación de la receta. No debemos olvidar que el costo total de preparación **es parte** del valor total comercial.

Para establecer una propuesta se plantea las siguientes recetas para el Establecimiento Rio Café Bar Ubicado en la ciudad de Quito.

BLOODY MARY

Tabla 19

Nombre:	Bloody Mary Fotografía 5 Tomada por: Diego Proaño				
Cristalería	Vaso largo				
N pax:	1				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Tomate Cherry	40	gramos	\$ 0.13
2	Materia Prima	Apio	50	gramos	\$ 0.04
3	Materia Prima	Limón Meyer	80	gramos	\$ 0.06
4	Materia Prima	Pimienta	8	gramos	\$ 0.05
5	Materia Prima	Sal	8	gramos	\$ 0.00
6	Materia Prima	Salsa inglesa	4	ml	\$ 0.03
7	Materia Prima	Tabasco	4	ml	\$ 0.11
8	Materia Prima	Jugo v8	178	ml	\$ 0.37
9	Materia Prima	Vodka Finlandia	50	ml	\$ 2.00
Total:	9	Costo de la materia prima			\$ 2.79
		Costo total			\$ 2.79
		Precio de venta			\$ 8.04
		Utilidad			\$ 5.25
		% de utilidad			% 67.1
PVP con IVA	9.00	% de costo			% 33

Procedimientos :

- Se prepara directamente en el vaso
- Poner hielo en vaso largo $\frac{3}{4}$ del vaso
- Colocar Vodka Finlandia
- Añadir sal y pimienta, salsa inglesa y tabasco
- Añadir Jugo de Tomate V8

Decoración:

- Apio en rama dentro del vaso

- Tomate Cherry en el borde del vaso
- Removedor y sorbete

CAIPIRIÑA
Tabla 20

						
Nombre:	Caipiriña Fotografía 6 Tomada por: Diego Proaño					
N pax:	1					
Cristalería	Vaso corto					
Id	tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio	
	Productos	Primarios				
1	Materia Prima	Azúcar blanca	20	gramos	\$ 0.02	
2	Materia Prima	Limón Meyer	500	gramos	\$ 0.40	
3	Materia Prima	Cachasa	50	ml	\$ 1.82	
Total:	3	Costo de la materia prima			\$	2.24
		Costo total			\$	2.24
		Precio de venta			\$	6.70
		Utilidad			\$	4.46
		% de utilidad			%	66.6
PVP con IVA	7.50	% de costo			%	33

Procedimientos:

- Cortar el limón en rodajas
- Moler azúcar y limón
- Añadir Cachasa
- Colocar hielo y rodajas de limón

Decoración:

- Rodaja de limón en estrella
- Removedor y sorbete

CAIPIRIÑA DE FRUTILLA

Tabla 21

						
Nombre:	Caipiriña de Frutilla Fotografía 7 Tomada por: Diego Proaño					
N pax	1					
Cristalería	Vaso corto					
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	precio	
	Productos	Primarios				
1	Materia Prima	Frutilla	25	Gramos	\$ 0.06	
2	Materia Prima	Azúcar blanca	25	Gramos	\$ 0.02	
3	Materia Prima	Cachasa	50	MI	\$ 1.82	
Total:	3	Costo de la materia prima			\$	1.90
		Costo total			\$	1.90
		Precio de venta			\$	6.70
		Utilidad			\$	4.80
		% de utilidad			%	71.6
PVP con IVA	7.50	% de costo			%	28

Procedimientos:

- Se prepara en coctelera
- Colocar azúcar, hielo y el licor
- Añadir juego de frutilla espeso.
- Agitar

Decoración:

- Rosa de frutilla

CUBA LIBRE

Tabla 22

Nombre:	Cuba Libre Fotografía 8 Tomada por: Diego Proaño					
N Pax:	1					
Id	tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio	
	Productos	Primarios				
1	Materia Prima	Coca dieta	1	und	\$ 0.53	
2	Materia Prima	Ron bacardi blanco	50	ml	\$ 0.99	
3	Materia Prima	Limón Meyer	30	gramos	\$ 0.02	
Total:	3	Costo de la materia prima			\$	1.54
		Costo total			\$	1.54
		Precio de venta			\$	6.70
		Utilidad			\$	5.16
		% de utilidad			%	77
PVP con IVA	7.50	% de costo			%	23

Procedimientos :

- Se prepara directamente en el vaso
- Poner hielo en vaso on de rock
- Colocar Ron Bacardi Blanco
- Añadir zumo de limón
- Completar con coca dieta

Decoración :

- Rodaja de limón
- Removedor y sorbete

DEIKIRI
Tabla 23

					
Nombre:	Daiquiri Fotografía 9 Tomada por: Diego Proaño				
N Pax:	1				
Cristalería	Copa Balón				
Id	tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Agua tónica	300	ml	\$ 0.92
2	Materia Prima	Ron bacardi blanco	50	ml	\$ 0.99
3	Materia Prima	Limón Meyer	300	gramos	\$ 0.24
Total:	3	Costo de la materia prima			\$ 2.15
		Costo total			\$ 2.15
		Precio de venta			\$ 7.14
		Utilidad			\$ 4.99
		% de utilidad			% 69.9
PVP con IVA	8.00	% de costo			% 30

Procedimientos:

- Se prepara directamente en la copa
- Colocar hielo en copa balón, añadir zumo de limón y ron
- Completar con agua tónica

Decoración:

- Rodaja de limón y sorbete

DEIKIRI DE FRUTILLA
Tabla 24

Nombre:	Daiquiri de Frutilla Fotografía 10 Tomada Por: Diego Proaño				
N Pax:	1				
Cristalería	Copa Balón				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Frutilla	25	gramos	\$ 0.06
2	Materia Prima	Triple sec	40	ml	\$ 0.32
3	Materia Prima	Ron bacardi blanco	50	ml	\$ 1.02
4	Materia Prima	Azúcar blanca	40	gramos	\$ 0.04
5	Materia Prima	Limón Meyer	300	gramos	\$ 0.24
Total:	5	Costo de la materia prima			\$ 1.67
		Costo total			\$ 1.67
		Precio de venta			\$ 7.14
		Utilidad			\$ 5.47
		% de utilidad			% 77
PVP con IVA	8.00	% de costo			% 23

Procedimientos:

- Se prepara en coctelera
- Colocar hielo, triple sec y ron
- Anadir zumo de limón y juego de frutilla espeso y Agitar coctelera

Decoración:

- Escarchar copa balón
- Rosa de Frutilla

GIN TONIC

Tabla 25

Nombre:	<p>Gin Tonic Fotografía 11 Tomada por: Diego Proaño</p>				
N Pax:	1				
Cristalería	Vaso largo				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Agua tónica	300	ml	\$ 0.92
2	Materia Prima	Gin beefeater	50	ml	\$ 2.47
3	Materia Prima	Limón Meyer	30	gramos	\$ 0.02
Total:	3	Costo de la materia prima			\$ 3.42
		Costo total			\$ 3.42
		Precio de venta			\$ 8.04
		Utilidad			\$ 4.62
		% de utilidad			% 57.5
PVP con IVA	9.00	% de costo			% 43

Procedimientos :

- Se prepara directamente en el vaso
- Poner hielo en vaso largo $\frac{3}{4}$ del vaso
- Colocar Gin Beefeater
- Completar con agua tónica

Decoración:

- Rodaja de limón
- Removedor y sorbete

MARGARITA

Tabla 26

		Margarita Fotografía 12 Tomada por: Diego Proaño			
Nombre:					
N Pax:		1			
Cristalería		Copa Martinera			
Id	tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Azúcar blanca	20	gramos	\$ 0.02
2	Materia Prima	Sal	5	gramos	\$ 0.00
3	Materia Prima	Tequila José cuervo blanco	50	ml	\$ 2.55
4	Materia Prima	Triple sec	40	ml	\$ 0.32
5	Materia Prima	Limón Meyer	60	gramos	\$ 0.05
Total:	5	Costo de la materia prima			\$ 2.94
		Costo total			\$ 2.94
		Precio de venta			\$ 8.04
		Utilidad			\$ 5.10
		% de utilidad			%63.4
PVP con IVA	9.00	% de costo			% 37

Procedimientos:

- Se prepara en coctelera
- Colocar hielo, tequila y triple sec
- Anadir zumo de limón
- Agitar coctelera

Decoración:

- Escarchar copa Martinera con sal

Rodaja de limón en interior de copa

MOJITO
Tabla 27

Nombre:	Mojito Fotografía 13 Tomada por: Diego Proaño				
N pax:	1				
Cristalería	Vaso largo				
Id	tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Azúcar blanca	40	gramos	\$ 0.04
2	Materia Prima	Coca dieta	1	und	\$ 0.53
3	Materia Prima	Ron bacardi blanco	50	ml	\$ 0.99
4	Materia Prima	Limón Meyer	30	gramos	\$ 0.02
5	Materia Prima	Hierba buena	50	gramos	\$ 0.12
6	Materia Prima	Hoja de menta	50	gramos	\$ 0.12
Total:	6	Costo de la materia prima			\$ 1.82
		Costo total			\$ 1.82
		Precio de venta			\$ 7.14
		Utilidad			\$ 5.32
		% de utilidad			% 75
PVP con IVA	8.00	% de costo			% 25

Procedimientos:

- Se prepara directamente en el vaso
- Poner en vaso largo hojas de menta y hierba buena
- Moler hojas con azúcar
- Colocar hielo en vaso largo $\frac{3}{4}$ del vaso
- Colocar Ron Bacardi Blanco
- Añadir zumo de limón
- Completar con coca dieta

Decoración:

- Rodaja de limón
- Removedor y sorbete

PIÑA COLADA

Tabla 28

Nombre:	Piña colada Fotografía 14 Tomada por: Diego Proaño					
N Pax:	1					
Cristalería	Copa Pera					
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio	
	Productos	Primarios				
1	Materia Prima	Cerezas	15	ml	\$ 0.10	
2	Materia Prima	Ron malibu	50	ml	\$ 1.87	
3	Materia Prima	Ron bacardi blanco	50	ml	\$ 0.99	
4	Materia Prima	Piña	100	gramos	\$ 0.08	
5	Materia Prima	Crema de leche	200	ml	\$ 0.57	
6	Materia Prima	Leche condensada	100	ml	\$ 0.52	
7	Materia Prima	Granadina jarabe	50	ml	\$ 0.20	
Total:	7	Costo de la materia prima			\$	4.32
		Costo total				\$ 4.32
		Precio de venta				\$ 8.93
		Utilidad				\$ 4.61
		% de utilidad				% 52
		% de costo				%48

Procedimientos:

- Se prepara en coctelera
- Colocar hielo y añadir todos los ingredientes
- Agitar coctelera
- Verter contenido en copa y añadir un dash de granadina

Decoración:

- Escarchar copa con coco rallado
- Triangulo de piña con guinda en filo de copa.

PISCO SOUR

Tabla 29

	<p>Pisco Sour Fotografía 15 Tomada por: Diego Proaño</p>				
Nombre:					
N Pax:	1				
Cristalería	Copa Flauta				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Azúcar blanca	100	gramos	\$ 0.09
2	Materia Prima	Huevos	1	und	\$ 0.12
3	Materia Prima	Limón Meyer	300	gramos	\$ 0.24
4	Materia Prima	Pisco capel	50	MI	\$ 0.67
5	Materia Prima	Triple sec	50	MI	\$ 0.40
Total:	5	Costo de la materia prima			\$ 1.52
		Costo total			\$ 1.52
		Precio de venta			\$ 7.14
		Utilidad			\$ 5.62
		% de utilidad			% 79
		% de costo			% 21

Procedimientos :

- Se prepara en coctelera
- Colocar hielo y añadir todos los ingredientes junto con solo la clara del huevo
- Agitar coctelera hasta crear espuma
- Verter contenido en copa y añadir gotas de angostura

Decoración:

- Escarchar copa con sal
- Rodaja de limón en borde de copa.

TEQUILA SUNRISE

Tabla 30

	<p align="center">Tequila Sunrise Fotografía 16 Tomada por: Diego Proaño</p>				
Nombre:					
N Pax:	1				
Cristalería	Vaso Largo				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Naranja	500	gramos	\$ 0.25
2	Materia Prima	Limón Meyer	100	gramos	\$ 0.08
3	Materia Prima	Tequila José cuervo blanco	50	ml	\$ 2.55
Total:	3	Costo de la materia prima			\$ 2.88
		Costo total			\$ 2.88
		Precio de venta			\$ 7.50
		Utilidad			\$ 4.72
		% de utilidad			% 62
PVP con IVA	8.50	% de costo			% 38

Procedimientos: (Método Directo)

- Poner hielo en vaso largo $\frac{3}{4}$ del vaso
- Colocar Tequila
- Completar con jugo de naranja
- Añadir un dash de granadina

Decoración:

- Rodaja de naranja y guinda
- Removedor y sorbete

MAJAGUA
Tabla 31

Nombre:	Majagua Fotografía 17 Tomada por: Diego Proaño				
N Pax:	1				
Cristalería	Se sirve en un piña hawaiana				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Ron Malibu	50	ml	\$ 1.87
2	Materia Prima	Amaretto Bols	50	ml	\$ 0.50
3	Materia Prima	Blue curacao	50	ml	\$ 0.55
4	Materia Prima	Limón Meyer	100	gramos	\$ 0.08
5	Materia Prima	Pina Hawaiana	200	gramos	\$ 0.60
Total:	3	Costo de la materia prima			\$ 3.60
		Costo total			\$ 3.60
		Precio de venta			\$ 10.71
		Utilidad			\$ 7.11
		% de utilidad			% 66
PVP con IVA	\$12.00	% de costo			% 34

Procedimientos:

- Se sirve en una piña hawaiana
- Poner hielo en la coctelera
- Colocar Ron, Amaretto, Blue curacao, zumo de limón, extracto de piña
- Agitar hasta crear una mezcla homogénea
- Colar y servir en una piña decorada

Decoración:

- Bolitas de sandia y melón, rodajas de limón
- Removedor y sorbete.

RED FROZEN MARGARITA

Tabla 32

Nombre:	Red frozen margarita Fotografía 18 Tomada por: Diego Proaño				
N Pax:	1				
Cristalería	Copa Martinera				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Azúcar blanca	20	gramos	\$ 0.02
2	Materia Prima	Sal	5	gramos	\$ 0.00
3	Materia Prima	Tequila José cuervo blanco	50	ml	\$ 2.55
4	Materia Prima	Triple sec	40	ml	\$ 0.32
5	Materia Prima	Limón Meyer	60	gramos	\$ 0.05
6	Materia Prima	Granadina	50	ml	\$ 0.20
Total:	5	Costo de la materia prima			\$ 3.14
		Costo total			\$ 3.14
		Precio de venta			\$ 8.93
		Utilidad			\$ 5.79
		% de utilidad			% 65
PVP con IVA	\$ 10.00	% de costo			% 35

Procedimientos:

- Se prepara en licuadora
- Poner hielo en la licuadora
- Colocar Tequila, triple sec, zumo de limón, jarabe de azúcar y granadina.
- Licuar hasta tener una mezcla compacta
- Servir en copa Martini escarchada

Decoración:

- Plumas de hoja de piña , bolita de sandia

MAJAGUA BEACH

Tabla 33

Nombre:	<p>Majagua Beach Fotografía 19 Tomada Por: Diego Proaño</p>				
N Pax:	1				
Cristalería	Copa Pera				
Id	tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Tequila José cuervo	50	ml	\$ 2.55
2	Materia Prima	Leche condensada	50	ml	\$ 0.50
3	Materia Prima	Amaretto Bols	50	ml	\$ 0.50
4	Materia Prima	Banana	100	gramos	\$ 0.10
5	Materia Prima	Papaya	100	gramos	\$ 0.10
Total:	3	Costo de la materia prima			\$ 3.75
		Costo total			\$ 3.75
		Precio de venta			\$ 10.71
		Utilidad			\$ 6.96
		% de utilidad			% 65
PVP con IVA	\$12.00	% de costo			% 35

Procedimientos:

- Se prepara en Licuadora
- Poner hielo en la licuadora
- Colocar tequila, amaretto, leche condensada, papaya, banana y azúcar.
- Licuar hasta que todos los productos estén mezclados
- Servir en copa de espiga alta

Decoración:

- Media luna y aro de piña, plumas de hoja de piña, bolita de sandía y uva negra
- Removedor y sorbete

GUANABANA ROSE

Tabla 34

		Guanábana rose Fotografía 20 Tomada por: Diego Proaño			
Nombre:					
N Pax:	1				
Cristalería	Copa pera				
Id	tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Vodka Finlandia	50	ml	\$ 2.00
2	Materia Prima	Triple sec	50	ml	\$ 0.32
3	Materia Prima	Pulpa guanábana	10	gramos	\$ 0.25
4	Materia Prima	Granadina	50	MI	\$ 0.20
5	Materia Prima	Azúcar	50	gramos	\$ 0.08
Total:	3	Costo de la materia prima			\$ 2.85
		Costo total			\$ 2.85
		Precio de venta			\$ 9.82
		Utilidad			\$ 6.97
		% de utilidad			% 71
PVP con IVA	\$ 11.00	% de costo			% 29

Procedimientos:

- Se prepara en coctelera
- Poner hielo en la coctelera
- Colocar Vodka, triple sec, jugo de guanábana, granadina
- colar
- Servir en copa balón

Decoración:

- Rodajas de kiwi y bolitas de sandia
- sorbete

COCO BLUE
Tabla 35

	Coco blue Fotografía 21 Tomada por: Diego Proaño				
Nombre:					
N Pax:	1				
Cristalería	Copa pera				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Ron Malibu	50	ml	\$ 1.87
2	Materia Prima	Leche condensada	50	ml	\$ 0.50
3	Materia Prima	Blue curacao	50	ml	\$ 0.55
4	Materia Prima	Extracto de coco	100	ml	\$ 0.08
Total:	3	Costo de la materia prima			\$ 3.00
		Costo total			\$ 3.00
		Precio de venta			\$ 9.82
		Utilidad			\$ 6.82
		% de utilidad			% 70
PVP con IVA	\$ 11.00	% de costo			% 30

Procedimientos:

- Se prepara en coctelera
- Poner hielo en la coctelera
- Colocar Ron, curacao blue, leche condensada, extracto de coco
- Servir en copa balón grande
- Reponer hielo en la copa y colar

Decoración:

- Rallados de coco escarchados con azúcar, plumas de hoja de piña, bolita de sandia
- Removedor y sorbete

BLUE FROZEN MARGARITA

Tabla 36

Nombre:		Blue Frozen margarita Fotografía 22 Tomada por: Diego Proaño				
N Pax:	1					
Cristalería	Copa Margarita					
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio	
	Productos	Primarios				
1	Materia Prima	Azúcar blanca	20	gramos	\$ 0.02	
2	Materia Prima	Sal	5	gramos	\$ 0.00	
3	Materia Prima	Tequila José cuervo blanco	50	ml	\$ 2.55	
4	Materia Prima	Triple sec	40	ml	\$ 0.32	
5	Materia Prima	Limón Meyer	60	gramos	\$ 0.05	
6	Materia Prima	Blue curacao	50	ml	\$ 0.55	
Total:	5	Costo de la materia prima			\$ 3.49	
		Costo total			\$ 3.49	
		Precio de venta			\$ 9.82	
		Utilidad			\$ 6.33	
		% de utilidad			% 65	
PVP con IVA	\$ 11.00	% de costo			% 35	

Procedimientos:

- Se prepara en licuadora
- Poner hielo en la licuadora
- Colocar Tequila, curacao blue, zumo de limón, jarabe de azúcar
- Licuar hasta tener una consistencia frape
- Servir en copa Martini

Decoración:

- Plumas de hoja de piña, bolita de coco
- Escarchar la copa con azúcar

GREEN FROZEN MARGARITA

Tabla 37

	Green Frozen margarita Fotografía 23 Tomada por: Diego Proaño				
Nombre:					
N Pax:	1				
Cristalería	Copa Margarita				
Id	Tipo	Producto	Cantidad	Unidad	Precio
	Productos	Primarios			
1	Materia Prima	Azúcar blanca	20	gramos	\$ 0.02
2	Materia Prima	Sal	5	gramos	\$ 0.00
3	Materia Prima	Tequila José cuervo blanco	50	ml	\$ 2.55
4	Materia Prima	Triple sec	40	ml	\$ 0.32
5	Materia Prima	Limón Meyer	60	gramos	\$ 0.05
6	Materia Prima	Crema de menta	50	ml	\$ 0.20
Total:	6	Costo de la materia prima			\$ 3.14
		Costo total			\$ 3.14
		Precio de venta			\$ 9.82
		Utilidad			\$ 6.68
		% de utilidad			% 68
PVP con IVA	\$ 11.00	% de costo			% 32

Procedimientos:

- Se prepara en licuadora
- Poner hielo en la licuadora
- Colocar Tequila, crema de menta, zumo de limón, jarabe de azúcar
- Licuar hasta tener una consistencia frape
- Servir en copa Martini

Decoración:

- Plumas de hoja de piña, uva negra

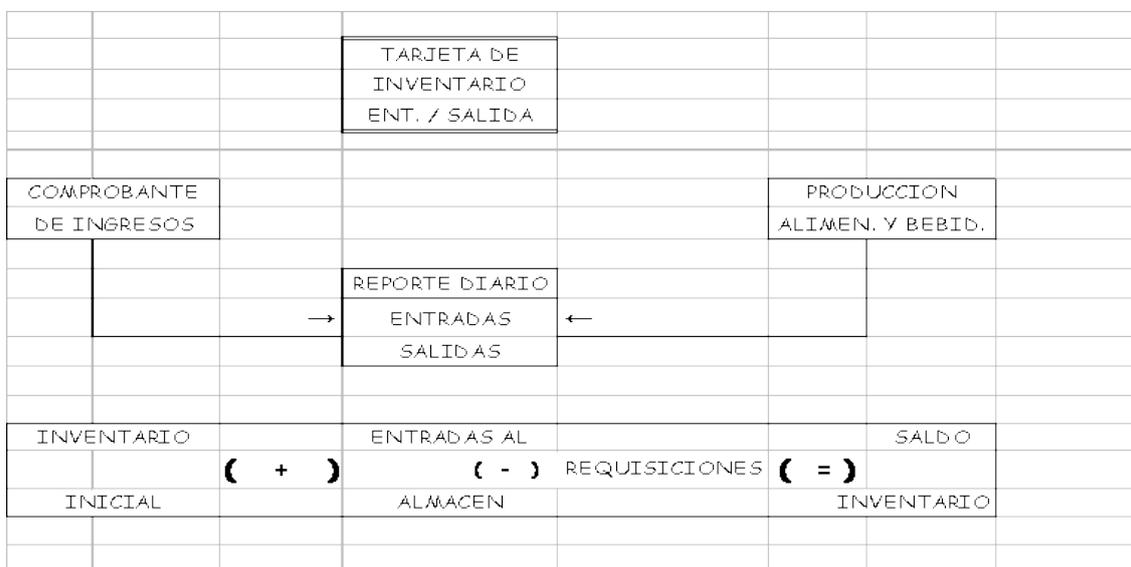
5.6.9. Flujo gramas para la representación de procesos en el Bar

Con los flujos gramas expuestas a continuación se quiere representar los procesos a realizar en el Bar Rio café de la ciudad de Quito, para mejorar el funcionamiento y esclarecer las oportunidades de mejora.

5.6.10. Representación del proceso de inventarios

En esta representación se quiere definir el proceso de inventarios en el establecimiento Rio Café Bar.

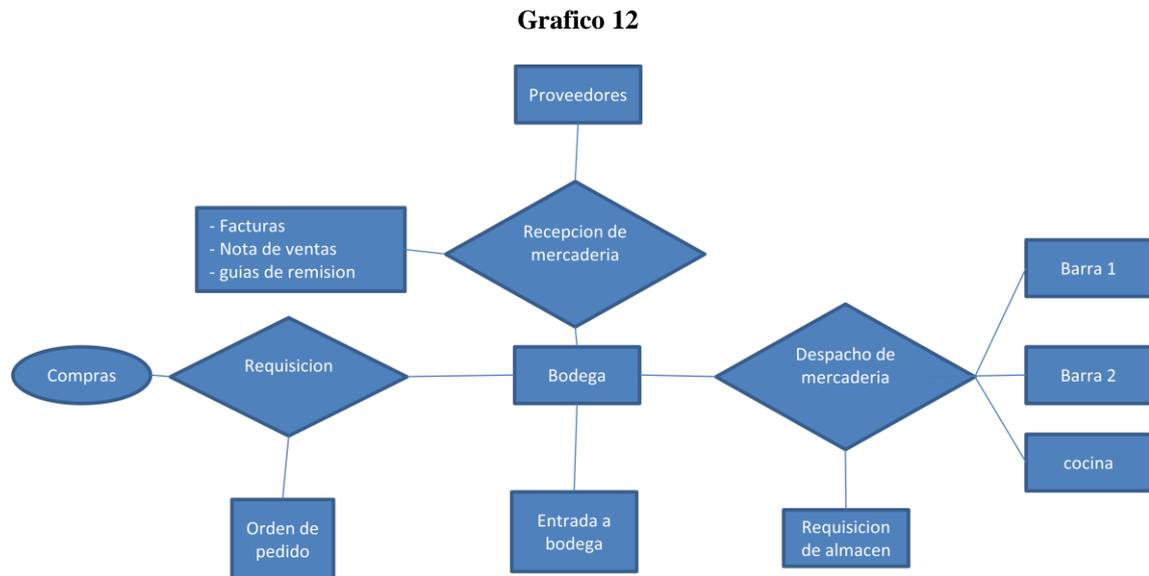
Gráfico 11



Se muestra el proceso previo a la toma física del inventario, con el fin de tener mayor control dentro de la empresa y que los empleados estén informados del proceso a tomar para la toma de los inventarios.

5.6.11. Representación de compras y distribución al establecimiento

Se muestra el proceso interno de entrada y salida de los productos.

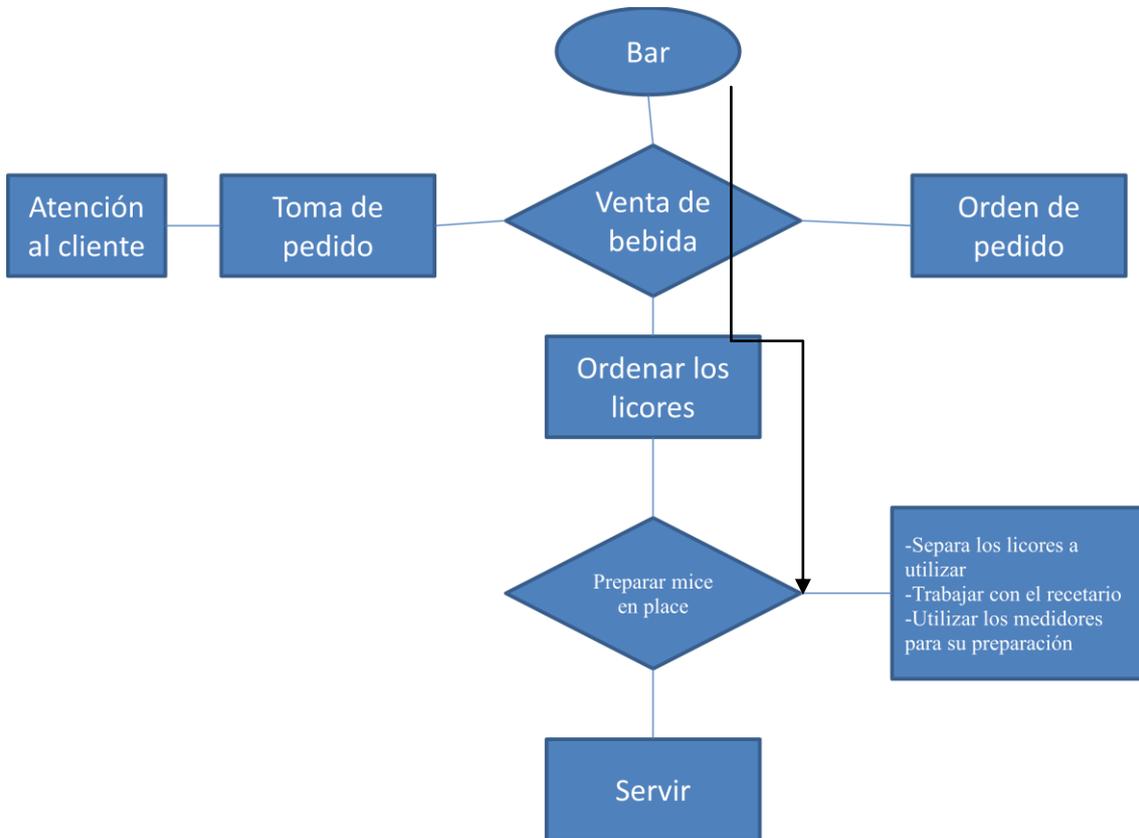


Este proceso facilitara y ayudara al control de los productos tanto los que entran por bodega como los que se utilizan en el bar y así minimizar los riesgos de perdida y la falta de control, mejorando la eficacia al momento de los inventarios

5.6.12. Representación de la preparación de bebidas

Esto nos permitirá un proceso correcto en la elaboración de bebidas, se tendrá que seguir pasó a paso y capacitar al personal para que no existan errores.

Grafico 13

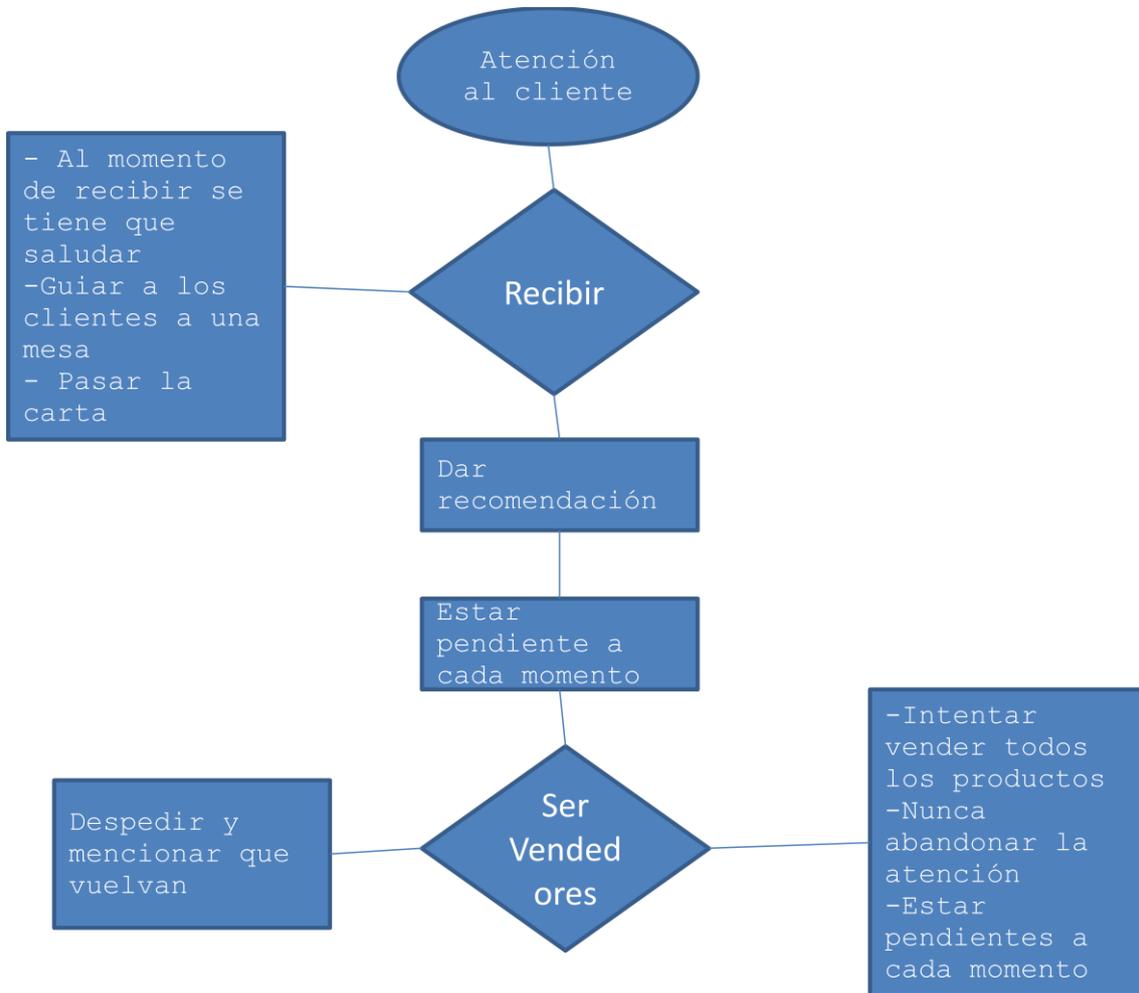


Se muestra la forma en que se hará el proceso de elaboración para el posterior servicio de los clientes, tomar en cuenta que se trata de un proceso no hay como pasar por alto lo que ya está expuesto.

5.6.13. Representación de atención al cliente

Esta representación nos permitirá entender cómo se debe brindar la atención y manejar el control de una mejor manera

Grafico 14



Nos facilitará el buen servir con el cliente, así podremos establecer estándares para los empleados y que ellos se rijan y comiencen a entender que el cliente es lo mas importante en el negocio.

5.7. Recursos

5.7.1. Materiales

MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD
EQUIPOS	Cámara fotográfica	1
	Laptop	1
	Impresora	1
SUMINISTROS	Resma de papel	2
	Anillados	3
	Kardex	50
UTENSILLOS	Coctelera	2
	Medidores	4
	Copas	100

5.7.2. Económicos

MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS	Alquiler de Cámara fotográfica	2 días	40	80
	Laptop	1	400	400
	Alquiler Impresora	1	60	60
SUMINISTROS	Resma de papel	2	4	8
	Anillados	3	3	12
	Kardex	50	0.10	5
UTENSILLOS	Coctelera	2	15	30
	Medidores	4	6	24
	Copas	50	1	50
TOTAL				669

5.7.3. Talento Humano

- Estudiante: Diego Fernando Proaño Salazar
- Director de Tesis: Paulo Cesar Villacres
- Encuestados: Los clientes del rio café bar

REFERENCIAS

- Calderon, N. (junio de 2002). *Monografias .com*. Recuperado el 31 de julio de 2013, de Monografias .com: <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>
- españa, M. d. (mayo de 2009). *redmujeres.org*. Recuperado el 31 de julio de 2013, de redmujeres.org: http://www.redmujeres.org/biblioteca%20digital/atencion_cliente_restaurantes.pdf
- Granda, J. (1998). *Tecnicas de Bar*. Quito: ithi.
- Granda, J. (1998). *Tecnicas de bares*. Quito: ithi.
- <http://cocina.comohacerpara.com/n720/como-decorar-tragos-y-cocteles.html>. (2010). *como hacer.com*. Recuperado el 3 de agosto de 2013, de como hacer.com: <http://cocina.comohacerpara.com/n720/como-decorar-tragos-y-cocteles.html>
- <http://es.scribd.com/doc/40749135/Estandarizacion-de-recetas-y-Costeo-de-Recetas>. (julio de 2012). *scribd.com*. Recuperado el 4 de agosto de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/40749135/Estandarizacion-de-recetas-y-Costeo-de-Recetas>
- http://tematico8.asturias.es/export/sites/default/consumo/seguridadAlimentaria/seguridad-alimentaria-documentos/FICHAS_AUTOCONTROL_COMIDAS.pdf. (2012). *TEMATICO.COM*. Recuperado el 15 de JULIO de 2013, de http://tematico8.asturias.es/export/sites/default/consumo/seguridadAlimentaria/seguridad-alimentaria-documentos/FICHAS_AUTOCONTROL_COMIDAS.pdf
- http://www.ehowenespanol.com/gestionar-inventario-bar-como_31370/. (2013). *howenespañol.com*. Recuperado el 4 de agosto de 2013, de http://www.ehowenespanol.com/gestionar-inventario-bar-como_31370/
- <http://www.originalmusic.es/empresa/nuestro-equipo>. (5 de 2012). <http://www.originalmusic.es/empresa/nuestro-equipo>. Recuperado el 30 de 07 de 2013, de <http://www.originalmusic.es/empresa/nuestro-equipo>
- Moreno, J. M. (2012). Como deberian ser las compras de su bar. *La barra* , 8.
- Ronancio, m. (15 de mayo de 2011). *blogspot*. Recuperado el 18 de julio de 2013, de <http://mugetsu-tribus-urbanas.blogspot.com/2011/05/el-kardex-y-su-importancia-en-los.html>
- Rubio, J. M. (2012). *Gastroastur*. Recuperado el 14 de Julio de 2013, de gastroastur.com: <http://www.sidreria.com/porta/prensa/especializada/gastroastur/servicio/recepcion.htm>
- wikipedia. (18 de abril de 2013). *wikipedia.com*. Recuperado el 31 de julio de 2013, de wikipedia.com: <http://es.wikipedia.org/wiki/Bar>

wikispaces. (2011). *restauracion.com*. Recuperado el 3 de agosto de 2013, de restauracion.com:
<http://restauracion.wikispaces.com/file/view/SERIES+DE+COCTELER%C3%8DA.pdf>

ANEXOS

















