

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA: PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE
UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL
BAR MOLIER**

AUTOR: SAMUEL ALVEAR

TUTOR: ING. MARÍA DOLORES QUINTANA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios creador del universo y dueño de mi vida que me permite construir otros mundos mentales posibles.

Por no solo haberme permitido culminar mi carrera con éxito sino día a día ayudarme a mejorar tanto académicamente como en lo moral permitiéndome estar cerca de tan honorables docentes que desinteresadamente me llenaron con sus vastos conocimientos.

A mis padres las personas que me brindaron su incondicional apoyo amor y confianza gracias a ustedes que lo único en lo que han pensado es verme siendo un hombre realizado y un gran exponente necesario para mejorar una sociedad que cada vez abarca más a la competitividad. Además de su esfuerzo sacrificio y lágrimas y lo más importante los principios inculcados en mi vida que hoy entiendo fueron la mejor escuela que tuve dentro de mi vida.

Mis maestros que habrían sido de ustedes. La verdad con su experiencia me han demostrado el camino y sus enseñanzas han sido el arma perfecta para defenderme ante la sociedad siendo así ustedes el primer peldaño para la ascensión de lo que hoy se conoce como vida.

Un especial agradecimiento a mi Profe Lolita (María Dolores Quintana) que fue uno de los pilares fundamentales para la creación de esta tesis, y la persona que creyó en mi persona.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi cariño y amor a ti Dios. Que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia vida maravillosa

Con mucho cariño a mis padres que me dieron la vida han estado conmigo en todo momento .gracias por todo mama y papa por darme una carrera y creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón el que estén conmigo a mi lado.

Los quiero con todo mi corazón y este trabajo que me costó un año hacerlo es para ustedes.

Por haber creído en mí sin condición aquí esta lo que ustedes me brindaron, solo les estoy devolviendo lo que ustedes me dieron en un principio.

RESUMEN

En el presente documento se detalla de manera explícita, el manejo actual del bar Molier a sí como las falencias en el mismo, las funciones de cada uno de las áreas administrativas que integran el Bar Molier como son: administración, contabilidad, Bar tender, Producción siendo su objetivo primordial el establecimiento de las actividades obligatorias del personal y de los titulares de su estructura organizacional.

Este manual tiene como propósito ser un instrumento de apoyo para el personal de esta organización y del público en general que desee conocer el funcionamiento del mismo, contiene información de los antecedentes, base legal, misión, visión, atribuciones, organigramas, funciones de los órganos administrativos y glosario de términos técnicos administrativos, de esta manera éstos apartados permiten facilitar su comprensión y análisis amplia.

Por consiguiente esta la evaluación financiera, donde se detalla cada uno de las mejoras y como se plasman en los estados financieros de la empresa, verificando la factibilidad y la eficiencia de los procesos realizados, y el retorno de la inversión en el tiempo.

ABSTRACT

This document is detailed in an explicit way, the current management of Bar Molier as to whether the flaws in it, the functions of each of the administrative areas that comprises the Bar Molier as: administration, accounting, bar tender, Production being its primary objective the establishment of the mandatory activities of staff and holders of its organizational structure.

This manual is intended as a support tool for the staff of this organization and the general public want to know the operation of, contains background information, legal basis, mission, vision, functions, organizational functions of the organs administrative and administrative glossary of technical terms, so these sections allow easy understanding and analysis broad.

Therefore, this financial assessment, detailing each of the improvements and are in the financial statements of the company, verifying the feasibility and efficiency of the processes carried out and the return on investment over time.

INDICE

1.- Tema de investigación	1
2.- Planteamiento del problema	1
2.1.- Antecedentes	1
2.2.- Diagnóstico o planteamiento de la problemática general	2
2.2.1.- Causa - Efectos	2
2.2.2.- Pronóstico y Control del Pronóstico	2
2.3.- Formulación de la Problemática Específica	2
2.3.1.- Problema principal	2
2.3.2.- Problemas secundarios	3
2.4.- Objetivos	4
2.4.1.- Objetivo General	4
2.4.2.- Objetivos Específicos	4
2.5.- Justificación	4
2.5.1.- Teórica	4
2.6.- Marco de Referencia	5
2.6.1.- Marco Teórico	18
2.6.2.- Marco Espacial	18
2.6.3.- Marco Temporal	18
 Capitulo II	
2.1 Levantamiento de información del Bar Molier	19
2.2 Ubicación del Negocio	19
2.3 Misión	21
2.4 Visión	21
2.5 Objetivos	21
2.5.1 Objetivo Estratégico	25
2.5.2 Valores corporativos	36
2.5.3 Estructura Organizacional.	39
2.5.4 Organigrama Posicional	40
2.5.5 Funciones	41
2.5.6 Análisis del Mercado	43
2.5.7 Sueldos y beneficios del personal	68
2.6 Mapa estratégico	69
2.7 Determinación de la estructura del Bar	73
2.7.1 Diseño y realización del producto y servicio	74
2.8 Levantamiento de Procesos	83
2.9 Costos por servicio	85

Capítulo III

Propuesta de implementación de un manual de procedimientos

3.1 Nueva estructura de la cadena de valor _____	94
3.2 Organigrama _____	95
3.3 Departamento de administración y finanzas _____	96
3.4 Departamento de Talento humano _____	106
3.5 Departamento Técnico _____	116
3.6 Departamento de Logística Interna _____	125
3.7 Departamento de Operaciones _____	134
3.8 Departamento de Logística Externa _____	144
3.9 Departamento de Ventas _____	150
3.10 Departamento de Post Venta _____	158
3.11 Matriz Tiempo Costo Mejorado _____	166
3.12 Capacitación de adaptación al proceso _____	167

Capítulo IV

Análisis costo beneficio

4.1 Introducción análisis financiero _____	169
4.2 Ingresos Anuales _____	170
4.3 Análisis de los datos financieros _____	172
4.4 Plan de Inversión _____	173
4.4.1 Tabla de plan de implementación _____	174
4.5 Rol de Pagos _____	175
4.6 Depreciación _____	176
4.7 Gastos _____	178
4.7.1 Gasto Ventas _____	179
4.8 Estado de Resultados _____	180
4.9 Flujo de Caja _____	181
4.10 Índices Financieros _____	184

Capítulo V

5.1 Conclusiones _____	186
5.2 Recomendaciones _____	187

CAPÍTULO I

ASPECTOS METODOLÓGICOS

1. Tema. - Propuesta de implementación de un manual de procedimientos para El Bar Molier en El Valle de los Chillos.

2. Planteamiento del Problema

2.1 Antecedentes.-

Los mercados de bares han experimentado en los últimos años un crecimiento vertiginoso en el sector del Valle de los Chillos, el porcentaje de los competidores directos es del 35%, puesto que no ofrecen los mismos productos, en lo que se refiere a los competidores indirectos posee un número más elevado del 62,3% que tiene un impacto medio alto, sin embargo en los últimos tiempos ha presentado un cuadro de madurez a pesar de la incesante proliferación de propuestas. Solo los establecimientos que consiguen renovarse continuamente y satisfacer en el mercado. La amplia diversificación hace que las ofertas sean cada vez más originales.

El manual de procedimientos controla el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria, además de simplificar la responsabilidad por fallas o errores ayuda las labores de auditoría, la evaluación del control interno y su vigilancia; que tanto los empleados como sus jefes conozcan si el trabajo se está realizando adecuadamente, reduce los costos al aumentar la eficiencia general, mejorando en lo que se refiere a los competidores indirectos en el que poseen un número más elevado del 62,3% que tienen un impacto medio alto a los establecimientos principales, como a los sustitutos, los cuales encuentran una proporción del 36,25% relevante que se afecta a estas empresas.

Con el manual de procedimientos puesto en práctica, se reflejará en los costos y utilidades de la empresa a mediano plazo.

2.2.- Diagnóstico o planteamiento de la problemática general

2.3.- Formulación de la Problemática Específica

2.3.1 Problema Principal.-

La zona del triángulo en el Valle de los Chillos es uno de los puntos céntricos de diversión nocturna, cuenta con una oferta que crea un ambiente óptimo para la recreación, dentro de la cual está ubicado el Bar Molier en el que se ha realizado un estudio en la elaboración de los procedimientos efectuados en el giro del negocio de alimentos y bebidas

Se ha encontrado los siguientes inconvenientes, el mal planteamiento de los procedimientos organizativos ha producido menos participación en el mercado lo que afecta directamente a la empresa, en lo que se refiere a la deficiencia del manejo de los procesos dentro del establecimiento ha ocasionado repetición en las actividades del personal y esto produce conflicto entre los empleados, otro de los problemas que ha generado son tareas de impacto sin responsables, además la falta de unacadena de valorcon actividades primarias como las de apoyo, que por su inexistencia no genera ningún tipo de aporte, produce ineficacia en los procesos financieros y origina confusión del talento humano además de la fuga de dinero sin control alguno, también el poco conocimiento que tiene la población tanto ecuatoriana como extranjera sobre la localización de la organización produce que no se desarrolle y cree desmotivación a nivel general, esto debido a la falta de un eficiente direccionamiento estratégico, el incorrecto orden y coordinación de la información de carácter monetario que proporcionaron los resultados pasados se ha establecido una baja rentabilidad.

Si persisten estos problemas promoverá la desorganización en las funciones y procedimientos administrativos, en alimentos y bebidas, además se producirá mala producción y un servicio ineficiente con una alta pérdida de dinero y el deficiente trabajo lo que puede generar la disolución de la empresa, complicaciones ambientales mayores, problemas financieros y la pérdida de tiempo y dinero

Con esta reseña de todos los inconvenientes que el Bar Molier está atravesando y sus futuras conclusiones se establece un control para que estos desenlaces no lleguen a afectar a la empresa, Implementando un manual de procedimientos y la Formulación de un plan estratégico que ayudará al buen desarrollo de las actividades en los diferentes departamentos - áreas, y de esta manera llegar a cumplir de manera eficiente y eficaz todas las actividades de la empresa y se eliminaría los errores de los empleados estableciendo con claridad su dirección hacia un eficiente servicio.

2.3.2 Problemas secundarios

Formulación del Problema.-

¿Cómo la implementación de un manual procedimientos, en el Bar Molier ayudará a mejorar el nivel de satisfacción y productividad de los clientes internos y externos?

Sistematización

- ¿Cómo se podrá identificar las falencias de la empresa en el manejo de los recursos?
- ¿Qué cadena de valor permitirá establecer procedimientos y actividades que mejore la eficiencia y eficacia a la empresa y al cliente?

- ¿Qué llegará a determinar el costo-beneficio del plan de implementación del Bar Molier?

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo General.-

Realizar la propuesta de implementación del manual de procedimientos, para el área de alimentos y bebidas del Bar Molier, que permita la satisfacción y productividad.

2.4.2 Objetivos Específicos.-

- Diagnosticar las falencias del Bar Molier identificando el mal manejo de los recursos.
- Establecer los procedimientos y actividades que caracterizan el servicio, disminuyendo costos y tiempo.
- Ponderar la optimización del tiempo y dinero, que se mejorará al momento de implementar el manual de procedimientos, para identificar la eficacia y eficiencia del proyecto.

2.5 Justificación.

2.5.1 Justificación teórica.-

El Mejoramiento Continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo.

A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte la organización debe analizar los procesos utilizados, de tal manera que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse.

Dentro de una entidad prestadora de servicios, una reestructuración de procesos es indispensable para su desarrollo, más aun cuando presenta ciertas deficiencias en su cadena de valor, provocando de esta manera el inadecuado uso de recursos, mala atención, insatisfacción del cliente, excesivo desperdicio de materia prima, incorrecto uso de equipos y por ende incumplimiento de las metas propuestas en un principio, trayendo como consecuencia principal la dificultad en alcanzar los objetivos empresariales.

Las tendencias actuales obligan a que las entidades prestadoras de servicio mejoren su calidad de producto y servicio de acuerdo a las exigencias del mercado, para esto es importante un mejoramiento de procedimientos, para el desarrollo óptimo de los departamentos de la empresa, con la implementación de un manual de procedimientos optimizaría dichas causas y se lograría los objetivos planteados con mayor rentabilidad y alcanzar un mayor grado de eficiencia y eficacia.¹

2.6 Marco de referencia.

2.6.1 Marco teórico.-

Investigación de Mercado

“La investigación de mercado comprende una de las facetas más importantes e interesantes de la mercadotecnia (conjunto de actividades que desarrolla la

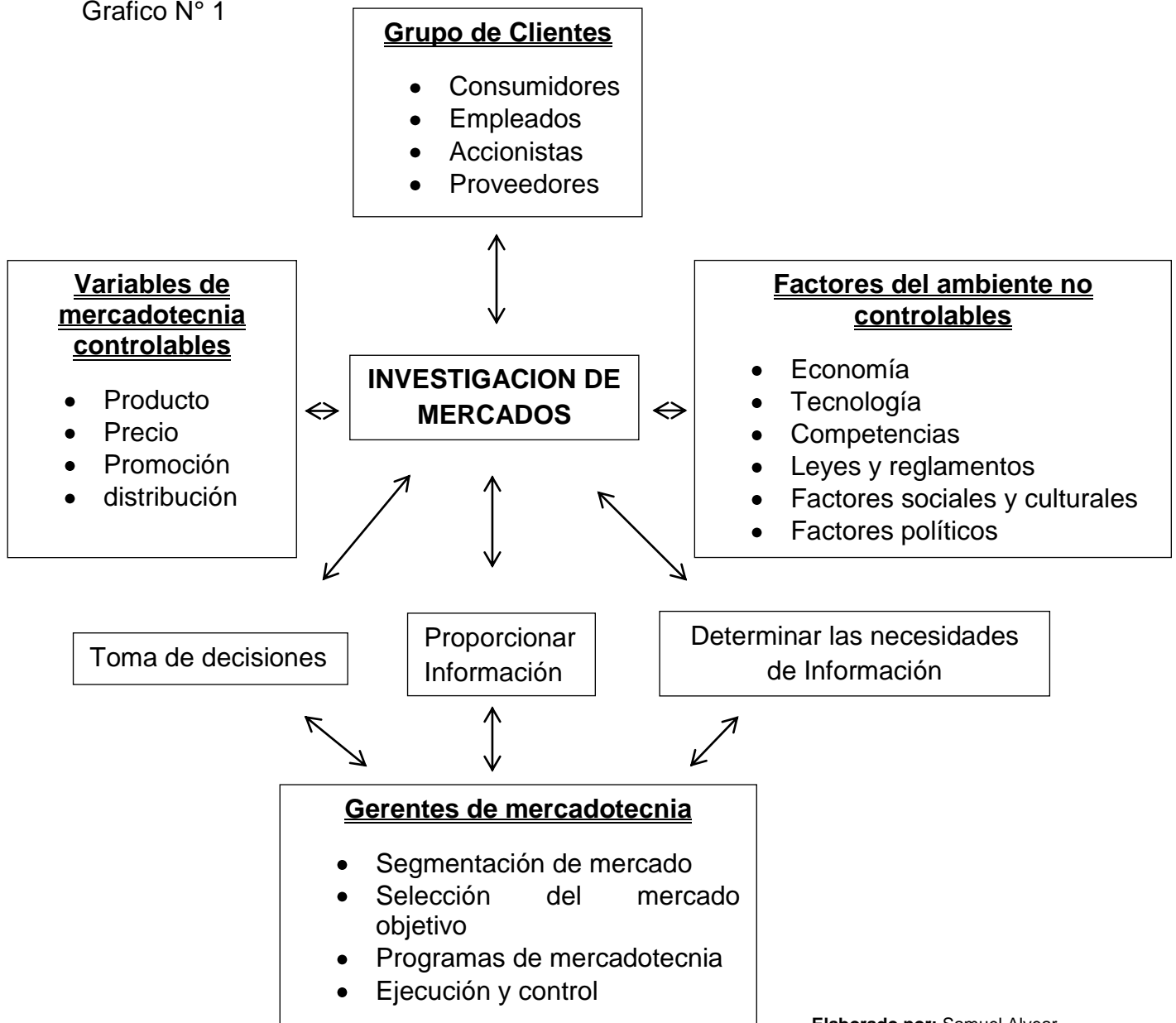
¹Michael PorterUn Proceso de Mejora Continua

empresa y están enfocadas a satisfacer las necesidades de los clientes, para lograr los objetivos de la organización).

Uno de los métodos que se utilizan para llevar a cabo una investigación de mercados, son encuestas de persona a persona, cuestionarios ampliados a una población limitada, encuestas amplias, fuentes públicas de información y sesiones de grupo.

Investigación de mercado

Grafico N° 1



Elaborado por: Samuel Alvear

La tarea de la investigación de mercado consiste en satisfacer las necesidades de información y proporcionar a la gerencia información actualizada, relevante, exacta, confiable y válida. El ambiente competitivo actual de la mercadotecnia y los costos; siempre en aumento, que se atribuyen a una toma de decisiones poco efectiva, requiere que la investigación de mercados contribuya con información significativa. Las decisiones apropiadas no se basan en el sexto sentido, la intuición o en un juicio puro. En ausencia de una información relevante, una decisión puede resultar incorrecta.”²

La investigación de mercado se enfoca en la mercadotecnia, la cual busca identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, permite definir las necesidades de los mismos e instrumentar las estrategias de mercados y programas encaminados acerca de los clientes, también permite identificar, recopilar y analizar la información obtenida de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de la mercadotecnia.

Además la investigación de mercado permite plasmar en forma directa las sugerencias de los clientes que haya aplicado la empresa y así poder direccionar de mejor manera las estrategias para alcanzar los objetivos empresariales³.

Cadena de Valor empresarial o Cadena de Valor

“Es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final.

³Naresh K. Malhotra, Investigación de Mercados

Cadena de Valor

Grafico N° 2



Fuente: Michael E. Porter

Esquema del modelo de la Cadena de valor empresarial. En la parte superior, las actividades de apoyo o auxiliares. En la parte inferior, las actividades primarias.

Descripción.-

La cadena de valor categoriza las actividades que producen valores añadido en una organización en dos tipos: las actividades primarias y las actividades de apoyo o auxiliares de micro.

Actividades primarias.- Las actividades primarias se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio postventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

- **Logística interna:** comprende operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas.
- **Operaciones (producción):** procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- **Logística externa:** almacenamiento de los productos terminados y distribución del producto al consumidor.

- **Marketing y Ventas:** actividades con las cuales se da a conocer el producto.
- **Servicio:** de post-venta o mantenimiento, agrupa las actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías.

Actividades de apoyo.-

Las actividades primarias están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas **actividades secundarias:**

- **Infraestructura de la organización:** actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas.
- **Dirección de recursos humanos:** búsqueda, contratación y motivación del personal.
- **Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo:** obtención, mejora y gestión de la tecnología.
- **Abastecimiento (compras):** proceso de compra de los materiales.

Para cada actividad de valor añadido han de ser identificados los generadores de costes y valor.

El marco de la cadena.-

La cadena de valor enseguida se puso en el frente del pensamiento de gestión de empresa como una poderosa herramienta de análisis para planificación estratégica. Su objetivo último es maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costos. De lo que se trata es de crear valor para el cliente, lo que se traduce en un margen entre lo que se acepta pagar y los costos incurridos.

La cadena de valor ayuda a determinar las actividades o competencias distintivas que permiten generar una ventaja competitiva, concepto introducido también por Michael Porter. Tener una ventaja competitiva es tener una rentabilidad relativa

superior a los rivales en el sector industrial en el cual se compite, la cual tiene que ser sustentable en el tiempo. Rentabilidad significa un margen entre los ingresos y los costos. Cada actividad que realiza la empresa debe generar el mayor posible. De no ser así, debe costar lo menos posible, con el fin de obtener un margen superior al de los rivales.

Las actividades de la cadena de valor son múltiples y además complementarias (relacionadas). El conjunto de actividades de valor que decide realizar una unidad de negocio es a lo que se le llama estrategia competitiva o estrategia del negocio, diferente a las estrategias corporativas o a las estrategias de un área funcional. El concepto de subcontratación, outsourcing o externalización, resulta también de los análisis de la cadena de valor.

El concepto ha sido extendido más allá de las organizaciones individuales. También puede ser aplicado al estudio de la cadena de suministro así como a redes de distribución. La puesta a disposición de un conjunto de productos y servicios al consumidor final moviliza diferentes actores económicos, cada uno de los cuales gestiona su cadena de valor.

Las interacciones sincronizadas de esas cadenas de valor locales crean una cadena de valor ampliada que puede llegar a ser global. Capturar el valor generado a lo largo de la cadena es la nueva aproximación que han adoptado muchos estrategias de la gestión.

A base de explotar la información que se dirige hacia arriba y hacia abajo dentro de la cadena, las compañías pueden intentar superar los intermediarios creando nuevos modelos de negocio.”⁴

⁴http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor

Que son los diagramas de flujo

“Los diagramas de flujo (o flujo gramas) son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso. También permiten describir la secuencia de los distintos pasos o etapas y su interacción.

Las personas que no están directamente involucradas en los procesos de realización del producto o servicio, tienen imágenes idealizadas de los mismos, que pocas veces coinciden con la realidad. La creación del diagrama de flujo es una actividad que agrega valor, pues el proceso que representa está ahora disponible para ser analizado, no sólo por quienes lo llevan a cabo, sino también por todas las partes interesadas que aportarán nuevas ideas para cambiarlo y mejorarlo.

Ventajas de los Diagramas de Flujo.-

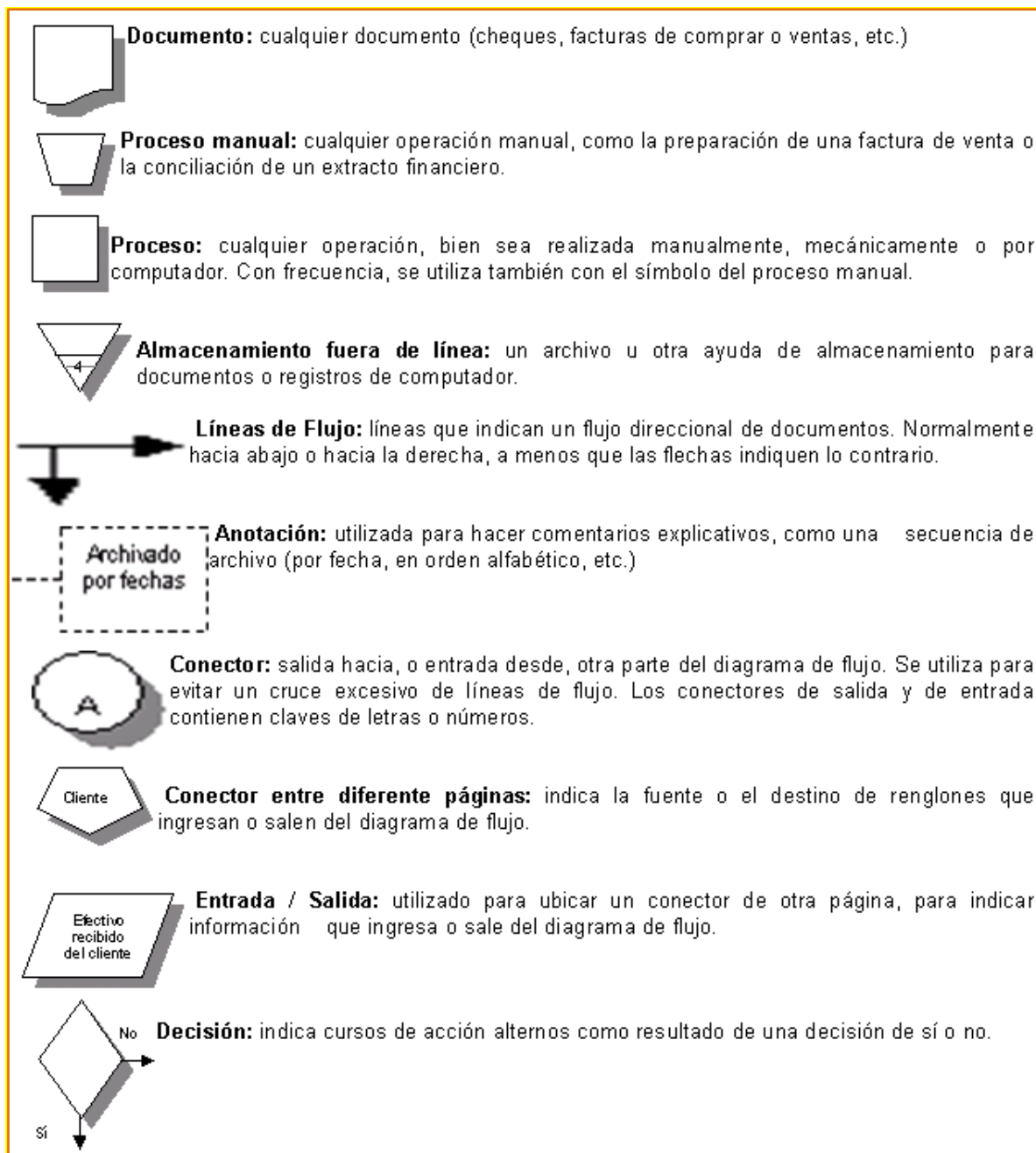
- Favorecen la comprensión del proceso a través de mostrarlo como un dibujo. El cerebro humano reconoce fácilmente los dibujos. Un buen diagrama de flujo reemplaza varias páginas de texto.
- Permiten identificar los problemas y las oportunidades de mejora del proceso. Se identifican los pasos redundantes, los flujos de los reproceso, los conflictos de autoridad, las responsabilidades, los cuellos de botella, y los puntos de decisión.
- Muestran las interfaces cliente-proveedor y las transacciones que en ellas se realizan, facilitando a los empleados el análisis de las mismas.
- Son una excelente herramienta para capacitar a los nuevos empleados y también a los que desarrollan la tarea, cuando se realizan mejoras en el proceso.

Símbolos se Emplean en los Diagramas de Flujo.-

Los símbolos tienen significados específicos y se conectan por medio de flechas que indican el flujo entre los distintos pasos o etapas.

Los símbolos más comunes son:

GRÁFICO N° 3 Simbología para la elaboración del Diagrama de Flujo



Direccionamiento Estratégico

“Importancia de la planificación.- La planificación es uno de los elementos básicos de dirección y se sitúa en posición preponderante en razón de representar la iniciación de toda secuencia de la función directora. La planificación, además repercute profundamente sobre todas las demás actividades de organización y dirección.

La planificación es excepcional entre todos los elementos de dirección, ya que puede justificar la no continuación de una actividad determinada. Como resultado de una investigación-practicada para formular planes, una empresa bien planificada puede decidir no seguir adelante con un proyecto.

Para las funciones de organización, motivación y control es fundamental cumplir los resultados de una planificación. La actividad planificadora es esencial para una gestión efectiva de ventas y puede dirigirse de varias maneras.

- Planificación de la incorporación de productos ("producias")
- Planificación de los canales de distribución.
- Planificación de las necesidades del equipo de vendedores.
- Planificación de la distribución física, almacenaje, ej. Planificación de las actividades promocionales.
- Planificación del control.
- Planificación de los recursos y asignaciones financieros.
- Además de responsabilizarse de estas planificaciones citadas, la dirección de ventas determinará también los objetivos de la organización, de acuerdo con la política establecida por la empresa.”⁵

Este estudio da el direccionamiento estratégico para que la empresa posea una base con objetivos y estrategias

⁵], H. J., Mejoramiento de los *procesos* de la empresa

Conformación Del Manual

Identificación Este documento debe incorporar la siguiente información:

- Logotipo de la organización.
- Nombre oficial de la organización.
- Denominación y extensión. De corresponder a una unidad en particular debe anotarse el nombre de la misma.
- Lugar y fecha de elaboración.
- Número de revisión (en su caso).
- Unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización.
- Clave de la forma. En primer término, las siglas de la organización, en segundo lugar las siglas de la unidad administrativa donde se utiliza la forma y, por último, el número de la forma. Entre las siglas y el número debe colocarse un guión o diagonal.

Gestión de Procesos

“Actualmente, las organizaciones, independientemente de su tamaño y del sector de actividad, han de hacer frente a mercados competitivos en los que han de conciliar la satisfacción de sus clientes con la eficiencia económica de sus actividades.

Tradicionalmente, las organizaciones se han estructurado sobre la base de departamentos funcionales que dificultan la orientación hacia el cliente. La Gestión de Procesos percibe la organización como un sistema interrelacionado de procesos que contribuyen conjuntamente a incrementar la satisfacción del cliente. Supone una visión alternativa a la tradicional caracterizada por estructuras organizativas de corte jerárquico - funcional, que pervive desde mitad del XIX, y que en buena medida dificulta la orientación de las empresas hacia el cliente.

La Gestión de Procesos coexiste con la administración funcional, asignando "propietarios" a los procesos clave, haciendo posible una gestión interfuncional generadora de valor para el cliente y que, por tanto, procura su satisfacción.

Determina qué procesos necesitan ser mejorados o rediseñados, establece prioridades y provee de un contexto para iniciar y mantener planes de mejora que permitan alcanzar objetivos establecidos. Hace posible la comprensión del modo en que están configurados los procesos de negocio, de sus fortalezas y debilidades”⁶

Procedimiento

Presentación por escrito, en forma narrativa y secuencial, de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en qué consisten, cuándo, cómo, dónde, con qué, y cuánto tiempo se hacen, señalando los responsables de llevarlas a cabo. Cuando la descripción del procedimiento es general, y por lo mismo comprende varias áreas, debe anotarse la unidad administrativa que tiene a su cargo cada operación. Si se trata de una descripción detallada dentro de una unidad administrativa, tiene que indicarse el puesto responsable de cada operación. Es conveniente codificar las operaciones para simplificar su comprensión e identificación, aun en los casos de varias opciones en una misma operación.

El manual de procedimientos, mejorara cada uno de los procesos de la empresa optimizandotiempo y costos, consecuentemente los cambios plasmaran su eficiencia en minimizar los costos de operación aumentando la rentabilidad de la empresa, y efectivizando la calidad del ambiente de trabajo.

⁶López Viña, José, (aut.), Manual de Procedimientos

ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del Análisis Costo-Beneficio (ACB). Así sucede en los proyectos económicos. En la mayor parte de los proyectos sociales, en cambio, los impactos no siempre pueden ser valorizados en moneda, por lo que la técnica más adecuada es el Análisis Costo-Efectividad (ACE).

En el ACE, su particularidad radica en comparar los costos con la potencialidad de alcanzar más eficaz y eficientemente los objetivos no expresables en moneda (evaluación ex ante) o con la eficacia y eficiencia diferencial real que las distintas formas de implementación han mostrado en el logro de sus objetivos.

Interesa el análisis financiero.-

“En principio existen varias personas y entidades a quienes interesa y conviene el análisis financiero. Cada uno lo enfocara desde el punto de vista de sus propios intereses y dará énfasis a ciertos aspectos que considere de mayor interés.

La administración de la empresa.- debe ser, en principio la más interesada en los resultados del análisis financiero. Las personas que están dirigiendo el negocio son directamente responsables de las finanzas y las operaciones.

- El análisis financiero provee a los administradores de herramientas para determinar las fortalezas o debilidades del negocio en cuanto a sus finanzas u las operaciones. Por tal razón, el administrador financiero estará interesado en conocer lo siguiente acerca de su empresa.
- Su capacidad de atender compromisos de corto y largo plazo.
- La rentabilidad de sus operaciones.
- La naturaleza y características de sus obligaciones.
- La habilidad para realizar sus inversiones.
- Su potencial para conseguir nuevos recursos traspiés de naturaleza interna o externa.

Los resultados del análisis, en respuesta a estos interrogantes, constituyen una invaluable herramienta para que la administración pueda tomar medidas correspondientes.

Los inversionistas actuales y potenciales.-

Los dueños de patrimonio y los inversionistas potenciales estarán interesados en la rentabilidad a largo plazo y la eficiencia administrativa de la empresa, de tal manera que esto se traduzca en un incremento del valor de negocio.

Para ellos serán muy importantes el potencial de utilidad o capacidad para generar utilidades, así como la rentabilidad operacional de la compañía. También se preocuparán por la estructura del capital evaluando siempre dentro de los parámetros de rentabilidad y riesgo.

La administración de impuesto.-

Toda empresa está obligada a presentar anualmente su declaración de renta, la cual incluye información financiera que la Administración de Impuesto examinará y evaluará, siempre desde su propio punto de vista, tratando de establecer si cada compañía está cumpliendo debidamente con su deber de contribuyente.”⁷

Cuando se habla análisis financiero, se trata de la información que sirve de punto de partida para el estudio del negocio, dependiendo la ubicación de la empresa interna y externamente, se puede manejar con una serie de herramientas las cuales permitirá un mejor estudio de las mismas.

El análisis de los proyectos constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u algún otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión, como sería en este caso la capacitación a los

⁷ Héctor Ortiz Anaya, Análisis Financiero con ajustes por inflación

empleados del área de servicio para mejorar y optimizar el servicio en la atención al cliente.

Además es necesario para todas las empresas, ejecutar el estudio financiero con la finalidad de analizar por medio de indicadores cuál es su verdadero rendimiento económico que poseen estas para así poder enfrentar sus compromisos económicos ya sea estos con sus clientes internos y externos o proveedores en un momento dado.

Capítulo II

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DEL BAR MOLIER

2.1 Levantamiento de información del Bar Molier

2.2 Ubicación del Negocio

Macro localización

El Cantón Rumiñahui tiene una extensión de 137.2 km², cuenta con una parroquia urbana que es Sangolqui y dos rurales: Cotogchoa y Rumipamba. Está limitado en el norte por el Cantón Quito, el río San Pedro es el límite natural entre estos dos cantones los cuales se encuentran unidos por la Autopista General Rumiñahui que une la ciudad de Quito con las diferentes parroquias del Cantón Rumiñahui.

Micro localización

Altitud:

En una altitud de 2.550 metros m.s.n.m. metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m) que le permite un clima andino privilegiado con temperaturas que giran alrededor de los 15°C.

Tiene una extensión de 420.2 km².

77 30 O. *Zona horaria:* - 05:00 Área: 283560 km² Capital

Cuadro N° 1 Ubicación Geográfica



Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 2

Capacidad instalada

Capacidad	x Días	capacidad instalada 100%	Demanda del sector	Demanda insatisfecha
60	240	14400	28260	13860
		capacidad instalada 5%		
		720		

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro Nº 3

Levantamiento servicios Básicos

MATRIZ DE LA ZONA DEL TRIANGULO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS				
<u>Infraestructura básica</u>	exelente	buena	regular	mala
Agua potable	x			
Electricidad	x			
Alumbrado público	x			
Disponibilidad de Transporte publico		x		
Telecomunicaciones	x			
Internet	x			
Seguridad		x		
Disponibilidad de proveedores		x		
<u>Accesos</u>				
Vías de primer orden		x		
Vías de segundo orden		x		
Señalización Vial		x		
Señalización turistica		x		
TOTAL	5	7	0	0

Elaborado por: Samuel Alvear

Para presente Direccionamiento Estratégico se ha planteado misión y visión, con el objetivo de mejorar El Bar Molier

2.2 Misión

Es una empresa que brinda servicio de alimentos y bebidas como jugos, tragos cocteles y picaditas, en un ambiente seguro y confortable enfocado a la forma clásica; con una infraestructura de modelo antiguo colonial para satisfacer las necesidades de relajamiento y diversión de los clientes en un ambiente donde la música es complemento del momento a través de una asistencia personalizada tradicional con ética, rapidez, considerando el respeto hacia los clientes, cuidando el medio ambiente y aportando al desarrollo de la economía local.

2.3 Visión

Ser una empresa de alimentos y bebidas que sea reconocida a nivel nacional e internacional. Ofreciendo alimentos con estándares de la gastronomía internacional y bebidas como jugos, cocteles, y tragos, con un servicio innovador y tecnología nueva, en forma clásica de infraestructura y capacidad de alojar a un número elevado de personas, con un modelo antiguo colonial, para satisfacer las necesidades de diversión de los clientes en un ambiente donde la música es complemento del momento, a través de un servicio personalizado con eficiencia y eficacia, aportando al desarrollo sostenible, económico y social del cantón,

2.5 Objetivos

Misión

- Servicio de alimentos como picaditas y bebidas como tragos, cocteles, jugos.

Situación en el mercado

Objetivo.-

Incrementarla cartera de clientes con nuevos productos en la carta, para complementar la variedad a escoger del cliente.

- Utiliza principios éticos y responsabilidad social

Responsabilidad social

Objetivo.-

Proporcionar confianza, integridad en todos los aspectos de nuestra actividad comercial con ética para así dar una buena imagen empresarial, para con la demanda del sector.

- Servicio clásico con una infraestructura a la antigua.

Situación en el mercado

Objetivo.-

Investigar el mercado para conocer los gustos y preferencias en el ámbito de distracción de los jóvenes y adultos, realizando un estudio de mercado en la zona del triángulo.

- Para personas que buscan desestresarse y diversión en un horario nocturno.

Nivel de recursos

Objetivo.-

Mejorar el nivel de recursos del establecimiento constantemente para fidelidad de la demanda actual.

- Enfocado a jóvenes y jóvenes adultos

Innovación

Objetivo.-

Innovar constantemente los servicios según requerimientos del mercado, para ser más competitivos en la oferta actual, estudiando la población de jóvenes y adultos del triángulo del Valle de los Chillos.

- Servicio personalizado tradicional

Rendimiento y actitud de los trabajadores

Objetivos.-

Capacitar constantemente al personal para que el rendimiento personal sea el más óptimo, brindando un servicio eficiente al cliente.

Visión

- Servicio de alimentos como picaditas y bebidas como tragos, cocteles, jugos, reconocido a nivel nacional e internacional.

Productividad

Objetivo.-

Extender la productividad de la empresa con un servicio personalizado tradicional, utilizando el internet como medio de comunicación para adquirir nuevos clientes en un periodo de 6 meses.

- Servicios con estándares gastronómicos internacionales

Rendimiento y desarrollo de los administradores

Objetivos.-

Investigar estándares de alimentos y bebidas internacionales y observar el funcionamiento a través de establecimientos reconocidos continuamente, para ponerlos en práctica en la empresa y satisfacer las necesidades de los clientes.

- Servicio innovador y tecnología nueva new stock(integra las diferentes áreas de control para su negocio, la facturación de mesas, ventas rápidas y servicio exprés (delivery), recetas y costos, la caja (ingresos y egresos de dinero),)

Innovación

Objetivo.-

Implementar nuevo software para acelerar el servicio a los clientes en un periodo determinado

- Servicio con nuevos modelos de comanda electrónica con infraestructura de mayor capacidad de alojar a un número elevado de personas con un modelo antiguo colonial

Innovación

Objetivo.-

Innovar las instalaciones de la empresa, realizando préstamos a entidades bancarias para aumentar la rentabilidad en un tiempo determinado aumentando el patrimonio del empresario.

- Servicio personalizado con tecnología de punta

Innovación

Objetivo.-

Agregar nueva tecnología a la compañía para mejorar la oferta en el mercado en un tiempo determinado.

2.5.1 Objetivo Estratégico

Objetivo general (estratégico).-

Ampliar la cartera de clientes con nuevos productos en la carta para complementar la variedad a escoger de los clientes actuales en un periodo de 4 años.

Objetivos:

A continuación el cuadro de los objetivos estratégicos, tácticos, operativo, mediato de la empresa.

Los objetivos estratégicos es la meta a la cual se quiere llegar a cumplir en un periodo largo.

Los objetivos tácticos son los que ayudan a que el objetivo estratégico se cumpla, al igual que los objetivos operativo son de menos tiempo y contribuyen con metas más pequeñas a alcanzar lo planeado, y el mediato es más específico y con menor tiempo.

Cuadro N° 4

Objetivos

1.- Objetivo estrategico	Variables	Objetivo táctico
1.- Aumentar la cartera de clientes con nuevos productos en la carta para complementar la variedad a escoger de los clientes actuales en un periodo de 4 años.	1.1 Aumentar la cartera de clientes en un 30% 1.2 Crear nuevos productos en la carta 1.3 Complementar la variedad a escoger de los clientes actuales	1.1- Realizar publicidad utilizando como herramienta el contrato de paginas web para atraer la atención del cliente en el periodo de dos años y aumentar la cartera en un 30 %
		1.2- Investigar nuevos productos que agraden a los clientes haciendo un estudio de mercado en la zona del triangulo del valle de los chillos para crear nuevos productos en la carta y satisfacer las necesidades del cliente en un año
		1.3- Realizar un plan de costos de proveedores para adquirir nuevos productos y aumentar los productos a nuestra carta en un año para el crecimiento de la empresa.

Elaborado por: Samuel Alvear

<u>1.1 Objetivo Táctico</u>	<u>Variables</u>	<u>Objetivo Operativo</u>
1.1- Realizar publicidad utilizando como herramienta el contrato de paginas web para atraer la atención del cliente en el periodo de dos años y aumentar la cartera en un 30 %	1.1.1 Realizar publicidad 1.1.2 Utilizar páginas web 1.1.3 Atraer la atención del cliente	1.1.1- Realizar campañas publicitarias a través de revistas que se publiquen en la zona para atraer clientela en el periodo de un mes.
		1.1.2.- Adquirir espacios en el internet para realizar páginas web por un año publicitando el establecimiento y sus productos.
		1.1.3.- Contratar a profesionales de publicidad para crear una campaña que impacte a la demanda con nuestros productos y servicios en el periodo de un mes.

Elaborado por: Samuel Alvear

<u>1.1.1 Objetivo Operativo</u>	<u>Variables</u>	<u>Objetivo Mediatos</u>
1.1.1- Realizar campañas publicitarias a través de revistas que se publiquen en la zona para atraer clientela en el periodo de un mes.	1.1.1.1 Realizar campañas publicitarias 1.1.2.2 Atraer clientela	1.1.1.1 Contratar un espacio en la revista más popular de la localidad para atraer nuevos clientes en un periodo mensual.
		1.1.2.2 Crear una lista de productos y servicios, cada uno con su detalle correspondiente para realizar una pagina virtual completa y que de a conocer lo que ofrece la empresa al publico en dos semanas.
		1.1.2.3- crear un espacio en páginas electrónicas de grupos sociales donde se de una breve explicación del establecimiento con el link de la pagina web principal.

Elaborado por: Samuel Alvear

1.1.2Objetivo Operativo	Variables	Objetivo Mediatos
Adquirir espacios en el internet para realizar páginas web por un año publicitando el establecimiento y sus productos.	1.1.2.1Adquirir espacios en el internet 1.1.2.2Realizar paginas web 1.1.2.3Publicitar el establecimiento y sus productos	1.1.2.1 Analizar los mejores servidores de internet para asegurar la publicidad de la empresa por un mes.
		1.1.2.2 Crear una lista de productos y servicios, cada uno con su detalle correspondiente para realizar una pagina virtual completa y que de a conocer lo que ofrece la empresa al publico en dos semanas.
		1.1.2.3- crear un espacio en páginas electrónicas de grupos sociales donde se de una breve explicación del establecimiento con el link de la pagina web principal.

Elaborado por: Samuel Alvear

<u>1.1.3 Objetivo Operativo</u>	<u>Variables</u>	<u>Objetivo Mediatos</u>
<p>Contratar a profesionales de publicidad para crear una campaña que impacte a la demanda con nuestros productos y servicios en el periodo de un mes.</p>	<p>1.1.3.1 Contratar a profesionales de publicidad 1.1.3.2 Impactar a la demanda con nuestros productos y servicios</p>	<p>1.1.3.1 Crear un fondo económico para publicidad de la empresa tomando un porcentaje de las utilidades obtenidas anualmente para aumentar el numero de consumidores de nuestros productos y servicios</p>
		<p>1.1.3.2 Capacitar constantemente al personal, incentivándoles para que de la empresa le consideren como propio, y su desempeño sea el más optimo, y los clientes se sientan a gusto con los productos y el servicio ofrecido, y así nos promuevan el conocimiento de la empresa.</p>

Elaborado por: Samuel Alvear

1.2 Objetivo Táctico	Variables	Objetivo Operativo
1.2- Investigar nuevos productos que agraden a los clientes haciendo un estudio de mercado en la zona del triangulo del valle de los chillos para crear nuevos productos en la carta y satisfacer las necesidades del cliente en un año	1.2.1 Investigar nuevos productos 1.2.2 Realizar un estudio de mercado	1.2.1- Visitar empresas especializadas en alimentos y bebidas para observar y probar nuevos productos copiandolos y mejorandolos, asi adquiriendo conocimientos para para un mejor servicio al cliente
		1.2.2.- Realizar realizar encuestas a las perzonas del sector del valle de los chillos para conocer que tipo de productos de alimentos y bebidas son de su agrado, estose lo realizara en tres meses para un estudio mas exhaustivo.

Elaborado por: Samuel Alvear

1.2.1 Objetivo Operativo	Variables	Objetivo Mediatos
1.2.1- Visitar empresas especializadas en alimentos y bebidas para observar y probar nuevos productos copiandolos y mejorandolos, asi adquiriendo conocimientos para para un mejor servicio al cliente	1.2.1.1 Visitar empresas especializadas en alimentos y bebidas 1.2.1.2 Adquirir nuevos conocimientos	1.2.1.1 Analizar los productos más consumidos dentro de las empresas de alimentos y bebidas, constantemente para observar la carta y copiar la receta para mejorar los productos y aumentarlos a la carta de la empresa
		1.2.1.2 Capacitar a los directivos para aumentar sus conocimientos, con seminarios de alimentos y bebidas constantemente para generar un beneficio a las empresa.

Elaborado por: Samuel Alvear

<u>1.2.2.- Operativo</u>	<u>Variables</u>	<u>Objetivo Mediatos</u>
Realizar encuestas a las perzonas del sector del valle de los chillos para conocer que tipo de productos de alimentos y bebidas son de su agrado, esto se lo realizara en tres meses para un estudio más exhaustivo.	<p>1.1.2.1 Realizar encuestas a las personas del sector del valle de los chillos</p> <p>1.1.2.2 Conocer que tipo de producto de alimentos y bebidas prefieren las personas</p>	<p>1.1.2.1 Realizar la formula correspondiente a un estudio de mercado para posteriormente realizar encuestas a la población del sector y esto se relizara en 15 dís</p>
		<p>1.1.2.2 Realizar preguntas dentro de las encuestas, que susu respuestas sean abiertas y cerradas, con productos de la carta actual de la empresa y nuevos para aumentar y quitar productos, inovando y dando un producto y servicio acorde al cliente esto se lo realizara al momento de hacer las encuestas.</p>

Elaborado por: Samuel Alvear

1.3 Objetivo Táctico	Variables	Objetivo Operativo
Realizar un plan de costos de proveedores para adquirir nuevos productos y aumentar los productos a nuestra carta en un año para el crecimiento de la empresa.	1.3.1 Realizar un plan de costos de proveedores 1.3.2 Adicionar productos a la carta	1.3.1- Verificar los costos continuamente por cada producto para tener mayor control dentro de la empresa
		1.3.2.- Realizar encuestas a las personas del sector del valle de los chillos para conocer que tipo de productos de alimentos y bebidas son de su agrado, estose lo realizara en tres meses para un estudio mas exhaustivo.

Elaborado por: Samuel Alvear

1.3.1.- Operativo	Variables	Objetivo Mediatos
Verificar los costos continuamente por cada producto para tener mayor control dentro de la empresa	1.3.1.1 Verificar los costos 1.3.1.2 Mayor control dentro de la empresa	1.3.1.1 Crear un documento de control de bodega y compras continuamente para manejar de mejor manera los ingresos y egresos de la empresa
		1.3.1.2 Revisar el cumplimiento de los procesos continuamente para optimizar tiempo y dinero para la empresa

Elaborado por: Samuel Alvear

1.3.2.- Operativo	Variables	Objetivo Mediatos
Realizar encuestas a las personas del sector del valle de los chillos para conocer que tipo de productos de alimentos y bebidas son de su agrado, esto se lo realizara en tres meses para un estudio mas exhaustivo.	1.3.1.1 Verificar los costos 1.3.1.2 mayor control dentro de la empresa	1.3.1.1 Crear un documento de control de bodega y compras continuamente para manejar de mejor manera los ingresos y egresos de la empresa
		1.3.1.2 Revisar el cumplimiento de los procesos continuamente para optimizar tiempo y dinero para la empresa

Elaborado por: Samuel Alvear

2.- Objetivo estrategico	Variables	Objetivo tactico
Proporcionar sinceridad, integridad y honestidad en todos los aspectos de nuestra actividad comercial con ética para así dar una buena imagen empresarial, para con la demanda del sector.	2.1 Proporcionar sinceridad, integridad y honestidad 2.2 Buena imagen empresarial	2.1 Establecer reglas internas dentro de la empresa cada tres años para el talento humano enfocandolo a ofrecer una buena imagen del establecimiento
		2.2- Capacitar cada año al talento humano de la empresa para evitar la rotación del personal y ofreser un optimo producto y servicio dando una imagen empresarial buena.

Elaborado por: Samuel Alvear

2.1 Objetivo Tactico	Variables	Objetivo Operativo
Establecer reglas internas dentro de la empresa cada tres años para el talento humano enfocandolo a ofrecer una buena imagen del establecimiento	1.3.1- Realizar un plan de costos de proveedores 1.3.2 Potenciar productos a la carta	1.3.1- Verificar los costos continuamente por cada producto para tener mayor control dentro de la empresa
		1.3.2.- Realizar realizar encuestas a las perzonas del sector del valle de los chillos para conocer que tipo de productos de alimentos y bebidas son de su agrado, estose lo realizara en tres meses para un estudio mas exhaustivo.

Elaborado por: Samuel Alvear

2.5.2 Valores corporativos

La cultura organizacional está orientada con valores corporativos que enmarcan el direccionamiento del negocio. Todos interiorizan estos valores y los practican porque hacen parte de la vida diaria e interactúan en los contextos en que se desenvuelven.

Principios y Valores Corporativos Internos

- 1. Alineamiento por procesos:** Determinar, objetivos, métodos de trabajo, cantidades y tipos de recursos que serán utilizados.
- 2. Capacitación basada en competencias:** El personal de la organización tendrá la capacidad de obtener por si mismo nuevos conocimientos, destrezas y habilidades.

3. **Trabajo Moderado:** Los miembros del establecimiento no estarán obligados a realizar trabajos gratuitos o forzosos.
4. **Competencia Sana:** Promover la competencia laboral dentro de la organización, para cumplir las expectativas del cliente.
5. **Igualdad:** Respeto por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, afiliación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación, sexual, estado de salud, discapacidad, diferencia física.
6. **Libre Expresión:** Todas las personas en forma individual o colectiva tiene derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos de la interacción social.
7. **Consideración:** Ser escuchado en el momento oportuno en igualdad de condiciones.

Proveedores.-

1. **Veracidad:** Respetar los convenios realizados con los proveedores, cumpliendo con lo establecido.
2. **Puntualidad:** Cumplir con las cuentas por pagar en la fecha establecida.

Gobierno.-

1. **Fomentar:** El cumplimiento de leyes establecidas por el Gobierno Ecuatoriano.

Competencia.-

1. **Conciencia:** A la organización a una lealtad con respeto hacia los competidores.
2. **Estrategias:** Planes de promoción de alimentos y bebidas con medios limpios y transparentes hacia la competencia.
3. **Honestidad:** Manifestamos la veracidad, responsabilidad y compromiso con cada una de las partes activas en el desempeño de la actividad, sirviendo con amor y diligencia.

Comunidad.-

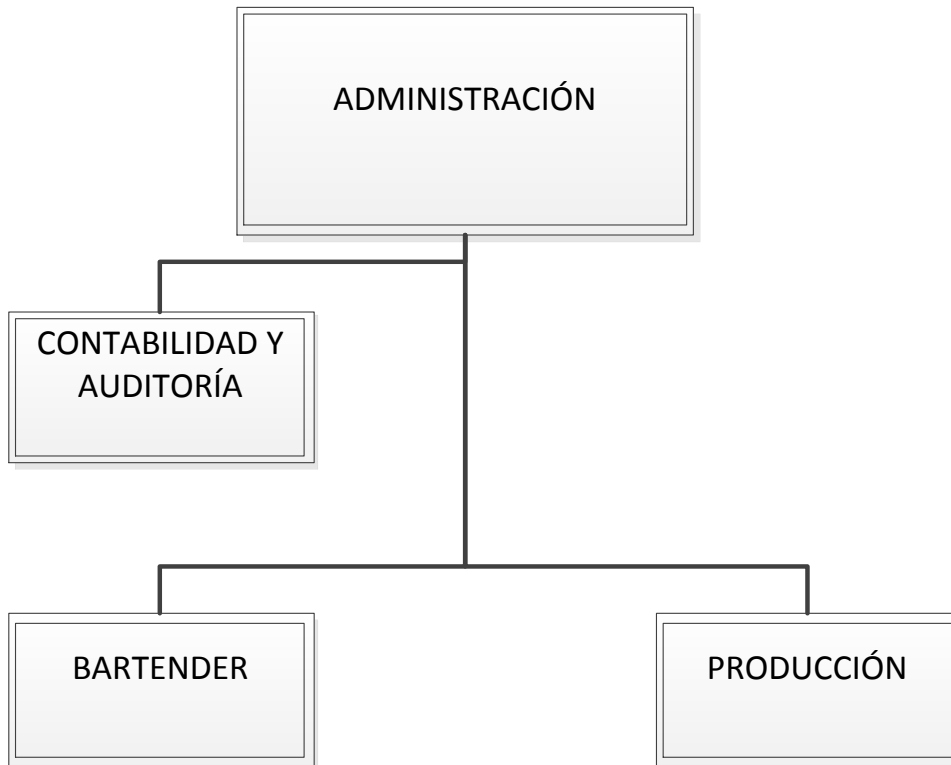
1. **Igualdad:** No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.

Medio Ambiente.-

1. **Desarrollo Sostenible:** La naturaleza se reproduce o realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales y procesos evolutivos.

2.5.3 Estructura Organizacional.

Cuadro N° 5. Organigrama estructural del Bar Molier



Realizado por: Samuel Alvear

2.5.4 ORGANIGRAMA POSICIONAL

Cuadro N°6



Realizado por: Samuel Alvear

2.5.5 FUNCIONES

ADMINISTRACIÓN.-

- Canalizar el cumplimiento de las responsabilidades asignadas a todo el personal.
- Canalizar las políticas de negociación con proveedores, clientes, acreedores y autoridades.
- Definir las prioridades de la organización a corto, mediano y largo plazo.
- Definir los mecanismos de evaluación y control del personal.
- Elaborar y ejecutar programas mediante el establecimiento de objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.
- Fomentar el espíritu de equipo y respeto a los valores de la organización.
- Fortalecer los mecanismos de comunicación y coordinación de las áreas.
- Implantar un plan capacitación y desarrollo del personal.
- Manejar y mantener la imagen de la organización.
- Planear, organizar y coordinar la administración de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.
- Prever el financiamiento de la organización.
- Proveer un ambiente laboral que fomente la excelencia y las buenas relaciones.

CONTABILIDAD Y AUDITORIA.-

- Contar con información actualizada de la situación financiera del establecimiento.
- Coordinar la preparación de las declaraciones de impuestos, estados financieros, Cta. por pagar y cobrar y flujo de caja.

- Ejercer los pagos oportunos de obligaciones sueldos, comisiones, compras, entre otros.
- Formular el programa anual de financiamiento.
- Fortalecer los mecanismos de coordinación y comunicación de las áreas.
- Mantener el rumbo de la organización

BARTENDER.-

- Recibir al cliente en el bar;
- Presentar y explicar la carta de bebidas;
- Investigar preferencias y necesidades.
- Asegurar que el cliente desea terminar el servicio;
- Solicitar la cuenta al cajero;
- Presentar la cuenta al cliente;
- Recibir pagos;
- Encaminar el pago para el cajero;
- Despedir al cliente;
- Incentivar su regreso.

MESEROS.-

- Adquirir y desarrollar ciertas habilidades que le permitan trabajar con y a través de personas.
- Apoyar y realizar las gestiones requeridas del cliente.

- Buscar la satisfacción del cliente de acuerdo con normas profesionales y éticas.
- Organizar y coordinar el desarrollo de las actividades bajo su responsabilidad.
- Precisar las metas por alcanzar en sus áreas de trabajo.

2.5.6 Análisis del Mercado

En el sector del valle de los chillos, cantón Rumiñahui, en las parroquias de San Rafael y Sangolqui que son el mercado actual comenzó a desarrollarse y a tomar mayor importancia en el sector turístico desde el año 2005 con la creación de los centros comerciales San Luis Shopping en San Rafael y Mall el Río en Sangolqui, además el énfasis que han puesto las últimas administraciones del cantón se ha desarrollado el turismo, lo que es un punto importante para atraer turistas, que visiten las maravillas naturales, culturales de este lugar, y esto influye en las actividades nocturnas que ofrece este maravilloso lugar, denominado la zona rosa del valle de los chillos.

Atractivos Culturales

Estos atractivos mencionados a continuación, se visualizaran en anexos.

En la zona de Sangolqui que es conocida a nivel nacional e internacional por su turismo gastronómico como la ciudad del hornado, posee una riqueza cultural importante, como es la iglesia de Sangolqui, el monumento a Rumiñahui uno de los personajes relevantes de la historia del Ecuador, monumento al maíz uno de los productos más importante del lugar y de la sierra ecuatoriana, también encontramos el monumento al Colibrí ave simbólica de los parajes tropicales del país y de la zona del Valle de los Chillos, además el monumento a la sed ubicado en San Rafael, demostrando la importancia del agua para los humanos, estos como los más relevantes objetos.

Atractivos Naturales

Como principales atractivos naturales de la zona están las elevaciones que forman parte de los Andes, como son:

El Ilalo como elevación donde la aventura del tracking forma parte de este atractivo

El Área protegida Refugio de Vida Silvestre Pasochoa, el cual posee en su interior el refugio de vida silvestre de la misma denominación de la elevación y en sus flancos se encuentra una de las poblaciones más relevantes por la importancia en el turismo comunitario como es la de Rumipamba que como principal atractivo es esta montaña y sus ríos.

El Antisana como el coloso de la región destacado por su turismo de aventura, y sus espectaculares paisajes forma de este entorno un lugar mágico

Las cascadas del Pita uno de los atractivos más visitados dentro de este valle por sus imponentes paisajes y como principales atractivos las cascadas formadas por el río que lleva el mismo nombre, y complementadas por uno de los deportes extremos que es el tracking.

Atractivos Nocturnos

La zona del Triángulo, una de las zonas más concurridas de Valle de los Chillos cuando cae la noche, por sus bares, licorerías, karaokes y discotecas que le dan el toque de diversión y esparcimiento que las personas buscan después de una semana cargada de estudio y trabajo.

Características climáticas

El clima del Cantón Rumiñahui es muy agradable, oscila desde los 16 grados en promedio y a veces es caluroso en días soleados, llegando a marcar los 23 grados de temperatura, así como en las noches baja hasta los 8 grados, que es muy frío.

El clima del Cantón Rumiñahui es uno de los principales recursos naturales de esta zona.

Por otra parte la precipitación anual es de 1000mm³. La mayor "concentración" de lluvia se produce entre los meses de abril y octubre. Esto hace que la zona sea muy fértil y el paisaje se conserve siempre verde.

El clima del Cantón Rumiñahui es temperado y muy agradable, toda esta zona está sujeta a dos estaciones, verano e invierno principalmente se presenta en junio a septiembre y se caracteriza por una sequía algo prolongada y por fuertes vientos; los meses de mayor lluvia son de torrenciales y continuas. La estación seca aumenta la temperatura y la lluvia aumenta la humedad.

Relieve: Este Cantón ocupa gran parte del Valle de los Chillos, está rodeado de regiones naturales como el cerro Ilalo, al norte; las laderas y estribaciones del Pasochoa y Sincholagua, al sur; los declives exteriores de la cordillera occidental, al este; y los declives exteriores de la cordillera occidental, además de la cadena montañosa de Puengasi que separa a Quito del Valle de los Chillos, al oeste.

Características socio económicas

La población del valle de los chillos poseen una cultura muy amigable, cortes gentil, cautivadora; la mayor parte de su gente se dedica a las labores agrícolas.

Por otra parte los centros comerciales como la plaza del valle, San Luis Shopping, River Mall y almacenes ubicados en esta zona, poseen una actividad económica constante.

Características legales

Requisitos para la obtención de la LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas)

La LUAE integra las autorizaciones administrativas concedidas por el Municipio incluida la de Turismo; la misma que sustituye a la Licencia Única Anual de Funcionamiento de Actividades Turísticas que hasta el 2010 otorgaba Quito Turismo.

- Emisión de Licencia por primera vez (con o sin patente existente).
- Renovación de la licencia

Emisión (por primera vez con patente)

Generales:

- Formulario Único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas -LUAE-, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o Representante legal.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de cédula de ciudadanía o pasaporte y papeleta de votación de las últimas elecciones 07-mayo-2011 (persona natural o representante legal).
- Informe favorable de compatibilidad de uso de suelo (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).
- Certificado ambiental (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).
- Original de la declaración del 1.5 x mil sobre los activos totales del año inmediato anterior (para personas jurídicas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad).

Emisión (por primera vez sin patente)

Generales:

- Registro y pago de la Patente.
- Acercarse al S.R.I., con el Pago de la Patente para obtener el R.U.C.

- Formulario Único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas -LUAE-, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de cédula de ciudadanía o pasaporte y papeleta de votación de las últimas elecciones 14-junio-2009 (persona natural o representante legal).
- Informe favorable de compatibilidad de uso de suelo (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).
- Certificado ambiental (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).

- **Específicos (Personas Jurídicas):**

- Copia de escritura de constitución de la empresa (con resolución de la Superintendencia de Compañías o la sentencia del Juez según sea el caso).
- Copia del nombramiento del actual representante legal.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones (14-junio-2009)
- Original de la declaración del 1.5 x mil sobre los activos totales del año inmediato anterior (para personas jurídicas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad).

- **Artesanos:**

- Copia de la calificación artesanal (MIPRO o Junta Nacional de Defensa del Artesano) vigente.
- Copia carné artesanal vigente.

Renovación de la licencia

- **Generales:**

- Formulario Único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas -LUAE-, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento del año inmediato anterior.
- Original de la declaración del 1.5 x mil sobre los activos totales del año inmediato anterior (para personas jurídicas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad).
- Informe favorable de compatibilidad de uso de suelo (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).
- Certificado ambiental (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).

Procedimiento

El contribuyente deberá acercarse a la ventanilla respectiva con los requisitos señalados. El funcionario de la ventanilla entregará el detalle de los valores por el año 2011 para su pago en las diferentes ventanillas de recaudación del Municipio, mayor información sobre valores a pagar, agencias y direcciones para el pago puede ingresar a serviciosciudadanos.quito.gob.ec

Las actividades de turismo requieren una inspección previa, una vez aprobada el contribuyente retirará la licencia de funcionamiento en el lugar donde inició el trámite de LUAE.

El trámite para la obtención de la LUAE deberá ser realizado en la administración zonal a la que corresponda su establecimiento, en las ventanillas que para este efecto ha previsto el Municipio en todas las Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito.

También está habilitada una ventanilla para la obtención de la LUAE en la Zona La Mariscal; ubicada en la Gerencia La Mariscal Calle Baquerizo Moreno E7-50 entre Diego de Almagro y Reina Victoria, en horario de atención de 08h00 a 16h00.

El personal de Quito Turismo apoyará a los propietarios de los establecimientos turísticos con información y asesoramiento para la obtención de la Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas LUAE en las oficinas del Municipio de la Zona la Mariscal.

REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL REGISTRO (Alimentos y Bebidas)

Formulario de solicitud de inscripción

Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere

1. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil (SOLO PERSONAS JURÍDICAS),
2. Copia de la Cédula de Ciudadanía,
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia del Registro Único de Contribuyentes R.U.C.,
5. Certificado de búsqueda fonética, (nombre comercial) emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI),
6. Inventario valorado de los Activos Fijos Tangibles (Maquinaria, Muebles y Enseres, Equipos de Computación, etc.) que posea el establecimiento.
7. Formulario de declaración de la Contribución del Uno por Mil sobre Activos Fijos Tangibles, debidamente firmado por el propietario o representante legal. (Solicitar formulario en la ventanilla de la EPMGDT), y dos copias originales.

8. Original y dos copias adicionales del comprobante de pago por Registro y Contribución del Uno por Mil sobre los Activos Fijos Tangibles.
 9. Informe favorable de Compatibilidad de Uso del Suelo.
 10. Copia de la Patente Municipal del año correspondiente.
- Para el trámite en el IEPI, se recomienda primero acudir a las Ventanillas Turísticas de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Administración Zonal Norte (Amazonas y Pereira esq.) o Mariscal (Baquerizo Moreno E7-50 y Reina Victoria) para la verificación previa del nombre en el Sistema de Catastros y Sistema Integrado de Información Turística (SIIT), para evitar la repetición con nombres de establecimientos ya registrados
 - Dirección IEPPI: Av. República y Diego de Almagro – Edificio FORUM 1er. piso.
 - El pago por Registro se lo realiza una sola vez durante el ejercicio de la actividad económica.
 - Los establecimientos ubicados en centros comerciales, no requieren del informe de Compatibilidad de uso del suelo.

Análisis de la oferta

El Producto o Servicio

Local comercial enfocado a un segmento de mercado joven brindándoles picaditas, jugos, cocteles y bebidas alcohólicas en un ambiente seguro, dándole al cliente esparcimiento y diversión.

Usos Actuales y Potenciales

Como servicio brinda un ambiente placentero rodeado de buena música, gente agradable, con precios accesibles al mercado que vamos dirigidos y variaciones

que hacen la diferencia frente a la competencia, para brindar una opción más al cliente.

- Usuarios

Toda persona mayor de 18 años con disponibilidad de capital y ganas de pasar un buen rato en un excelente lugar en el corazón del valle de los chillos.

- Identificación de los Competidores

El porcentaje de los competidores directos es reducido, puesto que no ofrecen los mismos productos, en lo que se refiere a los competidores indirectos en el triangulo del valle de los chillos posee un número más elevado que tienen un impacto medio alto a los establecimientos principales, como sustitutos se encuentran una proporción importante que se afecta a estas empresas.

Competencia Directa

1. Establecimiento: Bar Karaoke La Bruja

Capacidad máxima diaria:

Ubicación: Av. Rumiñahui San Rafael Quito.

Los productos ofrecidos se encuentran a continuación:

Cuadro N°7La Bruja

LA BRUJA

APERITIVOS

Sour Apple Martini Grey Goose
 Vodka , jugo natural de manzana verde y limón.
 Mango Mix Grey Goose
 Vodka, pulpa de mango, jugo de naranja.
 Cosmopolitan Grey Goose
 Vodka, triple sec, jugo natural de uva, limón
 Papaya Sour
 Pisco, papayas en su almíbar, coco, jugo de limón.



Sour

Whisky Johnnie Walker Red.
 Amaretto Sour
 Martini
 Tequila Margarita
 Caipirinha
 Daiquiri
 Bloody Mary



TRAGOS LAR

Vodka Tónica (Vodka Grey Goose)
 Cuba Libre (Ron Bacardi)
 Cuba Libre (Ron Bacardi Sabor)
 Pisco
 Gin con Gin
 Mojito Bacardi



BAJAS

Baileys
 Clavo Oxidado (Whisky Johnnie Walker Red)
 Amaretto
 Cognac
 Licor de Manzanilla

TEQUILA

José Cuervo Especial
 José Cuervo Clásico



VODKA

Grey Goose

WHISKY

Johnnie Walker Black
 Johnnie Walker Red

Elaborado por: Samuel Alvear

Fuente: Bar karaoke La Bruja

2. Establecimiento: Western Bar

Capacidad máxima diaria:

Ubicación: Av. Ilalo Y general Enriques

Cuadro N°8

Western bar

PICADAS

Embutidos de fabricación propia y todo procesado en nuestra propia planta, opciones de exclusivo sabor y excelente calidad.

PICADA PARA 2 (635grs) - 5 chinchulines, 5 riñones, 2 corazones, 2 hígados, 1 chorizo, 1 morcilla y papas fritas. 11.65

PICADA MIXTA PARA 2 (335grs) - 2 pinchitos de pollo, 2 pinchitos de res, 6 camarones apanados, 4 brócolis, 4 champiñones, 4 cebollas, 4 papas chaucha. 12.47

PICADA DE VEGETALES PARA 2 (430grs) - Brócolis, pimientos rojos, pimientos verdes, zanahorias, cebollas, champiñones, papas chauchas. Asados a la parrilla. 7.81

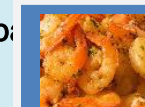


CAMARONES APANADOS 120grs - Con salsa golf. 10.03

CAMARONES A LA PARRILLA (150GRS) 10.03

PORCIÓN DE CHINCHULINES 180GRS - 10 unidades a la parrilla con papas fritas. 6.51

PORCIÓN DE RIÑONES 250GRS - 10 unidades a la parrilla con papas fritas. 6.51



PORCIÓN DE CHORIZO 240GRS (2) 6.20

PORCIÓN DE PAPAS FRITAS, PURÉ O COCIDAS 2.79

HAMBURGUESAS DE LA CASA

Fabricadas en nuestra propia planta procesadora, con una fórmula exclusiva.

HAMBURGUESA COLUMBUS 180 grs - Con ensalada Columbus a elegir.	5.57
HAMBURGUESA SUPREMA 360 grs - Doble carne y ensalada Columbus a elegir.	7.85
HAMBURGUESA MACHO DOBLE 360 grs - Doble carne, tocino, huevo frito, queso mozzarella, lechuga y tomate.	10.90
HAMBURGUESA A LA FRANCESA 180 grs - Bañada con salsa de champiñones a la crema.	6.40
HAMBURGUESA A LA ITALIANA 180 grs - Con rodaja de tomate, queso mozzarella, orégano y rociada con aceite de oliva	6.40
HAMBURGUESA A LA PIMIENTA 180 grs - Bañada con salsa de pimienta a la crema.	6.40

Fuente western bar

3. **Establecimiento:** Bar Mangianaro

Capacidad máxima diaria:

Ubicación: Luis Codero 137-y general Enríquez

Cuadro N° 9

*DE LA BARRA
WHISKY*

Grants	\$4
Grants 12 años	\$6.3
Grants 18 años	\$8.3
Gordon Highlanders	\$4
Johnnie Walker Red Label	\$4.3
Johnnie Walker Black Label	\$6.5
Buchanans	\$6.5
Jack Daniels	\$4.5
Chivas Regal	\$6.5



RON

Ron Cacique	\$3.8
Bacardi Superior	\$4.2
Bacardi Oro	\$4.2
Bacardi Limón	\$4.2

VODKA

Finlandia	\$3.95
Absolut	\$4.85

GIN

Gordons	\$4.1
Larios	\$4.1
Tanqueray	\$5.1

TEQUILA

José Cuervo Clásico	\$4.5
José Cuervo Oro	\$4.5
Camino Real	\$4.85

AGUARDIENTE

Néctar azul	\$3.9
Néctar rojo	\$3.5

PISCO

Control	\$3.85
---------	--------

BRANDY

Napoleón	\$5
Solera	\$10.25

COGNAC

Courvossier	\$9.5
Remi Martin	\$9.5

GERVEZA

Pilsener	\$2
Club	\$2
Brahma	\$2
Heineken	\$3
Corona	\$3
Budweiser	\$3



APERITIVOS

Amareto	\$4.05
Baileys	\$4.8
Benedictine	\$6.5
Chinchón	\$4.5
Contreau	\$5.5
Dranbuy	\$6.5
Espíritu del Ecuador	\$3.5
Frangélico	\$4.5
Grand Marnier	\$7.5

POR BOTELLAS WHISKY		
Grants		\$25
Grants 16 años		\$83
Gordon Highlanders		\$30
Johnnie Walker Red Label		\$35
Johnnie Walker Black Label		\$60
Buchanans		\$82
Jack Daniel's		\$40
Chivas Regal		\$70



Fuente El barranco


4. **Establecimiento:** Bar El Carbón Ardiente

5. Capacidad máxima diaria:

Ubicación: Luis Codero 137-y general Enríquez

Cuadro N° 10

EL CARBON		
Humitas		\$2.42
Tamal Mi Cocina		\$3.2
10 empanaditas de morocho		\$5.33
10 empanaditas de verde con queso		\$5.33
10 empanaditas de Mejido		\$3.24
Media porción de empanaditas de morocho		\$3.69
Media porción de empanaditas de morocho		\$3.69
Media porción de empanaditas de verde		\$3.69
Media porción de mejido		\$1.64
Empanada de Morocho		\$1.72
Empanada de Verde con Queso		\$2.42
Empanadas de Viento		\$1.97
Tortillas de Maíz		\$3.69
Choclo-Mote con chicharrón		\$3.77
Mote con chicharrón		\$3.77
Bolones de verde mixto de queso y chicharrón		\$4.51
Quimbolito		\$2.42



JUGOS

Jugos Naturales	\$2.79
Jugos Naturales (Jarra)	\$10.98
Jarra de Limonada Imperial	\$7.78
Limonada Imperial	\$1.81

BEBIDAS FRIAS

Batidos	\$2.79
Milkshake	\$4.26
Rosero	\$2.79
Jarra de Rosero	\$8.93
Jarra de Sangría	\$11.64
Colas	\$1.56
Cola Light	\$1.89
Agua sin gas	\$1.23
Agua Mineral	\$1.23
Té helado	\$1.23
Cerveza Club o Pilsener Mediana	\$1.89
Cereza Pilsener Grande	\$2.13
Cerveza pilsener light	\$1.97
Cerveza Importada	\$3.36
Michelada	\$2.42



BEBIDAS CALIENTES

Espresso	\$1.23
Americano	\$1.23
Tinto	\$1.23
Cortado	\$1.23
Capuccino	\$1.35
Mocaccino	\$1.60
Café con leche	\$1.31
Irish Coffee	\$4.88
Chocolate	\$1.56
Chocolate Mi cocina	\$1.80
Agua Aromática	\$1.23
Té	\$1.23



Fuente: El Carbón ardiente

Competencia Indirecta

6. Establecimiento Restaurante Mi Choli

Capacidad máxima diaria:

Ubicación comercial San Luis

Cuadro N° 11

Menú de Bebidas

Bebidas Frías:

Nuestros "Súper Naturales" Jugos de Fruta:

- Sabores: Frutilla, Guanábana, Maracuyá, Naranja, Naranjilla, Papaya, Piña, Tamarindo, Tomate de Árbol, Naranja con Plátano, Limonada



Mixtos:

- Mézclelos, Pruébelos y Compruebe su Delicia!

Batidos de Leche con Fruta:

- Sabores: Plátano, Taxo, Frutilla, Guanábana, Maracuyá, Mora, Naranjilla, Papaya, Piña, Tamarindo, Tomate de Árbol

Leche Ordeñada (toda la que pueda tomar)

Ponche Frío Yogurt de la Casa

- Con: Taxo, Maracuyá, Mora, Frutilla, Tomate de Árbol o Naranjilla

MilkShake:

- Sabores: Vainilla, Manjar, Mora, Chocolate

Bebidas Calientes:

No Se Vaya Sin Tomar Nuestras Especialísimas
Bebidas Calientes

- Chocolate Caliente, o Chocolate Especial
- Café de la Estancia, Café con Leche, Tinto, Café
Exprés
- Capuchino, Macacino
- Té Inglés, Té con Leche
- Aguas Aromáticas



Mucho Más Frío
Pruebe Nuestros Secretos:

- Iris Coffee
- Leche de Tigre
- Leche Ordeñada con:
 - Licor de Café, Brandy, o Whisky
- Ponche Caliente
- Invente Otro

Bebidas Clásicas:

Vinos y Sangría:

- Vino Blanco y/o Tinto (copa)
- Jarra de Vino de la Casa
- Jarra de Sangría

Los Típicos:

- Jugos Naturales
- Batidos con Leche (Milkshakes)
- Yogurt Natural de Casa con Fruta Fresca
- Colas y Gaseosas

Nuestra Especialidad:

- Vaso de Leche Recién Ordeñada



Tragos y Licores:

- Aguardiente (del bueno...)
- Amaretto
- Anís Chinchón - Dulce
- Brandy
- Campari
- Ginebra (Gin)
- Jack Daniel's
- Ron
- Tequila
- Vodka
- Whisky Johny Walker: Etiqueta Roja y Negra
- ¡¡¡El Coctel de su Elección!!!

SANDUCHES CALIENTES:

- Queso
- Jamón y Queso
- Jamón y Queso Doble
- Queso con Miel de Maple*

SANDUCHES FRIOS:

Especiales:

- Queso Fresco
- Queso y Aguacate
- Aguacate Solo

Internacionales:

- Vegetariano
- Cubano

Y... PARA PICAR

- Tabla de Quesos (dos personas)
- Tabla de Quesos y Jamones
- Pan de la Casa con Mantequilla

Fuente Mi Choli

7. Establecimiento: Restaurante El Arriero

Capacidad máxima diaria:

Ubicación: Vía Inter valles

Cuadro N° 12

El Arriero	
• Tocino para Hamburguesa o Hot Dogs	\$5.00
• Rebanada de Queso Amarillo, Gouda o Manchego	\$5.00
• Orden de papas a la francesa	\$17.00 (Mínimo 10)
◦ Orden de papas de gajo	\$17.00 (Mínimo 10)
• Orden de papas en espiral	\$17.00 (Mínimo 10)
• Kilogramo adicional de Arrachera Marinada	\$245.00
• Kilogramo adicional de Bife Chorizo	\$280.00
• Kilogramo adicional de Costillas BBQ	\$205.00
• Kilogramo adicional de Costillas de Res	\$175.00
• Kilogramo adicional de Chistorra	\$160.00
• Kilogramo adicional de Chorizo Argentino	\$160.00
• Pieza adicional de pierna y muslo	\$30.00
• Queso fundido 120 gr. en cazuela de barro	\$30.00 (Mínimo 20)
• Papa al horno con tocino, crema y queso líquido	\$35.00 (Mínimo 20)
• Empanadas argentinas (carne, elote, queso)	\$20.00 (Mínimo 50)

Fuente: El arriero

8. Establecimiento: Restaurante Locos de Asar

Capacidad máxima diaria:

Ubicación: El Triangulo

Cuadro N°13

Locos de asar

Entradas		
Porción de Chimichurri, ají, panes y mantequilla		7.50
Piqueo Gaucho para 2 personas (Chorizo, Champiñón, Corazón...)		30.00
Porción de Chinchulines		20.00
Porción de Riñones		20.00
Porción de Mollejas		20.00
Porción de Morcillas		20.00
Porción de Chorizos		22.00
Porción de Anticucho de Corazón		20.00
Brochetas de Lomo		42.00
Porción de Cordero		34.00
Chuleta de Cerdo		34.00
Porción de Queso Provolone		20.00
Empanadas		14.00
Crema de Champiñones / Espárragos		13.00
Ensaladas y Guarniciones		
Ensalada Mixta Grande c/Palta		26.00
Ensalada Mixta Chica c/Palta		19.00
Papas Fritas Porción Grande		18.00
Papas Fritas Porción Chica		13.00
Papa al Horno con Queso Derretido		11.00
Arroz Blanco		6.00
Arroz con Choclo		9.00
Porción de Puré		9.00
Porción de Choclo		7.00
Postres		
Panqueque c/Dulce de Leche		15.00
Panqueque c/Dulce de Leche y Helado de Vainilla		18.00

Panqueque c/Dulce de Leche y Durazno al Jugo		18.00
Panqueque con Mermelada		15.00
Cocktail de Frutas		12.00
Duraznos al Jugo		12.00
Porción de Helado		10.00
Helado Tornado		10.00
Tiramisú		15.00
Vigilante		18.00
Membrillo		12.00
Suspiro Limeño		12.00
Leche Asada		12.00
TresLeches		15.00

Fuente: Locos de asar

Cuadro N° 14

LISTADO DE PRECIOS PROMEDIO DE BARES EN LA ZONA DEL TRIANGULO

RONES	BOTELLA	1/2 BOTELLA	TRAGOS
RON CRUZAN	35.00		3.00
RON BACARDI	35.00	20.00	3.00
RON ABUELO	40.00	20.00	3.00
RON CARTA VIEJA	30.00	15.00	3.00
VODKAS			
STOLICHNAYA	35.00	25.00	4.00
SMIRNOFF	25.00	20.00	4.00
SKY	35.00		4.00
ABSOLUT	40.00	25.00	4.00
GREY GOOSE (1Lt)	120.00		6.30
WHISKEY			
CHIVAS 12	60.00	30.00	4.50
CHIVAS 18	80.00		
BUCCANNANS 12	60.00	30.00	4.50
BUCCANNANS 18	95.00		12.00

JACK DANNIELS	60.00	30.00	4.50
JHONNY WALKER	60.00	30.00	4.50
TEQUILA			
TEQUILA SAUZA	45.00		4.00
CUERVO TRADICIONAL	45.00		4.00
SECO			
SECO HERRERANO	25.00	20.00	3.00
CERVEZAS			
CERVEZAS NACIONALES		2.00	
CERVEZAS IMPORTADAS		3.50	
CIGARRILLOS		2.50	
OTROS:			
SMIRNOFF ICE			3.00
RED BULL LATA			4.00

Elaborado por: Samuel Alvear

Demanda total de bares del sector

Los locales atienden desde las 09:00, pero el mayor número de clientes llega después de las 20:00. La atención se extiende hasta las 02:00, de jueves a domingo. Cocteles, cerveza, carnes asadas, comida rápida, platos a la carta constan en los menús de al menos 15 locales que funcionan en el sector.

1. Consumidores y sus características

- Consumidor: son de clase media alta, es decir personas con un ingreso mensual de \$500.00 o más (basados en los niveles de consumo por de ingreso)
- Aproximadamente el 80% provienen del sector de San Rafael 36.84%; y de Sangolqui 25.53%, de Quito y extranjeros 16.95%.
- Acompañan con sus bebidas con entradas como picaditas 49.79%, nachos 37.42% y otros (papas, anillos de cebolla) 11.40%
- El 74.94 toman bebidas alcohólicas, un 19.08 prefieren bebidas como jugos y cocteles.
- Tienen una edad que oscila entre los 18 y 55 años.
- Un 74.08% no desea esperar más de 15 minutos en ser servidos desde que hacen su pedido.

- Entre los factores de decisión que más influyen en nuestros consumidores, en orden de prioridad tenemos:
- calidad y asistencia en el servicio,
- precio,
- variedad en menús y promociones,
- cercanía al trabajo.

Fuente: Administración de la municipalidad de Quito sector el triangulo

Consumidores Actuales

Residentes del Valle de los Chillos y Quito, personas que laboran en el área.

Análisis de la demanda

Comportamiento

Para determinar la demanda global, tomamos como referencia los ingresos anualizados percibidos por los bares ubicados en San Rafael, y Sangolqui

- Factores Determinantes de la Demanda
 - Locación
 - Estrategia de ventas
 - Estrategia de mercadeo
 - Calidad de servicio

Distribución Geográfica de la Demanda San Rafael, Sangolqui.

Cuadro N° 15

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	28.260	17.350	10.910
MIEMBROS, PROFESIONALES TÉCNICOS	4.566	2.675	1.891
EMPLEADOS DE OFICINA	2.538	1.305	1.233
TRAB. DE LOS SERVICIOS	4.241	1.965	2.276
AGRICULTORES	1.232	820	412
OPERARIOS Y OPERADORES DE MAQUINAS	8.777	7.193	1.584
TRAB. NO CALIFICADOS	4.263	1.717	2.546
OTROS	2.643	1.675	968

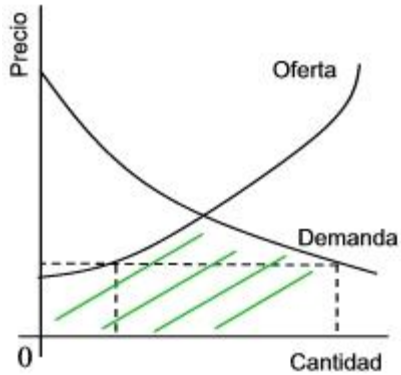
Fuente: Municipio de Rumiñahui

Cuadro N° 16

Punto de Equilibrio de la Demanda

Demanda						
17280	14256	15840	10080	18720	15840	15336
Oferta						
16000	14000	16000	19000	17500	16300	16467

Elaborado por: Samuel Alvear



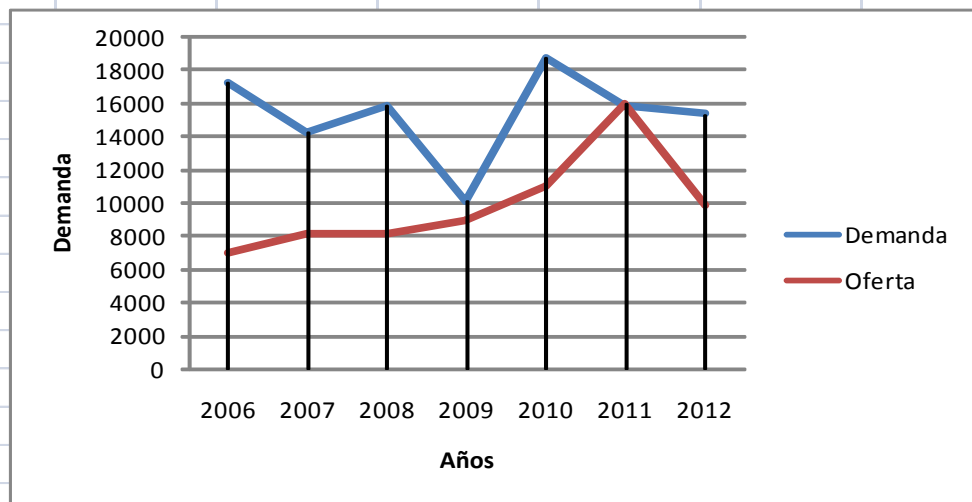
Aumento de la demanda (más interesados sobre el mismo) Se produce entonces un exceso de demanda, es decir muchos compradores interesados en comprar y al mismo tiempo un mercado que ofrecerá menos.

Cuadro N° 17

Producción de promedios móviles

Datos de los últimos 5 años

Año						
2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Demanda						
17280	14256	15840	10080	18720	15840	15336



Elaborado por: Samuel Alvear

En el cuadro se observa la diferencia que existe en el mercado de Alimentos y Bebidas, entre la oferta y la demanda.

Cuadro N° 18

2.5.7 Sueldos y beneficios del personal

BAR MOLIER						
Personal que conforma el Bar Molier				beneficios		anuales
gerente general	800	al mes		sueldos	2428	29136
Contador	600	al mes		14to	2428	2428
bartender	500	al mes		13ro	2428	2428
2 meseros	264	mensuales	528	Fondo de reserva	2428	2428
Total		sueldos	2428	aporte patronal 12,15%	3540,024	3540,024
					Total	39.960,02

Elaborado por: Samuel Alvear

2.6 Mapa Estratégico

Mapa Estratégico

Aprendizaje

RRHH

El personal del bar Molier tiene conocimientos de los procesos que se maneja dicho establecimiento, pero no se opera con los procedimientos estándares nacionales, por lo que el talento humano repite las actividades perdiendo tiempo y dinero.

Estructura organizacional

En el organigrama estructural de la empresa se delimita el grado jerárquico que posee cada persona, pero no se tiene muy claro cada una de las funciones que deben seguir en relación a las competencias laborales establecidas por el INEN

Tecnología

En lo que se refiere a software y hardware de la empresa no se encuentra con lo último de las Tics establecidas para alimentos y bebidas lo cual hace más lento los procesos.

- Al momento de que el talento humano no este desacuerdo a los estándares establecidos por las formas INEN, y no cuenta con las Tics necesarias para ofrecer altos estándares de eficiencia y eficacia las estrategias son las siguientes:
- Capacitar al talento humano de la empresa con frecuencia anual, para asegurar el buen desempeño de las actividades en los momentos de verdad
- innovar la tecnología de la información y comunicación hasta alcanzar los óptimos estándares de calidad en lo que se refiere alimentos y bebidas.
- Utilizar cada uno de los conocimientos del talento humano de la empresa para encaminarles a desarrollarse de la misma forma, con mayor

efectividad utilizando nuevas herramientas tecnológicas que ayude a facilitar el trabajo

- Mantener en buenas condiciones cada uno de los equipos utilizados en el desarrollo del evento, además revisar antes estos componentes, para que su funcionalidad sea la más adecuada.
- Realizar un mantenimiento de todos los equipos de alimentos, bebidas, audio y sonido semestralmente, para evitar posibles complicaciones.

Procesos internos

Procesos estratégicos

- Los procesos estratégicos tienen una estrecha relación con la visión de la empresa, las estrategias que se tomaran encuentra son:
- Realizar contantemente el mejoramiento continuo conforme al crecimiento y conocimiento adquirido por el grupo de trabajo de la empresa, enfocándose a tener mayor conocimiento de los estándares internacionales.
- Enfocar los procesos de servicios y productos a márgenes internacionales establecidos, para crear mejor expectativa a la demanda internacional y así aprender de cada una de sus culturas.
- Emplear un plan de marketing de boca a boca, que mayor resultado a obtenido dentro de los servicios, para dar a conocer el bar y reducir los costos de publicidad
- Renovar constantemente la planificación estratégica dependiendo a los cambios del macro y micro entorno para no tener ningún tipo de problema que se suscitare
- Al momento de contactar a los proveedores, identificar el producto que mayor producción tiene y los costos son significativamente bajos para adquirir mayor cantidad.
- Realizar diversos géneros de alimentos y bebidas con el producto comprado en mayor porcentaje para realizar promociones.

Procesos Operativos

- Este tipo de procesos, es el más grande de los establecidos, puesto que están directamente vinculados en la entrega del producto y servicio al cliente.
- En la venta del producto, capacitar al talento humano sobre las distintas maneras de actuar de los consumidores, y el tipo de servicio que se debe realizar para captar su atención y fidelización
- Designar específicamente el tipo de demanda que se va a manejar, para con esto prever el tipo de repertorio que se escuchara en el desarrollo del evento.
- En el desarrollo del servicio mencionar el tipo de promociones que tenga la carta que se está manejando ese momento y las regalías que puede obtener al consumir una cierta cantidad de un determinado producto.
- Generar preguntas sutilmente al concluir el servicio para calificar y mejorar los procesos que se ofrecieron
- Observar constantemente el movimiento de la demanda, para delimitar la conformidad de los servicios, y tratar de satisfacerle lo mejor posible.
- Establecer actividades de limpieza por parte del bar tender para ofrecer una imagen del establecimiento óptimo.
- Realizar un manual de procedimientos de las recetas manejadas por el bar tender para evitar pérdida de tiempo e insatisfacción del cliente.
- Delimitar cada uno de los procedimientos del personal de servicio para su óptimo desenvolvimiento en el área de trabajo.
- Dar una explicación al talento humano de servicio sobre los precios y realización de procesos que está detrás de cada uno de los productos de la carta, para complementar la información de la venta al público, solventando así las inquietudes de los clientes.

Procesos de soporte

- Establecer reglas de admisión de la demanda, y designar al personal de seguridad tareas que ayuden al orden de las personas y mejor desempeño de los procesos.
- Crear un plan de contingencia de incendios, o alguna eventualidad dentro del desarrollo de los eventos en el establecimiento.
- Realizar auditorías semestralmente de los movimientos financieros dentro de la empresa para mantener un mejor control
- Obtener seguros y crear convenios financieros que faciliten durante un déficit de la empresa
- Realizar alianzas estratégicas dentro del mercado actual de la empresa en el tema de seguros, con el objetivo de reducir costos, y obtener un beneficio toda la oferta actual.

Clientes

- Al momento de realizar cada uno de los procedimientos establecidos por las estrategias ya mencionadas, y el mejoramiento continuo, dará la facilidad de satisfacer las necesidades demandadas por los clientes que acuden por un servicio eficiente y eficaz, conduciendo a la fidelización y a la posterior publicidad de las mismas personas satisfechas, haciendo que la empresa se desarrolle y cumpla con sus objetivos y visión corporativa.

Perspectiva

La empresa deberá lanzar nuevos productos que sustituyan a los actuales o desarrollar nuevos modelos que supongan mejoras o variaciones para con esto obtener mayor calidad a menor precio sobre los actuales, siguiendo la estrategia de desarrollo de producto.

Además de utilizar nuevos canales de canales de distribución complementarios o en comercializar el producto en otras áreas geográficas, llegando a cumplir la visión de la empresa.

2.7 Determinación de la estructura del Bar

Diseño de planta

Frente 10 m

Posterior derecho 10 m

Posterior izquierdo 14 m

Retaguardia 10 m

Entrada 1,90 x 1,50 m

Primer salón incluido la barra 4 x 6 m

Segundo salón 5 x 6 m

Cocina 2.5 x 4 m

Baño 2,5 x 1,5 m

Grafico N° 4 Infraestructura del Bar Molier

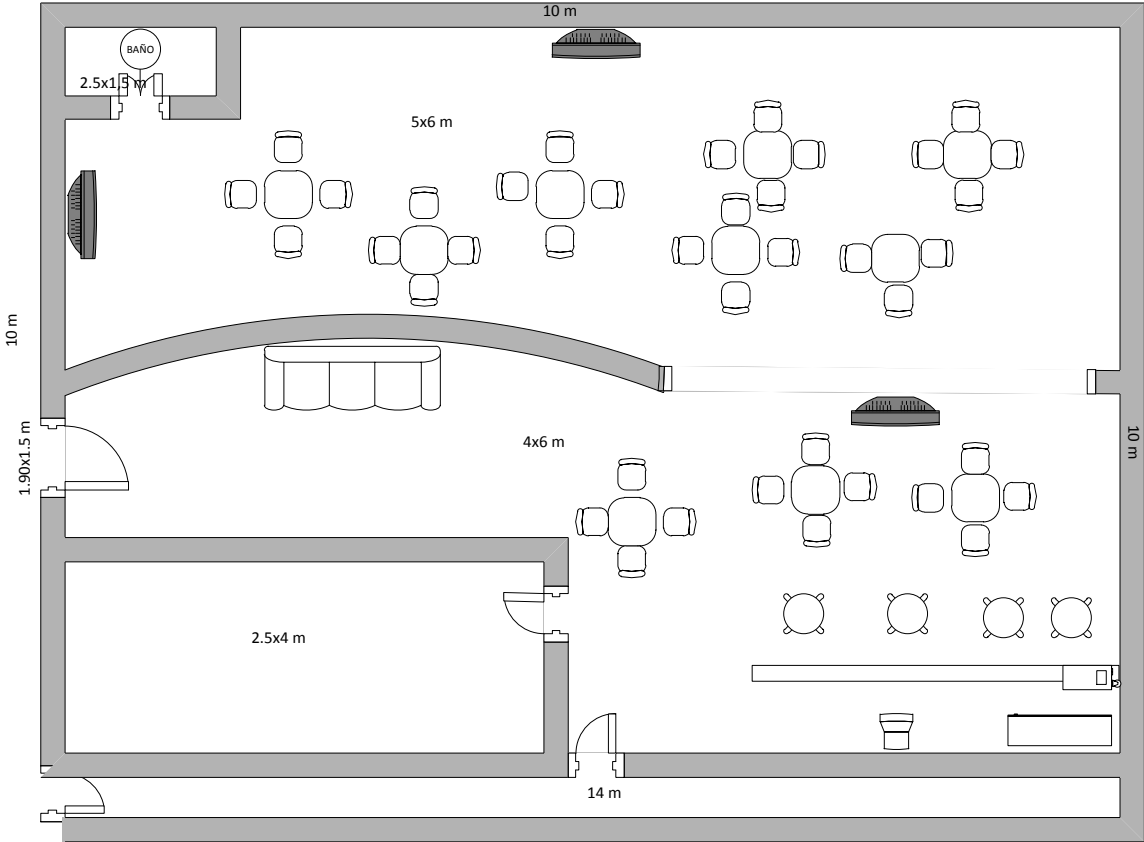
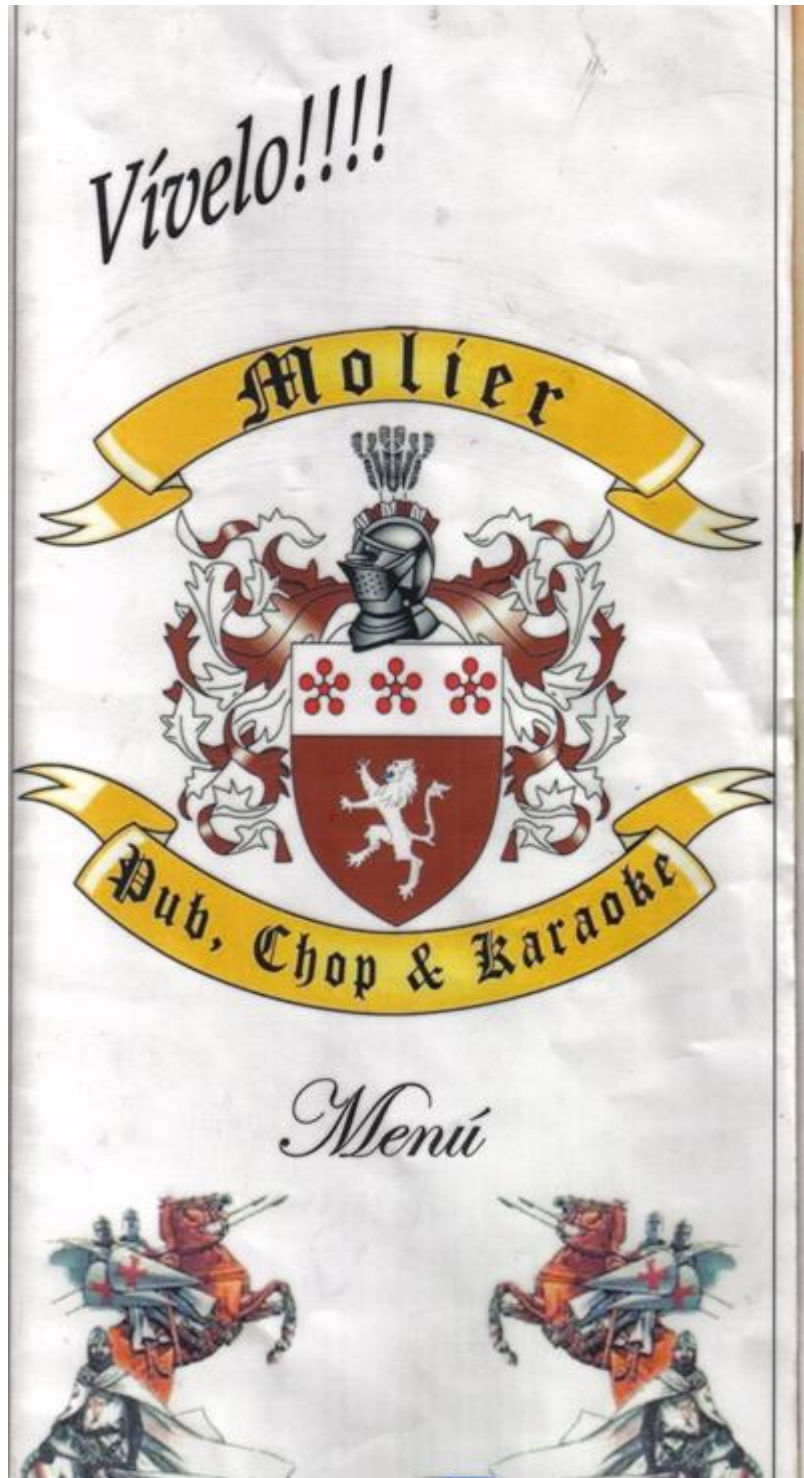


Grafico N° 5

2.7.1 Diseño y realización del producto y servicio



TODOS LOS MARTES

TOMA 3 Y PAGA

SÓLO POR 2 EN

CAIPIRINHAS

POR TAN SOLO \$ 3,50!!!

\$2,00

Un sabor diferente!!!!

Por que las

Mamaditas.....

están que arden!!!



LOS
MIÉRCOLES DE
MOLIER
SON.....

LADIES NIGHTS!!!

3x2!!!!

EN
MOJITOS

PIÑA
COLADA

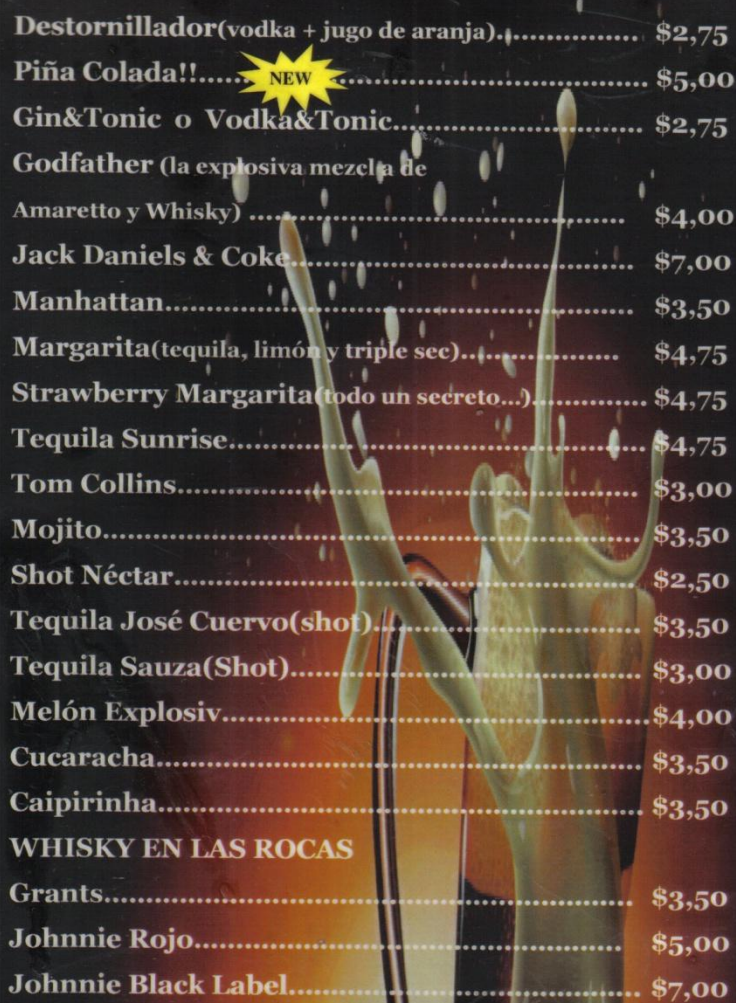
LONG ISLAND ICE T
STRAWBERRY MARGARITA

Bebidas

Colas (Gaseosas).....	\$0,60
Colas ½ litro.....	\$1,00
Cerveza Nacional	
Pilsener / Chelada.....	\$2,00
Club 330 Cc.....	\$1,50
Club 600 Cc.....	\$2,00
Promo(4 bielas 600 cc)!!!!	\$6,99
Michelada (tabasco y salsa inglesa).....	\$2,25
Cerveza Importada	
Heineken.....	\$3,00
Corona.....	\$3,00
Energizante.....	\$3,50
Agua.....	\$0,50
Jugos Naturales	
(Mora, Naranja ó Guanábana).....	\$1,50

Cocktails

Cuba Libre.....	\$2,50
Long Island Ice T. 	\$4,50
Daiquiri.....	\$2,75
Strawberry Daiquiri (el sabor del	
Daiquiri con jugo de fresa).....	\$3,50
Martini (la receta original de ginebra	
y vermouth seco).....	\$4,00
Baileys Cream Dream (dulce helado	
de vainilla combinado con Bailey's).....	\$5,00
Mamadita!!!! 	\$2,00
Cosmopolitan (jugo de arándano, vodka	
y un toque de limón).....	\$3,00
Blue Lagoon (curacao, vodka y limón).....	\$2,75
Bocci Ball (Amaretto).....	\$2,50




Destornillador(vodka + jugo de aranja).....	\$2,75
Piña Colada!!..... NEW	\$5,00
Gin&Tonic o Vodka&Tonic.....	\$2,75
Godfather (la explosiva mezcla de Amaretto y Whisky)	\$4,00
Jack Daniels & Coke.....	\$7,00
Manhattan.....	\$3,50
Margarita(tequila, limón y triple sec).....	\$4,75
Strawberry Margarita(todo un secreto...).....	\$4,75
Tequila Sunrise.....	\$4,75
Tom Collins.....	\$3,00
Mojito.....	\$3,50
Shot Néctar.....	\$2,50
Tequila José Cuervo(shot).....	\$3,50
Tequila Sauza(Shot).....	\$3,00
Melón Explosiv.....	\$4,00
Cucaracha.....	\$3,50
Caipirinha.....	\$3,50
WHISKY EN LAS ROCAS	
Grants.....	\$3,50
Johnnie Rojo.....	\$5,00
Johnnie Black Label.....	\$7,00

Botellas

Botella Néctar (Rojo o Azul).....	\$25,00
Botella Tequila (José Cuervo).....	\$50,00
Botella Ron Bacardi.....	\$30,00
Botella Ron Santiago de Cuba/Abuelo.....	\$25,00
Botella Vodka Absolut.....	\$45,00
Botella Vodka Skyy.....	\$40,00
Botella Vodka Smirnoff.....	\$35,00
Botella Whisky Grant´s.....	\$35,00
Botella Jack & Daniel´s.....	\$70,00
Botella Whisky Johnnie Rojo.....	\$60,00
Botella Whisky Johnnie Negro.....	\$75,00

Snack 's

Nachos con Queso.....	\$3,50
Nachos Molier (Chile con carne en salsa de dos quesos.....	\$4,50
Picadita Molier (jamones, salami, quesos y aceitunas).....	\$5,00
Alitas BBQ(10 pcs).....	\$5,00
Alitas BBQ(15 pcs).....	\$7,50
Alitas BBQ(20 pcs).....	\$10,00
Parrillada Molier!! 	\$5,00
Shawarmas.....	\$1,80
Hamburguesa Simple.....	\$1,50
Hamburguesa con (Queso O Piña).....	\$1,80
Hamburguesa Doble.....	\$2,20
Hamburguesa Doble con (Queso O Piña)..	\$2,50
Pincho.....	\$2,50
Pollo a la parrilla.....	\$3,00
Chuletas.....	\$3,00
Choripan.....	\$2,20
Papas (porción).....	\$1,25
Salchipapa.....	\$1,80
Papicarne O Choripapa.....	\$2,00
Nuggets.....	\$1,80

Des- tras

Cigarrillos 1/2	\$1,75
Cigarrillos Unidades.....	\$0,25
Canciones.....	\$0,35

*NUESTROS PRECIOS NO INCLUYEN IVA.

*LA PROPINA ES VOLUNTARIA, POR ESO
NO COBRAMOS EL 10 % DE SERVICIO

- EL CONSUMO MINIMO CON TARJETA DE
CRÉDITO ES DE \$ 30.00

Equipamiento

El Bar Molier cuenta con un conjunto de activos fijos, que complementan el servicio de atención al cliente, y la venta de jugos, tragos, cocteles, y picaditas, los que se detallan en la siguiente tabla:

Cuadro N° 19

#	Detalle	V. unitario	V. total
1	Espejo con marco de madera de 1 x 1.80	\$ 5,00	\$ 5,00
1	cocina y lavadero	\$ 250,00	\$ 250,00
40	SILLAS	\$ 3,50	\$ 140,00
10	mesas de 50x50	\$ 55,00	\$ 550,00
5	Taburetes de barra	\$ 25,00	\$ 125,00
1	barra	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00
1	SILLONE	\$ 200,00	\$ 200,00
1	letrero caja de luz con neones interiores	\$ 150,00	\$ 150,00
30	jabas de cerveza	\$ 13,00	\$ 390,00
	Mobiliario de cocina		
1	Horno.	\$ 900,00	\$ 900,00
1	Frigorífico.	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Microondas.	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Cocina eléctrica,	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Calentador de gas.	\$ 320,00	\$ 320,00
	Barra		
20	lamparas	\$ 95,00	\$ 1.900,00
10	Lámpara de cerámica.	\$ 25,00	\$ 250,00
3	barril cervecero	\$ 80,00	\$ 240,00
3	Televisores	\$ 600,00	\$ 1.800,00
40	manteles	\$ 2,10	\$ 84,00
6	Batería de acero inoxidable.	\$ 38,10	\$ 228,60
58	Cubertería de acero inoxidable		\$ -
40	Vajilla de loza. (Platos)	\$ 10,00	\$ 400,00
120	crystalerías (copas de vino, cocteleras)	\$ 1,20	\$ 144,00
10	10 Cuchillería	\$ 0,80	\$ 8,00
1	Cernidor	\$ 0,80	\$ 0,80
1	Vinagrera	\$ 1,20	\$ 1,20
10	Azucarera	\$ 1,40	\$ 14,00
10	Depósito para el café	\$ 0,90	\$ 9,00
5	Destapador de refrescos	\$ 0,50	\$ 2,50
1	Abrelatas	\$ 0,40	\$ 0,40
1	coctelera	\$ 13,00	\$ 13,00

3	Tablas para cortar	0,6	1,8
12	Tablas para lo caliente	0,7	8,4
20	Cubiertos elegantes	1,2	24
21	Recipientes para almacenar la comida	1,2	25,2
3	Ralladores	0,3	0,9
1	Prensa para papas	4,8	4,8
1	Rallador de Queso	1,2	1,2
4	Palas para cocinar	0,8	3,2
5	Palas para freír	0,7	3,5
2	Escurridero para platos y cubiertos	3,4	6,8
3	Despachadores de papel aluminio o plástico	1,4	4,2
50	Charolas de servicio	4	200
20	Mantequillera	1	20
5	Botes para la basura	2,4	12
36	Jarras	5	180
20	Salero y pimentero	0,25	5
	Equipo de audio Dj		
1	Dj Pack, Musica Y Video Hd Remix	35	35
1	Mini Laser De Lluvia Cosmica Luces Lazer	126	126
5	Caja Amplificada Italy Audio Usb/Sd/Ipod 400 Rms 15	248	1240
1	Audifonos American Audio Modelo Hp 700	88	88
1	Micrófono Cardioid Con Switch Para Mezcladora	29,82	29,82
1	Plug Newtrick Azul 4 Pines Para Cajas De Sonido	180	180
1	Disco Duro Con Musica Videos Programas 1000 G	199,99	199,99
1	Interface Alesis Io26 Firewire Preamph M-Audio	450	450
1	Parlantes Mackie Amplificados, Activos	380	380
1	Numark - Mixdeck Control De Dj Profesional	1125	1125
1	extintor 18 libras	18	18
1	botiquin	13	13

Elaborado por: Samuel Alvear

Infraestructura básica

La infraestructura básica, como:

- Energía eléctrica
- Agua
- Vías de acceso
- Comunicación:
 - Teléfono
 - Radio
 - Televisión

Con la que se maneja la empresa es la más óptima para el desempeño de los procesos, debido al lugar geográfico donde se encuentra, uno de los inconvenientes que aqueja a la organización es el mal control de los desechos sólidos orgánicos y desechos sólidos inorgánicos, lo que ha causado fugas de materia prima.

2.8 Levantamiento de Procesos.

Proceso 1: Elaboración de alimentos y bebidas

Subproceso 1:
Seguridad

Actividad 1: Seguridad de alimentos

Actividad 2: Seguridad bebidas

Actividad 3: Seguridad elaboración

Proceso 2: Desarrollo del evento

Subproceso 1:
Elaboración de
cocteles

Actividad 1: Batido en coctelera

Actividad 2: Removido en baso mezclador

Actividad 3: Licuado

Actividad 4: Directo al vaso

Subproceso 2:
Ambientación

Actividad 1: Música

Subproceso 3:
Alimentación

Actividad 1: Toma de pedidos

Subproceso 4: Limpieza
Actividad 1: limpieza de mesas

Proceso 3: Recepción y almacenamiento de materia prima.

Subproceso 1:
Provisión
Actividad 1: Recibir materia prima
Actividad 2: Acopio

Proceso 4: Preparativo y cierre del evento

Subproceso 1: Limpieza
Actividad 1: Limpiar Barra
Actividad 2: Limpiar mesas
Actividad 1: Limpiar baño

Subproceso 2: Equipos
Actividad 1: Poner en funcionamiento

Subproceso 3: Contabilidad
Actividad 1: Cerrar caja chica

Proceso 5: Realizar mise en place del Bar

Subproceso 1:
Pedido
Actividad 1: Retirar MP

Subproceso 2: Producción
Actividad 1: Lavar
Actividad 2: Elaborar porciones

Proceso 6: Bodega

Subproceso 1:
Recepción de MP
Actividad 1: Selección

Subproceso 2: Provisión
Actividad 1: Compras

2.10 Costos por servicio

Cuadro N° 20

MATRIZ TIEMPO – COSTO ACTUAL										
PROCESO	TIEMPO		TOTAL TIEMPO	TOTAL MENSUAL	COSTO		TOTAL COSTO	TOTAL MENSUAL	TIEMPO ANUAL	COSTO ANUAL
Elaboración de alimentos y bebidas	19	11	30	6480	0,38	0,22	0,61	130,91	77760,00	1570,91
Desarrollo del evento	38	22	60	12960	0,77	0,44	1,21	261,82	155520,00	3141,82
Bodega	24,7	9,35	34	7344	0,50	0,19	0,69	148,36	88128,00	1780,36
Realizar limpieza durante el servicio	25	16	41	8856	0,51	0,32	0,83	178,91	106272,00	2146,91
Realizar limpieza al cierre del bar	41	32	73	15768	0,83	0,65	1,47	318,55	189216,00	3822,55
Realización del Mise-en-place del bar	53	42	95	20520	1,07	0,85	1,92	414,55	246240,00	4974,55
TOTAL									863136,00	17437,09

Análisis en tiempo y Costo del proceso Elaboración de Alimentos y bebidas.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	4104,00	Actividad agrega valor	82,08
Actividad no agrega valor	2376,00	Actividad no agrega valor	47,52
TOTAL	6480,00	TOTAL	129,6

TIEMPO COSTOS

$$\text{Eficiencia en el tiempo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

4104,00	82,08
6480,00	129,60
63%	63%

$$\text{Eficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

$$\text{Ineficiencia en Tiempo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

2376,00	47,52
6480,00	129,6
37%	37%

$$\text{Ineficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Desarrollo del evento.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	8208,00	Actividad agrega valor	166,32
Actividad no agrega valor	4752,00	Actividad no agrega valor	95,04
TOTAL	12960,00	TOTAL	261,36

TIEMPO COSTOS

$$\text{Eficiencia en el tiempo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

8208,00	166,32
12960,00	261,36
63%	64%

$$\text{Eficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

$$\text{Ineficiencia en Tiempo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

4752,00	95,04
12960,00	261,36
37%	36%

$$\text{Ineficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Bodega.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	5335,20	Actividad agrega valor	108
Actividad no agrega valor	2019,60	Actividad no agrega valor	41,04
TOTAL	7354,80	TOTAL	149,04

TIEMPO COSTOS

$$\text{Eficiencia en el tiempo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

5335,20	108
7354,80	149,04
73%	72%

$$\text{Eficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

$$\text{Ineficiencia en Tiempo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

2019,60	41,04
7354,80	149,04
27%	28%

$$\text{Ineficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Realizar limpieza durante el servicio.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	5400,00	Actividad agrega valor	110,16
Actividad no agrega valor	3456,00	Actividad no agrega valor	69,12
TOTAL	8856,00	TOTAL	179,28

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

5400	110,16
8856,00	179,28
61%	61%

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

3456,00	69,12
8856,00	179,28
39%	39%

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Realizar limpieza al cierre del bar.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	8856,00	Actividad agrega valor	179
Actividad no agrega valor	6912,00	Actividad no agrega valor	140
TOTAL	15768,00	TOTAL	319

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

8856,00	179
15768,00	319,00
56%	56%

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

6912,00	140
15768,00	319
44%	44%

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Realización de mise and place del bar.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	11448,00	Actividad agrega valor	231
Actividad no agrega valor	8424,00	Actividad no agrega val	170
TOTAL	19872,00	TOTAL	401

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

11448	231
19872,00	401,00
58%	58%

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

8424,00	170
19872,00	401
42%	42%

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

Elaborado por: Samuel Alvear

Capítulo III

Introducción

Propuesta de implementación de un manual de procedimientos

Los principales procesos de la organización es servicio, producción, y bodega, para lo cual se necesita crear la cadena de valor con las siguientes procesos de apoyo y actividades primarias, en cuanto a los usuarios del Bar Molier corresponden a un target de personas jóvenes que disfrutan de los atractivos nocturnos de esta zona.

Dentro de la organización funcional, se visualiza un organigrama que representa a las principales funciones, servicios o departamentos que establece responsabilidades, objetivos, planes.

Objetivo:

Observar información referente a su estructura, su funcionamiento y los objetivos que servirán de instrumento de consulta y guía para la toma de decisiones en la empresa.

3.1 Nueva estructura de la cadena de valor

Cuadro N° 21

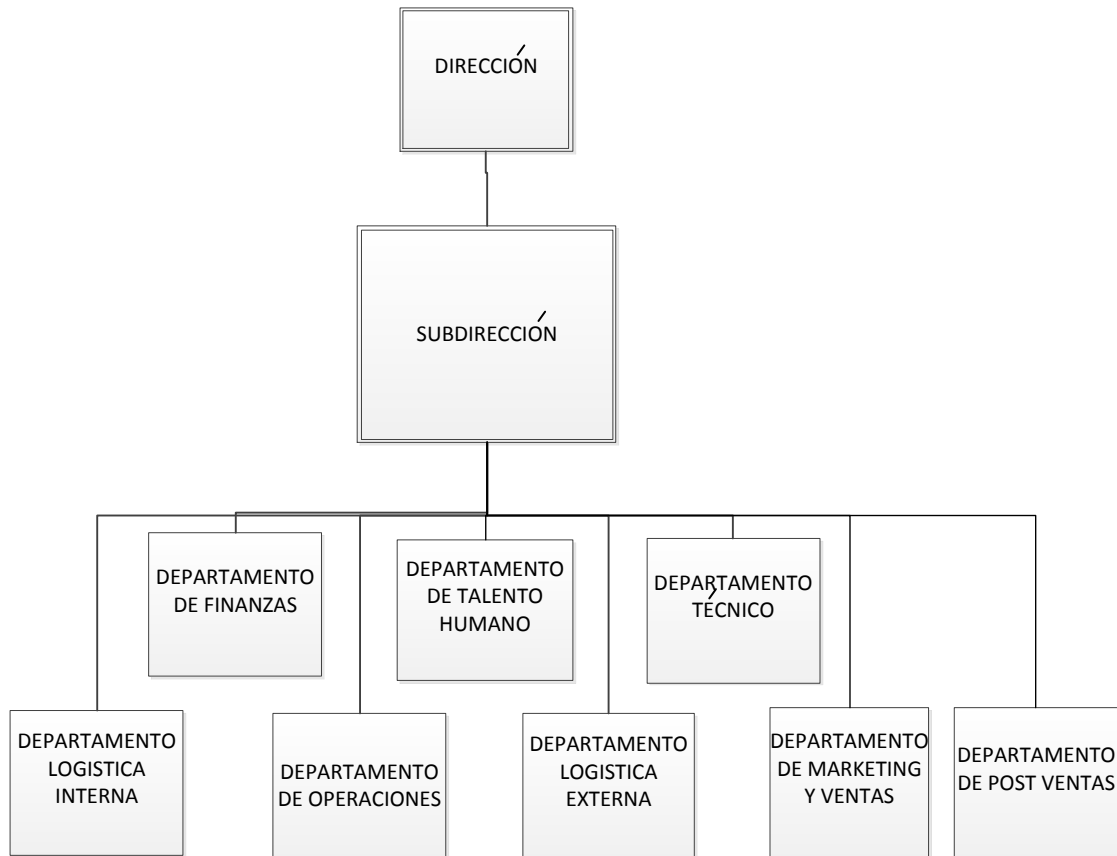
Actividad Soporte	INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA Financiera			
	GESTION DEL TALENTO HUMANO Reclutamiento, Descripción de puestos			
	DESARROLLO DE TÉCNOLOGIA Manejo de Recursos Tecnológicos			
	LOGISTICA INTERNA Compras, almacenamiento de materiales	OPERACIONES Producción, creación de cocteles, picaditas, servicio de tragos	LOGISTICA EXTERNA Servicio, procesamiento de pedidos, preparación de informes	MARKETING Y VENTAS Fuerza de ventas, promociones, publicidad

Actividades primarias

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro Nº 22

3.2 Organigrama



Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 23

3.3 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



Elaborado por: Samuel Alvear

	Sección: Procesos		MANUAL DE PROCESOS PARA EL BAR MOLIER
	Capitulo: Infraestructura de la empresa		
	Titulo: Financiero		
Empresa: Bar Molier			
Código:	Fecha: 16/01/2012	N° Revisión: 01	Página: 1

Proceso: Infraestructura de la empresa

Financiero

Contenido:

- 1. Objeto del proceso**

- 2. Propósito**

- 3. Alcance**

- 4. Responsable del procedimiento**

- 5. Políticas**

Elaborado por: Samuel Alvear



Sección: Procesos
Capítulo: Infraestructura de la empresa

MANUAL
DE
PROCESOS PARA
EL BAR
MOLIER

Título:
Gestión de procesos

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha:

N° Revisión:

Página:

OBJETO DEL PROCESO: Supervisión, elaboración e interpretación de los Estados Financieros.

PROPÓSITO: Registrar las operaciones financieras del Bar Molier, en forma ordenada y sistematizada para generar reportes confiables.

ALCANCE: Desde la aplicación contable de los gastos realizados, hasta la obtención de los Estados Financieros, para la toma de decisiones.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Administración y Finanzas.

POLÍTICAS: Realizar una supervisión de los estados financieros trimestralmente.



Sección: Procesos
Capitulo: Infraestructura de la empresa

MANUAL
DE
PROCESOS PARA
EL BAR
MOLIER

Titulo:
Gestion de procesos

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha:

N° Revisión:

Pagina:

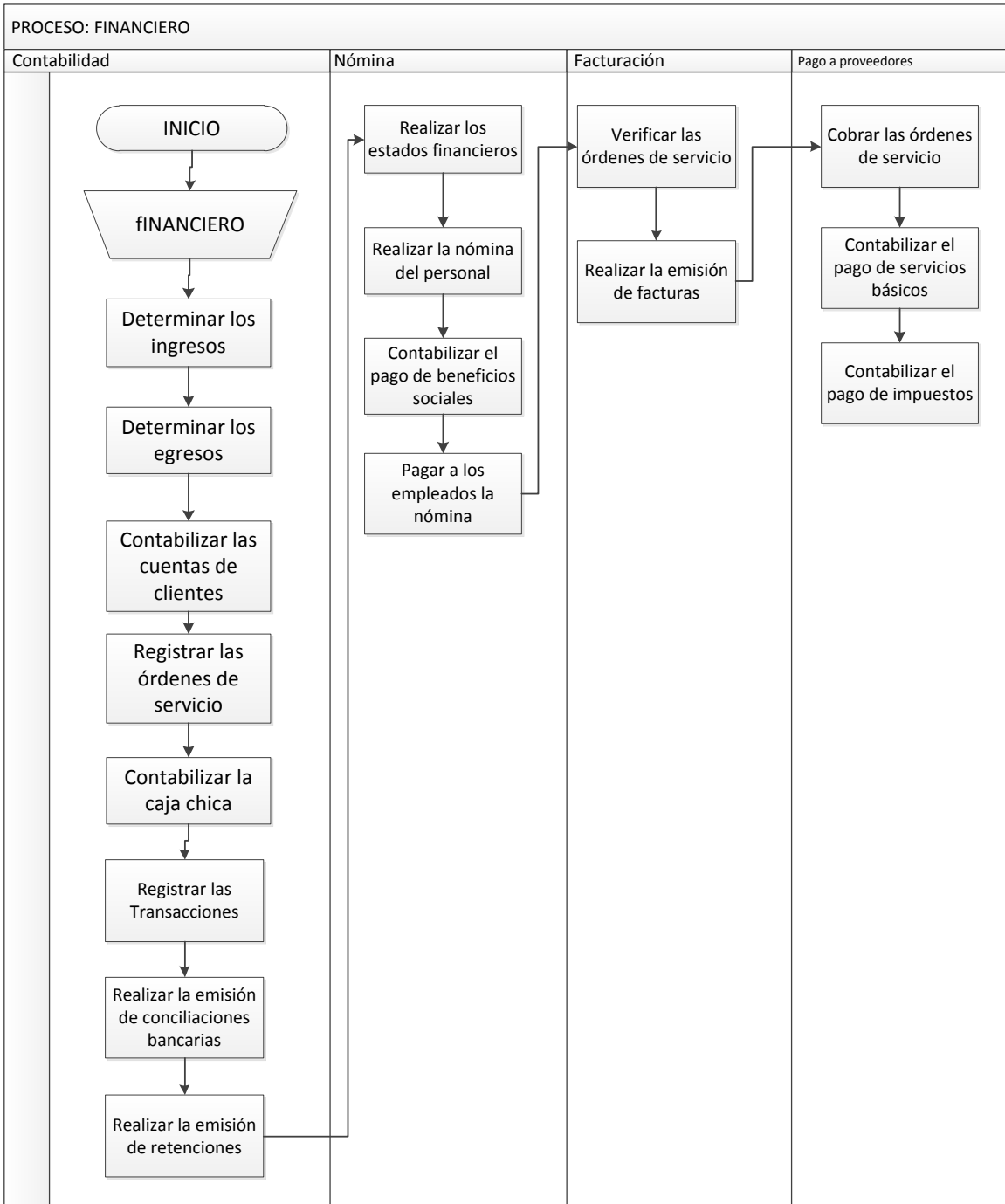
OBJETO DEL PROCESO: Realizar el pago a proveedores y prestadores de servicio.

PROPÓSITO: Liquidar los saldos por concepto de compras adquiridas a través de un proveedor.

ALCANCE: Desde la recepción de la factura y documentación soporte, hasta el pago como finiquito de la misma.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Administración y Finanzas.

POLÍTICAS: Todo pago a proveedores deberá realizarse una vez que el expediente de la compra o servicio se encuentre completo y haya suficiencia de recursos de la clave presupuestal correspondiente.



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
		control		almacenamiento											
	PROCESO	transporte		demora											
	FINANCIERO	operación													
CODIGO CN°	DESCRIPCION	o	o	o	o	o	Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual
								Tiempo total	A.V.	N.A.V		Costo total	A.V.	N.A.V	
C1	Determinar los ingresos							6,00	4,00	2,00	1296	0,12	0,08	0,04	26,18
	Determinar el nivel de ventas mensual	o					Contabilidad	6,00	4,00	2,00	1296	0,12	0,08	0,04	26,18
C2	Determinar los egresos							12,60	12,00	0,60	2722	0,25	0,24	0,01	54,98
	Determinar los pagos a proveedores	o					Contabilidad	2,10	2,00	0,10	454	0,04	0,04	0,00	9,16
	Determinar los pagos de nómina						Contabilidad	2,10	2,00	0,10	454	0,04	0,04	0,00	9,16
	Determinar pago servicios básicos						Contabilidad	2,10	2,00	0,10	454	0,04	0,04	0,00	9,16
	Determinar pagos por mantenimiento de instalaciones						Contabilidad	2,10	2,00	0,10	454	0,04	0,04	0,00	9,16
	Determinar pago de impuestos						Contabilidad	2,10	2,00	0,10	454	0,04	0,04	0,00	9,16
	Determinar amortizaciones y depreciaciones						Contabilidad	2,10	2,00	0,10	454	0,04	0,04	0,00	9,16
C3	Contabilizar las cuentas de clientes							4,25	4,00	0,25	918	0,09	0,08	0,01	18,55
	Establecer Cuentas por cobrar	o					Contabilidad	3,15	3,00	0,15	680	0,06	0,06	0,00	13,75
	Establecer formas de pago	o					Contabilidad	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
C4	Registrar las órdenes de servicio							0,05	0,05	0,00	11	0,00	0,00	0,00	0,22
	Recepción de órdenes de servicio	o					Contabilidad	0,05	0,05	0,00	11	0,00	0,00	0,00	0,22
C5	Contabilizar la caja chica							4,15	4,00	0,15	896	0,08	0,08	0,00	18,11
	Establecer cantidad mensual de caja chica	o					Contabilidad	4,15	4,00	0,15	896	0,08	0,08	0,00	18,11
C6	Realizar la emisión de retenciones							0,19	0,16	0,03	41	0,00	0,00	0,00	0,83
	Obtener la factura correspondiente	o					Contabilidad	0,11	0,10	0,01	24	0,00	0,00	0,00	0,48
	Emitir el comprobante de retención triplicado	o					Contabilidad	0,04	0,03	0,01	9	0,00	0,00	0,00	0,17
	Emitir el comprobante de retención	o					Contabilidad	0,04	0,03	0,01	9	0,00	0,00	0,00	0,17

C7	Registrar las Transacciones					1,46	1,30	0,16	315	0,03	0,0262626	0,00	6,37
	Ingresar transacciones en orden cronológico	0			Contabilidad	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Archivar la transacción	0			Contabilidad	0,36	0,30	0,06	78	0,01	0,01	0,00	1,57
C8	Realizar la emisión de conciliaciones bancarias				Contabilidad	2,41	2,30	0,11	521	0,05	0,05	0,00	10,52
	Obtener los estados de cuenta del banco	0			Contabilidad	0,18	0,15	0,03	39	0,00	0,00	0,00	0,79
	Determinar notas de débito y crédito	0			Contabilidad	0,18	0,15	0,03	39	0,00	0,00	0,00	0,79
	Cuadrar los estados de cuenta	0			Contabilidad	2,05	2,00	0,05	443	0,04	0,04	0,00	8,95
C9	Realizar los estados financieros					11,90	11,00	0,90	2570	0,24	0,22	0,02	51,93
	Realizar el estado de situación inicial	0			Nomina	2,10	2,00	0,10	454	0,04	0,04	0,00	9,16
	Realizar el libro diario	0			Nomina	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Realizar mayorización de cada cuenta	0			Nomina	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Realizar balance general a la fecha	0			Nomina	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Realizar asientos de ajuste	0			Nomina	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Realizar estado de resultados	0			Nomina	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Realizar el estado de situación financiera final	0			Nomina	2,10	2,00	0,10	454	0,04	0,04	0,00	9,16
	Realizar el estado financiero de déficit o superávit	0			Nomina	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Aprobación de estados financieros	0			Nomina	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
C10	Realizar la nómina del personal					1,33	1,30	0,03	287	0,03	0,03	0,00	5,80
	Determinar el sueldo básico de cada empleado	0			Nomina	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Determinar comisiones de cada empleado	0			Nomina	0,22	0,20	0,02	48	0,00	0,00	0,00	0,96
	Calcular aporte personal al IESS	0			Nomina	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Calcular el aporte patronal al IESS	0			Nomina	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Determinar ingresos y determinar egresos por separado	0			Nomina	0,20	0,20	0,00	43	0,00	0,00	0,00	0,87
	Establecer la cantidad a recibir por cada empleado	0			Nomina	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Realizar el rol individual para cada empleado	0			Nomina	0,46	0,45	0,01	99	0,01	0,01	0,00	2,01

C11	Contabilizar el pago de beneficios sociales					0,64	0,60	0,04	138	0,01	0,01	0,00	2,79
	Realizar las planillas de Décimo cuarto en su respectivo mes	0			Nomina	0,16	0,15	0,01	35	0,00	0,00	0,00	0,70
	Realizar la planilla de Décimo tercero en su respectivo mes	0			Nomina	0,16	0,15	0,01	35	0,00	0,00	0,00	0,70
	Girar cheque por cantidad respectiva a cada empleado	0			Nomina	0,16	0,15	0,01	35	0,00	0,00	0,00	0,70
	Presentar planillas al Ministerio de Trabajo	0			Nomina	0,16	0,15	0,01	35	0,00	0,00	0,00	0,70
C12	Pagar a los empleados la nómina					1,15	1,00	0,15	248	0,02	0,02	0,00	5,02
	Recibir los roles individuales de cada empleado de contabilidad	0			Nomina	0,23	0,20	0,03	50	0,00	0,00	0,00	1,00
	Recibir los cheques de cada empleado	0			Nomina	0,23	0,20	0,03	50	0,00	0,00	0,00	1,00
	Entrega de roles y pago de sueldos	0			Nomina	0,18	0,15	0,03	39	0,00	0,00	0,00	0,79
	Recepción de roles firmados por empleados	0			Nomina	0,28	0,25	0,03	60	0,01	0,01	0,00	1,22
	Entrega de roles firmados a contabilidad	0			Nomina	0,23	0,20	0,03	50	0,00	0,00	0,00	1,00
C13	Verificar las órdenes de servicio					0,20	0,10	0,10	43	0,00	0,00	0,00	0,87
	Obtener la orden de servicio autorizada por contabilidad	0			Facturación	0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Procede a verificar precios y servicios	0			Facturación	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
C14	Realizar la emisión de facturas					0,77	0,65	0,12	166	0,02	0,01	0,00	3,36
	Ingresar datos del cliente	0			Facturación	0,25	0,20	0,05	54	0,01	0,00	0,00	1,09
	Ingresar forma de pago	0			Facturación	0,15	0,15	0,00	32	0,00	0,00	0,00	0,65
	Ingresar servicios prestados	0			Facturación	0,15	0,15	0,00	32	0,00	0,00	0,00	0,65
	Ingresar monto total	0			Facturación	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Generar reporte	0			Facturación	0,03	0,03	0,00	6	0,00	0,00	0,00	0,13
	Imprimir la factura triplicada	0			Facturación	0,03	0,00	0,03	6	0,00	0,00	0,00	0,13
	Entrega de factura original cliente	0			Facturación	0,02	0,00	0,02	4	0,00	0,00	0,00	0,09
	Entrega de factura rosada contabilidad	0			Facturación	0,02	0,00	0,02	4	0,00	0,00	0,00	0,09
	Archivar factura celeste	0			Facturación	0,02	0,02	0,00	4	0,00	0,00	0,00	0,09

C15	Cobrar las órdenes de servicio						0,12	0,07	0,05	26	0,00	0,00	0,00	0,52
	Recibir el pago correspondiente	0				Pago a proveedores	0,05	0,00	0,05	11	0,00	0,00	0,00	0,22
	Hacer firmar comprobantes de ingreso y retención	0				Pago a proveedores	0,07	0,07	0,00	15	0,00	0,00	0,00	0,31
C16	Contabilizar el pago de servicios básicos						0,05	0,00	0,05	11	0,00	0,00	0,00	0,22
	Recibir planillas de agua, luz y teléfono	0				Pago a proveedores	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00	0,00
	Verificar fecha límite de pago	0				Pago a proveedores	0,02	0,00	0,02	4	0,00	0,00	0,00	0,09
	Girar cheque para pago	0				Pago a proveedores	0,03	0,00	0,03	6	0,00	0,00	0,00	0,13
C17	Contabilizar el pago de impuestos						0,25	0,00	0,25	54	0,01	0,00	0,01	1,09
	Determinar periodo de pago de impuesto IVA	0				Pago a proveedores	0,05	0,00	0,05	11	0,00	0,00	0,00	0,22
	Calcular impuesto Iva	0				Pago a proveedores	0,03	0,00	0,03	6	0,00	0,00	0,00	0,13
	Determinar si existe crédito tributario	0				Pago a proveedores	0,03	0,00	0,03	6	0,00	0,00	0,00	0,13
	Llenar formulario de IVA	0				Pago a proveedores	0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Presentar declaración IVA si no hubiere cantidad a pagar	0				Pago a proveedores	0,01	0,00	0,01	2	0,00	0,00	0,00	0,04
	Girar cheque por cantidad a pagar por concepto de IVA	0				Pago a proveedores	0,03	0,00	0,03	6	0,00	0,00	0,00	0,13
TOTAL							47,52	42,53	4,99	10264,32	1,21	1,10	0,11	262,34
TOTAL								9186,48	1077,84			237,95	24,39	

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Financiero.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	9186,48	Actividad agrega valor	237,95
Actividad no agrega valor	1077,84	Actividad no agrega val	24,39
TOTAL	10264,32	TOTAL	262,34

TIEMPO COSTOS

$$\text{Eficiencia en el tiempo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

9186,48	237,95
10264,32	262,34
89%	91%

$$\text{Eficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

$$\text{Ineficiencia en Tiempo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

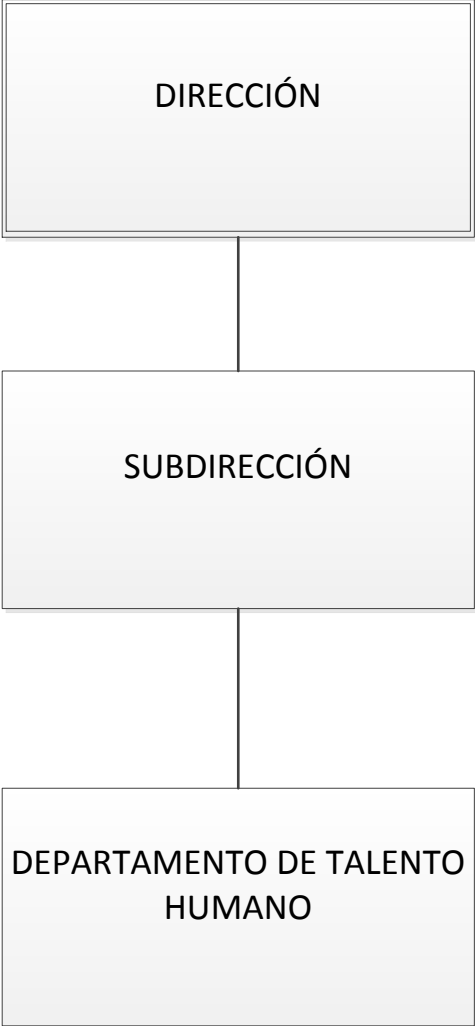
1077,84	24,39
10264,32	262,34
11%	9%

$$\text{Ineficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$$


Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 24

3.4 DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO



Elaborado por: Samuel Alvear

	Sección: Procesos		MANUAL DE PROCESOS PARA EL BAR MOLIER
	Capítulo: Gestión del talento humano		
Título: Recursos Humanos			
Empresa: Bar Molier			
Código:	Fecha: 01/16/2012	N° Revisión: 01	

Proceso: Gestión del talento humano

Recursos humanos

Contenido:

- 1. Objeto del proceso**
- 2. Propósito**
- 3. Alcance**
- 4. Responsable del procedimiento**
- 5. Políticas**

Elaborado por: Samuel Alvear



Sección: Procesos
Capítulo: Gestion del talento humano

MANUAL
DE
PROCESOS PARA
EL BAR
MOLIER

Título:
Recursos Humanos

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 01/16/2012

N° Revisión: 01

Página:

OBJETO DEL PROCESO: Descripción de puestos

PROPÓSITO: Direccionar al personal dentro de la organización

ALCANCE: Definir puestos y funciones de cada uno de los elementos del personal

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Talento Humano

POLÍTICAS: Acatar cada una de las actividades conforme a lo establecido por la empresa.



Sección: Procesos
Capítulo: Gestion del talento humano

MANUAL
DE
PROCESOS PARA
EL BAR
MOLIER

Título:
Recursos Humanos

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 01/16/2012

N° Revisión: 01

Página:

OBJETO DEL PROCESO: Reclutamiento y selección de personal

PROPÓSITO: Reclutar personal conforme a las competencias establecidas por el INEN

ALCANCE: Reducción de la rotación del personal, mejorando costos, y aumentando la productividad.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Talento Humano.

POLÍTICAS: Todo procedimiento deberá ser revisado por la Dirección



Sección: Procesos
Capítulo: Gestion del talento humano

MANUAL
DE
PROCESOS PARA
EL BAR
MOLIER

Título:
Recursos Humanos

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 01/16/2012

N° Revisión: 01

Página:

OBJETO DEL PROCESO: Elaborar programa de capacitación para el personal de alimentos y bebidas.

PROPÓSITO: Lograr que los conocimientos del personal se actualicen permanentemente para brindar un servicio de máxima calidad.

ALCANCE: Desde que se proponen los cursos de capacitación hasta que el personal adquiere los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollarse y desempeñar eficientemente sus actividades.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Talento Humano

POLÍTICAS: El personal deberá contar con los mejores conocimientos y habilidades a fin de proporcionar un servicio excelente al cliente.

MANEJO DE PERSONAL



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
CODIGO C.N°	DESCRIPCION	control					Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual
		transporte	operación	almacenamiento	demora	Tiempo total		A.V.	N.A.V	Costo total		A.V.	N.A.V		
		o	o	o	o	o									
C1	Descripción de puestos	0	0	0	0	0	Manejo del personal	0,56	0,49	0,07	121	0,01	0,01	0,00	2,44
	Determinar el departamento al que pertenece	0					Manejo del personal	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Dirigir al área que se desempeñará	0					Manejo del personal	0,07	0,05	0,02	15	0,00	0,00	0,00	0,31
	Indicar la persona que ejercerá la supervisión	0					Manejo del personal	0,03	0,01	0,02	6	0,00	0,00	0,00	0,13
	Establecer los niveles de conocimientos requeridos	0					Manejo del personal	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Fijar la experiencia de acuerdo a las tareas que desempeñará	0					Manejo del personal	0,07	0,04	0,03	15	0,00	0,00	0,00	0,31
	Prescribir las habilidades del candidato	0					Manejo del personal	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Establecer las funciones que desempeñará	0					Manejo del personal	0,04	0,04	0,00	9	0,00	0,00	0,00	0,17
	Concretar nivel de responsabilidades (a quién supervisa)	0					Manejo del personal	0,05	0,05	0,00	11	0,00	0,00	0,00	0,22
C2	Realizar el reclutamiento y selección de personal	0						2,19	1,27	0,92	473	0,04	0,00	0,00	0,87
	Identificación de necesidad de contratación	0					Manejo del personal	0,20	0,10	0,10	43	0,00	0,00	0,00	0,87
	Establecer los perfiles del cargo	0					Manejo del personal	0,17	0,07	0,10	37	0,00	0,00	0,00	0,74
	Aprobación del proceso de selección	0					Manejo del personal	0,15	0,05	0,10	32	0,00	0,00	0,00	0,65
	Aplicación del esquema de reclutamiento	0					Manejo del personal	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Difusión interna de vacante de puesto	0					Manejo del personal	0,15	0,05	0,10	32	0,00	0,00	0,00	0,65
	Evaluación de candidatos postulantes	0					Manejo del personal	0,02	0,00	0,02	4	0,00	0,00	0,00	0,09

	Publicación de concurso en la prensa	0				Manejo del personal	0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Recepción de hojas de vida	0				Manejo del personal	0,30	0,00	0,30	65	0,01	0,00	0,01	1,31
C3	Realizar la contratación del personal	0					2,01	1,65	0,62	434,16	0,05	0,03	0,01	9,91
	Pres elección de hojas de vida y alimentación en base de datos de candidatos	0				Manejo del personal	0,30	0,30	0,00	65	0,01	0,01	0,00	1,31
	Ubicación de candidatos	0				Manejo del personal	0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Calificación de pres elección de candidatos en función del perfil del cargo	0				Manejo del personal	0,20	0,20	0,00	43	0,00	0,00	0,00	0,87
	Verificación de referencias personales y laborales	0				Manejo del personal	0,06	0,04	0,02	13	0,00	0,00	0,00	0,26
	Realización de entrevista inicial, verificación de experiencia, formación académica	0				Manejo del personal	1,10	1,00	0,10	238	0,02	0,02	0,00	4,80
	Negociación salarial	0				Manejo del personal	0,10	0,03	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,57
	Pres entación del candidato	0				Manejo del personal	0,00	0,03	0,10	0	0,00	0,00	0,00	0,57
	Evaluación y definición de promoción del candidato	0				Manejo del personal	0,05	0,00	0,10	11	0,00	0,00	0,00	0,44
	Promoción de funcionario a nuevo cargo	0				Manejo del personal	0,10	0,05	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,65
C4	Ejecutar la capacitación del personal	0					2,10	1,75	0,35	454	0,04	0,04	0,01	9,16
	Establecimiento de prioridades de capacitación	0				Manejo del personal	0,30	0,25	0,05	65	0,01	0,01	0,00	1,31
	Generación de programas de capacitación	0				Manejo del personal	0,30	0,25	0,05	65	0,01	0,01	0,00	1,31
	Aprobación de programas de capacitación	0				Manejo del personal	0,30	0,25	0,05	65	0,01	0,01	0,00	1,31
	Definición de cronograma de capacitación	0				Manejo del personal	0,30	0,25	0,05	65	0,01	0,01	0,00	1,31
	Aplicar los procedimientos de capacitación	0				Manejo del personal	0,30	0,25	0,05	65	0,01	0,01	0,00	1,31
	Monitoreo y evaluación de programa	0				Manejo del personal	0,30	0,25	0,05	65	0,01	0,01	0,00	1,31
	Generación de informe de capacitación	0				Manejo del personal	0,30	0,25	0,05	65	0,01	0,01	0,00	1,31

CS	Realizar un plan de motivación, incentivos y Nómina	0					4,22	3,20	1,02	912	0,09	0,06	0,02	18,41
	Analizar el desempeño del personal	0				Manejo del personal	1,90	1,70	0,20	410	0,04	0,03	0,00	8,29
	Establecer el plan de motivación, incentivo y nómina a adoptarlo	0				Manejo del personal	0,15	0,15	0,00	32	0,00	0,00	0,00	0,65
	Fijar fecha y lugar del plan a realizarse	0				Manejo del personal	0,02	0,00	0,02	4	0,00	0,00	0,00	0,09
	Convocar al personal	0				Manejo del personal	0,05	0,00	0,05	11	0,00	0,00	0,00	0,22
	Dar a conocer el plan de incentivo a adoptarse	0				Manejo del personal	0,70	0,60	0,10	151	0,01	0,01	0,00	3,05
	Discusión conjunta del plan de incentivo	0				Manejo del personal	0,35	0,30	0,05	76	0,01	0,01	0,00	1,53
	Recibir el beneficio	0				Manejo del personal	0,10	0,10	0,00	22	0,00	0,00	0,00	0,44
	Procesamiento de resultados	0				Manejo del personal	0,25	0,15	0,10	54	0,01	0,00	0,00	1,09
	Análisis de resultados	0				Manejo del personal	0,70	0,20	0,50	151	0,01	0,00	0,01	3,05
	TOTAL						11,08	8,36	2,98	2393	0,23	0,15	0,04	40,80
	TOTAL							1805,76	643,68			31,37	9,43	

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Talento Humano.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	1805,76	Actividad agrega valor	31,37
Actividad no agrega valor	643,68	Actividad no agrega val	9,43
TOTAL	2449,44	TOTAL	40,8

TIEMPO COSTOS

$$\text{Eficiencia en el tiempo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

$$\text{Eficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

1805,76	31,37
2449,44	40,80
74%	77%

$$\text{Ineficiencia en Tiempo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

$$\text{Ineficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

643,68	9,43
2449,44	40,8
26%	23%

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 25

3.5 DEPARTAMENTO TÉCNICO



Elaborado por: Samuel Alvear

	Sección: Procesos Capitulo: Desarrollo de tecnología	MANUAL DE PROCESOS PARA EL BAR MOLIER
	Título: Técnico	
Empresa: Bar Molier		
Código:	Fecha: 16/01/2012	N° Revisión: 01
		Pagina: 1

Proceso: Desarrollo de tecnología

Financiero

Contenido:

- 1. Objeto del proceso**

- 2. Propósito**

- 3. Alcance**

- 4. Responsable del procedimiento**

- 5. Políticas**

Elaborado por: Samuel Alvear



Sección: Procesos
Capítulo: Desarrollo de tecnología

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Técnico

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Proporcionar información técnica al cliente.

PROPÓSITO: Lograr que el cliente tenga un amplio panorama sobre las capacidades técnicas y aprovechamiento máximo de todos los recursos para la exitosa realización de su servicio de bar.

ALCANCE: Desde que el cliente solicita la información hasta que se le entrega.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento Técnico

POLÍTICAS: La información proporcionada cubrirá todos los requerimientos del usuario y deberá colaborar a la aceptación y satisfacción.



Sección: Procesos
Capítulo: Desarrollo de tecnología

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Técnico

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Coordinar operación del evento.

PROPÓSITO: Lograr que el evento cumpla con las expectativas técnicas para la correcta operación durante el servicio de bar.

ALCANCE: Desde la ubicación de los técnicos en sus áreas de trabajo hasta que se apagan todos los equipos.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento Técnico

POLÍTICAS: El personal participante en cada servicio de bar permanecerá en su respectiva área de trabajo y proporcionará con calidad y oportunidad las soluciones que se le requieran.



Sección: Procesos
Capítulo: Desarrollo de tecnología

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Técnico

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Coordinar el desmontaje de los equipos.

PROPÓSITO: Lograr que los escenarios queden disponibles y los equipos se ubiquen en sus respectivos lugares para el evento siguiente.

ALCANCE: Desde que se desconecta y reubica el equipo hasta que se apagan las luces generales.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento Técnico

POLÍTICAS: El material se ubicará en sus respectivos lugares justo al término de cada evento.



Sección: Procesos
Capítulo: Desarrollo de tecnología

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Técnico

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Realizar mantenimiento preventivo de los equipos.

PROPÓSITO: Lograr tener en condiciones de optima operación los equipos de audio e iluminación, software y mobiliario.

ALCANCE: Desde la supervisión hasta la limpieza y ajuste necesario para su buen funcionamiento.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento Técnico

POLÍTICAS: Realizar periódicamente el funcionamiento del equipo con base a documentos de registro de mantenimiento y anticipar fallas mediante limpieza y otras actividades según características.

PROCESO TECNICO

INSTALACIONES Y PEDIDOS



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
		control	▣	▾	almacenamiento										
	PROCESO	transporte	➔	▣	demora										
	Tecnico	operación	●												
CODIGO CN°	DESCRIPCION	o	o	o	o	o	Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			
								Tiempo total	A.V.	N.A.V		Costo total	A.V.	N.A.V	
C1	Montage							6,20	5,00	1,20	1339	0,13	0,10	0,02	27,05
	preparacion de mesas	o					Producción	3,70	3,00	0,70	799	0,07	0,06	0,01	16,15
	preparacion de equipos	o					Dj	2,50	2,00	0,50	540	0,05	0,04	0,01	10,91
C2	Relacion con el cliente							0,60	0,50	0,10	130	0,01	0,01	0,00	2,62
	Atención al cliente	o					Producción	0,60	0,50	0,10	130	0,01	0,01	0,00	2,62
C3	Desmontage							17,00	17,00	0,00	3672	0,44	0,44	0,00	95,05
	desvarazar mesas	o					Producción	2,00	2,00	0,00	432	0,05	0,05	0,00	11,18
	desvarazar equipos	o					Producción	15,00	15,00	0,00	3240	0,39	0,39	0,00	83,86
C4	Reclamos y cumplidos							1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
	revisión						Gerente G	1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
C5	Instalacion							3,00	2,00	1,00	648	0,08	0,05	0,03	16,77
	Instalación del servicio de Bar						Producción	3,00	2,00	1,00	648	0,08	0,05	0,03	16,77
C6	Mantenamiento							6,00	4,00	2,00	1296	0,12	0,08	0,04	26,18
	Revisión mensual de equipos	o					Dj	3,40	2,00	1,40	734	0,07	0,04	0,03	14,84
	Mantenimiento de equipos	o					Dj	2,60	2,00	0,60	562	0,05	0,04	0,01	11,35
	TOTAL							33,80	29,50	4,30	7301	0,80	0,71	0,09	173,26
	TOTAL								6372,00	928,80			153,27	19,99	

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Técnico.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	6372,00	Actividad agrega valor	153,27
Actividad no agrega valor	928,80	Actividad no agrega val	19,99
TOTAL	7300,80	TOTAL	173,26

TIEMPO COSTOS

$$\text{Eficiencia en el tiempo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

$$\text{Eficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

6372,00	153,27
7300,80	173,26
87%	88%

$$\text{Ineficiencia en Tiempo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

$$\text{Ineficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

928,80	19,99
7300,80	173,26
13%	12%

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 26

3.6 DEPARTAMENTO DE LOGISTICA INTERNA



Elaborado por: Samuel Alvear

	Sección: Procesos		MANUAL DE PROCESOS PARA EL BAR MOLIER
	Capítulo: Logística Interna		
	Título: Pedido y almacenamiento de materia prima		
Empresa: Bar Molier			
Código:	Fecha: 16/01/2012	N° Revisión: 01	Página: 1

Proceso: Logística interna

Pedido y almacenamiento de materia prima

Contenido:

- 1. Objeto del proceso**

- 2. Propósito**

- 3. Alcance**

- 4. Responsable del procedimiento**

- 5. Políticas**

Elaborado por: Samuel Alvear



Sección: Procesos
Capítulo: Logística Interna

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Pedido y almacenamiento de materia prima

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Coordinar las compras para el bar.

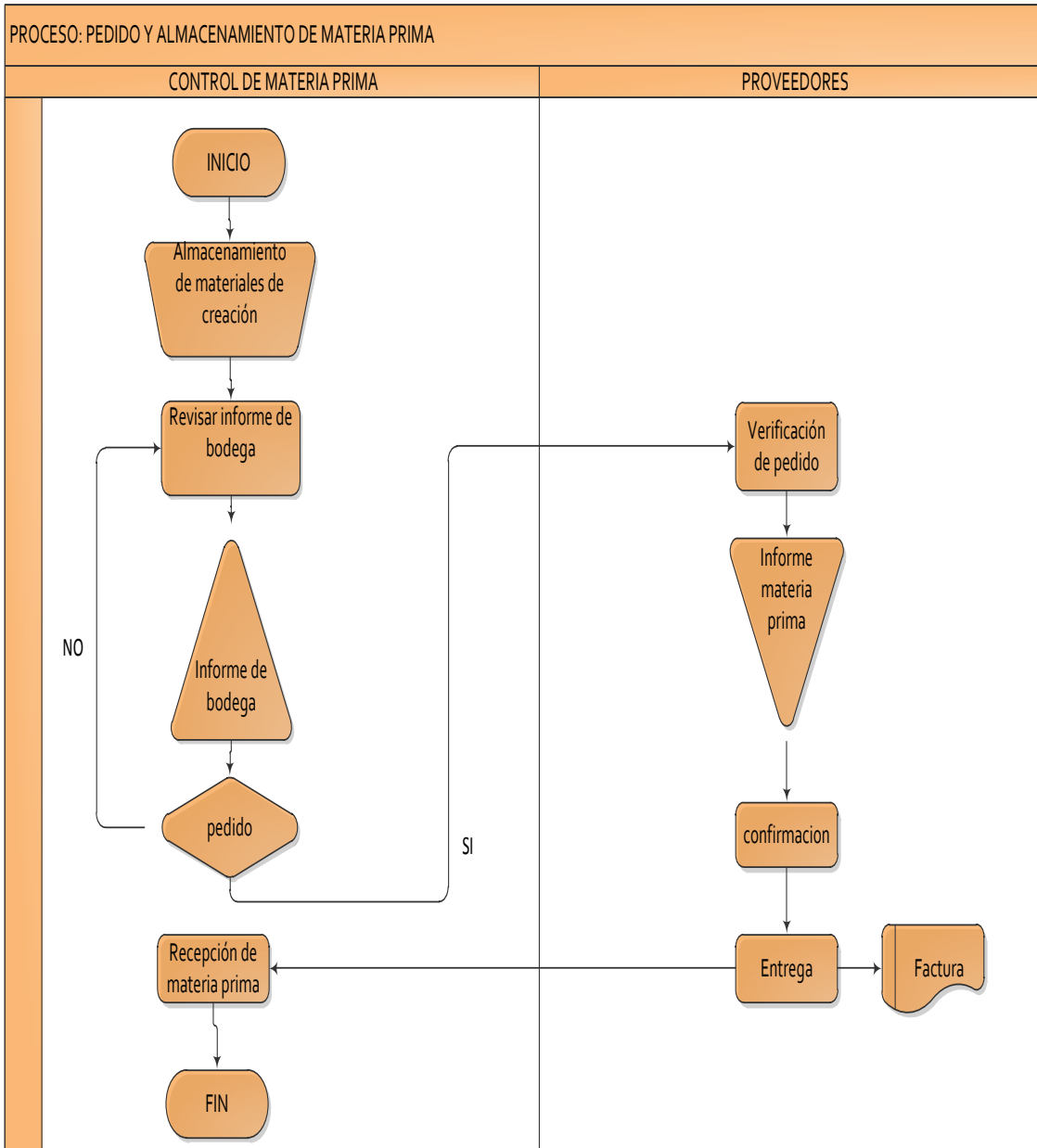
PROPÓSITO: Contar en tiempo y forma con todos los implementos e insumos requeridos para ofrecer un excelente servicio.

ALCANCE: Desde que se recibe orden de servicio para la realización del evento hasta la culminación del mismo.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Logística interna

POLÍTICAS: Realizar con anticipación adecuada las actividades de adquisición de alimentos y bebidas, obteniendo la mejor relación costo-beneficio.

3.2.5 Pedido de materia prima



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
CODIGO C N°	DESCRIPCION	control					Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual
		transporte	operación	almacenamiento	demora	o		o	o	o		o	Tiempo total	A.V.	
C1	Revisar informe de bodega							3,30	3,00	0,30	713	0,07	0,06	0,01	14,40
	Revisar los productos en stop	o					Control MP	2,30	2,00	0,30	497	0,05	0,04	0,01	10,04
	Realizar informes de pedidos	o					Control MP	1,00	1,00	0,00	216	0,02	0,02	0,00	4,36
C2	Informe de bodega							3,00	3,00	0,00	648	0,06	0,06	0,00	13,09
	Detallado por tipo de producto				o		Control MP	3,00	3,00	0,00	648	0,06	0,06	0,00	13,09
C3	pedido							5,50	5,20	0,30	1188	0,14	0,13	0,01	30,75
	Especificar los tipos de productos	o					Control MP	4,00	4,00	0,00	864	0,10	0,10	0,00	22,36
	Verificar costos	o					Control MP	1,50	1,20	0,30	324	0,04	0,03	0,01	8,39
C4	Verificación de pedido							4,00	3,00	1,00	864	0,10	0,078	0,03	22,36
	Revisar productos	o					Proveedores	4,00	3,00	1,00	864	0,10	0,08	0,03	22,36
C5	Informe de materia prima							1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,026	0,00	5,59
	especificar el formato	o					Proveedores	1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
C6	Confirmación							0,20	0,00	0,20	43	0,00	0,00	0,00	0,87
	firmar la orden de requisición				o		Proveedores	0,20	0,00	0,20	43	0,00	0,00	0,00	0,87
C7	Entrega							0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,56
	Revisión				o		Proveedores	0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,56
C7	Recepcion de materia prima							0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,56
	firmar orden de requisición	o					Control MP	0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,56
TOTAL								17,20	15,20	2,00	3715	0,41	0,36	0,05	88,19
TOTAL									3283,20	432,00			77,62	10,57	

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Pedido y almacenamiento de materia prima.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	3283,20	Actividad agrega valor	77,62
Actividad no agrega valor	432,00	Actividad no agrega val	10,57
TOTAL	3715,20	TOTAL	88,19

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

3283,20	77,62
3715,20	88,19
88%	88%

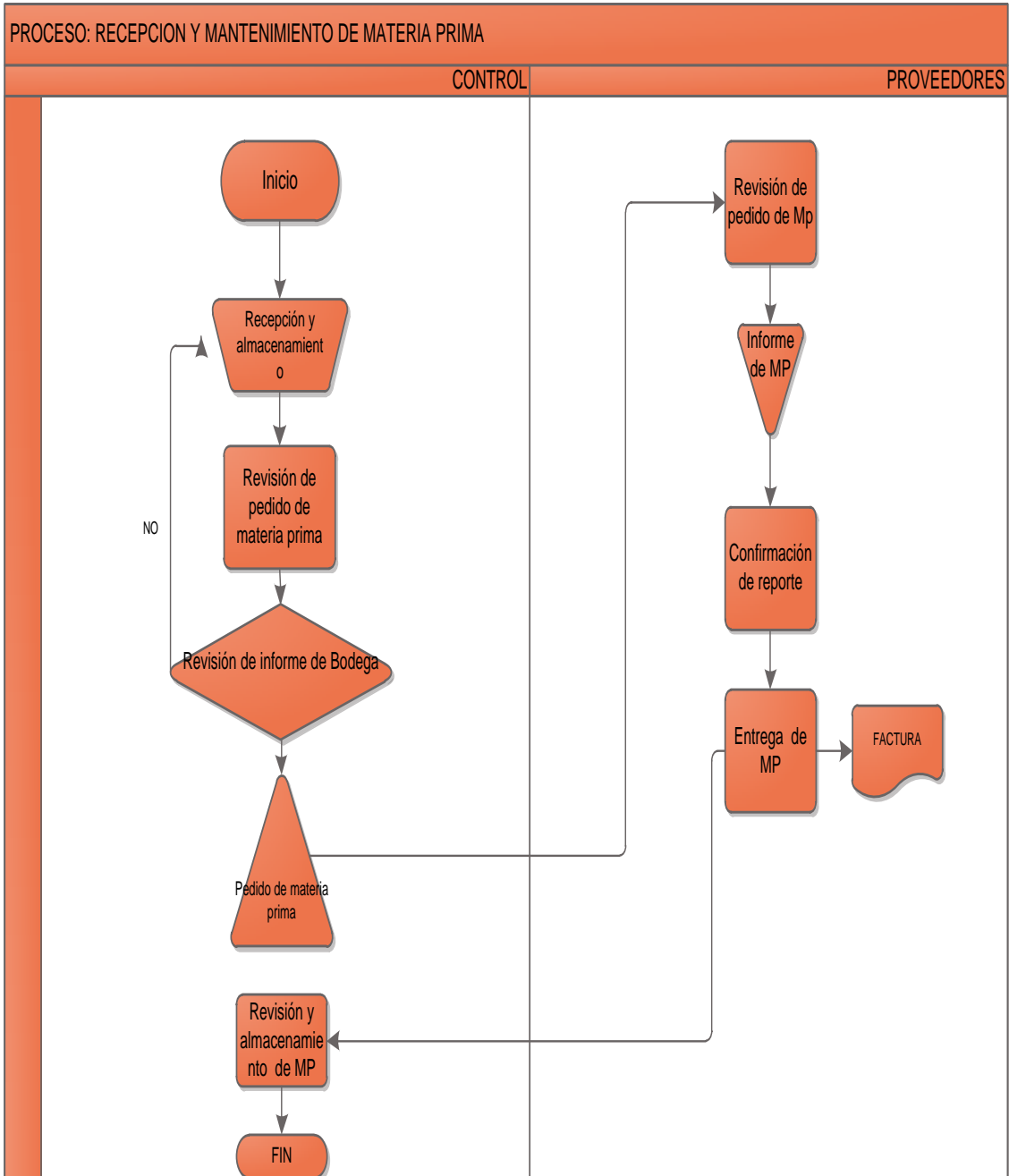
Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

432,00	10,57
3715,20	88,19
12%	12%

Elaborado por: Samuel Alvear

3.2.3 Recepción y almacenamiento de materia prima



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
CODIGO C N°	DESCRIPCION	control					Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual
		transporte	operación	almacenamiento	demora	control		Tiempo total	A.V.	N.A.V		Costo total	A.V.	N.A.V	
	Recepción y mantenimiento de MP														
C1	Revisión y pedido de materia prima							3,40	3,00	0,40	734	0,07	0,06	0,01	14,84
	Revisión de productos percibles	o						1,70	1,50	0,20	367	0,03	0,03	0,00	7,42
	Revisión de productos no percibles	o						1,70	1,50	0,20	367	0,03	0,03	0,00	7,42
C2	Revisión de informe de bodega							2,50	2,00	0,50	540	0,05	0,04	0,01	10,91
	Realizar un costeo	o						2,50	2,00	0,50	540	0,05	0,04	0,01	10,91
C3	Pedido de materia prima							4,20	3,50	0,70	907	0,11	0,09	0,02	23,48
	Realizar una lista detallada del producto	o						3,70	3,00	0,70	799	0,10	0,08	0,02	20,69
	contactar al proveedor	o						0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80
C4	Revisión de pedido de materia prima							0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80
C5	Informe de Mp							1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
C6	Confirmacion de reporte							0,20	0,20	0,00	43	0,01	0,01	0,00	1,12
C7	Revisión y almacenamiento de MP							5,60	4,50	1,10	1210	0,14	0,116	0,03	31,31
	verificación de calidad en MP	o						3,70	3,00	0,70	799	0,10	0,08	0,02	20,69
	Almacenamiento	o						1,90	1,50	0,40	410	0,05	0,04	0,01	10,62
	TOTAL							17,40	14,70	2,70	3758	0,42	0,35	0,06	90,04
	TOTAL								3175,20	583,20		76,05	13,99		

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Recepción y almacenamiento de materia prima.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	3175,20	Actividad agrega valor	76,05
Actividad no agrega valor	583,20	Actividad no agrega val	13,99
TOTAL	3758,40	TOTAL	90,04

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

3175,20	76,05
3758,40	90,04
84%	84%

Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

583,20	13,99
3758,40	90,04
16%	16%

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 27

3.7 DEPARTAMENTO DE OPERACIONES



Elaborado por: Samuel Alvear

	Sección: Procesos		MANUAL DE PROCESOS PARA EL BAR MOLIER
	Capitulo: Operaciones		
Titulo: Realización de la mise en place del bar			
Empresa: Bar Molier			
Código:	Fecha: 16/01/2012	N° Revisión: 01	Página: 1

Proceso: Operaciones

Realización del mise and place

Contenido:

1. Objeto del proceso
2. Propósito
3. Alcance
4. Responsable del procedimiento
5. Políticas

Elaborado por: Samuel Alvear



Sección: Procesos
Capítulo: Operaciones

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Realización de la mise en place del bar

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

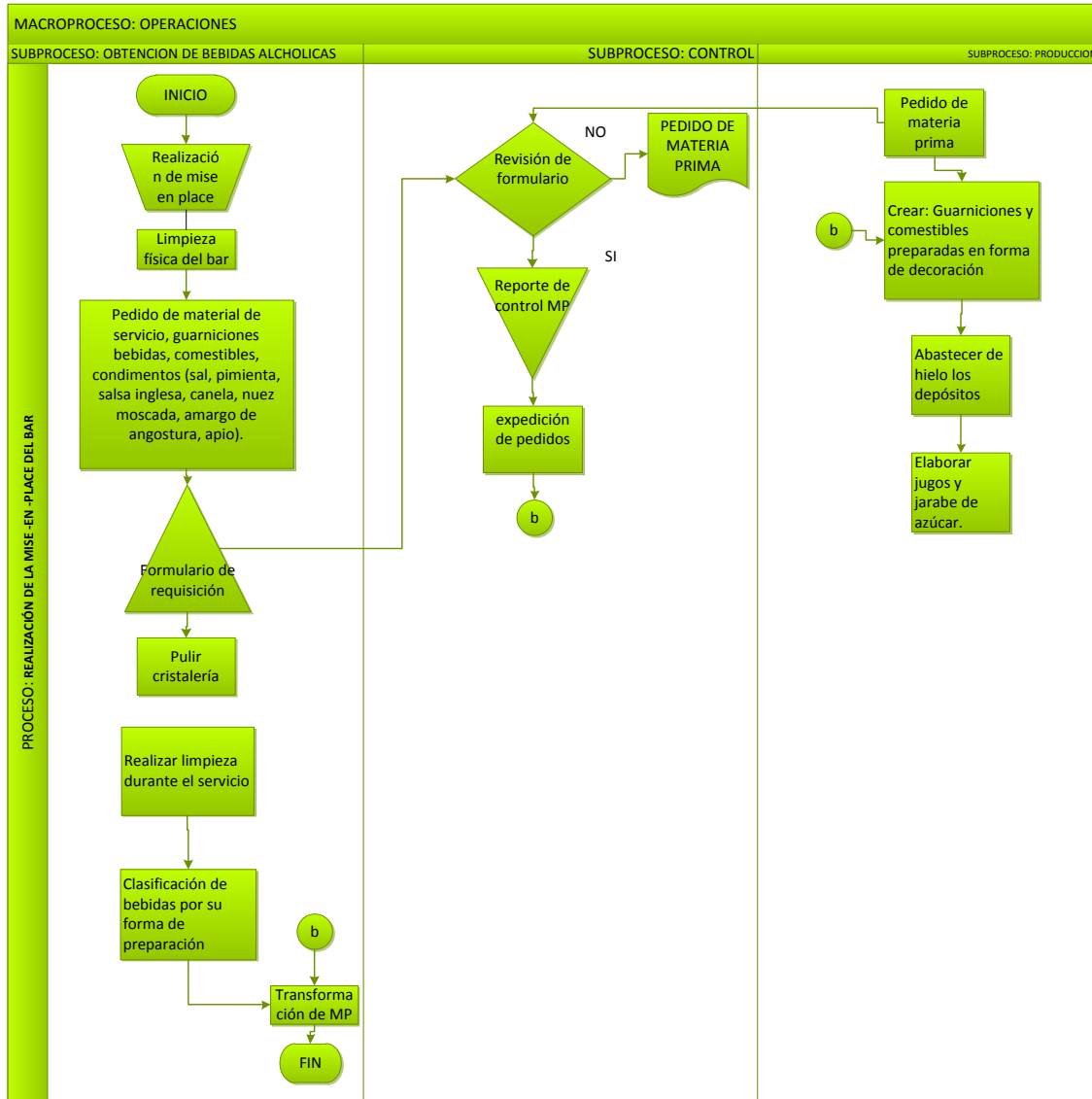
OBJETO DEL PROCESO: Controlar el inventario del almacén.

PROPÓSITO: Cumplir con los mínimos y máximos del stock de almacén para cubrir con las necesidades de operación.

ALCANCE: Desde que se registra la entrada hasta que se registra la salida de los productos.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Operaciones

POLÍTICAS: Mantener un estricto control de todos los insumos verificando permanentemente requerimientos de faltantes, evitando caducidades y reportando sobrantes.



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
CODIGO CN°	DESCRIPCION	control					Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual
		transporte	operación	almacenamiento	demora	o		Tiempo total	A.V.	N.A.V		Costo total	A.V.	N.A.V	
C1	Limpieza física del bar							4,70	4,00	0,70	1015	0,09	0,08	0,01	20,51
	Limpieza del área de producción	o					Bartender	3,50	3,00	0,50	756	0,07	0,06	0,01	15,27
	Limpieza del área de barra	o					Bartender	1,20	1,00	0,20	259	0,02	0,02	0,00	5,24
C2	Pedido de material							0,30	0,00	0,30	65	0,01	0,00	0,01	1,31
	Llenar requisición	o					Bartender	0,30	0,00	0,30	65	0,01	0,00	0,01	1,31
C3	Formulario de requisición							0,20	0,00	0,20	43	0,01	0,00	0,01	1,12
	Archivar						Bartender	0,20	0,00	0,20	43	0,01	0,00	0,01	1,12
C4	Pulir cristalería							3,50	3,00	0,50	756	0,09	0,08	0,01	19,57
	Pulir copas y vasos	o					Bartender	3,50	3,00	0,50	756	0,09	0,08	0,01	19,57
C5	Realizar limpieza durante el servicio							2,20	2,00	0,20	475	0,06	0,05	0,01	12,30
	limpiar mesas	o					Bartender	2,20	2,00	0,20	475	0,06	0,05	0,01	12,30
C6	Clasificación de bebidas por su forma de preparación							3,60	3,00	0,60	778	0,07	0,06	0,012	15,71
	Clasificar cocteles	o					Bartender	1,20	1,00	0,20	259	0,02	0,02	0,00	5,24
	Clasificar licores	o					Bartender	1,20	1,00	0,20	259	0,02	0,02	0,00	5,24
	Clasificar jugos	o					Bartender	1,20	1,00	0,20	259	0,02	0,02	0,00	5,24
C7	Transformación de MP							9,00	8,00	1,00	1944	0,23	0,21	0,03	50,32
	Realizar porciones exactas	o					Bartender	3,50	3,00	0,50	756	0,09	0,08	0,01	19,57
	Pesar las porciones	o					Bartender	5,50	5,00	0,50	1188	0,14	0,13	0,01	30,75

C8	Revisión de formulario									1,70	1,50	0,20	367	0,04	0,04	0,01	9,50
	calificar el pedido	o						Bodega		0,60	0,50	0,10	130	0,02	0,01	0,00	3,35
	verificar que no haya fugas	o						Bodega		1,10	1,00	0,10	238	0,03	0,03	0,00	6,15
C9	Reporte de control MP									0,20	0,20	0,00	43	0,01	0,01	0,00	1,12
	Revisar reporte							Bodega		0,20	0,20	0,00	43	0,01	0,01	0,00	1,12
C10	Inspección de pedidos									0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,56
	Firmar reporte	o						Bodega		0,10	0,00	0,10	22	0,00	0,00	0,00	0,56
C11	Pedido de materia prima									0,30	0,30	0,00	65	0,01	0,01	0,00	1,68
	Llenar hoja de pedido	o						Producción		0,30	0,30	0,00	65	0,01	0,01	0,00	1,68
C12	Crear: Guarniciones y comestibles preparadas en forma de decoración									61,00	60,00	1,00	13176	1,58	1,55	0,03	341,05
	Fijar materia prima	o						Producción		61,00	60,00	1,00	13176	1,58	1,55	0,03	341,05
C13	Abastecer de hielo los depósitos									1,00	0,00	1,00	216	0,03	0,00	0,03	5,59
	Llenar de líquido en los depósitos de congelación	o						Producción		1,00	0,00	1,00	216	0,03	0,00	0,03	5,59
C14	Elaborar jugos y jarabe de azúcar.									2,20	2,00	0,20	475	0,06	0,05	0,01	12,30
	Preveer los materiales de trabajo	o						Producción		2,20	2,00	0,20	475	0,06	0,05	0,01	12,30
TOTAL										90,00	84,00	6,00	19440,00	2,28	2,13	0,15	492,63
TOTAL											18144,00	1296,00			461,05	31,58	

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Realización de mise en place.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	18144,00	Actividad agrega valor	461,05
Actividad no agrega valor	1296,00	Actividad no agrega val	31,58
TOTAL	19440,00	TOTAL	492,63

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

18144,00	461,05
19440,00	492,63
93%	94%

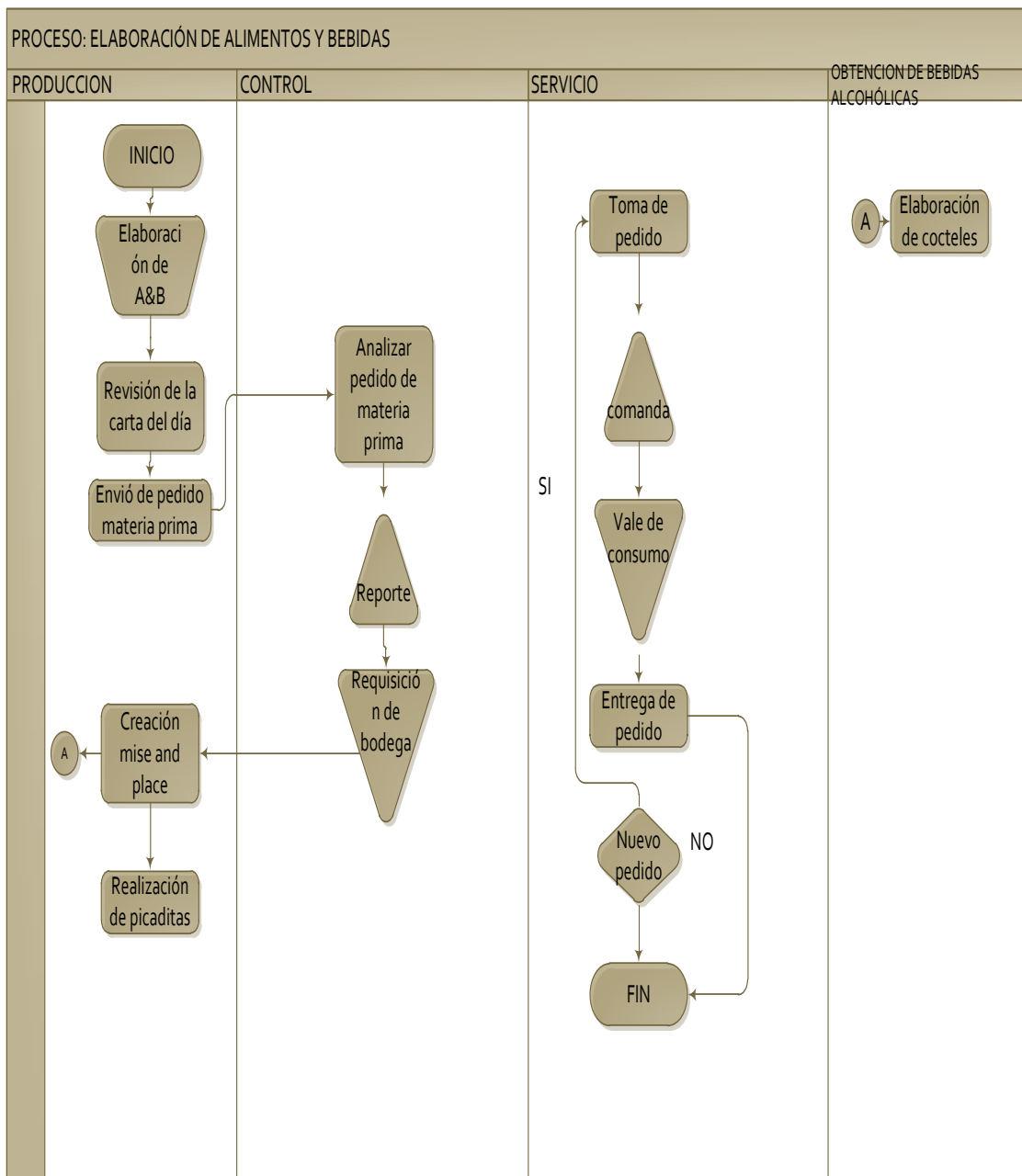
Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

1296,00	31,58
19440,00	492,63
7%	6%

Elaborado por: Samuel Alvear

3.2.1 Elaboración de alimentos y bebidas



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS																
PROCESO		control					almacenamiento									
Elaboración de alimentos y bebidas		transporte					demora									
Elaboración de alimentos y bebidas		operación														
CODIGO CN°	DESCRIPCION	o	o	o	o	o	Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual	
								Tiempo total	A.V.	N.A.V		Costo total	A.V.	N.A.V		
C2	Revisión de la carta del día							0,60	0,50	0,10	130	0,01	0,01	0,00	2,62	
	Observar los pedidos mas comunes	o					Producción	0,60	0,50	0,10	130	0,01	0,01	0,00	2,62	
C3	Envío de pedido MP							0,70	0,70	0,00	151,20	0,02	0,02	0,00	3,91	
	llenar hoja de pedido	o					Producción	0,70	0,70	0,00	151	0,02	0,02	0,00	3,91	
C4	Reporte							0,20	0,00	0,20	43	0,01	0	0,01	1,12	
	Archivar				o		Bodega	0,20	0,00	0,20	43	0,01	0,00	0,01	1,12	
C5	Requicisión de bodega							0,70	0,70	0,00	151	0,02	0,0181	0,00	3,91	
	Llenar hoja de requicisión				o		Bodega	0,70	0,70	0,00	151	0,02	0,02	0,00	3,91	
C6	Creacion de mice and place							4,00	3,50	0,50	864,00	0,08	0,07	0,01	17,45	
	Cortes, y peso preciso	o					Producción	4,00	3,50	0,50	864	0,08	0,07	0,01	17,45	
C7	Realización de picaditas							1,20	1,00	0,20	259,20	0,03	0,03	0,01	6,71	
	Realizar el montage con textura y color	o					Producción	1,20	1,00	0,20	259	0,03	0,03	0,01	6,71	
C8	Elaboración de cocteles							0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80	
	Realizarlos con medida exacta	o					Bartender	0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80	
C9	Toma de pedido							0,30	0,30	0,00	65	0,01	0,01	0,00	1,68	
	Realizarlo con normas de protocolo	o					Estacion de meseros	0,30	0,30	0,00	65	0,01	0,01	0,00	1,68	
C10	Comanda							0,60	0,50	0,10	130	0,02	0,01	0,00	3,35	
	Lenar comanda conforme el mesero	o					Estacion de meseros	0,60	0,50	0,10	130	0,02	0,01	0,00	3,35	
C11	Vale de consumo							0,60	0,50	0,10	130	0,02	0,01	0,00	3,35	
	Llenar vale de consumo	o					Estacion de meseros	0,60	0,50	0,10	130	0,02	0,01	0,00	3,35	
TOTAL									9,40	8,20	1,20	2030,40	0,22	0,19	0,03	46,91
TOTAL										1771,20	259,20		40,94	5,97		

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Elaboración de alimentos y bebidas.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	1771,20	Actividad agrega valor	40,94
Actividad no agrega valor	259,20	Actividad no agrega val	5,97
TOTAL	2030,40	TOTAL	46,91

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

1771,20	40,94
2030,40	46,91
87%	87%

Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

259,20	5,97
2030,40	46,91
13%	13%

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 28

3.8 DEPARTAMENTO DE LOGISTICA EXTERNA



Elaborado por: Samuel Alvear

	Sección: Procesos Capitulo: Logística externa	MANUAL DE PROCESOS PARA EL BAR MOLIER
	Título: Desarrollo del evento	
Empresa: Bar Molier		
Código:	Fecha: 16/01/2012	N° Revisión: 01
		Pagina: 1

Proceso: Logística externa

Desarrollo del evento

Contenido:

- 1. Objeto del proceso**

- 2. Propósito**

- 3. Alcance**

- 4. Responsable del procedimiento**

- 5. Políticas**

Elaborado por: Samuel Alvear



Sección: Procesos
Capítulo: Logística externa

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Desarrollo del evento

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Supervisar la operación de cocina y servicio

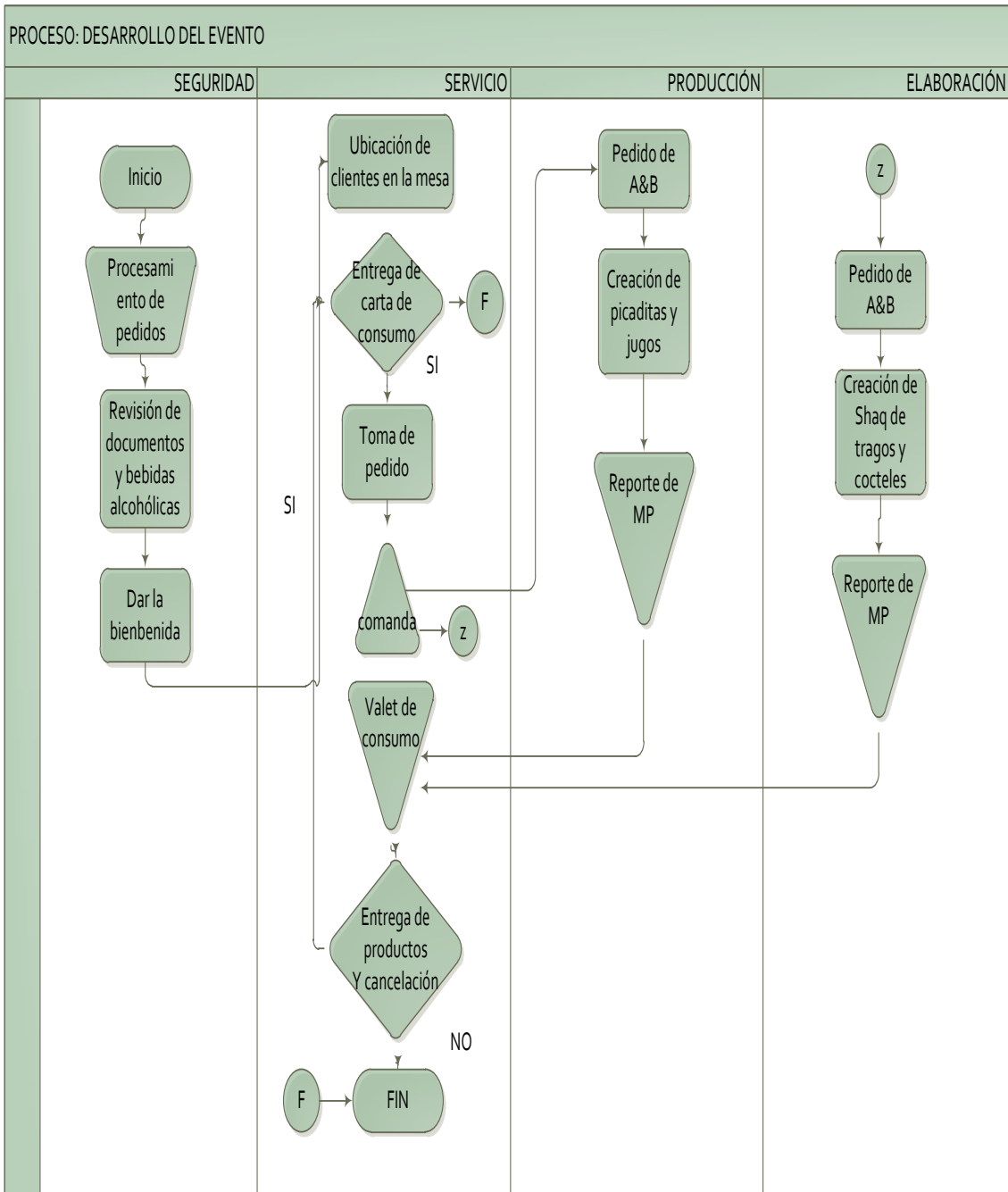
PROPÓSITO: Inspeccionar los procesos de operación del área de cocina para lograr excelentes condiciones de trabajo y servicio ofreciendo la máxima calidad al cliente.

ALCANCE: Desde que el mesero comanda al comensal hasta que el cliente se retira satisfecho del servicio.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Logística externa

POLÍTICAS: Verificar permanentemente a todo el personal e infraestructura con la finalidad de otorgar la máxima calidad en servicios a cada uno de los clientes.

3.2.2 Desarrollo del evento



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
CODIGO CN°	DESCRIPCION	control					Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual
		transporte	operación	almacenamiento	demora	o		Tiempo total	A.V.	N.A.V		Costo total	A.V.	N.A.V	
C1	Dar la bienvenida							5,00	4,00	1,00	1080	0,10	0,08	0,02	21,82
	Cordial saludo	o					Seguridad	1,00	1,00	0,00	216	0,02	0,02	0,00	4,36
	ubicación del cliente	o					Seguridad	4,00	3,00	1,00	864	0,08	0,06	0,02	17,45
C2	Toma de pedido							6,00	5,00	1,00	1296	0,12	0,10	0,02	26,18
	Ordenar pedidos	o					Servicio	6,00	5,00	1,00	1296	0,12	0,10	0,02	26,18
C3	Pedido de bebidas alcoholicas							7,00	6,00	1,00	1512	0,18	0,16	0,03	39,14
	Creacion de cocteles	o					bartender	6,00	5,00	1,00	1296	0,16	0,13	0,03	33,55
	Medir Shacs	o					bartender	1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
C4	Pedido de alimentos y jugos							5,00	4,00	1,00	1080	0,13	0,10	0,03	27,95
	Realizar montages	o					producción	5,00	4,00	1,00	1080	0,13	0,10	0,03	27,95
C5	valet de consumo							3,00	1,00	2,00	648	0,08	0,03	0,05	16,77
	Llenar valet				o		Servicio	3,00	1,00	2,00	648	0,08	0,03	0,05	16,77
C6	comanda							9,50	8,00	1,50	2052	0,19	0,16	0,0303	41,45
	Dar a conocer los productos	o					Servicio	5,00	4,00	1,00	1080	0,10	0,08	0,02	21,82
	Organizar los pedidos por cliente		o				Servicio	3,50	3,00	0,50	756	0,07	0,06	0,01	15,27
	Fijar valores				o		Servicio	1,00	1,00	0,00	216	0,02	0,02	0,00	4,36
C7	Entrega de producto							3,40	2,00	0,40	734	0,09	0,05	0,01	19,01
	Realizar servicio americano	o					Servicio	2,40	2,00	0,40	518	0,06	0,05	0,01	13,42
C8	Cancelación							1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
	Entrega de factura	o					Servicio	1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
TOTAL								39,90	31,00	7,90	8402	0,89	0,68	0,18	192,33
TOTAL									6696,00	1706,40			146,86	39,87	

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Desarrollo del evento.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	6696,00	Actividad agrega valor	146,86
Actividad no agrega valor	1706,40	Actividad no agrega val	39,87
TOTAL	8402,40	TOTAL	186,73

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

6696,00	146,86
8402,40	186,73
80%	79%

Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

1706,40	39,87
8402,40	186,73
20%	21%

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 29

3.9 DEPARTAMENTO DE VENTAS



Elaborado por: Samuel Alvear

	Sección: Procesos		MANUAL DE PROCESOS PARA EL BAR MOLIER
	Capítulo: Marketing y ventas		
	Título: Publicidad		
Empresa: Bar Molier			
Código:	Fecha: 16/01/2012	N° Revisión: 01	Página: 1

Proceso: Marketing y ventas

Publicidad

Contenido:

- 1. Objeto del proceso**

- 2. Propósito**

- 3. Alcance**

- 4. Responsable del procedimiento**

- 5. Políticas**

Elaborado por: Samuel Alvear



Sección: Procesos
Capítulo: Marketing y ventas

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Publicidad

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Proporcionar Información de los servicios.

PROPÓSITO: Dar a conocer al público en general todos los servicios y espacios a través de diferentes medios como publicidad, Internet, página web, telefónicamente y personalmente.

ALCANCE: Desde que el cliente local, nacional, internacional solicita información hasta el momento de brindar el servicio.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Ventas.

POLÍTICAS: La información de los servicios que ofrece el Bar Molier, deberá ser proporcionada para satisfacción del usuario.



Sección: Procesos
Capítulo: Marketing y ventas

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Publicidad

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Realizar el servicio de Bar

PROPÓSITO: Proporcionar al cliente con eficiencia y eficacia la máxima calidad en el servicio.

ALCANCE: Desde el momento que se elabora la orden de servicio, hasta que se da por finalizado el evento.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Ventas.

POLÍTICAS: El personal que participa en la realización del evento proporcionará con máxima calidad los servicios que le han sido asignados a su cargo



Sección: Procesos
Capítulo: Marketing y ventas

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Publicidad

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

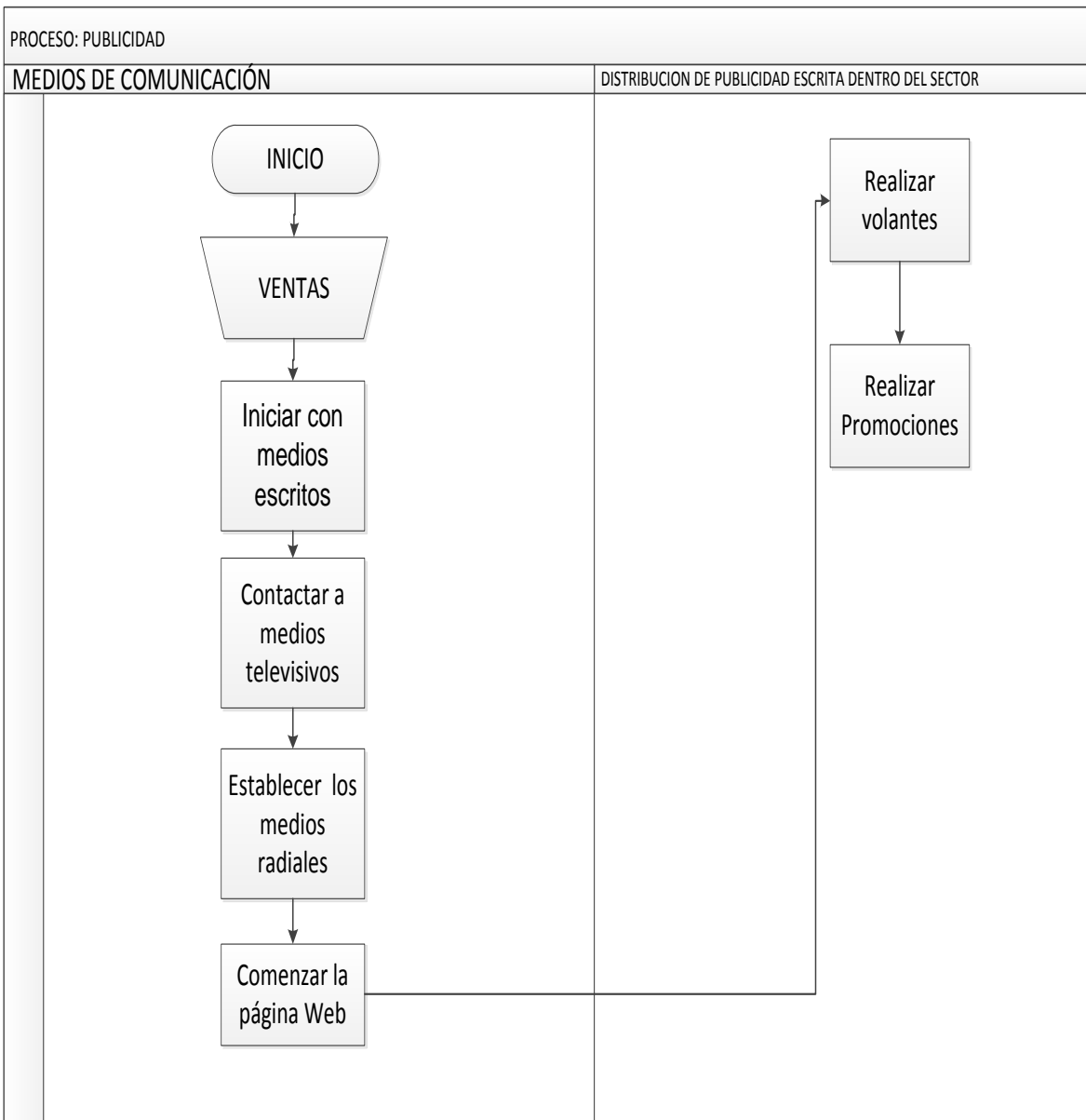
OBJETO DEL PROCESO: Emisión de reporte de servicio de bar.

PROPÓSITO: Determinar la cantidad de servicios de bar realizados durante el mes, para la toma de decisiones en las nuevas políticas de ventas.

ALCANCE: Desde que se realiza el primer servicio de bar hasta el último servicio de bar durante el mes.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Departamento de Ventas.

POLÍTICAS: El reporte de eventos deberá ser generado en los primeros tres días hábiles de cada mes, y revisado por la dirección y al departamento de Administración y Finanzas



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
CODIGO CN°	DESCRIPCION	control					Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual
		o	o	o	o	o		Tiempo total	A.V.	N.A.V		Costo total	A.V.	N.A.V	
C1	Iniciar con medios escritos							5,50	5,00	0,50	1188	0,11	0,10	0,01	24,00
	Realizar el diseño de las publicaciones que se desea realizar	o					Medios de C	3,50	3,00	0,50	756	0,07	0,06	0,01	15,27
	Revisar la publicación del escrito que se haya salido los días pautados	o					Medios de C	2,00	2,00	0,00	432	0,04	0,04	0,00	8,73
C2	Contactar a medios televisivos							6,70	5,70	1,00	1447	0,14	0,12	0,02	29,24
	Solicitar una cotización del trabajo	o					Medios de C	0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,18
	Realizar el diseño de las cuñas publicitarias						Medios de C	5,00	4,00	1,00	1080	0,10	0,08	0,02	21,82
	Aprobar la cuña realizada						Medios de C	0,20	0,20	0,00	43	0,00	0,00	0,00	0,87
	Confirmar con el medio televisivo para la emisión de la propaganda						Medios de C	0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,18
	Revisar la publicación del escrito que se haya salido los días pautados						Medios de C	0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,18
C3	Establecer los medios radiales							3,50	2,80	0,70	756	0,09	0,07	0,02	19,57
	Confirmar con el medio radial para la emisión de la propaganda	o					Medios de C	2,50	2,00	0,50	540	0,06	0,05	0,01	13,98
	Revisar la publicación del escrito que se haya salido los días pautados	o					Medios de C	1,00	0,80	0,20	216	0,03	0,02	0,01	5,59
C4	Comenzar la página Web							7,00	6,00	1,00	1512	0,18	0,16	0,03	39,14
	Realizar página web	o					Medios de C	7,00	6,00	1,00	1512	0,18	0,16	0,03	39,14
C5	Realizar volantes							8,70	5,50	3,20	1879	0,23	0,14	0,08	48,64
	Realizar conjuntamente con el diseñador el diseño del volante	o					Publicidad E	4,00	3,00	1,00	864	0,10	0,08	0,03	22,36
	Obtener el volante en magnético	o					Publicidad E	1,20	1,00	0,20	259	0,03	0,03	0,01	6,71
	Recibir la cotización aprobada	o					Publicidad E	0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80
	Enviar volante a imprenta	o					Publicidad E	3,00	1,00	2,00	648	0,08	0,03	0,05	16,77
C6	Realizar promociones							3,50	2,90	0,60	756	0,07	0,06	0,01	15,27
	Dar un motivo	o					Publicidad E	2,50	2,00	0,50	540	0,05	0,04	0,01	10,91
	Determinar temporada de productos	o					Publicidad E	1,00	0,90	0,10	216	0,02	0,02	0,00	4,36
TOTAL								34,90	27,90	7,00	7538,40	0,81	0,64	0,17	175,85
TOTAL									6026,40	1512,00			139,30	36,56	

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Publicidad.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	6026,40	Actividad agrega valor	139,3
Actividad no agrega valor	1512,00	Actividad no agrega val	36,56
TOTAL	7538,40	TOTAL	175,86

TIEMPO COSTOS

$$\text{Eficiencia en el tiempo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

$$\text{Eficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

6026,40	139,3
7538,40	175,86
80%	79%

$$\text{Ineficiencia en Tiempo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$$

$$\text{Ineficiencia en costo} = \frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$$

1512,00	36,56
7538,40	175,86
20%	21%

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 30

3.10 DEPARTAMENTO DE POST VENTAS



Elaborado por: Samuel Alvear

	Sección: Procesos		MANUAL DE PROCESOS PARA EL BAR MOLIER
	Capítulo: Servicios post venta		
Título: Preparativo para el evento			
Empresa: Bar Molier			
Código:	Fecha: 16/01/2012	Nº Revisión: 01	Página: 1

Proceso: Servicio post venta

Preparativo para el evento

Contenido:

- 1. Objeto del proceso**
- 2. Propósito**
- 3. Alcance**
- 4. Responsable del procedimiento**
- 5. Políticas**

Elaborado por: Samuel Alvear



Sección: Procesos
Capítulo: Servicios post venta

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Preparativo para el evento

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

OBJETO DEL PROCESO: Realizar el coste del servicio de bar.

PROPÓSITO: Determinar los resultados cuantitativos de los eventos para determinar las ganancias.

ALCANCE: Desde que inicia el proceso de compra, recopilación de facturas e informe de resultados a la Dirección.

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Post Venta

POLÍTICAS: Este documento deberá ser entregado a la dirección en los siguientes tres días hábiles luego de la conclusión del evento.



Sección: Procesos
Capítulo: Servicios post venta

MANUAL
DE
PROCESOS
PARA EL
BAR
MOLIER

Título:
Preparativo para el evento

Empresa: Bar Molier

Código:

Fecha: 16/01/2012

N° Revisión: 01

Página: 1

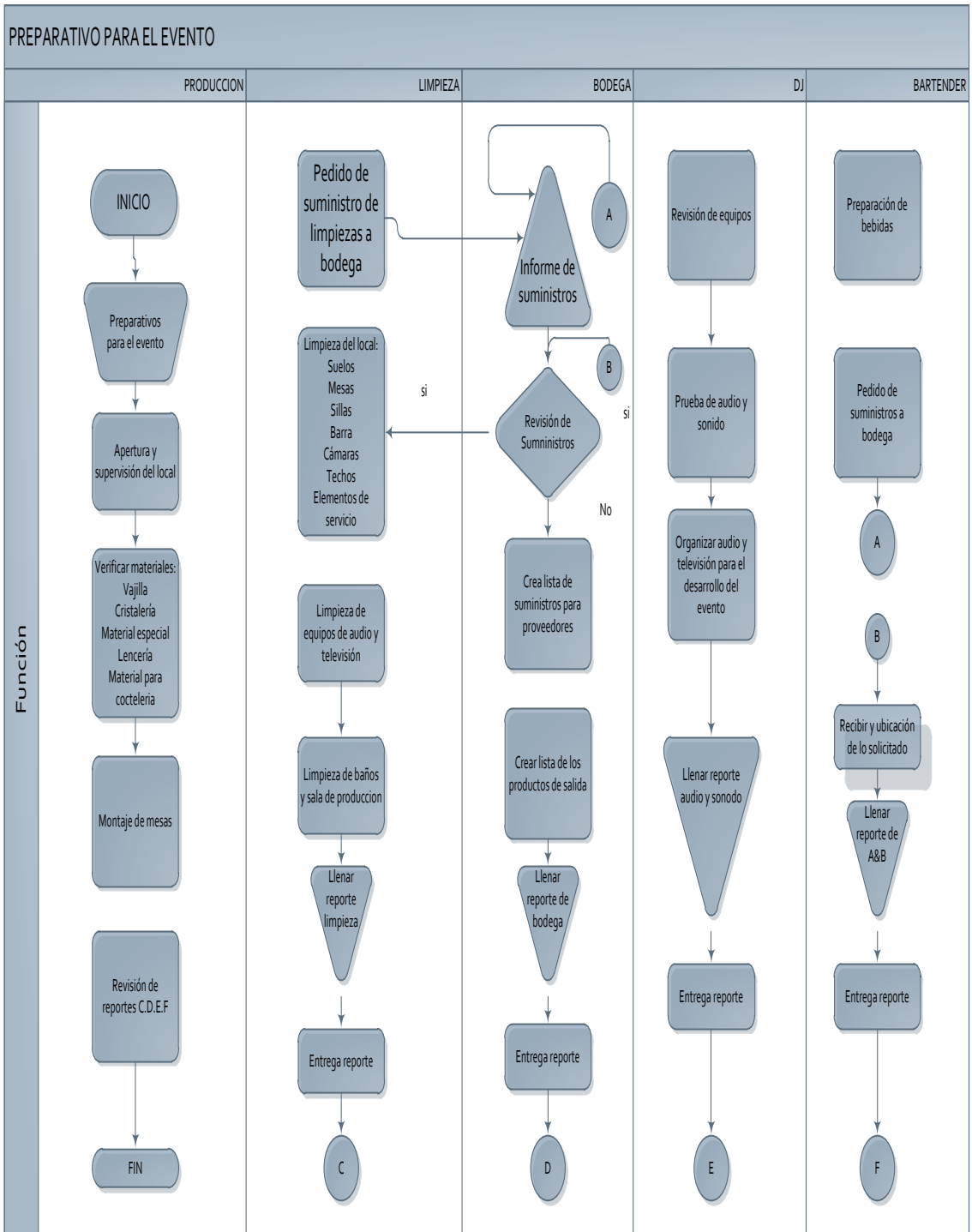
OBJETO DEL PROCESO: preparativos del servicio de Bar

PROPÓSITO: Determinar cada una de las actividades posteriores al servicio de Bar

ALCANCE: Desde que inicia el proceso de preparación hasta el comienzo del servicio

RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO: Post Venta

POLÍTICAS: Esto deberá ser revisado por la dirección.



Elaborado por: Samuel Alvear

MATRIZ DE ANALISIS DE PROCESOS															
CODIGO CN°	DESCRIPCION	control					Responsable	Responsable Tiempo (minutos) diarios			Total tiempo mensual	Costo diario			Total costo mensual
		o	o	o	o	o		Tiempo total	A.V.	N.A.V		Costo total	A.V.	N.A.V	
C1	Apertura y supervisión del local							2,00	2,00	0,00	432	0,04	0,04	0,00	8,73
	Organizar equipos de trabajo	o						1,50	1,50	0,00	324	0,03	0,03	0,00	6,55
	Definir áreas	o						0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,18
C2	Verificar materiales de operación							1,70	1,50	0,20	367	0,03	0,03	0,00	7,42
	Constatar el estado de los materiales	o						1,70	1,50	0,20	367	0,03	0,03	0,00	7,42
C3	Montaje de mesas							3,00	2,70	0,30	648	0,08	0,07	0,01	16,77
	Poner mantelería	o						1,90	1,70	0,20	410	0,05	0,04	0,01	10,62
	Poner promociones	o						1,10	1,00	0,10	238	0,03	0,03	0,00	6,15
C4	Permiso de suministros de limpieza a bodega							4,00	3,00	1,00	864	0,10	0,08	0,03	22,36
	verificar suministros	o						4,00	3,00	1,00	864	0,10	0,08	0,03	22,36
C5	Limpieza del local							61,00	60,00	1,00	13176	1,58	1,55	0,03	341,05
	Limpieza minuciosa de todo el local	o						61,00	60,00	1,00	13176	1,58	1,55	0,03	341,05
C6	Limpieza de Equipos							1,20	1,00	0,20	259	0,02	0,02	0,00	5,24
	Limpieza externa	o						1,20	1,00	0,20	259	0,02	0,02	0,00	5,24
C7	Limpieza de Baño							1,80	1,50	0,30	389	0,04	0,03	0,01	7,85
	Limpia y desinfectar	o						1,80	1,50	0,30	389	0,04	0,03	0,01	7,85
C8	Crear lista de suministro para proveedores							2,00	1,50	0,50	432	0,05	0,04	0,01	11,18
	Revisar estado de suministros	o						2,00	1,50	0,50	432	0,05	0,04	0,01	11,18
C9	Llenar reportes							0,20	0,00	0,20	43	0,01	0,00	0,01	1,12
	llenar y firmar reportes	o						0,20	0,00	0,20	43	0,01	0,00	0,01	1,12

C10	Revisión de equipos						1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
	Revisión internamente	o					1,00	1,00	0,00	216	0,03	0,03	0,00	5,59
C11	Prueba de sonido						0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80
	Probar las fugas de sonido	o					0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80
C12	Organizar audio y televisión						1,20	1,00	0,20	259	0,03	0,03	0,01	6,71
	sincronizar	o					1,20	1,00	0,20	259	0,03	0,03	0,01	6,71
C13	Preparación de bebidas						0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80
	Verificar productos a utilizar	o					0,50	0,50	0,00	108	0,01	0,01	0,00	2,80
TOTAL							74,90	71,70	3,20	16178	1,91	1,83	0,08	412,75
TOTAL								15487,20	691,20			395,35	17,40	

Elaborado por: Samuel Alvear

Análisis en tiempo y Costo del proceso Preparativo para el evento.-

MENSUAL TIEMPO		MENSUAL COSTO	
Actividad agrega valor	15487,20	Actividad agrega valor	395,35
Actividad no agrega valor	691,20	Actividad no agrega val	17,4
TOTAL	16178,40	TOTAL	412,75

TIEMPO COSTOS

Eficiencia en el tiempo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Eficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad agrega valor}}{\text{Total costo}}$

15487,20	395,35
16178,40	412,75
96%	96%

Ineficiencia en Tiempo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total tiempo}}$

Ineficiencia en costo = $\frac{\text{Total actividad no agrega valor}}{\text{Total costo}}$

691,20	17,4
16178,40	412,75
4%	4%

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N° 31

3.11 MATRIZ TIEMPO – COSTO MEJORADO						
PROCESO	TOTAL TIEMPO	TOTAL MENSUAL	TOTAL COSTO	TOTAL MENSUAL	TIEMPO ANUAL	COSTO ANUAL
Financiero	47,72	10264,32	\$ 1,21	\$ 262,34	123171,84	\$ 3.148,08
Recursos Humanos	11,08	2393	\$ 0,23	\$ 40,80	28716	\$ 489,60
Técnico	33,8	7301	\$ 0,80	\$ 173,26	87612	\$ 2.079,12
Pedido y almacenamiento de materia prima	17,2	3715	\$ 0,41	\$ 88,19	44580	\$ 1.058,28
Recepcion y mantenimiento de materia prima	17,4	3758	\$ 0,42	\$ 90,04	45096	\$ 1.080,48
Realización de mise end place	90	19440	\$ 2,28	\$ 492,63	233280	\$ 5.911,56
Elaboracionde alimentos y bebidas	9,4	2030,4	\$ 0,22	\$ 46,91	24364,8	\$ 562,92
Desarrollo del evento	39,9	8402	\$ 0,89	\$ 192,33	100824	\$ 2.307,96
Publicidad	34,9	7538,4	\$ 0,81	\$ 175,85	90460,8	\$ 2.110,20
Preparativo para el evento	74,9	16178	\$ 1,91	\$ 412,75	194136	\$ 4.953,00
TOTAL					972241,44	\$ 23.701,20

Elaborado por: Samuel Alvear



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

3.12.- Capacitación de adaptación al proceso.-

La capacitación dentro del Bar Molier es uno de los pilares fundamentales para la adaptación de los procesos, al igual que otras empresas este paso es necesario para alcanzar la calidad de una organización, además que ayuda a disminuir los tiempos de los procedimientos, esto bien manejado crea un valor agregado al cliente interno como al externo satisfaciendo cada una de las necesidades y optimiza los costos.

Para este propósito la empresa contratara los servicios de capacitador, debido a sus buenas referencias a nivel de empresa de alojamiento y alimentos y bebidas, el tiempo de capacitación es de 3 meses, y la adaptación es un procedimiento continuo in house.

Partiendo de las matrices de análisis de procesos en base a tiempo y costo de eficiencia, se procede a realizar una comparación entre los procesos actuales y el manual de procedimientos.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

Cuadro No. 32 Tabla de porcentajes de costo y tiempo

NOMBRE DEL PROCESO	Sin Mejora %	Con Mejora %
Elaboración de alimentos y bebidas		
Tiempo	53%	87%
Costo	53%	87%
Desarrollo del evento		
Tiempo	56%	74%
Costo	56%	74%
Bodega		
Tiempo	53%	0%
Costo	53%	0%
Realizar limpieza durante el servicio		
Tiempo	57%	0%
Costo	57%	0%
Realizar limpieza al cierre del bar		
Tiempo	78%	0%
Costo	78%	0%
Realización del Mise-en-place del bar		
Tiempo	63%	83%
Costo	63%	83%
Financiero		
Tiempo	0%	89%
Costo	0%	91%
Talento Humano		
Tiempo	0%	74%
Costo	0%	77%
Técnico		
Tiempo	0%	79%
Costo	0%	80%
Pedido y almacenamiento de materia prima		
Tiempo	0%	85%
Costo	0%	84%
Recepción y almacenamiento de materia prima		
Tiempo	0%	84%
Costo	0%	84%
Publicidad		
Tiempo	0%	79%
Costo	0%	78%
Preparativo para el evento		
Tiempo	0%	88%
Costo	0%	87%
TOTAL TIEMPO	60%	82%
TOTAL COSTO	60%	83%

Elaborado por: Samuel Alvear

CAPITULO VI

Análisis Financiero

4.1 Introducción análisis financiero.

El análisis financiero se emplea para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto.

Es necesario que cada una de las empresas realice el estudio financiero, debido a que analizan sus costos y gastos verificando cada uno de los componentes de ingresos y egresos y analizan las utilidades de la empresa, lo cual les da la pauta necesaria para crear nuevas estrategias mejorando continuamente la organización.

“La análisis de los proyectos constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u alguna otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones.

4.2 Ingresos Anuales

Ingreso anual es la cantidad de dinero ganado por un individuo en el transcurso de un año calendario

Cuadro N°33 .Ventas

SIN MEJORA				
PERIODOS	# DIAS	# clientes	VENTAS	ROTACION
ENERO	31	2910	\$ 29.100,00	0,97
FEBRERO	28	3150	\$ 31.500,00	1,05
MARZO	31	2820	\$ 28.200,00	0,94
ABRIL	30	2760	\$ 27.600,00	0,92
MAYO	31	2880	\$ 28.800,00	0,96
JUNIO	30	2910	\$ 29.100,00	0,97
JULIO	31	2730	\$ 27.300,00	0,91
AGOSTO	31	2970	\$ 29.700,00	0,99
SEPTIEMBRE	30	2130	\$ 21.300,00	0,71
OCTUBRE	31	1170	\$ 11.700,00	0,39
NOVIEMBRE	30	2670	\$ 26.700,00	0,89
DICIEMBRE	31	3120	\$ 31.200,00	1,04
TOTAL		<u>32220</u>	<u>\$ 322.200,00</u>	-
			<u>\$ 10,00</u>	

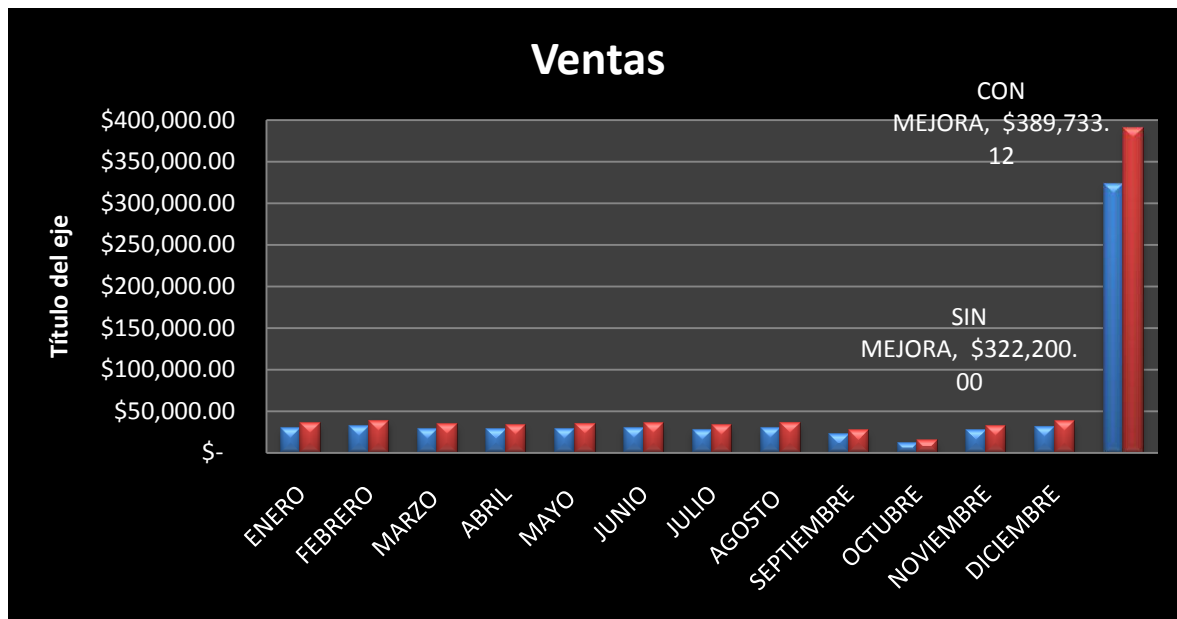


MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

CON MEJORA				
PERIODOS	# DIAS	# clientes	VENTAS	ROTACION
ENERO	31	2933	\$ 35.199,36	1,00
FEBRERO	28	3175	\$ 38.102,40	1,08
MARZO	31	2843	\$ 34.110,72	0,97
ABRIL	30	2782	\$ 33.384,96	0,95
MAYO	31	2903	\$ 34.836,48	0,99
JUNIO	30	2933	\$ 35.199,36	1,00
JULIO	31	2752	\$ 33.022,08	0,94
AGOSTO	31	2994	\$ 35.925,12	1,02
SEPTIEMBRE	30	2147	\$ 25.764,48	0,74
OCTUBRE	31	1179	\$ 14.152,32	0,42
NOVIEMBRE	30	2691	\$ 32.296,32	0,92
DICIEMBRE	31	3145	\$ 37.739,52	1,07
TOTAL		35726	\$ 389.733,12	-
			\$ 10,91	

Elaborado por: Samuel Alvear

Cuadro N°34



Elaborado por: Samuel Alvear

4.3 Análisis de los datos financieros.

Los Estados Financieros nos muestran la situación actual y la trayectoria histórica de la empresa, de esta manera podemos anticiparnos, iniciando acciones para resolver problemas y tomar ventaja de las oportunidades.

Los Indicadores Financieros obtenidos en el análisis nos sirven para preparar Estados Financieros Proyectados, en base a la realidad.

Características Principales

Cantidad ilimitada de bases creadas por el usuario: las fórmulas definibles pueden ser creadas en una cantidad ilimitada, se detallan a continuación algunos ejemplos:

- . Costos directos
- . Costo de ventas
- . Capital de trabajo
- . Necesidades operativas de fondos
- . Créditos por ventas
- . Ganancias totales
- . Gastos variables
- . Utilidad neta
- . Utilidad bruta
- . Ventas totales
- . Mano de obra directa
- . Ratios (liquidez, endeudamiento, rentabilidad, actividad)

Métodos de análisis financiero

Los métodos de análisis financiero se consideran como los procedimientos utilizados para simplificar, separar o reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo periodo y los cambios presentados en varios ejercicios contables.

- La función financiera refuerza a que los estados financieros se elaboren oportunamente que sean confiables, para que su análisis sea lo haga de una manera minuciosa y con un procedimiento adecuado.
- Preparación de los estados financieros que sean transparentes y fiables.
- Dentro de lo financiero hay situaciones que están fuera de las políticas establecidas, y que afectan directamente al comportamiento de las mismas estas se pueden dar por comportamientos o situaciones surgidas en el ámbito laboral o de país, como pueden ser las variaciones en el mercado cambios en la política por cambios de gobiernos, etc.

4.4 Plan de Inversión

Este punto refleja la decisión de invertir en una empresa, y se plasma en el destino que se da a los fondos financieros para obtener una serie de recursos necesarios para la realización de un determinado proceso productivo.

4.4.1 Tabla de plan de implementación.-

Cuadro No. 35

PLAN DE IMPLEMENTACION							
ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS				INDICADOR
			HUMANO	MATERIALES	TECNOLOGICO	FINANCIERO	
"IN HOUSE"							
1.- Desarrollo del programa		Talento Humano	Consultor Externo			\$ 7.190,00	Cientes atendidos
TOTAL MEJORAMIENTO DE PROCESOS						\$ 7.190,00	
"IN HOUSE"							
1.- Desarrollo del programa		Talento Humano	Consultor Externo			\$ 9.942,00	Cientes atendidos
TOTAL ACTITUD DE SERVICIO						\$ 9.942,00	
Mejoramiento del Sistema							
				Software	y Hardware	\$ 8.234,00	
TOTAL MEJORAMIENTO DEL SISTEMA						\$ 8.234,00	
Sueldos y Salarios							
Auditor						\$ 1.364,00	
Contador permanentes						\$ 1.310,00	
Gerente y asistente de recursos humanos						\$ 414,00	
Técnico permanente						\$ 414,00	
Animador						\$ 3.502,00	
Total sueldos y salarios						\$ 3.502,00	
Implementos del Bar							
Mesas de trabajo de acero inox						\$ 500,00	
Congeladores Horizontales						\$ 632,00	
Total mobiliario						\$ 1.132,00	
TOTAL PLAN DE IMPLEMENTACION						\$ 30.000,00	



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

4.5 Rol de Pagos

➤ Cuadro No. 36 contratación del personal, software, equipos de cocina

ROL DE PAGOS						
CARGO	SUELDO BASICO	IESSS	DTS	DCS	FONDO DE RESERVA	VACACIONES
Gerente General	\$ 800,00	\$ 74,80	\$ 800,00	\$ 264,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Contador	\$ 650,00	\$ 60,78	\$ 650,00	\$ 264,00	\$ 650,00	\$ 650,00
Gerente Talento humano	\$ 410,00	\$ 38,34	\$ 410,00	\$ 264,00	\$ 410,00	\$ 410,00
Bartender	\$ 320,00	\$ 29,92	\$ 320,00	\$ 264,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Meseros	\$ 560,00	\$ 52,36	\$ 560,00	\$ 264,00	\$ 560,00	\$ 560,00
Limpieza	\$ 264,00	\$ 24,68	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00
Dj	\$ 320,00	\$ 29,92	\$ 320,00	\$ 264,00	\$ 320,00	\$ 320,00
cocinera	\$ 264,00	\$ 24,68	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00
TOTAL SUELDOS	\$ 3.588,00	\$ 335,48	\$ 3.588,00	\$ 2.112,00	\$ 3.588,00	\$ 3.588,00

Fuente: Bar Molier.
Elaborado por: Samuel Alvear.

Beneficios		anuales
sueldos	\$ 3.588,00	43056
14to	\$ 2.112,00	\$ 320,00
13ro	\$ 3.588,00	\$ 264,00
Fondo de reserva	\$ 3.588,00	\$ 320,00
Aporte patronal	\$ 335,48	\$ 3.840,00
	Total	\$ 40.120,00

4.6 Depreciación

La depreciación es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad.

Cuadro N° 37

#	Detalle	V. unitario	V. total	depreciación	ANUAL
1	Espejo con marco de madera de 1 x 1.80	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 4,25	\$ 0,50
1	cocina y lavadero	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 212,50	\$ 25,00
40	SILLAS	\$ 3,50	\$ 140,00	\$ 119,00	\$ 14,00
10	mesas de 50x50	\$ 55,00	\$ 550,00	\$ 467,50	\$ 55,00
5	Taburetes de barra	\$ 25,00	\$ 125,00	\$ 106,25	\$ 12,50
1	barra	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 884,00	\$ 104,00
1	SILLONE	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 170,00	\$ 20,00
1	letrero caja de luz con neones interiores	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 127,50	\$ 15,00
30	jabas de cerveza	\$ 13,00	\$ 390,00	\$ 331,50	\$ 39,00
	Mobiliario de cocina		\$ 2.850,00	\$ 2.422,50	
1	Horno.	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 765,00	\$ 90,00
1	Frigorífico.	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 127,50	\$ 15,00
1	Microondas.	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 102,00	\$ 12,00
1	Cocina eléctrica,	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 340,00	\$ 40,00
1	Calentador de gas.	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 272,00	\$ 32,00
	Barra				
20	lamparas	\$ 95,00	\$ 1.900,00	\$ 1.615,00	\$ 190,00
10	Lámpara de cerámica.	\$ 25,00	\$ 250,00	\$ 212,50	\$ 25,00
3	barril cervecero	\$ 80,00	\$ 240,00	\$ 204,00	\$ 24,00
3	Televisores	\$ 600,00	\$ 1.800,00	\$ 1.530,00	\$ 180,00
40	manteles	\$ 2,10	\$ 84,00	\$ 71,40	\$ 8,40
6	Batería de acero inoxidable.	\$ 38,10	\$ 228,60	\$ 194,31	\$ 22,86
58	Cubertería de acero inoxidable	\$ 26,00	\$ 1.508,00	\$ 1.281,80	\$ 150,80
40	Vajilla de loza. (Platos)	\$ 10,00	\$ 400,00	\$ 340,00	\$ 40,00
120	crystalerías (copas de vino, cocteleras)	\$ 1,20	\$ 144,00	\$ 122,40	\$ 14,40
10	10 Cuchillería	\$ 0,80	\$ 8,00	\$ 6,80	\$ 0,80
1	Cernidor	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,68	\$ 0,08
1	Vinagrera	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 1,02	\$ 0,12
10	Azucarera	\$ 1,40	\$ 14,00	\$ 11,90	\$ 1,40
10	Depósito para el café	\$ 0,90	\$ 9,00	\$ 7,65	\$ 0,90
5	Destapador de refrescos	\$ 0,50	\$ 2,50	\$ 2,13	\$ 0,25
1	Abrelatas	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,34	\$ 0,04
1	coctelera	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 11,05	\$ 1,30
3	Tablas para cortar	\$ 0,60	\$ 1,80	\$ 1,53	\$ 0,18
12	Tablas para lo caliente	\$ 0,70	\$ 8,40	\$ 7,14	\$ 0,84
20	Cubiertos elegantes	\$ 1,20	\$ 24,00	\$ 20,40	\$ 2,40
21	Recipientes para almacenar la comida	\$ 1,20	\$ 25,20	\$ 21,42	\$ 2,52
3	Ralladores	\$ 0,30	\$ 0,90	\$ 0,77	\$ 0,09
1	Prensa para papas	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 4,08	\$ 0,48
1	Rallador de Queso	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 1,02	\$ 0,12
4	Palas para cocinar	\$ 0,80	\$ 3,20	\$ 2,72	\$ 0,32

5	Palas para freír	\$ 0,70	\$ 3,50	\$ 2,98	\$ 0,35
2	Escurredero para platos y cubiertos	\$ 3,40	\$ 6,80	\$ 5,78	\$ 0,68
3	Despachadores de papel aluminio o plástico	\$ 1,40	\$ 4,20	\$ 3,57	\$ 0,42
50	Charolas de servicio	\$ 4,00	\$ 200,00	\$ 170,00	\$ 20,00
20	Mantequera	\$ 1,00	\$ 20,00	\$ 17,00	\$ 2,00
5	Botes para la basura	\$ 2,40	\$ 12,00	\$ 10,20	\$ 1,20
36	Jarras	\$ 5,00	\$ 180,00	\$ 153,00	\$ 18,00
20	Salero y pimentero	\$ 0,25	\$ 5,00	\$ 4,25	\$ 0,50
	Equipo de audio Dj		\$ 8.994,50	\$ 7.645,33	
1	Dj Pack, Musica Y Video Hd Remix	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 29,75	\$ 3,50
1	Mini Laser De Lluvia Cosmica Luces Lazer	\$ 126,00	\$ 126,00	\$ 107,10	\$ 12,60
5	Caja Amplificada Italy Audio Usb/Sd/Ipod 400 F	\$ 248,00	\$ 1.240,00	\$ 1.054,00	\$ 124,00
1	Audifonos American Audio Modelo Hp 700	\$ 88,00	\$ 88,00	\$ 74,80	\$ 8,80
1	Micrófono Cardioid Con Switch Para Mezclad	\$ 29,82	\$ 29,82	\$ 25,35	\$ 2,98
1	Plug Newtrick Azul 4 Pines Para Cajas De Son	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 153,00	\$ 18,00
1	Disco Duro Con Musica Videos Programas 10	\$ 199,99	\$ 199,99	\$ 169,99	\$ 20,00
1	Interface Alesis Io26 Firewire Preamph M-Audi	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 382,50	\$ 45,00
1	Parlantes Mackie Amplificados, Activos	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 323,00	\$ 38,00
1	Numark - Mixdeck Control De Dj Profesional	\$ 1.125,00	\$ 1.125,00	\$ 956,25	\$ 112,50
1	extintor 18 libras	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 15,30	\$ 1,80
1	botiquin	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 11,05	\$ 1,30
1	activos fijos obras civiles	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 57.000,00	\$ 3.000,00
1	obras civiles para q qde como bar	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00		
	TOTAL		\$ 27.573,81	\$ 80.433,49	\$ 4.572,93

4.8 Gastos.-

Gasto es la corriente de recursos o potenciales de servicios que se consumen en la obtención del producto neto de la entidad, El bar Molier como gastos generales posee los gastos de las depreciaciones de los activos fijos y gastos imprevistos.

Gastos Administrativos.-

Son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, en dicha empresa los gastos laborales tales como sueldos, capacitaciones y servicios básicos de la empresa que anualmente es de 3.343,33 dólares americanos

4.8.1 Gasto Ventas.-

Incluye un número de elementos de coste tales como, comisiones y gastos de personal en ventas. A menudo se asocian estos costes con diferentes fuerzas de ventas en este caso degustaciones, para incentivar el márketing directo.

➤ Cuadro No. 38

GASTOS ADMINISTRATIVOS								
	SUELDOS		CAPACITACIONES		SERVICIOS BÁSICOS		GASTO TOTAL	
	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL
ACTUAL	\$ 3.588,00	\$ 40.120,00	\$ -	\$ -	\$ 1.114,67	\$ 13.376,00	\$ 4.702,67	\$ 53.496,00
PROPUESTA	\$ 3.588,00	\$ 40.120,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 1.114,67	\$ 13.376,00	\$ 5.202,67	\$ 59.496,00

Elaborado por: Samuel Alvear

➤ Cuadro No.39

GASTOS VENTAS													
MEDIO PUBLICITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
MEDIOS ESCRITOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MEDIOS TELEVISIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 384,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 384,00
MEDIOS RADIALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 600,00	\$ -	\$ -	\$ 600,00
CREACIÓN DE PAGINA WEB	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800,00
TOTAL	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 384,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 600,00	\$ -	\$ -	\$ 1.784,00

Elaborado por: Samuel Alvear

4.8 Estado de Resultados.-

El Estado de Resultados, también conocido como Cuenta de Resultados, o Estado (o Cuenta) de Ganancias y Pérdidas, es un informe financiero que muestra los ingresos y gastos que ha obtenido una empresa a lo largo de su ejercicio económico.

El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

➤ Cuadro No. 40

ESTADO DE RESULTADOS	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 389.733,12	\$ 409.219,78	\$ 429.680,76	\$ 451.164,80	\$ 473.723,04
(-) Costo de Ventas	\$ 100.225,62	\$ 105.236,90	\$ 110.498,75	\$ 116.023,68	\$ 121.824,87
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 289.507,50	\$ 303.982,88	\$ 319.182,02	\$ 335.141,12	\$ 351.898,18
(-) Gastos de Operación	\$ 55.100,88	\$ 55.100,88	\$ 55.100,88	\$ 55.100,88	\$ 55.100,88
(-) Depreciación	\$ 4.572,93	\$ 4.801,58	\$ 5.041,66	\$ 5.293,74	\$ 5.558,43
(=) Utilidad Operativa	\$ 229.833,69	\$ 244.080,42	\$ 259.039,48	\$ 274.746,50	\$ 291.238,87
(=) Utilidad antes de participacion e impuestos	\$ 229.833,69	\$ 244.080,42	\$ 259.039,48	\$ 274.746,50	\$ 291.238,87
(-) Impuestos y Participaciones	\$ 83.314,71	\$ 88.479,15	\$ 93.901,81	\$ 99.595,61	\$ 105.574,09
(=) Utilidad Neta	\$ 146.518,98	\$ 155.601,27	\$ 165.137,67	\$ 175.150,89	\$ 185.664,78

Elaborado por: Samuel Alvear

➤ Cuadro No. 41

ESTADO DE RESULTADOS SIN MEJORA	1	2	3	4	5
Ventas	322.200,00	338310	355225,5	372986,775	391636,1138
(-) Costo de Ventas	101.238,00	106299,9	111614,895	117195,6398	123055,4217
(=) Utilidad Bruta en Ventas	220.962,00	232.010,10	243.610,61	255.791,14	268.580,69
(-) Gastos de Operación	53.496,00	53.496,00	53.496,00	53.496,00	53.496,00
(-) Depreciación	4.572,93	4801,58	5041,66	5293,74	5558,43
(=) Utilidad Operativa	162.893,07	173.712,52	185.072,95	197.001,40	209.526,27
(=) Utilidad antes de Ingresos y Bonificaciones	162.893,07	173.712,52	185.072,95	197.001,40	209.526,27
(-) Impuestos y Participaciones	59.048,74	62970,79	67088,94	71413,01	75953,27
(=) Utilidad Neta	103.844,33	106959,66	110168,4513	113473,5048	116877,71

Elaborado por: Samuel Alvear

4.9 Flujo de Caja.-

El estado de flujos de efectivo está incluido en los estados financieros básicos que deben preparar las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada país. Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.

Todas las empresas, independientemente de la actividad a que se dediquen, necesitan de información financiera confiable, una de ellas es la que proporciona el Estado de Flujos de Efectivo, el cual muestra los flujos de efectivo del período, es decir, las entradas y salidas de efectivo por actividades de operación, inversión y financiamiento, lo que servirá a la gerencia de las empresas para la toma de decisiones.

➤ Cuadro No. 42

Implementación del 22%

	Año Actual	Año Proyectado	Monto de Mejoramiento	Porcentage de incremento
Clientes	32478	35726	3.248	10%
Utilidad Neta	\$ 354.097,80	\$ 389.507,58	35.410	10%
Costo de Ventas	\$ 101.238,00	\$ 100.225,62	(1.012)	-1,00%
Gasto Operativo	\$ 53.496,00	\$ 55.100,88	1.605	3,00%
Total				22%

Elaborado por: Samuel Alvear

➤ Cuadro No.43

Para el flujo de efectivo con mejora, se proyecta a 5 años con un incremento del 5%.

FLUJO DE EFECTIVO						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		389733,12	409219,78	429680,76	451164,80	473723,04
TOTAL INGRESOS		389733,12	409219,78	429680,76	451164,80	473723,04
COSTO DE VENTAS		100225,62	105236,90	110498,75	116023,68	121824,87
UTILIDAD BRUTA		289507,50	303982,88	319182,02	335141,12	351898,18
GASTOS DE OPERACIÓN						
Gasto Administración		55100,88	55100,88	55100,88	55100,88	55100,88
Gasto de Venta		1784,00	1784,00	1784,00	1784,00	1784,00
Depreciación		4572,93	4572,93	6859,40	13718,79	34296,98
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN		61457,81	61457,81	63744,28	70603,67	91181,86
UTILIDAD OPERATIVA		228049,69	242525,06	255437,74	264537,45	260716,31
Impuestos y Participación		82668,01	87915,34	92596,18	95894,82	94509,66
UTILIDAD NETA		145381,68	154609,73	162841,56	168642,62	166206,65
Depreciación		4572,93	4572,93	6859,40	13718,79	34296,98
Inversión	30.000,00					
FLUJO DE EFECTIVO	30.000,00	143954,61	153182,66	163700,96	176361,42	194503,63

Elaborado por: Samuel Alvear

➤ Cuadro No. 44

Flujo de efectivo sin Mejora

FLUJO DE EFECTIVO						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		322200,00	338310,00	355225,50	372986,78	391636,11
TOTAL INGRESOS		322200,00	338310,00	355225,50	372986,78	391636,11
COSTO DE VENTAS		101238,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD BRUTA		220962,00	338310,00	355225,50	372986,78	391636,11
GASTOS DE OPERACIÓN						
Gasto Administración		53496,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto de Venta		1784,00	1784,00	1784,00	1784,00	1784,00
Depreciación		4572,93	4572,93	6859,40	13718,79	34296,98
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN		59852,93	6356,93	8643,40	15502,79	36080,98
UTILIDAD OPERATIVA		161109,07	331953,07	346582,10	357483,98	355555,13
Impuestos y Participación		58402,04	120332,99	125636,01	129587,94	128888,74
UTILIDAD NETA		102707,03	211620,08	220946,09	227896,04	226666,40
Depreciación		4572,93	4572,93	6859,40	13718,79	34296,98
Inversión						
FLUJO DE EFECTIVO		101279,96	210193,01	221805,49	235614,83	254963,38

Elaborado por: Samuel Alvear

4.11 Índices Financieros.-

VAN.-

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto.

TIR.-

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

ROI

Es un porcentaje que se calcula en función de la inversión y los beneficios obtenidos, para obtener el ratio de retorno de inversión.

Punto de equilibrio

. Punto en el cual el volumen vendido ha proporcionado unos ingresos totales iguales a los costes totales de la campaña. Cuando una campaña supera el punto de equilibrio, es decir, los ingresos son superiores a los costes de la misma, la campaña es rentable.

ROI
385 %

➤ **Cuadro No. 45**

AÑOS	0	1	2	3	4
	-389733,12	185.190,20	194.418,26	204.107,71	214.281,64
VAFE	\$ 564.763,45	161034,96	147008,13	134204,13	122516,22
VAN	\$ 175.030,33	-389733,12			
TIR	35%				

Elaborado por: Samuel Alvear

Conclusiones

1. Con el análisis de los departamentos de trabajo del Bar Molier, se llegó a determinar los errores y problemas en el uso de los recursos tanto del talento humano como de materia prima.
2. Con el Levantamiento de los procesos administrativos se analizó las actividades que generan valor añadido al cliente tanto interno como externo, en el tiempo de elaboración del producto, tipo de servicio, trato al personal, finiquitando las pautas necesarias para organizar los procesos, eliminando tiempos muertos e interrelacionando las actividades creando calidad en los procedimientos.
3. Mediante la investigación de los procesos desarrollados, se determinó la optimización del dinero en el tiempo y el manejo recomendable de los recursos tanto de los recursos humanos como de MP, eliminando desperdicios, errores, mejorando la productividad, alcanzando eficiencia y así cumpliendo las expectativas del cliente.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

Recomendaciones

1. Crear una cultura de calidad, comenzando por adaptar los procesos realizados, creando un ambiente de trabajo óptimo y equilibrado
2. Poniendo como pauta el manual de procedimientos, realizar un mejoramiento continuo.
3. Mantener la Inversión en el talento humano ya que es una de las mejores técnicas para liderar los mercados de servicio

Bibliografía

- Michael E Porter (2000), estrategias competitivas: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia.
- Michael E Porter (2001), Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior.
- *Harrington H.J (1992) Mejoramiento de los procesos de la empresa Ed. McGraw-Hill, Bogotá*
- Héctor Ortiz Anaya, Análisis financiero con ajustes por inflación, editor Tecno textos (1993)
- Guglielmo Taglia Carne (1991) Técnica y práctica de las investigaciones de mercado, segunda edición castellana, edición arial Barcelona.
- Naresh K. Malhotra(2004) Investigación de mercados (un enfoque práctico), segunda edición. Pearson Educación
- J.M. Juran F.M. Gryna(1995) Análisis y planeación de la calidad, tercera edición.
- López Viña, José, (2008), Manual de Procedimientos El Consultor de los Ayuntamientos y Juzgados, S.A
- Jemas R. Evans, Wiliam Lindsay (2008) Administración y control de calidad Editorial Cengage Learning Editores
- John S. Oakland (1999) Administración por calidad Total
- Sr. T. Satasuk (2002) Codex alimentario

Linografía.-

- ❖ <http://www.aiteco.com/rediproc.htm>
- ❖ http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/quesonlosdiagramasdeflujo/
- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos15/sistema-kaizen/sistema-kaizen.shtml>
- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos28/cadena-de-valor/cadena-de-valor.shtml>
- ❖ http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

Anexos:

Atractivos Culturales y Gastronómicos

Hornado



El cantón es famoso, sobre todo, por su rica y variada gastronomía, entre la que se destaca el hornado, el plato típico de Sangolquí, famoso a escala nacional. Es más, se la conoce como la ‘Capital mundial del hornado’

Iglesia de Sangolqui



Julio Antonio Andrade fue el gestor de la construcción de la iglesia Matriz de Sangolquí en 1906. Pío Guayasamín diseñó y construyó el templo sin cobrar ni un solo centavo, adoptando el estilo romano para acoger a los fieles de la zona.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

Parque Central Juan de Salinas



El Colibrí



Frágil y delicado, el pequeño colibrí refleja en su Plumaje toda la riqueza de las regiones andinas. Viste su cuerpo con tonos multicolores el verde que refleja la constante renovación de la madre naturaleza



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

El Choclo



Fue construido por el afamado pintor y escultor ecuatoriano Gonzalo Endara Crow, Como gesto de inmenso aprecio por este terruño realiza la entrega de este monumento en el año de 1989

Estatua de Rumiñahui





MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

Obra del genial maestro de las artes plásticas Oswaldo Guayasamín de raíces sangolquileñas, La obra duro nueve años de construcción, mide una altura promedio de 18,30 metros

Monumento a la sed



Nuevo atractivo turístico en el Cantón Rumiñahui es el monumento a LA SED, trabajo de remodelación el Parque de San Rafael, obra que consta de dos piletas inteligentes y un mural denomina El Rondador, obra del pintor Luís napoleón Valencia representante de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

Atractivos Naturales

Volcán Ilalo



Este volcán apagado se yergue solitario en la región interandina frente a Quito, posee una pequeña caldera muy erosionada hacia el occidente, donde se pueden apreciar restos de lavas volcánicas muy antiguas.

Refugio de Vida Silvestre Pasochoa



El bosque del Pasochoa es un sitio lindo con abundancia de aguas, flores y aves.



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS BAR MOLIER VALLE DE LOS CHILLOS

Volcán Antisana



Algunas lavas volcánicas del Antisana son apenas prehistóricas así como ciertos flujos de obsidiana o vidrio volcánico. Casi en el centro de esta imagen puede divisarse un flujo de lava que sobresale entre los glaciares, además del Antisana existen otros ventos o puntos donde el magma ha logrado salida como la caldera de Muerte Pungo.



Cascadas del Pita



En el lugar encontramos una gran riqueza faunística e ictiológica natural, que la convierte en un paraíso enclavado en el gran cañón del Río Pita.