

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Análisis Operativo de Bassick e implementación de herramientas de control para el manejo de bebidas en una discoteca

Análisis de Caso

Claudia Andrea Enríquez Jaramillo

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y HOSPITALIDAD

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de Especialidad en

Licenciada en Administración de empresas y Hospitalidad

Quito, 20 de diciembre de 2018

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Análisis Operativo de Bassick e implementación de herramientas de control para el manejo de bebidas en una discoteca

Claudia Andrea Enríquez Jaramillo

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico:

Sebastián Navas, MSc.
Administración Culinaria e
Innovación

Firma del profesor:

Quito, 20 de diciembre de 2018

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:

Nombres y apellidos:

Claudia Andrea Enríquez Jaramillo

Código:

00127025

Cédula de Identidad:

1718509845

Lugar y fecha:

Quito, 20 de diciembre de 2018

Agradecimientos

Agradezco a mis padres por su constante e incondicional apoyo. A Sebastián Navas y Renata Moncayo por ser mis guías y haber transmitido sus conocimientos durante este proceso. Un especial agradecimiento a la Universidad San Francisco de Quito y todos sus excelentes docentes por sus enseñanzas y formación durante todos estos años de estudio.

RESUMEN

Bassick es una discoteca de música electrónica ubicada en El Teleférico de Quito. Fue fundada por un grupo de emprendedores que se desenvuelven en el mundo artístico musical. Debido a la falta de conocimiento acerca del manejo operativo de la discoteca, se les hacía imposible identificar donde nacía el problema y en que magnitud afectaba a sus operaciones. El presente análisis determinó la importancia que tiene el control del área operativa en una discoteca, por medio de recetas estándar, hojas de transferencia, hojas de cierre de barra, registro de ventas, toma de inventario, entre otros documentos. La implementación de estas medidas ayudó a que los directivos de Bassick conocieran un sin número de problemas que afectaban directamente al costo de las bebidas, a las ventas y el inventario.

Al realizar la asesoría se pudo conocer que la falta de recetas estándar provocaba que no se sepa con certeza el costo de las bebidas. Una vez realizadas las recetas estándar se identificó que el costo de algunas bebidas estaba muy elevado, por lo que se decidió adecuar el precio para acercarnos a los parámetros ideales. A su vez, se pudo analizar que el menú que manejaban no tenía un orden y no especificaba los insumos que ofrecían, por lo que muchos clientes optaban por no ordenar nada. Se decidió cambiar el menú, añadiendo cocteles e ilustraciones que llamen la atención del consumidor con promociones de consumo que influyan en su decisión de compra. Se proveyó de plantillas para el registro manual de ventas, cortesías y bajas para poder calcular el beverage cost ajustado porcentual de cada barra. Se creó una estructura de ingeniería de menú, que permitió identificar la rentabilidad y popularidad de cada bebida y tomar decisiones para futuros cambios en el menú. Existía una falta de organización total en la bodega que dificultaba el almacenamiento, organización y conteo del inventario, por lo que se decidió instalar repisas. Así mismo, se acordó poner llave a la bodega, motivar al uso de hojas de transferencia, cierre de barra y de asignar un personal para que sea el único responsable de la salida y entrada de producto. Con estas mejoras, acciones correctivas y estrategias se logró tener un efecto positivo para el área operativa de la discoteca.

ABSTRACT

Bassick is an electronic-music club located in El Teleférico de Quito. It was founded by a group of entrepreneurs who develop in the musical artistic world. Due to the lack of knowledge about the operational management of the club, it was impossible to identify where the problem resided and in what degree it affects their operations. The present analysis determined the importance of control of the operative area in a night club, by means of standard recipes, transfer sheets, bar closing sheets, sales records, inventory taking, among other documents. The implementation of these measures helped Bassick's managers to know a number of problems that directly affected the cost of beverages, sales and inventory.

When carrying out the consultancy, it was possible to know that the lack of standard recipes meant that the cost of the drinks was not known with certainty. Once the standard recipes were made, it was identified that the beverage cost of some beverages was very high, so a price adjustment was necessary in order to reach the ideal parameters. In turn, it could be analyzed that the menu they handled was disorganized and did not specify the products they offered, so many customers ended up not ordering anything due to confusion. The decision to change the menu was made, adding cocktails and illustrations that call the attention of the consumer with promotions that influence their purchase decisions. Templates were provided for the manual registration of sales, courtesies and withdrawals to calculate the percentage adjusted beverage cost of each bar. A menu engineering structure was created, which allowed identifying the profitability and popularity of each drink and making decisions for future changes in the menu. There was a complete lack of organization in the storage; this made it difficult to store, organize and count the inventory. In order to improve such problem, it was decided to install shelves. Also, it was agreed to lock the storage, motivate the use of requisition and bar closing sheets and assign a specific staff to be solely responsible for the output and input of the product. Once corrective actions and strategies were implemented, they had a positive effect on the operative area of the club.

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	9
2. ANÁLISIS MACROECONÓMICO	9
3. ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS	10
3.1. COMPETENCIA PRINCIPAL	10
3.2. COMPETENCIA SECUNDARIA	11
4. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	11
5. ANÁLISIS DE ENFOQUE PARA LA CONSULTA	13
5.1. ANÁLISIS FODA	13
5.1.2. DEBILIDADES	14
5.1.3. OPORTUNIDADES	14
5.1.4. AMENAZAS	14
6. PROBLEMAS Y POSIBLES SOLUCIONES	15
6.1. PROVEEDORES	15
6.2. RECETAS ESTÁNDAR Y MANUAL DE PROCESOS	15
6.3. DISEÑO DEL MENÚ	16
6.4. SISTEMA OPERATIVO	17
6.5. CONTROL DE INVENTARIOS	18
6.6. DESORGANIZACIÓN EN BODEGA	19
6.7. INGENIERÍA DE MENÚ	20
6.8. PROMOCIÓN DE "HAPPY HOUR"	20
6.9. SERVICIO BLUEPRINT	21
6.10. ÁREA FINANCIERA	21
6.11. UBICACIÓN E INSEGURIDAD	22
7. ENFOQUE DEL PROBLEMA	23
7.1. MARCO TEÓRICO	23
7.1.1. ANÁLISIS FODA	23
7.1.2. RECETA ESTÁNDAR Y MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	23
7.1.3. MENÚ	24
7.1.4. INGENIERÍA DE MENÚ	24
7.1.5. CONTROL DE INVENTARIO	25
7.1.6. SERVICIO BLUEPRINT	25
7.2. OBJETIVOS: GENERALES Y ESPECÍFICOS	26
7.2.1. OBJETIVOS GENERALES	26
7.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	26
8. ANÁLISIS Y RESULTADOS	27
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	36
10. BIBLIOGRAFÍA	39

TABLA DE ANEXOS

ANEXOS:	42
ANEXO 1	42
ANEXO 1.1	44
ANEXO 1.2	47
ANEXO 1.3	49
ANEXO 1.4	51
ANEXO 2	74
ANEXO 2.1	75
ANEXO 3	76
ANEXO 4	78
ANEXO 4.1	80
ANEXO 5	81
ANEXO 6	82
ANEXO 6.1	83
ANEXO 7	84
ANEXO 7.1	85

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Diseño de menú. Obtenido: Bassick	17
Ilustración 2 Bodega Bassick	19
Ilustración 3 Estrategias Propuestas	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 4 Beverage cost % anterior vs. Beverage cost % actual (Cocteles)	28
Ilustración 5 Beverage cost % antes vs. Beverage cost % acual (Botellas).....	29
Ilustración 6 Formato Excel para registro d ventas manual	30
Ilustración 7 Ventas después de la consultoría	31
Ilustración 8 Cheque promedio	31
Ilustración 9 Pérdida por cortesías.....	32
Ilustración 10 BC% sin ajustar vs. BC% ajustado.....	33
Ilustración 11 Gráfico de Ingeniería de menú.....	34
Ilustración 12 Bodega actual d Bassick	35
Ilustración 13 Estado de resultados (mes 2)	36
Ilustración 13 Estado de resultados (mes 1)	36

1. Introducción

La gestión operativa es una de las herramientas más importantes de una empresa ya que son todos los procesos necesarios para el correcto funcionamiento, manejo y organización de las tareas que se ejecutan dentro de la misma y el cumplimiento de los objetivos (Daruma Software, 2017). Las operaciones poseen una gran relación con la productividad de la empresa, ya que, son las actividades que crean valor en forma de bienes y servicios, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente (Gomez, 2015). Así mismo, la gestión operativa influye directamente en el sistema de roles y funciones, por lo que es importante la selección de personal tanto directivo como de mandos intermedios y, a su vez, está estrechamente relacionada con los procesos de capacitación del personal (ISOTools, 2015). Dentro de la industria de la hospitalidad, la palabra gestión se define como el uso de los recursos limitados disponibles para alcanzar el cumplimiento de los objetivos (Mill, 2006). Los recursos son los activos de una operación, los cuales se encuentran divididos en 8 tipos básicos: personas, dinero, productos, tiempo, procedimientos, energía, instalaciones y equipos (Mill, 2006). Con esta gestión se espera resolver el grave problema de hurtos, tanto de dinero como de producto, dentro de Bassick. Así mismo, se espera proveer herramientas útiles para mantener un control total de sus operaciones e identificar otros problemas internos para tomar las medidas correctivas necesarias.

2. Análisis Macroeconómico

El establecimiento, en el cual se realizará la asesoría, es una discoteca de música electrónica ubicada en el Teleférico de Quito. El Teleférico es una atracción turística que abrió sus puertas en Julio del 2005. Se encuentra situado al borde del centro de la ciudad y al este del volcán Pichincha hasta el mirador Cruz Loma (Quito Adventure, s.f.). En aquella época, cuando se creó el proyecto, se pronosticó un ingreso de cerca de 40 mil

personas diarias, motivo por el cual decidieron abrir 125 locales. Tuvieron mucho éxito al principio, sin embargo, en menos de 3 años, 120 locales quebraron, teniendo una deuda de \$500 mil con la Fundación Teleféricos de Pichincha. Poco a poco la gente dejó de visitar el lugar, causando un descuido y deterioro de sus instalaciones (El Telégrafo, 2015). La habilitación de la discoteca ha permitido que El Teleférico poco a poco vaya incrementando sus ingresos, por medio del cobro de arriendo del establecimiento, el cobro de parqueaderos por vehículo y la venta de alimentos. Esto permitió que el lugar mejore sus instalaciones y publicidad.

3. Análisis de las competencias

3.1. Competencia principal

La principal competencia de Bassick es Lost City Party, eventos organizados por Kamran Kami Tadayon, emprendedor que inició su primera discoteca en Montañita llamada Lost Beach Club. Es considerada como una de las 100 mejores discotecas del mundo, según DJ Mag. (Ecuador TV, 2018) DJ Mag es una revista británica reconocida mundialmente, dedicada a música electrónica y DJs. (DJ Magazine, s.f.) En el 2018, Lost Beach Club alcanzó el puesto 44, demostrando ser uno de los lugares más reconocidos y con el mejor sonido de Sudamérica para los amantes de la música electrónica. (Ecuador TV, 2018) En un inicio, Kami empezó realizando eventos en Quito conjuntamente con Bassick, sin embargo, ahora realiza sus eventos de manera independiente en un complejo de salones de eventos llamada La Mina, ubicada a lado del Peaje Túnel de Guayasamin. Los eventos se efectúan 2 veces por mes. Las ventajas competitivas de Kami son: el reconocimiento y la popularidad de sus eventos en Montañita, la experiencia dentro de este ámbito y los recursos para crear ambiente por medio de decoración. A comparación de Bassick, los eventos de Lost City se pueden extender ilegalmente hasta las 10:00 am del siguiente día y posee una mejor ubicación en términos de distancia.

3.2. Competencia secundaria

La competencia secundaria de Bassick son los pequeños eventos locales de música electrónica, entre los cuales se encuentran: Souls of Noise, Soar Collective, Techno Nights UIO, Sabai Beer, Space Trips, Rawbeats Records, Hertz Music. El más representativo en cuestión de operaciones es Sabai Beer, idea fundada en el 2010 por Javier Salas (Sabai Beer, s.f.). Gracias a su gran éxito, Sabai fue creciendo en estructura y equipos, facilitando el manejo de sus operaciones, haciendo de Sabai un proyecto muy viable, a pesar de que los eventos que organizan son más pequeños que los de Bassick. Una de las ventajas competitivas de Sabai es que tienen total control sobre el producto, ya que solamente venden las cervezas artesanales que producen, el cual ha ganado mucho popularidad y reconocimiento. Así mismo, Sabai Beer tiene apertura de lunes a sábado y posee estrategias de consumo como, lunes de “Guys Night” o miércoles de “Girls Night” con 20% de descuento en los vasos de 500 ml. Según Javier Salas, el sistema operativo que se utiliza en Sabai para la barra es Arklinks, el cual le es de gran ayuda para el manejo de facturación, registro de ventas y control de inventario.

4. Datos generales de la empresa

Bassick es una asociación en cuentas en participación ubicada en El Teleférico de Quito. Su nómina fija está compuesta por siete personas que abarcan los cargos de administración, operaciones, producción, marketing y comunicación. Paralelamente, Bassick utiliza entre catorce a dieciséis eventuales cuyos servicios son requeridos dependiendo del tamaño del evento, los cuales se dividen en: seguridad, limpieza, ropero, barra, abastecimiento, caja, fotografía, video y show audiovisual. Entre su lista de directivos se encuentran: Pedro Ortiz, Bernardo Ortiz, Camilo Giraldo, David Salazar, Alexis Tapia y Diego Celi.

Bassick es una propuesta nueva de experiencias en fiestas de música electrónica. La idea nace de un grupo de jóvenes emprendedores que se desenvuelven en el mundo artístico musical. Al ser profesionales en su área ven la necesidad de tener eventos de excelente calidad audiovisual, ya que Quito carece de estos. El emprendimiento comienza a partir de la adquisición de un sistema de sonido de alta gama frecuencial que permite al espectador poder apreciar la música en niveles altos, de buena calidad y sin hacer daño al oído humano. Este grupo de emprendedores inicia con su primer evento capitalino el 2 de junio del 2017 en el salón de eventos de la “Fundación Teatro Bolívar” en el centro histórico de Quito, lugar de gran acogida por jóvenes y turistas de la vida nocturna. Continuaron haciendo eventos en diferentes establecimientos de la ciudad, hasta que el 15 de diciembre del mismo año, decidieron instalarse en la discoteca abandonada del complejo turístico Teleférico.

Actualmente, Bassick es considerada como una de las mejores opciones en shows de música electrónica. Tiene como concepto brindar al público adulto experiencias audiovisuales de música electrónica de calidad. El segmento de mercado que apuntan es público adulto, tanto nacionales como internacionales, entre 18 y 45 años de clase social media, media alta y alta.

Una desventaja de Bassick es que se instalaron en la discoteca abandonada del Teleférico, por lo que no posee los equipos necesarios que comúnmente una discoteca debería tener, por ejemplo, la estación de acero inoxidable con equipos de refrigeración para la barra inferior, con tina para hielo y una caja larga para botellas. Así mismo, carecen de equipos de cómputo con un sistema operativo para registro de inventario, ventas, cortesías y bajas; por lo que se necesita de una inversión muy importante para equipar las barras. Bassick factura en la barra aproximadamente de \$2000 a \$2500 por evento, dependiendo de la cantidad de gente que asiste.

5. Análisis de enfoque para la consulta

El punto de enfoque a analizar para la consultoría de Bassick es el área de operaciones, debido a que es una de las áreas más afectadas y sensibles financieramente hablando y que genera la mayor cantidad de pérdidas económicas. Al observar como manejaban cada evento, se llegó a la conclusión de que Bassick adolece de una falta de control total, el cual está ocasionando diferencias teóricas físicas muy graves. Al no existir ningún tipo de control se les hace imposible calcular la magnitud de estas diferencias y donde nace el problema. Control es una de las funciones más importantes de un sistema de actividades denominada gestión, ya que nos ayuda a establecer estándares y recolectar información que nos permite comparar el desempeño actual versus al desempeño deseado e implementar acciones correctivas si es necesario (Mill, 2006).

5.1. Análisis FODA

Antes de continuar mencionando los problemas y falencias que posee Bassick, es importante realizar un análisis situacional para poder identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa. Esto ayudará a obtener un enfoque más general de la situación, tanto interna como externa de la compañía, y facilitará la identificación de problemas. Esto se debe a que la matriz FODA sirve como punto de partida para el desarrollo del marco teórico, la implementación de acciones correctivas y la creación de estrategias de mejora (Ponce T., 2007). Para empezar, es importante que primero se analice el escenario interno, con los puntos de fortaleza y debilidad de Bassick. Luego se continuará con el análisis del escenario externo.

5.1.1. Fortalezas

- Buen equipo de sonido
- Considerada como una de las mejores opciones en shows de música electrónica.
- Buen posicionamiento dentro del mercado.

- Aforo de 1000 personas.
- Poseen 11.881 seguidores en redes sociales
- Fidelización de clientes

5.1.2. Debilidades

- Falta de conocimiento total acerca del apropiado manejo operativo de bebidas.
- Poseen una cultura empresarial informal.
- El principal proveedor es Supermaxi.
- No han desarrollado recetas estándar ni manuales de procesos.
- Mal diseño del menú de bebidas.
- No han creado promociones de “Happy Hour”.
- No poseen un sistema operativo para el registrar de las ventas, cortesías y bajas
- No se puede realizar una ingeniería de menú confiable.
- No poseen control de inventario, control de compra y recepción y control de almacenamiento y emisión.
- Desorganización en la bodega
- No poseen un diseño de servicio blueprint.
- No poseen estados financieros
- Ubicación e inseguridad

5.1.3. Oportunidades

- Clientes con buen poder adquisitivo.
- Existe oportunidad de crecimiento.
- Tienen contactos con agencias para la reserva de buenos artistas a buenos precios.

5.1.4. Amenazas

- Competencia principal fuerte.
- Posibilidad de entrada de nuevos competidores.

- Leyes y disposición gubernamental que impiden que los eventos pueden extenderse hasta más de las 3:00 am.
- Los clientes llegan al evento después de las 12.00 am.
- Crisis económica sostenida en el país que podría estar comprometiendo los recursos destinados por la gente para diversión.
- Situación climática de la ciudad

6. Problemas y posibles soluciones

6.1. Proveedores

Problema:

Ya que el principal proveedor de Bassick es Supermaxi, esto está provocando que las bebidas que ofrecen tengan un costo demasiado elevado. La razón por la que realizan sus compras en Supermaxi, es porque casi siempre manejan su presupuesto para las compras con el dinero que obtienen con las preventas de las entradas.

Posible solución:

Se buscará proveedores que realicen créditos o sean flexibles con los pagos para evitar tener que realizar compras de emergencia. Esto ayudará a que baje el beverage cost de sus productos y que generen mayores márgenes de contribución.

6.2. Recetas estándar y manual de procesos

Problema:

Bassick no ha creado recetas estándar ni manual de procesos, ya que no posee conocimiento de cómo realizarlas y el respectivo uso de estas herramientas. Esto impide que: conozca el beverage cost real monetario y porcentual de sus productos, no pueda tener una estructura de precios fiable y no logre estandarizar sus procesos para evitar o disminuir los errores al momento de la producción.

Lo que se hizo para fijar los precios de venta fue dividir la botella en tragos, sin contar los ingredientes e insumos adicionales de cada bebida y fijar cualquier precio, pensando que se estaba obteniendo un buen margen de contribución; pero en realidad estaba ocasionando que el costo de las bebidas esté demasiado elevado. La falta de recetas estándar y el desuso de utensilios de coctelería provocaba que se sobre vierta licor y la botella no alcance el número de tragos que se esperaban que rinda.

Posible solución:

Implementación de recetas estándar y manuales, los cuáles serán creados en Excel. En estos se detallarán los ingredientes que lleva cada coctel, la unidad de medida, la cantidad, el precio por porción de cada ingrediente y el costo total de la bebida. Así mismo, en el manual se detallará el tipo de vaso a utilizar, la decoración e instrucciones de preparación (Brown, 2007). Las recetas y manuales serán impresas y se distribuirán al personal de la barra.

Se efectuará y motivará el uso de utensilios de coctelería con las medidas adecuadas para garantizar que se vierta la cantidad exacta de licor e insumos especificados en las recetas estándar. Con esto se espera obtener mayor control sobre los costos y siempre tener consistencia.

6.3. Diseño del menú

Problema:

Bassick no posee conocimiento del adecuado diseño de un menú de bebidas para comercializar de mejor manera los productos que se ofrece. El menú no seguía un orden y no se entendía qué productos se quieren vender más. Así mismo, no especificaba ningún tipo de coctel ni los insumos que ofrecían, por lo que cierta cantidad de clientes optaban por no ordenar nada por confusión. Esto provoca que se excluya un grupo de clientes y se dificulte el aumento de las ventas.



Ilustración 1 Diseño de menú. Obtenido: Bassick

Possible solución:

Se rediseñará el menú, ubicando correctamente los productos que se quieren vender más, con los nuevos precios establecidos en las recetas estándar. A su vez, se agregarán cocteles como: Mojitos, Margaritas, Cuba Libre, JagerBomb, entre otros; con colores e ilustraciones que llamen la atención del público y despierten su deseo de consumir. Se introducirá nuevos productos a la carta, como jarras, con la finalidad de vender mayor cantidad de licor. A la vez, se implementarán más promociones de consumo, por ejemplo, si el precio unitario de un shot de tequila es \$5, vender 2 shots por \$8. Estas estrategias ayudarán a influenciar en la decisión de compra del cliente, a estimular las ventas e incrementar el cheque promedio por cliente.

6.4. Sistema Operativo

Problema:

La discoteca no posee equipos con un sistema operativo para el registro de inventario, registro de ventas, cortesías y bajas. Esto impide que se pueda recopilar información

necesaria para obtener resultados automáticos y realizar un análisis exacto de la situación operativa de Bassick, esto facilitaría la implementación de acciones correctivas y estrategias en las áreas que las necesiten. Así mismo, no pueden conocer la actividad del stock antes, durante y después del evento, por lo que es donde nacen la mayoría de las diferencias teóricas físicas.

Posible solución:

Se sugerirá la instalación de un sistema operativo sencillo para empezar a registrar las ventas, cortesías y bajas, con el fin de disminuir o eliminar por completo el problema de diferencias teóricas físicas. A su vez, permitirá calcular el costo de ventas de las barras y el efecto que tienen las cortesías y bajas sobre este costo.

6.5. Control de inventarios

Problema:

Bassick no posee control sobre su inventario, ocasionando diferencias teóricas físicas muy graves. Al no tener un formulario para la toma de inventario, se les hace imposible calcular la magnitud de esas diferencias. Así mismo, no se sabe la cantidad de producto en bodega y el valor monetario del mismo, por lo tanto, no se puede calcular su costo operativo. Debido a que no se registra la cantidad de producto que entra y sale de bodega, no se conoce la rotación del inventario y existe un sin número de robos, los cuales pasan desapercibidos.

Posible solución:

Se implementará un sistema de control de inventario, mediante un adecuado circuito de la mercadería, con hojas de transferencia para sacar productos de la bodega a las barras, hojas de cierre de barra para devolver los productos de las barras a la bodega y se crearán formularios de toma de inventario para la bodega. De esta manera se obtendrán mayor control sobre los productos y se evitará las diferencias teóricas físicas. Para el control de

inventario, se debe conocer el valor monetario de este, la cantidad exacta de producto disponible y mantener un registro para, no solo determinar cuándo ordenar, sino también determinar la cantidad que se debe ordenar de cada producto. (Mill, 2006) A su vez se efectuará un sistema de control de almacenamiento y emisión de producto, con el fin de conservarlos seguros y evitar los hurtos. Se limitará el acceso a la bodega, se mantendrá las áreas de almacenamiento con llave, y se realizará un constante control de ésta. Se seleccionará al personal responsable, que será el único que tenga total acceso a la bodega y se planificarán horarios para la recepción, almacenamiento y emisión del producto.

6.6. Desorganización en bodega

Problema:

La desorganización dentro de la bodega, está generando dificultad para el almacenamiento, conteo y la toma de inventario. Todos los productos se encuentran almacenados en cajas de cartón y estos se encuentran apilados en el suelo.



Ilustración 2 Bodega Bassick

Posible solución:

Para resolver el problema de la desorganización en la bodega se instalarán repisas que faciliten la distribución, el orden y el conteo de los ítems.

6.7. Ingeniería de menú***Problema:***

Ya que Bassick no posee un registro de ventas ni recetas estándar, no puede realizar una ingeniería de menú confiable. Esto impide que se identifiquen la popularidad y rentabilidad de sus productos, por lo tanto, no se puede realizar un análisis para futuros cambios en el menú.

Posible solución:

Se creará una estructura de ingeniería de menú para identificar la popularidad y la rentabilidad de cada coctel. Esto ayudará a realizar un análisis profundo al momento de hacer algún futuro cambio en el menú, por lo que se categoriza al margen de contribución y la frecuencia de las ventas de cada bebida como altas o bajas, dependiendo del éxito de su desempeño en marketing y precio (Ninemeier, 1991).

6.8. Promoción de “Happy Hour”***Problema:***

Al no implementar una promoción de “Happy Hour”, la mayoría de clientes que asisten a los eventos prefieren consumir licor en otros lados. Esto provoca que lleguen después de las 12:00 am al evento y que el consumo de licor dentro de la discoteca sea mucho menor, por lo tanto, las ventas son menores.

Posible solución:

Se realizará una promoción de “Barra Libre” que empiece de 9:00 pm y termine a las 10:00 pm, con el fin de que los clientes lleguen más temprano a la fiesta y se empiece a consumir con anticipación. Para esto, se llegará a un acuerdo con los proveedores para

que auspicien botellas a cambio de publicidad para no afectar a sus costos y la rentabilidad de sus productos. Otra estrategia que se planteará es una promoción de “2x1”, la cual resultaría menos efectiva que la de “Barra Libre” pero más conveniente para Bassick, económicamente hablando.

6.9. Servicio blueprint

Problema:

Al no tener un diagrama de servicios blueprint, nadie tiene claro todos los procesos y actividades que se deben realizar para entregar exitosamente el servicio y satisfacer las necesidades del cliente.

Posible solución:

Se creará un sistema de servicio blueprint que permita visualizar, de principio a fin, la experiencia de un cliente y todo el trabajo detrás de escena que se realiza para entregar un servicio (Flowers & Miller, 2017). Esto ayudará a entender de mejor manera los procesos internos y abordar problemas de diferente manera para satisfacer las necesidades del cliente.

6.10. Área Financiera

Problema:

Bassick no mantiene información contable para poder realizar sus estados financieros. Por otro lado, como ya se mencionó anteriormente, la organización no lleva registro contable de sus ventas, tanto en barras como de entradas. Así mismo, no se estaba tomando en cuenta al costo de venta como un gasto y creía que los ingresos generados representaban la utilidad bruta.

Posible solución:

Se implementará el registro de ventas, tanto en barra como de entradas, el registro de los costos operativos y los gastos para realizar un estado de pérdidas y ganancias y revelar la verdadera utilidad bruta que se genera en el mes.

Los cambios ya mencionados, conllevaron a una decisión administrativa, ya que carecían de todas las herramientas necesarias para manejar correctamente una operación de bebidas. No poseían los datos que facilitarían la toma de decisiones, debido a su falta de conocimientos sobre el área.

6.11. Ubicación e inseguridad***Problema:***

La ubicación es un factor de debilidad para Bassick, ya que en términos de distancia resulta lejos a comparación con la competencia principal y secundarias. Esto puede incidir en que, en un futuro, los clientes pierdan el interés a asistir a los eventos. Otro problema que afronta la discoteca es la inseguridad en los parqueaderos. El Teleférico cobra \$2,50 por vehículo, sin embargo, no existe personal de seguridad, lo que está causando un sin número de robos que hacen que el cliente no quiera volver.

Posible solución:

Se podría hablar con los directivos del Teleférico, para que cumplan con su obligación de mantener los vehículos seguros, justificando la tarifa que cobran. Otra posible solución es analizar la idea de contratar personal de seguridad que mantenga el parqueadero seguro. También, se debería considerar en buscar otra ubicación donde realizar los eventos, como La Mina.

7. Enfoque del problema

7.1. Marco Teórico

7.1.1. Análisis FODA

El análisis situacional o comúnmente conocido como matriz FODA, es una herramienta de estudio fundamental para conocer la situación real operativa de una empresa y sus características internas (Ballesteros, y otros, 2010). Este análisis nos permite recopilar información, ayuda a la planeación e implementación de estrategias de mejora y facilita la toma de decisiones (Ramírez R., s.f.). El análisis FODA permite valorar las fortalezas y debilidades, los cuales proveen una diagnosis de la situación interna de la empresa. Así mismo, nos permite evaluar las oportunidades y amenazas, las cuales entregan información de la situación externa de la misma (Ponce T., 2007). Las fortalezas son todas las funciones, características, recursos y capacidades de la empresa que otorgan una posición favorable frente a los clientes (Ballesteros, y otros, 2010). Las debilidades son todos los elementos y actividades que colocan a la empresa en una posición perjudicial y vulnerable (Ponce T., 2007). Las oportunidades son todos los factores de carácter externo, los cuales no pueden ser controlados por la compañía, pero que poseen un impacto positivo y favorable para la misma (Ballesteros, y otros, 2010). Las amenazas son todas fuerzas externas que resultan un impacto negativo y posibles problemas, los cuales pueden atentar a la reputación de la organización (Ponce T., 2007).

7.1.2. Receta estándar y manual de procedimientos

La receta estándar y el manual de procedimientos son herramientas muy útiles para estandarizar los procesos, garantizar consistencia al momento de la producción y tener mayor control sobre los costos (Brown, 2007). La receta estándar es una metodología que nos permite estandarizar la producción de un ítem de alimentos o bebidas (Mill, 2006).

Así mismo, permite a la organización conocer con exactitud el costo de los productos del menú y mermar las bajas por errores o desperdicios (Foster, 1995).

7.1.3. Menú

El menú es la base para el proceso de control en una operación de alimentos y bebidas, por lo que juega un papel muy importante al determinar el éxito o fracaso de la misma (Mill, 2006). El menú, además de ser una herramienta de control, es también un instrumento de comercialización y marketing, que unidos proveen un sistema viable (Ninemeier, 1991). Esto se debe a que un menú bien planificado y diseñado estimula la utilidad, influye en las decisiones de compra del cliente, estimula las ventas e incrementa el cheque promedio por cliente (Mill, 2006).

7.1.4. Ingeniería de menú

La ingeniería de menú es una aplicación que es de gran ayuda para la evaluación de futuras decisiones al momento de cualquier cambio que se quiera realizar en el menú, así como precios, diseño, entre otros (Ninemeier, 1991). Así mismo, el proceso de ingeniería de menú usa la información disponible sobre los costos estándar y la frecuencia de ventas por unidad para clasificar los ítems en cuatro tipos, dependiendo de su popularidad o rentabilidad. En primer lugar, está la categoría “Estrella”, es decir ítems que son a su vez populares y rentables. Luego se tiene la categoría “Vaca”, productos que son populares, sin embargo, son poco rentables. “Incógnita” o “Rompecabezas” son ítems que, a pesar de su rentabilidad, carecen de popularidad. Finalmente, está la categoría “Perro”, es decir productos que carecen tanto de rentabilidad como de popularidad (Mill, 2006). Para realizar un análisis completo de ingeniería de menú se necesita conocer el costo estándar, el precio de venta y el historial de ventas de cada coctel. (Ninemeier, 1991)

7.1.5. Control de inventario

El control de inventario es un proceso de supervisión sobre los ítems dentro de la bodega. Una de las herramientas básicas para el control de inventario es la requisición, la cual es una solicitud de un ítem que debe suministrar la bodega (Foster, 1995). El control de compra y recibimiento de producto es la serie de actividades diseñadas para obtener un producto de mejor calidad, precio y fuente (Mill, 2006). El circuito de compra o de la mercadería involucra la solicitud de una hoja de requisición, la cual pasa por la bodega. La bodega realiza un análisis de existencias y continúa realizando una solicitud de compra, la misma que va al departamento de compras. El jefe de compras aprueba la solicitud y esta se transforma en una orden de compra que es enviada al proveedor. El proveedor lleva el producto, la bodega realiza un control de recepción de mercadería y se continúa con el proceso de pago al proveedor. La factura original se dirige a contabilidad y la copia se queda en bodega. Finalmente, la bodega realiza una transferencia para sacar producto y abastecer las áreas (Mill, 2006). El sistema de control de almacenamiento y emisión de producto juega un rol fundamental en la vinculación de la recepción y la producción, ya que este sistema afecta directamente al costo del producto y a su calidad. Un sistema de almacenamiento efectivo se enfoca en tres preocupaciones principales: mantener los productos seguros de hurtos, mantener la calidad del producto y proveer de información necesaria para el sistema contable financiero (Mill, 2006).

7.1.6. Servicio blueprint

El servicio blueprint es una herramienta que nos permite visualizar el sistema que conlleva un servicio para satisfacer al cliente (Haugen, s.f.). Sirve para planificar y controlar las acciones de las interacciones entre cliente y empleado y como las actividades tras bastidores apoyan estas interacciones. (Pérez Savelli & Quiñones, 2009). Para realizar un diagrama de un servicio es fundamental que se identifiquen las tareas y

subtareas que soportan a la prestación de servicios (Pérez Savelli & Quiñones, 2009). Para desarrollar un plano blueprint se necesita tomar en cuenta cinco componentes: las acciones del cliente, el punto de contacto visible entre el cliente y los empleados, las acciones tras bambalinas no visibles para el cliente, los procesos de soporte y la evidencia física. (Pérez Savelli & Quiñones, 2009)

7.1.7. Estado de pérdidas y ganancias

También conocido como Estado de resultados, es un estado financiero que provee información referente a las ganancias generadas por la empresa durante un tiempo determinado (Nobles, Mattison, & Matsuura, 2016). Éste muestra la información relacionada con las operaciones de una compañía mediante un apropiado enfrentamiento de los ingresos, generados por las ventas, con los costos y gastos, con el fin de determinar la utilidad bruta de dicho periodo (Nobles, Mattison, & Matsuura, 2016).

7.2. Objetivos: Generales y Específicos

7.2.1. Objetivos generales

El objetivo general para esta consultoría es la creación de herramientas útiles de control que ayuden a identificar problemas e implementar las acciones correctivas y estrategias necesarias para mejorar la situación actual dentro del área operativa de Bassick.

7.2.2. Objetivos Específicos

El objetivo específico para la consultoría es la implementación de herramientas como el uso de receta estándar y el adecuado rediseño del menú. El registro de ventas para la estructuración de una ingeniería de menú confiable. El diseño de hojas de transferencia, cierre de barra y formularios para la toma de inventario para mayor control sobre el producto. El registro de cortesías y bajas para calcular el costo de venta ajustado. Esto le dará a Bassick las herramientas necesarias para un mayor control de sus operaciones.

8. Análisis y resultados

Estrategias Propuestas	Si Implementadas	No Implementadas
Cambio de Proveedor		X
Implementación de recetas estándar	X	
Implementación de anual de procesos		X
Uso de utensillos de coctelería	X	
Rediseño del menú	X	
Sistema Operativo		X
Registro manual de ventas, cotesías y bajas	X	
Control de inventario	X	
Organización de la bodega	X	
Creación de Ingeniería de menú	X	
Implementación de promociones de "Happy Hour"		X
Creación de diagrama blueprint	X	
Estado de Pérdidas y Ganancias	X	
Contratar personal de seguridad para parqueadero	X	

Ilustración 3 Estrategias Propuestas.

Recetas Estándar

Una vez creado en Excel las recetas estándar para cada coctel, se pudo identificar que el costo que tenían algunos cocteles estaban muy elevados a comparación con los parámetros establecidos. En una industria de bebidas el beverage cost apropiado para operar debería ser del 18% al 25% (Brown, 2007). En el Anexo 1 se muestra los cocteles que no cumplen los parámetros ya mencionados. Este es el caso del Vodka Absolute, con un beverage cost de hasta el 38%, Gin Bombay del 38%, Whisky Old Parr del 42%,

Tequila El Charro de hasta el 28% y Jagermeister del 34% y una promoción de 2 Jagermeister con un beverage cost del 39%. Se decidió subir los precios, sin embargo, se tuvo que tomar en cuenta que no todos los cocteles iban a poder cumplir con los parámetros ideales, ya que no todos los clientes iban a estar dispuestos a pagar un precio muy alto (Brown, 2007). Como se observa en el Anexo 1.1, a pesar del aumento de precios, algunas bebidas seguían sin cumplir con los parámetros, sin embargo, seguir aumentando los precios iba a resultar una estrategia muy agresiva para los clientes que ya estaban acostumbrados a los precios bajos. Vodka Absolut bajó a un beverage cost de hasta el 29%, Gin Bombay al 33%, Whisky Old Parr al 33% y la promoción de 2 JagerBomb disminuyó su beverage cost al 26%. Como se muestra en la Ilustración 4, las barras azules representan el beverage cost % que tenían y las naranjas el beverage cost % después del aumento de precios. Las líneas rojas representan los parámetros ideales.

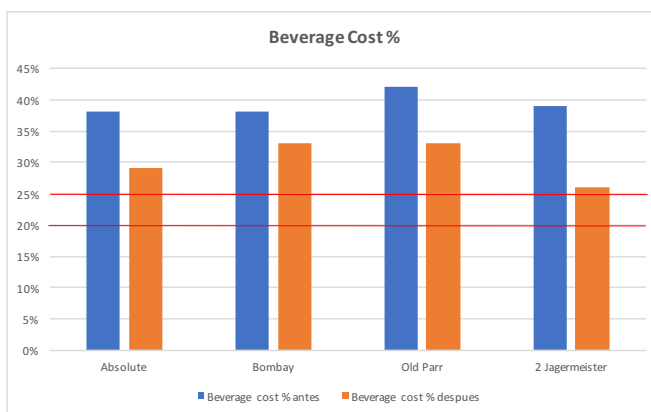


Ilustración 4 Beverage cost % anterior vs. Beverage cost % actual (Cocteles)

Así mismo, algunos precios establecidos para las botellas tenían un costo elevado. Como se puede observar en el Anexo 1.2, Vodka Absolute poseía un costo del 39%, Gin Under Dry del 26%, Gin Tanqueray con un costo elevado del 31%, Gin Bombay que poseía un beverage cost del 38%, Whisky Jhonnie W. Rojo del 26%, Whisky Old Parr con un beverage cost del 41% y la botella de Jagermeister con un costo del 45%. No obstante, como pasó con algunos cocteles, al subir los precios no todos pudieron cumplir

con los parámetros. Como se puede ver en Anexo 1.3, Vodka Absolute bajó a un beverage cost del 31%, Gin Tanqueray al 28%, Gin Bombay al 33%, Whisky Old Parr con un beverage cost del 30% y Jagermeister que bajó su costo al 30%. La Ilustración 5 revela compara el beverage cost % antes vs. el de después de subir los precios.

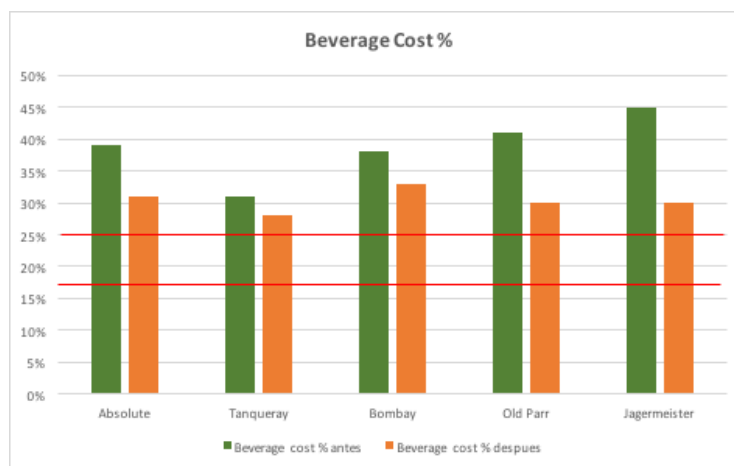


Ilustración 5 Beverage cost % antes vs. Beverage cost % actual (Botellas)

En el Anexo 1.4 se muestra todas las recetas y subrecetas estándar con los precios actualizados.

Manual de procesos

Se decidió no crear los manuales de procedimientos, ya que se llegó a la conclusión de que estos no eran necesarios por la simplicidad del negocio y el concepto “underground” que trataban de mantener.

Utensilios de coctelería

Se implementó el uso de utensilios de coctelería como tasas con medidas para elaborar las jarras y un jigger de 2 onzas para los cocteles. Sin embargo, en hora pico, el uso del jigger causaba que la preparación de bebidas sea más lenta, por lo que no se usaba cuando la barra se acumulaba de gente.

Diseño del menú

Una vez creadas las recetas estándar e identificado los productos que no cumplen con los parámetros, se continuó rediseñando el menú con los nuevos precios. En el Anexo 2, se puede ver el diseño del nuevo menú para Bassick. Según Ninemeier, el punto focal para un menú de una sola hoja para llamar la atención del lector es en la parte superior central (Anexo 2.1). La razón por la que se decidió colocar los cocteles en el punto focal, fue porque el consumo de los mismos no era tan frecuente. Ya que el menú anterior no especificaba ningún tipo de coctel ni los insumos que ofrecían, cierta cantidad de clientes optaban por no ordenar nada. Para resolver este problema se decidió agregar cocteles a la carta, utilizando los mismos insumos, ofreciendo las mismas bebidas que antes, pero poniendo un nombre al producto que llame la atención del cliente, como, por ejemplo, Cuba Libre, Screw Driver, Margarita, entre otros; para así atraer a aquel grupo que no ordenaba por falta de información del antiguo menú. Así mismo, se agregaron más promociones para aumentar el consumo de la cerveza, shots de tequilla, aguardiente y Jaberbombs; y se agregó nuevos productos a la carta, como jarras, la cerveza Club, la botella de Grey Goose, Jose Cuervo y Aguardiente.

Registro de ventas

Para comprobar el impacto que tuvo el aumento de los precios y el rediseño del menú, se creó en Excel un formato para el registro manual de ventas.

VENTAS					
Nombre Empleado: _____				Fecha: _____	
				Bar #: _____	
Item	Cantidad		Precio	Total	
	CASH	DEBIT		CASH	DEBIT
CERVEZA					
Combo Budweiser			\$ 5,00	\$ -	\$ -
Combo Club			\$ 8,00	\$ -	\$ -
Budweiser			\$ 3,00	\$ -	\$ -
Club			\$ 5,00	\$ -	\$ -
Agua			\$ 2,00	\$ -	\$ -
Energizante			\$ 3,00	\$ -	\$ -
COCTELES					
Cuba Libre San Miguel Gold			\$ 4,00	\$ -	\$ -
Cuba Libre Bacardí			\$ 5,00	\$ -	\$ -
Cuba Libre Abuelo			\$ 6,00	\$ -	\$ -

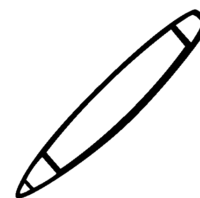


Ilustración 6 Formato Excel para registro d ventas manual

Una vez que se registró las ventas de los cinco eventos que se analizó, se comprobó que estas aumentaron hasta en un 26,88% a comparación de los \$2500 que son las ventas máximas que tenía Bassick antes de la consultoría. Como se puede ver en la Ilustración 7, las líneas rojas representan las ventas antes de la consultoría, las cuales oscilan entre \$2000 a \$2500 y las barras verdes son lo que facturaron después de la consultoría. El único evento que muestra un efecto decreciente es Barem. Esto se debe a que esa misma noche competían contra Sabai, por lo que no asistieron la cantidad de clientes esperada.

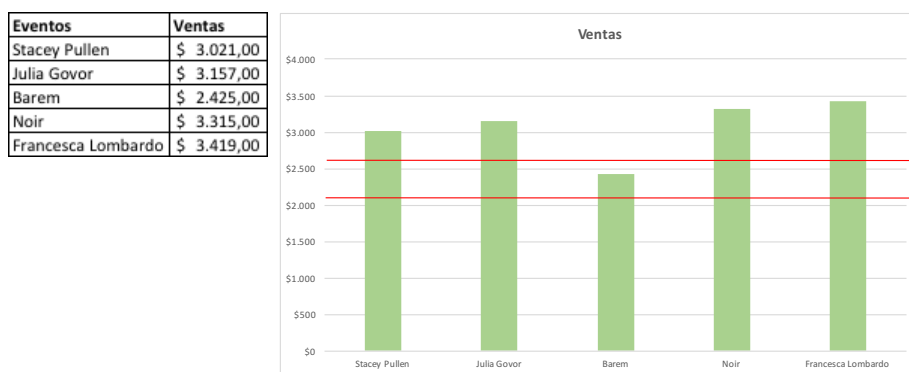


Ilustración 7 Ventas después de la consultoría

Al analizar el cheque promedio, Barem tuvo el más representativo. Como se muestra en la Ilustración 8, el evento que tuvo mayor cantidad de asistentes y más ventas fue el de cheque promedio más bajo. Se podría asumir que, a menor cantidad de clientes, mayor será el consumo promedio por persona, ya que el servicio se entorpece y se vuelve más lento cuando la discoteca está llena o, también se vuelve más difícil llegar a las barras por la cantidad de gente acumulada. Se podría evaluar el costo para considerar si vale la pena contratar una persona más para mejorar las ventas o si mejor resulta abrir otra barra.

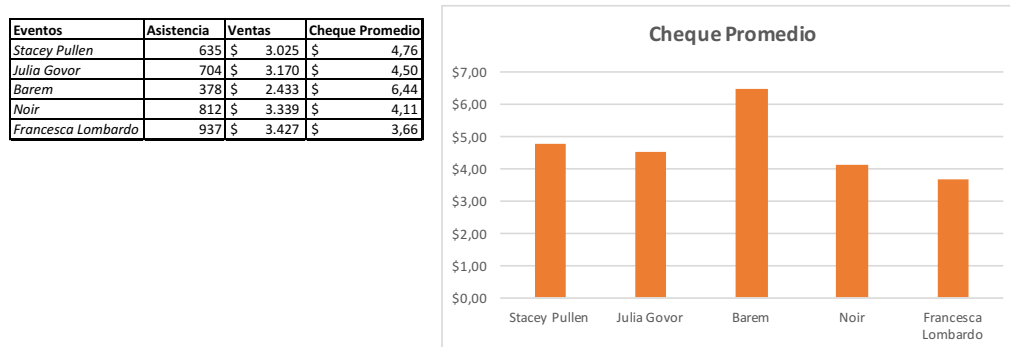


Ilustración 8 Cheque promedio

Control de inventario

Se creó en Excel (Anexo 3) hojas de transferencia, de cierre de barra, con el fin de obtener control total de la salida y entrada del producto. Para que el abastecedor tenga autorización de sacar o meter producto a la bodega, debía recibir las hojas de transferencia o cierre de barra firmadas por la persona autorizada y el personal de barra, especificando la fecha, el número de transferencia o cierre de barra, desde dónde provenía y hacia donde se iba el producto, el nombre del ítem, cantidad de botellas cerradas, cantidad de botellas abiertas, el total de mililitros y el costo total que se transfería. El cierre de barra se realizó al final de cada evento y con un marcador permanente se marcó la cantidad restante de las botellas abiertas. Así mismo se creó un formulario para la toma de inventario, lo que permitió que se pueda calcular el valor monetario en bodega.

Registro de cortesías

Se implementó el registro manual de cortesías y se logró identificar que la mayoría de los faltantes provenía de las cortesías sin registrar. Las hojas de cortesías ayudaron a que se pueda calcular el valor monetario que se perdía por el excesivo número de cortesías, lo que causó que los socios tomaran conciencia y disminuyeran su consumo.

Evento	Cortesías
Stayce Pullen	\$ 541,00
Julia Govor	\$ 461,00
Barem	\$ 478,00
Noir	\$ 362,00
Francesca Lombardo	\$ 242,00

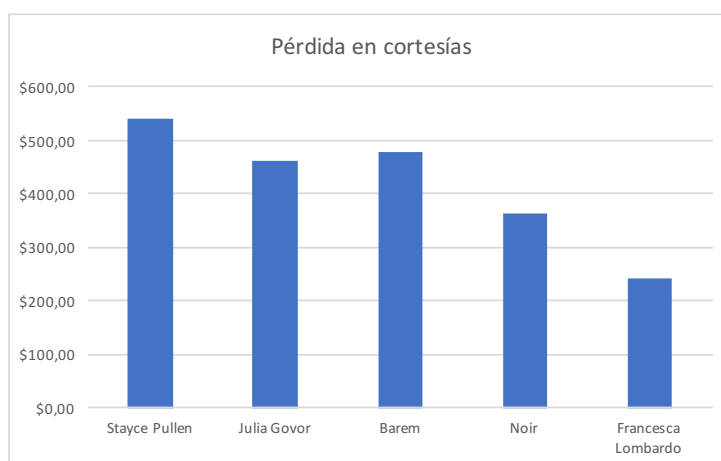


Ilustración 9 Pérdida por cortesías

Ahora que se tiene el registro de ventas y de cortesías, se pudo realizar un análisis de ventas y cortesías (Anexo 4) para poder obtener el total de mililitros que se consumieron de cada botella en cada evento. Con esto se logró obtener otro cierre de barra, que tomó en cuenta el consumo de las cortesías. (Anexo 4.1)

Ahora bien, ya que se tiene las hojas de transferencia y cierre de barra, los cuales vendrían a ser el inventario inicial y final de las barras, el registro de las ventas y el registro de cortesías; se puede realizar un análisis para calcular el costo de venta ajustado de cada barra. (Anexo 5) En la Ilustración 10, se puede observar el efecto que tuvieron las cortesías sobre el costo de venta. El único evento que supera el 25% de costo de venta es el de Stacey Pullen, ya que fue el evento que tuvo mayor cantidad de cortesías.

Evento	BC% no ajustado	BC% ajustado
Stacey Pullen	21,35%	25,02%
Julia Govor	21,44%	24,35%
Barem	20,48%	24,35%
Noir	21,72%	23,86%
Francesca Lombardo	22,13%	23,07%

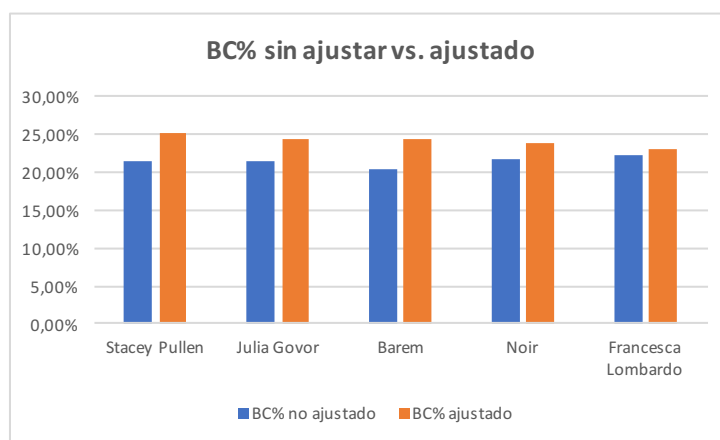


Ilustración 10 BC% sin ajustar vs. BC% ajustado

Ingeniería de menú

Ahora que se tiene un registro de las ventas de cada coctel y sus respectivos beverage cost, obtenidas de las recetas estándar, se puede estructurar una ingeniería de menú confiable. Como se muestra en el Anexo 6, los únicos cocteles que son categoría “Estrella”, es decir populares y rentables son Old Parr, Absolute Tonic, Jhonnie W. Rojo y Poliakov Tonic. Aría Screw Driver, Aria Sex On The Beach, Poliakov Sex On The Beach, Gibson’s Tonic, El Charro Margarita, El Charro Sunrise, Bacardí Cuba Libre y Bacardí Mojito; pertenecen a la categoría “Perro”, es decir carecen tanto de popularidad como de rentabilidad. Los productos que no son populares, pero son rentables,

“Incognitas”, son: Poliakov Screw Driver, Absolute Screw Driver, Absolute Sex On The beach, Tanqueray Tonic, Bombay Tonic, José Cuervo Margarita, José Cuervo Sunrise, Abuelo Cuba Libre y Abuelo Mojito. Finalmente se tiene la categoría “Vaca”, es decir aquellos cocteles que son populares, pero no son rentables, los cuales son: Aria Tonic, Under Dry Tonic, San Miguel Cuba Libre, San Miguel Mijito y Label 5. Según la tabla de ingeniería de menú, el beverage promedio porcentual es del 25,6%, el cual se encuentra 0,6% elevado al límite establecido. La Ilustración 11 muestra el gráfico de la ingeniería de menú. Como se puede observar, la mayoría de los cocteles, están distribuidos entre “Incógnitas” y “Perros”. Esto quiere decir que la mayoría de cocteles no son populares.

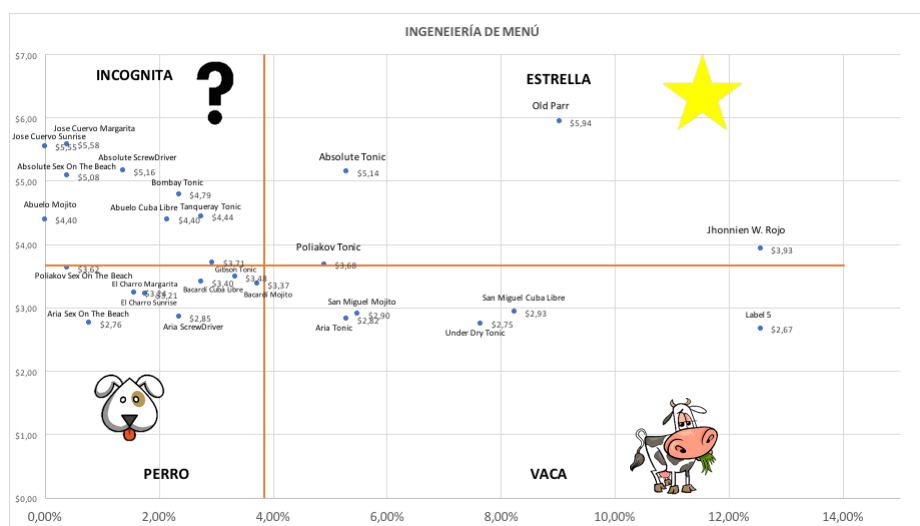


Ilustración 11 Gráfico de Ingeniería de menú

Organización de la bodega

Como se muestra en la Ilustración 12, se instalaron repisas en la bodega, lo cual mejoró de manera notable el almacenamiento y la organización de la misma y facilitó el conteo y la toma de inventario. Así mismo, se limitó el acceso a la bodega y se creó una llave única que solo podía ser usada por el socio responsable. Esto dio como resultado una disminución casi total de los robos y los consumos de producto, además de proveer un control total sobre el inventario.



Ilustración 12 Bodega actual d Bassick

Diagrama blueprint

En el Anexo 7 está adjunto el diagrama de blueprint que tenía Bassick antes de la consultoría. Como se puede observar, carecían de ciertos procesos de apoyo que permitían mantener un control sobre el producto como el uso de hojas de transferencia, cierre de barra y toma de inventario. Tampoco realizaban estados de resultados periódicos para revelar su utilidad bruta mensual. Así mismo, se omitía el registro de las ventas y cortesías que vendrían a ser acciones del empleado y el registro de las bajas, es decir las acciones tras bastidores. En el Anexo 7.1, se muestra el diagrama de servicios actual, con todas las estrategias que se implementaron en la consultoría, que hacen posible la prestación del servicio dentro de la discoteca y que provee mayor control sobre sus operaciones.

Estado de Pérdidas y Ganancias

La Ilustración 13 y 14 muestra el estado de resultados durante los dos meses que se realizó la consultoría. Como se puede observar, en los dos meses se tuvo utilidad bruta. En el mes de septiembre, las ventas en barra representaron un 25,09% del total de ventas, mientras que las ventas en entradas fueron del 74,91%. El costo operativo resultó ser del 52,68% y total en gastos representó un 15,61% del total de ventas, dando una utilidad bruta del 27,90%. En el mes de octubre, las ventas en barra representan tan solo un

17,19% del total de ventas, mientras que las ventas en entradas fueron del 82,81%. El costo operativo representó un 40,08% y total en gastos fueron del 15,17% del total de ventas, dando una utilidad bruta del 39,38%. Noviembre fue el mes con mejor resultados según el Estado de pérdidas y ganancias.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS 1	
Ventas CASH	\$ 1.740,00
Ventas CREDIT	\$ 1.702,00
Ventas Barra 1	\$ 3.442,00
Ventas CASH	\$ 1.488,00
Ventas CREDIT	\$ 660,00
Ventas Barra 2	\$ 2.148,00
Total Ventas Barras	\$ 5.590,00
Ventas Entradas CLUB	\$ 9.195,00
Ventas Entradas VIP	\$ 7.495,00
Total Ventas Entradas	\$ 16.690,00
TOTAL VENTAS	\$ 22.280,00
Personal	\$ 2.620,00
Artista principal	\$ 6.500,00
Artistas secundarios	\$ 300,00
Pantallas	\$ 800,00
Equipos	\$ 300,00
Costo de venta	\$ 1.218,18
TOTAL COSTO OPERATIVO	\$ 11.738,18
Renta	\$ 1.000,00
Electricidad	\$ 300,00
Comisión Promotores 10%	\$ 1.515,50
Comisión DATAFAST	\$ 141,72
Pauta Facebook	\$ 200,00
Pulseras	\$ 120,00
Hospedaje artistas	\$ 200,00
TOTAL GASTO	\$ 3.477,22
Utilidad antes de impuestos	\$ 7.064,60
Impuestos 12%	\$ 847,75
UTILIDAD BRUTA	\$ 6.216,85

Ilustración 14 Estado de resultados (mes 1)

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS 2	
Ventas CASH	\$ 2.108,00
Ventas CREDIT	\$ 1.752,00
Ventas Barra 1	\$ 3.860,00
Ventas CASH	\$ 1.606,00
Ventas CREDIT	\$ 1.300,00
Ventas Barra 2	\$ 2.906,00
Total Ventas Barras	\$ 6.766,00
Ventas Entradas CLUB	\$ 21.040,00
Ventas Entradas VIP	\$ 11.560,00
Total Ventas Entradas	\$ 32.600,00
TOTAL VENTAS	\$ 39.366,00
Personal	\$ 3.160,00
Artista principal	\$ 9.500,00
Artistas secundarios	\$ 600,00
Pantallas	\$ 800,00
Equipos	\$ 300,00
Costo de venta	\$ 1.417,42
TOTAL COSTO OPERATIVO	\$ 15.777,42
Renta	\$ 1.000,00
Electricidad	\$ 300,00
Comisión Promotores 10%	\$ 2.979,50
Comisión DATAFAST	\$ 183,12
Pauta Facebook	\$ 300,00
Pulseras	\$ 160,00
Decoración Halloween	\$ 800,00
Hospedaje artistas	\$ 250,00
TOTAL GASTO	\$ 5.972,62
Utilidad antes de impuestos	\$ 17.615,96
Impuestos 12%	\$ 2.113,91
UTILIDAD BRUTA	\$ 15.502,04

Ilustración 13 Estado de resultados (mes 2)

9. Conclusiones y recomendaciones

En conclusión, se comprobó que un buen manejo operativo ayuda a que se pueda identificar o evitar problemas e implementar acciones correctivas, preventivas y estrategias de forma inmediata. Así mismo, se puede realizar futuros análisis para poder conocer si las estrategias o cambios correctivos tuvieron un impacto negativo o positivo.

Se recomienda cambiar de proveedores, ya que el proveedor principal que tiene Bassick es Supermaxi, el cual está provocando que algunas bebidas tengan un costo

demasiado elevado. La razón por la que realizan sus compras en Supermaxi, es porque casi siempre manejan su presupuesto para las compras con el dinero que obtienen con las preventas de las entradas. Así que es sumamente importante que el nuevo proveedor realice créditos o sea flexible con los pagos.

Se recomienda que se disminuyan por completo las cortesías y que se empiece a cobrar una tarifa menor a los socios que quieran consumir. A pesar de que el beverage cost ajustado sigue cumpliendo con los parámetros, es esencial que se bajen las cortesías al mínimo, con el fin de mantener este costo ajustado a su menor valor.

Se recomienda que se considere sacar del menú al coctel “Sex On The Beach”, ya que no obtuvo la popularidad ni rentabilidad esperada. Así mismo, se debe considerar cambiar el Vodka Aria, ya que este resultó poco rentable, a comparación del promedio. Pensar en sustituir Aria por un vodka más popular como Sky, para pasar Poliakov como el vodka menos costoso, manteniendo el precio, y colocar a Sky como el de costo intermedio. A pesar de que Old Parr y Jhonnie W. Rojo on the rocks son productos “Estrella”, se debería aumentar el precio a \$12 y \$7 respectivamente, de esta manera se logrará bajar su costo a un 28% y a un 23% respectivamente. Ya que Label 5 on the rocks, Under Dry Tonic, Cuba Libre y Mojito San Miguel son productos “Vaca”, es necesario subir sus precios a \$5, con el fin de que sus costos disminuyan a un 20%, 19%, 14% y 15% respectivamente aumentando su rentabilidad. Así mismo, se debe considerar subir los precios de los cocteles Gibson’s Tonic, Margarita y Tequila Sunrise El Charro a \$6, causando una disminución de sus beverage cost a un 18% y 23% respectivamente y cambiaría de categoría “Perro” a “Incógnita”. Ya que el tequila José Cuervo Gold tiene un costo muy elevado y es un producto que no es en absoluto popular ni rentable, se recomienda ya no venderlo en cocteles ni shots y solo venderlo por botella. A pesar de que los cocteles con ron Bacardí cumplían con el parámetro, en el análisis de ingeniería de menú resultó ser

un producto “Perro”, por lo que se recomienda subirle el precio a \$6 para que sea rentable y su costo baje a un 20%. Como se muestra en el Anexo 5.1, se realizó una ingeniería de menú de las jarras para poder analizar su rendimiento en el periodo de consultoría. A pesar de que Tanqueray Tonic y Bombay Tonic son productos “Estrella”, se recomendó reducir sus precios a \$30 y \$40 respectivamente. Esto no tendrá ningún efecto en su rentabilidad y se creará mayor lealtad mejorando su popularidad. Ya que Cuba Libre Abuelo, Absolute Tonic y Absolute Screw Driver son productos “Incógnita”, es necesario bajar su precio a \$25 y \$30 respectivamente para que suba su popularidad. Así mismo, se recomienda subir el precio del Cuba Libre San Miguel a \$20, que le permitirá obtener una mejora en su rentabilidad.

Debido a que la mayoría de las personas llegan al evento a las 12:00 am, se recomienda que se realice una promoción de “Happy Hour”, con el fin de que los clientes lleguen más temprano a la fiesta y se empiece a consumir. La estrategia más efectiva para atraer a los clientes es realizar una promoción de “Barra Libre” que empiece de 9:00 pm y termine a las 11:00 pm. Para esto es fundamental llegar a un acuerdo con los proveedores que estén interesados en auspiciar botellas a cambio de publicidad. Otra estrategia menos efectiva pero más conveniente para Bassick, económicamente hablando, es realizar una promoción de 2x1.

Ya que el registro de las ventas, inventario, cortesías, y bajas se realizan manualmente; se recomienda hacer un presupuesto para comprar un equipo de cómputo con un sistema operativo. Esto les ayudará a que todo se realice automáticamente, se ahorre tiempo y se pueda hacer un análisis mucho más exacto. A su vez, es importante invertir en equipos de refrigeración para mejorar las barras, de esta manera se evitará devolver los productos a la bodega.

10. Bibliografía

Ballesteros, H., Verde, J., Costabel, M., Sangiovanni, R., Dutra, I., Rundie, D., . . .

Bazán, L. (2010). Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). *Revista Uruguaya de Enfermería*, 5(2). Obtenido de <http://rue.fenf.edu.uy/index.php/rue/article/view/85/83>

Brown, D. R. (2007). *The restaurant manager`s hangbook: how to set up, operate, and manage a financially successful food service operation.*(4th ed.). Atlantic Publishing Group.

Daruma Software. (26 de julio del 2017). *Qué es la Gestión Operativa y cuál es su importancia.* Recuperado el 8 de Octubre de 2018:

<http://darumasoftware.com/gestion/gestion-operativa-y-su-importancia/>

DJ Magazine. (s.f.). *About Dj Mag (History).* Recuperado el 5 de Octubre del 2018:

<https://djmag.com/about>

Ecuador TV. (5 de abril de 2018). *Montañita tiene una discoteca en el Top 100 mundial.* Recuperado el 4 de octubre del 2018:

<http://www.ecuadortv.ec/noticias/entretenimiento/1/montanita-100-mejores-discotecas-lost-beach-club>

Foster, D. L. (1995). *Alimentos y bebidas. Operaciones, métodos y control de costos.*

Mexico: MacGraw Hill.

Flowers, E., & Miller, M. E. (28 de mayo de 2017). *Practical Service Blueprinting: Your guide to generating actionable insights for service experiences.* Palo Alto, California. Obtenido de Practical Service Design:

<http://resources.practicalservicedesign.com/PracticalServiceBlueprintingGuide.pdf>

- Gomez, E. (16 de Diciembre de 2015). *Agenda de la Empresa*. Recuperado el 8 de Octubre de 2018, de Importancia de la Gestión de Operaciones en la empresa: <http://www.agendaempresa.com/68864/importancia-de-la-gestion-de-operaciones-en-la-empresa/>
- Haugen, M. (s.f.). *Norwegian University of Science and Technology*. Obtenido de Service blueprints: Persistent qualities and future potential: <https://www.ntnu.no/documents/10401/1264433962/MargretheHArtikkel.pdf/ef0e043e-da11-4520-83a4-dcb4cdb2d26e>
- ISOTools. (26 de marzo del 2015). *¿Qué es la gestión operativa de una empresa y como mejorarla?*. Recuperado el 8 de Octubre de 2018: <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>
- Mill, R. C. (2006). *Restaurant Management: Customers, Operations, and Employee* (2nd ed.). University of Denver: Daniels College of Business.
- Ninemeier, J. D. (1991). *PLANING and CONTROL for FOOD and BEVERAGE OPERATIONS*. Michigan: Educational Institute.
- Nobles, T., Mattison, B., & Matsuura, E. M. (2016). *Contabilidad de Horngren* (10ma ed.). Bogotá: Pearson.
- Pérez Savelli, M., & Quiñones, V. (mayo de 2009). Diagrama o blueprint del servicio: Herramientas de diseño y control en la prestación de los intangibles. *Horizontes Empresariales*, 8(1), 63-72.

Ponce T., H. (2007). *La matriz FODA: Alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. Redalyc, 12(1), 113-130. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/292/29212108/>

Quito Adventure. (s.f.). *Quito Adventure: Find your adventure in Ecuador, Galapagos, the Andes and the Amazon*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2018, de The Teleferico in Quito Tourist Attractions:
<http://www.QUITOAdventure.com/leisure-ecuador/tourist-attractions-quito/nature/teleferico-quito.html>

Ramírez R., J. L. (s.f.). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*. Obtenido de Universidad Veracruzana:
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>

Sabai Beer. (s.f.). *La Historia de Sabai*. Obtenido de Nuestra Historia:
<http://sabaibeer.com/historia.html>

Anexos:

Anexo 1

Screw Driver

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Absolut	\$ 23,31	\$ 1,87
ml	60	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 1,98
				37%
			Precio sin IVA	\$ 5,36
				100%
			Precio de venta	\$ 6,00
				112%
			Margen	\$ 3,38
				63%

Vodka Tonic

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Absolute	\$ 23,31	\$ 1,87
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
ml	60	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 0,04
g		Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,00
				37%
			Precio sin IVA	\$ 5,36
				100%
			Precio de venta	\$ 6,00
				112%
			Margen	\$ 3,36
				63%

Sex On The Beach

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Absolute	\$ 23,31	\$ 1,87
ml	30	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04
ml	30	Jugo de cramberry	\$ 8,47	\$ 0,08
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,06
				38%
			Precio sin IVA	\$ 5,36
				100%
			Precio de venta	\$ 6,00
				112%
			Margen	\$ 3,30
				62%

Gin Tonic

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Bombay	\$ 27,67	\$ 2,21
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	60	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,35
				38%
			Precio sin IVA	\$ 6,25
				100%
			Precio de venta	\$ 7,00
				112%
			Margen	\$ 3,90
				62%

Whisky On The Rocks

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Old Parr	\$ 36,88	\$ 2,95
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,99
				42%
			Precio sin IVA	\$ 7,14
				100%
			Precio de venta	\$ 8,00
				112%
			Margen	\$ 4,15
				58%

Promoción 2 JagerBomb

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	90	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 3,73
ml	120	Energizante	\$ 0,75	\$ 0,36
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 4,20
				39%
			Precio sin IVA	\$ 10,71
				100%
			Precio de venta	\$ 12,00
				112%
			Margen	\$ 6,51
				61%

JagerBomb

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	45	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 1,86
ml	60	Energizante	\$ 0,75	\$ 0,18
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,12
				34%
			Precio sin IVA	\$ 6,25
				100%
			Precio de venta	\$ 7,00
				112%
			Margen	\$ 4,13
				66%

Margarita

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	El Charro	\$ 13,50	\$ 1,08
ml	60	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,06
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 1,22
				27%
			Precio sin IVA	\$ 4,46
				100%
			Precio de venta	\$ 5,00
				112%
			Margen	\$ 3,25
				73%

Tequila Sunrise

Rendimiento 1 pax
 Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	El Charro	\$ 13,50	\$ 1,08	
ml	60	Zumo de naranja	\$ 2,08	\$ 0,04	
g	15	Granadina	\$ 2,47	\$ 0,06	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 1,25	28%
			Precio sin IVA	\$ 4,46	100%
			Precio de venta	\$ 5,00	112%
			Margen	\$ 3,21	72%

Anexo 1.1

Screw Driver

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Absolut	\$ 23,31	\$ 1,87
ml	60	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 1,98
				28%
			Precio sin IVA	\$ 7,14
				100%
			Precio de venta	\$ 8,00
				112%
			Margen	\$ 5,17
				72%

Vodka Tonic

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Absolute	\$ 23,31	\$ 1,87
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
ml	60	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 0,04
g		Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,00
				28%
			Precio sin IVA	\$ 7,14
				100%
			Precio de venta	\$ 8,00
				112%
			Margen	\$ 5,14
				72%

Sex On The Beach

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Absolute	\$ 23,31	\$ 1,87
ml	30	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04
ml	30	Jugo de cramberry	\$ 8,47	\$ 0,08
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,06
				29%
			Precio sin IVA	\$ 7,14
				100%
			Precio de venta	\$ 8,00
				112%
			Margen	\$ 5,08
				71%

Gin Tonic

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Bombay	\$ 27,67	\$ 2,21
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	60	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,35
				33%
			Precio sin IVA	\$ 7,14
				100%
			Precio de venta	\$ 8,00
				112%
			Margen	\$ 4,79
				67%

Whisky On The Rocks

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Old Parr	\$ 36,88	\$ 2,95
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,99
				33%
			Precio sin IVA	\$ 8,93
				100%
			Precio de venta	\$ 10,00
				112%

Promoción 2 JagerBomb

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	90	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 3,73
ml	120	Energizante	\$ 0,75	\$ 0,36
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 4,20
				26%
			Precio sin IVA	\$ 16,07
				100%
			Precio de venta	\$ 18,00
				112%
			Margen	\$ 11,87
				74%

JagerBomb

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	45	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 1,86
ml	60	Energizante	\$ 0,75	\$ 0,18
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,12
				24%
			Precio sin IVA	\$ 8,93
				100%
			Precio de venta	\$ 10,00
				112%
			Margen	\$ 6,81
				76%

Anexo 1.2

Absolute

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Absolute	\$ 23,31	\$ 23,31
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,23
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 24,70
				40%
			Precio sin IVA	\$ 62,50
				100%
			Precio de venta	\$ 70,00
				112%
			Margen	\$ 37,80
				60%

Tanqueray

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Tanqueray	\$ 21,00	\$ 21,00
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,23
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 22,39
				31%
			Precio sin IVA	\$ 71,43
				100%
			Precio de venta	\$ 80,00
				112%
			Margen	\$ 49,04
				69%

Under Dry

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	1000	Under Dry	\$ 11,50	\$ 11,50
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,23
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 12,89
				26%
			Precio sin IVA	\$ 49,11
				100%
			Precio de venta	\$ 55,00
				112%
			Margen	\$ 36,22
				74%

Bombay

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Bombay	\$ 27,67	\$ 27,67
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,23
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 29,06
				38%
			Precio sin IVA	\$ 75,89
				100%
			Precio de venta	\$ 85,00
				112%
			Margen	\$ 46,83
				62%

Jagermeister

Rendimiento 1 pax
 Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	700	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 29,00	
ud	4	Energizante	\$ 0,75	\$ 3,00	
			Costo Total	\$ 32,00	45%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 71,43	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 80,00	112%
			<i>Margen</i>	\$ 39,43	55%

Anexo 1.3

Absolute

Rendimiento				
		1 pax		
Numero de Porciones				
		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Absolute	\$ 23,31	\$ 23,31
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,23
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 24,70
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 80,36
			<i>Precio de venta</i>	\$ 90,00
			<i>Margen</i>	\$ 55,66
				31%
				100%
				112%
				69%

Bombay

Rendimiento				
		1 pax		
Numero de Porciones				
		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Bombay	\$ 27,67	\$ 27,67
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,23
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 29,06
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 89,29
			<i>Precio de venta</i>	\$ 100,00
			<i>Margen</i>	\$ 60,23
				33%
				100%
				112%
				67%

Tanqueray

Rendimiento				
		1 pax		
Numero de Porciones				
		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Tanqueray	\$ 21,00	\$ 21,00
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,23
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 22,39
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 80,36
			<i>Precio de venta</i>	\$ 90,00
			<i>Margen</i>	\$ 57,97
				28%
				100%
				112%
				72%

Old Parr

Rendimiento				
		1 pax		
Numero de Porciones				
		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Old Parr	\$ 36,88	\$ 36,88
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 36,95
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 125,00
			<i>Precio de venta</i>	\$ 140,00
			<i>Margen</i>	\$ 88,05
				30%
				100%
				112%
				70%

Jagermeister

Rendimiento 1 pax
 Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	700	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 29,00	
ud	4	Energizante	\$ 0,75	\$ 3,00	
Costo Total			\$ 32,00		30%
Precio sin IVA			\$ 107,14		100%
Precio de venta			\$ 120,00		112%
Margen			\$ 75,14		70%

Anexo 1.4

Mojito

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	San Miguel Silver	\$ 6,25	\$ 0,50
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	3	Hierba Buena	\$ 0,67	\$ 0,04
ml	45	Sprite	\$ 2,36	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
Primero macerar la hierba buena con el zumo de limón antes de llenar el vaso con hielo.			Costo Total	\$ 0,67
				19%
			Precio sin IVA	\$ 3,57
				100%
			Precio de venta	\$ 4,00
				112%
			Margen	\$ 2,90
				81%

Mojito

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Abuelo	\$ 24,00	\$ 0,82
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	3	Hierba Buena	\$ 0,67	\$ 0,04
ml	45	Sprite	\$ 2,36	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
Primero macerar la hierba buena con el zumo de limón antes de llenar el vaso con hielo.			Costo Total	\$ 0,99
				19%
			Precio sin IVA	\$ 5,36
				100%
			Precio de venta	\$ 6,00
				112%
			Margen	\$ 4,36
				81%

Mojito

Rendimiento		1 pax		
Numero de Porciones		1 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Bacardí	\$ 11,50	\$ 0,92
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	3	Hierba Buena	\$ 0,67	\$ 0,04
ml	45	Sprite	\$ 2,36	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
Primero macerar la hierba buena con el zumo de limón antes de llenar el vaso con hielo.			Costo Total	\$ 1,09
				24%
			Precio sin IVA	\$ 4,46
				100%
			Precio de venta	\$ 5,00
				112%
			Margen	\$ 3,37
				76%

Cuba Libre

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	San Miguel Gold	\$ 6,25	\$ 0,50
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
ml	60	Coca Cola	\$ 2,34	\$ 0,05
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 0,64

18%

Precio sin IVA \$ 3,57 100%**Precio de venta \$ 4,00** 112%**Margen \$ 2,93** 82%**Cuba Libre**

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Bacardí	\$ 11,50	\$ 0,92
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
ml	60	Coca Cola	\$ 2,34	\$ 0,05
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 1,06

24%

Precio sin IVA \$ 4,46 100%**Precio de venta \$ 5,00** 112%**Margen \$ 3,41** 76%**Cuba Libre**

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Abuelo	\$ 24,00	\$ 0,82
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
ml	60	Coca Cola	\$ 2,34	\$ 0,05
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 0,96

18%

Precio sin IVA \$ 5,36 100%**Precio de venta \$ 6,00** 112%**Margen \$ 4,40** 82%

Margarita

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	El Charro	\$ 13,50	\$ 1,08	
ml	60	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,06	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 1,22	27%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 4,46	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 5,00	112%
			Margen	\$ 3,25	73%

Tequila Sunrise

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	El Charro	\$ 13,50	\$ 1,08	
ml	60	Zumo de naranja	\$ 2,08	\$ 0,04	
g	15	Granadina	\$ 2,47	\$ 0,06	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 1,25	28%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 4,46	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 5,00	112%
			Margen	\$ 3,21	72%

Margarita

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Jose Cuervo	\$ 40,13	\$ 3,21	
ml	60	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,06	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 3,35	37%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 8,93	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 10,00	112%
			Margen	\$ 5,58	63%

Tequila Sunrise

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Jose Cuervo	\$ 40,13	\$ 3,21	
ml	60	Zumo de naranja	\$ 2,08	\$ 0,04	
g	15	Granadina	\$ 2,47	\$ 0,06	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 3,38	38%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 8,93	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 10,00	112%
			Margen	\$ 5,55	62%

Screw Driver

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Aria	\$ 7,64	\$ 0,61	
ml	60	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 0,72	20%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 3,57	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 4,00	112%
			Margen	\$ 2,85	80%

Screw Driver

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Poliakov	\$ 8,03	\$ 0,64	
ml	60	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 0,75	17%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 4,46	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 5,00	112%
			Margen	\$ 3,71	83%

Screw Driver

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Absolut	\$ 23,31	\$ 1,87	
ml	60	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 1,98	28%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 7,14	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 8,00	112%
			Margen	\$ 5,17	72%

Sex On The Beach

		Rendimiento		1 pax	
		Numero de Porciones		1 Porciones	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Aria	\$ 7,64	\$ 0,61	
ml	30	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04	
ml	30	Jugo de cramberry	\$ 8,47	\$ 0,08	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 0,81	23%
			Precio sin IVA	\$ 3,57	100%
			Precio de venta	\$ 4,00	112%
			Margen	\$ 2,76	77%

Sex On The Beach

		Rendimiento		1 pax	
		Numero de Porciones		1 Porciones	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Absolute	\$ 23,31	\$ 1,87	
ml	30	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04	
ml	30	Jugo de cramberry	\$ 8,47	\$ 0,08	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 2,06	29%
			Precio sin IVA	\$ 7,14	100%
			Precio de venta	\$ 8,00	112%
			Margen	\$ 5,08	71%

Sex On The Beach

		Rendimiento		1 pax	
		Numero de Porciones		1 Porciones	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Poliakov	\$ 8,03	\$ 0,64	
ml	30	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,04	
ml	30	Jugo de cramberry	\$ 8,47	\$ 0,08	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 0,84	19%
			Precio sin IVA	\$ 4,46	100%
			Precio de venta	\$ 5,00	112%
			Margen	\$ 3,63	81%

Vodka Tonic

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Aria	\$ 7,64	\$ 0,61	
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02	
ml	60	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 0,04	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 0,75	21%
			Precio sin IVA	\$ 3,57	100%
			Precio de venta	\$ 4,00	112%
			Margen	\$ 2,83	79%

Vodka Tonic

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Absolute	\$ 23,31	\$ 1,87	
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02	
ml	60	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 0,04	
g		Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 2,00	28%
			Precio sin IVA	\$ 7,14	100%
			Precio de venta	\$ 8,00	112%
			Margen	\$ 5,14	72%

Vodka Tonic

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	60	Poliakov	\$ 8,03	\$ 0,64	
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,02	
ml	60	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 0,04	
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04	
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04	
			Costo Total	\$ 0,78	17%
			Precio sin IVA	\$ 4,46	100%
			Precio de venta	\$ 5,00	112%
			Margen	\$ 3,68	83%

Gin Tonic

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Under Dry	\$ 11,50	\$ 0,69
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	60	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 0,82

23%

Precio sin IVA \$ 3,57 100%

Precio de venta \$ 4,00 112%

Margen \$ 2,75 77%

Gin Tonic

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Gibson	\$ 9,82	\$ 0,84
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	60	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 0,98

22%

Precio sin IVA \$ 4,46 100%

Precio de venta \$ 5,00 112%

Margen \$ 3,49 78%

Gin Tonic

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Tanqueray	\$ 21,00	\$ 1,68
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	60	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 1,81

29%

Precio sin IVA \$ 6,25 100%

Precio de venta \$ 7,00 112%

Margen \$ 4,44 71%

Gin Tonic

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	Bombay	\$ 27,67	\$ 2,21
ml	15	Zumo de limón	\$ 2,27	\$ 0,02
g	60	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,04
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,35

33%

Precio sin IVA \$ 7,14 100%

Precio de venta \$ 8,00 112%

Margen \$ 4,79 67%

Whisky On The Rocks

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total		
ml	60	Label 5	\$ 14,28	\$ 0,86		
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04		
				Costo Total	\$ 0,90	25%
				Precio sin IVA	\$ 3,57	100%
				Precio de venta	\$ 4,00	112%
				Margen	\$ 2,68	75%

Whisky On The Rocks

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total		
ml	60	Old Parr	\$ 36,88	\$ 2,95		
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04		
				Costo Total	\$ 2,99	33%
				Precio sin IVA	\$ 8,93	100%
				Precio de venta	\$ 10,00	112%
				Margen	\$ 5,94	67%

Whisky On The Rocks

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total		
ml	60	Jhonnie W. Rojo	\$ 17,43	\$ 1,39		
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04		
				Costo Total	\$ 1,43	27%
				Precio sin IVA	\$ 5,36	100%
				Precio de venta	\$ 6,00	112%
				Margen	\$ 3,92	73%

JagerBomb

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	45	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 1,86
ml	60	Energizante	\$ 0,75	\$ 0,18
g	150	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,04
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 2,12
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 8,93
			<i>Precio de venta</i>	\$ 10,00
			<i>Margen</i>	\$ 6,81

Promoción 2 JagerBomb

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	90	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 3,73
ml	120	Energizante	\$ 0,75	\$ 0,36
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
unidad	1	Vaso plastico 12 oz	\$ 0,90	\$ 0,04
			Costo Total	\$ 4,20
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 16,07
			<i>Precio de venta</i>	\$ 18,00
			<i>Margen</i>	\$ 11,87

Blue Long Island

Rendimiento 5 pax
 Numero de Porciones 5 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	San Miguel Silver	\$ 6,25	\$ 0,50
ml	60	Aria	\$ 7,64	\$ 0,61
ml	60	El Charro	\$ 13,50	\$ 1,08
ml	60	Under Dry	\$ 9,82	\$ 0,84
ml	60	Blue Curacao	\$ 6,84	\$ 0,55
ml	450	Sprite	\$ 2,36	\$ 0,35
ml	30	Zumo de Limón	\$ 2,08	\$ 0,03
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
				\$ -
			Costo Total	\$ 4,14
			Precio sin IVA	\$ 22,32
			Precio de venta	\$ 25,00
			Margen	\$ 18,18

Blue Long Island

Rendimiento 5 pax
 Numero de Porciones 5 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	60	San Miguel Silver	\$ 6,25	\$ 0,50
ml	60	Aria	\$ 7,64	\$ 0,61
ml	60	El Charro	\$ 13,50	\$ 1,08
ml	60	Under Dry	\$ 9,82	\$ 0,84
ml	60	Blue Curacao	\$ 6,84	\$ 0,55
ml	450	Sprite	\$ 2,36	\$ 0,35
ml	30	Zumo de Limón	\$ 2,08	\$ 0,03
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
				\$ -
			Costo Total	\$ 4,14
			Precio sin IVA	\$ 22,32
			Precio de venta	\$ 25,00
			Margen	\$ 18,18

Jarra Cuba Libre

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	240	San Miguel Gold	\$ 6,25	\$ 2,00	
ml	400	Coca Cola	\$ 2,34	\$ 0,31	
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35	
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18	
			Costo Total	\$ 2,84	21%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 13,39	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 15,00	112%
			<i>Margen</i>	\$ 10,55	79%

Jarra Cuba Libre

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	240	Bacardí	\$ 11,50	\$ 3,68	
ml	400	Coca Cola	\$ 2,34	\$ 0,31	
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35	
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18	
			Costo Total	\$ 4,52	20%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 22,32	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 25,00	112%
			<i>Margen</i>	\$ 17,80	80%

Jarra Cuba Libre

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	240	Abuelo	\$ 22,32	\$ 3,06	
ml	400	Coca Cola	\$ 2,34	\$ 0,31	
ml	30	Zumo de limón	\$ 0,77	\$ 0,18	
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18	
			Costo Total	\$ 3,73	21%
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 17,86	100%
			<i>Precio de venta</i>	\$ 20,00	112%
			<i>Margen</i>	\$ 14,12	79%

Jarra Gin & Tonic

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	240	Under Dry	\$ 11,50	\$ 2,76
ml	400	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,29
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
			Costo Total	\$ 3,58

27%

Precio sin IVA \$ 13,39 100%

Precio de venta \$ 15,00 112%

Margen \$ 9,81 73%

Jarra Gin & Tonic

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	240	Gibson	\$ 9,82	\$ 3,37
ml	400	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,29
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
			Costo Total	\$ 4,19

23%

Precio sin IVA \$ 17,86 100%

Precio de venta \$ 20,00 112%

Margen \$ 13,67 77%

Jarra Gin & Tonic

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	240	Tanqueray	\$ 21,00	\$ 6,72
ml	400	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,29
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
			Costo Total	\$ 7,54

28%

Precio sin IVA \$ 26,79 100%

Precio de venta \$ 30,00 112%

Margen \$ 19,25 72%

Jarra Gin & Tonic

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	240	Bombay	\$ 27,67	\$ 8,85
ml	400	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,29
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
			Costo Total	\$ 9,67

27%

Precio sin IVA \$ 35,71 100%

Precio de venta \$ 40,00 112%

Margen \$ 26,04 73%

Jarra Vodka & Tonic

Rendimiento		4 pax		
Numero de Porciones		4 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	240	Aria	\$ 7,64	\$ 2,45
ml	400	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,29
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
Costo Total			\$ 3,27	24%
Precio sin IVA			\$ 13,39	100%
Precio de venta			\$ 15,00	112%
Margen			\$ 10,13	76%

Jarra Vodka & Tonic

Rendimiento		4 pax		
Numero de Porciones		4 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	240	Poliakov	\$ 8,03	\$ 2,57
ml	400	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,29
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
Costo Total			\$ 3,39	21%
Precio sin IVA			\$ 16,07	100%
Precio de venta			\$ 18,00	112%
Margen			\$ 12,68	79%

Jarra Vodka & Tonic

Rendimiento		4 pax		
Numero de Porciones		4 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	240	Absolute	\$ 23,31	\$ 7,46
ml	400	Agua Tónica	\$ 2,17	\$ 0,29
ml	30	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,35
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18
Costo Total			\$ 8,28	26%
Precio sin IVA			\$ 31,25	100%
Precio de venta			\$ 35,00	112%
Margen			\$ 22,97	74%

Jarra Screw Driver

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	240	Aria	\$ 7,64	\$ 2,45	
ml	400	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,25	
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18	
			Costo Total	\$ 2,88	21%
			Precio sin IVA	\$ 13,39	100%
			Precio de venta	\$ 15,00	112%
			Margen	\$ 10,52	79%

Jarra Screw Driver

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	240	Absolute	\$ 23,31	\$ 7,46	
ml	400	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,25	
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18	
			Costo Total	\$ 7,89	25%
			Precio sin IVA	\$ 31,25	100%
			Precio de venta	\$ 35,00	112%
			Margen	\$ 23,36	75%

Jarra Screw Driver

Rendimiento 4 pax
Numero de Porciones 4 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	240	Poliakov	\$ 8,03	\$ 2,57	
ml	400	Jugo de naranja	\$ 2,00	\$ 0,25	
g	700	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,18	
			Costo Total	\$ 3,00	19%
			Precio sin IVA	\$ 16,07	100%
			Precio de venta	\$ 18,00	112%
			Margen	\$ 13,07	81%

Botella Aria

Rendimiento 12 pax
Numero de Porciones 12 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	750	Aria	\$ 7,64	\$ 7,64	
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21	
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08	
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08	
			Costo Total	\$ 9,01	20%
			Precio sin IVA	\$ 44,64	100%
			Precio de venta	\$ 50,00	112%
			Margen	\$ 35,63	80%

Botella Absolute

Rendimiento 12 pax
Numero de Porciones 12 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	750	Absolute	\$ 23,31	\$ 23,31	
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21	
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08	
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08	
			Costo Total	\$ 24,68	31%
			Precio sin IVA	\$ 80,36	100%
			Precio de venta	\$ 90,00	112%
			Margen	\$ 55,67	69%

Botella Poliakov

Rendimiento 12 pax
Numero de Porciones 12 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	750	Poliakov	\$ 8,03	\$ 8,03	
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21	
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08	
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08	
			Costo Total	\$ 9,40	19%
			Precio sin IVA	\$ 49,11	100%
			Precio de venta	\$ 55,00	112%
			Margen	\$ 39,71	81%

Botella Grey Goose

Rendimiento 12 pax
Numero de Porciones 12 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	750	Grey Goose	\$ 42,96	\$ 42,96	
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21	
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08	
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08	
			Costo Total	\$ 44,33	31%
			Precio sin IVA	\$ 142,86	100%
			Precio de venta	\$ 160,00	112%
			Margen	\$ 98,52	69%

Botella Under Dry

Rendimiento 16 pax
 Numero de Porciones 16 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	1000	Under Dry	\$ 11,50	\$ 11,50	
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21	
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08	
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08	
			Costo Total	\$ 12,87	21%
			Precio sin IVA	\$ 62,50	100%
			Precio de venta	\$ 70,00	112%
			Margen	\$ 49,63	79%

Botella Tanqueray

Rendimiento 12 pax
 Numero de Porciones 12 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	750	Tanqueray	\$ 21,00	\$ 21,00	
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21	
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08	
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08	
			Costo Total	\$ 22,37	28%
			Precio sin IVA	\$ 80,36	100%
			Precio de venta	\$ 90,00	112%
			Margen	\$ 57,99	72%

Botella Gibson

Rendimiento 11 pax
 Numero de Porciones 11 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	700	Gibson	\$ 9,82	\$ 9,82	
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21	
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08	
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08	
			Costo Total	\$ 11,19	19%
			Precio sin IVA	\$ 58,04	100%
			Precio de venta	\$ 65,00	112%
			Margen	\$ 46,84	81%

Botella Bombay

Rendimiento 12 pax
 Numero de Porciones 12 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total	
ml	750	Bombay	\$ 27,67	\$ 27,67	
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21	
ml	1500	Agua tónica	\$ 2,17	\$ 1,08	
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08	
			Costo Total	\$ 29,04	33%
			Precio sin IVA	\$ 89,29	100%
			Precio de venta	\$ 100,00	112%
			Margen	\$ 60,25	67%

Botella San Miguel Gold/Silver

Rendimiento 12 pax
 Numero de Porciones 12 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total		
ml	750	San Miguel	\$ 6,25	\$ 6,25		
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21		
ml	1500	Coca Cola	\$ 2,34	\$ 1,17		
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08		
				Costo Total	\$ 7,71	19%
				Precio sin IVA	\$ 40,18	100%
				Precio de venta	\$ 45,00	112%
				Margen	\$ 32,47	81%

Botella Bacardi

Rendimiento 12 pax
 Numero de Porciones 12 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total		
ml	750	Bacardi	\$ 11,50	\$ 11,50		
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21		
ml	1500	Coca Cola	\$ 2,34	\$ 1,17		
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08		
				Costo Total	\$ 12,96	21%
				Precio sin IVA	\$ 62,50	100%
				Precio de venta	\$ 70,00	112%
				Margen	\$ 49,54	79%

Botella Label 5

		Rendimiento	11 pax	
		Numero de Porciones	11 Porciones	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	700	Label 5	\$ 9,82	\$ 9,82
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 9,90
				17%
			Precio sin IVA	\$ 58,04
				100%
			Precio de venta	\$ 65,00
				112%
			Margen	\$ 48,14
				83%

Botella Old Parr

		Rendimiento	12 pax	
		Numero de Porciones	12 Porciones	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Old Parr	\$ 36,88	\$ 36,88
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 36,95
				30%
			Precio sin IVA	\$ 125,00
				100%
			Precio de venta	\$ 140,00
				112%
			Margen	\$ 88,05
				70%

Botella Jhonnie W. Rojo

		Rendimiento	12 pax	
		Numero de Porciones	12 Porciones	
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Jhonnie W. Rojo	\$ 17,43	\$ 17,43
g	300	Hielo	\$ 0,77	\$ 0,08
			Costo Total	\$ 17,51
				25%
			Precio sin IVA	\$ 71,43
				100%
			Precio de venta	\$ 80,00
				112%
			Margen	\$ 53,92
				75%

Botella El Charro Silver/Gold

Rendimiento		12 pax		
Numero de Porciones		12 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	El Charro	\$ 13,50	\$ 13,50
g	100	Limón	\$ 1,31	\$ 0,19
g	15	Sal	\$ 0,43	\$ 0,01
			Costo Total	\$ 13,69
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 62,50
			<i>Precio de venta</i>	\$ 70,00
			<i>Margen</i>	\$ 48,81
				22%
				100%
				112%
				78%

Botella Jagermeister

Rendimiento		15 pax		
Numero de Porciones		15 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	700	Jagermeister	\$ 29,00	\$ 29,00
ud	4	Energizante	\$ 0,75	\$ 3,00
			Costo Total	\$ 32,00
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 107,14
			<i>Precio de venta</i>	\$ 120,00
			<i>Margen</i>	\$ 75,14
				30%
				100%
				112%
				70%

Botella Jose Cuervo Gold

Rendimiento		12 pax		
Numero de Porciones		12 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	750	Jose Cuervo	\$ 40,13	\$ 40,13
ud	4	Limón	\$ 1,31	\$ 0,19
g	15	Sal	\$ 0,43	\$ 0,01
			Costo Total	\$ 40,32
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 133,93
			<i>Precio de venta</i>	\$ 150,00
			<i>Margen</i>	\$ 93,61
				30%
				100%
				112%
				70%

Botella Aguardiente

Rendimiento		15 pax		
Numero de Porciones		15 Porciones		
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	700	Aguardiente	\$ 16,33	\$ 16,33
ml	200	Zumo de limón	\$ 2,08	\$ 0,21
			Costo Total	\$ 16,54
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 62,50
			<i>Precio de venta</i>	\$ 70,00
			<i>Margen</i>	\$ 45,96
				26%
				100%
				112%
				74%

Shot Tequila

Rendimiento				
				1 pax
Numero de Porciones				
				1 Porciones
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	45	El Charro	\$ 13,50	\$ 0,81
g	15	Limón	\$ 1,31	\$ 0,03
			Costo Total	\$ 0,84
				19%
			Precio sin IVA	\$ 4,46
				100%
			Precio de venta	\$ 5,00
				112%
			Margen	\$ 3,63
				81%

Promoción 2 Shots Tequila

Rendimiento				
				2 pax
Numero de Porciones				
				2 Porciones
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	45	El Charro	\$ 13,50	\$ 0,81
ml	45	El Charro	\$ 13,50	\$ 0,81
g	30	Limón	\$ 1,31	\$ 0,06
			Costo Total	\$ 1,68
				23%
			Precio sin IVA	\$ 7,14
				100%
			Precio de venta	\$ 8,00
				112%
			Margen	\$ 5,47
				77%

Shot Tequila

Rendimiento				
				1 pax
Numero de Porciones				
				1 Porciones
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	45	Jose Cuervo	\$ 40,13	\$ 2,41
g	15	Limón	\$ 1,31	\$ 0,03
			Costo Total	\$ 2,44
				27%
			Precio sin IVA	\$ 8,93
				100%
			Precio de venta	\$ 10,00
				112%
			Margen	\$ 6,49
				73%

Shot Aguardiente

Rendimiento 1 pax
 Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	45	Aguardiente	\$ 21,94	\$ 0,99
g	15	Limón	\$ 1,31	\$ 0,03
Costo Total				\$ 1,02
				23%
Precio sin IVA				\$ 4,46
				100%
Precio de venta				\$ 5,00
				112%
Margen				\$ 3,45
				77%

Promoción 2 Shots Aguardiente

Rendimiento 2 pax
 Numero de Porciones 2 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ml	45	Aguardiente	\$ 21,94	\$ 0,99
ml	45	Aguardiente	\$ 21,94	\$ 0,99
g	30	Limón	\$ 1,31	\$ 0,06
Costo Total				\$ 2,03
				28%
Precio sin IVA				\$ 7,14
				100%
Precio de venta				\$ 8,00
				112%
Margen				\$ 5,11
				72%

Budweiser

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ud	1	Budweiser	\$ 0,51	\$ 0,51
			Costo Total	\$ 0,51
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 2,68
			<i>Precio de venta</i>	\$ 3,00
			<i>Margen</i>	\$ 2,17

19%
100%
112%
81%

Club

Rendimiento 1 pax
Numero de Porciones 1 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ud	1	Club	\$ 0,62	\$ 0,62
			Costo Total	\$ 0,62
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 4,46
			<i>Precio de venta</i>	\$ 5,00

14%
100%
112%

Promoción 2 Budweiser

Rendimiento 2 pax
Numero de Porciones 2 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ud	1	Budweiser	\$ 0,51	\$ 0,51
ud	1	Budweiser	\$ 0,51	\$ 0,51
			Costo Total	\$ 1,02
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 4,46
			<i>Precio de venta</i>	\$ 5,00
			<i>Margen</i>	\$ 3,44

23%
100%
112%
77%

Promoción 2 Club

Rendimiento 2 pax
Numero de Porciones 2 Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ud	1	Club	\$ 0,62	\$ 0,62
ud	1	Club	\$ 0,62	\$ 0,62
			Costo Total	\$ 1,24
			<i>Precio sin IVA</i>	\$ 7,14
			<i>Precio de venta</i>	\$ 8,00
			<i>Margen</i>	\$ 5,90

17%
100%
112%
83%

Sub receta Zumo de Limón

Rendimiento	2000	ml
Tamaño de porcion	15	ml
Numero de Porciones	133,333333	Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ud	16	Limón	\$ 0,13	\$ 2,00
g	100	Azucar	\$ 0,78	\$ 0,08
				\$ -
Costo Total			\$	2,08

Sub receta Jugo de Naranja

Rendimiento	3200	ml
Tamaño de porcion	60	ml
Numero de Porciones	53,333333	Porciones

Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x ml/g	Total
ud	25	Naranja	\$ 0,08	\$ 2,00
g	100	Azucar	\$ 0,78	\$ 0,08
Costo Total			\$	2,08

Anexo 2

CERVEZAS



\$3
2x \$5



\$5
2x \$8

AGUA \$2

SPEED \$3

Energizante

BASSICK

SÍGUENOS

SHOTS

EL CHARRO	\$5	2 X \$8
AGUARDIENTE	\$5	2 X \$8
JOSÉ CUERVO	\$10	

COCTELES CLÁSICOS



MOJITO/ CUBA LIBRE

\$4 ★ RON SAN MIGUEL	\$5 ★★ BACARDÍ	\$6 ★★★ RON ABUELO
----------------------------	----------------------	--------------------------

MARGARITA TEQUILA SUNRISE	\$5 ★★ EL CHARRO	\$10 ★★★ JOSÉ CUERVO
------------------------------	------------------------	----------------------------

SCREW DRIVER SEX ON THE BEACH VODKA TONIC	\$4 ★ VODKA ARIA	\$5 ★★ POLIAKOV	\$8 ★★★ ABSOLÜTE
---	------------------------	-----------------------	------------------------

WHISKY ON THE ROCKS	\$4 ★ LABEL 5	\$6 ★★ JHONNY ROJO	\$10 ★★★ OLD PARR
------------------------	---------------------	--------------------------	-------------------------

NEAT	\$4 ★ UNDER DRY	\$5 ★★ GIBSON'S	\$7 ★★★ TANQUERAY	\$8 ★★★ Bombay
------	-----------------------	-----------------------	-------------------------	----------------------

GIN TONIC	\$4 ★ UNDER DRY	\$5 ★★ GIBSON'S	\$7 ★★★ TANQUERAY	\$8 ★★★ Bombay
-----------	-----------------------	-----------------------	-------------------------	----------------------

JAGER BOMB

\$10 **2X \$18**

JARRAS

BASSICK BULLET <small>Vodka, Ron, Gln, Coca Cola, Zumo de limón</small>	\$20
BLUE LONG ISLAND <small>Vodka, Ron, Gln, Tequila, Blue Curacao, Sprite, Zumo de limón</small>	\$25

CUBA LIBRE	\$15 ★	\$25 ★★	\$30 ★★★
GIN TONIC	\$20 ★	\$25 ★★	\$35 ★★★
VODKA TONIC	\$15 ★	\$18 ★★	\$35 ★★★
SCREW DRIVER	\$15 ★	\$18 ★★	\$35 ★★★

BOTELLAS

VODKA

Aria (750ml)	\$50
Poliakov (750ml)	\$55
Absolute (750ml)	\$90
Grey Goose (750ml)	\$150

GIN

Under Dry (1L)	\$70
Gibson (700ml)	\$65
Tanqueray (750ml)	\$90
Bombay (750ml)	\$100

RON

San Miguel Silver (750ml)	\$45
San Miguel Gold (750ml)	\$45
Bacardí (750ml)	\$70

WHISKY

Label 5 (700ml)	\$65
Red Label (750ml)	\$80
Old Parr (750ml)	\$140

AGUARDIENTE

Antioqueño (700ml)	\$70
--------------------------	------

TEQUILA

El Charro Silver (750ml)	\$70
El Charro Gold (750ml)	\$70
José Cuervo (750ml)	\$150

JAGERMEISTER

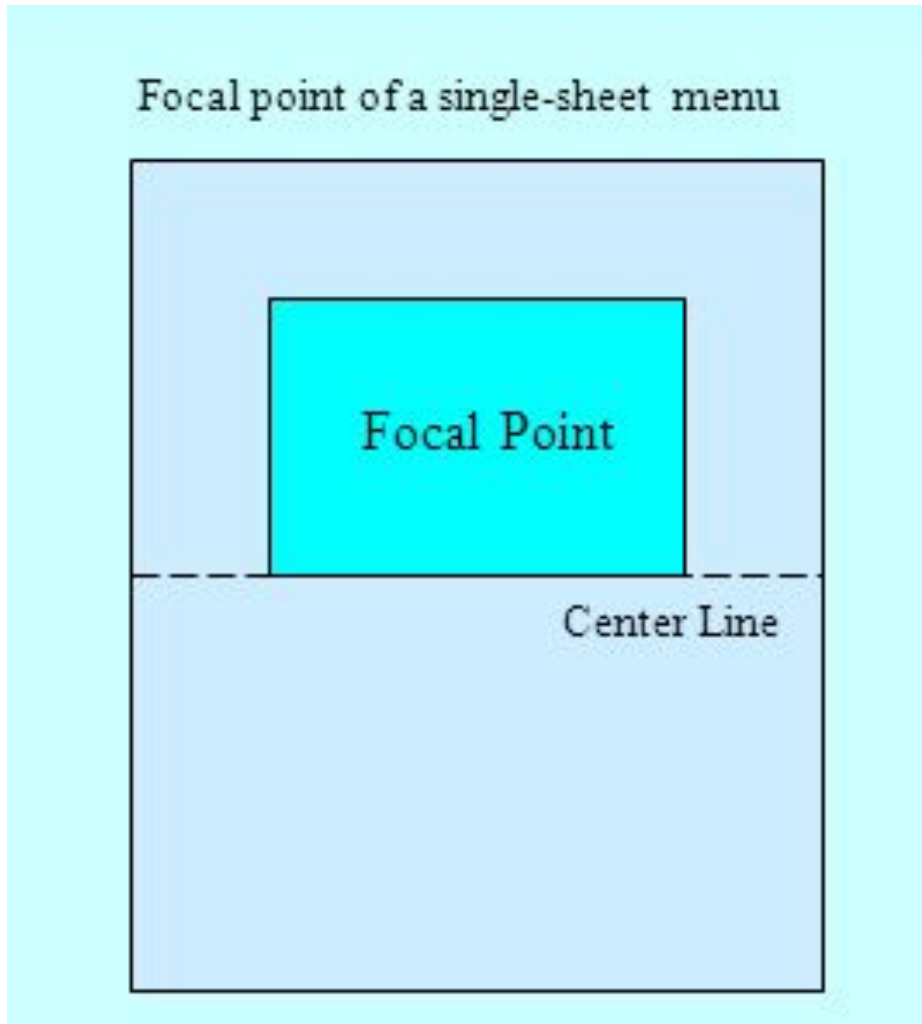
Jagermeister (700ml) <small>(Incluye 4 energizantes)</small>	\$120
---	-------

*Nuestros precios incluyen IVA

BASSICK

SÍGUENOS

Anexo 2.1



Anexo 3

HOJA DE TRANSFERENCIA				
Nombre empleado		Fecha: 16-Ago-18		
Emisor del ítem: Alejandro		Transferencia #: 001		
Recepción del ítem: Ivonne		Desde: Bodega		
		Bar #: 1		
Item	B. Cerradas	B. Abiertas	Total (ml/gr)	Costo
Under Dry	1	1	1420 ml	\$ 16,33
Gibson	1	1	1300 ml	\$ 18,24
Tanqueray	1	1	1170 ml	\$ 32,76
Bombay Sapphire	1	1	1410 ml	\$ 52,02
Aria	2	0	1500 ml	\$ 15,29
Poliakov	1	1	1230 ml	\$ 13,16
Absolute	1	1	1410 ml	\$ 43,83
Grey Goose	1	0	750 ml	\$ 42,96
San Miguel Gold	2	1	1680 ml	\$ 14,00
San Miguel Silver	2	0	1500 ml	\$ 12,50
Bacardi Carta Blanca	1	0	750 ml	\$ 11,50
Abuelo	1	0	1750 ml	\$ 22,32
Label 5 Classic	2	0	1400 ml	\$ 19,64
Label 5 Classic 1L	1	1	1720 ml	\$ 24,56
Jhonnie Walker Rojo	2	0	1500 ml	\$ 34,86
Old Parr	3	1	2850 ml	\$ 140,13
El Charro Silver	1	1	1350 ml	\$ 24,30
El Charro Gold	1	0	750 ml	\$ 13,50
Jose Cuervo	1	0	750 ml	\$ 40,13
Jagermeister	1	1	1150 ml	\$ 47,64
Aguardiente	1	0	700 ml	\$ 16,33
Aguardiente 1L	1	0	1000 ml	\$ 21,94
Blue Curacao	1	0	750 ml	\$ 6,84
Budweiser	180		ud	\$ 91,80
Club	60		ud	\$ 37,28
Aguas	120		ud	\$ 26,79
Energizantes	24		ud	\$ 18,00
Coca Cola	3		9000 ml	\$ 7,03
Sprite	2		6000 ml	\$ 4,71
Agua Tónica	3		9000 ml	\$ 6,51
Granadina	1		650 gr	\$ 2,47
Jugo de Cramberry	1		3000 ml	\$ 8,47
Jugo de Naranja	1		1600 ml	\$ 1,04
Zumo de limón	1		1000 ml	\$ 1,04
Hierba Buena	1		45 gr	\$ 0,67
			TOTAL	\$ 890,58
Firma autorizada		Firma empleado		

HOJA CIERRE DE BARRA				
Nombre Empleado		Fecha: 16-Ago-18		
Emisor del ítem: Ivonne		Cierre de barra #: 001		
Recepción del ítem: Alejandro		Bar #: 1		
		Hacia: Bodega		
Item	B. Cerradas	B. Abiertas	Total (ml/ gr)	Costo
Under Dry	0	0	0 ml	\$ -
Gibson	1	1	940 ml	\$ 13,19
Tanqueray	1	1	1050 ml	\$ 29,40
Bombay Sapphire	1	1	1110 ml	\$ 40,95
Aria	1	1	1380 ml	\$ 14,06
Poliakov	1	1	990 ml	\$ 10,60
Absolute	1	1	1230 ml	\$ 38,23
Grey Goose	1	0	750 ml	\$ 42,96
San Miguel Gold	0	1	60 ml	\$ 0,50
San Miguel Silver	0	1	510 ml	\$ 4,25
Bacardi Carta Blanca	0	1	570 ml	\$ 8,74
Abuelo	1	0	1750 ml	\$ 22,32
Label 5 Classic	2	0	1400 ml	\$ 19,64
Label 5 Classic 1L	1	1	1120 ml	\$ 15,99
Jhonnie Walker Rojo	0	1	30 ml	\$ 0,70
Old Parr	1	1	1290 ml	\$ 63,43
El Charro Silver	1	1	855 ml	\$ 15,39
El Charro Gold	1	0	750 ml	\$ 13,50
Jose Cuervo	1	0	750 ml	\$ 40,13
Jagermeister	1	1	1060 ml	\$ 43,91
Aguardiente	1	0	700 ml	\$ 16,33
Aguardiente 1L	1	0	1000 ml	\$ 21,94
Blue Curacao	1	0	750 ml	\$ 6,84
Budweiser	28		ud	\$ 14,28
Club	9		ud	\$ 5,59
Aguas	22		ud	\$ 4,91
Energizantes	23		ud	\$ 17,25
Coca Cola	1	1	4260 ml	\$ 3,33
Sprite	1	1	5700 ml	\$ 4,48
Agua Tónica	1	1	4020 ml	\$ 2,91
Granadina	1		650 gr	\$ 2,47
Jugo de Cramberry	1		3000 ml	\$ 8,47
Jugo de Naranja		1	1360 ml	\$ 0,88
Zumo de Limón			60 ml	\$ 0,06
Hierba Buena		1	25 gr	\$ 0,37
			TOTAL	\$ 548,01
Firma autorizada		Firma empleado		

HOJA DE CORTESÍAS			
Cortesía #: 001		Fecha: 16-Ago-18	
		Bar #: 1	
Item	Cantidad	Precio	Total
Budweiser	22	\$ 0,51	\$ 11,22
Club	6	\$ 0,62	\$ 3,73
Agua	22	\$ 0,22	\$ 4,91
Energizante	4	\$ 0,75	\$ 3,00
Screw Driver Aria	3	\$ 0,72	\$ 2,17
Shot Jagermeister	1	\$ 1,86	\$ 1,86
Shot Tequilla El Charro Silver	3	\$ 0,84	\$ 2,51
Shot Tequilla Jose Cuervo	0	\$ 2,44	\$ -
Shot Aguardiente	1	\$ 1,02	\$ 1,02
Old Parr On the Rocks	1	\$ 2,99	\$ 2,99
Label 5 On the Rocks	3	\$ 0,90	\$ 2,70
Cuba Libre Ron San Miguel Gold	1	\$ 0,64	\$ 0,64
Mojito Ron San Miguel Silver	1	\$ 0,67	\$ 0,67
Mojito Bacardi	0	\$ 1,09	\$ -
Botella Old Parr	1	\$ 36,95	\$ 36,95
Jarra Gin Tonic Gibson	1	\$ 4,33	\$ 4,33
		TOTAL	\$ 78,71

INVENTARIO BODEGA PRINCIPAL

Nombre Item	Medida (ml)	Costo	Cantidad		Total (ml)	Total costo	Cantidad Transfer Out		Total (ml)	Total costo	Cantidad Transfer In		Total (ml)	Total costo	Cantidad		Total (ml)	Total costo					
			B. Cerradas	B. Abiertas			B. Cerradas	B. Abiertas			B. Cerradas	B. Abiertas			B. Cerradas	B. Abiertas							
Under Dry	1000	\$ 11,50	2	1	2420	\$ 27,83	2	1	2420	\$ 27,83	0	1	460	\$ 5,29	0	1	460	\$ 5,29					
Gibson	700	\$ 9,82	2	2	2500	\$ 35,08	2	2	2500	\$ 35,08	2	1	1600	\$ 22,45	2	1	1600	\$ 22,45					
Tanqueray	750	\$ 21,00	2	1	1920	\$ 53,76	2	1	1920	\$ 53,76	1	2	1740	\$ 48,72	1	2	1740	\$ 48,72					
Bombay Sapphire	750	\$ 27,67	2	1	2160	\$ 79,69	2	1	2160	\$ 79,69	2	1	1860	\$ 68,62	2	1	1860	\$ 68,62					
Aria	750	\$ 7,64	2	1	1920	\$ 19,57	2	1	1920	\$ 19,57	1	1	1200	\$ 12,23	1	1	1200	\$ 12,23					
Poliakov	750	\$ 8,03	5	2	4290	\$ 45,91	3	2	2790	\$ 29,86	3	1	2490	\$ 26,65	5	1	3990	\$ 42,70					
Absolute	750	\$ 23,31	2	2	2760	\$ 85,79	2	2	2760	\$ 85,79	2	2	2280	\$ 70,87	2	2	2280	\$ 70,87					
Grey Goose	750	\$ 42,96	1	0	750	\$ 42,96	1	0	750	\$ 42,96	1	0	750	\$ 42,96	1	0	750	\$ 42,96					
Bacardi Carta Blanca	750	\$ 11,50	1	1	1170	\$ 17,94	1	1	1170	\$ 17,94	0	2	690	\$ 10,58	0	2	690	\$ 10,58					
San Miguel Gold	750	\$ 6,25	4	2	3420	\$ 28,50	4	2	3420	\$ 28,50	1	0	750	\$ 6,25	1	0	750	\$ 6,25					
San Miguel Silver	750	\$ 6,25	4	0	3000	\$ 25,00	4	0	3000	\$ 25,00	1	2	1830	\$ 15,25	1	2	1830	\$ 15,25					
Abuelo	1750	\$ 22,32	2	0	3500	\$ 44,64	2	0	3500	\$ 44,64	2	0	3500	\$ 44,64	2	0	3500	\$ 44,64					
Label 5 Classic	700	\$ 9,82	3	0	2100	\$ 29,46	3	0	2100	\$ 29,46	3	0	2100	\$ 29,46	3	0	2100	\$ 29,46					
Label 5 Classic 1L	1000	\$ 14,28	2	2	3080	\$ 43,97	2	2	3080	\$ 43,97	0	2	1420	\$ 20,27	0	2	1420	\$ 20,27					
Jhonnie W. Rojo	750	\$ 17,43	4	0	3000	\$ 69,71	4	0	3000	\$ 69,71	1	2	1410	\$ 32,77	1	2	1410	\$ 32,77					
Old Parr	750	\$ 36,88	7	2	5910	\$ 290,58	5	2	4410	\$ 216,83	0	2	930	\$ 45,73	2	2	2430	\$ 119,48					
El Charro Silver	750	\$ 13,50	1	2	2010	\$ 36,18	1	2	2010	\$ 36,18	0	2	1035	\$ 18,63	0	2	1035	\$ 18,63					
El Charro Gold	750	\$ 13,50	1	1	1230	\$ 22,14	1	1	1230	\$ 22,14	1	1	1230	\$ 22,14	1	1	1230	\$ 22,14					
Jose Cuervo	750	\$ 40,13	2	0	1500	\$ 80,25	2	0	1500	\$ 80,25	1	1	1410	\$ 75,44	1	1	1410	\$ 75,44					
Jagermeister	700	\$ 29,00	6	1	4650	\$ 192,64	3	1	2550	\$ 105,64	3	1	2415	\$ 100,05	6	1	4515	\$ 187,05					
Aguardiente	700	\$ 16,33	2	0	1400	\$ 32,66	2	0	1400	\$ 32,66	2	0	1400	\$ 32,66	2	0	1400	\$ 32,66					
Aguardiente 1L	1000	\$ 21,94	2	0	2000	\$ 43,88	2	0	2000	\$ 43,88	0	2	1865	\$ 40,91	0	2	1865	\$ 40,91					
Blue Curacao	750	\$ 6,84	2	0	1500	\$ 13,68	2	0	1500	\$ 13,68	2	0	1500	\$ 13,68	2	0	1500	\$ 13,68					
TOTAL INVENTARIO INICIAL					\$ 1.361,82	TOTAL TRANSFER OUT					\$ 1.185,02	TOTAL TRANSFER IN					\$ 806,25	TOTAL INVENTARIO FINAL					\$ 983,05

OMBRE ITEM	Medida (unidad)	Costo	Cantidad	Total Costo	Cantidad	Total Costo	Cantidad	Total Costo	Cantidad	Total Costo
Botella de agua	1	\$ 0,22	720	\$ 160,71	240	\$ 53,57	24	\$ 5,36	504	\$ 112,50
Energizante	1	\$ 0,75	67	\$ 50,25	48	\$ 36,00	43	\$ 32,25	62	\$ 46,50
Budweiser	1	\$ 0,51	360	\$ 183,60	360	\$ 183,60	22	\$ 11,22	22	\$ 11,22
Club	1	\$ 0,62	120	\$ 74,56	120	\$ 74,56	13	\$ 8,08	13	\$ 8,08
INVENTARIO INICIAL			\$ 469,13	TRANSFER OUT	\$ 347,73	TRANSFER IN	\$ 56,90	ENTARIO FINAL	\$ 178,30	

NOMBRE ITEM	Medida (ml)	Cantidad	Costo	Total (ml)	Total Costo	Cantidad	Total (ml)	Total Costo	Cantidad		Total (ml)	Total Costo	Cantidad		Total (ml)	Total Costo			
									Cerradas	Abiertas			Cerradas	Abiertas					
Coca Cola	3000	7	\$ 2,34	21000	\$ 16,41	6	18000	\$ 14,06	3	1	10650	\$ 8,32	4	1	13650	\$ 10,66			
Sprite	3000	8	\$ 2,36	24000	\$ 18,86	4	12000	\$ 9,43	2	2	11280	\$ 8,86	6	2	23280	\$ 18,29			
Agua Tónica	3000	11	\$ 2,17	33000	\$ 23,87	6	18000	\$ 13,02	3	2	10360	\$ 7,49	8	2	25360	\$ 18,34			
Jugo de Cramberry	3000	2	\$ 8,47	6000	\$ 16,94	2	6000	\$ 16,94	2		6000	\$ 16,94	2		6000	\$ 16,94			
Jugo de Naranja	1600	2	\$ 1,04	3200	\$ 2,08	2	3200	\$ 2,08	2		2540	\$ 1,65	2		2540	\$ 1,65			
Jugo de Limón	1000	2	\$ 1,04	2000	\$ 2,08	2	2000	\$ 2,08	2		350	\$ 0,36	2		350	\$ 0,36			
TOTAL INVENTARIO INICIAL				\$ 80,23	TOTAL TRANSFER OUT				\$ 57,61	TOTAL TRANSFER IN				\$ 43,63	TOTAL INVENTARIO FINAL				\$ 66,25

NOMBRE ITEM	Medida (gr)	Cantidad	Costo	Total (gr)	Total Costo	Cantidad	Total (gr)	Total Costo	Cantidad		Total (gr)	Total Costo	Cantidad		Total (gr)	Total Costo			
									Cerradas	Abiertas			Cerradas	Abiertas					
Granadina	650	2	\$ 2,47	1300	\$ 4,95	2	1300	\$ 4,95	1	1	1255	\$ 4,78	1	1	1255	\$ 4,78			
Hierba Buena	45	2	\$ 0,67	90	\$ 1,34	2	90	\$ 1,34		2	30	\$ 0,45		2	30	\$ 0,45			
TOTAL INVENTARIO INICIAL				\$ 6,29	TOTAL TRANSFER OUT				\$ 6,29	TOTAL TRANSFER IN				\$ 5,22	TOTAL INVENTARIO FINAL				\$ 5,22

INVENTARIO INICIAL	\$ 1.917,47	TOTAL TRANSFER	\$ 1.596,45	TOTAL TRANSFI	\$ 912,0	INVENTARIO FINAL	\$ 1.232,8
--------------------	-------------	----------------	-------------	---------------	----------	------------------	------------

Anexo 4

ANALISIS DE VENTAS BARRA 1					
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Cuba Libre San Miguel	2	\$ 4,00	\$ 8,00	60	120
Botella San Miguel Gold	2	\$ 45,00	\$ 90,00	750	1500
Cortesía Cuba Libre San Miguel	1	\$ -	\$ -	60	60
		TOTAL \$	\$ 98,00	TOTAL ml	1680
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Mojito San Miguel	4	\$ 4,00	\$ 16,00	60	240
Botella San Miguel Silver	1	\$ 45,00	\$ 45,00	750	750
Cortesía Mojito San Miguel	1	\$ -	\$ -	60	60
		TOTAL \$	\$ 61,00	TOTAL ml	1050
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Cuba Libre Bacardí	2	\$ 5,00	\$ 10,00	60	120
Mojito Bacardí	1	\$ 5,00	\$ 5,00	60	60
		TOTAL \$	\$ 15,00	TOTAL ml	180
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Margarita El Charro	1	\$ 5,00	\$ 5,00	60	60
Shot El Charro Silver	3	\$ 5,00	\$ 15,00	45	135
Promoción Shot El Charro Silver	5	\$ 8,00	\$ 40,00	45	450
Cortesía Shot El Charro Silver	3	\$ -	\$ -	45	135
		TOTAL \$	\$ 60,00	TOTAL ml	780
Items	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Vodka Tonic Aria	2	\$ 4,00	\$ 8,00	60	120
Cortesía Screw Driver Aria	3	\$ -	\$ -	60	180
		TOTAL \$	\$ 8,00	TOTAL ml	300
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Screw Driver Poliakov	4	\$ 5,00	\$ 20,00	60	240
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Vodka Tonic Absolute	3	\$ 8,00	\$ 24,00	60	180
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Gin Tonic Under Dry	3	\$ 4,00	\$ 12,00	60	180
Jarra Gin Tonic Under Dry	1	\$ 20,00	\$ 20,00	240	240
Botella Under Dry	1	\$ 70,00	\$ 70,00	1000	1000
		TOTAL \$	\$ 102,00	TOTAL ml	1420
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Gin Tonic Gibson	2	\$ 5,00	\$ 10,00	60	120
Jarra Gin Tonic Gibson	1	\$ 25,00	\$ 25,00	240	240
Cortesía Jarra Gin Tonic Gibson	1	\$ -	\$ -	240	240
		TOTAL \$	\$ 35,00	TOTAL ml	600
Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Gin Tonic Tanqueray	2	\$ 7,00	\$ 14,00	60	120
tem	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Gin Tonic Bombay	1	\$ 8,00	\$ 8,00	60	60
Jarra Gin Tonic Bombay	1	\$ 45,00	\$ 45,00	240	240
		TOTAL \$	\$ 53,00	TOTAL ml	300

Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Whisky Label 5	10	\$ 4,00	\$ 40,00	60	600
Cortesía Whisky Label 5	3	\$ -	\$ -	60	180
		TOTAL \$	\$ 40,00	TOTAL ml	780

Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Whisky Red Label	12	\$ 6,00	\$ 72,00	60	720
Botella Red Label	1	\$ 80,00	\$ 80,00	750	750
		TOTAL \$	\$ 152,00	TOTAL ml	1470

Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Whisky Old Parr	1	\$ 10,00	\$ 10,00	60	60
Botella Old Parr	2	\$ 140,00	\$ 280,00	750	1500
Cortesía Whisky Old Parr	1	\$ -	\$ -	60	60
Cortesía Botella Old Parr	1	\$ -	\$ -	750	750
		TOTAL \$	\$ 290,00	TOTAL ml	2370

Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Promoción Jagerbomb	1	\$ 18,00	\$ 18,00	45	90
Cortesía Shot Jagermeister	1	\$ -	\$ -	45	45
		TOTAL \$	\$ 18,00	TOTAL ml	135

Item	Cantidad	Precio de venta	Total	ml x unidad	Total ml
Cortesía Shot Aguardiente	1	\$ -	\$ -	45	45

Item	Cantidad	Precio de venta	Total
Combo Budweiser	66	\$ 5,00	\$ 330,00
Budweiser	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Cortesía Budweiser	22	\$ -	\$ -
TOTAL ud	174	TOTAL \$	\$ 390,00

Item	Cantidad	Precio de venta	Total
Combo Club	22	\$ 8,00	\$ 176,00
Club	7	\$ 5,00	\$ 35,00
Cortesía Club	6	\$ -	\$ -
TOTAL ud	57	TOTAL \$	\$ 211,00

Item	Cantidad	Precio de venta	Total
Agua	98	\$ 2,00	\$ 196,00
Cortesía Agua	22	\$ -	\$ -
TOTAL ud	120	TOTAL \$	\$ 196,00

Item	Cantidad	Precio de venta	Total
Energizante	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Cortesía Energizante	4	\$ -	\$ -
TOTAL ud	5	TOTAL \$	\$ 3,00

TOTAL VENTAS con IVA	\$ 1.790,00
TOTAL VENTAS sin IVA	\$ 1.598,21

Anexo 4.1

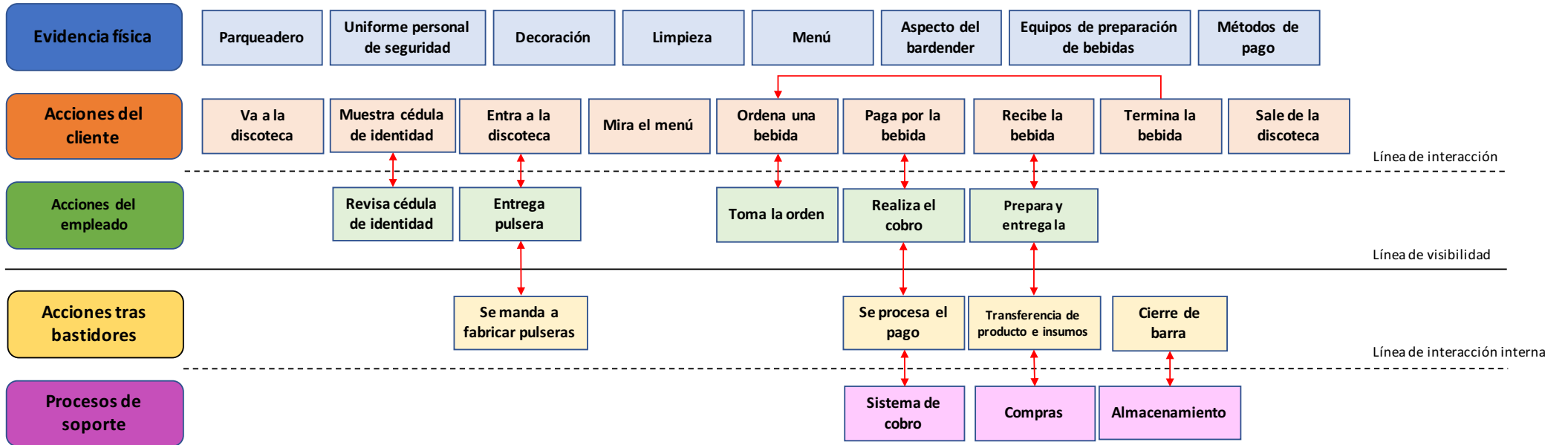
HOJA CIERRE DE BARRA AJUSTADO				
Nombre Empleado		Fecha: 16-Ago-18		
Emisor del item: Ivonne		Cierre de barra #: 001		
Recepción del item: Alejandro		Bar #: 1		
		Hacia: Bodega		
Item	B. Cerradas	B. Abiertas	Total (ml/ gr)	Costo
Under Dry	0	0	0 ml	\$ -
Gibson	1	0	700 ml	\$ 9,82
Tanqueray	1	1	1050 ml	\$ 29,40
Bombay Sapphire	1	1	1110 ml	\$ 40,95
Aria	1	1	1200 ml	\$ 12,23
Poliakov	1	1	990 ml	\$ 10,60
Absolute	1	1	1230 ml	\$ 38,23
Grey Goose	1	0	750 ml	\$ 42,96
San Miguel Gold	0	0	0 ml	\$ -
San Miguel Silver	0	1	450 ml	\$ 3,75
Bacardi Carta Blanca	0	1	570 ml	\$ 8,74
Abuelo	1	0	1750 ml	\$ 22,32
Label 5 Classic	2	0	1400 ml	\$ 19,64
Label 5 Classic 1L	0	1	940 ml	\$ 13,42
Jhonnie Walker Rojo	0	1	30 ml	\$ 0,70
Old Parr	0	1	480 ml	\$ 23,60
El Charro Silver	0	1	720 ml	\$ 12,96
El Charro Gold	1	0	750 ml	\$ 13,50
Jose Cuervo	1	0	750 ml	\$ 40,13
Jagermeister	1	1	1015 ml	\$ 42,05
Aguardiente	1	0	700 ml	\$ 16,33
Aguardiente 1L	0	1	955 ml	\$ 20,95
Blue Curacao	1	0	750 ml	\$ 6,84
Budweiser	6		ud	\$ 3,06
Club	3		ud	\$ 1,86
Aguas	0		ud	\$ -
Energizantes	19		ud	\$ 14,25
Coca Cola	1	1	4200 ml	\$ 3,28
Sprite	1	1	5640 ml	\$ 4,43
Agua Tónica	1	1	3620 ml	\$ 2,62
Granadina	1		650 gr	\$ 2,47
Jugo de Cramberry	1		3000 ml	\$ 8,47
Jugo de Naranja		1	1180 ml	\$ 0,77
Zumo de Limón			0 ml	\$ -
Hierba Buena		1	15 gr	\$ 0,22
			TOTAL	\$ 470,56
Firma autorizada		Firma empleado		

Anexo 5

	PUNTO DE VENTA	INVENTARIO BODEGA	FACTURAS	OUT	IN	INVENTARIO FINAL
LUGAR DE ALMACENAMIENTO	BODEGA PRINCIPAL	\$ 1.917,47	\$ -	\$ 1.596,65	\$ 912,01	\$ 1.232,82

			SIN AJUSTAR	AJUSTADO	SIN AJUSTAR	AJUSTADO		SIN AJUSTAR	AJUSTADO
	PUNTO DE VENTA	INVENTARIO BODEGA	INVENTARIO FINAL	INVENTARIO FINAL	COSTO DE VENTA	COSTO DE VENTA	VENTAS	BEVERAGE COST %	BEVERAGE COST %
PUNTOS DE VENTA	BAR #1	\$ 890,58	\$ 548,01	\$ 470,56	\$ 342,58	\$ 415,57	\$ 1.598,21	21,43%	26,00%
	BAR #2	\$ 706,07	\$ 471,93	\$ 441,45	\$ 234,13	\$ 260,19	\$ 1.102,68	21,23%	23,60%
	TOTAL	\$ 1.596,65	\$ 1.019,94	\$ 912,01	\$ 576,71	\$ 675,76	\$ 2.700,89	21,35%	25,02%

Anexo 7



Anexo 7.1

