

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**Estudio de Factibilidad del Restaurante Bread-House como una nueva  
alternativa orgánica, Quito-Ecuador**

**Emprendimiento**

**Jaime Nicolás Ordóñez Torres  
María Paula Villacreses Vicuña**

**Administración de Empresas de Hospitalidad**

Trabajo de titulación presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciado en Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, 15 de diciembre de 2016

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO  
COLEGIO DE HOSPITALIDAD, ARTE CULINARIO Y TURISMO

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Estudio de Factibilidad del Restaurante Bread-House como una nueva  
alternativa orgánica, Quito – Ecuador**

**Jaime Nicolás Ordóñez Torres  
María Paula Villacreses Vicuña**

Calificación

Nombre del profesor, Título académico      Mauricio Cepeda, MMH.

Firma del profesor

---

Quito, 15 de diciembre de 2016

## 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: Jaime Nicolás Ordóñez Torres

Código: 00116880

Cédula de Identidad: 1720589736

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: María Paula Villacreses Vicuña

Código: 00128410

Cédula de Identidad: 1716531932

Lugar y fecha: Quito, 15 de diciembre de 2016

## RESUMEN

El presente documento analiza el estudio de factibilidad de la panadería / restaurante, Bread House, con el fin de brindar a mujeres jóvenes de entre 18 a 35 años, familias, y amas de casa con sus hijos una opción de comida saludable, orgánica y a su vez, pan artesanal fresco todos los días. El establecimiento ofrecerá distintos platos dentro del menú, incluyendo desde sopas, ensaladas, sándwiches, panninis, cafés, smoothies, jugos, pasteles galletas, entre otros y una extensa variedad de panes. Todos los productos serán elaborados y preparados con alimentos de muy alta calidad y cultivados sin ningún tipo de pesticida para mantener la frescura de los mismos. El mercado meta tendrá un poder adquisitivo medio, medio-alto y alto; nuestro concepto sin duda, será una nueva alternativa para el mercado creciente de alimentos sanos de Cumbayá, Tumbaco, y zonas aledañas.

El diseño arquitectónico que implementará Bread House estará basado en espacios amplios ambientados con colores cálidos y terrales que darán la sensación de un ambiente campestre y hogareño. Contará con la capacidad máxima de 111 puestos distribuidos alrededor del local en mesas de 4 y 5 personas, incluyendo mesas en la parte exterior las cuales estarán junto al jardín. Además, el establecimiento dispondrá del área de panadería, donde se expondrán los tipos de panes y pastas disponibles en el momento, la cual será adecuada para que el tránsito de clientes sea cómodo. El tipo de servicio de nuestra panadería/ restaurante será a la carta para ofrecer un trato más personalizado.

El plan de marketing que se utilizará serán distintos canales de comunicación, con especial énfasis en las redes sociales (Facebook e Instagram), y páginas web; también se utilizarán medios impresos como revistas y volantes; sin embargo, consideramos que el boca a boca será nuestro principal vínculo para el éxito y crecimiento de nuestro restaurante. Bread House es independiente, contara con 15 empleados en total, todos con diferentes roles. Contaremos con un administrador el cual se encargará de supervisar y controlar todas las operaciones del local y garantizar la satisfacción del cliente; 5 personas a cargo del servicio que se dividirán entre, un jefe de meseros, meseros y una persona encargada de la limpieza. Por otro lado, estará el cajero con responsabilidades de cobrar todas las cuentas en el menor tiempo posible y realizar balances y cuadros de caja para mantener la operación contable. Además 5 personas más como personal de cocina, entre estos estarán, chef ejecutivo, sous chef, cocinero, chef panadería y panadero, y por ultimo contaremos con un bartender que maneje la producción de bebidas tomando siempre en cuenta la seguridad y salud alimentaria de quienes nos visitarán.

Para la implementación del restaurante, Bread House requiere de una inversión inicial de \$104.000 la misma que se financiará en un 30% con capital propio y el restante con un préstamo en el Banco del Pichincha. Es un proyecto rentable ya que tiene un valor actual neto de \$84.938,04; una tasa de interna de retorno del 58%, la cual supera la tasa de interés bancaria de 8,1%. Finalmente se recuperará la inversión en 1 año y 9 meses.

## ABSTRACT

This paper analyzes the feasibility study of the bakery / restaurant, Bread House, to provide young women aged 18 to 35 years, families, and housewives with their children a choice of healthy, organic food and, fresh daily artisan bread. The establishment will offer different options in the menu, like soups, salads, panninis, coffee, smoothies, juices, cakes, biscuits, among others, and a diverse variety of breads. All products will be prepared following high quality standards and cultivated without any pesticides to maintain the product fresh. The target market will have a medium, medium-high and high purchasing power; our concept will undoubtedly be a new alternative for the growing market for healthy food in Cumbayá, Tumbaco, and surrounding areas.

The architectural design that will implement Bread House will be based on open spaces and land breezes acclimated with warm colors that give the feel of a rustic and homey atmosphere. It will have a maximum capacity of 111 seats distributed around the site in tables of 4 and 5 people, including tables on the outside that will be next to the garden. In addition, the bakery area will be exhibited with the fresh bread available at the moment. The type of service our bakery / restaurant will provide is table service to offer a more personalized service.

The marketing plan will be based on different communication channels, with special emphasis on social networks (Facebook and Instagram), and web pages; print media such as magazines and leaflets will also be used; however, we believe that the word of mouth is our main link to the success and growth of our restaurant. Bread House is independent, it has 15 employees in total, all with different roles. We will have an administrator who will oversee and monitor all local operations and ensure customer satisfaction; 5 people in charge of the service, being divided between a head of waiters, waiters and a person responsible for cleaning. On the other hand, will be the cashier with the responsibility for all accounts receivable in the shortest possible time and make cash balances and tabulated accounting transaction. In addition, 5 more people as kitchen staff, among these are, executive chef, sous chef, cook, chef bakery and baker, and finally we will have a bartender who will handle the production of beverages while considering food security and health of those who will visit us.

For the implementation of the restaurant, Bread House requires an initial investment of \$ 104,000 the same to be financed with 30% of our own capital and the remaining with a loan from Banco del Pichincha. It is a profitable project because it has a net present value of \$84,938.04; an internal rate of return of 58%, which exceeds the bank interest rate of 8.1%. Finally, the investment will be paid back in 1 year and 9 months.

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN Y CONCEPTO DEL PROYECTO.....	10
1. Sumario ejecutivo.....	10
2. Concepto del proyecto.....	12
 DESARROLLO.....	 14
3. Estudio de factibilidad.....	14
3.1. Entornos macroeconómico.....	14
3.1.1. Entorno Político.....	15
3.1.2. Entorno Económico.....	15
3.1.3. Entorno Social.....	17
3.1.4. Entorno Tecnológico.....	18
3.2. Análisis del Sitio.....	19
3.2.1. Localización.....	19
3.2.2. Adaptabilidad y conveniencia física.....	19
3.2.2. Acceso y Visibilidad.....	19
3.2.3. Servicios Básicos.....	20
3.2.4. Situación Legal y Regulaciones.....	20
3.3. Análisis del Vecindario.....	21
3.4 Análisis del Área de mercado.....	25
3.4.1. Perímetro.....	25
3.4.2. Variables Demográficas y Económicas.....	26
3.5 Análisis de la Oferta.....	30
3.6 Análisis de Demanda.....	33
3.6.1. Cálculo de Muestra.....	34
3.6.2. Proyección de la Demanda.....	35
3.7 Pronóstico de Ingresos y gastos.....	36
3.7.1. Restaurante.....	36
3.7.2. Panadería.....	39
3.8 Análisis de la Rentabilidad del proyecto.....	41
3.8.1. Flujos y Valoración del Proyecto.....	41
3.8.2. Inversión y Rentabilidad del Proyecto.....	43
3.8.3. Cálculo de los Indicadores de Rentabilidad.....	44
4. Diseño y arquitectura.....	47
4.1 Planos y Diseños de Áreas.....	49
4.1.1. Implantación General Propiedad.....	50
4.1.2. Planta General Restaurante.....	51
4.1.3. Diseño de Áreas y Espacios.....	52
4.2. Programa de Espacios.....	55
4.3.División de Espacios y Funciones.....	57
4.3.1. Front of the House.....	57
4.3.2. Back of the House.....	59

4.3.3. Áreas Exteriores.....	61
4.3.4. Parqueo y Circulación Vehicular.....	62
4.3.5. Local de Arriendo.....	62
4.3.6. Áreas Mantenimeinto.....	63
4.4. Diseño Interior.....	63
5. Programa de Alimentos y Bebidas.....	64
5.1 Menú.....	64
5.2 Costos generales y Precio de venta.....	68
5.2.1. Alimentos.....	69
5.2.2. Bebidas.....	70
5.2.3. Panadería.....	71
6. Recursos humanos.....	72
6.1 Cultura organizacional.....	72
6.2 Organigrama y división de los puestos de trabajo.....	74
6.3 Descripción de los puestos de trabajo.....	75
6.4. Proceso de selección.....	79
6.5 Salarios Personal.....	81
6.5.1. Aportes y Bonificaciones.....	82
6.5.2. Cálculos Costo Personal Mensual.....	83
7. Plan de Comunicación de Marketing.....	84
7.1. Estrategia General.....	84
7.2. Medios utilizados.....	85
CONCLUSIONES.....	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89
ANEXOS.....	91
Anexo A. Recetas Estándar.....	91
Anexo B: Tabla de Amortización.....	121
Anexo C: Resultados Encuesta de Demanda.....	122
Anexo D: Imágenes y Fotografías del local.....	127
Anexo e: diseño interior del restaurante.....	132

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Competencia Primaria.....	30
Tabla 2. Competencia Secundaria.....	31
Tabla 3. Universo total de Proyección Demanda.....	34
Tabla 4. Proyección de la Demanda.....	35
Tabla 5. Inclusión de platos según Daypart.....	37
Tabla 6. Split y FC Promedio de AyB.....	37
Tabla 7. Cheque Promedio de cada Daypart.....	38
Tabla 8. Costo Promedio.....	38
Tabla 9. Proyección de Ingresos Restaurante.....	38
Tabla 10. Proyección de Costos de Venta.....	39
Tabla 11. Manú Panadería.....	40
Tabla 12. Venta Panadería.....	40
Tabla 13. Proyección de Ingresos Panadería.....	41
Tabla 14. Proyección de Ingresos Totales.....	41
Tabla 15. Estado de PyG Proyectado.....	42
Tabla 16. Flujo de Caja Proyectado.....	43
Tabla 17. Cálculo de Impuestos.....	43
Tabla 18. Payback.....	47
Tabla 19. División de Espacios.....	56
Tabla 20. Cálculo de costos de personal mensual.....	83



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Inflación Anual del Ecuador.....	16
Figura 2. Incidencia Inflacionaria por divisiones de producto.....	16
Figura 3. Peso Inflacionario de productos dentro de divisiones de Restaurantes y Hoteles.	17
Figura 4. Tasa neta de asistencia al bachillerato .....	18
Figura 5. Mapa Parroquia de Cumbayá.....	21
Figura 6. Diagrama vial de la Parroquia de Cumbayá.....	22
Figura 7. Uso actual de suelo en Parroquia de Cumbayá.....	24
Figura 8. Proyección de datos de población al 2015.....	27
Figura 9. Categorización de acuerdo a Ocupación.....	28
Figura 10. Tipos de viviendas en Cumbayá.....	30
Figura 11. Cálculo de Muestra.....	35
Figura 12. Detalle Presupuesto Total del Proyecto.....	44
Figura 13. Cálculo del VPN.....	46
Figura 14. Cálculo de la TIR.....	46
Figura 15. División de Espacios.....	49
Figura 16. Uso de Espacios FOH y BOH.....	56
Figura 17. Uso de Espacios Otras Áreas.....	57
Figura 18. Organigrama de Bread House .....	74
Figura 19. División de responsabilidades.....	75

# INTRODUCCIÓN Y CONCEPTO DEL PROYECTO

## 1. Sumario Ejecutivo

Bread House es un proyecto innovador. Se tratará de una panadería con restaurante que ofrecerá una amplia gama de pan y comida saludable que incluye productos orgánicos, cereales y otros insumos de muy alta calidad, intentando brindar variedad y suplir las necesidades de nuestro segmento de mercado. Será una panadería de excelencia que producirá y venderá pan de casa fresco todos los días, y ofrecerá un variado menú para desayuno, brunch, almuerzo, merienda y cena; ofrecerá varias opciones de sopas, ensaladas, sándwiches, bebidas y postres (pastas y panes dulces), y contará con un menú infantil, todos elaborados en base alimentos saludables.

Los productos de este restaurante estarán dirigidos a un segmento del mercado en el cual se dará énfasis a las personas con gustos y preferencia a una dieta basada en lo sano y lo orgánico, pues varios estudios de mercado demuestran que dichas preferencias se ubican en mujeres jóvenes de entre 18 a 35 años, familias, y amas de casa con sus hijos. Consideramos que este nicho es una gran oportunidad para nosotros los nuevos emprendedores, quienes podemos satisfacer las necesidades de este nuevo estilo de vida, y solventar las inquietudes de los clientes por conocer de dónde viene el producto y orientar sus preferencias de comida sana.

En cuanto a precios, Bread House estará dirigido principalmente a personas con un poder adquisitivo medio, medio-alto y alto; su concepto sin duda, va a ser una nueva alternativa para el mercado creciente de alimentos sanos de Cumbayá, Tumbaco, y zonas aledañas. Su modelo de negocio será sustentable porque se trabajará desde la óptica de la responsabilidad social empresarial.

El lugar que se eligió para la implementación de este proyecto de hospitalidad es la Parroquia de Cumbayá porque es una zona de expansión, con un muy buen clima, y es en donde reside nuestro mayor potencial de clientes con inclinación hacia la comida sana. El crecimiento demográfico de Cumbayá se evidencia en el diario convivir de la zona, pues se percibe como un nuevo centro de negocios, cuya zona residencial progresa paulatinamente, con un gran flujo de habitantes en la zona urbana y en la zona rural, y población flotante que visita el valle para comer. Su crecimiento se complementa por la cercanía al Nuevo aeropuerto Mariscal Sucre. Bread House estará situado en la parroquia Cumbayá, en la vía Cunucyacu y Avenida Interoceánica, frente al Club Deportivo El Nacional. El establecimiento consta de 1469.00 m<sup>2</sup> de terreno y aproximadamente 420 m<sup>2</sup> de construcción, además posee 15 espacios de parqueo de autos.

La rentabilidad de este proyecto se basará en un estudio de factibilidad con un análisis de evolución pesimista a optimista, según el cheque promedio, el porcentaje de ocupación y rotación del restaurante. Además de tomar en cuenta la competencia directa y establecer escenarios distintos de funcionamiento, se ha determinado que el proyecto es rentable, teniendo un VPN positivo, una TIR mucha más alta que el costo del capital y logrando una recuperación de la inversión en aproximadamente 1 año y 9 meses.

La estrategia de marketing que utilizará Bread House estará a la par con la tecnología y la modernidad, utilizará distintos canales de comunicación, con especial énfasis en las redes sociales (Facebook e Instagram), y páginas web; también se utilizarán medios impresos como revistas y volantes; sin embargo, consideramos que el boca a boca será nuestro principal vínculo para el éxito y crecimiento de nuestro restaurante.

En cuanto a la estructura del negocio, pondremos énfasis en la adecuada selección de socios y del personal de apoyo; pues nuestro lema para establecer alianzas o colaboradores se

basará en la confianza y el compromiso con el proyecto, sus objetivos y resultados. La satisfacción del cliente será la clave y fundamento de Bread House. Trabajar por resultados con normas de calidad, y con filosofía y cultura organizacional sólidas, serán las claves del éxito de nuestro proyecto. Otro aspecto relevante del negocio, será la correcta elección de los mejores proveedores del medio, para asegurarnos utilizar productos naturales y orgánicos de calidad, lo cual, nos diferenciará sustancialmente en el mercado, porque nos constituiremos como muy buenos competidores.

El horario de atención de Bread House será muy amplio, por motivo de su operación tanto de panadería como de restaurante, es así, que se atenderá 6 días a la semana, siendo el lunes el día que el local permanecerá cerrado. El resto de días entre semana se tendrá un horario partido desde las 8:00am a 13:00pm y en la tarde desde las 16:00pm a las 21:00pm, sin embargo, los fines de semana y feriados se atenderá durante todo el día aprovechando así la afluencia de gente principalmente en la hora del almuerzo. En conclusión, Bread House constituirá una nueva alternativa para comer sano y variado. Nuestras ideas innovadoras lograrán plasmar en esta Panadería-Restaurante, las herramientas y la dinámica adecuada para convertirlo en un negocio atractivo para nuestro segmento de mercado.

## **2. Concepto del Proyecto**

Bread House consiste en un Panadería-Restaurante que ofrecerá una amplia gama de pan y comida saludable que incluirá productos orgánicos, cereales y otros insumos de muy alta calidad. Nace como una alternativa para suplir las necesidades de un amplio segmento del mercado. Es un negocio mediano grande con una capacidad máxima de 111 personas. Bread House desea ofrecer una experiencia distinta al cliente que busca una nutrición sana, que quiere comer fuera de casa, y que, a la vez, quiere asegurarse de hacerlo en un lugar confiable

que cumpla sus expectativas. Nuestro mercado objetivo son mujeres jóvenes de entre 18 a 35 años, familias, y amas de casa con sus hijos.

Bread House se ubicará en Cumbayá porque es una zona de expansión, con un muy buen clima, y es en donde reside nuestro mayor potencial de clientes con inclinación hacia la comida sana. El crecimiento demográfico de Cumbayá se evidencia en el diario convivir de la zona, pues se percibe como un nuevo centro de negocios, cuya zona residencial progresa paulatinamente, con un gran flujo de habitantes en la zona urbana y rural, y con una población flotante que visita el valle para comer. Su crecimiento se complementa por la cercanía al Nuevo aeropuerto Mariscal Sucre. Además, el hecho de la continua preocupación por la vida sana, el deporte y la responsabilidad social, darán a este restaurante una ventaja notable pues es una necesidad que no está satisfecha totalmente, por tanto, es un potencial mercado que nos brinda una gran oportunidad de negocio.

Bread House estará estratégicamente situado en la vía Cunucyacu y Avenida Interoceánica, frente al Club Deportivo El Nacional. El establecimiento consta de 1469 m<sup>2</sup> de terreno y 420 m<sup>2</sup> de construcción, además posee 15 espacios de parqueo de autos.

La decoración de Bread House será casual y acogedora, se utilizará madera y demás elementos que simbolicen y representen a la naturaleza y lo sano. El objetivo de crear este ambiente es que los clientes se sientan muy a gusto. Bread House contará con menús para desayuno, almuerzo y cena; ofrecerá varias opciones de sopas, ensaladas, sánduches, bebidas y postres (pastas y panes dulces), y contará con un menú infantil, todos elaborados en base alimentos saludables. Como empresa queremos brindar una experiencia única a todos nuestros clientes, es por eso, que quisimos arriesgarnos a ampliar el concepto de un restaurante sano y orgánico a un restaurante sano y orgánico más una panadería, en el cual se vende pan fresco y al mismo tiempo, contar con opciones de calidad para el desayuno, el almuerzo, o la cena.

# DESARROLLO

## 3. Estudio de Factibilidad

### 3.1 Entorno Macroeconómico.

Es muy importante analizar el entorno macroeconómico en el que se desarrolla nuestro negocio, ya que este es un factor muy importante para poder evaluar todas las amenazas y así mismo las oportunidades que deberá o podrá enfrentar nuestro restaurante. En primer lugar y dentro del campo económico y político es importante establecer el contexto de nuestro país en la actualidad.

Desde mediados de la década pasada, el Ecuador fue favorecido por altos precios del petróleo y, más recientemente, accedió a mayor financiamiento externo, lo que permitió un importante impulso fiscal. Este impulso involucró mayor gasto social e importantes inversiones energéticas y en transporte. Como resultado, entre 2006 y 2014, el crecimiento del producto promedió fue de 4.6%, mientras que la pobreza medida por ingresos disminuyó de 37,6% a 22,5% y la pobreza extrema se redujo de 16,9% a 7,7%, según las líneas de pobreza nacionales (Banco Mundial).

Sin embargo, en el 2015 y en lo que va del 2016, el crecimiento de la economía ecuatoriana ha perdido ritmo ya que la caída del precio internacional del petróleo ha reducido de manera importante los ingresos fiscales y las exportaciones, y ha afectado las expectativas del sector privado. En respuesta, las autoridades han identificado fuentes adicionales de financiamiento externo, han aplicado medidas para incrementar los ingresos no petroleros, han reducido el gasto y han aplicado medidas para restringir las importaciones. Por todo esto y para fines de nuestro proyecto es importante establecer las variables del entorno

macroeconómico que más nos interesan y que son: las políticas, económicas, sociales y tecnológicas.

### ***3.1.1. Entorno Político.***

En este ámbito, decimos que hay mucha inseguridad política actualmente en el Ecuador, el país está en el tercer mandato del presidente Rafael Correa, el mismo que se ha caracterizado por ejercer prácticas exigentes sobre el sector privado así como sobre las importaciones. En este sentido, incluso el establecimiento de las nuevas enmiendas constitucionales hace que cada vez haya un malestar general en el país, sumado a la disminución del precio del petróleo todo parece que llevará a que el Ecuador entre en un periodo de recesión. Todo esto no hace más que afectar a la inversión privada en el país y sin duda estos factores y variables son importantes a tomar en cuenta en nuestro proyecto de Bread House.

### ***3.1.2. Entorno Económico.***

Dentro del entorno económico, la caída del precio del petróleo es un factor muy importante a tomar en cuenta al ser este el principal ingreso del país e influir mucho en la economía. Sin embargo, este precio últimamente ha sido muy fluctuante y depende de muchas variables de carácter mundial. Por este motivo, en el entorno económico más cercano a nuestro proyecto, la variable que más nos interesa es la inflación. Esta, al determinar un aumento o disminución de precios afectará notablemente a nuestro proyecto de restaurante por lo que es muy importante tomarla en cuenta al establecer nuestro análisis financiero.

Según el Banco Central del Ecuador La inflación acumulada de enero a septiembre de 2016 es de 1,30%, siendo mucho más baja comparada al mismo periodo del año anterior 2015 (3.78%). Por divisiones de consumo, en 10 agrupaciones se registró inflación, siendo el mayor porcentaje el de Bebidas Alcohólicas, tabaco y estupefacientes.

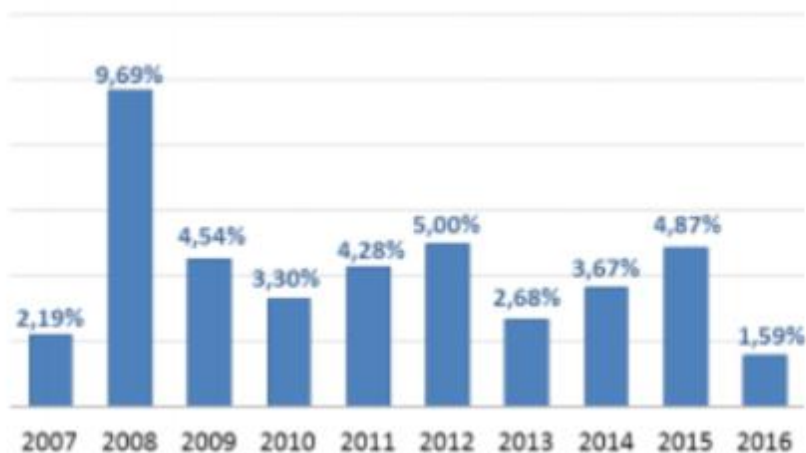


Figura 1. Inflación Anual del Ecuador. Fuente: BCE

Tras analizar esto, es de suma importancia tomar en cuenta que dentro de la Inflación, la incidencia inflacionaria por división de productos tiene su mayor porcentaje en la división de Restaurantes y hoteles, lo que involucra a nuestro proyecto.



Figura 2 Incidencia Inflacionaria por divisiones de producto. Fuente: INEC

Así mismo, para tener una mejor idea a continuación se detallan los productos de mayor aporte dentro de la división de Restaurantes y hoteles:



RESTAURANTES Y HOTELES				
Mensual: 1,18%		Anual: 5,13%		
Producto	Ponderación	Aporte al IPC general	Porcentaje de aporte	Inflación
ALMUERZO POPULAR	0,0482	0,0468	23,77%	1,47%
ALOJAMIENTO EN HOTELES	0,0015	0,0077	3,91%	10,85%
ALMUERZO EJECUTIVO	0,0144	0,0046	2,34%	0,47%
PLATOS PREPARADOS	0,0043	0,0017	0,87%	0,65%
COMIDA TRADICIONAL PREPARADA	0,0059	0,0007	0,37%	0,18%
POSTRES PREPARADOS	0,0002	0,0002	0,11%	1,46%
DESAYUNO	0,0005	0,0002	0,09%	0,53%
BEBIDAS CALIENTES	0,0001	0,0000	0,01%	0,19%

Figura 3. Peso Inflacionario de productos dentro de divisiones de Restaurantes y Hoteles. Fuente: INEC

### 3.1.3. Entorno Social.

Dentro del entorno social de nuestro país, si bien es cierto que existe mucha desigualdad por una mala distribución de la riqueza, lo que más nos interesará analizar basado en nuestro mercado objetivo será más bien la cultura y el índice de educación en el país. En primer lugar, la cultura es determinante para el éxito de un negocio pues establece las tradiciones y gustos de una sociedad además de sus ideas que la definen, en este sentido la cultura ecuatoriana es muy rica y además muy acogedora. Es interesante tomar en cuenta lo hospitalaria que es la gente, lo que beneficiará al servicio del restaurante y así mismo la apertura del mercado a probar cosas nuevas. En este mismo enfoque social, las nuevas tendencias hacia lo orgánico, lo fresco, lo que va en armonía con el ambiente, es un hecho que está cambiando a la cultura y está fortaleciendo el gusto hacia lo natural por parte de los ecuatorianos, lo que hace que se vea beneficiado nuestro proyecto.

En segundo lugar, la educación es un factor social muy importante que nos interesa, pues no solo beneficia al país en definitiva sino el conocimiento de la gente aumenta, con esto se facilita la contratación de personal haciéndola más sencilla, ya que con buenas bases se requerirán menos esfuerzos y recursos para la capacitación. Como vemos en la siguiente tabla,

según el Ministerio de Educación, en el año 2007 solamente 50 de cada 100 jóvenes asistía a bachillerato en la edad correspondiente. Para el 2014 la tasa neta de asistencia a bachillerato fue de 65,1 %, lo que significa que 65 de cada 100 jóvenes en edad de asistir a bachillerato lo están haciendo.

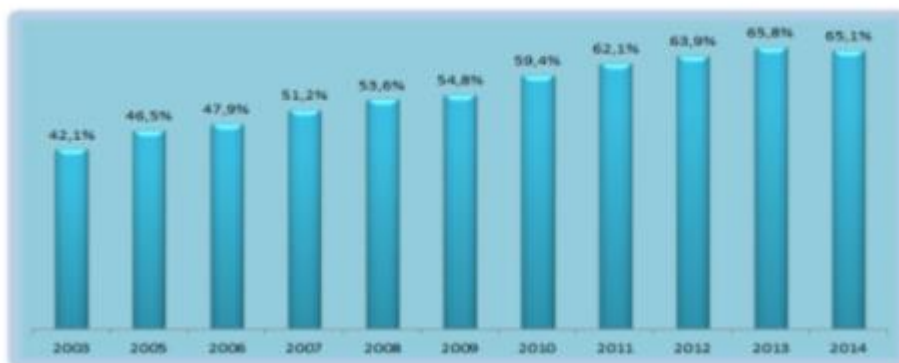


Figura 4. Tasa neta de asistencia al bachillerato. Fuente: ENEMDU - INEC

#### **3.1.4. Entorno tecnológico.**

La continua innovación y avances tecnológicos sin duda alguna es un factor del entorno muy importante a tomar en cuenta. Esto no solo permite una producción más rápida en el caso de un restaurante, sino la mejora de equipos, de proceso, el aprovechamiento del tiempo y la mayor eficiencia son cosas en las que la tecnología influye. Incluso permite una mejora continua de procesos, ya sea de reservas, pedidos y demás, a través del internet y demás dispositivos tecnológicos.

## **3.2 Análisis del Sitio.**

### ***3.2.1 Localización.***

Bread House se ubicará en la vía Cunuyacu y Avenida Interoceánica, diagonal al Club El Nacional. El establecimiento se ubica justamente en la esquina de la vía principal y una pequeña transversal. Las coordenadas geográficas de nuestro Negocio, son -0.211517, -78.419760. (Ver Anexo D – Imágenes Local y Ubicación)

### ***3.2.2. Adaptabilidad y conveniencia física del terreno.***

El local seleccionado para que funcione Bread House consiste en una casa amplia y muy bien ubicada (vía Cunuyacu y Avenida Interoceánica) porque cuenta con dos vías principales de acceso. La propiedad cuenta con: 1024.82 m<sup>2</sup>, de la cual el área construida ocupa aproximadamente 420 m<sup>2</sup>. Además incluyen áreas verde de 378.25 m<sup>2</sup> y espacios de parqueaderos de 144 m<sup>2</sup> que forman parte del local y a los que se le suman 483.50 m<sup>2</sup> de concesión municipal, lo que representa un total de 15 parqueaderos.

La casa tiene un estilo rústico que va de la mano con el concepto de negocio. Los espacios son amplios y se los puede adecuar y ajustar a distintas necesidades; el área verde la convertiremos en una zona de esparcimiento y recreación, aspectos que añadirán un plus a nuestro negocio.

### ***3.2.3. Acceso y visibilidad.***

Para llegar a Bread House, los clientes tienen varias opciones en automóvil, o a pie:

- **Norte:** Vía Interoceánica que conecta con Puenbo y es la ruta al nuevo Aeropuerto.
- **Sur:** Vía Interoceánica que conecta con Quito

- **Este:** Vía Intervalles que conecta con la Ruta Viva, con la Av. Simón Bolívar y con la vía al Valle de Los Chillos
- **Oeste:** Vía Interoceánica, que facilita el acceso de todos los clientes que llegan de Cumbayá, Tumbaco y zonas aledañas.

#### ***3.2.4. Servicios básicos.***

El local cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el funcionamiento: agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, líneas telefónicas, acceso a internet para brindar conexión a wifi a nuestros clientes.

#### ***3.2.5. Situación legal y regulaciones municipales aplicables.***

La normativa legal para la operación de nuevos restaurantes en Quito, debe cumplir con los siguientes Requisitos:

1. Obtener la Solicitud para permiso de Funcionamiento.
2. Planilla de Inspección del local.
3. Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo.  
(restaurantes, bar-restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)
4. Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos.
5. Copia del RUC del establecimiento.
6. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
7. Copias de Cédula y Certificado de Votación del propietario.

8. Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. (Ministerio de Salud Pública)

### 3.3 Análisis del vecindario.

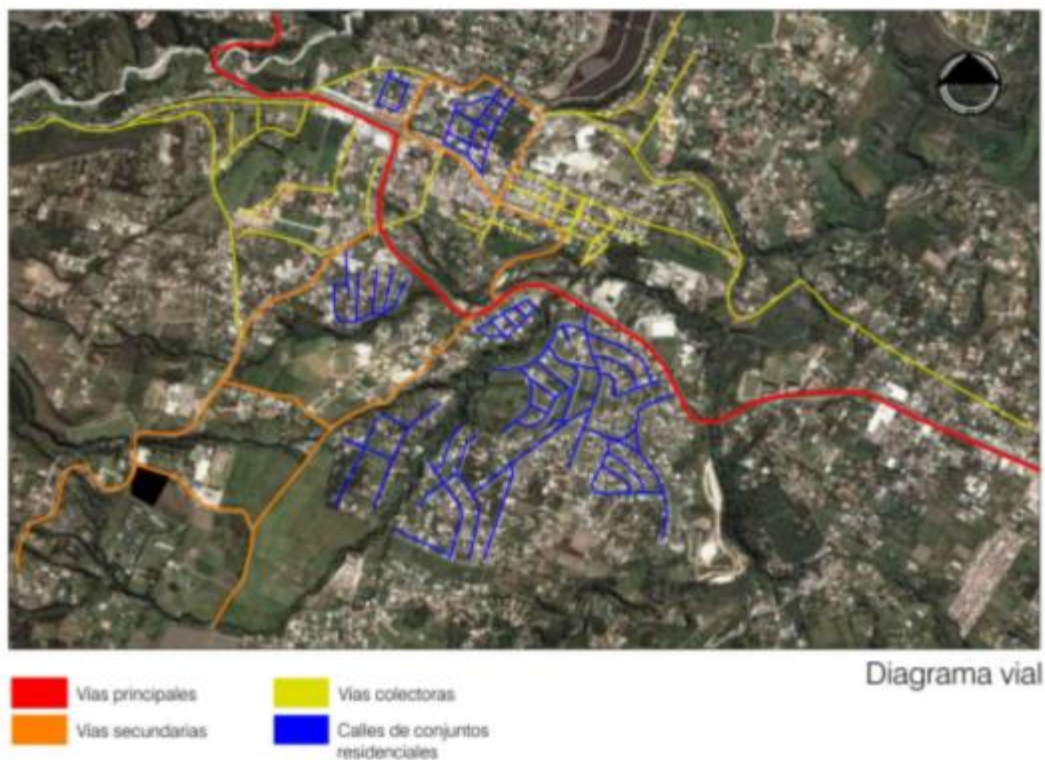
La parroquia de Cumbayá cubre una superficie de 2650.82 Has y está localizada en la Provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, al oriente de la ciudad de Quito. Sus límites son al norte Nayón, al sur Guangopolo y Conocoto, al este el Río San Pedro y al oeste el Río Machángara. Además, esta parroquia tiene una altitud promedio de 2.433 m.s.n.m. Cumbayá posee un microclima privilegiado, siendo este un clima subtropical que llega hasta 32 grados en verano y las noches más frías de invierno baja hasta 6 grados centígrados. Pero se mantiene en una media de 12 a 26 grados C (PDyOT Cumbayá).



Figura 5. Mapa Parroquia de Cumbayá. Fuente: PDyOT Cumbayá

A la parroquia se accede o sale por medio de la vía Interoceánica en primera instancia ya que últimamente ha recibido el mantenimiento respectivo. Desde que el Aeropuerto Mariscal Sucre funciona en Tababela, el tráfico en la zona ha incrementado, sin embargo, ha

sido muy bien absorbido por las nuevas vías como son la Ruta Viva, que cruza todo el valle dirección Este – Oeste y la Ruta Collas que enlaza también Quito con el Aeropuerto.



*Figura 6.* Diagrama vial de la Parroquia de Cumbayá. Fuente: PDyOT Cumbayá

Además, existen vías secundarias que permiten entrar y salir de la parroquia y vías colectoras que ayudan a la movilidad y la fluidez dentro de Cumbayá, en los últimos meses se ha establecido un sistema de mejora de carreteras y repavimentación, logrando así mayor fluidez y una reducción considerable de tráfico en la zona.

Al hablar de los principales generadores de demanda de la zona, decimos que Cumbayá se ha caracterizado por un gran crecimiento en los últimos años debido a su gran popularidad como zona residencial. Al ser un valle que se conecta hacia el centro norte de la ciudad y así mismo hacia la zona del aeropuerto y demás valles, esto ha hecho que Cumbayá

sea una fuerte zona comercial que incluye en la actualidad dos centros comerciales de gran escala como son el Paseo San Francisco y el Scala Shopping y además de otros centros comerciales pequeños como: La Esquina, Villas Cumbayá, Ventura Mall, Plaza Cumbaya, etc. que lo hacen un gran sector comercial y zona de negocios. De la misma manera los servicios de salud tienen la cobertura necesaria para la población existente, cuenta con el Hospital de los Valles que es de gran escala y de muy buen servicio, así como demás clínicas y centros de salud más pequeños en Lumbisí, San Juan y en el centro parroquial, por ejemplo la Clínica USFQ.

Aunque originalmente la agricultura y ganadería fueron por tradición las principales fuentes de ingreso y subsistencia para los pobladores originarios de la parroquia, hoy en día Cumbayá ha pasado a ser una inmensa zona residencial y comercial. Es importante mencionar que las actividades económicas de la población de elevados recursos económicos que son los nuevos habitantes de la parroquia en su mayoría no se desarrollan en Cumbayá, sino que en esta zona solamente residen. Algunas grandes empresas como la Cervecería Nacional y varias empresas de Automotores se han establecido en esta parroquia desde hace algunos años atrás, pero en la actualidad las nuevas iniciativas empresariales que han dado resultado con el tiempo son principalmente del ámbito de servicios.

Ahora bien, refiriéndonos al tema del uso de tierras y composición de las mismas, Cumbayá desde hace más o menos cuarenta años tomó características de ciudad satélite de la Capital por su conexión inmediata con Quito. Sus terrenos se convirtieron en sectores apetecidos para la construcción de viviendas con un alto índice de plusvalía y rentabilidad. Hoy en día Cumbayá es una Parroquia de la clase alta, esta ha desplazado considerablemente a la población oriunda por lo que las actividades agrícolas y pecuarias prácticamente han sido relegadas. En cuanto a la infraestructura de servicios básicos e infraestructura complementaria, se tiene una alta cobertura debido a la gran demanda y gestión de las

inmobiliarias para satisfacción de sus clientes. Vemos a continuación en resumen el uso de tierras de la parroquia para tener una idea más clara al respecto:

USO ACTUAL DE SUELO		
USO	AREA Km <sup>2</sup>	(%)
Residencial 1	11.91	44,92%
Industrial 2	0.07	26,00%
RNR	5.14	19,40%
Protección ecológica	4.32	16,31%
Múltiple	1.55	5,85%
Residencial 1A	1.12	4,23%
Equipamiento	0.83	3,13%
Agrícola Residencial	0.77	2,90%
Residencial 2	0.53	2,00%
Residencial 3	0.26	0,98%
<b>TOTAL</b>	<b>26.51</b>	<b>100,00%</b>

Figura 7. Uso actual de suelo en Parroquia de Cumbayá. Fuente: PDyOT Cumbayá

Al mencionar el gran crecimiento de la zona residencial, podemos decir también que esta se caracteriza por tener una infraestructura que se puede llamar moderna. La mayoría del territorio parroquial está prácticamente tomado por urbanizaciones modernas que abarcan grandes extensiones con asentamientos de casas de lujo y extensiones considerables de áreas verdes interiores, pues estas urbanizaciones son privadas.

Dentro del análisis del vecindario es importante hablar de nuestra principal competencia o competencia potencial. En este caso, al ser Cumbayá una zona con mucha actividad comercial y varios restaurantes de buen nivel para clase media alta y alta, podríamos considerar a la mayoría competencia. Sin embargo, nuestro concepto distinto que está basado en ser una panadería local pero además brindar el servicio de un restaurante excelente en cuanto a comida e ingredientes orgánicos, nos permite entrar en un mercado distinto con menos competencia. Así, decimos que nuestros principales competidores vendrían a ser; el Swiss Corner, un restaurante-panadería ubicado muy cerca de nuestro local y que ofrece variedades de pan, postres y almuerzos y luego tenemos al restaurante Ali's, que cuenta con



gran local ubicado muy cerca a Bread House y con un menú muy variado principalmente de una mezcla de comida italiana, ecuatoriana y americana.

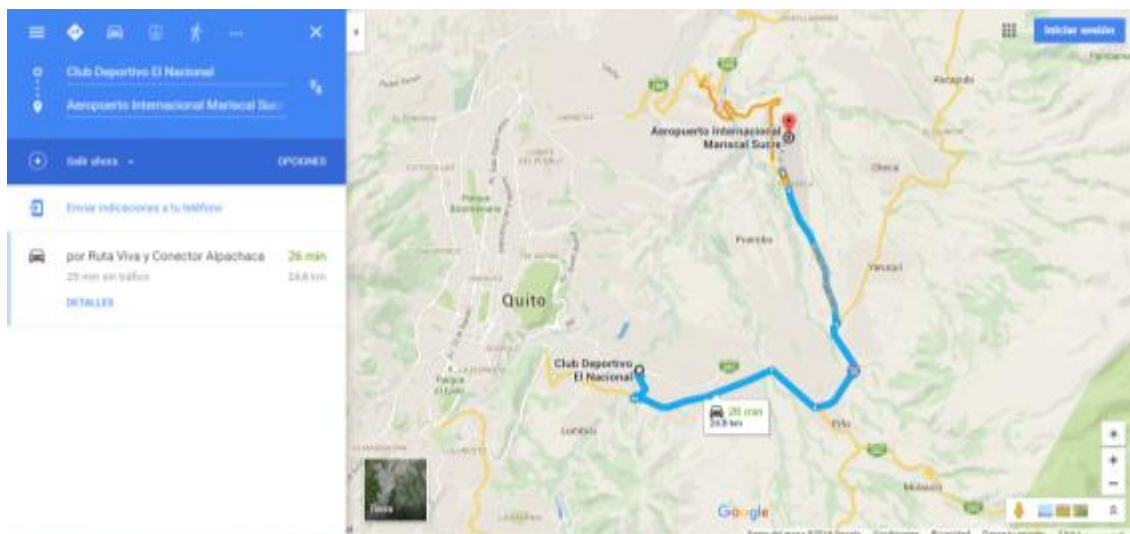
Finalmente, tras todo el análisis del vecindario y ver toda la potencialidad que ofrece el sector, basándonos en nuestra idea y concepto distinto que busca diferenciarse del resto, decimos que el vecindario es el propicio para nuestro negocio. El ser una parroquia en crecimiento con muy buenos servicios, accesos, con muchos residentes de altos ingresos y con gran potencialidad al futuro siendo satélite en el Distrito Metropolitano por su ubicación beneficiada y central, este vecindario sin duda es muy apropiado para nuestro negocio, involucra todas las características buscadas en este proyecto y además es una parroquia donde reside una gran cantidad de personas que están dentro de nuestro mercado objetivo.

### **3.4 Análisis del Área de Mercado.**

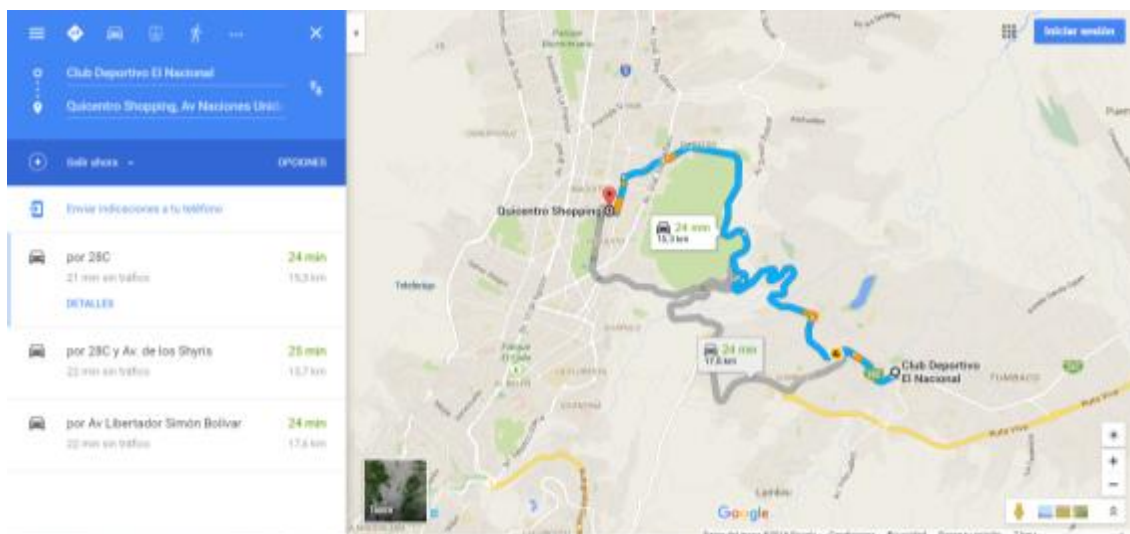
#### ***3.4.1 Perímetro.***

La parroquia de Cumbayá cubre una superficie de 2650.82 Has, está localizada en la Provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, al oriente de la ciudad de Quito. Sus límites son al norte Nayón, al sur Guangopolo y Conocoto, al este el Río San Pedro y al oeste el Río Machángara. Se encuentra además a 30 min de la zona centro norte de Quito y de la misma manera a 30 min del Nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre. Nuestro Local al estar Ubicado en la Vía Intervalles y Vía Interoceánica justo al frente del Club Deportivo el Nacional, tomaremos este último punto como referencia para establecer la distancia entre Bread House y el Aeropuerto, así como hacia lo zona centro norte de Quito tomando como punto de referencia el Centro Comercial Quicentro Shopping, siendo esta una zona central muy transitada y con mucho movimiento.

- Distancia hacia el Aeropuerto de Quito (Tababela)



- Distancia hacia el Quicentro Shopping en Quito



### 3.4.2 Variables Demográficas y Económicas.

La población de la Parroquia de Cumbayá es en su mayoría mestiza y es de aproximadamente de 31.463 habitantes, según el último Censo Nacional. Debido a temas estadísticos y de acuerdo al flujo de movilidad poblacional, en esta parroquia no se hace una diferenciación entre población urbana y población rural, se ha considerado como población

rural al total de la población existente en la parroquia de acuerdo a la caracterización parroquial en el cantón.

A continuación veremos un cuadro de la distribución de la población de la Parroquia según grupos de Edades:

Edad	2010		2015	
	Total	Hombres	Mujeres	Total
Menor de 1 año	410	237	221	458
De 1 a 4 años	2072	1.162	1.151	2.313
De 5 a 9 años	2733	1.547	1.504	3.051
De 10 a 14 años	2744	1.561	1.503	3.063
De 15 a 19 años	2680	1.486	1.506	2.992
De 20 a 24 años	2542	1.370	1.468	2.838
De 25 a 29 años	2502	1.298	1.495	2.793
De 30 a 34 años	2370	1.222	1.423	2.646
De 35 a 39 años	2570	1.338	1.530	2.869
De 40 a 44 años	2254	1.227	1.289	2.516
De 45 a 49 años	2181	1.146	1.288	2.435
De 50 a 54 años	1711	906	1.004	1.910
De 55 a 59 años	1479	809	842	1.651
De 60 a 64 años	1094	616	605	1.221
De 65 a 69 años	779	453	416	870
De 70 a 74 años	512	262	309	572
De 75 a 79 años	362	192	212	404
De 80 a 84 años	250	102	177	279
De 85 a 89 años	144	60	100	161
De 90 a 94 años	50	16	40	56
De 95 a 99 años	13	7	8	15
de 100 años y mas	11	3	9	12
	31463	17.021	18.100	35.121

Figura 8. Proyección de datos de población al 2015. Fuente: PDyOT Cumbayá

Con este análisis, nos interesa principalmente nuestro potencial de trabajadores en la zona por lo que es importante establecer que de acuerdo a los resultados del Censo socio-económico, la Población que se encuentra en edad óptima para trabajar es 26.248 personas. Sin embargo, la Población Económicamente Activa es de 16.492, que corresponde al 52% del total de la parroquia, que es la cantidad de personas insertas dentro del mercado de trabajo. La mayor población es la joven comprendida entre 0 a 29 años, lo que representa el 49.8% de la

total parroquial. De 30 años en adelante, la población por grupos etarios decrece paulatinamente hasta llegar al 0.001% correspondiente al grupo de 95 años y más. En cuanto al porcentaje de hombres y mujeres, prácticamente es el mismo con apenas un 3.08% de diferencia a favor de las mujeres.

Según el Censo del año 2010, la población económicamente activa de la parroquia Cumbayá se encuentra ocupada predominantemente en actividades de Comercio al por mayor y menor con 15,51%, Industrias manufactureras con 10,20%, actividades profesionales, científicas y técnicas con un 7,69% y en construcción el 7,20%.

#### CATEGORIZACION DE ACUERDO A SU OCUPACIÓN

GRUPO DE OCUPACIÓN	CASOS	%
Directores y gerentes	2346	14,21
Profesionales científicos e intelectuales	3236	19,60
Técnicos y profesionales del nivel medio	1286	7,79
Personal de apoyo administrativo	1362	8,25
Trabajadores de los servicios y vendedores	2295	13,90
Agricultores y trabajadores calificados	307	1,86
Oficiales, operarios y artesanos	1536	9,31
Operadores de instalaciones y maquinaria	793	4,80
Ocupaciones elementales	2015	12,21
Ocupaciones militares	24	0,15
No declarado	993	6,02
Trabajador nuevo	314	1,90
<b>Total</b>	<b>16507</b>	<b>100,00</b>

Figura 9. Categorización de acuerdo a Ocupación. Fuente: PDyOT Cumbayá

Otro punto de mucho interés para nuestro proyecto es el nivel de educación e instrucción dentro de la parroquia, no solo por los objetivos de nuestro restaurante sino por la fuerza laboral potencial necesaria así como el nivel de conocimiento necesario para que nuestros clientes vean nuestra idea y concepto de la manera deseada. Decimos por tanto, que los índices de cobertura de educación en Cumbayá tienen características superiores a las demás parroquias rurales ya que la mayoría de su población comprende estratos medios y altos de la sociedad ecuatoriana.

Adicionalmente, con la generación de asentamientos humanos de estratos altos en urbanizaciones de lujo, se generó también la necesidad de instalaciones de centros educativos particulares y elitistas de todos los niveles, asegurando la prestación de estos servicios a la población parroquial. Como ejemplo tenemos el Colegio Menor, Terranova, José Engling, SEK Los Valles, William Shakespeare, además de varios centros de educación pública, e incluso de educación superior como lo es la Universidad San Francisco de Quito. Los alumnos provienen principalmente de familias pudientes.

Por último y al hablar un poco del componente social, decimos que el deterioro de las relaciones sociales provocadas por la invasión territorial de clases sociales de mayor poder económico, está mermando la posibilidad del mantenimiento de la cultura ancestral, tradiciones originarias y cultura propia de Cumbayá. La compra directa de terrenos rurales por parte de constructoras particulares, la dotación de servicios básicos únicamente a las nuevas urbanizaciones, están desplazando no solo físicamente a los habitantes de la parroquia sino culturalmente también; es decir, la cultura y la tradición se ven desplazadas, por parte de las nuevas masas de gente que se están asentando en la parroquia. Esto muestra principalmente las diferencias de poder económico en la Parroquia, sin embargo, al no haber datos exactos y específicos sobre los distintos niveles socio económicos, a continuación veremos un cuadro con el tipo de residencias de la zona, así podemos establecer una clara diferenciación de nivel socioeconómico, siendo las primeras tres clases de vivienda de personas de clase alta y clase media alta, y así sucesivamente, hasta ver las últimas que pertenecen a un nivel socioeconómico bajo.

### TIPO DE VIVIENDA

TIPO DE VIVIENDA	
Tipo de la vivienda	Casos
Casa/Villa	7601
Departamento en casa o edificio	2023
Cuarto(s) en casa de inquilinato	540
Mediagua	314
Rancho	11
Covacha	10
Choza	2
Otra vivienda particular	55
Convento o institución religiosa	1
<b>Total</b>	<b>10559</b>

Figura 10. Tipos de Viviendas en Cumbayá. Fuente: PDyOT Cumbayá

### 3.5 Análisis de la Oferta.

El análisis de la oferta primaria está determinado por los restaurantes que están cerca de nuestra local de Bread House. Todos son restaurantes con un cheque promedio de \$ 14.00 en promedio aproximado.

A continuación, en la tabla que sigue se analizan: Pasta e Péntola, Swiss Corner y Ally's, siendo los principales competidores de nuestro local basados principalmente por su localización muy cercana.

Tabla 1.  
Competencia primaria

	Pasta e Péntola	Swiss Corner	Ally's Restaurante
<b>Ubicación</b>	Av. Interoceánica y vía Cunuyacu	Av. Interoceánica	Av. Interoceánica
<b>Tipo de comida</b>	Italiana	Internacional y nacional	Internacional y nacional
<b>Segmento de</b>	Medio alto/ alto	Medio alto/ alto	Medio alto/ alto

<b>mercado</b>			
<b>Calidad de productos</b>	Alta	alta	alta
<b>Tipo de servicio</b>	A la mesa	A la mesa	A la mesa
<b>Generador de demanda</b>	Cientes particulares	Cientes particulares	Cientes particulares
<b>Capacidad</b>	20pax	80pax	100pax
<b>Acceso y visibilidad</b>	Parqueaderos propios y acceso peatonal	Parqueaderos propios y acceso peatonal	Parqueaderos propios y acceso peatonal
<b>Cheque promedio</b>	\$ 14.00	\$16.00	\$14.00
<b>Tipo de administración</b>	Dueño	Dueño/sucursal	Dueño/sucursal

A continuación, en la tabla que sigue se analizará a la competencia secundaria, siendo estos establecimientos: La Pampite, Rukula y El Tambo.

Tabla 2.  
*Competencia secundaria*

	<b>La Pampite</b>	<b>El Arrecife</b>	<b>El Tambo</b>
<b>Ubicación</b>	Centro Plaza Cumbayá	Gonzalo Díaz y Av. Interoceánica	Av. Interoceánica y Gonzalo Díaz
<b>Tipo de comida</b>	Internacional y nacional	Mariscos	Nacional
<b>Segmento de mercado</b>	Medio/ alto	Medio/ alto	Medio/ alto
<b>Calidad de productos</b>	Alta	Alta	Alta
<b>Tipo de servicio</b>	A la mesa	A la mesa	A la mesa
<b>Generador de demanda</b>	Visitantes del Centro Plaza Cumbayá, dueños de locales y clientes particulares	Cientes particulares	Cientes particulares

<b>Capacidad</b>	35pax	40 pax	80 pax
<b>Acceso y visibilidad</b>	Parqueadero privado zona azul y acceso peatonal	Parqueaderos propios y acceso peatonal	Parqueaderos propios y acceso peatonal
<b>Cheque promedio</b>	\$ 14.00	\$ 14.00	\$ 14.00
<b>Tipo de administración</b>	Dueño	Dueño/sucursal	Dueño

Como podemos observar en el análisis de oferta previo, sabemos que nos enfrentamos a grandes competidores dentro de la industria, todos están establecidos dentro del mercado y presentes desde más de dos años, utilizan productos de alta calidad lo cual también representa un punto fuerte en nuestro restaurante y en ese aspecto estamos a la par, sin embargo, consideramos que aquellos que son administrados como una sucursal presentan ciertas falencias administrativas que nos permitirán actuar a nosotros y sobrepasar sus estrategias. En el caso del precio también tenemos una ventaja, a pesar de ofrecer productos de alta calidad pudimos proponer precios menores al cheque promedio en comparación de todos los demás restaurantes.

Por otro lado, consideramos también, que tenemos un concepto fuerte, el cual está creciendo dentro de la mente de las personas residentes de la zona de Cumbayá y Tumbaco. Es importante mencionar que no hay restaurantes ni panaderías iguales a nuestra propuesta, aspiramos que se convierta en la primera opción para nuestro segmento de mercado objetivo y queremos que nuestro concepto de alimentos sanos y orgánicos sobrepase a aquellos restaurantes parecidos pero informales y que nuestra propuesta de un restaurante familiar tenga una buena acogida. Uno de los retos más grandes es introducirnos en el mercado y poder obtener los ingresos necesarios para financiar el funcionamiento del establecimiento, sabemos que nos enfrentamos a competidores fuertes y que además la zona de Cumbayá se ha



convertido en un destino gastronómico muy fuerte, es por eso que debemos tomar medidas para poder no solamente introducirnos, sino que además podamos establecernos como una marca fuerte y reconocida.

### 3.6. Análisis de Demanda.

Se realizó una encuesta (Ver Anexo C) a una muestra de 270 personas, con el fin de identificar si al mercado le interesaría una panadería/ restaurante que utiliza productos orgánicos dentro de la industria de alimentos y bebidas en el sector de Cumbayá y Tumbaco.

Mediante este análisis se pudo determinar que el 69% de la muestra se inclina hacia un estilo de vida sano el cual involucra la ingesta de productos orgánicos. El sector donde se realizaron las encuestas son de nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto donde se demuestra que el 83% del mercado está dispuesto a pagar los precios establecidos en nuestro menú.

<b>RESUMEN ENCUESTAS</b>		
<b>PREGUNTA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
¿Te suena interesante comer comida preparada con productos orgánicos?	69%	31%
¿Te gusta comer sano?	96%	4%
¿Te gusta el concepto de Panadería con Restaurante incorporado?	98%	2%
¿Estarías dispuesto a pagar entre 6 y 9 dólares por una comida con bebida, plato principal y café/postre?	83%	17%
¿Estarías dispuesto a pagar por una porción unitaria de pan de calidad de entre 0,80 ctvs. de dólar a 2,00 dólares?	86%	14%
¿Después de ver nuestro menú, te parece una buena idea incluir servicio delivery en nuestra panadería/restaurante?	28%	72%

En el cuadro anterior, vemos como a través de las encuestas realizadas y tomando en cuenta solo las preguntas cerradas con opción sí o no, fue posible determinar las características y necesidades del mercado por lo cual se nos permitió seguir adelante con la idea del proyecto, el cual hace énfasis en brindar productos frescos y orgánicos dentro de un ambiente amigable en el cual el cliente se sienta cómodo. Además, con esto se logró determinar que el concepto es aprobado por quienes serán nuestros clientes frecuentes, la idea de poder comprar pan fresco y artesanal en el mismo lugar donde pueden servirse una comida rica, de buena calidad y a la vez sana y orgánica, atrae al mercado de Cumbayá y nos afirma que el concepto es el apropiado para el segmento al que nos dirigimos.

### ***3.6.1. Cálculo de muestra para Encuestas.***

Para el cálculo de la muestra representativa, nuestro universo elegido se basó en nuestro mercado objetivo, como son mujeres de entre 18 y 35 años, tomando en cuenta que las son las que decidirán si llevar a su familia o a sus hijos a Bread House. Al hacer los cálculos, esto nos arrojó que en la parroquia de Cumbayá, habitan 5892 mujeres dentro de estos rangos de edad, siendo este nuestro universo total para el cálculo de muestra de las encuestas.

<b>EDAD</b>	<b>MUJERES</b>
De 15 a 19 años	1506
De 19 a 24 años	1468
De 25 a 29 años	1495
De 30 a 34 años	1423
<b>UNIVERSO</b>	<b>5892</b>

Usando la herramienta de Netquest.com obtuvimos que nuestra muestra será de 259 personas, con esto tendremos un nivel de confianza del 90%.

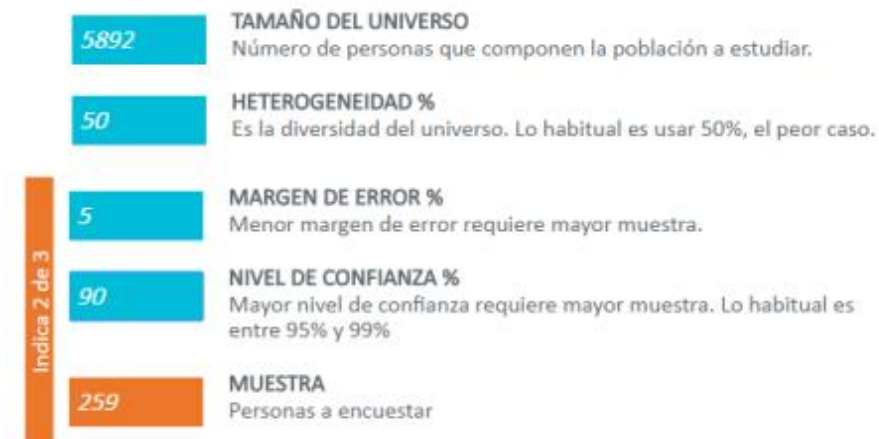


Figura 11. Cálculo de Muestra. Fuente: Netquest.com

### 3.6.2. *Proyección de la Demanda.*

Después de establecer una proyección de demanda a través de encuestas, para tener un resultado más real, también se realizó una proyección de demanda basada en la competencia para poder así estimar cuantos clientes habrá al día según cada Daypart. En este caso, se ha tomado la principal competencia de Bread House según su ubicación, se ha hecho un conteo diario del ingreso de clientes tanto del restaurante Ali's, como del principal competidor que es Swiss Corner, así mediante un promedio de los dos se han obtenido los siguientes resultados, tomando en cuenta que el lunes el restaurante no abrirá y de igual manera permanecerá cerrado entre semana de 13:00pm a 16:00 pm.

Tabla 4.  
Proyección de Demanda basada en la competencia

Daypart	Desayuno (8:00-10:00)	Brunch (10:00-13:00pm)	Almuerzo (13:00-16:00pm)	Media Tarde - (16:00-18:00pm)	Cena (18:00-21:00pm)
<b>Num. de Cubiertos</b>					
Lun	cerrado	cerrado	cerrado	cerrado	cerrado
Mar	11	13	cerrado	13	9
Mie	10	12	cerrado	13	10
Jue	10	13	cerrado	14	10
Vie	11	12	cerrado	30	40
Sab	30	40	120	30	40
Dom	30	40	120	30	15
<b>Promedio</b>	<b>17,00</b>	<b>21,67</b>	<b>40,00</b>	<b>21,67</b>	<b>20,67</b>
<b>Rotación Mesas</b>	0,15	0,20	0,36	0,20	0,19

Después de ver el cuadro, observamos que se ha obtenido un promedio de clientes diario durante cada Daypart y además con esto se ha podido establecer la rotación de mesas de cada parte del día. Es importante mencionar que se ha usado esta proyección de demanda tanto para la operación del restaurante como la de panadería.

### 3. 7 Pronóstico de Ingresos y Gastos.

#### 3.7.1. Restaurante.

Los ingresos y Gastos de este restaurante se han pronosticado en base a la proyección de demanda mostrada anteriormente. A través del promedio de consumo diario y la rotación de mesas, se ha logrado obtener los ingresos y gastos multiplicando la rotación por el cheque promedio y por los costos promedio, respectivamente, de cada Daypart. Para realizar esto de la manera más exacta posible se ha establecido los platos del menú que se consumirán durante cada parte del día, obteniendo así un cheque promedio y costos promedios más acertados, vemos a continuación el cuadro que nos muestra lo dicho:

Tabla 5.  
Inclusión de platos según Daypart

Inclusión Platos	Entrada	Principal	Bebida	Café/Postre
<b>Desayuno</b>		Sanduches Paninis Pitas/Souffles Bow ls Fruta	Jugos Naturales Batido, Smothie	Bebidas Calientes Bebidas Frías Postres
<b>Brunch</b>		Sanduches Paninis Pitas/Souffles Bow ls Fruta	Jugos Naturales Batido, Smothie	Bebidas Calientes Bebidas Frías Postres
<b>Almuerzo</b>	Sopas Menú Niños	Ensaladas Sandw iches Paninis	Jugos Naturales Smothie Bebidas Varias	Bebidas Calientes Bebidas Frías Postres
<b>Media Tarde</b>		Sanduches Paninis Pitas/Souffles Bow ls Fruta Sopas Ensaladas	Jugos Naturales Batido, Smothie Bebidas Varias	Bebidas Calientes Bebidas Frías Postres
<b>Cena</b>		Sanduches Paninis Pitas/Souffles Bow ls Fruta Sopas Ensaladas	Jugos Naturales Batido, Smothie Bebidas Varias	Bebidas Calientes Bebidas Frías Postres

Después de esto, es muy importante establecer la división de consumo pronosticada que se dará en el restaurante, basándonos principalmente en los rangos promedio de la industria de restaurantes, además, también se ha establecido un food cost promedio entre alimentos y bebidas basado en los costos de las recetas estándar. Es muy importante establecer con esto una división entre ventas de alimentos y ventas de bebidas, como podemos observar porque el food cost siempre es distinto.

Tabla 6.  
Split y FoodCost Promedio de AyB

CONSUMO	Split	Costo
Food	80%	28,32%
Beverage	20%	20,80%

Después de tomar en cuenta la inclusión de platos, se ha calculado el cheque promedio y los costos promedio de cada Daypart, mostrados a continuación:

Tabla 7.  
*Cheque Promedio de cada Daypart*

<b>Cheque Promedio</b>					
Daypart/Consumo	Entrada	Principal	Bebida	Café/Postre	TOTAL
Desayuno		\$ 3,90	\$ 2,08	\$ 2,45	\$ 8,43
Brunch		\$ 3,90	\$ 2,08	\$ 2,45	\$ 8,43
Almuerzo	\$ 3,46	\$ 4,23	\$ 2,15	\$ 2,45	\$ 12,29
Media Tarde		\$ 3,92	\$ 2,11	\$ 2,45	\$ 8,48
Cena		\$ 3,92	\$ 2,11	\$ 2,45	\$ 8,48

Tabla 8.  
*Costo de cada cheque promedio según cada Daypart*

<b>Costos Promedio</b>					
Daypart/Consumo	Entrada	Principal	Bebida	Café/Postre	TOTAL
Desayuno		\$ 1,06	\$ 0,44	\$ 0,37	\$ 1,87
Brunch		\$ 1,06	\$ 0,44	\$ 0,37	\$ 1,87
Almuerzo	\$ 0,70	\$ 1,23	\$ 0,43	\$ 0,37	\$ 2,73
Media Tarde		\$ 1,02	\$ 0,44	\$ 0,37	\$ 1,83
Cena		\$ 1,02	\$ 0,44	\$ 0,37	\$ 1,83

Ahora bien, después de observar el cheque promedio y los costos promedio de cada daypart, podemos establecer los ingresos y costo de venta del restaurante por año. En primer lugar, para calcular los ingresos anuales de la operación del restaurante, se ha calculado al multiplicar el cheque promedio de cada daypart, por el total de puestos (111) multiplicado por la rotación promedio de cada daypart, y todo esto por los 313 días que el restaurante abrirá durante el año, tomando en cuenta que los lunes no se atenderá, así, se han calculado los ingresos del primer año tanto de alimentos y bebidas y se los ha proyectado a 5 años suponiendo un incremento anual de las ventas del 5%.

Tabla 9.  
*Proyección de Ingresos del Restaurante*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS RESTAURANTE</b>					
Alimentos	\$ 294.607,29	\$ 309.337,65	\$ 324.804,53	\$ 341.044,76	\$ 358.097,00
Bebidas	\$ 73.651,82	\$ 77.334,41	\$ 81.201,13	\$ 85.261,19	\$ 89.524,25
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 368.259,11</b>	<b>\$ 386.672,06</b>	<b>\$ 406.005,67</b>	<b>\$ 426.305,95</b>	<b>\$ 447.621,25</b>

Tras obtener los ingresos, hemos calculado los costos de venta de la operación del restaurante y proyectando estos a cinco años, suponiendo una inflación anual del 3%.

Tabla 10.  
*Proyección de Costos del Restaurante*

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>					
Alimentos	\$ 83.432,78	\$ 85.935,77	\$ 88.513,84	\$ 91.169,25	\$ 93.904,33
Bebidas	\$ 15.319,58	\$ 15.779,17	\$ 16.252,54	\$ 16.740,12	\$ 17.242,32
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 98.752,36</b>	<b>\$ 101.714,93</b>	<b>\$ 104.766,38</b>	<b>\$ 107.909,37</b>	<b>\$ 111.146,65</b>

### **3.7.2. Panadería.**

Para establecer los ingresos y costos de venta de la operación de la panadería, se ha tomado en cuenta el mismo cuadro de demanda proyectada basada en la competencia que en la operación del restaurante, sin embargo, para calcular el costo promedio y el cheque promedio de cada compra en la panadería, hemos establecido un promedio de los panes costeados para así facilitar el cálculo, de esta manera, podemos ver a continuación los costos y precios de los panes tomados como muestra:

Tabla 11.  
Menú Panadería

MENU PANES				
NOMBRE	COSTO UNITARIO	PVP SIN IVA	PVP REAL	FOOD COST REAL
<b>PANES</b>				
Pan de Ajonjolí (250)	\$ 0,24	\$ 0,90	\$ <b>0,90</b>	26,67%
Pan de Aceituna (225)	\$ 0,58	\$ 1,60	\$ <b>1,60</b>	36,25%
Baguette Frances (380gr)	\$ 0,08	\$ 0,70	\$ <b>0,70</b>	11,43%
Pan Integral (80gr)	\$ 0,05	\$ 0,35	\$ <b>0,35</b>	14,29%
Pan Centeno (80gr)	\$ 0,05	\$ 0,35	\$ <b>0,35</b>	14,29%
Pan de Nuez (80gr)	\$ 0,30	\$ 0,80	\$ <b>0,80</b>	37,50%
Pan Ciavatta (80gr)	\$ 0,16	\$ 0,50	\$ <b>0,50</b>	32,00%
Focaccia (50gr)	\$ 0,07	\$ 0,50	\$ <b>0,50</b>	14,00%
Croissant (80gr)	\$ 0,12	\$ 0,50	\$ <b>0,50</b>	24,00%
Rosa de Mantequilla (80gr)	\$ 0,11	\$ 0,50	\$ <b>0,50</b>	22,00%
Pan de Queso Asiago	\$ 0,28	\$ 0,70	\$ <b>0,70</b>	40,00%
Pan de Tomate y Albahaca	\$ 0,65	\$ 1,20	\$ <b>1,40</b>	46,43%
Pan de Avena y Miel	\$ 0,32	\$ 0,70	\$ <b>0,70</b>	45,71%
Pan Blanco de Molde	\$ 0,53	\$ 1,20	\$ <b>1,20</b>	44,17%
Rosa Integral	\$ 0,14	\$ 0,60	\$ <b>0,60</b>	23,33%
<b>DULCES</b>				
Pan de Almendras	\$ 0,38	\$ 0,90	\$ <b>1,20</b>	31,67%
Pan de Nutella	\$ 0,57	\$ 0,90	\$ <b>1,20</b>	47,50%
Pan de Pecanas	\$ 0,48	\$ 0,90	\$ <b>1,20</b>	40,00%
Pan de Queso Asiago	\$ 0,25	\$ 0,90	\$ <b>1,20</b>	20,83%

Tras esto, se ha establecido un promedio de costos y cheque promedio que al tomar en cuenta la rotación y el promedio de ventas en cada Dayparts, nos ha permitido calcular los ingresos mensuales de la operación de venta de panes y de la misma manera los ingresos del primer año.

Tabla 12.  
Variables de Venta e Ingresos de Panadería

VENTA PANADERIA	COSTO UNITARIO	PVP REAL	MARGEN CONT	FOOD COST
<b>Promedio</b>	\$ 0,28	\$ 0,85	66,71%	<b>33,29%</b>

	Mensual	Anual
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 2.665,82	\$ <b>32.092,38</b>
<b>TOTAL COSTOS DE VENTA</b>	\$ 887,50	\$ <b>10.684,17</b>



Para establecer la proyección de ingresos y costos de venta de la operación de panes, se ha tomado en cuenta de igual manera un incremento anual de las ventas del 5% y una inflación anual del 3%, así, vemos a continuación la proyección a 5 años calculada:

Tabla 13.  
*Proyección de Ingresos y Costos de Panadería*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Panadería	\$ 32.092,38	\$ 33.697,00	\$ 35.381,85	\$ 37.150,95	\$ 39.008,49
<b>COSTO DE VENTAS</b>					
Panadería	\$ 10.684,17	\$ 11.004,70	\$ 11.334,84	\$ 11.674,88	\$ 12.025,13

### 3. 8. Análisis de la Rentabilidad del proyecto.

#### 3.8.1. Flujos y Valoración del Proyecto.

- Principales variables y cálculo de ventas del primer año

Tabla 14.  
*Proyección de Ingresos Totales*

#### PRINCIPALES VARIABLES BREAD HOUSE

Número de mesas	25
Número de puestos	111

Cheque Promedio	Desayuno	Brunch	Almuerzo	Media Tarde	Cena	Panadería
(Aumenta 5% anual)	\$ 8,43	\$ 8,43	\$ 12,29	\$ 8,48	\$ 8,48	\$ 1,70

Rotación	0,15	0,20	0,36	0,20	0,19
(Se mantiene la rotación)					

VENTAS						
Restaurante	\$ 143,31	\$ 182,65	\$ 491,60	\$ 183,73	\$ 175,25	
Panadería	\$ 14,41	\$ 18,36	\$ 33,89	\$ 18,36	\$ 17,51	

\* Se trabaja 313 días al año de martes a domingo

Ventas Restaurante	\$ 368.259,11
Venta Panadería	\$ 32.092,38
<b>TOTAL VENTAS PRIMER AÑO</b>	<b>\$ 400.351,49</b>

- Estado de PyG, Proyección de Ingresos y Gastos

Tabla 15.  
Estado de PyG – Cálculo de Utilidad Neta Proyectada

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas Brutas	\$ 368.259,11	\$ 386.672,06	\$ 406.005,67	\$ 426.305,95	\$ 447.621,25
Alimentos	\$ 294.607,29	\$ 309.337,65	\$ 324.804,53	\$ 341.044,76	\$ 358.097,00
Bebidas	\$ 73.651,82	\$ 77.334,41	\$ 81.201,13	\$ 85.261,19	\$ 89.524,25
Panadería	\$ 32.092,38	\$ 33.697,00	\$ 35.381,85	\$ 37.150,95	\$ 39.008,49
<b>Total Ingresos Departamentales</b>	<b>\$ 400.351,49</b>	<b>\$ 420.369,07</b>	<b>\$ 441.387,52</b>	<b>\$ 463.456,89</b>	<b>\$ 486.629,74</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>					
Alimentos	\$ 83.432,78	\$ 85.935,77	\$ 88.513,84	\$ 91.169,25	\$ 93.904,33
Bebidas	\$ 15.319,58	\$ 15.779,17	\$ 16.252,54	\$ 16.740,12	\$ 17.242,32
Panadería	\$ 10.684,17	\$ 11.004,70	\$ 11.334,84	\$ 11.674,88	\$ 12.025,13
<b>Total costos y Gastos Departamentales</b>	<b>\$ 109.436,53</b>	<b>\$ 112.719,63</b>	<b>\$ 116.101,22</b>	<b>\$ 119.584,26</b>	<b>\$ 123.171,78</b>
<b>UTILIDAD DEPARTAMENTAL (BRUTA)</b>	<b>\$ 290.914,96</b>	<b>\$ 307.649,43</b>	<b>\$ 325.286,30</b>	<b>\$ 343.872,64</b>	<b>\$ 363.457,96</b>
Incremento anual en ventas: 5%					
Inflación Anual: 3%					
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
Sueldos y Administración	\$ 109.548,94	\$ 119.561,31	\$ 123.148,15	\$ 126.842,59	\$ 130.647,87
Mkt y Publicidad	\$ 8.000,00	\$ 4.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.200,00	\$ 2.000,00
Agua-Luz-Fuerza	\$ 9.000,00	\$ 9.270,00	\$ 9.548,10	\$ 9.834,54	\$ 10.129,58
Arriendo	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 66.000,00	\$ 66.000,00	\$ 72.600,00
Reparación y Mantenimiento	\$ 4.000,00	\$ 4.080,00	\$ 4.161,60	\$ 4.244,83	\$ 4.329,73
<b>Total</b>	<b>\$ 190.548,94</b>	<b>\$ 196.911,31</b>	<b>\$ 205.857,85</b>	<b>\$ 209.121,97</b>	<b>\$ 219.707,18</b>
<b>Utilidad después de Gastos Operativos no distribuidos</b>	<b>\$ 100.366,02</b>	<b>\$ 110.738,13</b>	<b>\$ 119.428,45</b>	<b>\$ 134.750,67</b>	<b>\$ 143.750,78</b>
Gastos directos de operación: 3,5% de ingresos					
Mkt y Publicidad se establece presupuesto anual, disminuye con los años					
Aumento anual de Agua-Luz-Fuerza: 4% anual					
Aumento de arriendo: 10% cada 2 años					
Aumento anual de Reparación y Mantenimiento: 2%					
<b>CARGOS FIJOS</b>					
Gastos de Gestión	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Financieros	\$ 24.013,60	\$ 24.013,60	\$ 24.013,60	\$ 24.013,60	\$ 24.013,60
Depreciación Estimada	\$ 20.800,00	\$ 20.800,00	\$ 20.800,00	\$ 20.800,00	\$ 20.800,00
Amortización	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
<b>Total Cargos Fijos</b>	<b>\$ 52.813,60</b>	<b>\$ 52.813,60</b>	<b>\$ 52.813,60</b>	<b>\$ 52.813,60</b>	<b>\$ 52.813,60</b>
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 47.552,41</b>	<b>\$ 57.924,52</b>	<b>\$ 66.614,85</b>	<b>\$ 81.937,07</b>	<b>\$ 90.937,18</b>
Repartición Empleados (15%)	\$ 7.132,86	\$ 8.688,68	\$ 9.992,23	\$ 12.290,56	\$ 13.640,58
<b>Saldo</b>	<b>\$ 40.419,55</b>	<b>\$ 49.235,85</b>	<b>\$ 56.622,62</b>	<b>\$ 69.646,51</b>	<b>\$ 77.296,60</b>
Impuesto a la Renta (24%)	\$ 9.700,69	\$ 11.816,60	\$ 13.589,43	\$ 16.715,16	\$ 18.551,18
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 30.718,86</b>	<b>\$ 37.419,24</b>	<b>\$ 43.033,19</b>	<b>\$ 52.931,35</b>	<b>\$ 58.745,42</b>
No hay comisión por gastos de gestión					
Gasto financiero cubre préstamo de \$80000					
Depreciación de equipo para 5años					

- **Cálculo del Flujo de Caja Operativo después de Impuestos**

Tabla 16.  
*Proyección de Flujos de Caja*

FLUJO DE CAJA OPERATIVO DESPUÉS DE IMPUESTOS					
<b>Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones</b>	\$ 100.366,02	\$ 110.738,13	\$ 119.428,45	\$ 134.750,67	\$ 143.750,78
Intereses	\$ 12.993,27	\$ 10.928,07	\$ 8.475,86	\$ 5.564,11	\$ 2.106,70
Capital	\$ 11.020,34	\$ 13.085,53	\$ 15.537,74	\$ 18.449,49	\$ 21.906,90
Flujo de caja antes de Impuestos	\$ 76.352,41	\$ 86.724,52	\$ 95.414,85	\$ 110.737,07	\$ 119.737,18
Impuestos de la operación	\$ 16.833,55	\$ 20.505,28	\$ 23.581,66	\$ 29.005,72	\$ 32.191,76
Flujo de Caja Operativo despues de imp	\$ 59.518,86	\$ 66.219,24	\$ 71.833,19	\$ 81.731,35	\$ 87.545,42
<b>Flujo de Caja Total</b>	<b>\$ 59.518,86</b>	<b>\$ 66.219,24</b>	<b>\$ 71.833,19</b>	<b>\$ 81.731,35</b>	<b>\$ 87.545,42</b>

Tabla 17.  
*Cálculo de Impuestos*

CÁLCULO DE IMPUESTOS - FLUJO OPERATIVO					
<b>(EBITDA)</b>	\$ 100.366,02	\$ 110.738,13	\$ 119.428,45	\$ 134.750,67	\$ 143.750,78
Intereses sobre la deuda	\$ 12.993,27	\$ 10.928,07	\$ 8.475,86	\$ 5.564,11	\$ 2.106,70
Depreciacion	\$ (20.800,00)	\$ (20.800,00)	\$ (20.800,00)	\$ (20.800,00)	\$ (20.800,00)
Costos financieros amortizados	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 87.372,75</b>	<b>\$ 99.810,06</b>	<b>\$ 110.952,59</b>	<b>\$ 129.186,56</b>	<b>\$ 141.644,07</b>
15% Utilidad Empleados	\$ 7.132,86	\$ 8.688,68	\$ 9.992,23	\$ 12.290,56	\$ 13.640,58
24 % Impuesto a la renta	\$ 9.700,69	\$ 11.816,60	\$ 13.589,43	\$ 16.715,16	\$ 18.551,18
<b>Saldo</b>	<b>\$ 70.539,20</b>	<b>\$ 79.304,77</b>	<b>\$ 87.370,93</b>	<b>\$ 100.180,84</b>	<b>\$ 109.452,31</b>

### 3.8.2. Inversión y Rentabilidad del Proyecto.

Después del Pronóstico de Ingresos y Gastos y tras obtener los flujos proyectados a 5 años, podemos iniciar con el análisis de la rentabilidad y por lo tanto la factibilidad del Proyecto de Restaurante Bread House. En primer lugar, estableceremos un presupuesto del Proyecto que nos ayudará a estimar el financiamiento y la inversión necesaria.

- **Presupuesto total del Proyecto**

A continuación, vemos una tabla del Presupuesto total necesario para iniciar este proyecto, claro está que este es de \$103.800 y equivale por lo tanto a la inversión inicial que se requerirá para poner en marcha el restaurante.

<b>INVERSIÓN - PRESUPUESTO PROYECTO</b>			
<b>Construcción</b>		<b>Maquinaria y Equipos</b>	
Remodelación interior	\$ 17.000	Equipos Refrigeración	\$ 8.000
Pintura	\$ 2.000	Cocina	\$ 3.000
Diseño Interior	\$ 3.000	Mesas acero inoxidable	\$ 2.200
Exterior, juegos niños	\$ 600	Licuada, Wafflera, etc	\$ 1.200
<b>Muebles y Enseres</b>		Equipo Panadería	\$ 28.000
Mesas		Bandejas, moldes, carros	\$ 1.200
Cuadradas 90x90	\$ 1.000	<b>Equipo funcional</b>	
Rectangulares 90x120	\$ 1.320	Computadores	\$ 1.200
Redondas	\$ 700	Equipo de Sonido	\$ 400
Sillas	\$ 2.400	Equipo Oficina	\$ 1.200
Sillones	\$ 700	Software	\$ 3.000
Muebles y Estanterías	\$ 2.800	<b>Constitución</b>	
Cubiertos	\$ 1.200	Legal y Contabilidad	\$ 2.400
Utensillos Cocina	\$ 2.800	Permisos, Impuestos	\$ 4.000
Vajilla	\$ 2.500	Seguros	\$ 2.500
Cristalería	\$ 2.300	<b>Limpieza</b>	
Servilletas, Individuales, menaje	\$ 600	Basureros	\$ 80
Otros	\$ 900,00	Implementos	\$ 600
Fondo eventualidades	\$ 3.000,00	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 103.800,00</b>

Figura 12. Detalle del Presupuesto Total del Proyecto

Como se puede observar, se incluyen tanto los gastos y presupuesto necesario para la construcción, es decir, la remodelación y la adecuación total del restaurante y sus exteriores. Así mismo se establece un presupuesto para los muebles y enseres que serán necesarios para tener una buena y organizada operación, luego está el presupuesto más alto que incluye la Maquinaria y Equipos necesarios, en este caso, además de todos los equipos de cocina necesarios, el gasto en hornos y equipos de panadería es el más alto pero necesario para cumplir con las ventas estimadas. Luego, dentro del presupuesto también se ha estimado una

cantidad adecuada para la constitución de la empresa y todos los trámites legales y permisos necesarios, para por último mostrar el presupuesto de los instrumentos de limpieza del local, terminando también con un fondo inicial de eventualidades para poder cubrir algún costo inesperado antes de iniciar la operación del restaurante.

### ***3.8.3. Cálculo de indicadores de Factibilidad.***

En primer lugar decimos que en este caso, tras ver el presupuesto, la inversión inicial será de \$104.000 la misma que se financiará en un 30% con capital propio y el restante, es decir el 70%, con un préstamo de consumo en el Banco del Pichincha a 5 años plazo. Este préstamo será de línea abierta y por lo tanto tiene una tasa anual de 17.3%, es importante mencionar que el restaurante se pondrá en marcha con dos socios que pongan la misma cantidad de dinero, es decir, 52 mil dólares cada uno para iniciar el proyecto.

<b>Inversión</b>	<b>Capital propio</b>	<b>Financiamiento</b>
\$ -104.000,00	\$ (24.000,00)	\$ (80.000,00)

Además de esto, para el cálculo de los pagos mensuales es importante mencionar el resto de la información principal que tendrá la deuda, para realizar su amortización a 5 años (Ver Anexo B -Tabla de Amortización). Vemos por tanto a continuación el tiempo o plazo de la deuda, las tasas de interés y el pago mensual.

<b>Tasa de interés</b>	17,30%	<b>Tasa Interés Mensual</b>	1,44%
<b>Plazo</b>	5 años	<b>Periodos</b>	60
<b>PAGO MENSUAL</b>	\$ 2.001,13		

- **Cálculo del Valor presente Neto (VPN)**

FLUJOS DE CAJA OPERATIVO					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ (104.000,00)	\$ 59.518,86	\$ 66.219,24	\$ 71.833,19	\$ 81.731,35	\$ 87.545,42

Costo de Capital	25%
VP	\$188.938,04
Inversión Inicial	\$ (104.000,00)
<b>VAN</b>	<b>\$ 84.938,04</b>

Figura 13. Cálculo del VPN

Vemos en el cuadro anterior en cálculo del VPN, siendo este la diferencia entre el valor de mercado de la inversión y su costo. Este indicador se obtiene al descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros y a la suma de los mismos restar la inversión inicial. Es importante mencionar que el costo de capital se ha establecido en 25%.

El uso del VPN es muy común al ser uno de los criterios que usa flujos descontados y sus ventajas que lo hacen ser el más válido, ya que toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, utiliza todos los flujos del proyecto y usa flujos de caja que representan dinero real. Por esto y tras ver que el VPN de nuestro proyecto es \$84.938,04 decimos que nuestro proyecto del Restaurante Brad House es rentable y sí se debería invertir en él.

- **Calculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)**

FLUJOS DE CAJA OPERATIVO					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ (104.000,00)	\$ 59.518,86	\$ 66.219,24	\$ 71.833,19	\$ 81.731,35	\$ 87.545,42

<b>TIR</b>	<b>58%</b>
------------	------------

Figura 14. Cálculo de la TIR

Vemos en el cuadro anterior el cálculo de la TIR, en este caso este indicador de la tasa del proyecto vemos que es de 58%, lo que nos dice que frente al costo de oportunidad o la tasa del banco que es de 25%, el proyecto es sumamente rentable, ya que es mayor a la tasa de descuento.

- **Cálculo del PayBack o Periodo de Recuperación del capital**

Tabla 17.  
*Payback – Periodo de Recuperación de Inversión*

Periodo	Flujos	Flujos Acumulados
0	\$ (104.000)	\$ (104.000)
1	\$ 59.519	\$ (44.481)
2	\$ 66.219	\$ 21.738
3	\$ 71.833	\$ 93.571
4	\$ 81.731	\$ 175.303
5	\$ 87.545	\$ 262.848
<b>Payback=</b>	<b>1,67</b>	<b>= 1 año y 9 meses</b>

En el cuadro anterior, vemos que el periodo de recuperación de nuestra inversión será de 1 año y 9 meses exactamente, lo que hace que el proyecto también sea rentable pues no requiere de mucho tiempo de operación para cubrir ya todo el dinero arriesgado. Sin embargo, la desventaja del PayBack es que no toma en cuenta los flujos ni el valor del dinero en el tiempo, además de ignorar los flujos que se dan luego de recuperar el capital, sin embargo nos da una buena idea del estimado de tiempo para recuperar la inversión.

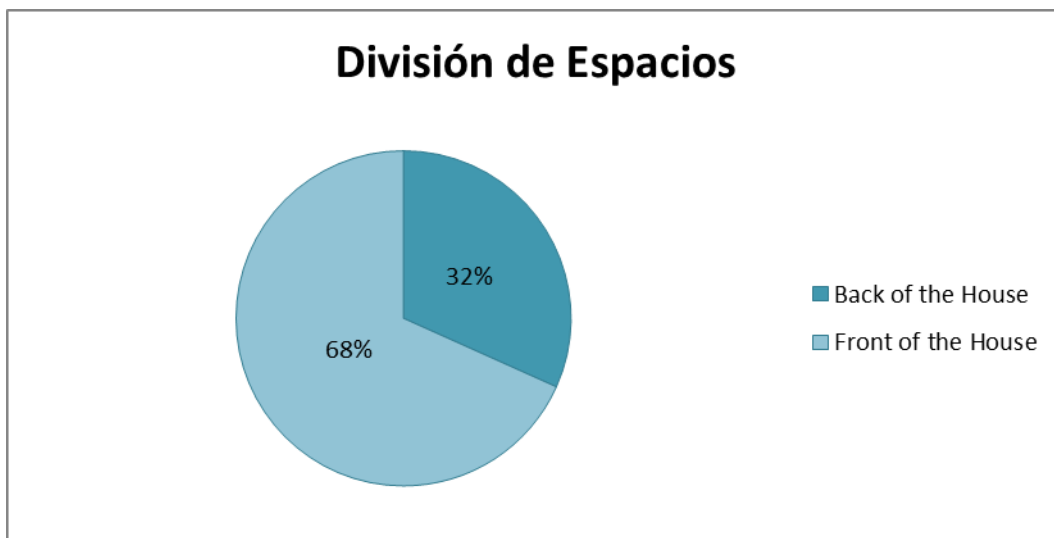
#### 4. Diseño y Arquitectura

Bread House es un restaurante que busca transmitir a los clientes la gastronomía basada en lo saludable y orgánico a través de un local acogedor, con un toque campestre y

natural, que al mismo tiempo permita dar a los consumidores comodidad y sentirse como en su casa. La arquitectura rústica del local, junto con el jardín y sus áreas verdes que incluye amplios ventanales, serán perfectos para generar en el cliente una actitud natural y saludable, que vaya de la mano con nuestro concepto y cree un ambiente y espacio muy afín para la experiencia del cliente. El restaurante contará con 25 mesas en total, de las cuales 14 estarán ubicadas en el interior del mismo, mientras que 5 estarán ubicadas en un Porsche exterior y 6 en el jardín, teniendo así una capacidad total de 111 personas. Las mesas varían de capacidad, pues el local contará con 11 mesas para 5 personas y 14 para cuatro personas, todas las mesas interiores y las del porche serán de forma cuadrada para facilitar su unión y el servicio para reservaciones o grupos grandes, mientras que las seis mesas exteriores del jardín serán circulares con parasol, principalmente para los padres que tengan coche y quieran estar cerca de los juegos para cuidar a sus niños.

En general, el local cuenta con 13 áreas distintas las cuáles podemos diferenciar por las que generan ingresos que vienen a ser: el parqueadero, mostrador panadería y caja, mesas en el interior, mesas en el área exterior. Mientras que las que no producirán ingresos son: cuarto frío, bodega, cocina, panadería, vestidores personal, oficina, baños clientes y patio de servicio. De esta manera, podemos decir que el Front of the House tendrá un área de 201,85 m<sup>2</sup> y ocupa el 68% del área total de restaurante, mientras que el Back of the House cuenta con área de 93.7 m<sup>2</sup> y por lo tanto representa el 32% del área total del restaurante. Es importante mencionar también que los espacios exteriores, tanto el patio de servicios, el jardín exterior o área verde y el área de ingreso, suman un área de 483,55 m<sup>2</sup>, mientras que el área de parqueo es de 144 m<sup>2</sup> y por último, el área de concesión municipal es de 483,50m<sup>2</sup> que servirá también para parqueadero y circulación vehicular.





*Figura 15.* División de espacios del restaurante Bread House

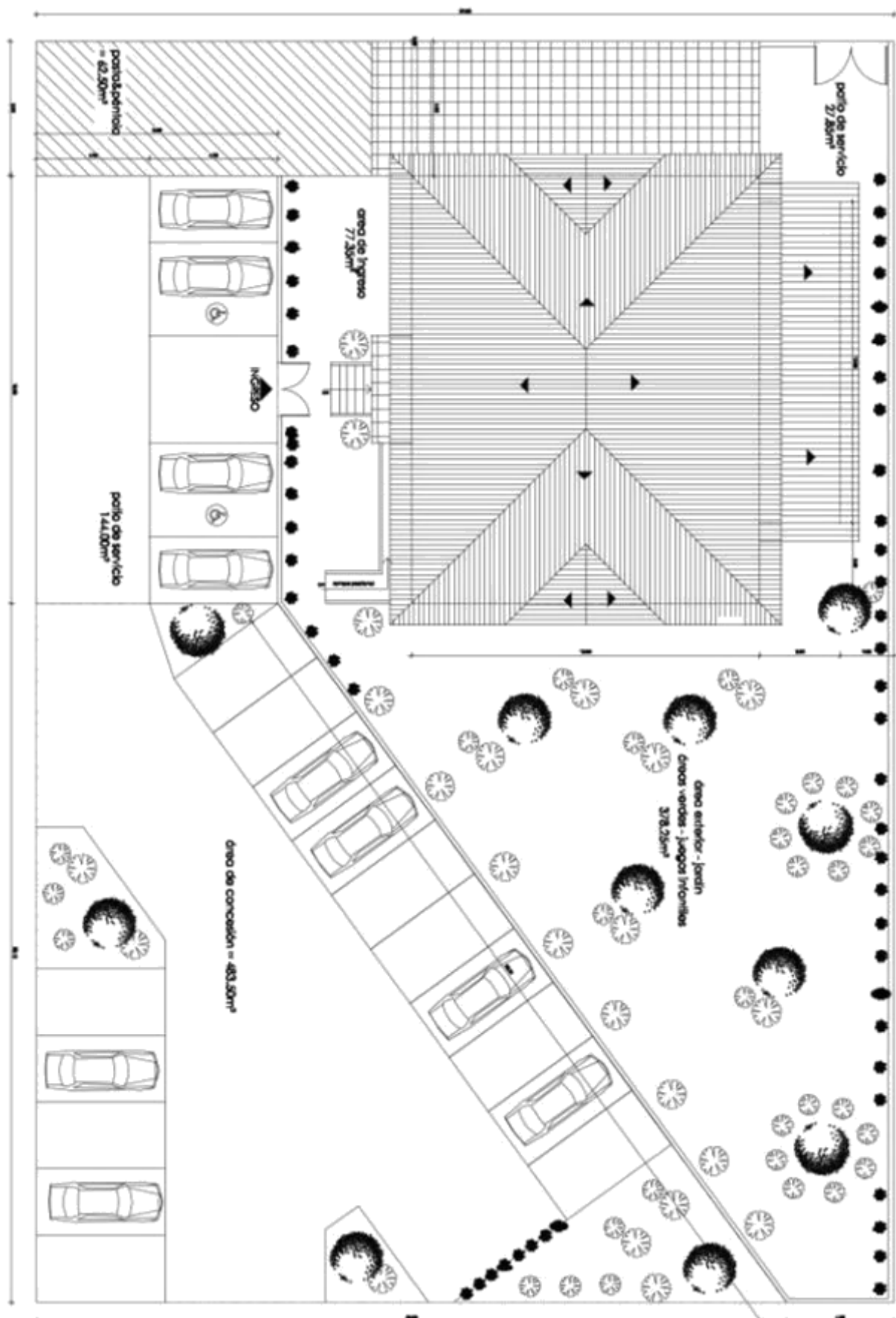
#### **4.1. Planos y Diseño de Áreas.**

##### ***4.1.1. Implantación General Propiedad.***

Vemos a continuación el primer plano de implantación del local visto el área de terreno desde arriba, aquí se puede apreciar claramente las distintas áreas. El área construida total con fachadas inclinadas, las áreas exteriores del restaurante, la parte de circulación y estacionamientos, el área arrendada a Pasta & Péntola y por último la concesión por parte del municipio, que servirá igual para parqueaderos.

##### ***4.1.2. Planta General Restaurante – FOH y BOH***

Después de observar la fachada exterior, podemos observar los planos internos del restaurante, donde se nos muestran ya las distintas áreas definidas cada una con su espacio determinado, así, después de esto estableceremos las distintas áreas tanto del Front of The House como del Back of the House, con las que contará el restaurante.



IMPLANTACIÓN GENERAL RESTAURANTE

ESCALA 1:200

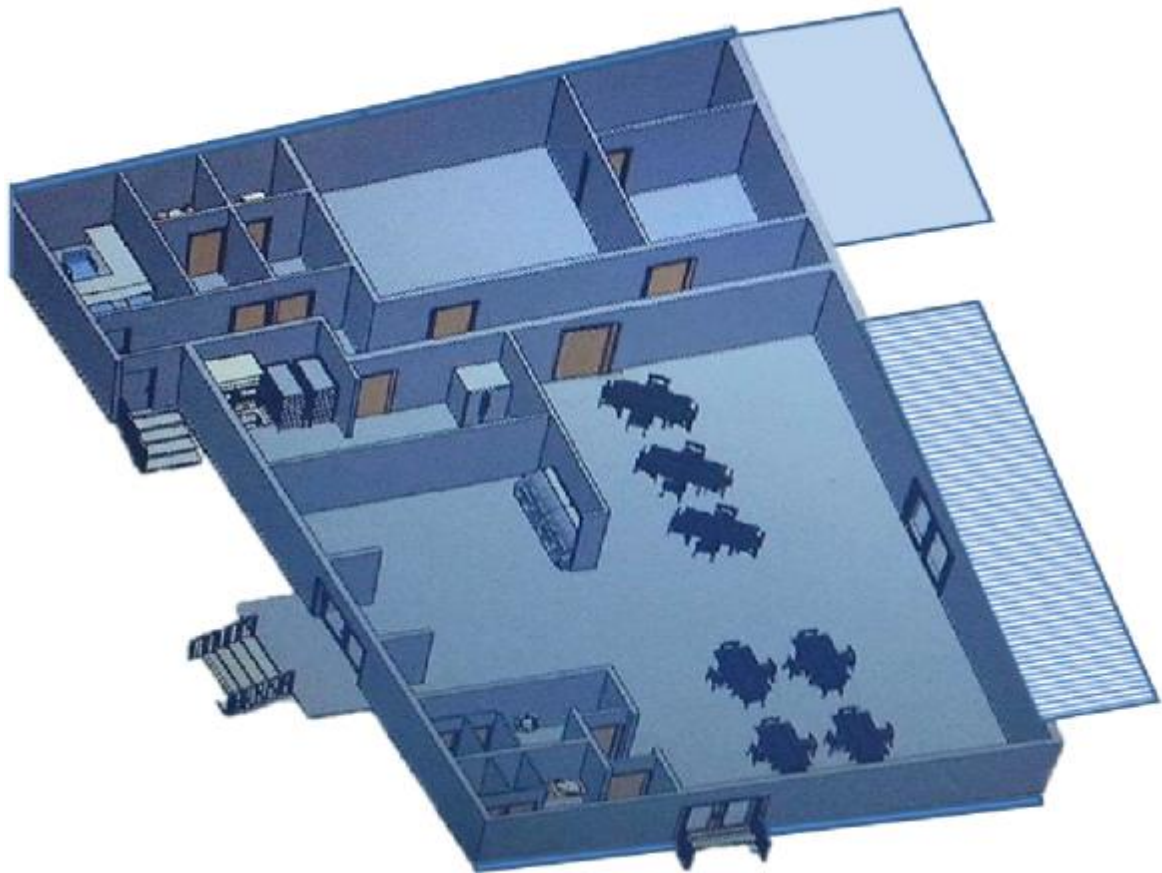


### 4.1.3. *Diseño de Áreas y Espacios*

- **Fachada exterior del restaurante**



- **División de espacios de restaurante completo**



- **Diseño interior del restaurante**

Ingreso al restaurante



Vista lateral panadería y caja





Vista posterior del restaurante



Cocina



Pérgola -Mesas exteriores



## Área del Restaurante - Ingreso Servicio



### **4.2 Programa de Espacios.**

A continuación, vemos claramente el programa de espacio de la propiedad, identificando de manera general el Front of the House, el Back of the House, las áreas exteriores, el parqueadero y circulación vehicular y también el local de arriendo con el que cuenta nuestra propiedad y que actualmente lo ocupa el restaurante Pasta & Péntola.

Tabla 19.  
División de Espacios

División de Espacio	Distribución	Área (m <sup>2</sup> )	Ocupación (%)
FRONT OF THE HOUSE	Hall de Ingreso	16,25	1,1%
	Mesas interiores	109,35	7,4%
	Mesas exteriores	34,20	2,3%
	Mostrador Panadería y Caja	23,15	1,6%
	Baños Clientes	18,90	1,3%
BACK OF THE HOUSE	Cuarto Frío	4,55	0,3%
	Bodega	8,70	0,6%
	Cocina	24,55	1,7%
	Vestidores y baños	11,05	0,8%
	Oficina	7,50	0,5%
	Hall de servicio	8,60	0,6%
	Corredor de servicio	10,75	0,7%
	Panadería/Hornos	18,00	1,2%
ÁREAS EXTERIORES	Patio de Servicios	27,85	1,9%
	Jardín exterior/Áreas verdes	378,25	25,7%
	Área de Ingreso	77,35	5,3%
PARQUEO Y CIRCULACIÓN VEHICULAR	Parqueadero local	144,00	9,8%
	Concesión municipio	483,50	32,9%
LOCAL ARRIENDO	Pasta & Pétola	62,5	4,3%
<b>TOTAL</b>		<b>1469,00</b>	<b>100,0%</b>

Para tener una mejor idea de la eficacia de uso del espacio, veremos también un gráfico del porcentaje de ocupación de cada área distinta en relación al área total de la propiedad.

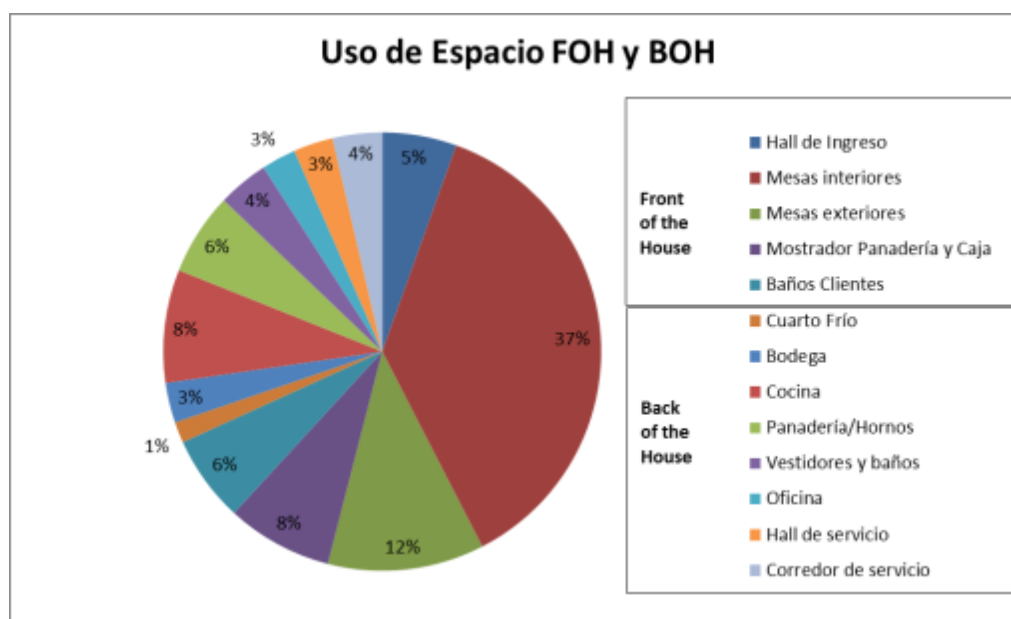


Figura 16. Uso de espacios de FOH y BOH del Restaurante Bread House



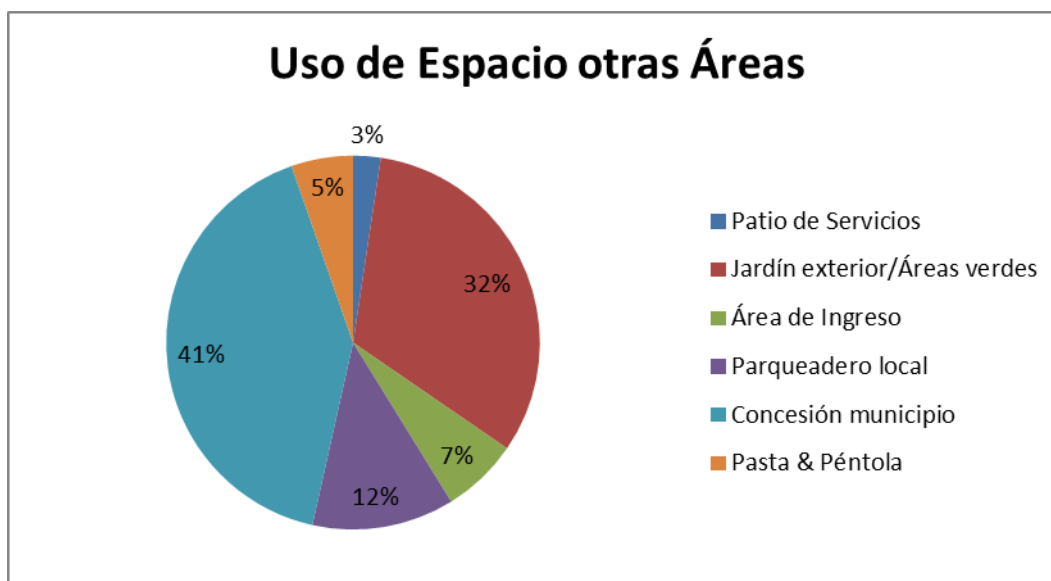


Figura 17. Uso de espacios Áreas Restantes

### 4.3 División de espacios y funciones.

#### 4.3.1 *Front of the House.*

El Front of the House incluye todos aquellos espacios que están a la vista del cliente y por lo general son generadores de ingreso, como en este caso lo son para Brad House. A continuación detallamos cada una de las áreas que incluye:

- **Hall de Ingreso:** Ocupa 15,25 m<sup>2</sup> del área total y su función principal incluye ser un espacio de desfogue de las demás áreas, es decir, su ubicación estratégica a la entrada del local, le permite ser el espacio adecuado para tener una sala de espera tanto para el restaurante y además es un espacio amplio para los clientes que harán fila para pagar en la caja y así mismo para los que deseen pasar al restaurante.
- **Área de Mesas Interiores:** Ocupa un total de 109,35 m<sup>2</sup>, en total en esta área hay 14 mesas. De las cuales 8 son de 4 personas y 6 mesas son para 5 personas, lo que le permite

tener una capacidad de 62 personas. Cada mesa de cuatro personas es de 90 cm x 90 cm, mientras que las de cinco personas son de 90cm x 150cm, además todas estas son cuadradas lo cual permite unir las mesas según la necesidad de las personas . Es importante mencionar que el área tiene amplios corredores para que el servicio sea cómodo y para que los clientes se sientan a gusto, además, cuenta con 2 estaciones de meseros cada una con un computador y con estantes auxiliares para facilitar la operación y el ingreso de comandas a cocina.

- **Área de Mesas Exteriores:** El área de mesas exteriores se encuentran en un Porsche en la parte de atrás del local, tiene una capacidad para 25 personas ya que cuenta con 5 mesas de cinco personas cada una. A estas se suman 6 mesas redondas para cuatro personas ubicadas en el jardín y con un parasol cada una. Además, este espacio al igual que en área interior, cuenta con una estación de meseros con una computadora y estante para así comandar hacia cocina y facilitar la operación.
- **Mostrador de Panadería y Caja:** El mostrador de la panadería tiene un área de 18,35m<sup>2</sup>, en el que se incluirán 6 estantes para ubicar el pan para los clientes, de la misma manera, frente a este espacio estará la caja que tiene un área de 4,80m<sup>2</sup> donde estará la persona encargada de cobrar todas las órdenes y donde también habrá estantes para guardar todo tipo de implementos necesarios en el área del restaurante.
- **Baños Clientes:** El restaurante contará con un área de 18,90 m<sup>2</sup> para los aseos de los clientes, tanto el baño de damas como el de caballeros tendrán 2 lavabos de aseo personal frente a un espejo grande y dos inodoros, el de hombres tendrá como extra dos urinarios.

### ***4.3.2 Back of the House.***

El Back of the House incluye todas aquellas áreas operaciones de un restaurante que no están a la vista de los clientes, por lo general son espacios que no generan ingresos como en el caso de Bread House. Es importante mencionar que las áreas de Back of the House son claves para el buen funcionamiento del restaurante y a estas áreas solo puede ingresar personal autorizado del restaurante.

- **Cuarto Frío:** El cuarto frío tiene un área de  $4.55\text{m}^2$ , dentro de este habrá estantes para almacenar los productos que necesitan congelación, tomando en cuenta siempre una buena separación del suelo. Además habrá espacios libres para congelar pan e ingresar los carros completos.
- **Bodega:** Esta tiene un área de  $8.70\text{m}^2$ , y se utilizara para guardar todos los alimentos necesarios para la operación normal del restaurante. Está ubicada estratégicamente muy cerca del área de servicio donde se entregan los insumos y tendrá estantes para guardar los alimentos.
- **Cocina:** La cocina es una de las partes sino la parte más importantes para el buen funcionamiento del restaurante, en el caso de Bread House, esta tendrá un área de  $24.55\text{m}^2$  la misma que está bien distribuida con una cocina industrial en el fondo, una cocina normal y una parrilla y una plancha, en el lado derecho tendrá un lavaplatos conectado con el corredor de servicio para que se facilite la operación, en el lazo izquierdo, contará con 2 refrigeradores grandes para almacenar todo lo que se necesita inmediatamente en la preparación. Además, tendrá una mesa de apoyo central de acero inoxidable para tener un funcionamiento en círculo que facilite la producción y entrega de los platos al personal de servicio. Todo el espacio restante pegado hacia la pared contará con meses de apoyo y espacios para almacenar todos los instrumentos necesarios e ingredientes, lo que permitirá contar con varios mesones para la preparación de alimentos ya se apara cocina caliente o

fría. Así, el área de circulación libre dentro de esta será de 14.50m<sup>2</sup>, del mismo modo esta se une al corredor de servicio que permite a los meseros tener una salida directa desde la cocina hacia el restaurante y las mesas internas.

- **Panadería/Hornos:** Esta área consta de 18m<sup>2</sup> y su uso principalmente será para realizar el pan, es decir, dos hornos de pan estarán ubicados en este lugar, además de una mesa de apoyo muy larga, un espacio para los coches de pan y dos alacenas para guardar todos los productos necesarios directamente en la realización del pan, además habrá una refrigeradora para almacenar todo lo que necesite estar en baja temperatura, los demás espacios para almacenar serán debajo de la mesa de realización de pan y así mismo se contará con un lavabo necesario para esta área. Este espacio está conectado con el hall de servicio para facilitar el paso al área de mostradores y a las bodegas. El espacio donde estarán ubicados los hornos contará con un ducto de ventilación para disipar el calor, el cual extraerá directamente desde los hornos hacia la parte de afuera del local, que es justo el hall de ingreso, una estrategia perfecta para llamar la atención del consumidor que pase por la vía por el agradable olor a pan recién horneado.
- **Vestidores y baños del personal:** Los vestidores y baños para el personal ocupan un área de 11,05 m<sup>2</sup>, estos están divididos en dos partes una para hombres y otra para mujeres. Cada parte consta de un baño con lavabo y también un espacio de vestidor y lockers para guardar pertenencias. Están conectados con el hall del servicio, junto a la oficina administrativa y tienen un fácil acceso hacia la cocina y panadería y además una puerta lateral para ingresar por allí y no por el hall principal.
- **Oficina:** La oficina administrativa ocupa un espacio amplio de 7,50m<sup>2</sup> esta cuenta con un escritorio de atención al cliente con tres sillas, computadora, impresora, etc. y además con estantes para archivar todo tipo de documentos necesarios del restaurante y de proveedores. Su ubicación estratégica permite tener una entrada lateral directa y tiene

conexión con el hall de servicio, desde donde se puede acceder fácilmente a todas las áreas del local para mantener un buen control de operaciones.

- **Hall de servicio:** Este espacio para movilización es muy importante ocupa un área de  $8,60\text{m}^2$ , conecta el área exterior con una puerta lateral y permite acceder a la oficina, panadería, mostrador de panadería y los baños y vestidores de personal, además se conecta al corredor de servicio por lo que es clave para la movilización interna dentro del Back of the House.
- **Corredor de servicio:** El corredor de servicio tiene un área de  $10,75\text{m}^2$ , es de mucha utilidad porque además de conectarse con el hall de servicio, es la conexión directa entre el patio de servicio, la bodega, la cocina y el área del restaurante principal. El corredor de servicio es amplio para poder movilizar el pan, y los insumos de proveedores, además permite a los meseros conectarse directamente con la cocina lo que beneficia la operación y facilita el servicio.

#### *4.3.3 Áreas Exteriores.*

- **Patio de servicio:** El patio de servicios se encuentra en la parte posterior izquierda del local, tiene un área de  $27,85\text{m}^2$  y es muy útil porque es el lugar de descarga de proveedores, además de tener una puerta para vehículos, conecta directamente con la bodega, lo que hace que el manejo de insumos y su almacenamiento sea directo. Del mismo modo, será la zona donde se mantienen los tachos de basura y a donde se encuentran los tanques de gas, el medidor de agua y también consta con una pequeña caseta para guardar los insumos e instrumentos de limpieza para el local.
- **Jardín exterior/áreas verdes:** Las áreas verdes de Bread House ocuparán  $378,25\text{ m}^2$ , estas empiezan detrás del porche exterior y se extienden hacia la parte lateral derecha del terreno. Esta área además de tener jardines y varios árboles que crean un ambiente natural, contará con un espacio recreativo para niños con resbaladera, y demás atractivos que se

pueden observar desde dentro del local por las vitrinas, lo que hace de Bread House un restaurante familiar.

- **Área de ingreso:** El área de ingreso tiene 77.35m<sup>2</sup> y es la conexión entre el hall de ingreso y el parqueadero del local, cuenta con un graderío de ingreso directo al local y de igual manera con una rampa lateral izquierda para discapacitados.

#### *4.3.4 Parqueo y circulación vehicular.*

- **Parqueadero Local:** Dentro de la propiedad del local, el área de parqueadero ocupa a 144m<sup>2</sup>, la misma que está conectada directamente con la avenida Cunuyacu y permite una entrada directa al frente del local. Esta tiene una capacidad para 4 vehículos, dejando un espacio en el centro de la entrada del local para no afectar el ingreso. Además, los dos parqueaderos que dan justo a la entrada del restaurante serán para personas discapacitadas para facilitar su ingreso y movilización.
- **Concesión municipio:** Dentro del área de parqueo y circulación vehicular, el local cuenta con un área de concesión por parte del municipio, en el lado derecho de la propiedad, la misma que se conecta directamente con el parqueo del local y que ocupa un área de 483.50m<sup>2</sup>. Este espacio sin duda alguna es muy beneficioso para Bread House ya que prácticamente es un extensión de parqueo que tiene una capacidad para 15 vehículos más, lo que significa un gran beneficio para el local y para los clientes en general.

#### *4.3.5 Local de Arriendo.*

- **Pasta & Péntola:** Este local de arriendo está ubicado en la parte izquierda frontal de la propiedad y ocupa 62.50m<sup>2</sup> de la misma. Actualmente es un restaurante llamado Pasta & Pentola que genera un ingreso adicional para nuestro local y además de atraer clientes a

nuestra panadería, es un espacio que genera más movimiento y es beneficioso para Bread House, claramente este también tendrá derecho a una zona de parqueo pero con la concesión municipal esto no será mayor problema.

#### ***4.3.6 Áreas Mantenimiento.***

Es importante mencionar, que esta propiedad no cuenta con un área específica de mantenimiento, pero el patio de servicios será donde se almacene todos aquellos instrumentos y materiales necesarios para arreglos físicos del local. Sin embargo, en caso de existir algún daño que esté fuera del alcance del personal, se contratará a personas externas especializadas en el tema. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que la propiedad cuenta con una cisterna propia, además de seguridad contra incendios y extractor de olores, lo que facilita el funcionamiento de la operación como tal.

#### **4.4. Diseño Interior.**

El diseño del local se acopla al concepto orgánico que ofrecemos, mesas y sillas de madera, manteles de papel cartón que se reciclaran con cada uso, la decoración tendrá tonalidades de colores tierra y verdes que den la sensación de calma y la vez fresca. Los espacios amplios darán comodidad a los clientes para moverse, y el área de recreación será muy atractiva para las madres que nos visitan con niños, ya que contarán con juegos de madera que simularan un pequeño parque campestre, esta área de recreación es sumamente amplia y verde, dispone de mesas cómodas con parasoles para la comodidad de todos. Contamos con un espacio amplio y con bastante iluminación natural dado que disponemos de ventanales grandes alrededor del local. La casa donde se acopla el restaurante es de aspecto rústico, hay mucha madera y toques de piedra, aprovecharemos estas características para que

se ajusten perfectamente a nuestra idea de ambiente aumentando decoraciones con bambú y barro (Ver Anexo E – Decoración Interior).

La decoración que buscamos para nuestro establecimiento es de tipo orgánica y campestre, lo cual simula un ambiente natural y amigable. Queremos que nuestros clientes sientan la frescura de nuestros productos y se relajen desde el momento que entran es por eso que ambientaremos el espacio con música tranquila pacífica. La decoración vanguardista con toques orgánicos y naturales serán claves para el concepto del ambiente, queremos que nuestro local sea único y se note la diferencia con los cercanos a la zona.

Se pondrán cuadros de nuestros panes frescos, ensaladas y sopas en las paredes al rededor del restaurante, pintaremos las paredes de color beige y combinaciones de verde para contrastar el color oscuro de la madera de las mesas y suelo. En el espacio de la panadería se exhibirán los panes en canastos y papel cartón con detalles delicados para llamar la atención de la clientela (Ver Anexo E - Decoración Interior).

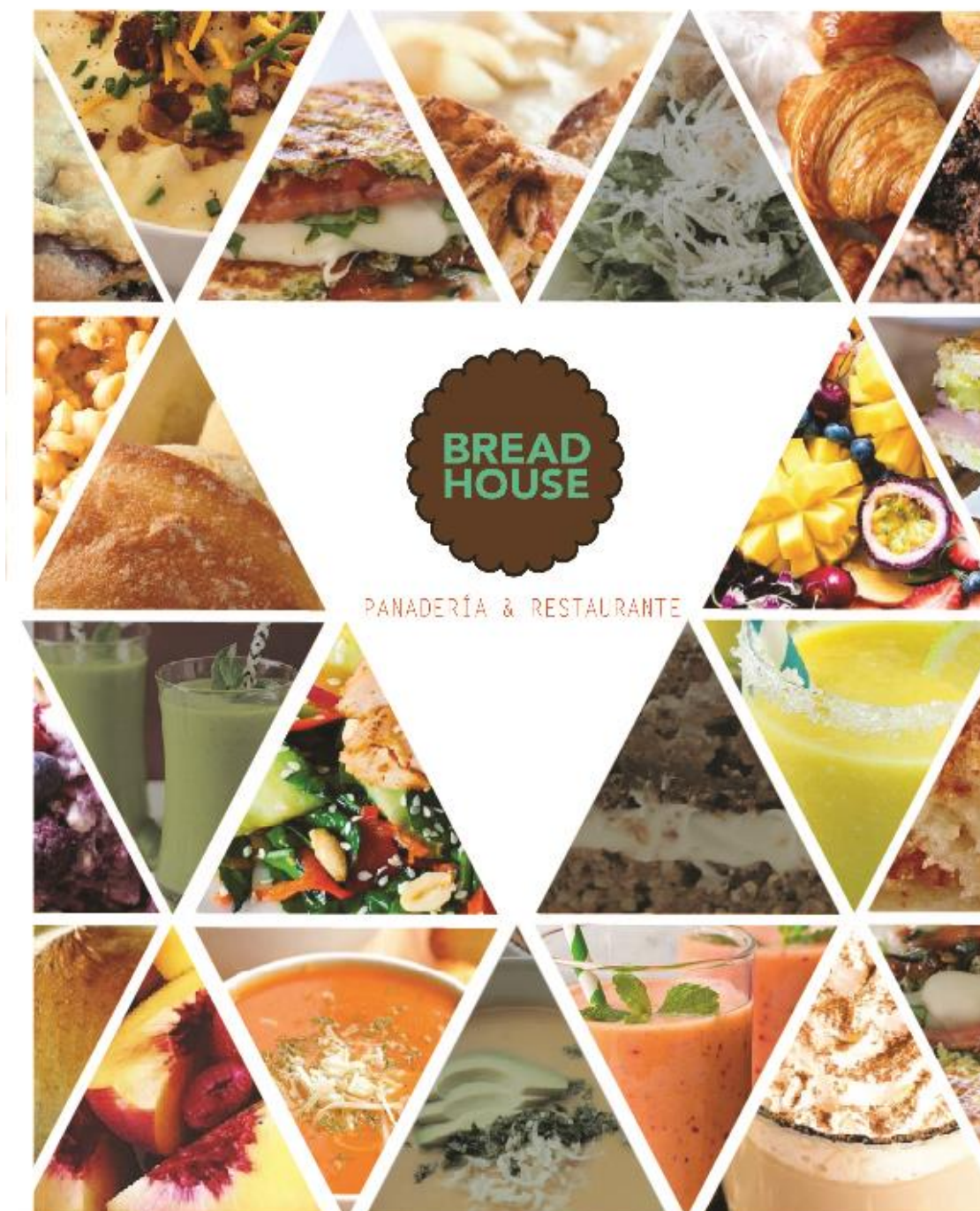
## **4. Programa de Alimentos y Bebidas**

### **4.1. Menú Restaurante.**

A continuación, vemos el Menú que se ofrecerá en nuestro restaurante, es importante mencionar que los precios de la carta estarán ya incluido el IVA del 14% según lo establecido por la política monetaria desde este año en el país.



# MENÚ



## ENSALADAS

Ensalada Mediterránea	\$ 3,80
Ensalada Cesar de Pollo	\$ 3,80
Ensalada Thai de Pollo	\$ 3,80
Ensalada Cobb	\$ 3,80
Ensalada Asiática	\$ 3,80
Ensalada Pollo BBQ	\$ 3,80
Ensalada Tropical	\$ 3,80
Ensalada Griega	\$ 3,80

## SOPAS

Sopa de Cebolla	\$ 4,75
Locro de Papa	\$ 4,75
Crema de Tomate	\$ 3,90
Crema de Espárragos	\$ 3,90
Crema de Champiñones	\$ 3,90
Sopa de Pollo con fideo	\$ 3,90
Crema de Brócoli	\$ 3,90
Turkey Chili	\$ 3,90
Minestrone	\$ 3,90

## SANDWICHES

Sandwich de Lomo y Rúcula	\$ 5,00
Sandwich de Pavo y Aguacate	\$ 4,75
Sandwich de Pavo y Tocino	\$ 5,00
Sandwich Italiano	\$ 4,75
Sandwich de Ensalada de Pollo	\$ 4,75
Sandwich Mediterráneo	\$ 4,75
Sandwich de Atún	\$ 4,75
Sandwich de Jamón Suizo	\$ 4,75
Sandwich de Queso	\$ 4,75

## PANINIS/PITAS/SOUFLES

Sandwich de Lomo y Rúcula	\$ 5,00
Sandwich de Pavo y Aguacate	\$ 4,75
Sandwich de Pavo y Tocino	\$ 5,00
Sandwich Italiano	\$ 4,75
Sandwich de Ensalada de Pollo	\$ 4,75
Sandwich Mediterráneo	\$ 4,75
Sandwich de Atún	\$ 4,75
Sandwich de Jamón Suizo	\$ 4,75
Sandwich de Queso	\$ 4,75



## SMOTHIES

Mora	\$ 2,50
Mango	\$ 2,50
Naranja	\$ 2,50
Maracuyá	\$ 2,50
Frutilla	\$ 2,50

## CAFÉS Y NEVADOS

Espresso	\$ 2,40
Americano	\$ 2,40
Capuchino	\$ 2,50
Moccachino	\$ 2,50
Chocolate Caliente	\$ 2,50
Café Latte	\$ 2,50
Aguas aromáticas	\$ 2,25
Caramelo	\$ 3,75
Mocca	\$ 3,75
Café Helado	\$ 2,50
Chai Te Latte	\$ 3,75

## BEBIDAS VARIAS

Jugos de frutas naturales	\$ 1,75
Batidos de frutas naturales	\$ 2,00
Agua Natural	\$ 2,00
Agua con gas	\$ 2,00
Gaseosas	\$ 2,25

## MENÚ DE NIÑOS

Mozzarella Sticks	\$ 3,50
Mac & Cheese	\$ 3,50
Chicken Fingers	\$ 3,50
Sopa de Cebolla	\$ 2,50
Locro de papa	\$ 2,50
Crema de Tomate	\$ 2,50
Crema de Espárragos	\$ 2,50
Crema de Champiñones	\$ 2,50
Sopa de Pollo con fideos	\$ 2,50

## BOWLS FRUTAS

Avena con frutilla y pecanas	\$ 2,75
Yogurt con Miel y Almendras	\$ 2,75
Granola, yogurt y fruta	\$ 2,75
Bowl de Fruta fresca	\$ 2,75
Anea con quínoa y almendras	\$ 2,75

## POSTRES

Cookie Candy	\$ 1,25
Galletas de Avena	\$ 1,25
Galleta de chispas de Chocolate	\$ 1,25
Pastel de Zanahoria	\$ 2,25
Fudge Brownie	\$ 2,25



#### **4.2. Costos Generales y Precios de Venta**

Después de observar el menú, es de suma importancia analizar los costos y precios de venta asignados a cada producto. Es de suma importancia mencionar que el costo de cada ítem ofrecido al público se ha calculado mediante la realización de recetas estándar (Ver Anexo A – Recetas Estándar), y a partir de este se ha calculado el precio de venta y se ha obtenido el food cost.

Además, para tener mayor claridad, se han analizado los costos, precios de venta sin IVA, con IVA y el precio de venta real de cada ítem distinguiendo nuestro menú entre alimentos, bebidas y el menú de panadería, es importante mencionar que el pan en el Ecuador es un producto que no carga IVA. De la misma manera, vemos que se ha calculado el ratio de food cost que nos muestra la relación de equivalencia del costo de cada ítem en relación a su precio de venta real y por lo tanto estima el porcentaje de ganancia que se tiene sobre cada producto vendido.



### 5.2.1 Alimentos.

ALIMENTOS					
NOMBRE DEL PLATO	COSTO UNITARIO	PVP SIN IVA	PVP CON IVA	FOOD COST REAL	
<b>ENSALADAS</b>					
Ensalada Mediterránea	\$ 1,12	\$ 3,33	\$ 3,80	33,58%	
Ensalda Cesar de Pollo	\$ 1,23	\$ 3,33	\$ 3,80	36,78%	
Ensalada Thai de Pollo	\$ 1,20	\$ 3,33	\$ 3,80	35,88%	
Ensalada Cobb	\$ 1,09	\$ 3,33	\$ 3,80	32,71%	
Ensalada Asiática	\$ 1,05	\$ 3,33	\$ 3,80	31,35%	
Ensalada Pollo BBQ	\$ 1,19	\$ 3,33	\$ 3,80	35,61%	
Ensalada Tropical	\$ 1,26	\$ 3,33	\$ 3,80	37,89%	
Ensalada Griega	\$ 1,03	\$ 3,33	\$ 3,80	30,80%	
<b>SOPAS</b>					
Sopa de Cebolla	\$ 1,01	\$ 4,17	\$ 4,75	24,30%	
Locro de Papa	\$ 0,46	\$ 4,17	\$ 4,75	10,99%	
Crema de Tomate	\$ 0,59	\$ 3,42	\$ 3,90	17,31%	
Crema de Espárragos	\$ 1,04	\$ 3,42	\$ 3,90	30,26%	
Crema de Champiñones	\$ 1,03	\$ 3,42	\$ 3,90	30,06%	
Sopa de Pollo con fideo	\$ 0,54	\$ 3,42	\$ 3,90	15,83%	
Crema de Brócoli	\$ 0,54	\$ 3,42	\$ 3,90	15,76%	
Turkey Chilli	\$ 0,92	\$ 3,42	\$ 3,90	27,01%	
Minestrone	\$ 0,75	\$ 3,42	\$ 3,90	21,87%	
<b>SANDWICHES</b>					
Sandwich de Lomo y Rúcula	\$ 1,56	\$ 4,39	\$ 5,00	35,66%	
Sandwich de Pavo y Aguacate	\$ 1,48	\$ 4,17	\$ 4,75	35,58%	
Sandwich de Pavo y Tocino	\$ 1,70	\$ 4,39	\$ 5,00	38,79%	
Sandwich Italiano	\$ 1,47	\$ 4,17	\$ 4,75	35,19%	
Sandwich de Ensalada de Pollo	\$ 1,20	\$ 4,17	\$ 4,75	28,85%	
Sandwich Mediterráneo	\$ 1,44	\$ 4,17	\$ 4,75	34,55%	
Sandwich de Atún	\$ 0,95	\$ 4,17	\$ 4,75	22,86%	
Sandwich de Jamón Suizo	\$ 0,96	\$ 4,17	\$ 4,75	22,94%	
Sandwich de Queso	\$ 1,21	\$ 4,17	\$ 4,75	28,97%	
<b>PANINIS</b>					
Panini de Pavo	\$ 1,42	\$ 3,51	\$ 4,00	40,47%	
Panini de lomo y queso con cebolla	\$ 1,06	\$ 3,51	\$ 4,00	30,10%	
<b>PITAS/SOUFLES</b>					
Pita de tomate y mozzarella	\$ 1,16	\$ 3,73	\$ 4,25	31,24%	
Pita de Pollo mediterráneo	\$ 1,16	\$ 3,73	\$ 4,25	31,00%	
Pita de Pollo Thai	\$ 1,14	\$ 3,73	\$ 4,25	30,58%	
Pita Suiza	\$ 1,16	\$ 3,73	\$ 4,25	31,00%	
Pita de Pavo	\$ 1,61	\$ 3,95	\$ 4,50	40,89%	
Soufflé de espinaca y alcornoque	\$ 0,96	\$ 3,73	\$ 4,25	25,67%	
Soufflé de espinaca y tocino	\$ 1,10	\$ 3,73	\$ 4,25	29,48%	
Souffle 4 Quesos	\$ 0,91	\$ 3,73	\$ 4,25	24,30%	
<b>BOWLS FRUTA</b>					
Avena con frutilla y pecan	\$ 0,68	\$ 2,41	\$ 2,75	27,99%	
Yogurt con Miel y Almendra	\$ 0,86	\$ 2,41	\$ 2,75	35,55%	
Granola, yogurt y fruta	\$ 0,71	\$ 2,41	\$ 2,75	29,62%	
Bowl de Fruta fresca	\$ 0,60	\$ 2,41	\$ 2,75	24,79%	
Anea con quínoa y almer	\$ 0,70	\$ 2,41	\$ 2,75	29,02%	
<b>MENÚ DE NIÑOS</b>					
Mozzarella Sticks	\$ 0,94	\$ 3,07	\$ 3,50	30,56%	
Mac & Cheese	\$ 1,09	\$ 3,07	\$ 3,50	35,44%	
Chicken Fingers	\$ 0,88	\$ 3,07	\$ 3,50	28,81%	
Sopa de Cebolla	\$ 0,51	\$ 2,19	\$ 2,50	23,08%	
Locro de papa	\$ 0,23	\$ 2,19	\$ 2,50	10,44%	
Crema de Tomate	\$ 0,30	\$ 2,19	\$ 2,50	13,50%	
Crema de Espárragos	\$ 0,62	\$ 2,19	\$ 2,50	28,05%	
Crema de Champiñones	\$ 0,61	\$ 2,19	\$ 2,50	27,71%	
Sopa de Pollo con fideos	\$ 0,51	\$ 2,19	\$ 2,50	23,36%	
<b>POSTRES</b>					
Cookie Candy	\$ 0,19	\$ 1,10	\$ 1,25	17,33%	
Galletas de Avena	\$ 0,25	\$ 1,10	\$ 1,25	22,80%	
Galleta de chispas de Chocolate	\$ 0,25	\$ 1,10	\$ 1,25	22,80%	
Pastel de Zanahoria	\$ 0,32	\$ 1,97	\$ 2,25	16,21%	
Fudge Brownie	\$ 0,36	\$ 1,97	\$ 2,25	18,24%	

## 5.2.2. Bebidas.

BEBIDAS				
NOMBRE	COSTO UNITARIO	PVP SIN IVA	PVP REAL	FOOD COST REAL
<b>JUGOS NATURALES</b>				
Mora	\$ 0,30	\$ 1,54	\$ 1,75	19,54%
Mango	\$ 0,28	\$ 1,54	\$ 1,75	18,24%
Naranja	\$ 0,23	\$ 1,54	\$ 1,75	14,98%
Maracuyá	\$ 0,34	\$ 1,54	\$ 1,75	22,15%
Tomate de Árbol	\$ 0,29	\$ 1,54	\$ 1,75	18,89%
Frutilla	\$ 0,28	\$ 1,54	\$ 1,75	18,24%
Taxo	\$ 0,35	\$ 1,54	\$ 1,75	22,80%
Naranja	\$ 0,34	\$ 1,54	\$ 1,75	22,15%
Limón	\$ 0,12	\$ 1,54	\$ 1,75	7,82%
<b>BATIDOS</b>				
Mora	\$ 0,47	\$ 1,75	\$ 2,00	26,52%
Mango	\$ 0,45	\$ 1,75	\$ 2,00	25,74%
Naranja	\$ 0,40	\$ 1,75	\$ 2,00	22,76%
Maracuyá	\$ 0,51	\$ 1,75	\$ 2,00	29,03%
Tomate de Árbol	\$ 0,46	\$ 1,75	\$ 2,00	25,95%
Frutilla	\$ 0,44	\$ 1,75	\$ 2,00	25,27%
Taxo	\$ 0,51	\$ 1,75	\$ 2,00	29,26%
<b>SMOTHIES</b>				
Mora	\$ 0,60	\$ 2,19	\$ 2,50	27,36%
Mango	\$ 0,57	\$ 2,19	\$ 2,50	25,99%
Naranja	\$ 0,47	\$ 2,19	\$ 2,50	21,43%
Maracuyá	\$ 0,69	\$ 2,19	\$ 2,50	31,46%
Frutilla	\$ 0,55	\$ 2,19	\$ 2,50	25,08%
<b>CAFÉS</b>				
Espresso	\$ 0,29	\$ 2,11	\$ 2,40	13,78%
Americano	\$ 0,29	\$ 2,11	\$ 2,40	13,78%
Capuchino	\$ 0,35	\$ 2,19	\$ 2,50	15,96%
Moccachino	\$ 0,36	\$ 2,19	\$ 2,50	16,42%
Chocolate Caliente	\$ 0,34	\$ 2,19	\$ 2,50	15,50%
Café Latte	\$ 0,31	\$ 2,19	\$ 2,50	14,14%
Aguas aromáticas	\$ 0,14	\$ 1,97	\$ 2,25	7,09%
<b>NEVADOS</b>				
Caramelo	\$ 0,56	\$ 3,29	\$ 3,75	17,02%
Mocca	\$ 0,68	\$ 3,29	\$ 3,75	20,67%
Café Helado	\$ 0,34	\$ 2,19	\$ 2,50	15,50%
Chai Te Latte	\$ 0,84	\$ 3,29	\$ 3,75	25,54%
Té helado sabores	\$ 0,28	\$ 2,19	\$ 2,50	12,77%
<b>BEBIDAS VARIAS</b>				
Agua Natural	\$ 0,31	\$ 1,75	\$ 2,00	17,67%
Agua con gas	\$ 0,31	\$ 1,75	\$ 2,00	17,67%
Coca Cola	\$ 0,39	\$ 1,97	\$ 2,25	19,76%
Coca Cola Light	\$ 0,52	\$ 1,97	\$ 2,25	26,35%
Coca Cola Zero	\$ 0,52	\$ 1,97	\$ 2,25	26,35%
Fanta	\$ 0,39	\$ 1,97	\$ 2,25	19,76%
Sprite	\$ 0,39	\$ 1,97	\$ 2,25	19,76%
Sprite Zero	\$ 0,45	\$ 1,97	\$ 2,25	22,80%
Fioravanti Fresa	\$ 0,39	\$ 1,97	\$ 2,25	19,76%
Fioravanti Manzana	\$ 0,39	\$ 1,97	\$ 2,25	19,76%
Fuze Tea Negro	\$ 0,51	\$ 1,97	\$ 2,25	25,84%
Fuze Tea Verde	\$ 0,51	\$ 1,97	\$ 2,25	25,84%

### 5.2.3. Panadería.

MENU PANES				
NOMBRE	COSTO UNITARIO	PVP SIN IVA	PVP REAL	FOOD COST REAL
<b>PANES</b>				
Pan de Ajonjolí (250)	\$ 0,24	\$ 0,90	\$ <b>0,90</b>	26,67%
Pan de Aceituna (225)	\$ 0,58	\$ 1,60	\$ <b>1,60</b>	36,25%
Baguette Frances (380)	\$ 0,08	\$ 0,70	\$ <b>0,70</b>	11,43%
Pan Integral (80gr)	\$ 0,05	\$ 0,35	\$ <b>0,35</b>	14,29%
Pan Centeno (80gr)	\$ 0,05	\$ 0,35	\$ <b>0,35</b>	14,29%
Pan de Nuez (80gr)	\$ 0,30	\$ 0,80	\$ <b>0,80</b>	37,50%
Pan Ciavatta (80gr)	\$ 0,16	\$ 0,50	\$ <b>0,50</b>	32,00%
Focaccia (50gr)	\$ 0,07	\$ 0,50	\$ <b>0,50</b>	14,00%
Croissant (80gr)	\$ 0,12	\$ 0,50	\$ <b>0,50</b>	24,00%
Rosa de Mantequilla (80gr)	\$ 0,11	\$ 0,50	\$ <b>0,50</b>	22,00%
Pan de Queso Asiago	\$ 0,28	\$ 0,70	\$ <b>0,70</b>	40,00%
Pan de Tomate y Albahaca	\$ 0,65	\$ 1,20	\$ <b>1,40</b>	46,43%
Pan de Avena y Miel	\$ 0,32	\$ 0,70	\$ <b>0,70</b>	45,71%
Pan Blanco de Molde	\$ 0,53	\$ 1,20	\$ <b>1,20</b>	44,17%
Rosa Integral	\$ 0,14	\$ 0,60	\$ <b>0,60</b>	23,33%
<b>DULCES</b>				
Pan de Almendras	\$ 0,38	\$ 0,90	\$ <b>1,20</b>	31,67%
Pan de Nutella	\$ 0,57	\$ 0,90	\$ <b>1,20</b>	47,50%
Pan de Pecanas	\$ 0,48	\$ 0,90	\$ <b>1,20</b>	40,00%
Pan de Queso Asiago	\$ 0,25	\$ 0,90	\$ <b>1,20</b>	20,83%

Como se puede observar, cada tabla nos muestra los distintos ítems del menú, después de obtener los costos por medio de recetas estándar, se puede establecer un balance general positivo. En este caso, los alimentos y sus características al ser sopas, ensaladas, sándwiches y productos en general que no requieren mayor elaboración ni necesitan costos altos, nos dan como resultado un promedio de food cost aproximado del 28,32%, lo cual es beneficioso para la operación del restaurante, además de permitir tener precios de venta más competitivos y asequibles. Del mismo modo, las bebidas de igual manera en promedio tienen un ratio de food cost del 20,8%, mientras que los panes son los que menor margen de contribución en

promedio significan, al tener una ratio de food cost promedio de 33,29%. Todo esto permite a Bread House tener una ventaja competitiva en cuanto a costos variables y precios de venta frente a su competencia, lo que permitirá atraer más clientela y tener una operación fructífera que genere mayores utilidades.

## **6. Recursos Humanos**

### **6.1 Cultura Organizacional.**

Una cultura organizacional fuerte es una de las claves para el éxito principalmente de establecimientos enfocados en el servicio, como será nuestro restaurante Bread House. Fundamentaremos nuestra filosofía y cultura organizacional en las bases del altruismo, con una preocupación siempre enfocada en nuestros clientes y en nuestro capital humano. Siempre que nuestros empleados estén satisfechos y tengan un trato justo, un ambiente laboral agradable y que les permita crecer continuamente, tendrán una mayor motivación y una actitud adecuada para atender a nuestros clientes de la mejor manera. De esta forma, enfocándonos siempre en lo humano, en las buenas relaciones internas y del mismo modo externas, con los clientes, con los proveedores, etc. y juntando esto con la excelente calidad de nuestros productos, tendremos una operación adecuada.

En Bread House la cultura organizacional se establecerá e impregnará desde un principio con cada uno de los trabajadores, luego se logrará mantener esta mediante reuniones constantes y capacitaciones periódicas para refrescar y mantener siempre el enfoque en la cultura organizacional. Para esto, existirá una cultura fundamentada en pilares o valores esenciales de la empresa que serán: la responsabilidad, el trabajo en equipo, la generosidad, la puntualidad, la honestidad, la disponibilidad, el servicio amable y la alegría, todos los cuales serán pautas para el buen manejo del personal que busquen además la excelencia en el



servicio. Además, dentro de este marco, también se pondrá especial atención al mantenimiento y creación de procesos que sean seguros dentro de la operación, cuidando siempre al capital humano, asegurando siempre un trabajo justo para todos y logrando así un bien funcionamiento diario del local.

- **Logo, Misión y Visión**



En la figura anterior, vemos el logo de Bread House, este utiliza los mismos colores del concepto general del restaurante, que son colores campestres, orgánicos y terrales (café, tomate y verde). Utiliza líneas redondas representando la forma de una galleta y a su vez el nombre del establecimiento por dentro. Es un logo moderno, figura bien a nuestra panadería/restaurante ya que engloba lo que es la frescura y la vez lo hogareño. Con este logo creemos que podremos llegar a la gente desde diferentes aspectos, y sobre todo atraeremos a nuestro mercado meta. Por otro lado, el logo especifica que nuestro local no es solamente una panadería, pues en la parte inferior nombra también el restaurante con el objetivo de aclarar quienes somos y lo que ofrecemos.

- **Misión:** Promover e incentivar lo saludable, brindar el mejor servicio y la mejor calidad de alimentos orgánicos creando un entorno acogedor que permita hacer sentir a nuestros clientes como en casa.
- **Visión:** Ser la primera alternativa en el mercado de a comida orgánica, dando a conocer nuestro restaurante por su excelencia y calidad, llegando a ser líderes y tendencia en el mercado de Cumbayá y del país.

## 6.2 Organigrama y división de Responsabilidades.

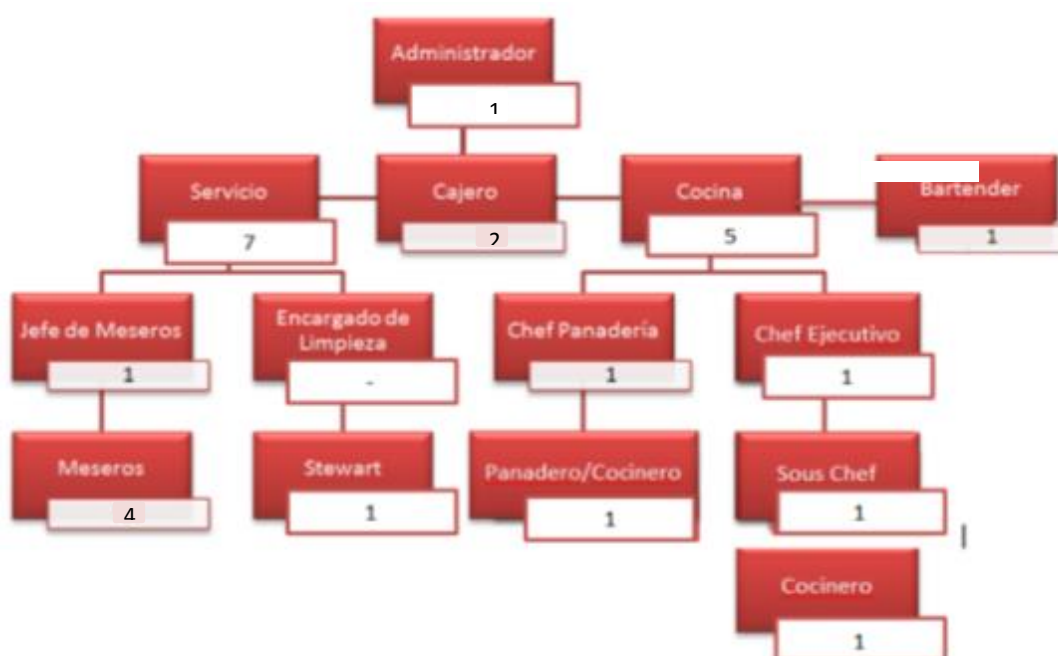


Figura 18. Organigrama de Bread House

Después de observar el organigrama de Bread House, es importante establecer y delimitar las responsabilidades de cada puesto, ya que solo así funcionará bien la operación del restaurante y con esto se logrará mayor eficiencia en la operación. La división de tareas permitirá ubicar errores o problemas en la operación más fácilmente, y por lo mismo se verá beneficiada la toma de decisiones ya que se podrán ubicar errores y establecer soluciones con

mayor rapidez, favoreciendo siempre el buen funcionamiento de nuestro local y el mejor servicio posible.

<b>Chefs</b>	<b>Cajero</b>	<b>Limpieza (Steward)</b>	<b>Bartender</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación alimentos/pan</li> <li>•Bodega (Stock)</li> <li>•Requisiciones</li> <li>•Recibir mercadería</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Cobrar</li> <li>•Manejar cuentas diarias</li> <li>•Cierre de caja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Limpiar BOH y FOH</li> <li>•Limpiar baños</li> <li>•Lavar platos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Limpieza Bar</li> <li>•Preparación bebidas</li> <li>•Control Stock</li> </ul>
<b>Cocinero(Panadero)</b>	<b>Administrador</b>	<b>Jefe de meseros</b>	<b>Meseros</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Preparación alimentos</li> <li>•Bodega</li> <li>•LimpiezaCocina</li> <li>•Apoyo al Chef</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Toma decisiones</li> <li>•Controlar operación</li> <li>•RRHH</li> <li>•Solucionar problemas</li> <li>•Mkt/Publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Apoyo Administrador</li> <li>•Control meseros</li> <li>•Capacitar personal</li> <li>•Servir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Limpieza salón</li> <li>•Montar mesas</li> <li>•Atención al cliente</li> <li>•Alistar estaciones</li> </ul>

Figura 19. División de responsabilidades

### 6.3 Descripción de Puestos de Trabajo.

<b>Denominación del Cargo: Administrador</b>	
Preparación académica:	Título Universitario preferiblemente en administración de empresas u hospitalidad
Idiomas:	Inglés medio (fluidez verbal)
Experiencia mínima requerida:	1 año en atención al cliente
Edad:	De 25 a 40 años
Características requeridas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente presencia.</li> <li>• Habilidad para trabajar bajo presión</li> <li>• Habilidad para tomar decisiones</li> <li>• Habilidad en relaciones interpersonales y en atención cordial al cliente.</li> <li>• Habilidad para manejar grupos</li> </ul>

Objetivo del cargo :	Supervisar y controlar todas las operaciones del local y garantizar la satisfacción del cliente
----------------------	---

<b>Denominación del Cargo: Cajero</b>	
Preparación académica:	Que tenga título de bachillerato o esté cursando la universidad
Experiencia mínima requerida:	1 año en caja
Edad:	De 18 a 25 años
Características requeridas :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidad para trabajar bajo presión</li> <li>• Habilidad para manejar números y dinero.</li> <li>• Habilidad para realizar balances financieros y cuadrar caja.</li> <li>• Habilidad para desarrollar una iniciativa y comunicarla a su jefe directo.</li> </ul>
Objetivo del cargo :	Cobrar todas las cuentas en el menor tiempo posible y realizar balances y cuadros de caja para mantener operación contable.

<b>Denominación de Cargo: Jefe de meseros y Mesero</b>	
Número de personas:	5
Cargo supervisor Directo:	Administrador
Preparación académica:	Que tenga título de bachillerato o esté cursando la

	universidad
Idiomas:	Inglés medio (fluidez verbal)
Experiencia mínima requerida:	1 año en atención al cliente
Edad:	De 18 a 40 años
Características requeridas :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidad para trabajar bajo presión</li> <li>• Habilidad para trabajos en equipo</li> <li>• Habilidad en relaciones interpersonales y en atención cordial al cliente.</li> <li>• Habilidad para desarrollar una iniciativa y comunicarla a su jefe directo.</li> </ul>
Objetivo del cargo :	Atender al cliente conforme a los estándares de servicio establecidos por la empresa.

<b>Denominación de Cargo:</b>	<b>Chef (Panadería y Cocina)</b>
Preparación académica:	Título universitario en gastronomía o experiencia mínima de trabajo de 2 años en el puesto
Experiencia mínima requerida:	2 años como chef
Edad:	De 25 a 50 años
Características requeridas :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidad en manejo de grupos</li> <li>• Creatividad y habilidades en cocina</li> <li>• Manejo de equipos de cocina</li> <li>• Habilidad para trabajar bajo presión</li> <li>• Habilidad para trabajos en equipo.</li> <li>• Habilidad para desarrollar una iniciativa y comunicarla a su jefe directo.</li> </ul>

Objetivo del cargo :	Supervisión control de la producción de alimentos de la mejor calidad tomando en cuenta siempre la seguridad y salud alimentaria

<b>Denominación de cargo: Cocineros/Panaderos</b>	
Preparación académica:	Que tenga título de bachillerato o esté cursando la universidad.
Experiencia mínima requerida:	1 años
Edad:	De 24 a 50 años
Características requeridas :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de manejo de equipos</li> <li>• Habilidad en manejo de grupos</li> <li>• Creatividad y habilidades en cocina</li> <li>• Habilidad para trabajar bajo presión</li> <li>• Habilidad para trabajos en equipo</li> </ul>
Objetivo del cargo :	Ser un apoyo constante hacia el chef principal, al producir alimentos de la mejor calidad tomando siempre en cuenta la seguridad y salud alimentaria

<b>Denominación de Cargo: Bartender</b>	
Preparación académica:	Que tenga título de bachillerato o esté cursando la universidad.
Experiencia mínima requerida:	2 años

Edad:	De 24 a 40 años
Características requeridas :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente presencia</li> <li>• Conocimiento de manejo de equipos</li> <li>• Habilidad en manejo de Bebidas</li> <li>• Habilidad para trabajar bajo presión</li> <li>• Habilidad para trabajos en equipo</li> <li>• Habilidad en relaciones interpersonales y en atención cordial al cliente</li> </ul>
Objetivo del cargo :	Manejo y producción de bebidas tomando siempre en cuenta la seguridad y salud alimentaria

#### **6.4 Proceso de Selección.**

La selección de personal viene a ser un proceso muy importante en restaurantes y más aún en nuestra sociedad donde no existe una cultura orientada al servicio de excelencia en la industria. Como es de conocimiento general, este tipo de trabajos en restaurantes son rotativos y la gente no lo ve como una verdadera profesión ni una actividad a la cual darle importancia. Es justo por esto, que en Bread House la atención al cliente será la prioridad y así marcar la diferencia. La excelencia en atención al cliente tendrá su fundamento en la cultura organizacional y se apoyará en un ambiente laboral agradable, así, mediante una capacitación correcta y la buena selección de personal, tomando como base la actitud positiva y la buena disposición hacia el servicio, se pondrá mucho énfasis en la creación de un buen grupo de trabajo que ante todo se mantenga fiel a la empresa y vea esta oportunidad como un trabajo a largo plazo. Al hablar más específicamente del proceso de selección con el que contará Bread House, vemos el detalle a continuación:

S

## Recepción de Curriculum

Se dará a conocer el anuncio Vía online ,en portales especializados como Multitrabajos y en redes sociales.

E

## Entrevista

Se especificará el puesto de trabajo y las aptitudes y experiencia necesaria según la posición.

L

Se tomará en cuenta habilidades, aptitudes, experienciay buena actitud.

E

## Preselección

Se realizará una preselección de los mejores candidatos por puesto.

Se les entregará un manual para una futura evaluación práctica y teórica.

C

## Prueba Práctica y Teórica

Se evaluará a cada preseleccionado para ver sus habilidades y rendimiento.

C

Se tomará en cuenta el interés y la actitud mostrada, además de los puntajes obtenidos.

I

## Selección

Se elegirá con criterios claros a los mejores opcionados y se procederá a realizar exámenes médicos.

Se estableceré el sueldo y demás bases importantes del contrato.

Ó

## Contratación

Después de un acuerdo mutuo y sentar las bases de contratación, se firmará el contrato según el puesto.

N



## 6.5 Salarios Personal.

### 6.5.1 Sueldo Base y bonificaciones extras aproximadas

ADMINISTRADOR	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	800
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
Ventas (1%)	300
<b>TOTAL APROX</b>	<b>\$1304</b>

JEFE MESEROS	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	420
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
Propinas (70%)	186
<b>TOTAL</b>	<b>\$810</b>

MESERO	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	366
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
Propinas (70%)	186
<b>TOTAL</b>	<b>\$756</b>

BARTENDER	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	400
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
Propinas (30%)	80
<b>TOTAL</b>	<b>\$684</b>

CHEF EJECUTIVO y PANADERO	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	800
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
Propinas (30%)	80
<b>TOTAL</b>	<b>\$1084</b>

SOUS CHEF	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	420
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
Propinas (30%)	80
<b>TOTAL</b>	<b>\$704</b>

CAJERO	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	400
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
<b>TOTAL</b>	<b>\$604</b>

LIMPIEZA – STEWARD	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	366
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
<b>TOTAL</b>	<b>\$570</b>

COCINERO/PANADERO	
<b>Salario</b>	
Sueldo Base	380
<b>Bonificaciones</b>	
Servicio (10%)	204
Propinas (30%)	80
<b>TOTAL</b>	<b>\$664</b>

### **6.5.2 Aportes y Bonificaciones.**

- **Aporte al IESS**

Además de estas bonificaciones es importante mencionar que dentro de lo que estipula la ley, todos los empleados son asegurados al seguro social, teniendo una reducción del salario fijo equivalente al 9,35% y lo que le da derecho al empleado a acceder a los servicios de esta entidad.

- **Décimo Tercero y Décimo Cuarto**

También es importante mencionar que los empleados reciben el décimo cuarto o su equivalente según el tiempo que han trabajado, el mismo que consiste en un sueldo básico unificado vigente a la fecha de pago, que por lo general es entre julio y agosto. De igual manera los trabajadores reciben el pago del décimo tercero en diciembre, el mismo que equivale a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario o respecto al equivalente del tiempo que han trabajado.

- **Vacaciones**

Dentro de las últimas bonificaciones también decimos que los empleados tienen derecho a 15 días de vacación en todo el año, lo mismo que debe ser notificado con dos semanas de anticipación para el cuadro y ajuste de horarios en el restaurante.

- **Fondo de Reserva**

Finalmente también es importante tomar en cuenta el pago del fondo de reserva a partir del segundo año de los trabajadores en la empresa, este se proratea mensualmente y se calcula al dividir el salario base para los 12 meses del año.

### 6.5.3 Cálculo de costos de personal mensual.

Tabla 20.

Cálculo de costos de personal mensual

DEPARTAMENTO	CARGO	Salario Base	Salario Neto	Aportes IESS		Décimo-Tercero	Décimo-Cuarto	Vacaciones	F. Reserva	COSTO MENSUAL
				Individual	Patronal					
				9,35%	12,15%				(desde 2do año)	
<b>Personal Administrativo</b>										
	Administrador 1	800	\$ 725,20	\$ 74,80	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 30,50	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 1.094,37
<b>Personal Operativo</b>										
AyB	Chef Ejecutivo	800	\$ 725,20	\$ 74,80	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 30,50	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 1.094,37
	Sous Chef	420	\$ 380,73	\$ 39,27	\$ 51,03	\$ 35,00	\$ 30,50	\$ 17,50	\$ 35,00	\$ 589,03
	Cocinero 1	380	\$ 344,47	\$ 35,53	\$ 46,17	\$ 31,67	\$ 30,50	\$ 15,83	\$ 31,67	\$ 535,84
	Chef Panaderia	700	\$ 634,55	\$ 65,45	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 30,50	\$ 29,17	\$ 58,33	\$ 961,38
	Cocinero/Pastelero	380	\$ 344,47	\$ 35,53	\$ 46,17	\$ 31,67	\$ 30,50	\$ 15,83	\$ 31,67	\$ 535,84
	Bartender	400	\$ 362,60	\$ 37,40	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 30,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 562,43
Servicio	Jefe de Meseros	420	\$ 380,73	\$ 39,27	\$ 51,03	\$ 35,00	\$ 30,50	\$ 17,50	\$ 35,00	\$ 589,03
	Mesero 1	366	\$ 331,78	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 517,22
	Mesero 2	366	\$ 331,78	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 517,22
	Mesero 3	366	\$ 331,78	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 517,22
	Mesero 4	366	\$ 331,78	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 517,22
Limpieza	Steward	366	\$ 331,78	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 517,22
Finanzas	Cajero 1	400	\$ 362,60	\$ 37,40	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 30,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 562,43
	Cajero 2	400	\$ 362,60	\$ 37,40	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 30,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 562,43
<b>COSTO TOTAL</b>										<b>\$ 9.673,25</b>

## **7. Plan de Comunicación de Marketing**

### **7.1 Estrategia General.**

La estrategia de Marketing de Bread House estará enfocada principalmente en nuestro segmento de mercado, que si bien es muy amplio al ser un restaurante familiar, tendrá cierto énfasis en las personas con gustos saludables y una dieta basada en productos sanos y orgánicos, siendo estos en su mayoría amas de casa, mujeres en general de 18 años en adelante y personas de la tercera edad. Dentro de nuestra estrategia de Marketing Mix, nos enfocaremos principalmente en la promoción, se buscará que nuestro producto de calidad, sumado a nuestra plaza que será nuestro local rústico de Cumbayá, se complemente con nuestros precios, para así lograr cumplir y sobrepasar las expectativas del cliente. Sin duda lo más importante para nuestro negocio es que la experiencia y las expectativas sobre nuestro servicio y productos vayan de la mano con una promoción sincera y leal que nos permita generar un mayor valor para el cliente.

Es así, que nuestra estrategia de marketing en primera instancia será realizada por una empresa especializada en esto, lo que nos garantiza un lanzamiento e ingreso al mercado a gran escala, puesto que consideramos que los primeros meses de funcionamiento de este tipo de restaurantes son esenciales ya que determinarán la demanda futura, si mantenemos y mejoramos los estándares continuamente. En este caso, el plan de marketing en primer lugar será tercerizado y una vez establecido, quien tomará las riendas de este será el mismo gerente general, junto con el administrador que se encargará de la publicidad continua y el manejo de redes sociales. Por este motivo, es importante mencionar que se establecerá un presupuesto inicial fuerte destinado a nuestra estrategia de Marketing y una vez iniciado el negocio, mantendremos un presupuesto necesario para el sustento del plan, con inversiones un poco

más altas en días o temporadas con más demanda como San Valentín, Navidad, Año Nuevo, etc.

## **7.2 Medios Utilizados.**

**Boca a Boca:** Sin lugar a duda, dentro de nuestro mercado de Cumbayá, el boca a boca es la estrategia de publicidad más barata y más eficiente para nuestro segmento de mercado. Nuestro restaurante se verá beneficiado por la gran popularidad actual y las nuevas tendencias por lo sano y orgánico, existentes principalmente en la zona de Cumbayá. Además, las relaciones sociales que caracterizan a este valle benefician al negocio puesto que hablamos de una ciudad pequeña donde el boca a boca pasa a ser algo cultural más que nada. En este sentido, el servicio de excelencia, la comida de gran calidad a precios accesibles y nuestra diferenciación al servir comida sana y orgánica en un lugar agradable y acogedor, será fundamental para generar una buena publicidad por este medio.

**Redes Sociales:** Con la importancia actual que han adquirido las redes sociales y el uso del internet, sin lugar a duda dentro de nuestra estrategia de Marketing constarán como puntos importantes la Creación de una Página de Facebook, de Instagram y de Twitter. Siendo estas las redes sociales más populares, lograremos promocionar nuestros productos y dar a conocer nuestro restaurante al mercado, incluso antes de su apertura, creando expectativa y manteniendo a nuestros clientes informados sobre nuestras promociones y menús a cada momento. Si bien es cierto que su creación y formato lo llevará a cabo una empresa especializada, luego el administrador mantendrá al día estos medios a beneficio de los clientes.

**Página Web:** Nuestro negocio sin duda alguna contará con una página web oficial que será simple, principalmente buscando mostrar a nuestros clientes información necesaria sobre nuestro contacto, ubicación, menú y demás. Esta también tendrá links hacia nuestras redes

sociales para que así los clientes se mantengan al tanto de todos los beneficios y publicaciones semanales.

**Marketing Directo:** Esta estrategia se utilizará principalmente al inicio de nuestra operación, es decir previo a la apertura y los primeros días de funcionamiento. Esta se hará mediante la entrega de Flyers en la Avenida Interoceánica (Redondel Paseo San Francisco), en la parte central de Cumbayá donde hay una gran circulación de autos, de igual manera se entregará en el centro comercial Scala Shopping.

**Revistas:** Dentro de la estrategia de marketing inicial, se publicará un anuncio para darnos a conocer en la principal revista de la zona de Cumbayá, siendo esta la revista Cumbayá Vive, que se entrega gratuitamente en los Valles de Cumbayá y Tumbaco.

**Marketing B2B:** Este será nuestro último medio utilizado para darnos a conocer y se llevará a cabo principalmente con folletos entregados a empresas totalmente relacionadas a la vida sana, a la salud, a lo orgánico y saludable. Se usarán banners o se entregarán folletos en los principales gimnasios del valle de Cumbayá y Tumbaco, siendo esto muy importante ya que así nos enfocamos en el segmento de mercado que nos interesa de las personas que comen saludable. Del mismo modo, usaremos este tipo de publicidad en competencias deportivas dentro del valle, por ejemplo en carreras que se hacen constantemente principalmente en el Chaquiñan de Cumbayá en las que podemos establecer un convenio de auspicio cuando sea necesario para el negocio.

## CONCLUSIONES

- Bread House será un nuevo concepto de Panadería/Restaurante ubicado en una Zona muy privilegiada como lo es la Parroquia de Cumbayá, el constante crecimiento en el ámbito comercial y urbano de esta zona, hace que el local de 1469m<sup>2</sup>, sea una gran alternativa principalmente para mujeres jóvenes y para todas aquellas personas y familias que les gusta disfrutar de la comida sana, orgánica y que busque un espacio cómodo, que incluya jardines y un amplio parqueadero.
- La inclusión de un local tan amplio con 25 mesas interiores y exteriores, hace que el restaurante no presente una rotación muy alta entre semana, sin embargo, la operación de panadería y los bajos costos en alimentos y bebidas del restaurante, han sido decisivos para tener un horario de atención des martes a domingo con turnos partidos entre semana de 8:00am a 13:00pm, y de 16:00pm a 21:00pm, mientras que la gran capacidad de 111 puestos será beneficiosa y determinante para tener una atención continua en fines de semana.
- El segmento de mercado de Bread House será de personas con un poder adquisitivo medio alto y alto, principalmente mujeres de 18 a 35 años, aunque también se considera todas aquellas familias y personas que gustan de comer sano y alimentos orgánicos. El cheque promedio de consumo dependerá de la hora del día, pero en promedio entre el desayuno, brunch, media tarde y cena se tiene un cheque aproximado de \$8,50, mientras que los fines de semana en horas de almuerzo el cheque será de \$12,29. Los cheques promedios bajos permitirán tener una ventaja competitiva en costos frente la competencia directa como son Swiss Corner y Ali's.
- La inversión inicial fuerte del restaurante con su remodelación y equipamiento completo, será clave para tener una operación eficiente y un crecimiento positivo a mediano plazo.

Se establecerá una inversión inicial de \$104.000, de los cuales el 70% se conseguirá mediante un préstamo a una entidad financiera privada y el restante será capital propio.

- Después del análisis de factibilidad del proyecto se puede decir que sin duda alguna este es rentable. Los flujos positivos a partir del segundo año de operación y la utilidad positiva proyectada durante los primeros 5 años han dado como resultado el obtener un VPN del proyecto muy positivo, siendo este de \$123.445,21, vemos que es positivo y además es el indicador de retorno más confiable. En segundo lugar, la TIR obtenida es muy positiva siendo de 72% y estando muy por encima de la tasa de mercado. Todas estas proyecciones positivas permitirán al restaurante recuperar su inversión con un Payback de 1,39, es decir en 1 año, 4 meses y 220 días aproximadamente.
- Por todo esto, la implementación de este proyecto sin duda alguna sería rentable y representará una muy buena alternativa orgánica en el mercado, además la comodidad de su local y su buena ubicación en Cumbayá, complementada por su bajo cheque promedio basado en sus bajos costos, hacen que Bread House sea una alternativa potencial muy atractiva en la industria.
- Finalmente, como balance general, la realización de este trabajo ha sido de mucha utilidad por su gran aplicación primeramente a la carrera de Administración de Empresas de Hospitalidad y de la misma manera para el ámbito profesional y el conocimiento propio. Todo el trabajo realizado ha sido lo más cercano posible a la realidad por lo que es un proyecto que se puede poner en marcha en cualquier momento y por lo mismo su utilidad y su gran aporte práctico lo han hecho muy satisfactorio.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brealey, M. (2015). *Principios de Finanzas Corporativas*. Mexico: McGraw-Hill.

Lamb, C., Hair, J., McDaniel, C. (2008). *Marketing: 8va Edición*. México: Cengage Learning Editores, S.A.

Penner, R., Adams L., Robson S.(2014). *Hotel Design, Planning and Development*. Canada: WW Norton.

Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Cumbayá.

(2015). *pichincha.gob.ec*. Recuperado 21 de Mayo de 2016:

[http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1768120010001\\_1768120010001\\_24-06-2015\\_21-15-07.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1768120010001_1768120010001_24-06-2015_21-15-07.pdf)

Análisis del Lugar (n.d.). *repositorio.usfq.edu.ec*. Recuperado el 25 de Mayo de 2016 de:

[http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/830/4/98084%20\(Cap.3\).pdf](http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/830/4/98084%20(Cap.3).pdf)

Banco Mundial. (2016). *bancomundial.org*. Recuperado 25 de Mayo de 2016 de Ecuador:

panorama general: <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>.

Banco Central del Ecuador (2016). *bce.fin.ec*. Recuperado el 21 de mayo de 2016 de Reporte

Mensual de Inflación: Enero 2016:

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201601.pdf>

El Concejo Metropolitano de Quito . (n.d.). *Ordenanza de Zonificación* . From

[http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%20C3%20%20%20ANTERIORES/ORDZ-031%20-%20PUOS%20-%20REFORMA%20ORDZ-024.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%20C3%20%20%20ANTERIORES/ORDZ-031%20-%20PUOS%20-%20REFORMA%20ORDZ-024.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 21 de Mayo de 2016 de Proyecciones Poblacionales:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

(2016). *ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2016 de Reporte Inflación Junio 2016: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionJunio2016/Reporte\\_inflacion\\_201606.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionJunio2016/Reporte_inflacion_201606.pdf)

Ministerio de Educación (2016). *educación.gob.ec*. Recuperado el 25 de Mayo de 2016 de

Estadística Educativa: Reporte de Indicadores: [https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Publicaciones/PUB\\_EstadisticaEducativaVol1\\_mar2015.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Publicaciones/PUB_EstadisticaEducativaVol1_mar2015.pdf)

Ministerio de Salud Pública. (n.d.). *Requisitos para establecimientos nuevos*. From Requisitos para establecimientos nuevos:

<http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Cumbayá. (2012 - 2025).

*pichincha.gob.ec*. Recuperado 21 de Mayo de 2016 de:

[http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_k/ppot/dmq/ppdot\\_cumbaya.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/ppdot_cumbaya.pdf)

## ANEXO A: RECETAS ESTÁNDAR

### Ensaladas

Ensalada Mediterránea (Quinoa y salsa de almendras)				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Quinoa	kg	0,07	\$ 0,904	\$ 0,063
Pechuga de pollo	kg	0,1	\$ 5,226	\$ 0,523
Tomates cherry	kg	0,03	\$ 7,840	\$ 0,235
Maiz dulce	kg	0,03	\$ 3,190	\$ 0,096
Espinacas	kg	0,05	\$ 1,500	\$ 0,075
Salsa de almendras	kg	0,01	\$ 12,761	\$ 0,128
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,12</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,20</b>
Ensalada Cesar de pollo				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Lechuga romana	kg	0,05	\$ 2,550	\$ 0,128
Pechuga de pollo	kg	0,1	\$ 5,226	\$ 0,523
Crotones	kg	0,03	\$ 5,21	\$ 0,156
Queso parmesano rallado	kg	0,02	\$ 13,430	\$ 0,269
Salsa Cesar	lt	0,01	\$ 15,09	\$ 0,151
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,23</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,50</b>
Ensalada Thai de Pollo				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Lechuga romana	kg	0,05	\$ 2,550	\$ 0,128
Pechuga de pollo	kg	0,1	\$ 5,23	\$ 0,52
Pimiento rojo	kg	0,03	\$ 1,600	\$ 0,048
Vainas chinas	kg	0,03	\$ 7,800	\$ 0,234
Zanahoria	kg	0,03	\$ 0,596	\$ 0,018
Maní	kg	0,015	\$ 6,016	\$ 0,090
Vinagreta "Thai"	lt	0,015	\$ 10,38	\$ 0,156
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,20</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,42</b>

<b>Ensalada Cobb</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lechuga romana	kg	0,06	\$ 2,550	\$ 0,153
Col blanca	kg	0,04	\$ 0,432	\$ 0,017
Rúcula	kg	0,02	\$ 13,100	\$ 0,262
Pechuga de pollo	kg	0,1	\$ 5,23	\$ 0,523
Aguacate	kg	0,04	\$ 1,643	\$ 0,066
Tomate riñon	kg	0,04	\$ 0,949	\$ 0,038
Huevo	unidad	1	\$ 0,110	\$ 0,110
Aderezo de yogur griego	lt	0,015	\$ 4,98	\$ 0,075
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		0
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,09</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,11</b>
<b>Ensalada Asiática ( pollo y maní)</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pechuga de pollo	kg	0,1	\$ 5,226	\$ 0,523
Zanahoria	kg	0,04	\$ 0,596	\$ 0,024
Papaya	kg	0,04	\$ 0,850	\$ 0,034
Menta fresca	kg	0,002	\$ 8,000	\$ 0,016
Cilantro tierno fresco	kg	0,002	\$ 6,000	\$ 0,012
Cebolla perla	kg	0,03	\$ 1,050	\$ 0,032
Apio fresco	kg	0,03	\$ 0,580	\$ 0,017
Mani	kg	0,015	\$ 6,016	\$ 0,090
Lechuga Romana	kg	0,05	\$ 2,550	\$ 0,128
Vinagreta asiatica	lt	0,015	\$ 11,335	\$ 0,170
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,05</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,99</b>
<b>Ensalada Pollo BBQ</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pechuga de pollo	kg	0,12	\$ 5,226	\$ 0,627
Tomate fresco	kg	0,04	\$ 0,949	\$ 0,038
Salsa BBQ	kg	0,03	\$ 5,899	\$ 0,177
Salsa ranch	kg	0,01	\$ 6,421	\$ 0,064
Lechuga Romana	kg	0,06	\$ 2,550	\$ 0,153
Maiz dulce	kg	0,04	\$ 3,190	\$ 0,128
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,19</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,39</b>

<b>Ensalada Tropical</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Rucula	kg	0,04	\$ 13,100	\$ 0,524
Espinaca	kg	0,05	\$ 1,500	\$ 0,075
Palmito fresco	kg	0,06	\$ 4,000	\$ 0,240
Mango	kg	0,05	\$ 3,500	\$ 0,175
Aguacate	kg	0,06	\$ 1,643	\$ 0,099
Vinagreta tropical	lt	0,015	\$ 10,031	\$ 0,150
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,26</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,61</b>
<b>Ensalada Griega</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Tomate fresco	kg	0,06	\$ 0,949	\$ 0,057
Pepinillo	kg	0,04	\$ 0,73	\$ 0,029
Cebolla paitaña	kg	0,05	\$ 0,833	\$ 0,042
Queso de cabra	kg	0,04	\$ 11,280	\$ 0,451
Aceituna negra	kg	0,04	\$ 9,328	\$ 0,373
Aderezo de yogurt griego	lt	0,015	\$ 4,98	\$ 0,075
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,03</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,93</b>

### *Sopas*

<b>Sopa de Cebolla</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Fondo de pollo	lt	0,135	\$ 0,328	\$ 0,044
Cebollas caramelizadas	kg	0,08	\$ 2,992	\$ 0,239
Queso Mozzarella	kg	0,025	\$ 7,641	\$ 0,191
Tomate	kg	0,1	\$ 0,949	\$ 0,095
Ajo	kg	0,05	\$ 4,168	\$ 0,208
Crema de leche	lt	0,02	\$ 3,045	\$ 0,061
Cilantro	kg	0,001	\$ 6,000	\$ 0,006
Sasonador base	kg	0,002	\$ 5,254	\$ 0,011
Crotones	kg	0,03	\$ 5,214	\$ 0,156
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		1,0124769
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,01</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,89</b>

<b>Locro de Papa</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Papa Chola	kg	0,1	\$ 0,848	\$ 0,085
Agua	lt	0,135	\$ -	\$ -
Queso mozzarella	kg	0,025	\$ 7,641	\$ 0,191
Huevo	unidad	1	\$ 0,110	\$ 0,110
Crema de leche	lt	0,02	\$ 3,045	\$ 0,061
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Sazonador base	kg	0,002	\$ 5,254	\$ 0,011
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		0,4578855
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,46</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,31</b>

<b>Crema de Tomate</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Fondo de Pollo	lt	0,135	\$ 0,328	\$ 0,044
Sazonador base	kg	0,002	\$ 5,254	\$ 0,011
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Tomate Riñon	kg	0,15	\$ 0,949	\$ 0,142
Tomillo	kg	0,003	\$ 7,998	\$ 0,024
Papa Chola	kg	0,1	\$ 0,848	\$ 0,085
Cilantro	kg	0,001	\$ 6,000	\$ 0,006
Aceite de oliva	lt	0,01	\$ 12,297	\$ 0,123
Crotones	kg	0,03	\$ 5,214	\$ 0,156
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		\$ 0,592
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,59</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,69</b>

<b>Crema de Espárragos</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Agua	lt	0,135	\$ -	\$ -
Espárragos	kg	0,09	\$ 6,500	\$ 0,585
Papa Locrera	kg	0,1	\$ 0,848	\$ 0,085
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Crema de leche	kl	0,02	\$ 3,045	\$ 0,061
Cebolla Puerro	kg	0,01	\$ 2,444	\$ 0,024
Aceite de oliva	lt	0,01	\$ 12,297	\$ 0,123
Crotones	kg	0,03	\$ 5,214	\$ 0,156
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		1,0351934
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,04</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,96</b>

<b>Crema de Champiñones</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Champiñones	kg	0,09	\$ 6,239	\$ 0,562
Papa Chola	kg	0,1	\$ 0,848	\$ 0,085
Sazonador base	kg	0,002	\$ 5,254	\$ 0,011
Agua	lt	0,135	\$ -	\$ -
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Crema de leche	lt	0,02	\$ 3,045	\$ 0,061
Cebolla Puerro	kg	0,01	\$ 2,444	\$ 0,024
Aceite de oliva	lt	0,01	\$ 12,297	\$ 0,123
Cilantro	kg	0,001	\$ 6,000	\$ 0,006
Crotones	kg	0,03	\$ 5,21	\$ 0,156
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		1,0282119
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,03</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,94</b>
<b>Sopa de pollo con Fideos</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pechuga de Pollo	kg	0,05	\$ 5,226	\$ 0,261
Fondo de pollo	lt	0,135	\$ 0,328	\$ 0,044
Sazonador Base	kg	0,002	\$ 5,254	\$ 0,011
Fideo Letras	kg	0,01	\$ 2,914	\$ 0,029
Zanahoria	kg	0,005	\$ 0,596	\$ 0,003
Arberja	kg	0,005	\$ 3,244	\$ 0,016
Apio	kg	0,005	\$ 0,580	\$ 0,003
Cebolla perla	kg	0,005	\$ 1,050	\$ 0,005
Cilantro	kg	0,002	\$ 6,000	\$ 0,012
Crotones	kg	0,03	\$ 5,214	\$ 0,156
Agua	lt	0,135	\$ -	\$ -
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		0,5417128
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,54</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,55</b>
<b>Crema de Brócoli</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Brócoli	kg	0,15	\$ 0,639	\$ 0,096
Sazonador Base	kg	0,002	\$ 5,254	\$ 0,011
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Agua	lt	0,135	\$ -	\$ -
Crema de leche	lt	0,02	\$ 3,045	\$ 0,061
Cilantro	kg	0,001	\$ 6,000	\$ 0,006
Crotones	kg	0,03	\$ 5,214	\$ 0,156
Aceite de oliva	lt	0,015	\$ 12,297	\$ 0,184
Cebolla Puerro	kg	0,01	\$ 2,444	\$ 0,024
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		0,5392369
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,54</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,54</b>

<b>Turkey Chili</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Sazonador Base	kg	0,002	\$ 5,254	\$ 0,011
Pavo	kg	0,02	\$ 14,510	\$ 0,290
Maiz Dulce	kg	0,005	\$ 3,190	\$ 0,016
Frejol rojo	kg	0,005	\$ 2,839	\$ 0,014
Zanahoria	kg	0,005	\$ 0,596	\$ 0,003
Chilli con carne	kg	0,08	\$ 6,470	\$ 0,518
Agua	lt	0,135	\$ -	\$ -
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Tomate riñon	kg	0,05	\$ 0,949	\$ 0,047
Cebolla puerro	kg	0,01	\$ 2,444	\$ 0,024
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		0,9239755
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,92</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,64</b>
<b>Minestrone</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Fondo de Pollo	lt	0,135	\$ 0,328	\$ 0,044
Cebolla puerro	kg	0,02	\$ 2,444	\$ 0,049
Apio	kg	0,01	\$ 0,580	\$ 0,006
Frejol Rojo	kg	0,02	\$ 2,839	\$ 0,057
Tomate riñon	kg	0,01	\$ 0,949	\$ 0,009
Zanahoria	kg	0,01	\$ 0,596	\$ 0,006
Fideo Eliche	kg	0,02	\$ 3,878	\$ 0,078
Tocino	kg	0,02	\$ 10,305	\$ 0,206
Sazonador base	kg	0,002	\$ 5,254	\$ 0,011
Perejil	kg	0,001	\$ 6,644	\$ 0,007
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Laurel	kg	0,001	\$ 6,768	\$ 0,007
Queso Parmesano rallado	kg	0,02	\$ 13,430	\$ 0,269
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		0,7480657
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,75</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,14</b>



*Sandwiches*

<b>Sandwich de Lomo y rúcula</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan Baguette	kg	0,08	\$ 4,540	\$ 0,363
Pernil	kg	0,075	\$ 15,043	\$ 1,128
Cebolla paitaña	kg	0,015	\$ 0,833	\$ 0,012
Tomate riñon	kg	0,015	\$ 0,949	\$ 0,014
Lechuga Criolla	kg	0,008	\$ 0,904	\$ 0,007
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Salsa Ali Oli	kg	0,01	\$ 3,247	\$ 0,032
Mostaza	kg	0,003	\$ 1,877	\$ 0,006
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,56</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 4,47</b>
<b>Sandwich de Pavo y Aguacate</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan Baguette	kg	0,08	\$ 4,540	\$ 0,363
Pavo	kg	0,07	\$ 14,510	\$ 1,016
Aguacate	kg	0,012	\$ 1,643	\$ 0,020
Tomate riñon	kg	0,015	\$ 0,949	\$ 0,014
Queso Holandés	kg	0,008	\$ 7,824	\$ 0,063
Lechuga Criolla	kg	0,008	\$ 0,904	\$ 0,007
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,48</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 4,24</b>
<b>Sandwich de Pavo y Tocino</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan Baguette	kg	0,08	\$ 4,540	\$ 0,363
Pavo	kg	0,07	\$ 14,510	\$ 1,016
Tocino ahumado	kg	0,02	\$ 10,305	\$ 0,206
Queso Holandes	kg	0,008	\$ 7,824	\$ 0,063
Salsa Ali Oli	kg	0,01	\$ 3,247	\$ 0,032
Lechuga Criolla	kg	0,008	\$ 0,904	\$ 0,007
Tomate riñon	kg	0,015	\$ 0,949	\$ 0,014
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,70</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 4,86</b>

<b>Sandwich Italiano</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan Baguette	kg	0,08	\$ 4,540	\$ 0,363
Salame	kg	0,06	\$ 11,790	\$ 0,707
Queso Holandes	kg	0,008	\$ 7,824	\$ 0,063
Salsa Ali Oli	kg	0,01	\$ 3,247	\$ 0,032
Rúcula	kg	0,008	\$ 26,000	\$ 0,208
Tomate deshidratado	kg	0,015	\$ 6,175	\$ 0,093
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,47</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 4,19</b>

<b>Sandwich de Ensalada de pollo, manzanas y champiñones</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan baguette	<b>kg</b>	<b>0,08</b>	\$ 4,540	\$ 0,363
Pechuga de pollo	kg	0,075	\$ 5,226	\$ 0,392
Rúcula	kg	0,008	\$ 13,100	\$ 0,105
Manzana verde	kg	0,004	\$ 2,150	\$ 0,009
Champiñon fresco	kg	0,025	\$ 6,239	\$ 0,156
Queso mozzarella	kg	0,008	\$ 7,824	\$ 0,063
Nuez sin cascara	kg	0,003	\$ 16,073	\$ 0,048
Vinagreta balsámico	lt	0,01	\$ 6,673	\$ 0,067
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,20</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,43</b>

<b>Sándwich Mediterráneo</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan baguette	kg	0,08	\$ 4,540	\$ 0,363
Quinoa	kg	0,07	\$ 2,914	\$ 0,204
Pechuga de pollo	kg	0,075	\$ 5,226	\$ 0,392
Tomates cherry	kg	0,015	\$ 7,840	\$ 0,118
Maiz dulce	kg	0,07	\$ 3,190	\$ 0,223
Espinaca	kg	0,008	\$ 1,500	\$ 0,012
Salsa de almendras	lt	0,01	\$ 12,761	\$ 0,128
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 1,44</b>
			<b>PVP</b>	<b>\$ 4,11</b>

<b>Sándwich de Atun</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan baguette	kg	0,08	\$ 4,540	\$ 0,363
Atun en aceite	kg	0,08	\$ 6,691	\$ 0,535
Salsa Ali Oli	kg	0,01	\$ 3,247	\$ 0,032
Tomate fresco	kg	0,015	\$ 0,949	\$ 0,014
Lechuga criolla	kg	0,008	\$ 0,904	\$ 0,007
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,95</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,72</b>

<b>Sándwich de Queso</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan Baguette	kg	0,08	\$ 4,540	\$ 0,363
Queso mozzarella	kg	0,05	\$ 4,027	\$ 0,201
Queso holandes	kg	0,05	\$ 7,824	\$ 0,391
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,96</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,73</b>

<b>Sándwich de Jamón Suizo</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan Baguette	kg	0,08	\$ 4,540	\$ 0,363
Jamon curado	kg	0,075	\$ 5,630	\$ 0,422
Tomate fresco	kg	0,015	\$ 0,949	\$ 0,014
Queso gruyere	kg	0,01	\$ 15,342	\$ 0,153
Rucula	kg	0,01	\$ 13,100	\$ 0,131
Aceite de oliva	lt	0,01	\$ 12,297	\$ 0,123
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,21</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,45</b>

*Paninis*

<b>Panini de Pavo</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan Ciavatta	kg	0,08	\$ 4,357	\$ 0,349
Pechuga de Pavo	kg	0,065	\$ 14,510	\$ 0,943
Salsa Ali Oli	kg	0,01	\$ 3,247	\$ 0,032
Lechuga Criolla	kg	0,008	\$ 0,904	\$ 0,007
Tomate riñon	kg	0,015	\$ 0,949	\$ 0,014
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Queso Holandés	kg	0,008	\$ 7,824	\$ 0,063
Cebolla paiteña	kg	0,015	\$ 0,833	\$ 0,012
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,42</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 4,06</b>
<b>Panini de lomo y queso cheddar</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan Ciavatta	kg	0,08	\$ 4,357	\$ 0,349
Lomo embuchado	kg	0,08	\$ 6,090	\$ 0,487
Queso cheddar	kg	0,02	\$ 7,727	\$ 0,155
Salsa de rábano picante	kg	0,015	\$ 3,558	\$ 0,053
Cebolla paiteña	kg	0,015	\$ 0,833	\$ 0,012
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,06</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,02</b>

*Pitas y souffles*

<b>Pita de Tomate y mozzarella</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan de pita	kg	0,12	\$ 3,420	\$ 0,410
Queso Mozzarella	kg	0,06	\$ 7,641	\$ 0,458
Pasta de tomate	kg	0,015	\$ 4,759	\$ 0,071
Tomate	kg	0,07	\$ 0,949	\$ 0,066
Rúcula	kg	0,01	\$ 13,100	\$ 0,131
Pesto de albahaca	kg	0,004	\$ 6,727	\$ 0,027
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		0
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,165</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,327</b>
<b>Pita de Pollo Mediterráneo</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan de pita	kg	0,12	\$ 3,420	\$ 0,410
Pechuga de pollo	kg	0,08	\$ 5,226	\$ 0,418
Hummus de lenteja	kg	0,015	\$ 6,445	\$ 0,097
Pepinillo	kg	0,005	\$ 0,728	\$ 0,004
Queso feta	kg	0,01	\$ 18,633	\$ 0,186
Col china (napa)	kg	0,008	\$ 3,500	\$ 0,028
Salsa Tzatziki	kg	0,01	\$ 1,247	\$ 0,012
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		0
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,156</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,302</b>
<b>Pita de Pollo Thai</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan de pita	kg	0,12	\$ 3,420	\$ 0,410
Hummus de lenteja	kg	0,02	\$ 6,445	\$ 0,129
Col china (napa)	kg	0,008	\$ 3,500	\$ 0,028
Pechuga de pollo	kg	0,08	\$ 5,226	\$ 0,418
Salsa de maní	kg	0,01	\$ 5,100	\$ 0,051
Vinagreta Thai	kg	0,01	\$ 10,378	\$ 0,104
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		0
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,140</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,258</b>

<b>Pita Suiza</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan pita	kg	0,12	\$ 3,420	\$ 0,410
Pechuga de pollo	kg	0,08	\$ 5,226	\$ 0,418
Queso mozzarella	kg	0,02	\$ 4,027	\$ 0,081
Tomate fresco	kg	0,02	\$ 0,949	\$ 0,019
Rucula	kg	0,008	\$ 13,100	\$ 0,105
Aceite de oliva	lt	0,01	\$ 12,297	\$ 0,123
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,16</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,302</b>

<b>Pita de Pavo</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan pita	kg	0,1	\$ 3,420	\$ 0,342
Pechuga pavo	kg	0,08	\$ 14,510	\$ 1,161
Queso mozzarella	kg	0,01	\$ 4,027	\$ 0,040
Albahca fresca	kg	0,004	\$ 6,000	\$ 0,024
Tomate fresco	kg	0,015	\$ 0,949	\$ 0,014
Salsa Ali Oli	kg	0,01	\$ 3,247	\$ 0,032
Sal cristal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,614</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 4,612</b>

<b>Soufflé de espinaca y alcachofa</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Masa de croissant	kg	0,12	\$ 1,847	\$ 0,222
Mix de soufflé	kg	0,08	\$ 1,849	\$ 0,148
Queso cheddar	kg	0,03	\$ 7,727	\$ 0,232
Espinacas	kg	0,05	\$ 1,500	\$ 0,075
Alcachofas	kg	0,06	\$ 4,500	\$ 0,270
Cebolla perla	kg	0,01	\$ 1,050	\$ 0,011
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,957</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,734</b>

<b>Soufflé de espinaca y tocino</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Masa de croissant	kg	0,12	\$ 1,847	\$ 0,222
Mix de soufflé	kg	0,08	\$ 1,849	\$ 0,148
Queso cheddar	kg	0,03	\$ 7,727	\$ 0,232
Tocino	kg	0,04	\$ 10,305	\$ 0,412
Espinacas	kg	0,05	\$ 1,500	\$ 0,075
Cebolla perla	kg	0,01	\$ 1,050	\$ 0,011
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 1,099</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 3,140</b>

<b>Soufflé 4 Queso</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Masa de croissant	kg	0,12	\$ 1,847	\$ 0,222
Mix de soufflé	kg	0,09	\$ 1,849	\$ 0,166
Queso cheddar	kg	0,02	\$ 7,727	\$ 0,155
Queso holandes	kg	0,02	\$ 7,824	\$ 0,156
Queso brie	kg	0,02	\$ 5,790	\$ 0,116
Queso mozzarella	kg	0,02	\$ 4,027	\$ 0,081
Cebolla perla	kg	0,01	\$ 1,050	\$ 0,011
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,906</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,588</b>

### ***Bowls de fruta***

<b>Avena con frutilla y pecanas</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Avena cocida	kg	0,135	\$ 1,750	\$ 0,236
Nuez	kg	0,01	\$ 16,073	\$ 0,161
Canela en polvo	kg	0,001	\$ 16,497	\$ 0,016
Miel de abeja	kg	0,01	\$ 6,165	\$ 0,062
Frutillas	kg	0,05	\$ 4,000	\$ 0,200
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,68</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,93</b>

<b>Yogurt con miel y almendras</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Yogurt natural	kg	0,135	\$ 2,130	\$ 0,288
Almendras	kg	0,03	\$ 16,949	\$ 0,508
Miel de abeja	kg	0,01	\$ 6,165	\$ 0,062
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,86</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,45</b>

<b>Granola, Yogurt y Fruta</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Granola	kg	0,05	\$ 5,50	\$ 0,28
Yogurt Natural	lt	0,135	\$ 2,13	\$ 0,29
Frutilla	kg	0,015	\$ 4,00	\$ 0,06
Manzana roja	kg	0,015	\$ 2,03	\$ 0,03
Miel de abeja	kg	0,01	\$ 6,17	\$ 0,06
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,71</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,04</b>

<b>Bowl de fruta fresca</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Frutillas	kg	0,05	\$ 4,000	\$ 0,200
Uvas rojas	kg	0,05	\$ 3,800	\$ 0,190
Melón cantaloupe	kg	0,05	\$ 1,289	\$ 0,064
Piña	kg	0,05	\$ 0,720	\$ 0,036
Manzana verde	kg	0,05	\$ 2,150	\$ 0,108
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,598</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,71</b>

<b>Avena con quínoa y almendras</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Avena cocida	kg	0,1	\$ 1,750	\$ 0,175
Quínoa	kg	0,05	\$ 2,914	\$ 0,146
Almendras	kg	0,015	\$ 16,946	\$ 0,254
Miel de abeja	kg	0,01	\$ 6,165	\$ 0,062
Canela en polvo	kg	0,002	\$ 16,497	\$ 0,033
Manzana roja	kg	0,015	\$ 2,025	\$ 0,030
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		0,699949
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,70</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,00</b>



*Menú de niños*

<b>Mozzarella Sticks</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Queso Mozzarella	kg	0,1	\$ 4,027	\$ 0,403
Huevos	unidad	2	\$ 0,110	\$ 0,220
Leche entera	lt	0,05	\$ 1,035	\$ 0,052
Panko	kg	0,02	\$ 4,867	\$ 0,097
Harina trigo	kg	0,04	\$ 0,757	\$ 0,030
Aceite girasol		0,05	\$ 2,725	\$ 0,136
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
<b>Costo Unitario</b>				<b>\$ 0,94</b>
<b>PVP sin IVA</b>				<b>\$ 2,68</b>

<b>Mac &amp; Cheese</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Macarrones	kg	0,075	\$ 3,760	\$ 0,282
Queso cheddar	kg	0,05	\$ 7,727	\$ 0,386
Mantequilla	kg	0,03	\$ 5,067	\$ 0,152
Leche	lt	0,03	\$ 1,035	\$ 0,031
Mostaza Dijon	kg	0,01	\$ 23,628	\$ 0,236
Sal cristal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
<b>Costo Unitario</b>				<b>\$ 1,09</b>
<b>PVP sin IVA</b>				<b>\$ 3,11</b>

<b>Chicken Fingers</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pechuga de pollo	kg	0,10	\$ 5,226	\$ 0,523
Huevo	unidad	1	\$ 0,110	\$ 0,110
Aceite girasol	kg	0,01	\$ 2,725	\$ 0,027
Harina de trigo	kg	0,03	\$ 1,559	\$ 0,047
Honey mustard	kg	0,04	\$ 4,447	\$ 0,178
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
<b>Costo Unitario</b>				<b>\$ 0,88</b>
<b>PVP sin IVA</b>				<b>\$ 2,53</b>

<b>Sopa de Cebolla</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Fondo de pollo	lt	0,0675	\$ 0,328	\$ 0,022
Cebollas carameliza	kg	0,04	\$ 2,992	\$ 0,120
Queso Mozzarella	kg	0,0125	\$ 7,641	\$ 0,096
Tomate	kg	0,05	\$ 0,949	\$ 0,047
Ajo	kg	0,025	\$ 4,168	\$ 0,104
Crema de leche	lt	0,01	\$ 3,045	\$ 0,030
Cilantro	kg	0,0005	\$ 6,000	\$ 0,003
Sazonador base	kg	0,001	\$ 5,254	\$ 0,005
Crotones	kg	0,015	\$ 5,214	\$ 0,078
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,51</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,45</b>
<b>Locro de Papa</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Papa Chola	kg	0,05	\$ 0,848	\$ 0,042
Agua	lt	0,0675	\$ -	\$ -
Queso mozzarella	kg	0,0125	\$ 7,641	\$ 0,096
Huevo	unidad	0,5	\$ 0,110	\$ 0,055
Crema de leche	lt	0,01	\$ 3,045	\$ 0,030
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Sazonador base	kg	0,001	\$ 5,254	\$ 0,005
		0,0005		
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,23</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,65</b>
<b>Crema de Tomate</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Fondo de Pollo	lt	0,0675	\$ 0,328	\$ 0,022
Sazonador base	kg	0,001	\$ 5,254	\$ 0,005
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Tomate Riñon	kg	0,075	\$ 0,949	\$ 0,071
Tomillo	kg	0,0015	\$ 7,998	\$ 0,012
Papa Chola	kg	0,05	\$ 0,848	\$ 0,042
Cilantro	kg	0,0005	\$ 6,000	\$ 0,003
Aceite de oliva	lt	0,005	\$ 12,297	\$ 0,061
Crotones	kg	0,015	\$ 5,214	\$ 0,078
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,30</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,85</b>

<b>Crema de Tomate</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Fondo de Pollo	lt	0,0675	\$ 0,328	\$ 0,022
Sazonador base	kg	0,001	\$ 5,254	\$ 0,005
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Tomate Riñon	kg	0,075	\$ 0,949	\$ 0,071
Tomillo	kg	0,0015	\$ 7,998	\$ 0,012
Papa Chola	kg	0,05	\$ 0,848	\$ 0,042
Cilantro	kg	0,0005	\$ 6,000	\$ 0,003
Aceite de oliva	lt	0,005	\$ 12,297	\$ 0,061
Crotones	kg	0,015	\$ 5,214	\$ 0,078
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,30</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,85</b>

<b>Crema de Espárragos</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Agua	lt	0,0675	\$ -	\$ -
Espárragos	kg	0,06	\$ 6,500	\$ 0,390
Papa Locrera	kg	0,05	\$ 0,848	\$ 0,042
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Crema de leche	klit	0,01	\$ 3,045	\$ 0,030
Cebolla Puerro	kg	0,005	\$ 2,444	\$ 0,012
Aceite de oliva	lt	0,005	\$ 12,297	\$ 0,061
Crotones	kg	0,015	\$ 5,214	\$ 0,078
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,62</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,76</b>

<b>Crema de Champiñones</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Champiñones	kg	0,06	\$ 6,239	\$ 0,374
Papa Chola	kg	0,05	\$ 0,848	\$ 0,042
Sazonador base	kg	0,001	\$ 5,254	\$ 0,005
Agua	lt	0,0675	\$ -	\$ -
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Crema de leche	lt	0,01	\$ 3,045	\$ 0,030
Cebolla Puerro	kg	0,005	\$ 2,444	\$ 0,012
Aceite de oliva	lt	0,005	\$ 12,297	\$ 0,061
Cilantro	kg	0,0005	\$ 6,000	\$ 0,003
Crotones	kg	0,015	\$ 5,21	\$ 0,078
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,61</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,74</b>

Sopa de pollo con Fideos				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Pechuga de Pollo	kg	0,03	\$ 0,099	\$ 0,003
Fondo de pollo	lt	0,0675	\$ 0,328	\$ 0,022
Sazonador Base	kg	0,001	\$ 5,254	\$ 0,005
Fideo Letras	kg	0,005	\$ 2,914	\$ 0,015
Zanahoria	kg	0,07	\$ 0,596	\$ 0,042
Arberja	kg	0,07	\$ 3,244	\$ 0,227
Apio	kg	0,07	\$ 0,580	\$ 0,041
Cebolla perla	kg	0,07	\$ 1,050	\$ 0,074
Cilantro	kg	0,001	\$ 6,000	\$ 0,006
Crotones	kg	0,015	\$ 5,214	\$ 0,078
Agua	lt	0,0675	\$ -	\$ -
Sal Crisal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,000
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	1 (porción)		
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,51</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,46</b>

### Postres

Cookie Candy				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina	kg	0,175	\$ 0,757	\$ 0,13
Mantequilla sin sal	kg	0,125	\$ 5,067	\$ 0,63
Azucar morena	kg	0,1	\$ 0,943	\$ 0,09
M&M	kg	0,1	\$ 8,290	\$ 0,83
Azucar Blanca	kg	0,03	\$ 0,770	\$ 0,02
Azucar glas	kg	0,03	\$ 2,013	\$ 0,06
Huevo	unidad	1	\$ 0,110	\$ 0,11
Polvo de hornear	kg	0,001	\$ 3,227	\$ 0,00
Merma	2%			
Rendimiento total	unidad	10		1,885867
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,19</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,54</b>

<b>Galletas de Avena</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Hojuelas avena	kg	0,23	\$ 5,695	\$ 1,31
Harina	kg	0,1	\$ 0,757	\$ 0,08
Azucar moreno	kg	0,15	\$ 0,943	\$ 0,14
Polvo de hornear	kg	0,001	\$ 3,227	\$ 0,00
Sal cristal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ -
Huevos	unidad	2	\$ 0,110	\$ 0,22
Aceite de oliva	l	0,15	\$ 8,443	\$ 1,27
esencia Vainilla	kg	0,001	\$ 7,342	\$ 0,01
Merma	2%			
Rendimiento total		12		3,024345
<b>Costo Unitario</b>				<b>\$ 0,25</b>
<b>PVP sin IVA</b>				<b>\$ 0,72</b>

<b>Galletas Chispas de Chocolate</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina	kg	0,5	\$ 0,757	\$ 0,38
Chispas de chocolate	kg	0,2	\$ 6,290	\$ 1,26
Azucar blanca	kg	0,175	\$ 0,770	\$ 0,14
Azucar moreno	kg	0,175	\$ 0,943	\$ 0,17
Mantequilla sin sal	kg	0,175	\$ 5,067	\$ 0,89
Huevos	kg	2	\$ 0,110	\$ 0,22
Polvo de hornear	kg	0,001	\$ 3,227	\$ 0,00
Merma	2%			
Rendimiento total		12		3,046227
<b>Costo Unitario</b>				<b>\$ 0,25</b>
<b>PVP sin IVA</b>				<b>\$ 0,73</b>

<b>Pastel de zanahoria</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina	kg	0,2	\$ 0,757	\$ 0,15
Azucar blanca	kg	0,45	\$ 0,770	\$ 0,35
Aceite de oliva	l	0,2	\$ 8,443	\$ 1,69
Zanahoria rallada	kg	0,225	\$ 0,596	\$ 0,13
Sal cristal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,00
Canela en polvo	kg	0,002	\$ 16,497	\$ 0,03
Polvo de hornear	kg	0,001	\$ 3,227	\$ 0,00
Huevos	unidad	2	\$ 0,110	\$ 0,22
	2%			
Rendimiento total		8		2,577147
<b>Costo Unitario</b>				<b>\$ 0,32</b>
<b>PVP sin IVA</b>				<b>\$ 0,92</b>

Fudge brownie				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Mantequilla	kg	0,225	\$ 5,067	\$ 1,14
Azucar blanca	kg	0,6	\$ 0,770	\$ 0,46
Escencia de vainilla	l	0,015	\$ 7,342	\$ 0,11
huevos	kg	2	\$ 0,110	\$ 0,22
Harina	kg	0,18	\$ 0,757	\$ 0,14
Cocoa en polvo	kg	0,07	\$ 5,127	\$ 0,36
Sal cristal	kg	0,001	\$ 0,326	\$ 0,00
Polvo de hornear	kg	0,001	\$ 3,227	\$ 0,00
Chispas Chocolate	kg	0,18	\$ 6,290	\$ 1,13
Merma	2%			
Rendimiento total		10		3,563108
<b>Costo Unitario</b>				<b>\$ 0,36</b>
<b>PVP sin IVA</b>				<b>\$ 1,02</b>

### Subrecetas

Fondo de Pollo				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Huesos de Pollo	kg	0,2	\$ 0,010	\$ 0,002
Perejil	kg	0,006	\$ 6,644	\$ 0,040
Agua	lt	1	\$ -	\$ -
Cebolla perla	kg	0,07	\$ 1,050	\$ 0,074
Zanahoria	kg	0,06	\$ 0,596	\$ 0,036
Apio	kg	0,07	\$ 0,580	\$ 0,041
Tomillo fresco	kg	0,006	\$ 7,998	\$ 0,048
Laurel	kg	0,006	\$ 6,768	\$ 0,041
Romero	kg	0,006	\$ 8,000	\$ 0,048
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	1		
<b>Costo Total</b>				<b>\$ 0,33</b>
Cebollas Caramelizadas				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Cebolla perla	kg	1	\$ 1,050	\$ 1,050
Aceite de oliva	lt	0,15	\$ 12,297	\$ 1,845
Vinagre vino tinto	lt	0,01	\$ 5,866	\$ 0,059
Azucar	kg	0,05	\$ 0,770	\$ 0,039
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
<b>Costo Total</b>				<b>\$ 2,992</b>

<b>Sazonador Base</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Aceite de oliva	lt	0,3	\$ 12,297	\$ 3,689
Ajo	kg	0,2	\$ 4,168	\$ 0,834
Pimienta molida	kg	0,02	\$ 12,079	\$ 0,242
Cebolla Blanca	kg	0,15	\$ 0,775	\$ 0,116
Cebolla puerro	kg	0,1	\$ 2,444	\$ 0,244
Comino	kg	0,02	\$ 6,016	\$ 0,120
Agua	lt	0,2		\$ -
Achiote	kg	0,002	\$ 4,500	\$ 0,009
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 5,254</b>

<b>Salsa Ali Oli</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Mayonesa	kg	0,6	\$ 2,667	\$ 1,600
Aceite de Oliva	lt	0,1	\$ 12,297	\$ 1,230
Ajo	kg	0,1	\$ 4,168	\$ 0,417
Sal Crisal	kg	0,002	\$ 0,326	\$ 0,001
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 3,247</b>

<b>Avena Cocida</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Agua	lt	0,2	\$ -	\$ -
Avena	kg	0,6	\$ 2,444	\$ 1,466
Leche	lt	0,2	\$ 1,035	\$ 0,207
Azucar	kg	0,1	\$ 0,770	\$ 0,077
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 1,750</b>

<b>Pechuga de pollo (a la plancha)</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pechuga de pollo	kg	1	\$ 4,980	\$ 4,980
Sal Crisal	kg	0,004	\$ 0,326	\$ 0,001
Pimienta negra molida	kg	0,005	\$ 12,079	\$ 0,060
Aceite de Oliva	lt	0,015	\$ 12,297	\$ 0,184
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 5,2262</b>

<b>Salsa de Almendras</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Ajo	kg	0,02	\$ 4,168	\$ 0,083
Almendras	kg	0,5	\$ 16,949	\$ 8,475
Tomate	kg	0,1	\$ 0,949	\$ 0,095
Aceite de oliva	lt	0,3	\$ 12,297	\$ 3,689
Vinagre de vino	lt	0,05	\$ 5,866	\$ 0,293
Sal Crisal	kg	0,015	\$ 0,326	\$ 0,005
Pimienta negra molida	kg	0,01	\$ 12,079	\$ 0,121
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 12,761</b>

<b>Salsa Cesar</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Agua	lt	0,1		\$ -
Aceite de oliva	lt	0,4	\$ 12,297	\$ 4,919
Salsa Worcestershire	lt	0,05	\$ 23,575	\$ 1,179
Sal Crisal	kg	0,01	\$ 0,326	\$ 0,003
Anchoas	kg	0,1	\$ 77,907	\$ 7,791
Ajo	kg	0,04	\$ 4,168	\$ 0,167
Azúcar	kg	0,03	\$ 0,770	\$ 0,023
Yema de huevo	unidad	8	\$ 0,11	\$ 0,880
Jugo de Limón	lt	0,15	\$ 0,865	\$ 0,130
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 15,091</b>

<b>Vinagreta "Thai"</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Agua	lt	0,15	\$ -	\$ -
Vinagre de arroz	lt	0,23	\$ 17,857	\$ 4,071
Azúcar	kg	0,05	\$ 0,770	\$ 0,035
Salsa de soja	lt	0,19	\$ 6,129	\$ 1,165
Aceite de ajonjolí	lt	0,19	\$ 24,534	\$ 4,661
Harina de maíz	kg	0,06	\$ 1,559	\$ 0,095
Jugo de limón	lt	0,11	\$ 0,865	\$ 0,099
Chili powder	kg	0,01	\$ 36,000	\$ 0,252
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 10,378</b>



<b>Vinagreta balsámica de miel</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Vinagre balsámico	lt	0,4	\$ 7,104	\$ 2,842
Miel de abeja	kg	0,24	\$ 6,165	\$ 1,480
Mostaza	kg	0,096	\$ 1,877	\$ 0,180
Aceite de oliva	lt	0,16	\$ 12,297	\$ 1,968
Sal Crisal	kg	0,032	\$ 0,326	\$ 0,010
Pimienta negra molida	kg	0,016	\$ 12,079	\$ 0,193
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 6,673</b>
<b>Aderezo de yogur griego "Green Goddess dressing"</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Yogur griego	lt	0,62	\$ 5,700	\$ 3,534
Mayonesa	kg	0,25	\$ 2,667	\$ 0,661
Vinagre vino blanco	lt	0,06	\$ 5,866	\$ 0,364
Sal Crisal	kg	0,01	\$ 0,326	\$ 0,002
Pesto de albahaca	kg	0,06	\$ 6,73	\$ 0,417
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	1		4,9782032
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 4,98</b>
<b>Salsa de rábano picante (horseradish)</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Aceite de oliva	lt	0,2	\$ 12,297	\$ 2,459
Agua	lt	0,12	\$ -	\$ -
Rábano	kg	0,4	\$ 0,764	\$ 0,306
Yema de huevo	unidad	4	\$ 0,110	\$ 0,440
Vinagre de vino	lt	0,06	\$ 5,866	\$ 0,352
Sal Crisal	kg	0,004	\$ 0,326	\$ 0,001
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 3,56</b>
<b>Salsa Tzatziki</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pepinillo	kg	0,5	\$ 5,598	\$ 2,799
Aceite de oliva	lt	0,25	\$ 12,297	\$ 3,074
Cebolla Paiteña	kg	0,05	\$ 0,833	\$ 0,042
Miel de abeja	kg	0,02	\$ 6,165	\$ 0,123
Ajo	kg	0,025	\$ 4,168	\$ 0,104
Jugo de limón	lt	0,075	\$ 0,865	\$ 0,065
Sal Crisal	kg	0,01	\$ 0,326	\$ 0,003
Vinagre de limón	lt	0,01	\$ 2,576	\$ 0,026
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 6,236</b>

<b>Mix de soufflé</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Huevos	unidad	8	\$ 0,110	\$ 0,880
Leche	lt	0,3	\$ 1,035	\$ 0,311
Harina	kg	0,2	\$ 0,757	\$ 0,151
Mantequilla	kg	0,1	\$ 5,067	\$ 0,507
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 1,849</b>

<b>Pesto de albahaca</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Albahaca	kg	0,4	\$ 6,000	\$ 2,400
Aceite de oliva	lt	0,3	\$ 12,297	\$ 3,689
Agua	kl	0,1	\$ -	\$ -
Queso Ricotta	kg	0,1	\$ 3,813	\$ 0,381
Ajo	kg	0,06	\$ 4,168	\$ 0,250
Sal Crisal	kg	0,02	\$ 0,326	\$ 0,007
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		6,727
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 6,727</b>

<b>Masa de croissant</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina de fuerza	kg	0,5	\$ 0,776	\$ 0,388
Mantequilla	kg	0,25	\$ 5,067	\$ 1,267
Levadura fresca	kg	0,001	\$ 4,460	\$ 0,004
Azucar	kg	0,03	\$ 0,770	\$ 0,023
Sal Crisal	kg	0,03	\$ 0,326	\$ 0,010
Leche entera	lt	0,15	\$ 1,035	\$ 0,155
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 1,847</b>

<b>Crutones</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pan de Molde	kg	1	\$ 2,540	\$ 2,540
Ajo	kg	0,2	\$ 4,168	\$ 0,834
Aceite de Oliva	lt	0,1	\$ 8,443	\$ 0,844
Mantequilla	kg	0,1	\$ 5,067	\$ 0,507
Perejil liso	kg	0,08	\$ 6,000	\$ 0,480
Sal Crisal	kg	0,03	\$ 0,326	\$ 0,010
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 5,21</b>

<b>Honey Mustard</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Mostaza	kg	0,4	\$ 1,870	\$ 0,748
Miel de Abeja	kg	0,6	\$ 6,165	\$ 3,699
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		4,447
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 4,45</b>

<b>Vinagreta asiatica</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Ajo pelado	kg	0,048	\$ 4,17	\$ 0,200
Limon Meyer	lt	0,18	\$ 0,55	\$ 0,099
Salsa pescado	lt	0,3	\$ 29,01	\$ 8,703
Miel de abeja	kg	0,18	\$ 6,17	\$ 1,110
Salsa de soya	lt	0,3	\$ 4,08	\$ 1,223
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 11,34</b>

<b>Vinagreta Ensalada tropical</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Pimienta negra molida	kg	0,02	\$ 12,079	\$ 0,199
Vinagre de arroz	lt	0,50	\$ 17,857	\$ 8,839
Azucar	kg	0,10	\$ 0,770	\$ 0,076
Limon meyer	lt	0,25	\$ 0,550	\$ 0,136
Chile powder	kg	0,02	\$ 36,000	\$ 0,594
Mostaza	kg	0,10	\$ 1,877	\$ 0,186
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	1		
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 10,03</b>

<b>Humus de Lenteja</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Lenteja	kg	0,5	\$ 2,162	\$ 1,08
Limon Meyer	unidad	2	\$ 0,550	\$ 1,10
Ajo	kg	0,03	\$ 4,168	\$ 0,13
Aceite de ajonjolí	lt	0,1	\$ 24,534	\$ 2,45
Aceite de Oliva	lt	0,12	\$ 12,297	\$ 1,48
Perejil Fresco	kg	0,02	\$ 6,000	\$ 0,12
Comino molido	kg	0,015	\$ 6,016	\$ 0,09
Merma	2%			
Rendimiento total	kg	1		\$ 6,45
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 6,45</b>

## MENU PANES

Pan de Ajonjoli (250gr)				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina de trigo	kg	1	\$ 0,76	\$ 0,76
Sal crisal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Azucar	kg	0,03	\$ 0,77	\$ 0,02
Levadura	kg	0,02	\$ 4,46	\$ 0,09
Manteca vegeta	kg	0,03	\$ 1,45	\$ 0,04
Agua	l	0,6	\$ -	\$ -
Ajonjoli	kg	0,1	\$ 4,95	\$ 0,50
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	6		1,41475
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,24</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,67</b>
Pan de Aceitunas (225gr)				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina de trigo	kg	1	\$ 0,76	\$ 0,76
Sal crisal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Aceite oliva	kg	0,2	\$ 8,44	\$ 1,69
Aceituna verde lan	kg	0,4	\$ 4,90	\$ 1,96
Levadura	kg	0,05	\$ 4,46	\$ 0,22
Agua	l	0,125	\$ -	\$ -
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	8		4,63312
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,58</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,65</b>
Baguette Frances (380gr)				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina trigo	kg	1	\$ 0,76	\$ 0,76
Sal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Levadura	kg	0,05	\$ 4,46	\$ 0,22
Masa madre	kg	0,4		\$ -
Agua	l	0,65	\$ -	\$ -
Merma	0,02	5		
Rendimiento total	unidad	12		0,98652
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,08</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,23</b>
Pan Integral (80gr)				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina trigo	kg	0,5	\$ 0,76	\$ 0,38
Harina integral	kg	0,5	\$ 0,78	\$ 0,39
Sal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Azucar	kg	0,08	\$ 0,77	\$ 0,06
Levadura	kg	0,04	\$ 4,46	\$ 0,18
Margarina	kg	0,1	\$ 1,54	\$ 0,15
Agua	l	0,6	\$ -	\$ -
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	23		1,16702
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,05</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,14</b>

<b>Pan Centeno (80gr)</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina trigo	kg	0,8	\$ 0,76	\$ 0,61
Harina centeno	kg	0,2	\$ 0,89	\$ 0,18
Sal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Azucar	kg	0,04	\$ 0,77	\$ 0,03
Manteca vegetal	kg	0,04	\$ 1,45	\$ 0,06
Levadura	kg	0,03	\$ 4,46	\$ 0,13
Agua	l	0,6	\$ -	\$ -
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	21		1,01336
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,05</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,14</b>
<b>Pan de Nuez (80gr)</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina trigo	kg	0,5	\$ 0,76	\$ 0,38
Harina integral	kg	0,4	\$ 0,78	\$ 0,31
Harina centeno	kg	0,1	\$ 0,89	\$ 0,09
Sal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Azucar	kg	0,05	\$ 0,77	\$ 0,04
Levadura	kg	0,05	\$ 4,46	\$ 0,22
Manteca vegetal	kg	0,1	\$ 1,45	\$ 0,15
Nueces	kg	0,15	\$ 16,07	\$ 2,41
Agua	l	0,65	\$ -	\$ -
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	12		3,60227
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,30</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,86</b>
<b>Ciavatta (100gr)</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina trigo	kg	1	\$ 0,76	\$ 0,76
Sal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Aceite oliva	kg	0,2	\$ 8,44	\$ 1,69
Levadura	kg	0,05	\$ 4,46	\$ 0,22
Agua	l	0,6	\$ -	\$ -
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	17		2,67512
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,16</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,45</b>

<b>Focaccia (50gr)</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina trigo	kg	1	\$ 0,76	\$ 0,76
Sal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Aceite oliva	kg	0,2	\$ 8,44	\$ 1,69
Levadura	kg	0,05	\$ 4,46	\$ 0,22
Agua	kg	0,6	\$ -	\$ -
Romero	kg	0,005	\$ 8,00	\$ 0,04
Oregano	kg	0,005	\$ 4,94	\$ 0,02
Pimienta negra	kg	0,001	\$ 11,03	\$ 0,01
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	37		2,750823
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,07</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,21</b>

<b>Croissant (80gr)</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina	kg	1	\$ 0,76	\$ 0,76
Sal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Azucar	kg	0,1	\$ 0,77	\$ 0,08
Huevos	unidad	2	\$ 0,11	\$ 0,22
Manteca vegetal	kg	0,1	\$ 1,45	\$ 0,15
Agua	l	0,55	\$ -	\$ -
Mantequilla	kg	0,4	\$ 5,45	\$ 2,18
Levadura	kg	0,05	\$ 4,46	\$ 0,22
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	29		3,60742
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,12</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,36</b>

<b>Rosa de Mantequilla (80gr)</b>				
	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Harina trigo	kg	1	\$ 0,76	\$ 0,76
Sal	kg	0,02	\$ 0,33	\$ 0,01
Azucar	kg	0,08	\$ 0,77	\$ 0,06
Mantequilla	kg	0,25	\$ 5,45	\$ 1,36
Huevos	unidad	2	\$ 0,11	\$ 0,22
Levadura	kg	0,05	\$ 4,46	\$ 0,22
Agua	l	0,4	\$ -	\$ -
Merma	0,02			
Rendimiento total	unidad	23		2,62987
			<b>Costo Unitario</b>	<b>\$ 0,11</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,33</b>

## Cafés

Nevado de Caramelo				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Café Helado	lt	0,15	\$ 1,160	\$ 0,174
Crema Chantilly	kg	0,01	\$ 10,320	\$ 0,103
Salsa de Caramelo	kg	0,02	\$ 3,960	\$ 0,079
Azucar blanca	kg	0,004	\$ 0,770	\$ 0,003
Leche entera	lt	0,05	\$ 1,035	\$ 0,052
Crema de leche	lt	0,05	\$ 3,045	\$ 0,152
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	0,32		0,56348
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 0,56</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,61</b>
Nevado Mocca				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Café helado	lt	0,15	\$ 1,160	\$ 0,174
Salsa de Chocolate	kg	0,05	\$ 3,960	\$ 0,198
Crema Chantilly	kg	0,01	\$ 10,320	\$ 0,103
Azucar blanca	kg	0,004	\$ 0,770	\$ 0,003
Leche entera	lt	0,05	\$ 1,035	\$ 0,052
Crema de leche	lt	0,05	\$ 3,045	\$ 0,152
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	0,32		0,68228
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 0,68</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 1,95</b>
Café Helado				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Café americano	lt	0,2	\$ 1,160	\$ 0,232
Hielo	kg	0,1	\$ -	\$ -
Azucar blanca	kg	0,004	\$ 0,770	\$ 0,003
Crema Chantilly	kg	0,01	\$ 10,320	\$ 0,103
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	0,32		0,33828
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 0,34</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 0,97</b>
Chai Té Latte				
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	COSTO TOTAL
Té negro	kg	0,15	\$ 4,750	\$ 0,713
Miel de abeja	kg	0,003	\$ 6,165	\$ 0,018
Esencia de Vainilla	lt	0,002	\$ 7,380	\$ 0,015
Cardamomo	kg	0,001	\$ 20,680	\$ 0,021
Canela en polvo	kg	0,001	\$ 16,497	\$ 0,016
Leche entera	lt	0,05	\$ 1,035	\$ 0,052
Gengibre	kg	0,001	\$ 2,310	\$ 0,002
Merma	2%			
Rendimiento total	lt	0,32		0,836992
			<b>Costo Total</b>	<b>\$ 0,84</b>
			<b>PVP sin IVA</b>	<b>\$ 2,39</b>

*Bebidas*

<b>BEBIDAS</b>		
<b>JUGOS NATURALES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>PRECIO SIN IVA</b>
Mora	\$ 0,30	\$ 0,86
Mango	\$ 0,28	\$ 0,80
Naranja	\$ 0,23	\$ 0,66
Maracuyá	\$ 0,34	\$ 0,97
Tomate de Árbol	\$ 0,29	\$ 0,83
Frutilla	\$ 0,28	\$ 0,80
Taxo	\$ 0,35	\$ 1,00
Naranja	\$ 0,34	\$ 0,97
Limón	\$ 0,12	\$ 0,34
<b>BATIDOS</b>		
Mora	\$ 0,47	\$ 1,33
Mango	\$ 0,45	\$ 1,29
Naranja	\$ 0,40	\$ 1,14
Maracuyá	\$ 0,51	\$ 1,46
Tomate de Árbol	\$ 0,46	\$ 1,30
Frutilla	\$ 0,44	\$ 1,27
Taxo	\$ 0,51	\$ 1,47
<b>SMOTHIES</b>		
Mora	\$ 0,60	\$ 1,71
Mango	\$ 0,57	\$ 1,63
Naranja	\$ 0,47	\$ 1,34
Maracuyá	\$ 0,69	\$ 1,97
Frutilla	\$ 0,55	\$ 1,57
<b>CAFÉS</b>		
Espresso	\$ 0,29	\$ 0,83
Americano	\$ 0,29	\$ 0,83
Capuchino	\$ 0,35	\$ 1,00
Moccachino	\$ 0,36	\$ 1,03
Chocolate Caliente	\$ 0,34	\$ 0,97
Café Latte	\$ 0,31	\$ 0,89
Aguas aromáticas	\$ 0,14	\$ 0,40
<b>BEBIDAS VARIAS</b>		
Agua Natural	\$ 0,31	\$ 0,89
Agua con gas	\$ 0,31	\$ 0,89
Coca Cola	\$ 0,39	\$ 1,11
Coca Cola Light	\$ 0,52	\$ 1,49
Coca Cola Zero	\$ 0,52	\$ 1,49
Fanta	\$ 0,39	\$ 1,11
Sprite	\$ 0,39	\$ 1,11
Sprite Zero	\$ 0,45	\$ 1,29
Fioravanti Fresa	\$ 0,39	\$ 1,11
Fioravanti Manzana	\$ 0,39	\$ 1,11
Fuze Tea Negro	\$ 0,51	\$ 1,46
Fuze Tea Verde	\$ 0,51	\$ 1,46



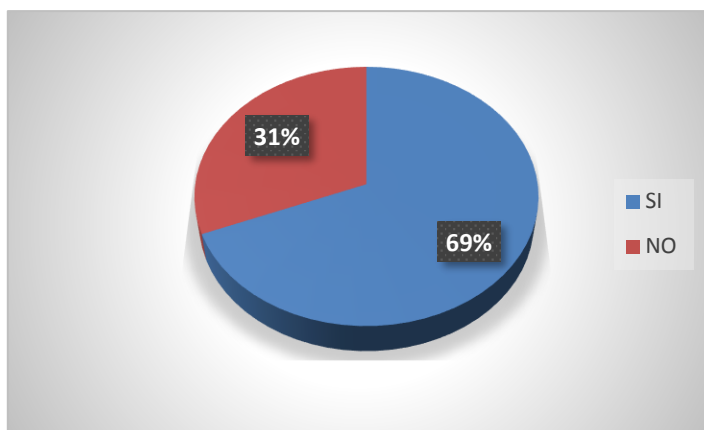
## ANEXO B: TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO FINAL
1	\$ 80.000,00	\$ 2.001,13	\$ 847,80	\$ 1.153,33	\$ 79.152,20
2	\$ 79.152,20	\$ 2.001,13	\$ 860,02	\$ 1.141,11	\$ 78.292,18
3	\$ 78.292,18	\$ 2.001,13	\$ 872,42	\$ 1.128,71	\$ 77.419,76
4	\$ 77.419,76	\$ 2.001,13	\$ 885,00	\$ 1.116,13	\$ 76.534,76
5	\$ 76.534,76	\$ 2.001,13	\$ 897,76	\$ 1.103,38	\$ 75.637,00
6	\$ 75.637,00	\$ 2.001,13	\$ 910,70	\$ 1.090,43	\$ 74.726,30
7	\$ 74.726,30	\$ 2.001,13	\$ 923,83	\$ 1.077,30	\$ 73.802,47
8	\$ 73.802,47	\$ 2.001,13	\$ 937,15	\$ 1.063,99	\$ 72.865,32
9	\$ 72.865,32	\$ 2.001,13	\$ 950,66	\$ 1.050,48	\$ 71.914,66
10	\$ 71.914,66	\$ 2.001,13	\$ 964,36	\$ 1.036,77	\$ 70.950,30
11	\$ 70.950,30	\$ 2.001,13	\$ 978,27	\$ 1.022,87	\$ 69.972,03
12	\$ 69.972,03	\$ 2.001,13	\$ 992,37	\$ 1.008,76	\$ 68.979,66
13	\$ 68.979,66	\$ 2.001,13	\$ 1.006,68	\$ 994,46	\$ 67.972,99
14	\$ 67.972,99	\$ 2.001,13	\$ 1.021,19	\$ 979,94	\$ 66.951,80
15	\$ 66.951,80	\$ 2.001,13	\$ 1.035,91	\$ 965,22	\$ 65.915,89
16	\$ 65.915,89	\$ 2.001,13	\$ 1.050,85	\$ 950,29	\$ 64.865,04
17	\$ 64.865,04	\$ 2.001,13	\$ 1.066,00	\$ 935,14	\$ 63.799,04
18	\$ 63.799,04	\$ 2.001,13	\$ 1.081,36	\$ 919,77	\$ 62.717,68
19	\$ 62.717,68	\$ 2.001,13	\$ 1.096,95	\$ 904,18	\$ 61.620,73
20	\$ 61.620,73	\$ 2.001,13	\$ 1.112,77	\$ 888,37	\$ 60.507,96
21	\$ 60.507,96	\$ 2.001,13	\$ 1.128,81	\$ 872,32	\$ 59.379,15
22	\$ 59.379,15	\$ 2.001,13	\$ 1.145,08	\$ 856,05	\$ 58.234,06
23	\$ 58.234,06	\$ 2.001,13	\$ 1.161,59	\$ 839,54	\$ 57.072,47
24	\$ 57.072,47	\$ 2.001,13	\$ 1.178,34	\$ 822,79	\$ 55.894,13
25	\$ 55.894,13	\$ 2.001,13	\$ 1.195,33	\$ 805,81	\$ 54.698,81
26	\$ 54.698,81	\$ 2.001,13	\$ 1.212,56	\$ 788,57	\$ 53.486,25
27	\$ 53.486,25	\$ 2.001,13	\$ 1.230,04	\$ 771,09	\$ 52.256,21
28	\$ 52.256,21	\$ 2.001,13	\$ 1.247,77	\$ 753,36	\$ 51.008,43
29	\$ 51.008,43	\$ 2.001,13	\$ 1.265,76	\$ 735,37	\$ 49.742,67
30	\$ 49.742,67	\$ 2.001,13	\$ 1.284,01	\$ 717,12	\$ 48.458,66
31	\$ 48.458,66	\$ 2.001,13	\$ 1.302,52	\$ 698,61	\$ 47.156,14
32	\$ 47.156,14	\$ 2.001,13	\$ 1.321,30	\$ 679,83	\$ 45.834,84
33	\$ 45.834,84	\$ 2.001,13	\$ 1.340,35	\$ 660,79	\$ 44.494,49
34	\$ 44.494,49	\$ 2.001,13	\$ 1.359,67	\$ 641,46	\$ 43.134,82
35	\$ 43.134,82	\$ 2.001,13	\$ 1.379,27	\$ 621,86	\$ 41.755,55
36	\$ 41.755,55	\$ 2.001,13	\$ 1.399,16	\$ 601,98	\$ 40.356,39
37	\$ 40.356,39	\$ 2.001,13	\$ 1.419,33	\$ 581,80	\$ 38.937,06
38	\$ 38.937,06	\$ 2.001,13	\$ 1.439,79	\$ 561,34	\$ 37.497,27
39	\$ 37.497,27	\$ 2.001,13	\$ 1.460,55	\$ 540,59	\$ 36.036,72
40	\$ 36.036,72	\$ 2.001,13	\$ 1.481,60	\$ 519,53	\$ 34.555,12
41	\$ 34.555,12	\$ 2.001,13	\$ 1.502,96	\$ 498,17	\$ 33.052,15
42	\$ 33.052,15	\$ 2.001,13	\$ 1.524,63	\$ 476,50	\$ 31.527,52
43	\$ 31.527,52	\$ 2.001,13	\$ 1.546,61	\$ 454,52	\$ 29.980,91
44	\$ 29.980,91	\$ 2.001,13	\$ 1.568,91	\$ 432,22	\$ 28.412,00
45	\$ 28.412,00	\$ 2.001,13	\$ 1.591,53	\$ 409,61	\$ 26.820,48
46	\$ 26.820,48	\$ 2.001,13	\$ 1.614,47	\$ 386,66	\$ 25.206,00
47	\$ 25.206,00	\$ 2.001,13	\$ 1.637,75	\$ 363,39	\$ 23.568,26
48	\$ 23.568,26	\$ 2.001,13	\$ 1.661,36	\$ 339,78	\$ 21.906,90
49	\$ 21.906,90	\$ 2.001,13	\$ 1.685,31	\$ 315,82	\$ 20.221,59
50	\$ 20.221,59	\$ 2.001,13	\$ 1.709,61	\$ 291,53	\$ 18.511,98
51	\$ 18.511,98	\$ 2.001,13	\$ 1.734,25	\$ 266,88	\$ 16.777,73
52	\$ 16.777,73	\$ 2.001,13	\$ 1.759,25	\$ 241,88	\$ 15.018,48
53	\$ 15.018,48	\$ 2.001,13	\$ 1.784,62	\$ 216,52	\$ 13.233,86
54	\$ 13.233,86	\$ 2.001,13	\$ 1.810,35	\$ 190,79	\$ 11.423,51
55	\$ 11.423,51	\$ 2.001,13	\$ 1.836,44	\$ 164,69	\$ 9.587,07
56	\$ 9.587,07	\$ 2.001,13	\$ 1.862,92	\$ 138,21	\$ 7.724,15
57	\$ 7.724,15	\$ 2.001,13	\$ 1.889,78	\$ 111,36	\$ 5.834,37
58	\$ 5.834,37	\$ 2.001,13	\$ 1.917,02	\$ 84,11	\$ 3.917,35
59	\$ 3.917,35	\$ 2.001,13	\$ 1.944,66	\$ 56,48	\$ 1.972,69
60	\$ 1.972,69	\$ 2.001,13	\$ 1.972,69	\$ 28,44	\$ (0,00)

## ANEXO C: RESULTADOS ENCUESTA DE DEMANDA

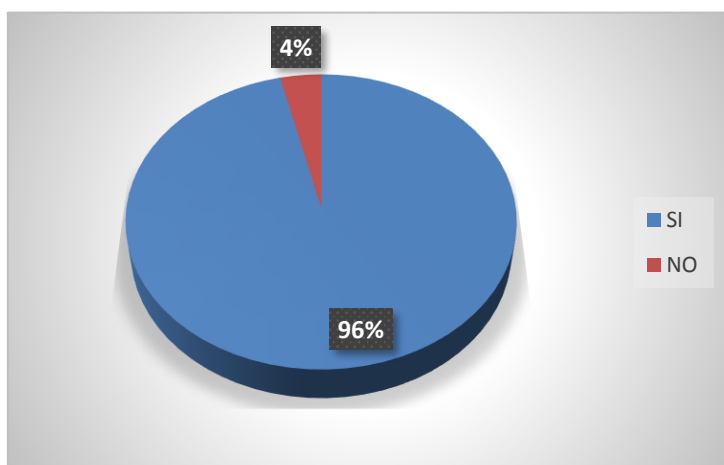
### 1. ¿Te suena interesante comer comida preparada con productos orgánicos?

PREFERENCIA	PORCENTAJE	N° PERSONAS
SI	69%	186
NO	31%	84



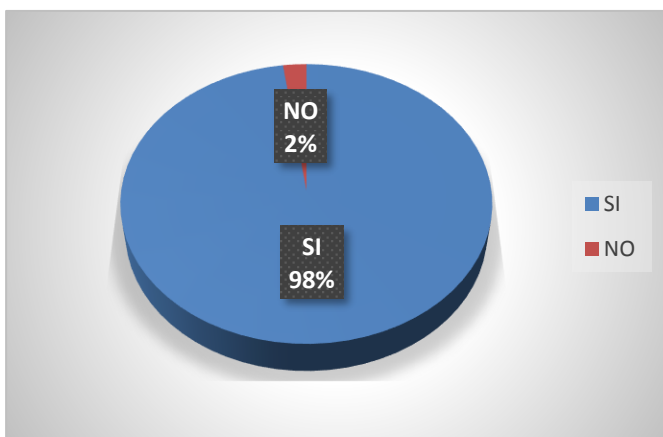
### 2. ¿Te gusta comer sano?

PREFERENCIA	PORCENTAJE	N° PERSONAS
SI	96%	260
NO	4%	10



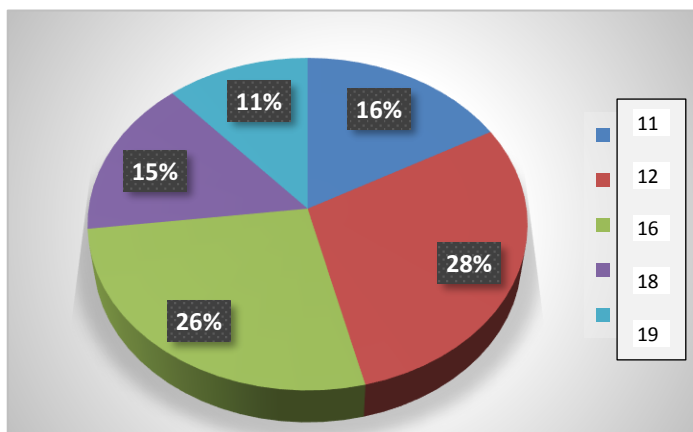
### 3. ¿Te gusta el concepto de Panadería con Restaurante incorporado?

PREFERENCIA	PORCENTAJE	N° PERSONAS
SI	98%	264
NO	2%	6



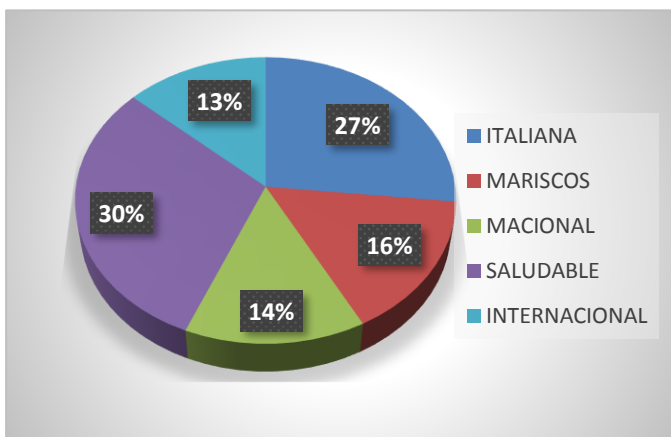
### 4. ¿A qué hora sería más fácil para ti ir a nuestro restaurante entre semana?

TIEMPO	PORCENTAJE	N° PERSONAS
11:00	16%	44
12:00	28%	76
16:00	26%	70
18:00	15%	40
119:00	11%	30



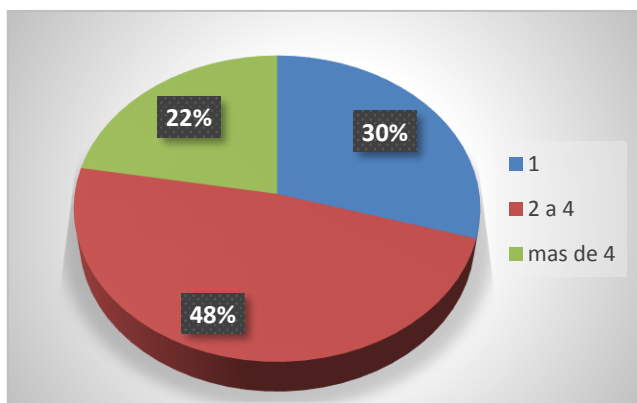
**5. ¿En el sector de Cumbayá, qué tipo de restaurante prefieres?**

TIPO RESTAURANTE	PORCENTAJE	N° PERSONAS
ITALIANA	27%	72
MARISCOS	16%	42
MACIONAL	14%	38
SALUDABLE	30%	41
INTERNACIONAL	13%	36



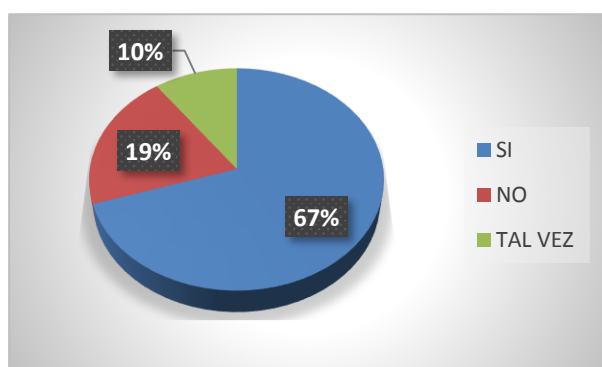
**6. ¿Cuántas personas suelen ir contigo cuando vas a un restaurante?**

# DE ACOMPAÑANTES	PORCENTAJE	N° PERSONAS
1	30%	80
2 a 4	48%	130
más de 4	22%	60



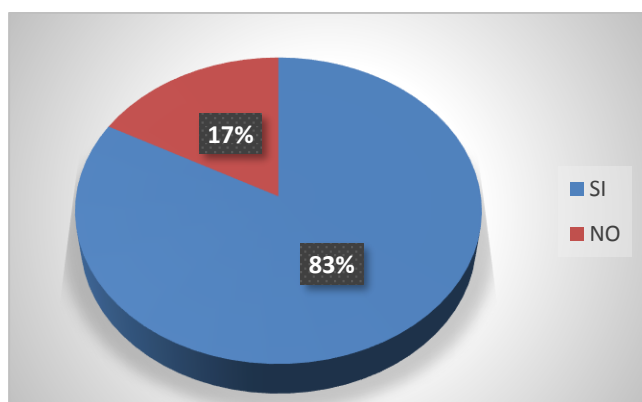
**7. ¿Conoces los beneficios para tu salud al ingerir comida orgánica?**

OPCION	PORCENTAJE	N° PERSONAS
SI	67%	182
NO	19%	52
TAL VEZ	10%	26



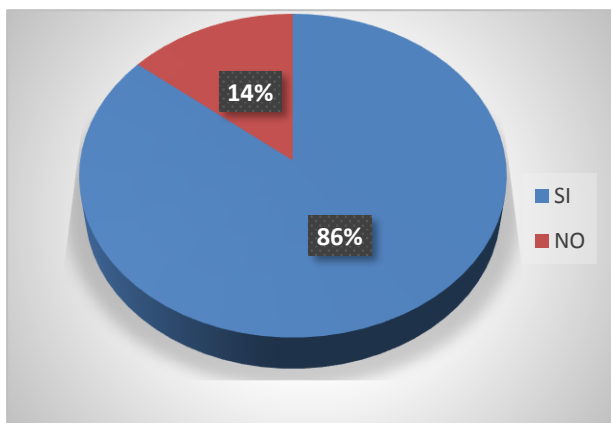
**8. ¿Estarías dispuesto a pagar entre 6 y 9 dólares por una comida con bebida, plato principal y café/postre?**

OPCION	PORCENTAJE	N° PERSONAS
SI	83%	224
NO	17%	46



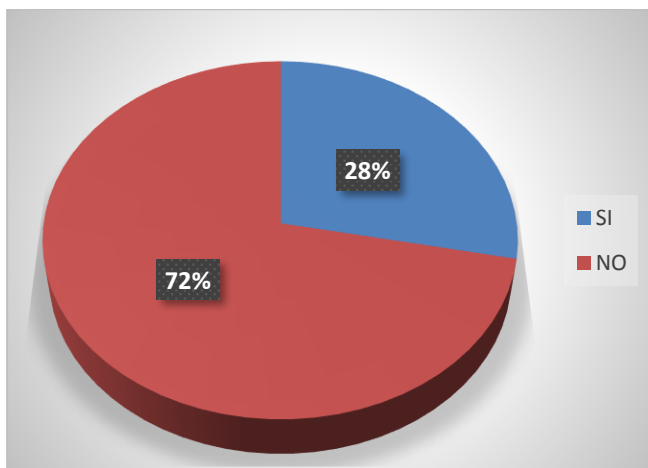
9. ¿Estarías dispuesto a pagar por una porción unitaria de pan de calidad de entre 0,80 ctvs. de dólar a 2,00 dólares?

OPCION	PORCENTAJE	N° PERSONAS
SI	86%	232
NO	14%	38



10. ¿Después de ver nuestro menú, te parece una buena idea incluir servicio delivery en nuestra panadería/restaurante?

OPCION	PORCENTAJE	N° PERSONAS
SI	28%	76
NO	72%	194



## ANEXO D: LOCAL BREAD HOUSE

Ubicación del terreno en Google Maps:



Fuente: Google Maps





- **Imágenes del Local**

Fachada exterior del local completo



Frente del Local, Parqueadero y Cesión Municipal.





Frente del Local Bread House y Restaurante Pasta & Péntola



Ventanales vista interior



Porche Exterior del Local Bread House.



Entrada Principal del Restaurante





Área Exterior del Jardín donde se ubicarán mesas con parasoles



Área exterior del restaurante.



## ANEXO E: DISEÑO INTERIOR DEL RESTAURANTE



Parker, P. Restuarante Panera Bread. Fuente: architects.com



Winwin, A. Panadería Yeme Flagship. Fuente: retaildesignblog.net/





Interiors, D. Panadería Temptations Bakery & pastisserje. Fuente: [retaildesignblog.net/](http://retaildesignblog.net/)



Desi, P. Decoración de Bambú. Fuente: [casaydiseno.com/](http://casaydiseno.com/)



Cardona, L. Diseño mesas. Fuente: [casasincreibles.com/](http://casasincreibles.com/)



Silver, O. Paleta de colores de Style Over Ink. Fuente: [styleoverink.tumblr.com/](http://styleoverink.tumblr.com/)