

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**Estudio de Factibilidad de Restaurante de Primera
Categoría, Loja - Ecuador
Emprendimiento**

María Belén García Aguirre

Arte Culinario y Administración de Bebidas y Alimentos

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Arte Culinario y Administración de
Alimentos y Bebidas

Quito, 04 de diciembre de 2017

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

USFQ

COLEGIO DE HOSPITALIDAD, ARTE CULINARIO Y TURISMO

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Estudio de Factibilidad de Restaurante de Primera Categoría,
Loja - Ecuador**

María Belén García Aguirre

Calificación:

.....

Nombre del profesor, Título académico

Renata Moncayo, Mg.

Firma del profesor

Quito, 04 de diciembre de 2017

Derechos de Autor

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

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo 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:

María Belén García Aguirre

Código:

00116636

Cédula de Identidad:

1103677694

Lugar y fecha:

Quito, 04 de diciembre del 2017

RESUMEN

El presente trabajo de titulación es un análisis que se realizó en la ciudad de Loja, provincia de Loja, teniendo como fin medir la factibilidad para la apertura de un restaurante de primera categoría, bajo un concepto de recuperar la identidad lojana a través de su gastronomía tradicional, pero al mismo tiempo fusionándola con la madre de la cocina, la gastronomía francesa.

Este emprendimiento contará con la particular característica de brindar un servicio personalizado, ofreciendo al cliente un trato y lugar especial, a través de la dedicación y arduo trabajo del equipo, para tener como resultado la fidelidad de los clientes internos y externos. Es por este motivo que el proceso de selección de nuestro personal se lo hará considerando las tendencias de reclutamiento y estableciendo como estándares la proactividad y el pleno desenvolvimiento dentro de varios ambientes laborales.

El crear un espacio tradicional, pero diferente para los lojanos, permitirá ofrecer una carta de cocina de dulce (Repostería y Pastelería) y de cocina de sal (Delicias lojanas); al mismo tiempo, bebidas tradicionales y la infaltable “Tinturita”, que en la mesa de un hogar lojano no puede faltar. De este último se ha considerado el nombre del emprendimiento, como símbolo de la tradición lojana. La oferta del menú se la pudo determinar, gracias al análisis de mercado, que hizo viable las opciones, desde lo tradicional, que es muy bien aceptado, hasta una propuesta innovadora.

“Tinturita”, está diseñada en un espacio del casco central, bajo un estilo arquitectónico colonial, manteniendo el estilo propio de la casa donde funcionará, pero también con un estilo moderno y sus matices.

Como parte del estudio de factibilidad se pudo constatar que la inversión inicial será de \$27.353,03, creando así un proyecto de alta rentabilidad, ya que tiene un valor actual neto (VAN) de \$18.158,80y una tasa interna de retorno (TIR) del 43% y recuperando la inversión en 2 años, 7 meses y 5 días.

ABSTRACT

The present degree work is an analysis that was executed in the city of Loja, province of Loja, with the purpose of measuring the feasibility for the opening of a first category restaurant, under a concept of recovering the Lojana identity through its traditional gastronomy, but at the same time fusing it with the mother of the kitchen, French gastronomy.

This start-up will have the particular characteristic of providing a personalized service, offering the client a special treatment and place, through the dedication and hard work of the team, to have as a result the loyalty of the internal and external costumers. It is for these reasons that the selection process of our personnel will be done considering the recruitment tendencies and establishing as standards proactivity and full development within various work environments.

The creation of a traditional space, but different for the Lojanos, will allow offering a menu of sweet cuisine (Pastry) and salt cooking (Delicias lojanas); at the same time, traditional drinks and the inevitable "Tinturita", that at the table of a Lojano Home cannot be missed. The name of my project honors our traditional "Tinturita" as a symbol of the Lojana tradition. The offer of the menu could be determined thanks to the market analysis, which made viable the options, from the traditional which is very well accepted to an innovative proposal.

"Tinturita", is designed in a space of the central helmet, under a colonial architectonic style, maintaining the own style of the house where it will work, but also with a modern style and its nuances.

As part of the feasibility study, it was found that the initial investment will be \$ 27.353,03, thus creating a high profitability project, since it has a net present value (NPV) of \$ 18.158, 80 and an internal rate of return (IRR). 43% and recovering the investment in 2 years, 7 month and 5 days.

TABLA DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN	13
2.	CONCEPTO DEL PROYECTO	14
2.1	Tipo de empresa y concepto	14
2.2	Experiencia del cliente	14
2.3	Ubicación.....	15
2.4	Dimensiones.....	15
2.5	Servicios	17
2.6	Capacidad	17
2.7	Mercado Meta.....	17
3.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	19
3.1	Análisis macroeconómico.....	19
3.2	Análisis de sitio	22
3.2.1	Localización.....	22
3.2.2	Adaptabilidad y conveniencia física del terreno.	23
3.2.3	Acceso y Visibilidad.	24
3.2.4	Servicios básicos.....	27
3.2.5	Situación legal y regulaciones municipales aplicables.	27
3.3	Análisis de oferta.....	28
3.3.1	Competencia Primaria.	31
3.3.2	Competencia Secundaria.	31
3.4	Análisis de demanda	32
	Consumidos y sus características	34
3.5	Pronóstico de ingresos y gastos	38

3.6	Análisis de la rentabilidad del proyecto	41
4.	A&B.....	42
4.1	Diseños y arquitectura	42
4.1.1	Programa de espacio.....	43
4.1.2	Public Space Desing.	44
4.1.3	Back of the House.	47
4.2	Restaurante y su menú.....	48
4.2.1	Catering y su menú.	48
4.2.2	Costos Generales y Precio de venta.	50
4.2.3	Diseños de la Carta.....	52
4.2.4	Proveedores.	53
4.2.5	Ciclo de compra.	53
4.3	Recurso Humanos	54
4.3.1	Cultura Organizacional.....	54
4.3.1.1	Misión.....	54
4.3.1.2	Visión.....	54
4.3.1.3	Valores.	54
4.4	Organigrama.....	55
4.4.1	Chef.....	58
4.4.2	Ayudante de cocina.....	59
4.4.3	Repostero.....	59
4.4.4	Posillero.	60
4.4.5	Servicio.....	61
4.5	Reclutamiento	61
4.6	Selección de Personal.....	62

4.7	Plan de comunicación de Marketing	62
5.	CONCLUSIONES	66
6.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	68
7.	ANEXOS.....	69
	ANEXO A. Modelo de entrevista.....	69
	ANEXO B. Receta estándar	71
	ANEXO C. Inversión inicial	80
	ANEXO D. Gastos administrativos.....	81
	ANEXO E. Depreciación.....	81
	ANEXO F. Amortización	81
	ANEXO G. Tabla de amortización	83

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Inflación mensual de los últimos años.....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 2. Productos que más aportan a la división</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 3. FODA del negocio.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 4. Competencia Primaria</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 5. Tabla de índices.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 6. Utilidad Bruta.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 7. Gastos departamentales</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 8. Utilidad Neta</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 9. Flujo de Caja Operativo.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 10. Calculo de impuestos.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 11. Inversión inicial.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 12. Recuperación de la inversión</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 13. Valor Actual Neto</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 14. Tasa Interna de Retorno.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 15. Flujos.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 16. Payback descontado</i>	<i>41</i>

<i>Tabla 17. Tabla dimensiones de la cafetería.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 18. Tabla dimensiones de la cafetería.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 19. Costos, precios de venta y Food Cost.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 20. Descripción puesto trabajo Administrativo.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 21. Descripción de puesto de trabajo Chef.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 22. Descripción de puesto de trabajo Ayudante de cocina</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 23. Descripción de puesto de trabajo Chef Repostero</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 24. Descripción de puesto de trabajo Posillero</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 25. Descripción de puesto de trabajo Servicio.....</i>	<i>61</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Mapa de Ubicación.....</i>	<i>15</i>
<i>Figura 2. Distribución y dimensiones.....</i>	<i>16</i>
<i>Figura 3. Edad promedio del cantón Loja.....</i>	<i>18</i>
<i>Figura 4. Estructura económica.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 5. Ingresos económicos.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 6. Mapa de ubicación Imagen 3D.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 7. Referencia llegada al local Norte.....</i>	<i>24</i>
<i>Figura 8. Referencia llegada al local Sur.....</i>	<i>25</i>
<i>Figura 9. Referencia llegada al local Este.....</i>	<i>26</i>
<i>Figura 10. Referencia llegada al local Oeste.....</i>	<i>26</i>
<i>Figura 11. Género de encuestas.....</i>	<i>34</i>
<i>Figura 12. Edad de encuestados.....</i>	<i>35</i>
<i>Figura 13. Lugar de residencia de encuestados.....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 14. Sector de vivienda de encuestados.....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 15. Ocupación de encuestados.....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 16. Ingresos de encuestados.....</i>	<i>38</i>

<i>Figura 17. Lugar de trabajo de encuestados.....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 18. Porcentaje de metraje.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 19. Porcentaje de área productiva</i>	<i>44</i>
<i>Figura 20. Vista Panorámica</i>	<i>44</i>
<i>Figura 21. Vista 3D</i>	<i>45</i>
<i>Figura 22. Vista Lateral</i>	<i>45</i>
<i>Figura 23. Vista frente Derecho</i>	<i>46</i>
<i>Figura 24. Vista frente Izquierdo.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 25. Vista de Salón 2</i>	<i>46</i>
<i>Figura 26. Vista panorámica Salón 2.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 27. Diseño de Menú</i>	<i>52</i>
<i>Figura 28. Ciclo de compra.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 29. Organigrama de la empresa.....</i>	<i>56</i>

1. INTRODUCCIÓN

El siguiente estudio, es un análisis de factibilidad sobre un emprendimiento que se realizará en Loja, bajo los criterios técnicos y prácticos adquiridos en la carrera de Arte Culinario y Administración de Bebidas y Alimentos. Este proyecto tiene como propósito general el conocer la viabilidad y factibilidad de la creación de un espacio para que la ciudadanía lojana pueda degustar de su cocina tradicional, mediante una propuesta gastronómica diferente.

El tema propuesto proviene de un proyecto familiar que pretende rescatar la tradición lojana de disfrutar un café y delicias lojanas en espacios acogedores con familia y amigos, con la tradicional tintura. Dicho producto, es el resultado de la extracción de la esencia del café tostado y molido, de manera artesanal, además se hace alusión al uso de los “diminutivos”, que son parte de la jerga lojana, de ahí el nombre de “*Tinturita*”.

Como su nombre lo dice, el Arte Culinario, es sinónimo de inspiración y creatividad materializado en los platos del consumidor; siendo así, el lienzo en el cual se deja plasmado la creatividad y personalidad del artista, que dentro de este contexto será el chef, irá en concordancia con el contexto lojano, conocido como cuna de artistas.

En este trabajo se presenta el concepto del proyecto, el mismo que se valida mediante un estudio de mercado, a través del cual se observa la factibilidad y viabilidad del mismo, gracias a la oferta y demanda con la que cuenta dicho mercado. Luego se presentan las consideraciones fundamentales para la creación de un emprendimiento autosustentable, que toma en cuenta el diseño, la arquitectura, el tipo de menú a ofrecer,

así como el proceso de reclutamiento de los colaboradores y la misión y visión de la empresa. Finalmente se hacen constar las conclusiones del proyecto.

2. CONCEPTO DEL PROYECTO

2.1 Tipo de empresa y concepto

El proyecto bajo el concepto de *cafetería, pastelería y repostería gourmet*, tiene como objetivo rescatar sabores de la cocina ecuatoriana, de manera especial de la provincia de Loja. El nombre de la empresa proviene de la forma como en Loja se denomina al extracto de café, obtenido del filtrado lento, se utiliza un recipiente en el cual en la parte superior se coloca el café molido bien compacto, luego se hecha agua hirviendo para que filtre poco a poco; además hace alusión a la utilización constante de los diminutivos, de ahí el nombre del “*Tinturita*”.

2.2 Experiencia del cliente

“*Tinturita*” será un espacio en el cual las personas puedan compartir con amigos, familia y compañeros de trabajo, de manera tranquila y acogedor, creando buenas experiencias con miras a regresar y recomendar que visiten otras personas. Los productos, servicio y decoración serán los puntos clave para atraer a nuestros clientes, permitiendo a los clientes puedan sentirse como en casa, gracias a las comodidades que se ofrecerá.

2.3 Ubicación

La cafetería se encontrará ubicada en la provincia y ciudad de Loja. La ubicación de la empresa será en la casa colonial en pleno centro de la ciudad, ubicada en las calles 18 de noviembre entre Colón y José Antonio Eguiguren. La zona donde estaría ubicado el establecimiento, es muy transitada por su cercanía a los Parques Central, Bolívar y San Francisco, además de otros lugares turísticos del casco histórico de la ciudad, por lo que se adecuará perfectamente al concepto que tendrá el negocio, un lugar cálido y amigable con un ambiente acogedor y clásico.

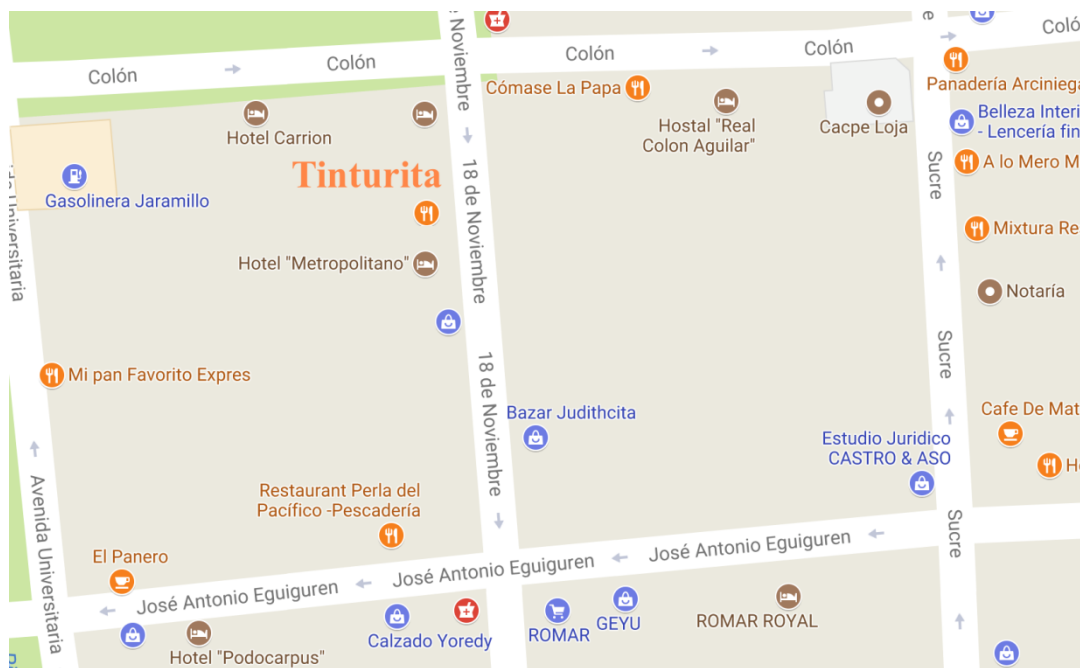


Figura 1. Mapa de Ubicación

Fuente: Google Maps

2.4 Dimensiones

El restaurante tendrá la siguiente distribución y dimensiones:

- Salón principal: 125.78 m²

- Patio Trasero: 55.22 m²
- **Cocina:** 18.47 m²
- **Bodega:**13.10 m²

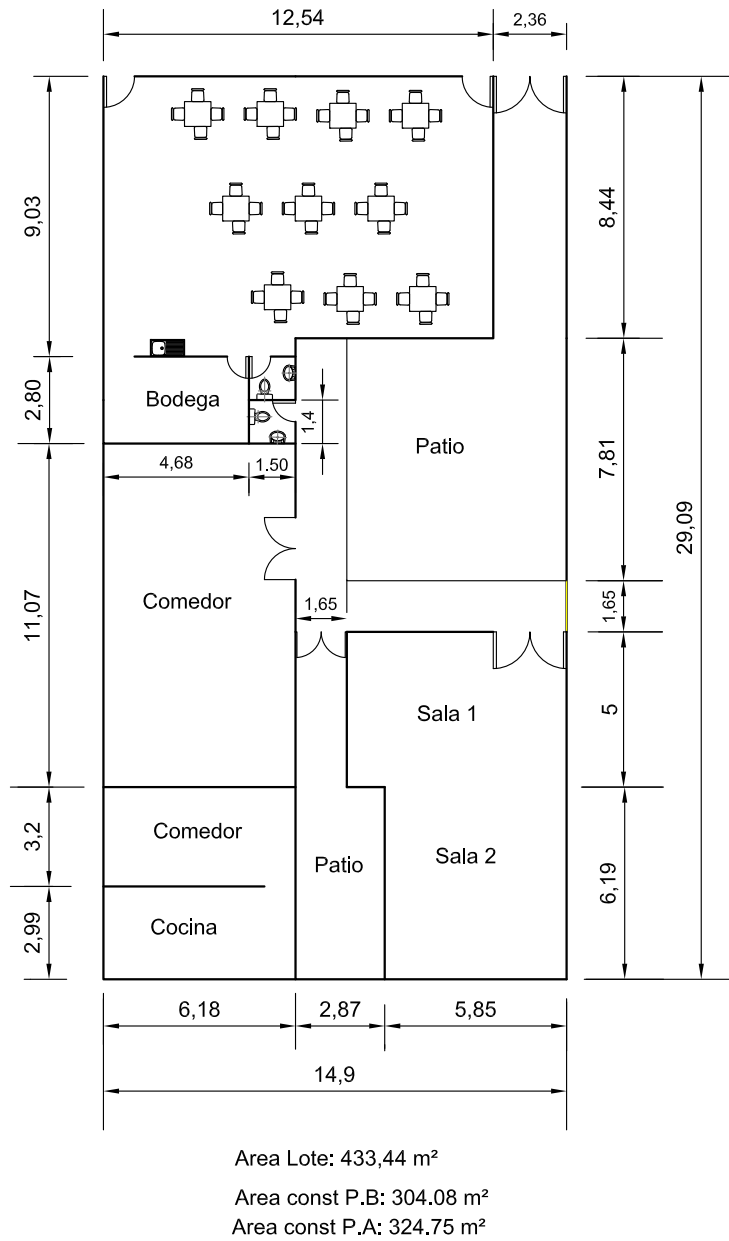


Figura 2. Distribución y dimensiones

Elaboración: García (2017)

2.5 Servicios

El concepto que se tiene para el restaurante es el de poder rescatar recetas lojanas y fusionarlas con las tendencias de vanguardia que se encuentran hoy en día en la industria de la gastronomía, es por ello que los servicios a los que apunta son:

- Cafetería
- Repostería gourmet
- Pastelería

2.6 Capacidad

Se prevé que la cafetería “*Tinturita*” tenga una capacidad total de 75 personas, que estarán distribuidas en diferentes ambientes, de la siguiente manera: 45 personas, en el primer local – con vista a la calle, y, 30 personas, en el segundo local - patio interior. Las mesas tendrán una capacidad de, cuatro y seis personas, también se pondrá una barra con vista a la calle y pubs para personas que desean un espacio más cómodo para tomar un café, leer un libro o realizar algún tipo de trabajo.

2.7 Mercado Meta

Nuestro público objetivo serán personas de la ciudad o visitantes de una clase media- alta, apuntando de manera especial a un target de 29 años en adelante.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC, publica algunos resultados de los habitantes de la ciudad de Loja, según el censo del año 2010, en los que se conoce que la edad promedio es de 29 años (INEC, 2010); es por este motivo que nuestro mercado meta será personas en este rango de edad, sin dejar a un lado población adulta o más joven.

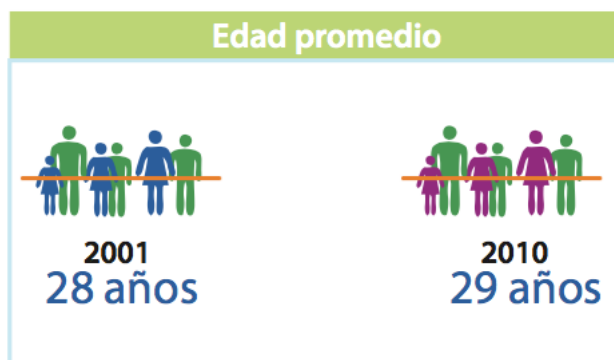
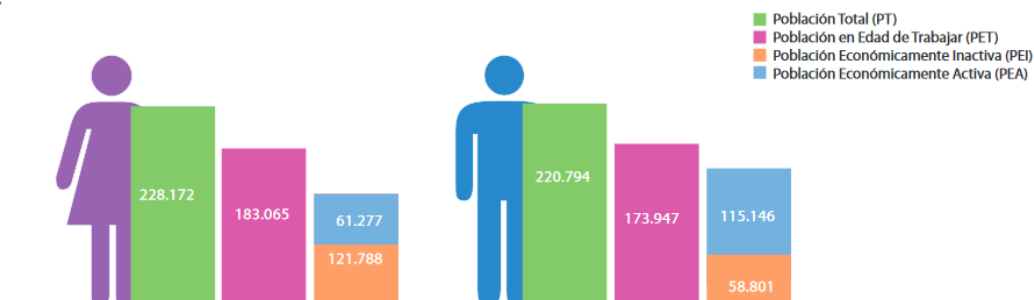


Figura 3. Edad promedio del cantón Loja

Fuente: INEC 2010

Se considera a la población económicamente activa (PEA) está formada por aquellas personas que en determinado periodo de tiempo trabajaron o buscaron trabajo activamente. Es la fuerza de trabajo o fuerza laboral, destacándose los que se encuentran entre los 21 a 40 años, dentro de los cuales están tanto hombres como mujeres con un elevado grado de cultura la ocupación de estos son empleados públicos, privados y comerciantes.

¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA?



* La Población en edad de trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Figura 4. Estructura económica

Fuente: INEC 2010 – Fascículo Provincia de Loja

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1 Análisis macroeconómico

Para realizar un estudio de factibilidad de un negocio, es importante tener en cuenta el análisis macroeconómico de la situación país, gracias a éste podremos tener una idea más clara del funcionamiento global del país en la parte económica.

El primer aspecto que se toma en cuenta es el *Producto Interno Bruto* - PIB. Este nos ayuda a tener un amplio conocimiento de cómo es la producción total país de los bienes como de los servicios. Según el Banco Mundial, Ecuador tiene un PIB de \$97.8 miles de millones, mientras que el PIB per Capital este es de \$5,969.

Como segundo aspecto a tomar en cuenta está el *Índice de Precios al Consumidor* – IPC, o también conocido como Inflación. Esta medida estadística permite ver el aumento en los precios de los bienes y servicios de un país (Ecuador en Datos, 2017). Dentro de los últimos años el Ecuador ha tenido muchos cambios por la situación económica en la que se encontraba. Datos estadísticos del Banco Central muestran que en los primeros meses del año 2017 el país ha tenido una tendencia de inflación a la subida, mientras que en segundo semestre ha bajado, llegando a cerrar el mes de septiembre con -0,03%, tal como se indica en la Tabla 1.

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2017	-0.03 %
Agosto-31-2017	0.28 %
Julio-31-2017	0.10 %
Junio-30-2017	0.16 %
Mayo-31-2017	1.10 %
Abril-30-2017	1.09 %
Marzo-31-2017	0.96 %
Febrero-28-2017	0.96 %
Enero-31-2017	0.90 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %

Tabla 1. Inflación mensual de los últimos años

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2017

Pese a este problema, la industria hotelera y gastronómica, ha registrado un 0.77%, ocupando el segundo lugar en la inflación mensual por división de productos. En este último aspecto, la incidencia inflacionaria porcentual por división de productos asociados a Restaurantes y Hoteles, registra un 0,0474% de inflación.

RESTAURANTES Y HOTELES				
Mensual: 0,77%		Anual: 0,42%		
Producto	Ponderación	Aporte al IPC general	Porcentaje de aporte	Inflación
ALMUERZO EJECUTIVO	0,0144	0,0272	22,48%	3,15%
ALMUERZO POPULAR	0,0482	0,0130	10,75%	0,42%
COMIDA TRADICIONAL PREPARADA	0,0059	0,0002	0,15%	0,05%
ALOJAMIENTO EN HOSTALES	0,0005	0,0001	0,11%	0,42%
HAMBURGUESA Y SÁNDUCHE	0,0024	0,0000	0,03%	0,02%
POSTRES PREPARADOS	0,0002	0,0000	0,02%	0,14%

Tabla 2. Productos que más aportan a la división

Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Por otro lado, se considera el *aspecto demográfico*, dentro de éste algunas variables como edad, sexo en los diferentes grupos poblacionales. En el caso de Loja, ésta cuenta con una población de 214.855 habitantes, siendo el 48,8 % mujeres y 46,9% hombres, en una edad promedio de 29 años.

En cuanto al *aspecto social y cultural*, el Ecuador es un país rico en tradiciones y cultura de su pueblo, dentro de este aspecto Loja es considerada una ciudad cultural y musical, por sus múltiples representantes a lo largo de la historia. Tomando en cuenta este aspecto, la cultura lojana es aún más tradicionalista, pudiendo ser un obstáculo para el concepto innovador que se quiere implementar, sin embargo, será un aspecto interesante a trabajar de manera conjunta, creando un nuevo concepto de tradición e innovación en un solo lugar.

Finalmente, el quinto aspecto del análisis macroeconómico es la *tecnología*, ésta en las últimas décadas ha marcado el ritmo vertiginoso de cambios por las constantes innovaciones, de manera especial el internet. Gracias a éste podemos estar conectados con el mundo a través de redes, como la Wifi. Para efectos del proyecto, serán aspectos de gran ayuda para nuestra campaña de marketing y publicidad a través de las redes sociales, como parte de este auge. Se tomarán en cuenta los mejores canales de distribución con la finalidad de obtener una mayor cobertura, de manera sencilla y menos costosa. Otra herramienta tecnología que se debe tomar en cuenta es el software que será implementado en el restaurante. Entre los más utilizados dentro de la industria de los restaurantes son Micros, Camila Gourmet, e-Restó, entre otros. Estos harán que el trabajo se lo pueda realizar de una mejor manera y más efectiva.

3.2 Análisis de sitio

La ciudad de Loja cuenta con numerosos lugares que prestan servicios, siendo esta la primera categoría en permite que la economía sea fluida. Esta información se la pudo obtener gracias a un censo realizado por el INEC en el año 2010, en el cual dice que los ingresos anuales de la ciudad son de un 50,7%, mientras que las personas ocupadas tienen un 64,7%. Estos datos nos demuestran que la ciudad cuenta con una alta factibilidad de tener un restaurante de primera categoría.

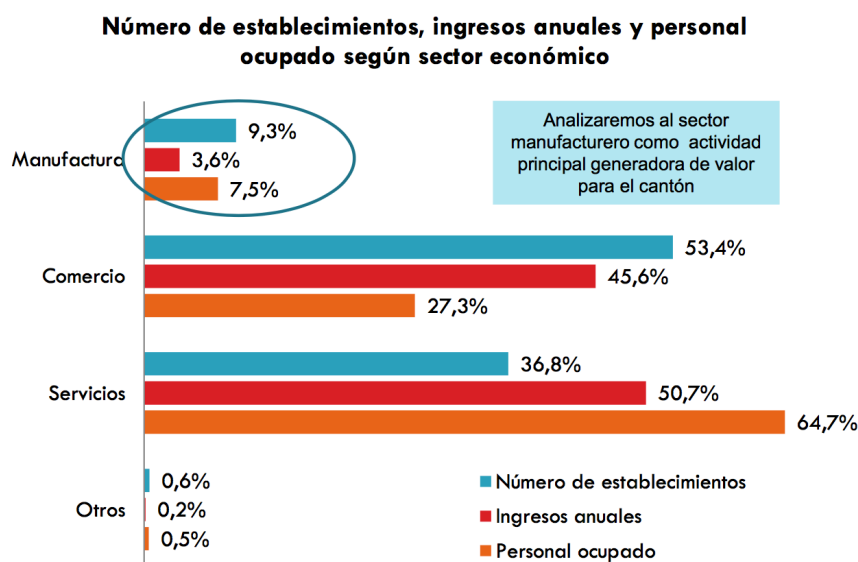


Figura 5. Ingresos económicos

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010

3.2.1 Localización.

El local “*Tinturita*” se encuentra ubicado en la ciudad de Loja, en la Calle 18 de noviembre entre Colón y José Antonio Eguiguren, dentro del centro de la ciudad. Las coordenadas del local son -3.995640, -79.204284, su ubicación le permite estar en el

corazón del comercio y los negocios. El área utilizada será de 125,78 m² en el primer salón y de 55,22 m² en el segundo salón.

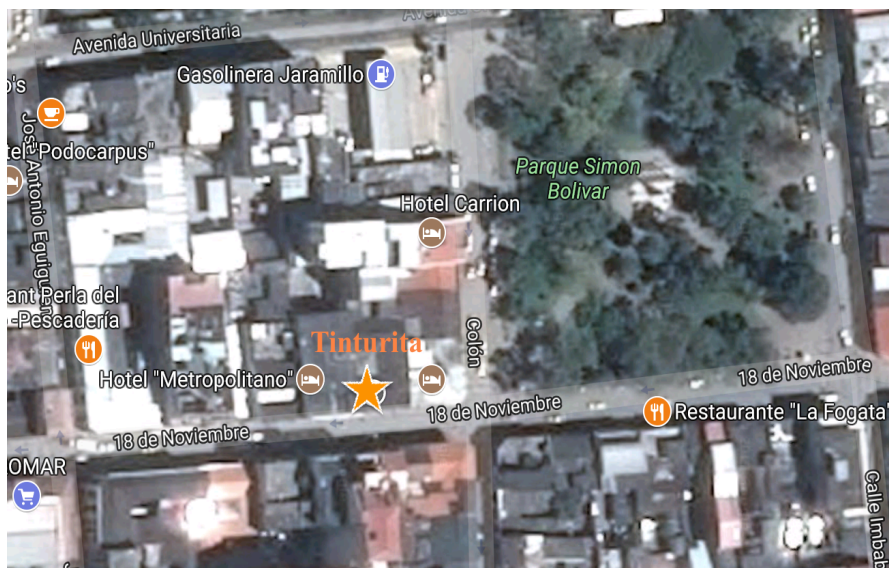


Figura 6. Mapa de ubicación Imagen 3D

Fuente: Google Maps

3.2.2 Adaptabilidad y conveniencia física del terreno.

La casa, donde se proyecta la empresa, está linderada de la siguiente manera:

- Norte: Propiedad Privada
- Sur: Hotel Metropolitano
- Este: Calle 18 de noviembre
- Oeste: Hotel Carrión

En la actualidad en este espacio se encuentran dos almacenes: uno de venta de telas y otro de venta de implementos para costura. Una vez que se viabilice este proyecto, se procederá a la notificación por parte del dueño de casa, comunicar a los arrendatarios.

Para el desarrollo del restaurante “Tinturita”, se realizarán adecuaciones de tipo físico (arquitectónico y de construcción), se unirán los dos locales y adecuar las instalaciones según el concepto que se le va a dar a este proyecto, con dos espacios definidos como exterior (con vista hacia la calle) y otro interno (hacia el patio interno de la propiedad).

3.2.3 Acceso y Visibilidad.

La cafetería “Tinturita” cuenta con una ubicación muy céntrica por lo tanto el acceso es muy sencillo desde los diferentes puntos de referencia:

Norte: Partiendo desde la Puerta de la Ciudad, se toma la calle 18 de noviembre con dirección sur, deberá recorrer una distancia aproximada de 1 km. Al llegar a la calle Colon, se podrá divisar claramente el restaurante.

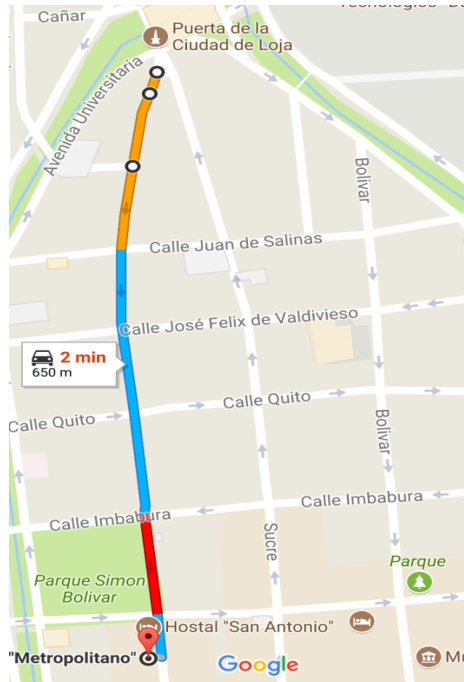


Figura 7. Referencia llegada al local Norte

Fuente: Google Maps

Sur: Partiendo del Parque Central, se toma la calle José Antonio Eguiguren hasta llegar a la Avenida Universitaria para luego en la calle Colón se toma a mano derecha hasta llegar a la calle 18 de noviembre y se podrá ver el restaurante.

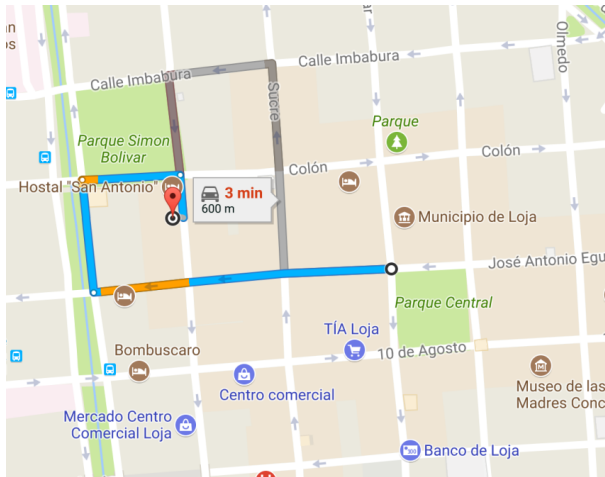


Figura 8. Referencia llegada al locar Sur

Fuente: Google Maps

Este: Si tomamos como referencia el Hotel Howard Johnson, primero vamos a la calle Zoilo Rodríguez hasta la Virgilio Abarca y luego seguimos por la Orillas del Zamora hasta llegar al puente en donde comienza la calle Imbabura. Una vez que pasamos 5 cuadras llegamos a las 18 de Noviembre en donde podremos ver el parque Bolívar a la derecha y una cuadra después se encuentra la cafetería.

Como esta descrito, la visibilidad y facilidad para llegar al local desde algunos puntos de la ciudad, según lo indicado en las referencias, permitirá a los ciudadanos lojanos y a las personas que se encuentren de visita en la ciudad, llegar fácilmente a la cafetería “*Tinturita*”.

3.2.4 Servicios básicos.

El restaurante contara con todos los servicios básicos como lo son alcantarillado, agua potable, luz eléctrica, línea telefónica acceso a internet y wifi; y recolección de basura; la misma que deberá ser clasificada para que según día pueda ser retirada. Esto hace que los permisos requeridos por el municipio sean posible de obtenerlos.

3.2.5 Situación legal y regulaciones municipales aplicables.

Según lo establecido por el Plan de Ordenamiento Urbano de la ciudad de Loja, las características de uso y ocupación del suelo en la zona donde se encuentra ubicada la propiedad son:

Tipo de zona:	Z01 S03 – Parroquia El Sagrario
Uso principal:	Vivienda
Usos complementarios:	Financiero, Alimentación, Comunicación, Servicios Profesionales, Servicios de Salud.
Lote mínimo:	250 m ²
Frente mínimo:	10 metros
Pisos:	3 pisos máximo
Coefficiente ocupación suelo:	80%
Coefficiente uso suelo:	240%
Retiro frontal:	No
Retiro lateral:	No

Los datos de la casa en la que se establecería el negocio, son los siguientes:

Propietario: Dr. Vicente García Burneo

Avaluó comercial: 822,732.00 USD dólares

Tipo de Zona: Z01 S0 - Urbana

Parroquia: El Sagrario

Frente: 14,90 metros.

Fondo: 29,09 metros.

Área del Lote: 433,44 m²

Número de pisos: 2

3.3 Análisis de oferta

La elaboración y ejecución del estudio de factibilidad está en función de algunas variables, como la necesidad de crear nuevas alternativas de alimentación, las normativas legales, etc., hacen necesaria la realización de un estudio descriptivo el cual implicó el uso de: métodos, técnicas e instrumentos.

Por ello el análisis FODA es una herramienta de estudio que permite conocer el entorno en que se desarrollará la empresa y sus posibilidades de éxito ante un mercado competitivo; así determinaremos en el presente análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer productos de calidad • Instalaciones cómodas, modernas y limpias • Ambiente agradable • Excelente presentación y variedad de productos • Servicio rápido y personalizado • Horario de atención de lunes a sábado de 09h00 a 22h00 • Ubicación en zona estratégica por ser un lugar comercial, financiero, y de instituciones gubernamentales. • La diferenciación de los productos nos permitirá más adelante la apertura de nuevas sucursales en otros lugares importantes de la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo con créditos por parte del gobierno para la implementación de la empresa. • Gran cantidad de gente capacitada para desempeñar el trabajo. • El clima frío de nuestra ciudad es óptimo para el consumo de café. • Las condiciones climáticas favorecen para que se tenga una suficiente producción de materia prima. • Recurso humano capacitado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de materia prima no definidos • Posición en el mercado mínima • Falta de experiencia técnica • Insuficiente capital propio para la implementación del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevadas tasas de interés en los créditos • Las ventas por parte de la competencia son altas debido a los varios años que operan en el mercado y a la vez pueden reaccionar aplicando estrategias agresivas. • Establecimientos similares dentro de la competencia.

Tabla 3. FODA del negocio

Para poder determinar cuál será nuestra oferta se aplicará un método deductivo como inductivo dependiendo del estudio. Deductivo para efectuar una evaluación de la oferta debido a los aspectos analizados en el mercado alimenticio, y el estado actual de las cafeterías en la ciudad de Loja, con la utilización de fuentes primarias y secundarias, con la finalidad de obtener conclusiones lógicas a través de las cuales se puedan determinar los principales competidores del negocio, permitiendo la aplicación de estrategias de comercialización y mercadeo de los productos a ofrecer, así como el cumplimiento de ciertas normas que deberán cumplir en la implementación de la cafetería.

La aplicación del método inductivo se lo realizará mediante las visitas a lugares que brinden un servicio similar en el sector céntrico de la ciudad, para que la investigación nos pueda proporcionar datos que sean confiables.

En cuanto a las técnicas a utilizarse estas comprenden:

Encuesta: Instrumento de aplicación directa, para obtener información concreta relacionada con el sector de las cafeterías en Loja. Considerando que su principal objetivo es recopilar información complementaria.

Entrevista: Técnica aplicada en algunas cafeterías a empleados y dueños, con la finalidad de obtener información relacionada con precios y el número de productos que éstas venden diariamente, para de esta manera realizar un estimativo de la competencia, tanto en ingresos como en volumen de ventas.

Observación: Técnica de forma directa que consiste en la visita a ciertas cafeterías en calidad de público, observando directamente la concurrencia de clientes, estrategias de venta y servicio

y algunos otros aspectos de importancia para el análisis y comportamiento de la competencia actual.

3.3.1 Competencia Primaria.

Características	TAMAL LOJANO	GOLLERIAS	LOTUS	GINA'S	CAFÉ BOURBON
Ubicación	Parque Bolívar	24 de mayo y Lourdes	Prolongación de 24 de mayo	Bolívar y 10 de Agosto	Av. Orillas del Zamora
Capacidad	120 pax.	40 pax.	45 pax.	45 pax.	25 pax
Calidad Percibida	3/5	4,5/5	4,5/5	3/5	4/5
Apertura	2008	2010	2014	2010	2015
Imagen	Buena	Excelente	Muy Buena	Buena	Muy Buena
Acceso y visibilidad	Bueno	Excelente	Muy Buena	Bueno	Mediano
Condiciones físicas	2/5	4/5	4/5	3/5	4/5
Segmento de mercado	Medio Alto	Medio- Alto	Alto	Medio Alto	Alto
Cheque promedio	\$1,45	\$2,30	\$4,57	\$1,50	\$5,34
Valor agregado	La gente puede encontrar las típicas cosas lojanas	Atención personalizada y muy eficiente	Decoración con un ambiente muy vintage e innovador al mismo tiempo	Ubicación permite tener el valor agregado necesario	Propuesta gastronómica que tiene hace que personas quieran visitar este lugar.

Tabla 4. Competencia Primaria

3.3.2 Competencia Secundaria.

Dentro de estudio de mercado que se realizó, se obtuvo como información que la competencia secundaria que va a tener el restaurante “Tinturita” es:

- Waffle Planet
- Grand Victoria Boutique Hotel

- Vida Aventura
- Howard Johnson

El ser consideradas una amenaza es por el menú parecido que ofrecen sin embargo su mercado meta no es el mismo.

3.4 Análisis de demanda

Kotler (1997), señala que un análisis de la demanda indica la cantidad de consumidores que hay en un momento dado, en un lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en este lugar durante el tiempo que se requiera. Es por ello que la encuesta será el mejor mecanismo a emplear para poder obtener esta información, véase el Anexo A.

La aplicación de las encuestas tuvo lugar en la ciudad de Loja, capital de la provincia de su mismo nombre. La población objetivo estuvo entre las edades de 16 a 75 años. En el levantamiento de la información las encuestas aplicadas serán estructuradas de preguntas cerradas en donde se abordarán 3 temas relacionado con el medio. El fin de toda la información levantada será el poder obtener datos de la percepción socioeconómica como: datos generales, datos económicos y datos de consumo.

La muestra fue considerada en el sector urbano de la ciudad de Loja aplicando la fórmula estadística para el cálculo de la muestra de poblaciones finitas (Diez, Barr, y Rundel, 2015)

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

De donde:

$N =$ población

$Z = 1,96$

$e = 0.05$

$P = 0,5$

El nivel de ingreso va desde los 101 hasta los 500 dólares mensuales lo que nos señala que existe un alto poder de adquisición en el mercado laboral, considerando que casi el 53% pertenece a la población económicamente activa. Es por ello que se obtiene un total de 214.855 habitantes, por ello al aplicar la fórmula de tamaño de la muestra, se contemplan un número de 383 encuestas a ser recopiladas.

Una vez realizada la investigación de campo en el sector céntrico de la ciudad de Loja, se logra reafirmar que la ciudadanía lojana es muy consumista del café y por ende la oportunidad que se brinda a los emprendedores para la instalación de la cafetería es muy alta y con buena factibilidad. Los ciudadanos demandan comodidad, amabilidad, espacio acogedor y agilidad siendo una alternativa para disfrutar de un buen momento.

El objetivo es determinar los tipos de consumidores a los que se quiere llegar con el servicio, cuáles son sus posibilidades de consumo, etc.; en este caso se analizarán los factores que intervienen y que ejercen influencia sobre la cafetería. Conocer la demanda es un requisito básico, ya que se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir el servicio.

El mercado de la demanda se realiza a partir de los resultados obtenidos de la encuesta abordando los aspectos de.

- Consumidores y sus características.
- Comportamiento del consumidor.

Consumidos y sus características

La encuesta realizada a nuestra población objeto de estudio señala que nuestro mayor consumidor corresponde al género femenino con el 58.7% y un 41,8% al género masculino. Esto se debe a que en la actualidad la gran mayoría de mujeres trabaja y ya no tienen tiempo para preparar un café en casa o algún aperitivo.

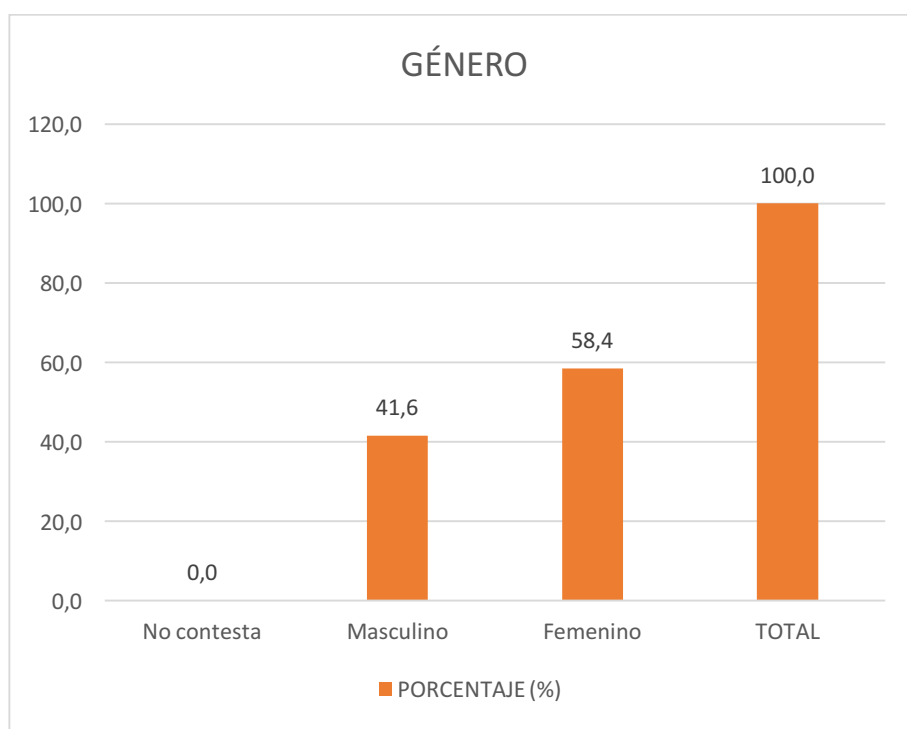


Figura 11. Género de encuestas

En la Figura 12, la edad de nuestro encuestados con mayor porcentaje son los que tienen 30 a 39 años que corresponde al 35,1%, seguidos de 20 a 29 años con un 28,6% y luego los de mayor a 40 años con un 13,2%. Existe una edad de escolares de un 8,3 % que va de 10 a 19 años.

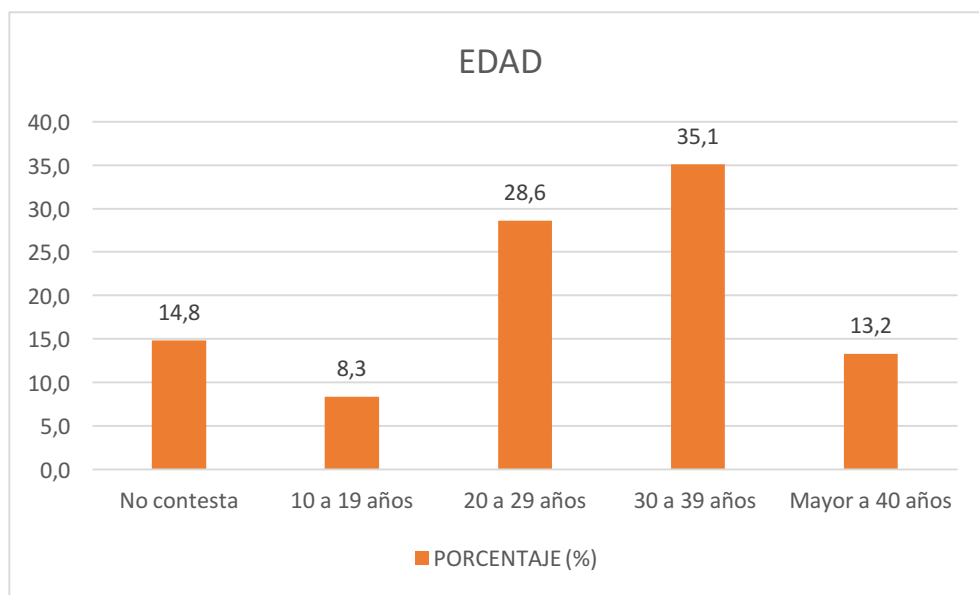


Figura 12. Edad de encuestados

En relación al lugar de residencia el 87,01% manifestó que reside en Loja ciudad, un 10,39% que son de Loja provincia y solamente un 1,4% de otra ciudad.

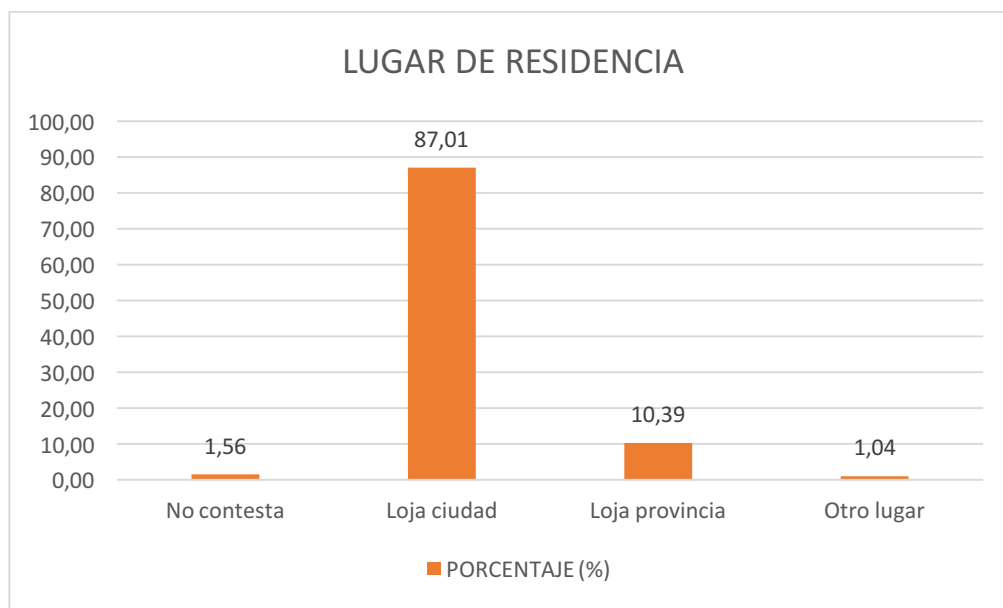


Figura 13. Lugar de residencia de encuestados

En cuanto al sector de donde provienen los encuestados el 81,04% son del sector urbano y un 18,44% del sector rural, como se puede observar en la Figura Nro. 4

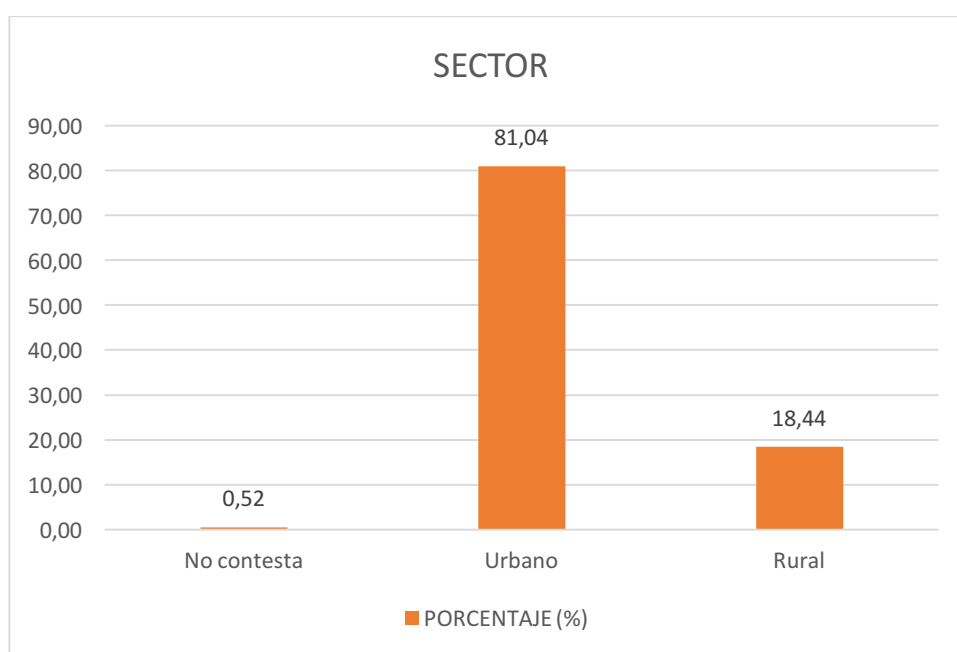


Figura 14. Sector de vivienda de encuestados

En cuanto a datos socioeconómicos, los encuestados indicaron que su ocupación corresponde a ser empleado público o privado un 40,5%, seguido de un 19,7% que son independientes, el 15,3% señaló que son agricultores y trabajadores calificados, un 11,7% tienen una ocupación elemental y un 11,4% son otras ocupaciones.

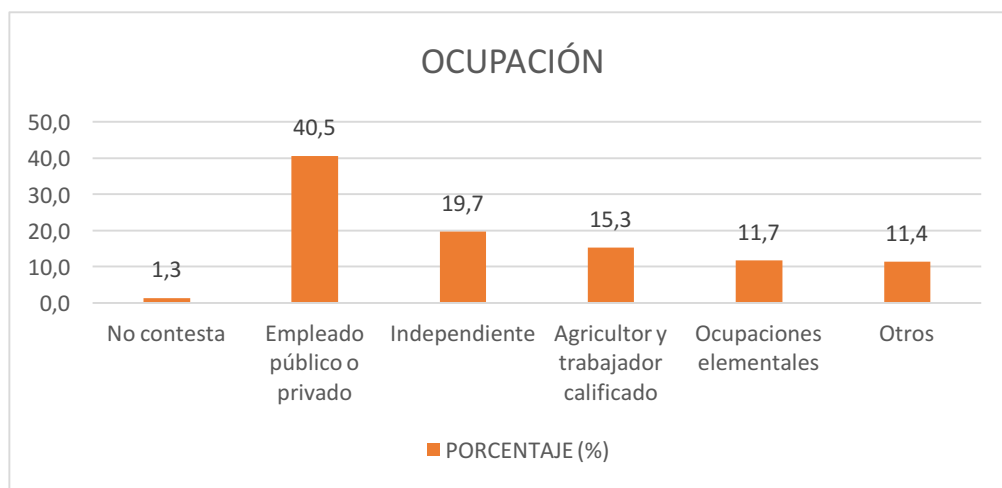


Figura 15. Ocupación de encuestados

En relación a los ingresos, según la Figura 15, un 28,1% señala que gana de 301 a 500 USD, un 21,3% de 501 a 700 USD, con un 17,7% percibe de menos a 100 dólares y en similar porcentaje de 101 a 300 USD.

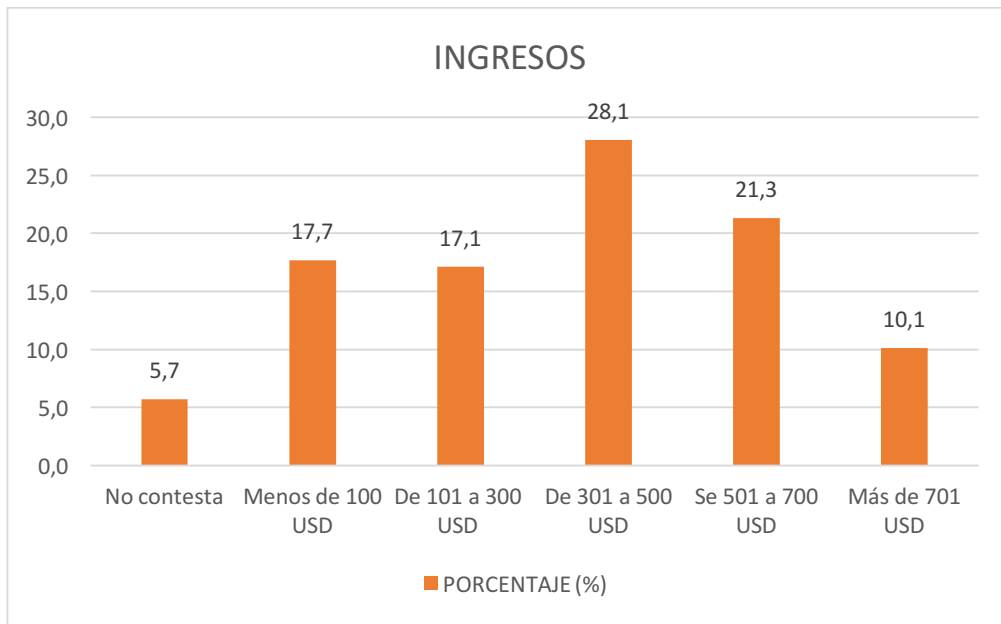


Figura 16. Ingresos de encuestados

Los lugares de trabajo de nuestros encuestados señalan que el 38,44% pertenece al sector privado, el 35,58% es independiente y un 16,88% al sector público. Un 5,97% no trabaja.

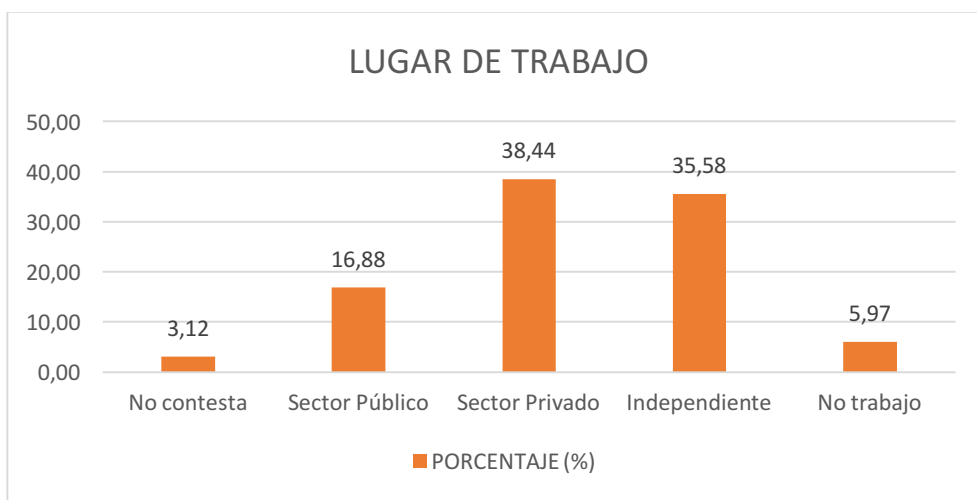


Figura 17. Lugar de trabajo de encuestados

3.5 Pronóstico de ingresos y gastos

El pronóstico de ingresos y gastos se la realizó con una proyección de 5 años, incrementando anual 2% tomado del INEC senso del 2010, dato obtenido por la relación en el crecimiento poblacional de la ciudad de Loja, este de verá reflejado en el precio y costo de venta. El número de 50 pax esperados es un dato determinado por los histórico de ventas. Para poder fijar los precios de venta se basó en mediante 3 mecanismos: precios de la competencia, Ratio de food cost y cuando está dispuesto a pagar el público. Es por esta razón que el cheque promedio que se tiene pensado obtener es de \$6,70 en donde \$3,81 se le atribuye a los alimentos y \$2,89 en bebidas. Gracias al estudio de oferta y demanda que se realizó, pudimos observar como comportamiento del consumidor, que siempre consumen una bebida y un alimento, es de esta forma que pudimos hacer esta proyección y establecimiento de cheque promedio.

Puestos	84		
Barra	12		
Primer salón	48		
Segundo Salón	24		
Cheque Promedio	\$ 3,45		
Indice de rotación	0,60		
Food Cost	27,54%		
Costo promedio de alimentos	\$ 0,66	Precio promedio de alimentos	\$ 3,81
Costo promedio de bebidas	\$ 0,26	Precio promedio de bebidas	\$ 2,89
Costo total promedio	\$ 0,91	Precio total promedio	\$ 6,70
PAX	50	PAX	50
Días	288	Días	288
Costo Pax Anual	\$ 13.162,90	Precio Pax Anual	\$ 96.480,00

Tabla 5. Tabla de índices

Tiene un incremento anual del 16% según el número de PEA en los ingresos, y el 1,27% según un promedio obtenido por el Banco Central en lo últimos 10 años de la inflación del país.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Ingreso por ventas	96.480,00	106.431,22	117.948,29	131.315,21	146.869,15
(-) Costo de Ventas	13.162,90	13.596,67	14.044,73	14.507,56	14.985,65
Utilidad Bruta en Ventas	83.317,10	92.834,55	103.903,56	116.807,65	131.883,51

Tabla 6. Utilidad Bruta

Gastos administrativos	57.628,50	62.815,07	68.468,42	74.630,58	81.347,33
Mercadeo	3.859,20	3.955,68	4.054,57	4.155,94	4.259,83
Agua-Luz-Fuerza	1.992,00	2.091,60	2.143,89	2.197,49	2.252,42
Total de gastos no distribuidos	63.479,70	68.862,35	74.666,88	80.984,00	87.859,59
Utilidad despues de gastos operativos no distribuidos	19.837,40	23.972,20	29.236,68	35.823,64	44.023,92

Tabla 7. Gastos departamentales

Impuesto predial	1.929,60	1.958,54	1.987,92	2.017,74	2.048,01
Depreciaciones	2.739,34	2.739,34	2.739,34	2.199,39	2.199,39
Amortizaciones	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Gastos financieros	1.084,55	885,75	666,13	423,51	155,49
Total Cargos Fijos	6.113,48	5.943,63	5.753,39	5.000,64	4.762,89
Utilidad antes de impuestos	13.723,92	18.028,58	23.483,29	30.823,00	39.261,03
15% Participación Trabajadores	2.058,59	2.704,29	3.522,49	4.623,45	5.889,15
Saldo	11.665,33	15.324,29	19.960,80	26.199,55	33.371,88
Impuesto a la Renta (25%)	2.916,33	3.831,07	4.990,20	6.549,89	8.342,97
UTILIDAD NETA	8.749,00	11.493,22	14.970,60	19.649,66	25.028,91

Tabla 8. Utilidad Neta

Flujo de Caja Operativo					
EBITDA	17.907,80	22.013,66	27.248,76	33.805,90	41.975,91
Intereses	1.084,55	885,75	666,13	423,51	155,49
Pago principal	1.898,54	2.097,34	2.316,96	2.559,57	2.827,59
Flujo de caja antes de impuestos	14.924,72	19.030,57	24.265,67	30.822,82	38.992,83
Impuestos de la operación	4.974,92	6.535,36	8.512,69	11.173,34	14.232,12
Flujo operativo despues de impuestos	9.949,80	12.495,21	15.752,98	19.649,48	24.760,70
Flujo de caja Total	9.949,80	12.495,21	15.752,98	19.649,48	24.760,70

Tabla 9. Flujo de Caja Operativo

Calculo de impuestos para Flujo Operativo					
EDITDA	17.907,80	22.013,66	27.248,76	33.805,90	41.975,91
Intereses sobre la deuda	1.084,55	885,75	666,13	423,51	155,49
Depreciación	2.739,34	2.739,34	2.739,34	2.199,39	2.199,39
Costos financieros amortización	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Utilidad antes de impuestos	13.723,92	18.028,58	23.483,29	30.823,00	39.261,03
15% trabajadores	2.058,59	2.704,29	3.522,49	4.623,45	5.889,15
Saldo	11.665,33	15.324,29	19.960,80	26.199,55	33.371,88
25% de impuesto a la renta	2.916,33	3.831,07	4.990,20	6.549,89	8.342,97

Tabla 10. Calculo de impuestos

3.6 Análisis de la rentabilidad del proyecto

Costo Total		39.053,03
Préstamo	-	11.700,00
Inversión		27.353,03

Tabla 11. Inversión inicial

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
- 27.353,03	9.949,80	12.495,21	15.752,98	19.649,48	24.760,70

Tabla 12. Recuperación de la inversión

Costo de capital		20%
Valores presentes de los flujos futuros (5 años)		\$45.511,83
Inversión inicial	-	27.353,03
VAN		\$18.158,80

Tabla 13. Valor Actual Neto

TIR	43%
------------	------------

Tabla 14. Tasa Interna de Retorno

Años	3
Inversión inicial	27.353,03
Flujo acumulado que no pase	38.197,99
Flujo que hace que sobre pase	19.649,48

Tabla 15. Flujos

Payback Descontado	2,448
Años	2
Meses	7
Días	5

Tabla 16. Payback descontado

4. A&B

4.1 Diseños y arquitectura

La propiedad es una casa Patrimonial en la ciudad de Loja, debido a que está ubicada en el casco histórico de la ciudad. En el interior se puede observar su decoración y diseño de estilo colonial, en donde la distribución le permite tener 2 patios como era antigüedad.

Lo que se quiere lograr con el diseño realizado para “Tinturita” es combinar las nuevas tendencias que se están utilizando para la decoración de interior, sin descuidar los elementos que ya se tiene como los pilares de madera, balcones, etc. Con estas nuevas tendencias nos referimos a la fusión de lo Vintage con lo Vanguardista y Minimalista. Es por ello que los materiales más utilizados son la madera, vidrio y metal, por otro lado, se jugó mucho con los colores para que tenga un ambiente bastante cálido y acogedor.

Las áreas productivas con las que contara el lugar son el Salón 1, Salón 2 y Baños; las cuales suman 60,48%, mientras que los lugares no productivos son la Salida de emergencia, Cocina, Bodega de secos, Comedor y Oficina/Bodega; los cuales suman el 39,52%.

Front of the house	60,48%	Back of the house	39,52%
--------------------	--------	-------------------	--------

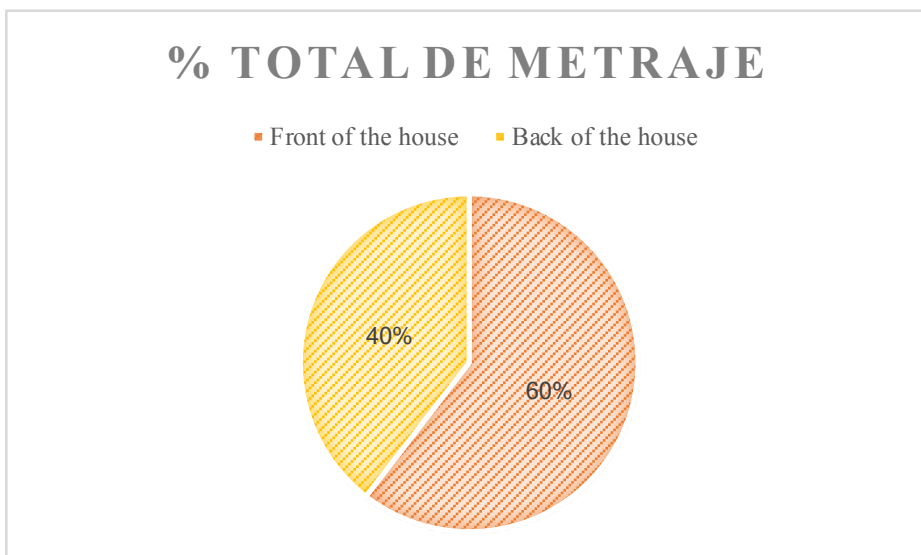


Figura 18. Porcentaje de metraje

4.1.1 Programa de espacio.

Tabla 17. Tabla dimensiones de la cafetería

DIVISIÓN ESPACIOS	DISTRIBUCIÓN	METRO CUADRADOS	% EN METROS
Front of the house	Salón 1	105,84	39,23%
	Salón 2	55,22	20,47%
	Baños	2,10	0,78%
Back of the house	Salida de emergencia	19,92	7,38%
	Cocina	18,48	6,85%
	Bodega	13,10	4,86%
	Comedor	19,78	7,33%
	Oficina/Bodega	35,35	13,10%
		269,78	100,00%

Tabla 18. Tabla dimensiones de la cafetería

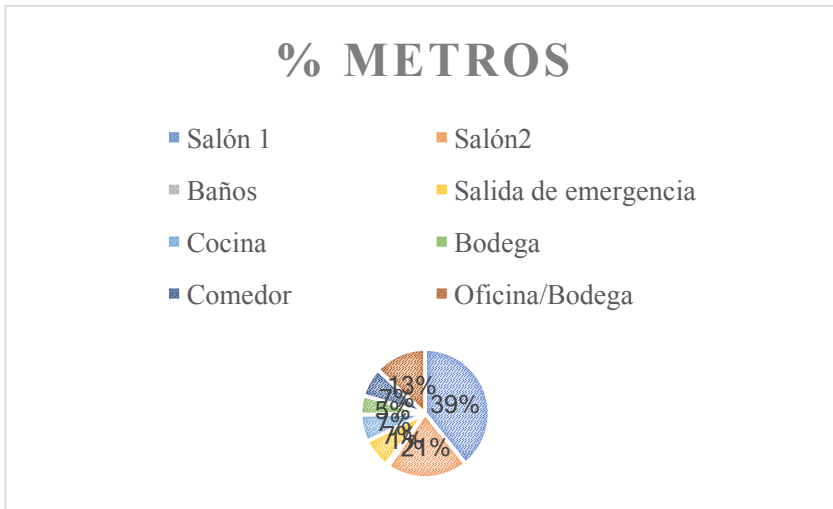


Figura 19. Porcentaje de área productiva

4.1.2 Public Space Desing.

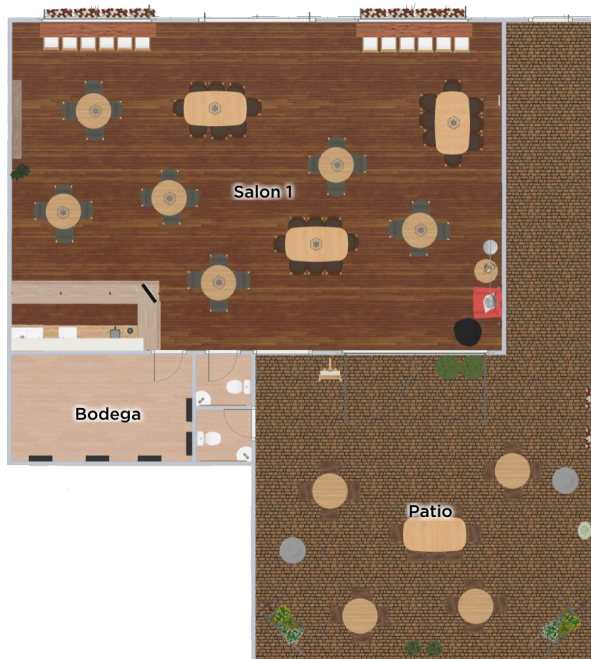


Figura 20. Vista Panorámica



Figura 21. Vista 3D



Figura 22. Vista Lateral



Figura 23. Vista frente Derecho



Figura 24. Vista frente Izquierdo



Figura 25. Vista de Salón 2



Figura 26. Vista panorámica Salón 2

4.1.3 Back of the House.

El Back of the House son todas las áreas que permiten que se puedan se pueda producir el servicio a nuestros clientes, siendo esta visibles o no para ellos. Nuestro Back of the House está formado por:

Cocina: El área que ocupa es de 18,48 m² del espacio, en donde podemos ver todos los implementos para hacer que la producción. Entre los elementos podemos encontrar hornos, cocinar de 4 hornillas, batidoras, lavamanos, lavaplatos, refrigeradoras en donde se tendrá los productos que necesiten guardar frío. Este lugar también servirá como lugar de almacenamiento de menaje que se tendrá de repuesto en la cafetería.

Bodega: Se encuentra en la parte de atrás de la caja. Su función es la de guardar y tener ordenado los insumos de secos que se tendrá. Su superficie es de 13, 10 m².

Comedor: Lugar en donde él personas de la cafetería tendrá lockers para poder guardar todas sus pertenencias, mesas para alimentación que será proporcionada por el restaurante y baños. El metraje es de 19,78 m² y ocupa el 7,33 % del espacio total.

Salida de emergencia: Esta área tendrá una doble función, la primera de ser la salida de emergencia en caso de ser necesaria y también la puerta de ingreso para las personas que trabajan en la cafetería. Esta se encuentra en la parte de al lado de la entrada principal y son 19,92 m².

Oficina/Bodega: La oficina y bodega, tiene una medida de 35,35 m² en donde se podrá encontrar al administrador y por otro lado, la bodega de algunos insumos necesarios.

4.2 Restaurante y su menú

4.2.1 Catering y su menú.

Jugando con el concepto que se tiene para el restaurante “Tinturita”, el menú que se les ofrecerá a los clientes será variado, dentro de la gama de la pastelería, repostería y cafetería. Con su objetivo primordial de rescatar dulce y comida tradicional lojanas, pero al mismo tiempo innovarlos y fusionarlos con las nuevas tendencias que se están utilizando mucho, ofrecerá el siguiente menú:

Pastelería:

- Bizcocho de naranjilla
- Pastel de la abuela
- Pastel de zanahoria

- Pastel de frutos rojos
- Red Velvet
- Torta Mojada de chocolate
- Pastel de Manzana y canela

Repostería:

- Cheesecake de frutos rojos
- Flan de coco
- Mousse de chocolate blanco, negro y café
- Pie de Limón
- Waffles (Topping a elección)
 - Manjar
 - Reducción de frutos rojos y queso crema
- Crepes (Relleno a elección)
 - Pollo en salsa de champiñones
 - Stragonoff de carne
 - Helado y un topping

Cafetería:

- Tamales de pollo y cerdo
- Humitas
- Empanada de pollo y carne
- Sanduche pollo

Bebidas:

- Tés

- Aguas aromáticas
- Café
- Infusiones
- Cappuccino
- Mocaccino
- Chocolate Caliente
- Tinturita
- Batidos de frutas

4.2.2 Costos Generales y Precio de venta.

Para poder hacer nuestra oferta al mercado lojano, los precios de venta que fueron fijados se lo determino por princing neutro. Este nos permite hacer un análisis de cómo esta nuestra competencia y mantener precios similares para poder crear un buen imparte ante nuestro público objetivo (Christopher & Jochen, 2009). Sin embargo, el momento de hacer las recetas y de poder obtener los precios también se tomó en cuenta el Food Cost que USALI nos proporciona, pero no se mantiene igual para todos los productos vendidos. El Food Cost que manejaremos no será mayor a un 38%; sin embargo, existe algunos productos que los superan por sé un producto elaborado en la localidad. Para poder determinar el Food Cost, se realizó las recetas estándar que se puede observar en el Anexo B.

		Costos de venta	Precio de venta sin impuestos	Precio de Venta	F&B COST
Pastelería	Bizcocho de naranjilla	\$ 0,24	\$ 1,12	\$ 1,25	21,30%
	Pastel de la Abuela	\$ 0,26	\$ 1,12	\$ 1,25	22,95%
	Pastel de Zanahoria	\$ 0,38	\$ 1,34	\$ 1,50	28,42%
	Pastel de Frutos Rojos	\$ 0,18	\$ 1,12	\$ 1,25	16,10%
	Red Velvet	\$ 0,41	\$ 1,34	\$ 1,50	30,78%
	Torta mojada de chocolate	\$ 0,72	\$ 2,23	\$ 2,50	32,05%
	Pastel de manzana y canela	\$ 0,22	\$ 1,12	\$ 1,25	19,72%
Respostería	Cheescake de frutos rojos	\$ 0,50	\$ 1,79	\$ 2,00	28,10%
	Flan de coco	\$ 0,51	\$ 1,79	\$ 2,00	28,83%
	Trilogía de mousse	\$ 0,73	\$ 2,68	\$ 3,00	27,40%
	Pie de Limón	\$ 0,45	\$ 1,34	\$ 1,50	33,54%
	Waffle	\$ 0,87	\$ 3,79	\$ 4,25	22,84%
	Crepe	\$ 1,31	\$ 4,61	\$ 5,17	28,30%
Delicias Lojanas	Tamales de pollo y cerdo	\$ 0,75	\$ 1,79	\$ 2,00	42,00%
	Humita	\$ 0,50	\$ 1,34	\$ 1,50	37,33%
	Empanada de pollo y carne	\$ 1,00	\$ 2,68	\$ 3,00	37,33%
	Sanduche de pollo	\$ 1,56	\$ 4,02	\$ 4,50	38,88%
	Sanduche de Jamón y queso	\$ 1,06	\$ 4,02	\$ 4,50	26,44%
	Dulces de la abuela	\$ 0,50	\$ 1,79	\$ 2,00	28,00%
Bebidas	Té	\$ 0,08	\$ 0,89	\$ 1,00	8,96%
	Aguas Aromaticas	\$ 0,10	\$ 0,89	\$ 1,00	11,20%
	Infusiones	\$ 0,25	\$ 1,56	\$ 1,75	16,00%
	Café	\$ 0,18	\$ 0,89	\$ 1,00	19,60%
	Tintura	\$ 0,08	\$ 1,12	\$ 1,25	7,17%
	Capuccino	\$ 0,33	\$ 1,34	\$ 1,50	24,89%
	Mocaccino	\$ 0,40	\$ 1,56	\$ 1,75	25,48%
	Chocolate caliente	\$ 0,40	\$ 1,34	\$ 1,50	29,73%
	Batidos de Frutas	\$ 0,08	\$ 0,89	\$ 1,00	9,17%
	Milkshake	\$ 0,69	\$ 2,01	\$ 2,25	34,16%
Total		\$ 14,73	\$ 53,50	\$ 59,92	27,54%

Tabla 19. Costos, precios de venta y Food Cost

4.2.3 Diseños de la Carta.



Pastelería

Bizcocho de naranjilla	\$1.25
Pastel de la abuela	\$1.25
Pastel de zanahoria	\$1.50
Pastel de frutos rojos	\$1.25
Red velvet	\$1.50
Torta mojada de chocolate	\$2.50
Pastel de manzana y canela	\$1.25



Repostería

Cheesecake de frutos rojos	\$2.00
Flan de coco	\$1.50
Trilogía de Mousse	\$3.00
Pie de limón	\$1.50
Waffle (Topping a elección)	\$4.25
Crepe (Relleno a elección)	\$5.17

Topping

<i>Crepe</i>	<i>Waffle</i>
Pollo en champiñones	Manjar
Stragonoff de carne	Reducción de frutos rojos
Helado	Helado

Delicias Lejanas

Tamales de pollo y cerdo	\$2.00
Humitas	\$1.50
Empanadas de pollo y carne	\$3.00
Sanduche de pollo	\$4.50
Sanduche de Jamón y Queso	\$4.50
Dulces de la abuela	\$2.00





Bebidas

Té	\$1.00
Aguas Aromáticas	\$1.00
Infusiones	\$1.75
Café	\$1.00
Tintura	\$1.25
Capuccino	\$1.50
Mocaccino	\$1.75
Chocolate caliente	\$1.50
Batidos de frutas	\$1.00
Milkshake	\$2.25

Precios incluyen IVA

Figura 27. Diseño de Menú

4.2.4 Proveedores.

La existencia de proveedores en un restaurante u hotel es de suma importancia porque permite que el hacer un control de costos sea mucho más sencillo y por otro lado, se pueda tener una garantía que el producto que se está recibiendo es de buena calidad. Es por ello que para el restaurante “Tinturita” solamente contara con proveedores de tres productos, los cuales son:

Montañas: Café

Camporsa: Huevos

Aroma: Chocolate y cacao

4.2.5 Ciclo de compra.

Al ser un restaurante de una capacidad máxima de 75 personas, el ciclo de compras a emplear será pequeño y se basará en la siguiente forma.

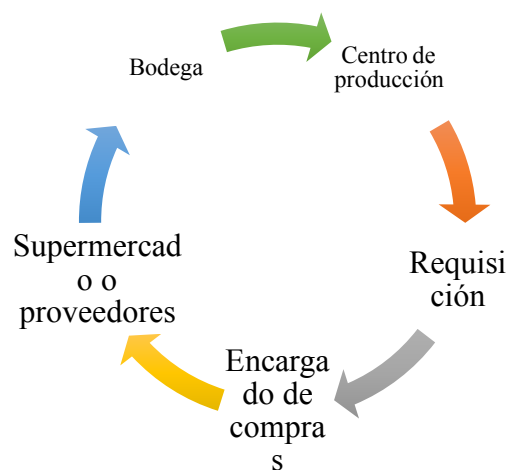


Figura 28. Ciclo de compra

4.3 Recurso Humanos

4.3.1 Cultura Organizacional.

La cultura organizacional es fundamental dentro de una empresa porque es en donde se habla sobre los hábitos, normas, creencias, valores y experiencias que se debe tener dentro del entorno laboral. Estas van a tener como objetivo el poder hacer que exista el mejor de los climas laborales dentro de la organización para así hacer que esta empresa se pueda diferenciar de los demás (Stephen & Timothy, 2009).

4.3.1.1 Misión.

Nuestra misión es vender a los lojanos un servicio de cafetería, pastelería y repostería diferente, en donde la atención y ambiente le garanticen al cliente una experiencia nueva y crear en la mente de ellos un posicionamiento e identificación con la marca muy interesante.

4.3.1.2 Visión.

Tinturita quiere lograr que la ciudad de Loja tenga una propuesta diferente en donde se pueda combinar lo tradicional de su cultura con lo moderno de la gastronomía, llegando así a trascender fronteras hasta llegar a posicionarse como una marca a nivel nacional.

4.3.1.3 Valores.

- **COMPROMISO.** Asumido con nuestra ciudad, con los clientes, con nosotros mismos, porque tenemos una gran responsabilidad al tener el mejor café por su aroma y textura en Loja y que ha sido galardonado en el Ecuador y el mundo.

- **PASIÓN.** Porque se constituye en nuestra motivación para ser siempre mejores, el amor a lo que hacemos, la entrega a cada detalle, se convierte en la pasión que nos llevará al éxito continuo.
- **CALIDAD.** Porque radica en la perfección de la siembra del café, la cosecha, la selección, el tueste y el empaque hasta la innovación en la ejecución de los productos para que el cliente siempre tenga lo mejor.
- **ATENCIÓN AL CLIENTE.** El valor más importante para nosotros es que disfruten nuestros consumidores de la mejor atención y calidez, completando la experiencia con un delicioso café 100% lojano.
- **PERFECCIÓN.** Porque a través del desarrollo de cada uno de nuestros productos y servicio, así como capacitando constantemente a nuestro personal, estaremos siempre dispuestos a entregar lo mejor de sí en cada producto e inigualable servicio.
- **TRABAJO EN EQUIPO.** Obteniendo lo mejor de cada persona a favor de la empresa y mejorando constantemente, resulta una sinergia que se refleja en el servicio al cliente y la calidad en el producto.

4.4 Organigrama

Dentro de una empresa se debe tomar en cuenta cómo va a ser la organización de la misma por ello es fundamental que exista un organigrama del restaurante. El objetivo principal que se tiene es el de hacer posible lo planeado para que así todos tengan claro

cuál es su función dentro del trabajo y el desarrollo sea de una manera mucho más ordenada.

Tinturita tendrá el siguiente organigrama de la siguiente manera:

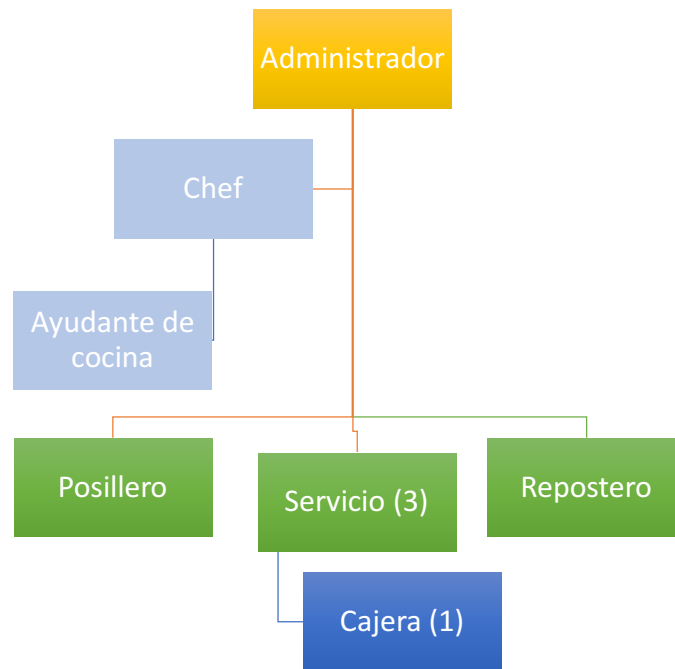


Figura 29. Organigrama de la empresa

Gracias a la descripción del puesto de trabajo se puede identificar exactamente cuáles son las responsabilidades y cualidades que deben ser tomadas en cuenta por la persona encargada de elegir del momento de contratar. Igual otra de las ventajas con las que cuenta la descripción del puesto es que permite que exista una igualdad de oportunidades de crecimiento para las personas que forman parte de la empresa (Dessler & Ricardo, 2012).

ADMINISTRADOR

Horario de Trabajo	Lunes a viernes en horario de oficina
Salario	\$700 mensuales + beneficios de ley
reporta	Al dueño del negocio
Número de personas a cargo	6 personas
Descripción del puesto de trabajo	Persona encargada de administrar las parte financiera, marketing externo e interno
Condiciones de trabajo	Disponibilidad para trabajar fines de semana y feriados y en ocasiones horas extra
Riesgos	Todo tipo de riesgo desde una cortadura hasta una caída
Responsabilidades	<p>Dirigir y supervisar cada uno de los puestos de trabajo.</p> <p>Realizar los horarios de trabajo para los empleados</p> <p>Hacer un conteo de inventario inicial y cada fin de mes</p> <p>Encargado de la selección de personal</p> <p>Proveer de los insumos necesarios para la producción</p> <p>Realizar la campaña de marketing para el restaurante</p> <p>Trabajar en la parte financiera del restaurante</p>
Experiencia	Tener una experiencia mínima de 1 año en la administración de un negocio
Educación	Título universitario en Administración de empresas o afines

Tabla 20. Descripción puesto trabajo Administrativo

4.4.1 Chef.

CHEF

Horario de Trabajo	Lunes a sábado con horarios rotativos
Salario	\$500 mensuales + beneficios de ley
Reporta	Al Administrador
Número de personas a cargo	5 persona
Descripción del puesto de trabajo	Persona encargada de hacer toda la producción del negocio.
Condiciones de trabajo	Disponibilidad para trabajar fines de semana y feriados y en ocasiones horas extra.
Riesgos	Todo tipo de riesgo desde una cortadura hasta una caída
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer toda la producción de los elaborados • Hacer los pedidos necesarios de la materia prima • Cuidar de la maquinaria que se tiene • Tener conocimiento del stock con el que se cuenta • Elaborar recetas estándar • Solucionar problemas de restricciones alimentarias • Organizar su equipo de trabajo • Hacer horarios • Realizar reuniones semanales de lo que se va a hacer durante ese tiempo
Experiencia	Tener una experiencia mínima de 2 años
Educación	Título de Chef

Tabla 21. Descripción de puesto de trabajo Chef

4.4.2 Ayudante de cocina

AYUDANTE DE COCINA

Horario de Trabajo	Lunes a sábado con horarios rotativos
Salario	\$375 mensuales + beneficios de ley
Reporta	Chef Principal
Descripción del puesto de trabajo	Persona encargada de hacer toda la producción del negocio junto con el Chef
Condiciones de trabajo	Disponibilidad para trabajar fines de semana y feriados y en ocasiones horas extra
Riesgos	Todo tipo de riesgo desde una cortadura hasta una caída
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer toda la producción de los elaborados. • Reportar las necesidades de materia prima. • Cuidar de la maquinaria que se tiene. • Tener conocimiento del stock con el que se cuenta. • Solucionar problemas de restricciones alimentarias
Experiencia	Tener una experiencia mínima de 2 años
Educación	Título de Chef, afines o 5 años de experiencia

Tabla 22. Descripción de puesto de trabajo Ayudante de cocina

4.4.3 Repostero.

Tabla 23. Descripción de puesto de trabajo Chef Repostero

CHEF REPOSTERO

Horario de Trabajo	Lunes a sábado con horarios rotativos
Salario	\$375 mensuales + beneficios de ley
reporta	Chef
Descripción del puesto de trabajo	Persona encargada de hacer toda la parte de repostería
Condiciones de trabajo	Disponibilidad para trabajar fines de semana y feriados y en ocasiones horas extra
Riesgos	Todo tipo de riesgo desde una cortadura hasta una caída
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer toda la producción de los elaborados de dulce. • Hacer los pedidos necesarios de la materia prima. • Elaborar recetas estándar
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Tener una experiencia mínima de 1 años
Educación	Título de Chef o afines

4.4.4 Posillero.

Tabla 24. Descripción de puesto de trabajo Posillero

POSILLERO

Horario de Trabajo	Lunes a sábado con horarios rotativos
Salario	\$375 mensuales + beneficios de ley
reporta	Chef
Descripción del puesto de trabajo	Persona encargada de hacer mantener limpio tanto en Front y Back of the House
Condiciones de trabajo	Disponibilidad para trabajar fines de semana y feriados y en ocasiones horas extra
Riesgos	Todo tipo de riesgo desde una cortadura hasta una caída
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer toda la limpieza del Front y Back of the House • Realizar inventario del menaje, cubertería y cristalería del lugar. • Revisión diaria de los activos fijos. • Limpieza de baños de los clientes
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Tener una experiencia mínima de 6 meses
Educación	Bachiller

4.4.5 Servicio.

Tabla 25. Descripción de puesto de trabajo Servicio

SERVICIO

Horario de Trabajo	Lunes a sábado con horarios rotativos
Salario	\$375 mensuales + beneficios de ley
reporta	Chef y Administrador
Descripción del puesto de trabajo	Persona encargada de atenderá a los clientes con la mejor predisposición posible
Condiciones de trabajo	Disponibilidad para trabajar fines de semana y feriados; y en ocasiones horas extra
Riesgos	Todo tipo de riesgo desde una cortadura hasta una caída
Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento del manejo de la maquinaria con la que se cuenta • Conocer a la perfección el menú que se está ofreciendo • Mantener las mesas limpias • Hacer que se tenga una muy buena rotación • Crear buenas experiencias en el cliente • Ser carismático para vender de la mejor manera • Preocuparse siempre por las necesidades con las que cuenta el cliente y anticiparse a ellas • Estar en caja efectuando los cobros.
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Tener una experiencia mínima de 1 año en el área de servicio
Educación	Bachiller o mayor

4.5 Reclutamiento

En “Tinturita” para el reclutamiento del personal se utilizará los perfiles previamente descritos para que así los candidatos a los diferentes puestos tengan claro cuáles son cada una de las responsabilidades con las que deben de cumplir y de la misma forma quienes serán los que formen parte del equipo de trabajo. El momento de hacer el reclutamiento se debe tener en cuenta cual es la marca personal de cada uno de los aspirantes; puesto que esto será de gran ayuda para que la elección sea la adecuada con las personas más idóneas (Mondy, 2010).

Los canales por los cuales haremos el reclutamiento serán:

Periódico local - “La Hora”

- Radiodifusión local
- Reclutamiento 2.0 y 3.0 (Redes sociales)
- Ferias de empleos
- Referidos por personas

4.6 Selección de Personal

El proceso de selección es en donde se elegirán al personal que ocuparán los diferentes puestos disponibles, en este caso sería Administración, Chef Principal, Chef Repostero, Servicio y Posillería. Para llegar a una adecuada elección del personal se debe toma en cuenta que debe de existir un acoplamiento de la persona con el puesto de trabajo. A continuación, se podrá observar cual es el proceso a seguir:



4.7 Plan de comunicación de Marketing

El plan de comunicación de marketing es una guía que permitirá al gerente saber cuáles son los pasos a seguir para que pueda existir una buena estrategia en donde el objetivo principal sea llegar a nuestros clientes persuadiendo su visita al restaurante “Tinturita”. Es muy importante que se tenga en cuenta que el plan debe de comunicar de una forma clara todos los atributos y beneficios que se están ofreciendo a nuestros clientes.

Los pasos que se realizaran en Tinturita para poder realizar en su totalidad son los siguientes:

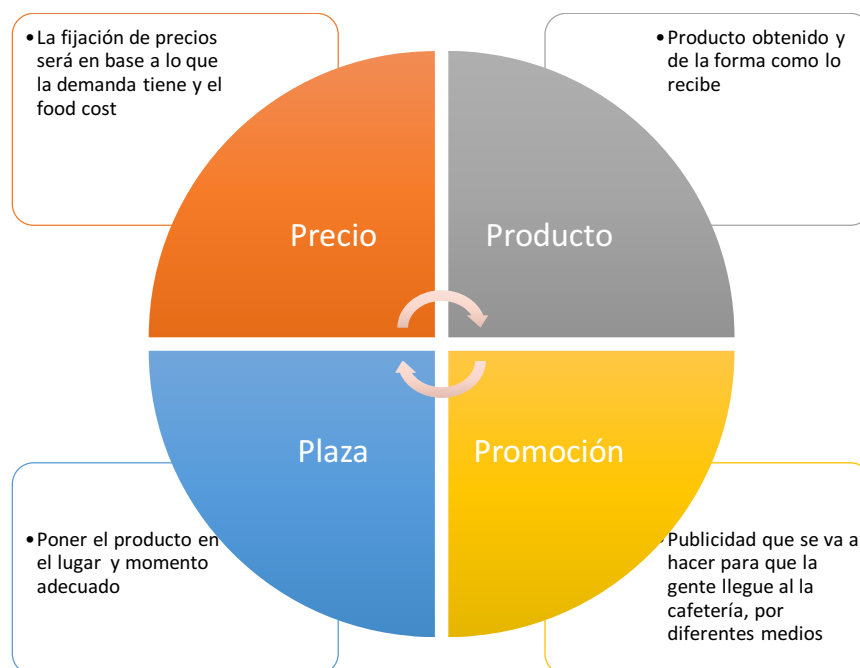
Análisis del Entorno: La estructura poblacional de Loja, el 50,8% son mujeres y el 49,2% son hombres, es decir que por cada 101 mujeres hay 100 varones. Con estos datos podemos llegar a tener la población total 214 855 habitantes. Según el Censo del 2010, esta población se concentra en edades jóvenes, mientras que en relación a los censos anteriores existe una disminución en los grupos de menor edad.

Objetivo de la comunicación: Con las campañas de marketing se espera llegar a la mayor cantidad de clientes potenciales, actuales e internos para poder desarrollar en ellos un sentido de interés con el servicio que se les está prestando y a la par que puedan sentir seguridad del lugar que frecuentan si es que ese es el caso.

Diseño de la comunicación: Dentro del plan de comunicación la determinación de la estrategia del mensaje, la estrategia creativa y la fuente del mensaje es primordial. Estos tres elementos nos permiten saber qué es lo que vamos a decir con nuestras publicaciones y cómo es que esta puede llegar a nuestro mercado meta. Finalmente, es muy importante que

el mensaje que se quiere dar tenga algo o alguien que vaya a crear gran impacto en el cliente.

Mezcla de la comunicación el marketing: Existen 6 puntos a tomar en cuenta dentro de esta mezcla son: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, materiales instructivos, diseños corporativos y comunicación personal. Como esto puntos clave podemos hacer que nuestra publicidad sea por medio de la Web, medios de radiodifusión y televisión local; la promoción de ventas la llevaremos a cabo con cupones y regalos; las relaciones públicas serán en poder estar presenta en ferias y las personas pueden conocer de nosotros; el material instructivo serán folletos de lo que el restaurante les ofrece; el diseño corporativo se lo podrá observar en los uniformes de las personas que trabajaran dentro de la empresa; y finalmente la comunicación personal, punto más importante, como vamos a llegar al cliente para que si servicio sea el más satisfactorio (Christopher & Jochen, 2009). No podemos dejar de lado las 4 P's del Marketing; precio, promoción, producto y plaza. Estas nos ayudaran a tener claro a dónde queremos ir, como lo queremos hacer, a qué precio será y que es lo que queremos vender.



Seleccionar un canal: La elección del canal puede ser de dos formas, canales de producción o de marketing; y por otro lado tenemos los mensajes dentro de la organización y fuera de ella. Con estos antecedentes podemos elegir como canal el Marketing la radio y publicidad en lugar estratégicos como el centro, puesto que queremos que las ventas puedan ser de manera personalizadas creando así nuestro valor agregado a la marca “Tinturita”. De igual forma hoy en día la comunicación se ha transformado en un elemento fundamental, es por ello que el uso de las redes sociales también será una muy buena forma para poder llegar al público objetivo. Al hablar de redes sociales nos referimos a Facebook e Instagram. En cuanto al mensaje fuera de la organización se refiere, el boca a boca será el mejor elemento a tomar en cuenta puesto que muchos estudios nos dicen que un cliente satisfecho comunica a 2 personas mientras que un insatisfecho a 8 personas más.

5. CONCLUSIONES

Este trabajo permitió llegar a las conclusiones:

1. El restaurant de primera categoría “*Tinturita*”, tendrá una rentabilidad favorable ya que el VAN es positivo, llegando a un monto de \$18.158,80, con una Tasa de Interés de Retorno que alcanzaría el 43% con un Payback de 2 años, 7 meses y 5 días.
2. A través de este estudio se pudo conocer que la población lojana aceptaría de manera positiva la creación de una esta nueva propuesta culinaria, ambiental y de servicio, que rescata la tradición con una proyección vanguardista e innovadora.
3. La realización de este trabajo, permitió consolidar mi formación académica, a la hora poner en práctica los conocimientos adquiridos en las áreas de gastronomía, finanzas, recursos humanos y marketing.
4. Para la implementación de un nuevo negocio, sin importar el tamaño, es fundamental realizar un estudio de factibilidad, para que las posibilidades de fallo sean menores, así promover el éxito en las iniciativas que en esta rama se den.
5. A través de este estudio, se pudo evidenciar que el servicio es algo fundamental para el cliente, haciendo que el tipo y calidad del mismo sea el

valor agregado que busca el cliente al momento de elegir entre las opciones del mercado.

6. Es necesario considerar que el cliente interno es el motor para que una empresa se desarrolle y sobresalga ante la competencia primaria y secundaria.
7. Al realizar este trabajo pude constatar que los emprendimientos es algo que está en boga, sin embargo, se requiere de un sustento técnico – teórico – práctico, pero más que esto de un apropiamiento y empoderamiento de quién o quienes lo dirigen con la finalidad de ejercer el liderazgo dentro y fuera de la nueva empresa.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Charles W. Lamb, J. F. (2011). *Marketing*. México: Cengage Learning Editores.

Dessler, G., & R. V. (2012). *Administración de recursos humanos*. México: Pearso.

Ecuador en Datos. (Mayo de 2017). Recuperado el 10 de Octubre de 2017, de

INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Reporte_inflacion_201702.pdf

El arte de aprender. (13 de Diciembre de 2015). Recuperado el 10 de Octubre de

2017, de <https://elartedeaprender.wordpress.com/2015/12/13/estudio-de-mercado-analisis-macroeconomico/>

INEC. (2010). *INEC*. Recuperado el 10 de Octubre de 2017, de Ecuador en cifras:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios* [recurso electrónico].

México: Pearson Educación.

Mondy, R. W. (2010). *Administración de Recusro Humanos*. México: Pearson.

Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Mexico, D.F.:

Pearson Educacion.

7. ANEXOS

ANEXO A. Modelo de entrevista

Sexo: H () M ()

Lugar de residencia:

Sector:

Ocupación:

Lugar de Trabajo:

Ingresos

- Menos de 100 ()
- De 101 a 300 USD ()
- De 301 a 500 USD ()
- De 501 a 700 USD ()
- Más de 700 USD ()

¿Cuántos años tiene?

- 13-18 años
- 19- 25 años
- 26-35 años
- 37 en adelante

¿Cuántos días a la semana va a una cafetería?

- 1 días
- 2 días
- 3 días
- Nunca

¿Está satisfecho con el servicio que le brindan las cafeterías de la ciudad?

- Si ()
- No ()

¿En qué horas frecuenta una cafetería?

- Mañana (08h00-10h00)
- Medio día (10h00-12h00)
- Tarde (15h00-17h00)
- Noches(17h00-20h00)

¿Cuántas personas van con ustedes a la cafetería?

- Una persona
- Dos personas
- Más de 3 personas
- Voy solo/a

¿Qué usualmente compra en la cafetería?

Postres
Pasteles
Té y café
Comida de Sal

¿Cuánto pagaría en promedio por una salida a comer en una cafetería?

3 dólares
4 dólares
5 dólares
Más de 6 dólares

¿Qué valor agregado buscan?

Cercanía
Ambientación
Parqueadero cerca
Atención que se le da a los clientes

¿Cuál cafetería es su preferida?

Tamal Lojano
Golleries
Lotus
Gina's
Café Bourbon

¿Por qué la prefiere? Señale la más importante.

Atención Personalizada ()
Sazón ()
Variedad de productos ()
Tradicición ()
Higiene ()
Precios accesibles ()

ANEXO B. Receta estándar

Cheesecake de Frutos Rojos			Tamaño de porción (kg)	0,1
			Numero de porciones	12
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,1	GALLETAS MARIA	3,00	0,3
Kg	0,1	MANTEQUILLA S/SAL	4,14	0,41
Kg	0,6	QUESO CREMA	3,78	2,27
U	2	HUEVOS	0,12	0,24
Kg	0,04	LIMON MEYER	0,99	0,04
Kg	0,1	CREMA LECHE	2,96	0,30
Kg	0,1	AZUCAR	0,76	0,08
Lt	0,005	ESENCIA VAINILLA NEGRA	7,92	0,04
Kg	0,1	FRUTILLA	3,90	0,39
Kg	0,1	MORA CASTILLA	2,58	0,26
Kg	0,1	AZUCAR	0,76	0,08
Cantidad Total	1,445		Costo Total	4,40
			Costo por porción	0,37
			Precio de venta	1,50
			Food cost	24%

Trilogia de Mousse con Crumble			Tamaño de porción (kg)	0,1
			Numero de porciones	10
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,30	COBERTURA BLANCA	12,32	3,70
Lt	0,60	CREMA LECHE	2,96	1,77
Kg	0,02	CAFE MOLIDO	10,50	0,16
Kg	0,10	COBERTURA 38%	11,32	1,13
Kg	0,25	AZUCAR	0,76	0,19
Kg	0,25	HARINA TRIGO	0,70	0,18
Kg	0,25	AZUCAR	0,76	0,19
Kg	0,01	MANTEQUILLA S/SAL	4,14	0,02
Kg	0,00	SAL CRISAL	0,37	0,00
Cantidad Total	1,27		Costo Total	7,34
			Costo por porción	0,73
			Precio de venta	3
			Food cost	24%

Flan de coco			Tamaño de porción (kg)	0,1
			Numero de porcions	10
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,13	AZUCAR	0,76	0,10
Kg	0,40	LECHE CONDENSADA	4,55	1,81
Kg	0,25	COCO RALLADO	9,63	2,41
U	5,00	HUEVOS	0,12	0,60
Lt	0,25	LECHE L	0,95	0,24
Cantidad Total	1,02		Costo Total	5,15
			Costo por porción	0,51
			Precio de venta	2
			Food cost	26%

Torta de Chocolate con toque de menta			Tamaño de porción (kg)	0,15
			Numero de porcions	12
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,2	HARINA TRIGO	0,70	0,16
Kg	0,2	COCOA POLVO	5,39	1,24
Kg	0,0	POLVO HORNEAR	3,39	0,02
U	4,0	HUEVOS	0,12	0,48
Kg	0,2	AZUCAR	0,76	0,16
Kg	0,2	LECHE L	0,95	0,21
Kg	0,2	ACEITE GIRASOL	1,94	0,35
Kg	0,0	ESENCIA VAINILLA NEGRA	7,92	0,04
Kg	0,1	COBERTURA 38%	11,32	1,13
Kg	0,1	MANJAR LECHE	3,56	0,21
Kg	0,4	LECHE CONDENSADA	4,55	1,81
Kg	0,4	LECHE EVAPORADA	4,66	1,91
Lt	0,1	CREMA MENTA BOLS	10,133	0,61
Cantidad Total	2,1		Costo Total	6,27
Merma			Costo por porción	0,52
			Precio de venta	2,00
			Food cost	26%

Red Velvet			Tamaño de porción (kg)	0,15
			Numero de porcions	8
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,4	HARINA TRIGO	0,70	0,28
Kg	0,34	AZUCAR	0,76	0,26
Kg	0,015	POLVO HORNEAR	3,39	0,05
U	0,015	SAL CRISAL	0,37	0,01
Kg	0,04	COCOA POLVO	5,386	0,22
Kg	0,25	ACEITE GIRASOL	1,94	0,48
Kg	0,225	MANTEQUILLA S/SAL	4,14	0,93
Lt	2	HUEVOS	0,12	0,24
Kg	0,03	COLORANTE VEGETAL MIX (LIQUIDO)	13,930	0,42
Kg	0,015	ESENCIA VAINILLA NEGRA	7,92	0,12
Cantidad Total	1,43		Costo Total	3,00
			Costo por porción	0,38
			Precio de venta	1,50
			Food cost	25%

Pastel de la abuela			Tamaño de porción (kg)	0,1
			Numero de porcions	10
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,32	HARINA TRIGO	0,70	0,224
Kg	0,015	POLVO HORNEAR	3,39	0,05
Kg	0,225	AZUCAR	0,76	0,17
U	1	HUEVOS	0,12	0,12
Kg	0,25	LECHE L	0,950	0,24
Kg	0,25	ACEITE GIRASOL	1,94	0,48
Kg	0,015	ESENCIA VAINILLA NEGRA	7,92	0,12
Cantidad Total	1,125		Costo Total	1,41
			Costo por porción	0,14
			Precio de venta	1,25
			Food cost	11%

Bizcocho de naranjilla			Tamaño de porción (kg)	0,15
			Numero de porcions	8
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,2	HARINA TRIGO	0,70	0,11
U	6,0	HUEVOS	0,12	0,72
Kg	0,0	POLVO HORNEAR	3,39	0,02
Kg	0,1	AZUCAR	0,76	0,10
U	6,0	HUEVOS	0,12	0,72
Kg	0,4	NARANJILLA	1,500	0,54
Lt	0,1	AGUARDIENTE	17,727	0,89
Cantidad Total	1,2		Costo Total	1,43
			Costo por porción	0,18
			Precio de venta	1,25
			Food cost	14%

Pastel de Frutos Rojos			Tamaño de porción (kg)	0,1
			Numero de porcions	10
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,32	HARINA TRIGO	0,70	0,224
Kg	0,015	POLVO HORNEAR	3,39	0,05
Kg	0,225	AZUCAR	0,76	0,17
U	1	HUEVOS	0,12	0,12
Lt	0,25	LECHE L	0,950	0,24
Lt	0,25	ACEITE GIRASOL	1,94	0,49
Kg	0,015	ESENCIA VAINILLA NEGRA	7,92	0,12
Kg	0,1	FRUTILLA	3,899	0,39
Kg	0,1	MORA CASTILLA	2,580	0,26
Cantidad Total	1,325		Costo Total	1,80
			Costo por porción	0,18
			Precio de venta	1,25
			Food cost	14%

Pastel de Zanahoria			Tamaño de porción (kg)	0,15
			Numero de porcions	10
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,24	HARINA TRIGO	0,70	0,168
U	4	HUEVOS	0,12	0,48
Kg	0,015	POLVO HORNEAR	3,39	0,05
Kg	0,34	AZUCAR	0,76	0,26
Kg	0,015	ESENCIA VAINILLA NEGRA	7,920	0,12
Kg	0,02	CANELA POLVO	14,753	0,30
Kg	0,45	ZANAHORIA AMARILLA	0,664	0,30
Kg	0,1	NUEZ S/CASCARA	17,000	1,70
Lt	0,225	ACEITE GIRASOL	1,936	0,44
Cantidad Total	1,605		Costo Total	3,81
			Costo por porción	0,38
			Precio de venta	1,50
			Food cost	25%

Pie de Limón			Tamaño de porción (kg)	0,1
			Numero de porcions	6
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Lt	0,13	LIMON MEYER	0,99	0,12
Kg	0,15	AZUCAR	0,76	0,11
U	3,00	HUEVOS	0,12	0,36
Lt	0,30	CREMA LECHE	2,96	0,89
Kg	0,01	MAICENA	4,59	0,05
Kg	0,25	GALLETAS MARIA	3,00	0,75
Kg	0,10	MANTEQUILLA S/SAL	4,14	0,41
Cantidad Total	1,09		Costo Total	2,70
			Costo por porción	0,45
			Precio de venta	1,5
			Food cost	30%

Pastel de Manzana y Canela			Tamaño de porción (kg)	0,1
			Numero de porcions	10
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,32	HARINA TRIGO	0,70	0,224
Kg	0,015	POLVO HORNEAR	3,39	0,05
Kg	0,4	AZUCAR	0,76	0,30
U	1	HUEVOS	0,12	0,12
Lt	0,25	LECHE L	0,950	0,24
Lt	0,25	ACEITE GIRASOL	1,94	0,49
Kg	0,015	ESENCIA VAINILLA NEGRA	7,92	0,12
Kg	0,3	MANZANA VERDE	2,204	0,66
Kg	0,04	CANELA POLVO	14,753	0,59
Cantidad Total	1,64		Costo Total	2,20
			Costo por porción	0,22
			Precio de venta	1,25
			Food cost	18%

Sanduche de Pollo			Tamaño de porción (kg)	
			Numero de porcions	4
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,25	POLLO SANDUCHE	12,065	3,02
Kg	0,2	TOMATE FRESCO	1,048	0,21
Kg	0,1	LECHUGA CRIOLLA	0,520	0,05
Kg	0,1	MAYONESA	2,500	0,25
Kg	0,12	QUESO HOLANDES	7,075	0,85
Kg	0,001	CILANTRO	3,000	0,00
Kg	0,05	APIO FRESCO	0,800	0,04
Kg	0,24	PAN DE AGUA	0,150	0,04
Cantidad Total	0,821		Costo Total	4,46
			Costo por porción	1,11
			Precio de venta	4,50
			Food cost	25%

Waffle con Manjar			Tamaño de porción (kg)	
			Numero de porciones	1
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,1	WAFLE	1,141	0,30
Kg	0,1	MANJAR LECHE	3,56	0,36
Kg	0,05	CREMA DE LECHE	0,520	0,03
Kg	0,05	FRUTILLA	3,90	0,19
Kg	0,01	AZUCAR MICRO IMPALPABLE	2,068	0,02
Cantidad Total	0,41		Costo Total	0,90
			Costo por porción	0,90
			Precio de venta	4,25
			Food cost	21%

Waffle con Frutos Rojos			Tamaño de porción (kg)	0,35
			Numero de porciones	1
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,3	WAFLE	1,141	0,34
Kg	0,05	FRUTILLA	3,90	0,19
Kg	0,05	MORA CASTILLA	2,58	0,13
Kg	0,05	REDUCCION DE FRUTOS ROJOS	4,00	0,20
Cantidad Total	0,6		Costo Total	0,87
			Costo por porción	0,87
			Precio de venta	4,25
			Food cost	20%

Crepe de Pollo en salsa de champiñones			Tamaño de porción (kg)	0,2
			Numero de porciones	1
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,15	CREPE	1,243	0,19
Kg	0,08	POLLO	3,90	0,31
Kg	0,1	SALSA DE CHAMPIÑONES	2,58	0,26
Kg	0,06	QUESO HOLANDES	7,08	0,42
Kg	0,05	CEBOLLIN	5,167	0,26
Cantidad Total	0,56		Costo Total	1,44
			Costo por porción	1,44
			Precio de venta	5,75
			Food cost	25%

Crepe Stragonoff			Tamaño de porción (kg)	0,2
			Numero de porciones	1
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,15	CREPE	1,243	0,19
Kg	0,08	CARNE STRAGONOFF	10,14	0,81
Kg	0,03	QUESO HOLANDES	7,08	0,21
Lt	0,05	CREMA AGRIA	4,550	0,23
Kg	0,05	CEBOLLIN	5,167	0,26
Cantidad Total	0,45		Costo Total	1,70
			Costo por porción	1,70
			Precio de venta	5,75
			Food cost	29%

Crepe con Helado y Topping			Tamaño de porción (kg)	0,2
			Numero de porciones	1
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,15	CREPE	1,243	0,19
Kg	0,15	HELADO SABORES X L	3,53	0,53
Kg	0,1	TOPPING	0,400	0,04
Kg	0,05	CREMA DE LECHE	0,520	0,03
Cantidad Total	0,5		Costo Total	0,78
			Costo por porción	0,78
			Precio de venta	5,75
			Food cost	14%

Sanduche de Jamón y Queso			Tamaño de porción (kg)	
			Numero de porciones	4
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,12	JAMON AMERICANO REVANADO	6,040	0,72
Kg	0,2	TOMATE FRESCO	1,048	0,21
Kg	0,1	LECHUGA CRIOLLA	0,520	0,05
Kg	0,1	MAYONESA	2,500	0,25
Kg	0,12	QUESO HOLANDES	7,075	0,85
Kg	0,001	CILANTRO	3,000	0,00
Kg	0,24	PAN DE AGUA	0,150	0,04
Cantidad Total	0,641		Costo Total	2,12
			Costo por porción	0,53
			Precio de venta	4,50
			Food cost	12%

Chocolate caliente			Tamaño de porción (kg)	0,35
			Numero de porcions	4
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Lt	1,00	LECHE L	0,95	0,95
Kg	0,10	COCOA POLVO	5,39	0,54
Kg	0,04	AZUCAR	0,76	0,03
Kg	0,01	CANELA POLVO	14,75	0,07
Cantidad Total	1,15		Costo Total	1,59
			Costo por porción	0,40
			Precio de venta	1,5
			Food cost	27%

Milkshake			Tamaño de porción (kg)	0,35
			Numero de porcions	3
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Lt	1,00	LECHE L	0,95	0,95
Lt	0,50	HELADO SABORES X L	3,53	1,76
Kg	0,04	AZUCAR	0,76	0,03
Cantidad Total	1,54		Costo Total	2,74
			Costo por porción	0,91
			Precio de venta	4,5
			Food cost	20%

Batidos de Fruta			Tamaño de porción (kg)	0,35
			Numero de porcions	2
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Lt	0,10	PULPA FRUTILLA	2,65	0,27
Lt	1,00	AGUA	0,00	0,00
Kg	0,04	AZUCAR	0,76	0,03
Cantidad Total	1,14		Costo Total	0,30
			Costo por porción	0,15
			Precio de venta	1,25
			Food cost	12%

Café Americano			Tamaño de porción (kg)	0,35
			Numero de porcions	3
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,35	CAFÉ MOLIDO	1,50	0,53
Lt	1,00	AGUA	0,00	0,00
Cantidad Total	1,35		Costo Total	0,53
			Costo por porción	0,18
			Precio de venta	1
			Food cost	18%

Capuccino			Tamaño de porción (kg)	0,35
			Numero de porcions	5
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,35	CAFÉ MOLIDO	1,50	0,53
Lt	1,00	AGUA	0,00	0,00
Lt	0,50	LECHE L	0,95	0,48
Cantidad Total	1,85		Costo Total	1,00
			Costo por porción	0,20
			Precio de venta	1,75
			Food cost	11%

Mocaccino			Tamaño de porción (kg)	0,35
			Numero de porcions	5
Unidad	Cantidad	Ingrediente	Costo x kg	Total
Kg	0,30	CAFÉ MOLIDO	1,50	0,45
Lt	1,00	AGUA	0,00	0,00
Kg	0,05	COCOA POLVO	5,39	0,27
Lt	0,50	LECHE L	0,95	0,48
Cantidad Total	1,85		Costo Total	1,19
			Costo por porción	0,24
			Precio de venta	1,75
			Food cost	14%

ANEXO C. Inversión inicial

Cantidad	Concepto	Valor unitario	Costo Total
MOBILIARIO Y EQUIPOS			
1	Estructura para mobiliario	380	380
1	Modulares de oficina	240	240
1	Modulares de bodega con 5 divisiones	350	350
1	Líneas telefónicas	250	250
1	Teléfono	70	70
2	Escritorio	60	120
3	Sillas de oficina	30	90
10	Mesas redondas con vidrio	80	800
4	Mesas rectangulares	150	600
72	Sillas	40	2880
1	Barra / mostrador con vidrio	380	380
1	Mueble porta vajilla y lavabo	400	400
1	faldon inferior	150	150
9	Lámparas	22	198
6	Portatintura	3	18
100	Plato cuadrado grande	3,75	375
100	Plato cuadrado postre	2,95	295
60	Jarros	2,5	150
3	Jarra pequeña leche	7	21
100	Platillos pequeños	2,15	215
20	Porta salsas	1,68	33,6
15	Porta fundas te	1,68	25,2
80	Tenedor postre	1,45	116
80	Tenedor mesa	1,65	132
80	Cuchillo mesa	3,45	276
80	Cucharilla tinto	0,85	68
80	Cucharilla café	1,5	120
80	Cucharilla capuchinno	0,95	76
60	Jarro vidrio capuchinno	2,35	141
50	Copas vidrio helados	2,35	117,5
60	Vasos para jugo grande	2,5	150
60	Vasos para agua	1,8	108
60	juego tazas expresso	17,5	1050
5	Charol	14	70
2	Porta cubiertos	14	28
2	Dispensador de papel baño	19	38
2	Dispensador de jabón baño	13	26
2	Dispensador toallas baño	10	20
2	Extintor	38	76
3	Espejo pequeño baño	8	24
3	Cuadro	30	90
1	Reloj de pared	5,45	5,45
3	Velas baño	3,5	10,5
1	Insumos de cocina	500	500
1	Espejo grande	60	60
TOTAL MOBILIARIO Y EQUIPOS			\$ 11.343,25
MAQUINAS			
1	Frigorífico	2285	2285
1	Máquina registradora	480	480
1	Mueble porta vajilla y lavabo	400	400
1	Cafetera capuchinno	230	230
1	Microondas	120	120
1	Licuadaora	45	400
1	Jarra eléctrica	31,5	400
1	Waflera Oster	95,55	400
1	Frigorífico pequeño	1500	400
1	Horno	400	400
1	Batidora electroca	250	400
1	Cocina	300	400
1	Mampara aluminio y vidrio	250	400
TOTAL MAQUINAS			\$ 6.715,00
EQUIPO DE COMPUTACION			
2	Computador	750	0
1	Impresora	120	240
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACION			\$ 1.620,00
10	% DE IMPREVISTOS		1.967,83
TOTAL INVERSIONES FIJAS			\$ 19.678,25
Gastos de Constitución			1000
Honorarios abogado constitucion compañía			600
Gastos de Promoción y Publicidad			4000
Gastos de capacitación			350
TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS			\$ 5.950,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS			\$ 27.596,08
Inversión en capital de trabajo (30 días)			11.456,95
TOTAL INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO			\$ 11.456,95
INVERSION TOTAL			\$ 39.053,03

ANEXO D. Gastos administrativos

DETALLE DEL PERSONAL							
GASTOS MENSUALES POR CONCEPTO DE SUELDOS DE NÓMINA							
CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL IESS (11.15%)	SUBTOTAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	MENSUAL	ANUAL
Administrador - contador	700	80,5	780,5	58,33	31,25	870,08	10441,0
Cajera	375	43,125	418,125	31,25	31,25	480,63	5767,5
Mesero	1125	129,375	1254,375	93,75	31,25	1379,38	16552,5
Sous chef	375	43,125	418,125	31,25	31,25	480,63	5767,5
Pastelero	375	43,125	418,125	31,25	31,25	480,63	5767,5
Steward	375	43,125	418,125	31,25	31,25	480,63	5767,5
Chef	500	57,5	557,5	41,67	31,25	630,42	7565,0
TOTAL						4802,38	57628,5

ANEXO E. Depreciación

CONCEPTO	COSTO TOTAL	TIEMPO DE VIDA UTIL	TASA DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL AÑO 2007	GATOS DEPRECIACIÓN ANUAL				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MOBILIARIO Y EQUIPOS	\$ 11.343,25	10	10%	\$ 94,53	\$ 1.134,33	\$ 1.134,33	\$ 1.134,33	\$ 1.134,33	\$ 1.134,33
TOTAL DE MAQUINAS	\$ 6.715,00	10	10%	\$ 55,96	\$ 671,50	\$ 671,50	\$ 671,50	\$ 671,50	\$ 671,50
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.620,00	3	33,33%	\$ 45,00	\$ 539,95	\$ 539,95	\$ 539,95	\$ -	\$ -
10% DE IMPROVISTOS	\$ 1.967,83	5	20%	\$ 32,80	\$ 393,57	\$ 393,57	\$ 393,57	\$ 393,57	\$ 393,57
INVERSIÓN TOTAL	\$ 19.678,25				\$ 2.739,34	\$ 2.739,34	\$ 2.739,34	\$ 2.199,39	\$ 2.199,39

CONCEPTO	SALDOS ANUALES DE DEPRECIACIÓN					VALOR RESIDUAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MOBILIARIO Y EQUIPOS	\$ 1.134,33	\$ 2.268,65	\$ 3.402,98	\$ 4.537,30	\$ 5.671,63	\$ 10.208,93	\$ 9.074,60	\$ 7.940,28	\$ 6.805,95	\$ 5.671,63
TOTAL DE MAQUINAS	\$ 671,50	\$ 1.343,00	\$ 1.619,84	\$ 2.159,78	\$ 2.699,73	\$ 6.043,50	\$ 5.372,00	\$ 5.095,16	\$ 4.555,22	\$ 4.015,27
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 539,95	\$ 1.079,89	\$ 1.619,84	\$ 2.159,78	\$ 2.699,73	\$ 1.080,05	\$ 540,11	\$ 0,16	\$ -	\$ -
10% DE IMPROVISTOS	\$ 393,57	787,13	1180,695	\$ 1.574,26	\$ 1.967,83	\$ 1.574,26	1180,695	787,13	393,565	\$ -
INVERSIÓN TOTAL	\$ 2.739,34	\$ 5.478,67	\$ 7.823,35	\$ 10.431,13	\$ 13.038,91	\$ 18.906,74	\$ 16.167,40	\$ 13.822,73	\$ 11.754,73	\$ 9.686,90

ANEXO F. Amortización

FUENTE	APORTACIÓN	%	COSTO DE CAPITAL	PONDERACIÓN
Aporte	\$ 27.300,00	70%	4,91%	3,44%
Préstamo	\$ 11.700,00	30%	10,00%	1,99%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 39.000,00	100%	15%	5,43%

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto de Interés	\$ 1.084,55	\$ 885,75	\$ 666,13	\$ 423,51	\$ 155,49
Suma de Capital	\$ 1.898,54	\$ 2.097,34	\$ 2.316,96	\$ 2.559,57	\$ 2.827,59
TOTAL	2.983,09	2.983,09	2.983,09	2.983,09	2.983,09

PRÉSTAMO	\$ 11.700,00		
TASA INTERES	10,00%	0,83%	Interes mensual
Nº CUOTAS	60		

ANEXO G. Tabla de amortización

DEUDA	11.700,00	PLAZO	0,1491	CUOTAS	248,59
TASA DE INTERES	10,00%	PAGO ANUAL	12	FIJAS	
TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO					
MES	DEUDA	INTERES	CAPITAL	CUOTAS	SALDO
	\$ 11.700,00				\$ 11.700,00
1	\$ 11.700,00	\$ 97,50	\$ 151,09	\$ 248,59	\$ 11.548,91
2	\$ 11.548,91	\$ 96,24	\$ 152,35	\$ 248,59	\$ 11.396,56
3	\$ 11.396,56	\$ 94,97	\$ 153,62	\$ 248,59	\$ 11.242,94
4	\$ 11.242,94	\$ 93,69	\$ 154,90	\$ 248,59	\$ 11.088,04
5	\$ 11.088,04	\$ 92,40	\$ 156,19	\$ 248,59	\$ 10.931,85
6	\$ 10.931,85	\$ 91,10	\$ 157,49	\$ 248,59	\$ 10.774,36
7	\$ 10.774,36	\$ 89,79	\$ 158,80	\$ 248,59	\$ 10.615,56
8	\$ 10.615,56	\$ 88,46	\$ 160,13	\$ 248,59	\$ 10.455,43
9	\$ 10.455,43	\$ 87,13	\$ 161,46	\$ 248,59	\$ 10.293,97
10	\$ 10.293,97	\$ 85,78	\$ 162,81	\$ 248,59	\$ 10.131,16
11	\$ 10.131,16	\$ 84,43	\$ 164,16	\$ 248,59	\$ 9.967,00
12	\$ 9.967,00	\$ 83,06	\$ 165,53	\$ 248,59	\$ 9.801,46
13	\$ 9.801,46	\$ 81,68	\$ 166,91	\$ 248,59	\$ 9.634,55
14	\$ 9.634,55	\$ 80,29	\$ 168,30	\$ 248,59	\$ 9.466,25
15	\$ 9.466,25	\$ 78,89	\$ 169,71	\$ 248,59	\$ 9.296,54
16	\$ 9.296,54	\$ 77,47	\$ 171,12	\$ 248,59	\$ 9.125,42
17	\$ 9.125,42	\$ 76,05	\$ 172,55	\$ 248,59	\$ 8.952,88
18	\$ 8.952,88	\$ 74,61	\$ 173,98	\$ 248,59	\$ 8.778,90
19	\$ 8.778,90	\$ 73,16	\$ 175,43	\$ 248,59	\$ 8.603,46
20	\$ 8.603,46	\$ 71,70	\$ 176,89	\$ 248,59	\$ 8.426,57
21	\$ 8.426,57	\$ 70,22	\$ 178,37	\$ 248,59	\$ 8.248,20
22	\$ 8.248,20	\$ 68,73	\$ 179,86	\$ 248,59	\$ 8.068,34
23	\$ 8.068,34	\$ 67,24	\$ 181,35	\$ 248,59	\$ 7.886,99
24	\$ 7.886,99	\$ 65,72	\$ 182,87	\$ 248,59	\$ 7.704,12
25	\$ 7.704,12	\$ 64,20	\$ 184,39	\$ 248,59	\$ 7.519,73
26	\$ 7.519,73	\$ 62,66	\$ 185,93	\$ 248,59	\$ 7.333,81
27	\$ 7.333,81	\$ 61,12	\$ 187,48	\$ 248,59	\$ 7.146,33
28	\$ 7.146,33	\$ 59,55	\$ 189,04	\$ 248,59	\$ 6.957,30
29	\$ 6.957,30	\$ 57,98	\$ 190,61	\$ 248,59	\$ 6.766,68
30	\$ 6.766,68	\$ 56,39	\$ 192,20	\$ 248,59	\$ 6.574,48
31	\$ 6.574,48	\$ 54,79	\$ 193,80	\$ 248,59	\$ 6.380,68
32	\$ 6.380,68	\$ 53,17	\$ 195,42	\$ 248,59	\$ 6.185,26
33	\$ 6.185,26	\$ 51,54	\$ 197,05	\$ 248,59	\$ 5.988,21
34	\$ 5.988,21	\$ 49,90	\$ 198,69	\$ 248,59	\$ 5.789,53
35	\$ 5.789,53	\$ 48,25	\$ 200,34	\$ 248,59	\$ 5.589,18
36	\$ 5.589,18	\$ 46,58	\$ 202,01	\$ 248,59	\$ 5.387,17
37	\$ 5.387,17	\$ 44,89	\$ 203,70	\$ 248,59	\$ 5.183,47
38	\$ 5.183,47	\$ 43,20	\$ 205,39	\$ 248,59	\$ 4.978,07
39	\$ 4.978,07	\$ 41,48	\$ 207,11	\$ 248,59	\$ 4.770,97
40	\$ 4.770,97	\$ 39,76	\$ 208,83	\$ 248,59	\$ 4.562,14
41	\$ 4.562,14	\$ 38,02	\$ 210,57	\$ 248,59	\$ 4.351,56
42	\$ 4.351,56	\$ 36,26	\$ 212,33	\$ 248,59	\$ 4.139,24
43	\$ 4.139,24	\$ 34,49	\$ 214,10	\$ 248,59	\$ 3.925,14
44	\$ 3.925,14	\$ 32,71	\$ 215,88	\$ 248,59	\$ 3.709,26
45	\$ 3.709,26	\$ 30,91	\$ 217,68	\$ 248,59	\$ 3.491,58
46	\$ 3.491,58	\$ 29,10	\$ 219,49	\$ 248,59	\$ 3.272,08
47	\$ 3.272,08	\$ 27,27	\$ 221,32	\$ 248,59	\$ 3.050,76
48	\$ 3.050,76	\$ 25,42	\$ 223,17	\$ 248,59	\$ 2.827,59
49	\$ 2.827,59	\$ 23,56	\$ 225,03	\$ 248,59	\$ 2.602,57
50	\$ 2.602,57	\$ 21,69	\$ 226,90	\$ 248,59	\$ 2.375,66
51	\$ 2.375,66	\$ 19,80	\$ 228,79	\$ 248,59	\$ 2.146,87
52	\$ 2.146,87	\$ 17,89	\$ 230,70	\$ 248,59	\$ 1.916,17
53	\$ 1.916,17	\$ 15,97	\$ 232,62	\$ 248,59	\$ 1.683,55
54	\$ 1.683,55	\$ 14,03	\$ 234,56	\$ 248,59	\$ 1.448,99
55	\$ 1.448,99	\$ 12,07	\$ 236,52	\$ 248,59	\$ 1.212,47
56	\$ 1.212,47	\$ 10,10	\$ 238,49	\$ 248,59	\$ 973,99
57	\$ 973,99	\$ 8,12	\$ 240,47	\$ 248,59	\$ 733,51
58	\$ 733,51	\$ 6,11	\$ 242,48	\$ 248,59	\$ 491,03
59	\$ 491,03	\$ 4,09	\$ 244,50	\$ 248,59	\$ 246,54
60	\$ 246,54	\$ 2,05	\$ 246,54	\$ 248,59	\$ -0,00