



ESCUELA DE GASTRONOMIA

ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DESARROLLO DE UNA
PASTELERIA ECUATORIANA EN LA CIUDAD DE AMBATO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Gastronomía

Profesor Guía
Lic. Gabriel Mena

Autor
Nelson Iván Lara Brito

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un suficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de titulación”

Gabriel Mena
Especialista en creación de Empresas
C.C. 1716376940

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Nelson Iván Lara Brito
C.C. 1803812047

DEDICATORIA

Dedicada a mi familia que es el pilar fundamental de mi vida, mis padres, mi hermana, mi esposa y mi hija, por su incondicional apoyo que ha sido la fortaleza para seguir adelante. Dedicado a las personas que durante la carrera universitaria han aportado conocimiento y experiencia, dedicada a mis verdaderos amigos que son importantes en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la bendición, a mis padres por todo el esfuerzo que han hecho por mí, a mi hermana por ser mi apoyo incondicional, a mi esposa y a mi hija por haberme dado el apoyo y cariño que son la base fundamental para seguir adelante.

RESUMEN

El presente trabajo nace por la necesidad de ofrecer productos de pastelería de calidad en una ciudad donde la competencia es dura pero no existe la variedad de productos suficiente para satisfacer demanda.

El plan de negocios de la pastelería Santo Pecado va dirigida a un segmento de mercado de personas de clase media alta ya que los productos y el servicio expendidos son de muy buena calidad que satisface el paladar de cada comensal y además se ofrece una buena experiencia de estancia para disfrutar con amigos y familiares.

De acuerdo con las investigaciones, se ha determinado que en la ciudad de Ambato no hay un lugar como el propuesto, lo cual colocan a la pastelería en algo novedoso y que vale la pena visitar.

La pastelería ha ido evolucionando gastronómicamente y se busca implementar las técnicas y productos que ayuden a la pastelería ecuatoriana a seguir creciendo y más en la ciudad de Ambato la cual necesita de esta evolución, para mostrar a sus habitantes que se puede emplear nuestros productos en la alta repostería mundial.

Abstract

This new work has been originated by the necessity to offer pastry products of a good quality in a city where the competence is very hard, but there is no a big variety of products that satisfy the big demand.

The plan of business of the bakery "Santo Pecado" is directed to middle and high class people because our products and services expended have good quality which satisfy the palate of each costumer, it offers a good experience of stay to enjoy with friends and relatives too.

Acording to the investigations, it is determined that in Ambato there is no place like the proposed, which place the confectionery in something different and new that will be visited easly.

The bakery has been constantly changing in the gastronomy area and we are trying to implement tecniques and products which help the Ecuadorian confectionery to continue growing; specially in Ambato city which need this big development, also to can show people that we can emply our own products in the high world confectionery.

ÍNDICE

Introducción	1
Justificación	2
Objetivos	3
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos.....	3
1. Capítulo I - Marco teórico	4
1.1. Pastelería	4
1.2. Historia.....	4
1.3. Trigo.....	5
1.4. Harina de trigo.....	5
1.5. Maduración y blanqueado de la harina	6
1.6. La harina en el Ecuador	6
1.7. El pan en Ambato	7
1.8. La pastelería en Ecuador.....	8
2. Capítulo II – Plan Estratégico	9
2.1. Descripción del negocio.....	9
2.1.1 Visión.....	9
2.1.2 Misión	9
2.1.3 Características del negocio	9
2.1.3.1. Naturaleza del negocio	9
2.1.3.2. Localización	11
2.2. Análisis del entorno.....	11
2.2.1 Factores económicos.....	11
2.2.2 Factores culturales.....	12
2.2.3 Factores normativos	12
2.2.4 Factores tecnológicos	13
2.3. Matriz FODA.....	14

2.3.3.	Análisis de competitividad	14
2.3.4.	Ventajas competitivas.....	15
3.	Capítulo III – Plan Operativo	16
3.1.	Fases de planificación.....	16
3.1.3.	Plan técnico	16
3.1.3.1.	Capacidad instalada.....	16
3.1.3.2.	Menú	18
3.1.3.3.	Receta Estándar	19
3.1.3.4.	Cuadro de insumos y Materias Primas	20
3.1.3.5.	Cuadro de Tecnología y Equipamiento	21
3.1.3.6.	Infraestructura física.....	22
3.1.3.6.1.	Tamaño de la construcción	22
3.1.3.6.2.	Planos Arquitectónicos.....	23
3.1.3.7.	Diagrama de Macro-Proceso Actual	24
3.2.	Plan de Organización y Recursos Humanos	25
3.2.3.	Departamentos funcionales	25
3.2.4.	Inventario de recursos humanos.....	26
3.2.5.	Organigrama.....	27
3.2.6.	Descripción de funciones.....	28
3.	Capítulo IV - Plan de mercado	31
4.1.	Investigación de Mercado.....	31
4.1.1.	Objetivos.....	31
4.1.2.	Análisis del mercado.....	31
4.2.	Identificación y caracterización de la demanda.....	32
4.3.	Identificación y caracterización de la oferta	32
4.4.	Instrumentos de recolección de la información	33
4.5.	Análisis de resultados.....	38
4.6.	Tabulación de la encuesta	44
5.	Capítulo V Plan de marketing.....	47
5.1.	Segmentación	47

5.2. Producto	47
5.1.1. Desarrollo del menú.....	50
5.2. Marca.....	51
5.3. Servicio	53
5.4. Estrategias de Marketing.....	54
5.4.1. Estrategia de Precio	54
5.4.2. Estrategia de Distribución.....	55
5.4.3. Estrategia de Producto	57
5.4.4. Estrategias de Comunicación	58
6. Capítulo VI Plan Financiero.....	59
6.1. Receta Estándar	59
6.2. Ticket Promedio y Utilidad.....	60
6.3. Rotación – Ventas – Estado de Resultados.....	61
6.4. Nómina Salarial.....	62
6.5. Otros Costos.....	63
6.6. Capacidad Instalada	64
7. Capítulo VII Plan legal.....	68
7.1. Figura Jurídica.....	68
7.1.1. Constitución de la empresa	68
7.1.2. Justificación	69
7.1.3. Beneficios y ventajas	69
7.1.4. Requerimientos para la constitución de la empresa	70
7.1.5. Contratos	75
8. Capítulo VIII	76
8.1. Conclusiones.....	76
8.2. Recomendaciones.....	76
REFERENCIAS	77
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de competitividad	14
Tabla 2. Capacidad instalada	16
Tabla 3. Insumos y materias primas.....	20
Tabla 4. Tecnología y Equipamiento	21
Tabla 5. Inventario de Recursos Humanos	26
Tabla 6. Descripción de funciones	28
Tabla 7. Segmentación	47
Tabla 8. Precios Competencia	55
Tabla 9. Ticket Promedio y Utilidad.....	60
Tabla 10. Rotación – Ventas – Estado de Resultados	61
Tabla 11. Nómina Salarial	62
Tabla 12. Otros Costos	63
Tabla 13. Capacidad Instalada.....	64
Tabla 14. Contratos.....	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Localización	11
Figura 2. FODA	15
Figura 3. Menú	18
Figura 4. Receta Estándar	19
Figura 5. Planos Arquitectónicos.....	23
Figura 6. Diagrama de Macro Proceso Actual.....	24
Figura 7. Organigrama	27
Figura 8. Pregunta # 1.....	38
Figura 9. Pregunta # 2.....	39
Figura 10. Pregunta # 3.....	39
Figura 11. Pregunta # 4.....	40
Figura 12. Pregunta # 5.....	40
Figura 13. Pregunta # 6.....	41
Figura 14. Pregunta # 7.....	41
Figura 15. Pregunta # 8.....	42
Figura 16. Pregunta # 9.....	42
Figura 17. Pregunta # 10.....	43
Figura 18. Pregunta # 11.....	43
Figura 19. Línea de productos.....	49
Figura 20. Desarrollo del menú	50
Figura 21. Logotipo	52
Figura 22. Uniforme.....	54
Figura 23. Empaques	58
Figura 24. Receta Estándar.....	59
Figura 25. Requisitos RUC.....	71

Introducción

Planteamiento del problema

En la ciudad de Ambato, existen 3 pastelerías especializadas y de trayectoria como son: La Calidad, Creme Brulé, Mozart; mismas que no cubren la demanda existente de 329.856 habitantes deseosos de disfrutar productos sanos, naturales y de calidad; razón por la cual se siente la necesidad de crear una nueva alternativa de pastelería que satisfaga el exigente paladar del ambateño. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2010).

Se debe recordar que la pastelería es una rama de la gastronomía con más crecimiento de los últimos años en todo el mundo, especialmente en Francia donde el padre de la pastelería Antoine Carême dio sus primeros inicios; este arte de técnicas, formas, texturas, sabores y presentación se está difundiendo cada vez más en el Ecuador en general, y Ambato en particular, no es la excepción, pues se desea ofrecer productos de repostería de buena calidad, utilizando productos ecuatorianos para poder brindar más variedad con técnicas profesionales y alta calidad para los comensales.

Justificación

La ciudad de Ambato, se caracteriza por ser una ciudad pujante, de crecimiento constante, de hombres y mujeres que emprenden negocios día a día, capaces de enfrentar un mundo lleno de obstáculos y de retos en el ámbito profesional, de negocios, comercial y de servicios; es por esta razón que al sentir la necesidad de contar con una nueva alternativa de pastelería que ofrezca variedad, calidad, temáticas acorde a las exigencias y necesidades del cliente, con un servicio personalizado , se desarrolla el presente plan de negocios para viabilizar la factibilidad de crear un nuevo espacio bajo estas consideraciones tomando en cuenta el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero..

.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio para la creación de una pastelería en la ciudad de Ambato.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad que existe de crear una pastelería.
- Desarrollar el estudio técnico para determinar los recursos necesarios para el funcionamiento de la pastelería.
- Desarrollar el estudio financiero para identificar el costo del proyecto.

1. Capítulo I - Marco teórico

1.1. Pastelería

Es el oficio y arte de hacer toda clase de pasteles y dulces, y el lugar donde se elabora y expende preparaciones tanto dulces como saladas en especial las preparaciones conocidas como postres entre estos están las tortas, tartas, mousse, galletas, chocolate, helados, entremeses y decoración con azúcar; en donde las masas utilizadas son elaboradas con harina de repostería. (Franco, 2013, pág. 3)

1.2. Historia

La pastelería se da en tiempos muy remotos donde el azúcar no era tan conocida y cuyo ingrediente endulzante era la miel de abeja, mencionándose a este alimento tanto en la biblia como en el Corán, se crearon algunas preparaciones como el turrón con almendras.

La pastelería da sus inicios por la necesidad de conservar los alimentos y con la comercialización del azúcar de caña, esto es posible ya que se descubre que este ingrediente puede conservar alimentos como la leche ya que al mezclarla con azúcar y exponiéndola al fuego daba como resultado una preparación de buen sabor y larga duración conocida en la actualidad como leche condensada, así como también las mermeladas de frutas que al cocerlas con azúcar se las podía conservar por largos periodos de tiempo.

Durante mucho tiempo ha ido evolucionando el concepto de la pastelería en el mundo desde que se mezcló por primera vez miel de abeja con avena formando así un pastel hasta el siglo XVIII cuando se creó la masa de hojaldre en Francia y es en este mismo siglo cuando Antoine Carême considerado el padre de la pastelería, publica su obra "El pastelero Real" dando el origen a la

pastelería moderna donde hasta hoy en día se utilizan sus métodos dentro de esta rama de la gastronomía. (Franco, 2013, pág. 6)

1.3. Trigo

Esta gramínea tiene origen en Mesopotamia y es uno de los cereales comestibles más antiguo; en la actualidad cada país tiene sus tipos de trigo adaptados a su clima, y suelo. Desde la llegada de Colon a América se ha destinado muchas áreas para el cultivo del trigo y se han cruzado algunas variedades para producir más harina en un periodo más cortos y con climas más fríos. (Coenders, 2008, pág. 5)

1.4. Harina de trigo

Desde los tiempos más remotos, se ha registrado en la humanidad varios tratamientos de las semillas de los cereales como la molienda entre piedras para obtener un polvo que servía para la elaboración de diferentes productos, entre ellos el primer pan, la molienda ha ido evolucionando ya que ha pasado por moler los granos entre dos piedras, hacer un tipo de molino con dos piedras giratorias con surcos, morteros, molinos impulsados con agua, aire o fuerza animal hasta hoy en día que se emplean rodillos con surcos que separan el salvado del endospermo, este último pasará a otra molienda más fina para obtener la harina. (Coenders, 2008, pág. 5)

La harina de trigo está clasificada según su fuerza:

Harina fuerte: Es la harina procedente de trigo duro, tiene alta cantidad de gluten por lo que puede absorber mucha agua y forma masas elásticas, útil para la elaboración de pan, el trigo para su elaboración es cultivado en su mayoría en América.

Harina floja: Este tipo de harina tiene menor cantidad de gluten por lo que sus masas son menos consistentes y es ideal para pastelería, el trigo utilizado en este tipo de harina proviene de Europa y es un trigo blanco y esponjoso.

Harina de media fuerza: Este tipo de harina tiene un punto medio entre la harina fuerte y la harina floja, se la puede obtener mezclando los dos tipos de harina antes mencionadas. (Coenders, 2008, pág. 7)

1.5. Maduración y blanqueado de la harina

Desde la antigüedad los panaderos romanos sabían que al almacenar la harina por algunos meses se volvía más blanca y sus propiedades mejoraban, en la actualidad se ha descubierto que el oxígeno del aire es el que oxida y blanquea los pigmentos amarillos naturales que la harina posee y afecta a los grupos azufrados de sus proteínas pero hacer este proceso en la actualidad significa mucho tiempo y dinero por lo que se la madura forzosamente utilizando cloro gaseoso.

La harina está compuesta de dos partes:

Almidón, que es el 70% de la harina y consta de dos moléculas principales, la amilosa que es del 20 al 30% del almidón y el resto es la amilopectina.

Proteínas, el trigo es el único grano que tiene proteínas en el endospermo capaces de formar una estructura plástica y suficientemente elástica para que la masa suba sin romperse; consta de cuatro proteínas, dos hidrosolubles la globulina y la albumina que forman del 10 al 25% del total y la gliadina y la gluteína que son insolubles y forman en conjunto el gluten. (Coenders, 2008, p.6).

1.6. La harina en el Ecuador

La historia de la harina en el Ecuador se remonta al barrio San Felipe, en la parroquia Eloy Alfaro, perteneciente al cantón de Latacunga en la Provincia de Cotopaxi; donde antes de 1750 algunos jesuitas llegaron a enseñar a indígenas

y mestizos el procesamiento de los cereales para transformarlos en harina. Los primeros molinos eran de piedra e impulsados por las aguas de los ríos de esa zona. Las principales harinas elaboradas eran las de haba, morocho partido, arroz de cebada, arveja y la más apetecida harina de cebada conocida en nuestro país como máchica.

La harina era comercializada principalmente en Quito y era transportada en carretas con una carga que no superaba los diez quintales, el viaje era muy largo, llegando a durar dos días y una noche, los comerciantes tenían algunos lugares de descanso durante su viaje, siendo el principal el que estaba ubicado en el nudo de Tiopullo en el límite de las provincias de Cotopaxi y Pichincha, donde pasaban la noche y se alimentaban tanto los comerciantes como sus caballos.

Latacunga se convirtió en la capital de la harina del país en las décadas del 50, 60 y 70 gracias a este barrio; sin embargo en la década de los 80 el negocio se volvió tan rentable que la mayoría de comerciantes del país aprendieron a procesar los granos afectando directamente a los primeros propietarios de molinos de esta zona. Actualmente la harina más consumida en el país es la de trigo, cuya materia prima principal es importada de otros países, el cultivo en el Ecuador no abastece la producción y es de baja calidad puesto que nuestro país no cuenta con las cuatro estaciones del año, siendo este el principal motivo por el cual nuestro trigo no adquiere las características principales requeridas para la elaboración de la harina. (Diario el Telégrafo, 2014).

1.7. El pan en Ambato

El pan en Ambato tiene una tradición de más de 100 años. Cuando los jesuitas llegaron al lugar, los mestizos que laboraban con ellos aprendieron esta profesión pero con el paso del tiempo han ido agregando más ingredientes a la masa hasta llegar a obtener el pan que hoy en día es famoso en todo el país.

Los panes más famosos se elaboran en el Pinillo, Santa Rosa y Ambato, destacándose el pan de Pinillo, el tapado y el mestizo.

En un principio el trigo era traído en mulas desde algunas haciendas y era transportado hacia los molinos de la ciudad, donde se lo procesaba hasta obtener la harina que es el principal ingrediente del pan. (Diario el Comercio, 2014).

En esta ciudad, la elaboración del pan se ha vuelto una tradición, desde que los jesuitas trajeron consigo esta receta, la ciudad se ha dedicado solamente a esta actividad. Sin embargo la pastelería en Ambato no se ha desarrollado por falta de conocimiento en la elaboración y técnicas utilizadas y es actualmente donde el número de negocios y profesionales con este fin se han incrementado. Por esta razón, nace la necesidad de una pastelería de calidad, ya que solamente se pueden encontrar unas pocas personas dedicadas a este negocio enteramente.

1.8. La pastelería en Ecuador

En el Ecuador existe una gran diversidad en cuanto a postres, dulces, helados y mermeladas, debido a su vasta flora y fauna. Numerosas técnicas de pastelería se han ido adoptando y perfeccionando, una de las principales características de nuestra pastelería es la utilización de ingredientes de temporada y que se dan en todas las regiones del país. Entre los ingredientes más singulares que la pastelería ecuatoriana utiliza en sus postres tenemos: el babaco, higo, capulí, durazno, piña, manzana, abridores, badea, plátano, uvilla, tomate de árbol, mango, achotillo, cacao, moras, mortiño, morocho, machica, zambo, zapallo, choclo, chocolate. Estos se usan de manera cotidiana en bebidas, helados, coladas, dulces, mermeladas, tortas, y conservas; por esta razón, todos los ingredientes pueden incorporarse a la pastelería para enriquecerla y elaborar productos innovadores. (Benavides, 2004, p.9).

2. Capítulo II – Plan Estratégico

2.1. Descripción del negocio

2.1.1 Visión

Lograr que la pastelería este a la vanguardia del mercado en la producción de productos de alta calidad, consiguiendo que nuestra empresa sea reconocida por la calidad, sabor y presentación; para que nuestros clientes tengan fidelidad hacia nuestra marca.

2.1.2 Misión

Ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia al adquirir nuestros productos elaborados con ingredientes de alta calidad, buena presentación y sabor único; realizado por un equipo profesional de manera artesanal e inocua, con la finalidad de obtener una posición relevante en el mercado ambateño.

2.1.3 Características del negocio

2.1.3.1. Naturaleza del negocio

El negocio gira en torno a la producción diaria de los diferentes productos que se van a expender durante el día, siendo la principal durante la madrugada para lograr tener en los productos en los mostradores y de ser necesario establecer una jornada más durante el día para poder abastecer el negocio todo el tiempo hasta el cierre.

- Proveedores

En la ciudad existen molinos de harina de trigo muy importantes que se encargan de distribuir el producto a muchas partes del país como son los

molinos Miraflores y la industria Catedral, por tal razón los dos son las mejores alternativas para el negocio; en cuanto a ingredientes secundarios tales como frutas, vegetales, y especias se pueden conseguir en los mercados de la ciudad ya que al ser una ciudad pequeña la distancia de estos lugares es corta, los productos lácteos tales como leche, mantequilla y queso son distribuidos industrialmente por Alpina, Toni y Nestlé.

- Mano de obra

El negocio de la pastelería necesita de personal capacitado y con buenos conocimientos de la materia para poder desarrollar los diferentes productos que se van a expender, el plan de negocio busca aportar a la economía y al desarrollo local, generando empleo a las personas de esta ciudad; aunque el negocio es pequeño se busca ir creciendo con el tiempo, mientras tanto el personal necesario son seis personas.

El personal que va a aportar en el negocio será dividido en servicio y producción, para el servicio se necesita unas dos personas y para producción unas tres los cuales van a ser reclutados y seleccionados de acuerdo a las necesidades del negocio.

- Medios de transporte

El transporte necesario será un acuerdo con una cooperativa de camionetas local para que los productos que no tengan proveedores lleguen a la pastelería como son los ingredientes que se encuentran en los mercados.

- Producto

Los productos serán elaborados diariamente dentro de la pastelería, utilizando ingredientes frescos como las frutas, ningún producto estará previamente elaborado ya que el negocio exige productos recién horneados, la línea de producción se realizara con la elaboración de los pasteles base o biscochos

unas horas antes del armado y decorado para cumplir con estos requerimientos de los clientes.

2.1.3.2. Localización

El negocio va a estar ubicado en la ciudad de Ambato en las calles Roca Fuerte y Tomas Sevilla en el centro de la ciudad lo cual beneficia a la pastelería ya que el flujo de personas es muy bueno.



2.2. Análisis del entorno

2.2.1 Factores económicos

La importancia de la industria de panificación se ve reflejada al ser parte del sector manufacturero del país el cual abarca al 28% de establecimientos que se dedican a actividades de elaboración de “Productos Alimenticios y Bebidas”, cabe mencionar que el sector de manufactura del país en el cual se halla implícito el de panificación constituye la más importante fuente de trabajo pues

alberga al 41% de mano de obra nacional. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2012, tomo 1)

En la zona centro de Ambato, se puede constatar el amplio servicio de diversas panaderías y pastelerías satisfaciendo a los clientes externos e internos.

La pequeña industria y la artesanía están muy difundidas en la provincia y en los últimos años han aumentado las industrias clasificadas en este rubro, Ambato tiene una industria panificadora y ha sido reconocida la buena calidad del "pan de Ambato". (Alarcón, 2010).

2.2.2 Factores culturales

En la actualidad las enfermedades a causa de la mala alimentación o abuso de carbohidratos y azúcares como la diabetes, obesidad, enfermedades cardiacas, han ido incrementado en la población por lo que este negocio se ha visto afectado de cierto modo ya que la gente trata de evitar el consumo de este tipo de productos, por esta razón la pastelería debe tratar de contener ingredientes más nutritivos o reemplazar de cierto modo un porcentaje de harina de trigo por otras harinas como la integral, quínoa o de cebada y ofrecer alimentos frescos como las frutas para incentivar en la población el consumo de los productos de repostería, incluso generar una línea de productos baja en azúcar según los estudios de mercado.

2.2.3 Factores normativos

En base a la ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria se establece:

Artículo 1. Finalidad.- Esta Ley tiene por objeto establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente.

El régimen de la soberanía alimentaria se constituye por el conjunto de normas conexas, destinadas a establecer en forma soberana las políticas públicas agroalimentarias para fomentar la producción suficiente y la adecuada conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de alimentos sanos, nutritivos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, pequeña y mediana producción campesina, de las organizaciones económicas populares y de la pesca artesanal así como microempresa y artesanía; respetando y protegiendo la agrobiodiversidad, los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales, bajo los principios de equidad, solidaridad, inclusión, sustentabilidad social y ambiental.

El Estado a través de los niveles de gobierno nacional y subnacionales implementará las políticas públicas referentes al régimen de soberanía alimentaria en función del Sistema Nacional de Competencias establecidas en la Constitución de la República y la Ley. (Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria. Artículo 1, 2013. Ecuador. (Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria, 2015)

2.2.4 Factores tecnológicos

Dentro de este factor se puede determinar los diferentes equipos industriales necesarios para la producción de la pastelería como son hornos, frigoríficos, congeladores, batidoras, microondas, moldes, utensilios, termómetros, y finalmente equipos y sistemas de que ayuden en la contabilidad y los inventarios de los diferentes ingredientes y productos que se utilizan dentro del establecimiento, en cuanto a los sistemas utilizados en la industria, son sumamente importantes para poder llevar de forma segura y con un margen de error mínimo, para evitar pérdidas económicas y saber lo que hay en existencia para la producción diaria.

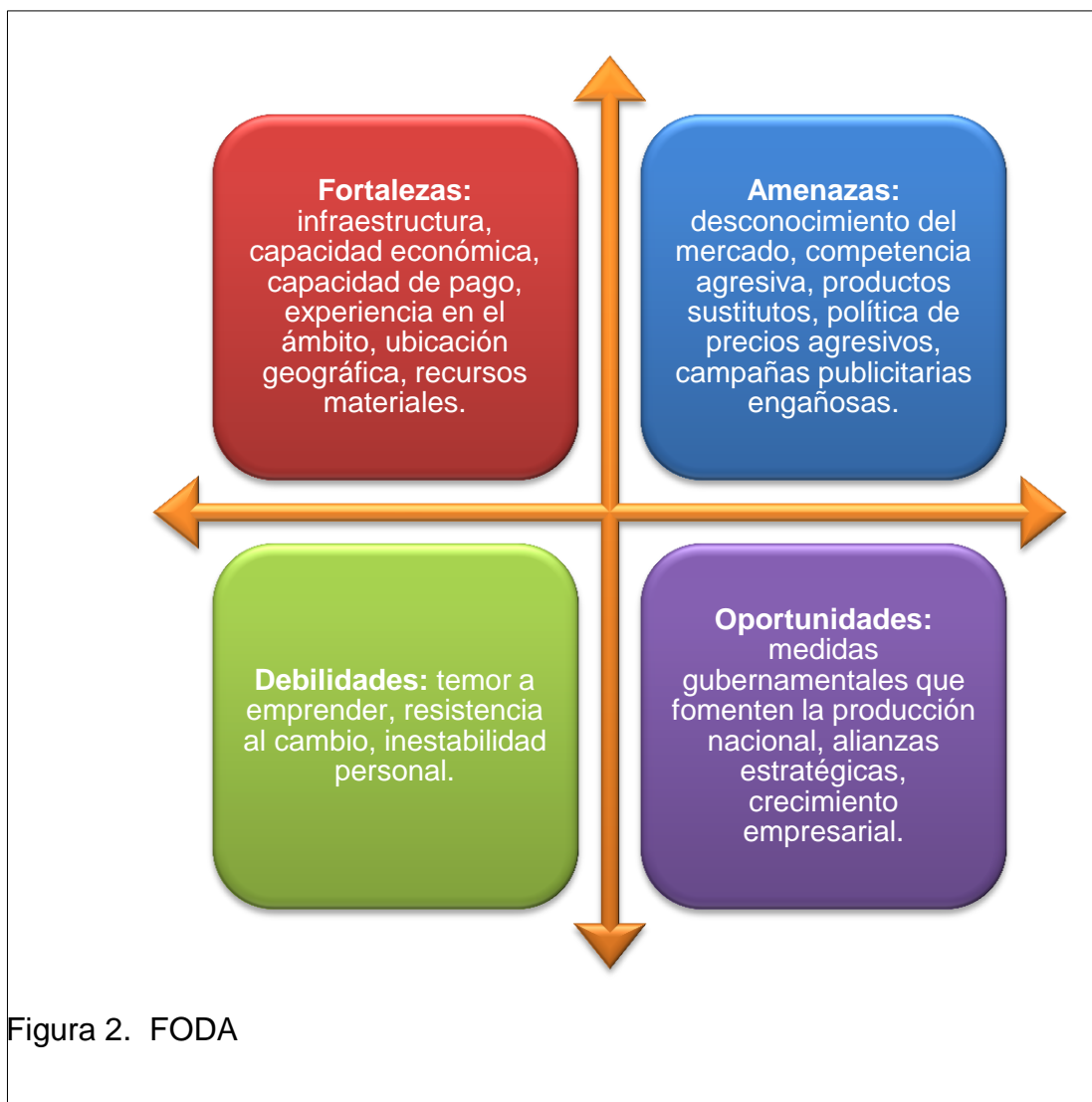
2.3. Matriz FODA

2.3.3. Análisis de competitividad

Tabla 1. Análisis de competitividad

Análisis de competitividad.					
	Calidad	Crème Brule	Mozart	Santo Pecado	CONCLUSION
ATRIBUTOS DE PRODUCTO					
Variedad	D	F	F	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
Presentacion	F	F	F	F	CARACTERISTICA COMUN NEGATIVA
Facilidad de servicio	D	F	D	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
Producto fresco	F	F	D	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
ATRIBUTOS DE PRECIO					
Precio justo	F	D	D	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
Opciones de pago	F	F	F	F	CARACTERISTICA COMUN NEGATIVA
ATRIBUTOS DE PLAZA					
Cercania	F	D	F	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
Facil de encontrar	D	D	F	D	DEBILIDAD
Cientela de nicho gourmet	D	F	D	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
ATRIBUTOS DE PROMOCION					
Publicidad	F	D	D	D	DEBILIDAD
Descuentos	D	D	D	D	OPORTUNIDAD
Promociones	D	D	D	F	FACTOR CRITICO DE EXITO
ATRIBUTOS DE PERSONALIZACION					
Opcion nutricional	D	D	D	D	OPORTUNIDAD
Sabor exelente	F	F	D	F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA
No uso de aditivos	D	D	D	D	OPORTUNIDAD
Uso de ingredientes innovadore	D	D	D	F	FACTOR CRITICO DE EXITO
Comparto una F	CARACTERISTICA COMUN POSITIVA				
Todos tienen F	CARACTERISTICA COMUN NEGATIVA				
Solo nosotros tenemos F	FACTOR CRITICO DE EXITO - VENTAJA COMPETITIVA				
Comparto una D	DEBILIDAD				
Solo nosotros tenemos D	AMANAZA				
Todos tienen D	OPORTUNIDAD				

2.3.4. Ventajas competitivas



3. Capítulo III – Plan Operativo

El plan operativo son algunos de los objetivos que la empresa pretende alcanzar, para un futuro poder satisfacer la demanda de los posibles clientes y establecer de esta forma la capacidad máxima de producción y servicio que puede ofrecer a los clientes.

3.1. Fases de planificación

3.1.3. Plan técnico

3.1.3.1. Capacidad instalada

Tiempo estimado de cuello de botella: Dentro de la elaboración de pasteles y demás productos de pastelería se ha encontrado un cuello de botella en la decoración de cada producto en este caso el más demoroso es una torta con fondant, a continuación se detalla la elaboración de una torta hasta ser despachada al cliente:

Tabla 2. Capacidad instalada

Pesar y organizar los ingredientes	4min
Batido e integración de ingredientes	5min
Enharinado del molde	30seg
Horneado del pastel	45min
Enfriado del pastel	1h
Glasear el pastel y cubrirlo de fondant	3min
Decorarlo	20min
Total	2h 17min 30seg

Una vez determinado el tiempo de producción por pastel se puede establecer cuantas unidades se pueden hornear utilizando los hornos instalados dentro de la planta de producción:

La capacidad de horneado es de 12 pasteles grandes por cada parada, lo que significa que se pueden hornear 96 pasteles en una jornada de 8 horas, mostrando así que el cuello de botella se encuentra en la decoración, ya que se necesita de una persona para hornear y de dos para decorar, es decir para decorar un pastel se necesita aproximadamente 20 minutos con dos personas y se lograría decorar unos 3 pasteles por hora y unos 24 por día

Tiempo de cuello de botella: 1200seg

Horas trabajadas diarias: 8h

Capacidad instalada= H trabajadas/ T cuello de botella

Capacidad instalada= 28800seg/1200

Capacidad instalada= 24 Pasteles

3.1.3.2. Menú

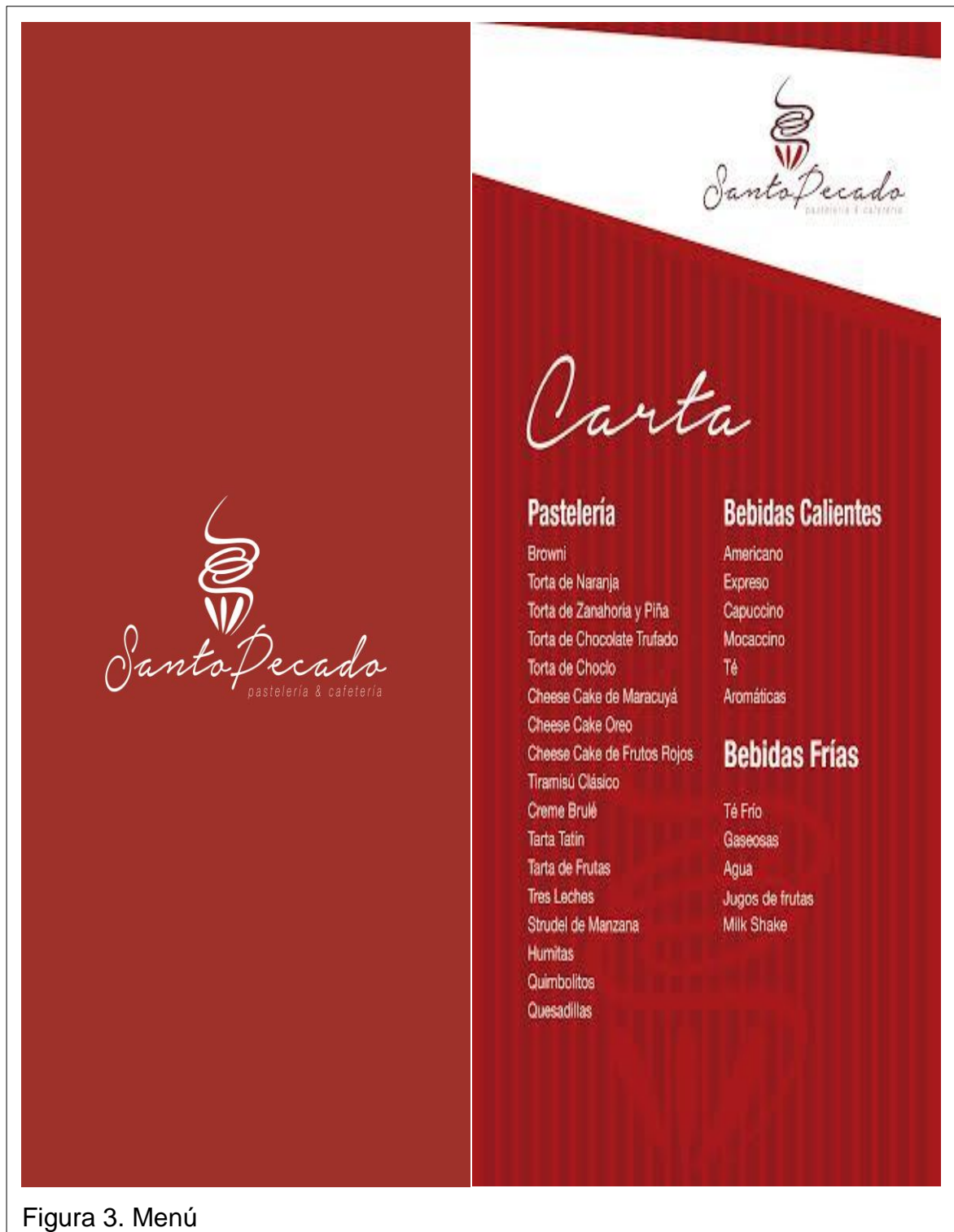


Figura 3. Menú

3.1.3.3. Receta Estándar

Nombre de la receta	Torta de chocolate trufado			
Genero	Frío			
Porciones/Peso porción	Porción: 12 / Peso porción: 100g			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
6	u	Huevos		1,6
300	gr	Azúcar		0,34
280	gr	agua		
400	gr	Chocolate 60%		8
270	gr	Mantequilla		2,44
40	gr	Harina		0,06
20	gr	Cacao en polvo		0,2
			Costo:	12,64
Fotografía	Procedimiento		Costo porción:	1,05
	Batir los huevos y reservar, calentar el agua con azúcar hasta disolverla.			
	Añadir el chocolate y fundirlo en la mezcla anterior, poner la mantequilla hasta incorporar completamente. Esperar 5 minutos y añadir los huevos batidos, poner la harina e integrar con varillas. Colocar la mezcla en un molde y hornearlo en baño maría por 30 minutos a 180°C. Envolver en film y refrigerar hasta servir, colocar cacao en polvo.			

Figura 4. Receta Estándar

3.1.3.4. Cuadro de insumos y Materias Primas

Tabla 3. Insumos y materias primas

Materia primas e insumos.

Materia Prima	Insumos
Harina	Bases para tortas
Huevos	Batidora
Azúcar	Cajas para tortas
Leche	
Queso	
Mantequilla	
Azúcar impalpable	
Chocolate	Transfers para chocolate
Frutos secos	
Pulpas de frutas y frutas frescas	
Cacao en polvo	
Crema de leche	
Especias de dulce	
Vegetales	
Esencia de vainilla	
Licores	
Gelatina	

**Colorantes hidrosolubles y
liposolubles**

Leche condensada

Leche evaporada

Café

Vasos y tasas

3.1.3.5. Cuadro de Tecnología y Equipamiento

Tabla 4. Tecnología y Equipamiento

Equipamiento y Tecnología	
Equipamiento	Tecnología
Computadora	Software Contable
Datafast	Software de facturación
Impresora	Internet
Balanzas digitales	Wi-fi
Mostradores	
Cucharas medidoras	
Horno	
Refrigerador y congelador	
Material para embalar	

Batidoras

Máquina Cafetera

Menaje

Moldes

3.1.3.6. Infraestructura física

Dentro de la infraestructura física se puede determinar los diferentes puntos que son muy importantes para la producción y el servicio de nuestros productos.

3.1.3.6.1. Tamaño de la construcción

El tamaño del local que está estimado para este proyecto cuenta con 85 m² de infraestructura, divididos en área de cocina, de bodega, servicios higiénicos, área de despacho y mostradores y el área de servicio.

3.1.3.6.2. Planos Arquitectónicos

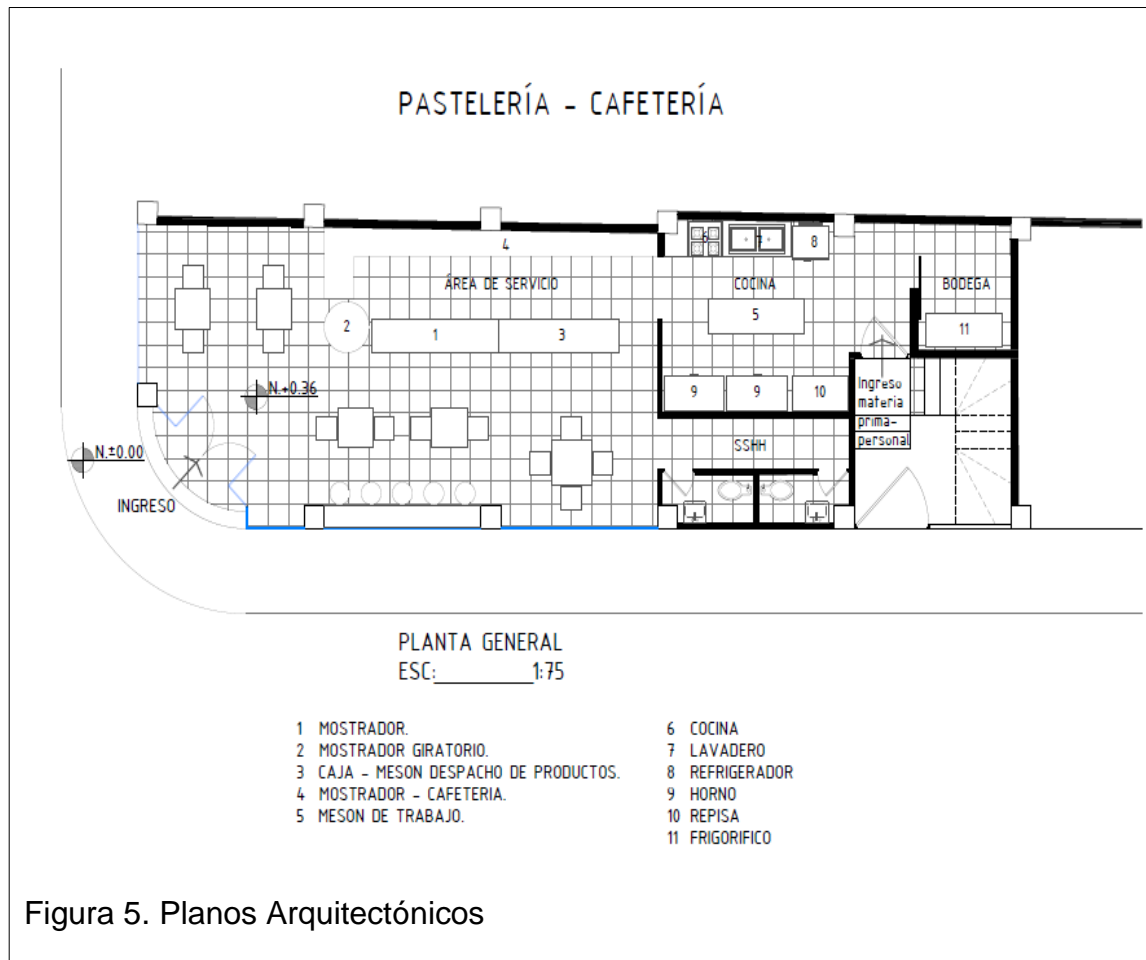


Figura 5. Planos Arquitectónicos

El local ha sido diseñado de manera que se pueda colocar 5 mesas y una barra para la comodidad de los comensales y mejorar la experiencia de estar en un lugar tranquilo y ameno, distribuido de la siguiente forma:

- 4 mesas para 2 personas
- 1 mesa para 4 personas
- Barra panorámica para 5 personas

La capacidad de la pastelería es para 17 personas, de manera que las mesas se encuentren con una buena separación para la privacidad de los comensales.

3.1.3.7. Diagrama de Macro-Proceso Actual

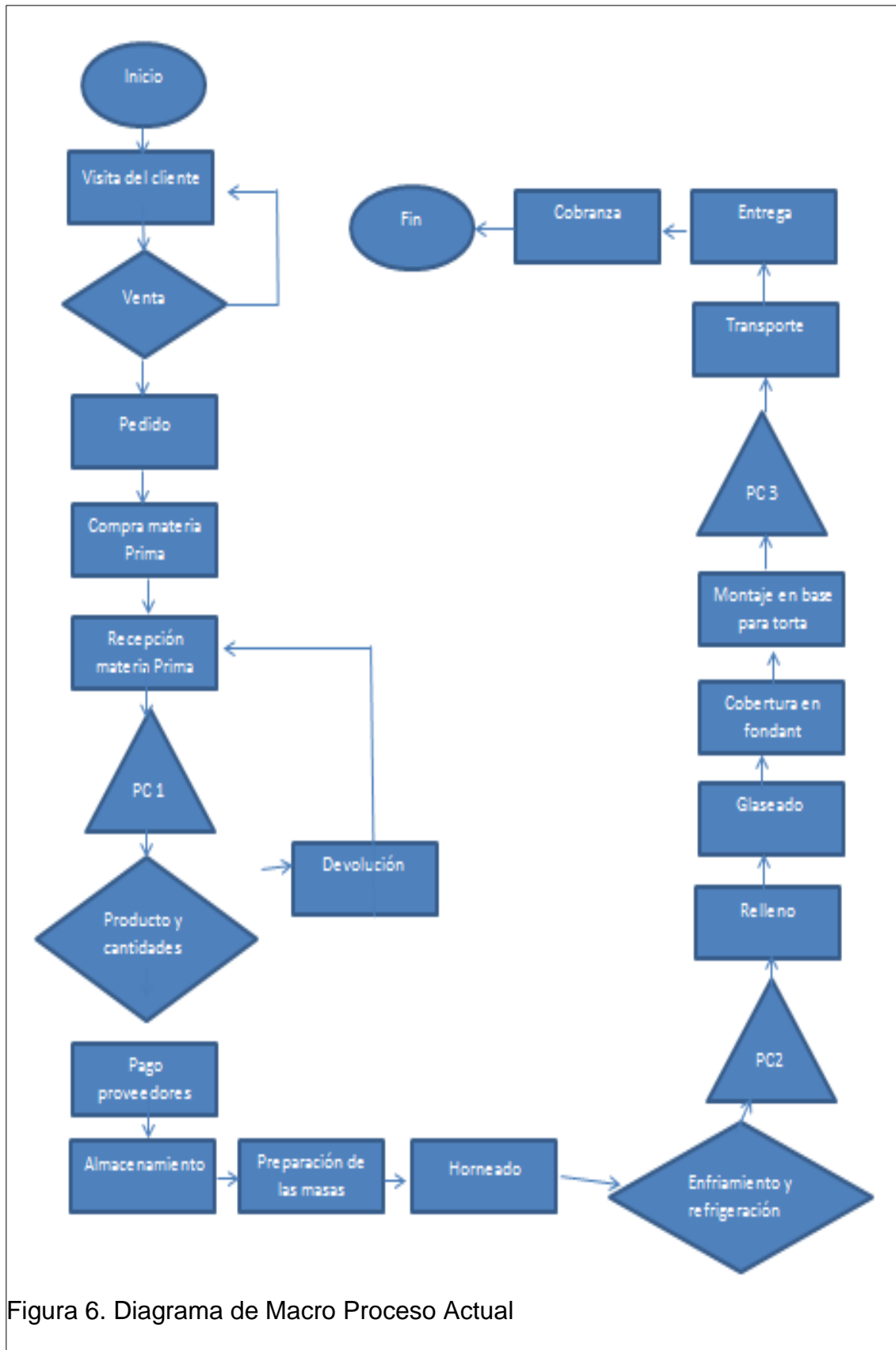


Figura 6. Diagrama de Macro Proceso Actual

PC1.- En este punto de control se debe revisar de manera minuciosa la materia prima que ingresa al establecimiento, para evitar de esta forma devoluciones o pérdida de la misma.

PC2.- En este punto de control se debe tener en cuenta las temperaturas de refrigeración y la manera en que los productos son almacenados dentro del cuarto frío.

PC3.- En este punto de control se debe revisar el terminado del producto, la decoración y la calidad antes de ser transportada o entregada al cliente.

3.2. Plan de Organización y Recursos Humanos

La finalidad de la organización y los recursos humanos es de administrar el talento humano dentro de la institución desde su reclutamiento, selección, ubicación, remuneración, desarrollo y por último auditar a cada una de las personas que lleguen a formar parte de la organización, (Chiavenato, 2009, pág. 15), así como también ayuda a poner reglas y responsabilidades que ayuden a mejorar la calidad de vida en el trabajo y las funciones que cada colaborador debe tener.

3.2.3. Departamentos funcionales

De acuerdo al plan de negocios, la pastelería debe contar con los siguientes departamentos funcionales:

Departamento de Producción: Este departamento está encargado de la producción y presentación de los diferentes productos que la pastelería va a ofrecer, además de la calidad de cada ingrediente y producto final.

Departamento de Servicio: Este departamento es el encargado del servicio en el establecimiento además de la limpieza e higiene tanto del local, menaje y el servicio de los productos a los clientes.

Departamento Contable y Administrativo: Este departamento es el encargado de la contabilidad del negocio así como también de la correcta administración de los ingresos y el manejo de todo el personal.

Departamento de Compras y Bodega: Este departamento es el encargado de realizar la compra, recepción y almacenamiento de la materia prima además de abastecer al departamento de producción con todos los productos necesarios para el día de trabajo.

3.2.4. Inventario de recursos humanos

Tabla 5. Inventario de Recursos Humanos

Cargo	Cantidad
Propietario	1
Chef Pastelero	1
Pasteleros	2
Mesero	1
Cajero	1
TOTAL	6

Nota: Personal necesario para la pastelería Santo Pecado

3.2.5. Organigrama

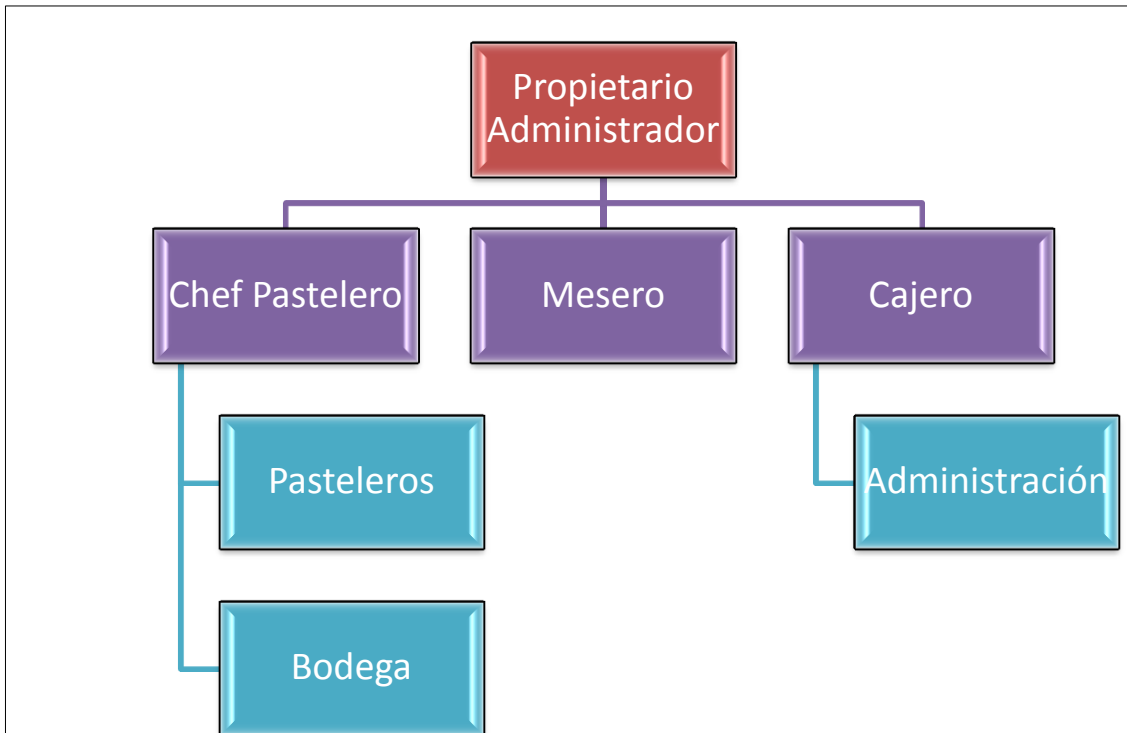


Figura 7. Organigrama

Nota: Descripción jerárquica de la distribución de departamentos en la pastelería.

3.2.6. Descripción de funciones

Tabla 6. Descripción de funciones

PROPIETARIO

Representante Legal.

Responsable de la imagen y publicidad del establecimiento.

Responsable de los pedidos y el manejo de estándares de calidad.

Planeación y control de metas de la empresa.

Informe de labores.

Organización, rotación y horarios del personal.

Investigación de mercado.

Desarrollo de nuevos productos.

Autorización de pagos.

PRODUCCIÓN

Recepción de las órdenes de pedido.

Designación de carga de trabajo en el área.

Control de calidad en productos.

Cumplimiento de fechas y cantidades de pedido.

Revisión de inventarios de maquinaria y materia prima.

Autorización de órdenes de compra.

Control de personal en sus tareas.

Despacho de productos.

Control de estado de equipos

Encargados de la elaboración y decoración de los productos.

Encargados de la limpiezas de las áreas de trabajo

Mantenimiento preventivo de maquinaria

SERVICIO

Limpieza y presentación del local.

Control de las actividades del personal de servicio.

Atención constante de las necesidades del cliente.

Llevar un registro de consejos y sugerencias del cliente.

Trato cordial y amable a los clientes.

Pasar lista de compras de insumos de servicio a bodega.

ADMINISTRACIÓN

Registro del libro diario de la compañía.

Controlar al personal de compras.

Pago puntual de sueldos.

Manejo de actividades y horarios del personal.

Revisar que la contabilidad se mantenga al día.

Revisar y controlar el estado del ambiente laboral.

COMPRAS Y BODEGA

Recepción de listas de compras.

Búsqueda constante de proveedores

Calificación de proveedores.

Recepción y organización de la materia prima.

Pasar facturas a contabilidad.

Revisión de kardex he inventarios.

Compra y stock de productos.

Limpieza y organización de la bodega.

Aplicación FIFO.

Control de calidad de la materia prima.

Responsables del manejo del presupuesto para compras.

Mantener siempre un cronograma de compras y estar pendientes a las variaciones imprevistas del mercado.

3. Capítulo IV - Plan de mercado

Mediante este plan podemos obtener información de mucho valor para nuestro futuro negocio.

4.1. Investigación de Mercado

4.1.1. Objetivos

- Identificar los gustos, preferencias, tendencias y necesidades de los habitantes de la ciudad de Ambato en relación al fascinante mundo de la pastelería a fin de crear una empresa que satisfaga sus requerimientos.
- Comprobar si los habitantes de la ciudad necesitan mayor variedad en este tipo de productos.
- Determinar el segmento de mercado que tiene mayor interés por estos productos.
- Identificar la competencia directa e indirecta para estos productos.

4.1.2. Análisis del mercado

Ambato es una ciudad ubicada en el centro del país por lo cual, es un centro de comercio e intercambio de productos hacia todo el país, haciéndola una de las ciudades con mayor crecimiento y posibilidades para desarrollar un negocio.

Población en Ambato

Hombres: 159.830

Mujeres: 170.026

Total: 329.856

En Tungurahua existen 2.593 establecimientos dedicados a actividades de alojamiento y servicio de comidas.

La población económicamente activa es muy alta llegando a 244.893 personas y con una edad promedio de 30 años, por lo que la economía va en crecimiento y es ideal para acoger posibles clientes potenciales para este plan de negocios. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2011)

4.2. Identificación y caracterización de la demanda

En la ciudad de Ambato existen 114.266 clientes potenciales de edades entre 19 y 40 años y de 40 a 65 años existen 72.181 personas dando un resultado de 186.447 clientes potenciales en esta ciudad, este es la población a la cual va dirigida el presente plan ya que este segmento de mercado es el ideal por su poder adquisitivo y de preferencia para los productos que se van a ofrecer en el negocio. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2011)

Para el plan se estima enfocarse en un porcentaje de los clientes potenciales siendo 186.447 el 100%, al realizar las encuestas se puede identificar que circulan alrededor de 2000 personas de las cuales el 3% podrían ingresar a la pastelería y hacer una compra.

4.3. Identificación y caracterización de la oferta

En la ciudad de Ambato existen 178 negocios dedicados al expendio y elaboración de productos de panadería y pastelería, donde 461 personas están empleadas en este negocio. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2011)

Por este motivo el plan de negocios tiene un alto potencial al tener un mercado aún insatisfecho y deseoso de probar y experimentar nuevas experiencias con productos innovadores y de alta calidad.

4.4. Instrumentos de recolección de la información

Entrevista:

1. DATOS GENERALES**Sexo:** Masculino Femenino **Edad:** _____**Sector de su domicilio:**

Ingresos económicos

Un salario mínimo vital

De 354 – 500 De 501 – 700 De 701- 1000 Más de 1000 **A qué profesión se dedica:**

2. DATOS ESPECIFICOS

1. ¿Qué razones son importantes para usted al momento de comprar un postre, pastel?

2. ¿Cuál es el postre/pastel de su preferencia que consume eventualmente?

3. ¿Cuál es el lugar de su preferencia para comprar un postre/pastel?

4. ¿Le gustaría experimentar comprar postres/pasteles en otro lugar?

Si No

Porqué _____

5. ¿Con que frecuencia compra usted postres/pasteles?

diariamente	
1 vez por semana	
1 vez cada quince días	
1 vez al mes	
Solo en ocasiones especiales	

6. ¿Frecuentemente cuánto paga usted por un pastel?

Pastel pequeño

Pastel mediano

Pastel grande

Pastel personalizado

Postres

7. ¿Cuál es su medio publicitario de preferencia?

Radio

Televisión

Internet

Redes sociales

Publicidad rodante

Pantallas y vallas gigantes

8. ¿Qué tipo de promociones prefiere usted?

Descuentos

Rifas y sorteos

Regalos

Cupones

9. Que sabor de pastel es el de su preferencia

Chocolate

Vainilla

Naranja

Caramelo

Café

Maracuyá

Zanahoria

Otro _____

10. ¿Qué tipo de masa prefiere para su pastel?

Húmeda

Seca

Rellena

Normal

Otra _____

11. Cuando compra un pastel, ¿qué tipo de empaque – embalaje prefiere?

Cartón

Plástico

Espuma Flex

Papel

Otro _____

12. ¿Qué tipo de presentación prefiere para su pastel?

Cuadrado

Redondo

Rectangular

Temático

Personalizado

Otro _____

13. ¿Cuál es el presupuesto mensual que dispone para comprar postres/pasteles?

Encuesta:

1.- ¿A qué género pertenece?

Masculino

Femenino

2.- ¿A qué rango de edad pertenece?

18 o menos

19 – 25

26 – 30

31 – 40

41 – más

3.- ¿Compra usted productos de pastelería?

Sí

No

4.- ¿Cuántas veces al mes consume este tipo de productos?

1 vez

2 veces

3 veces o más

5.- ¿Por qué razón compra este tipo de productos?

Ocasiones especiales

Satisfacer un antojo

Por los niños

Por apariencia

Por su sabor

6.- ¿Cuál es el ingrediente que más le gusta en su pastel?

Fruta, relleno, sabor o cobertura.

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pastel personalizado?

Pastel con fondant para una ocasión especial

20 – 30

31 – 40

41 – 50

51 – 60

61 – más

8.- ¿En qué lugares compra este tipo de productos?

9.- ¿Le gustaría tener otro lugar para comprar estos productos?

Si

No

10.- Basándose en experiencias anteriores ¿Qué le gustaría mejorar o tener en la pastelería?

Productos nuevos

Mejor servicio

Mayor calidad

11.- ¿Le gustaría consumir estos productos con una bebida dentro de la pastelería?

Si

No

12.- Cuando compra un postre o un pastel ¿Qué tipo de empaque prefiere?

Caja de cartón

Envase de plástico

Envase de espuma flex

13.- ¿Cuál es el medio que le gustaría recibir información de este producto?

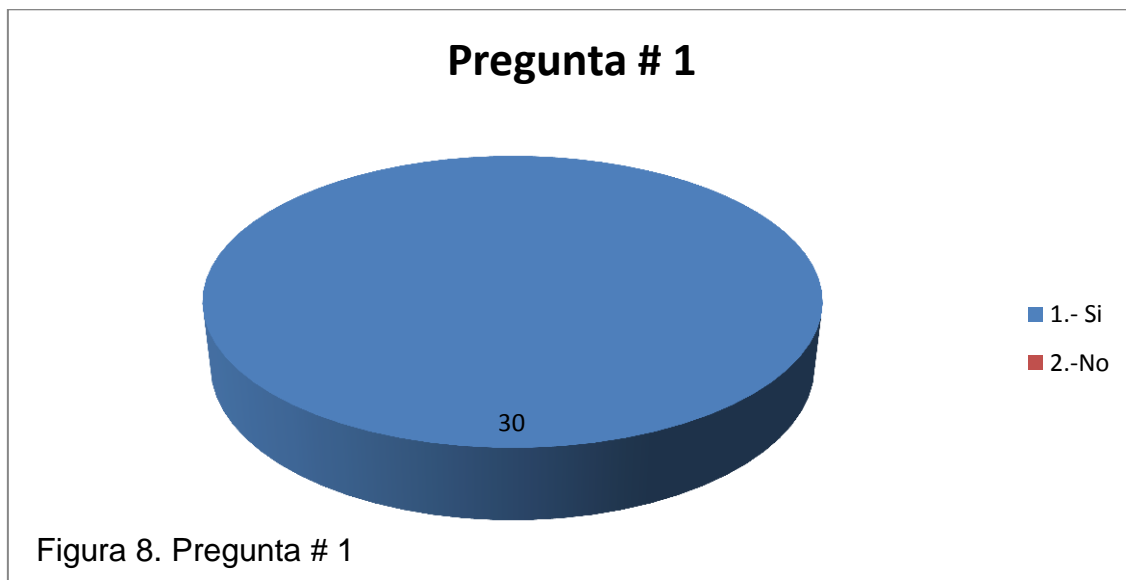
Televisión

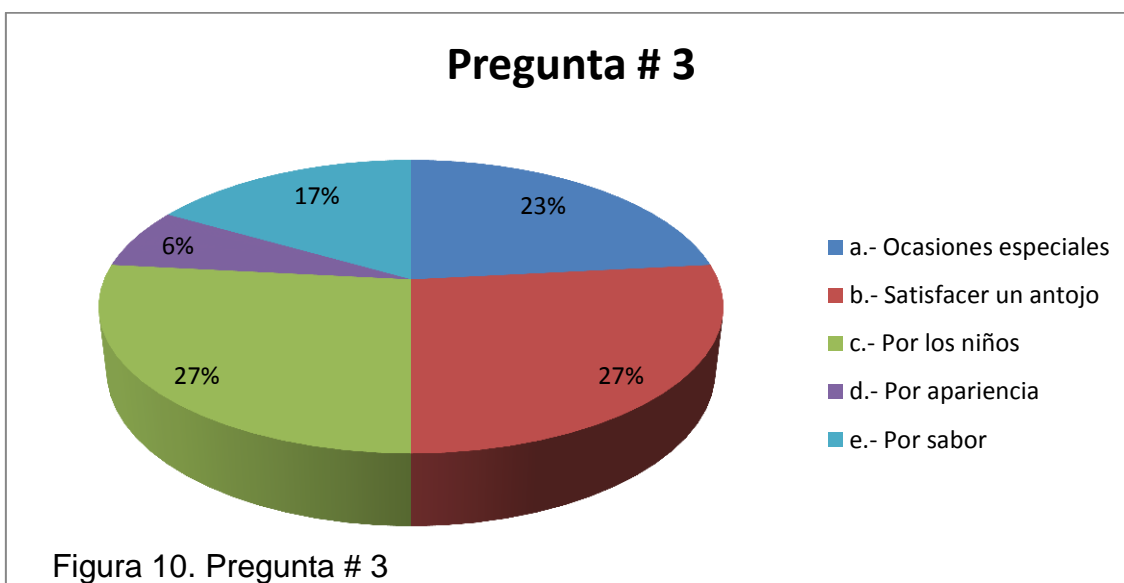
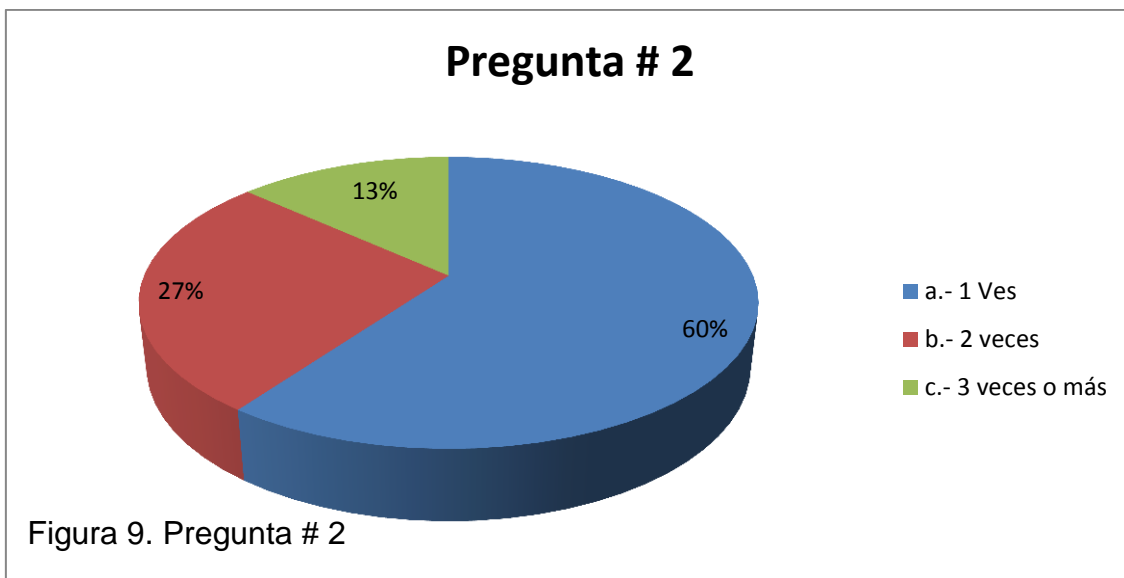
Radio

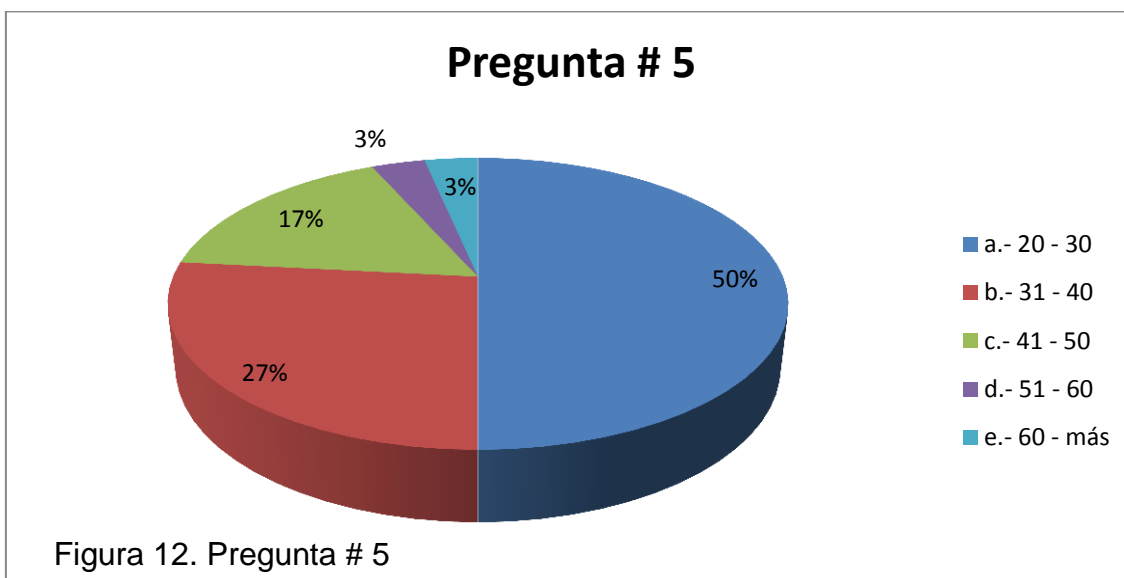
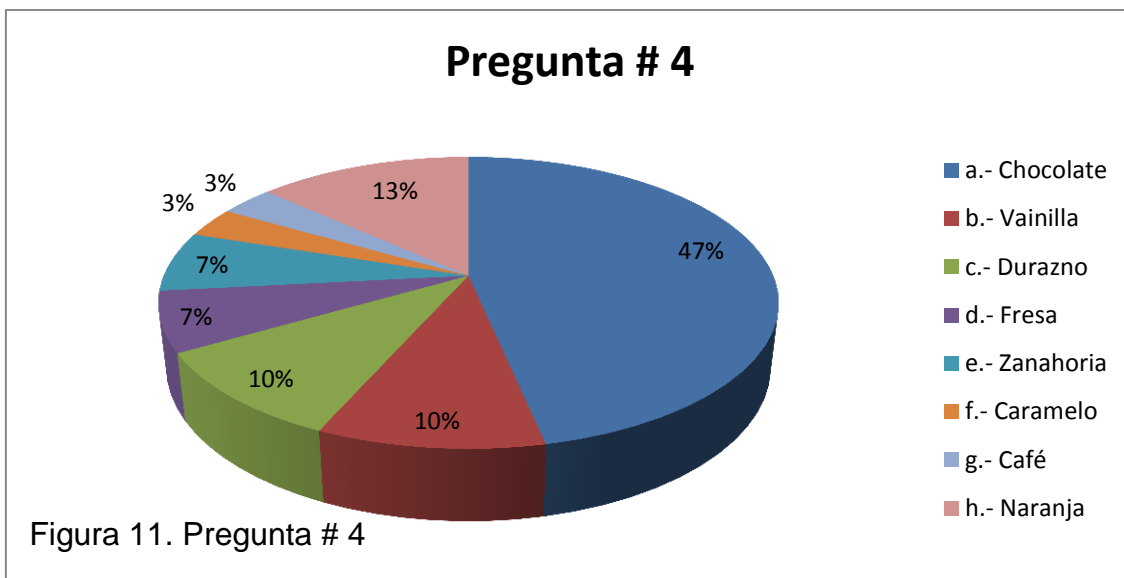
Redes sociales

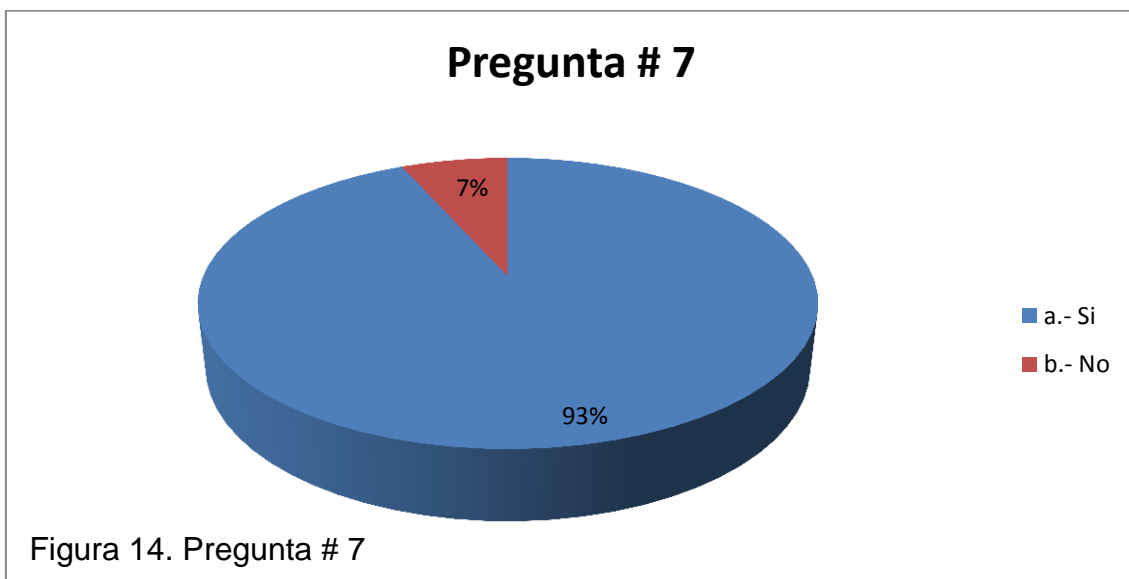
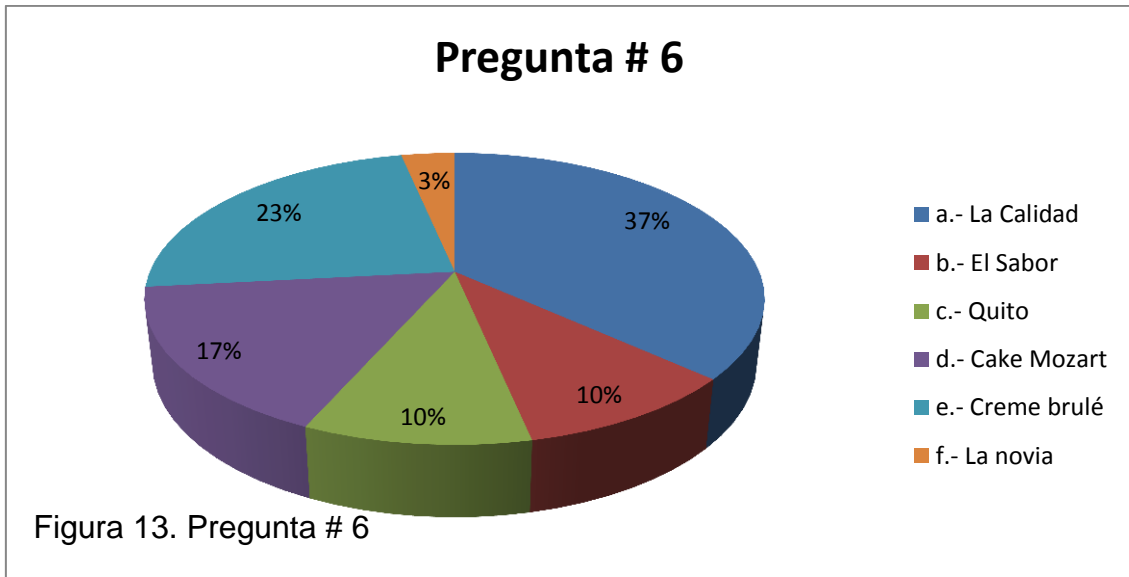
Vallas publicitarias

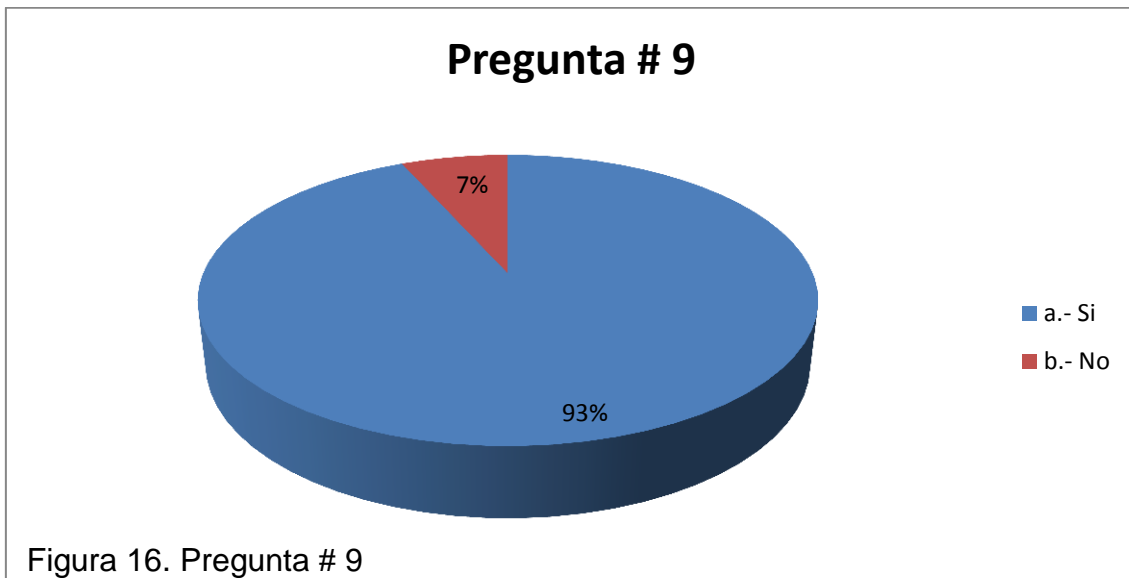
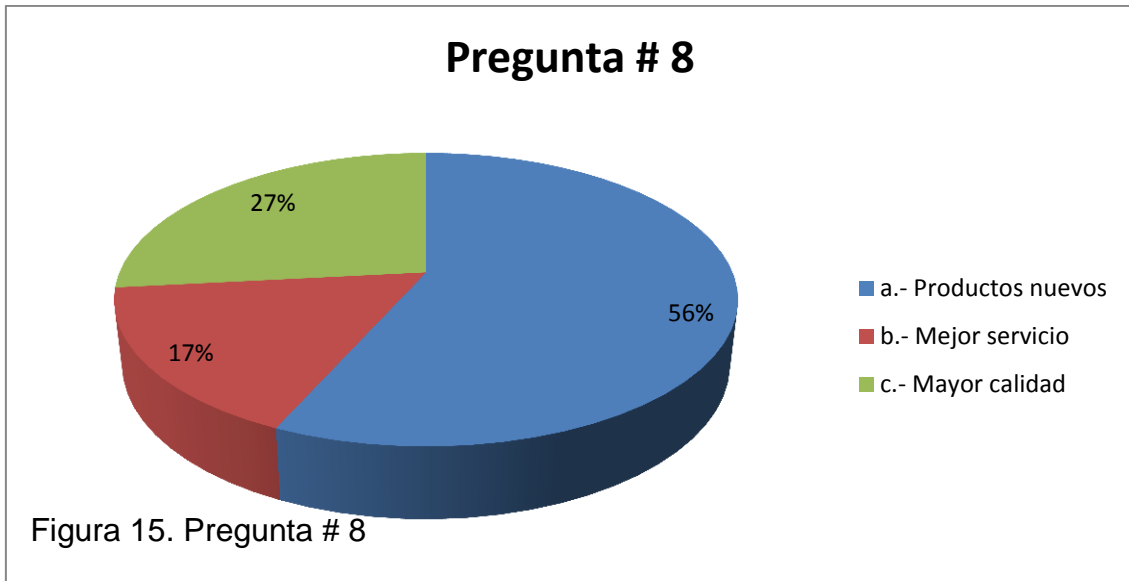
4.5. Análisis de resultados

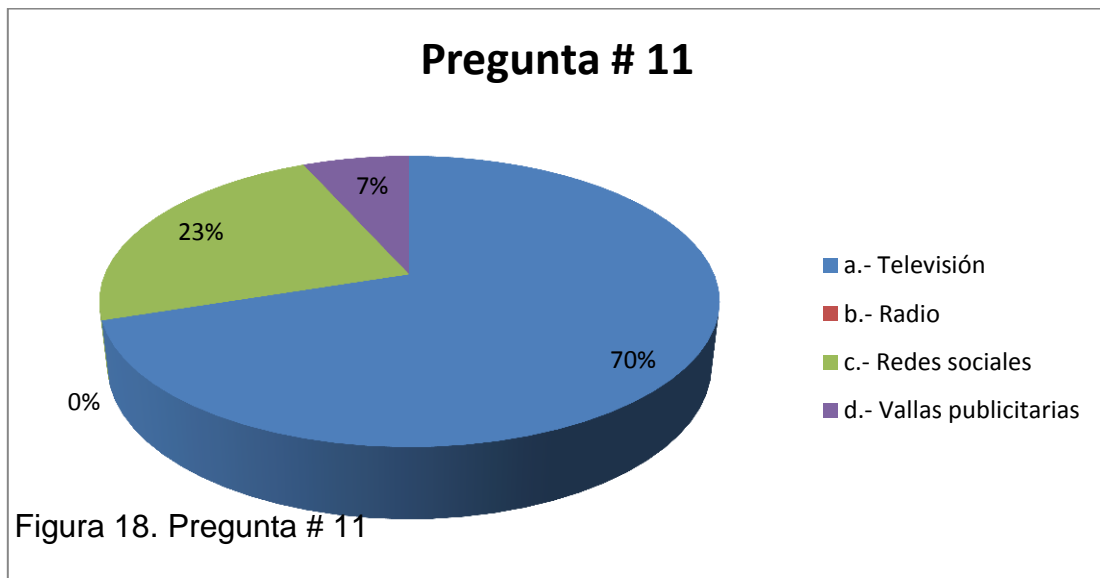
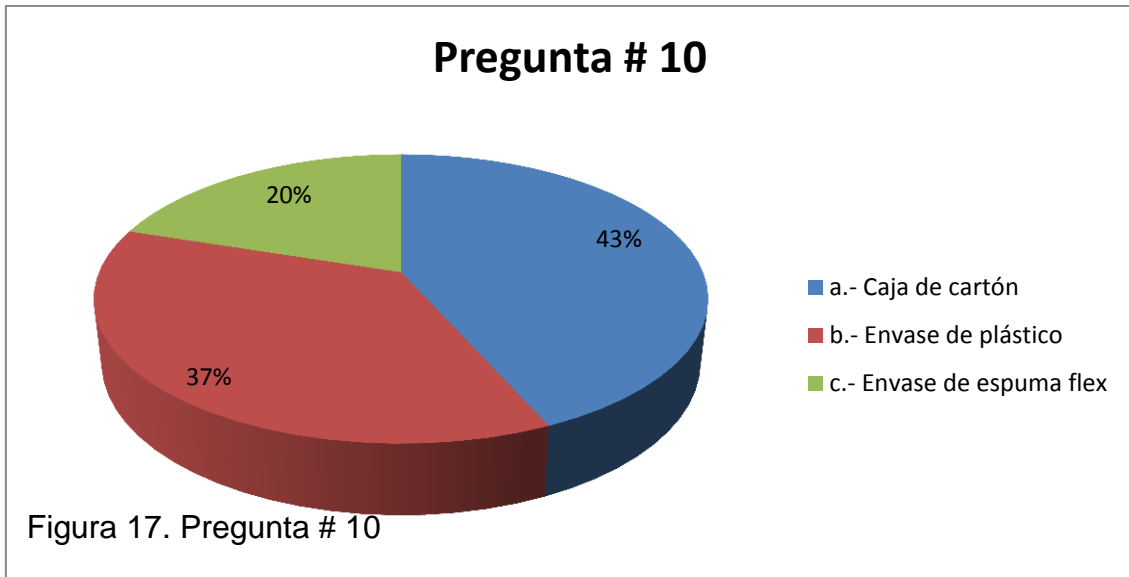












La encuesta es una herramienta de mucha utilidad que proporciona información valiosa para que una empresa o un negocio pueda abarcar o reconocer su mercado y en el desarrollo de esta encuesta se obtuvo información valiosa para la pastelería, ya que se puede identificar claramente los gustos, preferencias y competencia de los clientes potenciales, en su mayoría mujeres; lo cual se desarrolla a continuación:

El 76.66% de los encuestados corresponden al sexo femenino, lo cual indica que las mujeres son el tipo de cliente que más consume o compra este tipo de productos ya que al hacerles la pregunta se identifica que son las encargadas de llevar a su hogar para que sean consumidos por su familia y en otros casos salen con amigas o familiares del mismo sexo a tomar una bebida con estos productos.

El 23.33% de los encuestados corresponden al sexo masculino, lo cual es un valor representativo; sin embargo al realizar la encuesta se llega a conocer que los hombres frecuentan una cafetería – pastelería por impulso de su pareja o mujeres relacionadas directamente a ellos.

El 60% de los encuestados compran este tipo de productos solamente una vez al mes mientras que el 27% lo hacen solamente por satisfacer un antojo, siendo una ocasión especial el 23% lo cual nos da a conocer que la mayoría de personas frecuentan una cafetería – pastelería para satisfacer el antojo de algo dulce en un lugar ameno donde puedan pasar un momento agradable; sin embargo muestra también que muchas personas compran estos productos por una ocasión especial, ya sea un cumpleaños, bautizo, matrimonio entre otros, lo cual muestra que existe un gran mercado para desarrollar nuestros principales productos en este caso los pasteles personalizados, tortas de diferentes sabores e incluso bocaditos para sus compromisos sociales.

Se logra determinar que las personas en esta ciudad se sienten insatisfechas por los productos existentes en la competencia ya que el 56% de los

encuestados desearían tener nuevos productos en las diferentes pastelerías de la ciudad y que el sabor preferido para sus tortas y postres es el de chocolate; mediante esta información se determina que se puede desarrollar muchos y diversos productos con este ingrediente y que satisfaga este mercado. Sin descuidar el buen servicio y la calidad que corresponden al 17 y 27% respectivamente.

El 93% de los encuestados afirman querer consumir productos de pastelería con una bebida, es decir tener un espacio agradable dentro del local para poder degustar estos productos con un café o una bebida, lo cual incentiva al consumidor a realizar una compra más para llevársela a su hogar. Las personas encuestadas coinciden en obtener buena calidad por un precio justo por lo cual se realizó la investigación del envase que realza la calidad del producto y que la gente compraría si lo viera en algún lugar siendo esta una caja de cartón que proteja el producto y le de ese valor agregado que la gente espera por su dinero siendo este el 43% contra el 37% que les gustaría un envase plástico para su producto.

Se ha logrado también identificar claramente cuál es la pastelería que esta posesionada en este mercado, con un 37% la panadería y pastelería La Calidad seguida por la pastelería Creme Brulé con un 23% donde la gente afirma que compran en la primera por sus costos bajos y buen sabor, mientras que en la segunda con un costo más elevado, la gente compra por la calidad y el sabor de sus productos. Se ha determinado también que la panadería y pastelería La Calidad ha logrado captar el mercado por su amplia trayectoria en el mercado, también por su fama en el pan de Ambato y además por su publicidad que la realiza tanto en radio y televisión locales; por esta razón se logra determinar que a las personas les gusta tener acceso a propagandas en su mayoría en televisión con un 70%, mientras que la segunda pastelería es conocida por menos personas ya que su publicidad es casi nula y dirigida a un nicho de mercado de personas más jóvenes por lo cual lo hacen a través de redes sociales que corresponden al 23% de los encuestados.

5. Capítulo V Plan de marketing

5.1. Segmentación

El portafolio de productos que ofrece la Pastelería “Santo Pecado”, está dirigido a un segmento de mercado de acuerdo a las siguientes características:

Tabla 8. Segmentación

Segmento	características	
Demográfico	edad	Toda edad, de preferencia personas de 19 a 65 años
	ocupación	Profesionales, empleados públicos y privados
	Ingresos económicos	Ingresos superiores al salario mínimo vital
	Género	Femenino de preferencia
Geográfico	Centro de la ciudad	Ambato
Psicográfico	Motivación de compra	Tendencia a degustar de postres y golosinas como parte de su diario vivir
Comportamental	usuarios	Por lo menos de 1 vez a la semana

5.2. Producto

Está constituido por un conjunto de atributos que despiertan el deseo de compra y seducen su consumo; el portafolio de productos son:

**Tortas personalizadas con
temáticas diversas por
ejemplo:**

Fiestas infantiles

Cumpleaños

Matrimonios

Entre otros eventos sociales.



**Tortas clásicas de sabores y
formas diferentes**



Postres**Tres leches****Tiramisú****Cheese cake**

Pastelería nacional

Bebidas frías y calientes**Jugos de fruta****Milk shake****Café****Capuchino entre otros.**

Figura 19. Línea de productos

5.1.1. Desarrollo del menú



Figura 20. Desarrollo del menú

5.2. Marca

Significado

Nombre escogido luego de un análisis de impacto a un grupo de consumidores conformado por hombres y mujeres quienes manifiestan que se sienten culpables luego de disfrutar un delicioso pastel o postre, por esta razón surge “Santo Pecado” Pastelería y Cafetería.

Colores:

Se escogen estos colores por sus atributos y características que transmiten energía y estimulan al cliente a comprar los productos, se detallan a continuación:



Rojo: Es el principal color tanto del logotipo como de la carta, transmite varios sentimientos al consumidor como pasión y amor, relacionado directamente como el nivel de energía y la atracción que genera a la vista.



Café oscuro: Representa la amabilidad, sencillez y la salubridad, es cálido y neutro; estimula el apetito de los consumidores y transmite el concepto de un producto inocuo en el que se puede confiar.



Blanco: Es el mejor color de fondo ya que facilita la lectura y realza a los demás colores, transmite tranquilidad y confort al consumidor.

Slogan:

Es una frase corta personalizada, elegante, que expresa la razón de ser la pastelería, se propone:

La mejor calidad, lo mejor para ti.

Logotipo:

Está constituido por una representación gráfica de fácil identidad y que le diferencia de la competencia, la misma que busca posicionarse en la mente del consumidor; el logotipo que se ha creado busca tener una relación directa con los productos que se expenden ya que la base del logotipo es un pirotin de un cup cake de donde nace el vapor o aroma del café en forma de una “S” siendo ésta la inicial del nombre de la pastelería; se propone:



Figura 21. Logotipo

5.3. Servicio

El buen trato y la experiencia del cliente durante su estancia en el establecimiento de alimentos y bebidas es primordial y complementario al producto que se ofrece, ya que una persona al sentirse bien tratada e importante, generalmente se convierte en un cliente frecuente y fiel a la nueva marca que se impone en el mercado. (Kotler, 2008)

Siendo así el plan, se propone un servicio eficaz, amable y sobretodo atento para complacer al cliente y poder sobresalir de la competencia a más de la calidad de los productos.

El personal de servicio debe estar capacitado de una manera que pueda atender todas la exigencias del cliente “ El cliente siempre tiene la razón”; las personas a cargo de ésta área deben tener en cuenta su higiene personal y su apariencia bien cuidada es decir, los hombres deben estar bien rasurados y peinados utilizando siempre una malla para cabello, sin perfume muy fuerte y las mujeres con el cabello bien recogido y de igual forma con malla para cabello, además de no tener exceso de maquillaje ni esmalte para uñas.

El uniforme debe ser impecable, limpio y en perfectas condiciones para poder dar una buena impresión del establecimiento y del personal al cliente; el uniforme incluye una camisa manga larga color rojo con el logotipo de la pastelería en el costado izquierdo del pecho, pantalón de tela o licra (en caso de mujeres) negro y zapatos formales negros, para resaltar los colores del salón y del logotipo de la empresa.



Figura 22. Uniforme

5.4. Estrategias de Marketing

5.4.1. Estrategia de Precio

Según Kotler, Los precios que una compañía cobra se ubican en el punto medio entre ser ya sea demasiado altos para cumplir con la demanda o demasiado bajos para producir ganancias.

Precio:

La variable que le genera ingresos a la empresa, es el precio, por lo que se recomienda fijar políticas de precios que atraigan al consumidor, no solo por la calidad del producto, sino porque luego de la investigación de campo, el consumidor está dispuesto a saborear una nueva alternativa con precios justos. (Kotler, 2013, p. 261) como es una empresa nueva se recomienda una política de precios bajos sin descuidar la calidad, como estrategia para captar clientes potenciales. Se propone la siguiente liste de precios:

Tabla 9. Precios Competencia

Lista de precios

Tortas y pasteles (Especialidad de la pastelería)

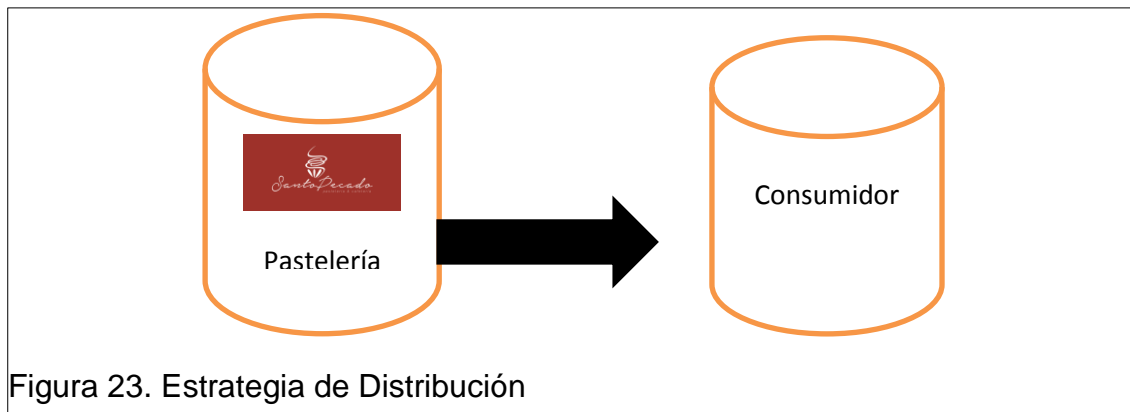
Producto	Grande	Mediano	Pequeño	Especiales
Tortas clásicas	15 - 20\$	10 - 15\$	5 - 10\$	20 - 30\$
Tortas personalizadas	40 - 30\$	20 - 30\$	20\$	50 - 60\$
Tortas con fondant	80 - 100\$	60 - 80\$	50 - 60\$	100 a más

Postres (Porción)

	Porción	Entero
Postres clásicos (Tres leches, Mousse, etc.)	2,5 - 3,5\$	-
Tartaletas, Strudel, Cheese cake	3 - 4\$	10 - 15\$
Nacionales	1 - 2\$	
Bebidas		
Café	1 - 2\$	
Café especiales (Capuccino, Mocaccino)	2 - 4\$	
Aromáticas	1 - 1,5\$	
Jugos de frutas	2 - 3\$	
Batidos, Milk Shake, Bebidas Frozen	4 - 5\$	

5.4.2. Estrategia de Distribución

Se recomienda poner en marcha una red de distribución directa acortando los canales de distribución, esto es, directamente el servicio personalizado y los productos al consumidor, utilizando un canal de distribución cero y evitando la intermediación para un mejor precio y atención del cliente.



5.4.3. Estrategia de Producto

No menos importante, es el material, la presentación, las formas, los colores, el diseño con que se protege al producto y que garantice llegar a la mesa del consumidor en óptimas condiciones, por lo que se sugiere:

Tortas



Presentaciones individuales



Postres



Tartaletas completas



Figura 24. Empaques

5.4.4. Estrategias de Comunicación

Las estrategias de comunicación ayudan a la empresa a cumplir con los objetivos tanto generales como los específicos planteados, también transmite claramente lo que el gerente o propietario desea, ayudando a los asociados a cumplir y satisfacer los requerimientos que tanto la empresa como su propietario desean. (Kotler, 2013, p. 361)

La comunicación se ve reflejada en el cumplimiento de las metas y tener claro lo que la empresa transmite a través de su visión y misión, ayudando así a tener claro lo que cada persona dentro de la empresa debe hacer y cumplir dentro de un plazo o generalmente en su trabajo cotidiano para poder aportar al desarrollo empresarial.

6. Capítulo VI Plan Financiero

6.1. Receta Estándar

RECETA ESTANDAR				
Nombre de la receta	Torta de chocolate trufado			
Genero	Frío			
Porciones/Peso porcion	Porción: 12 / Peso porción: 100g			
Fecha de elaboracion				
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
6	u	Huevos		1,6
300	gr	Azúcar		0,34
280	gr	agua		
400	gr	Chocolate 60%		8
270	gr	Mantequilla		2,44
40	gr	Harina		0,06
20	gr	Cacao en polvo		0,2
			Costo:	12,64
Fotografía	Procedimiento		Costo porción:	1,05
	Batir los huevos y reservar, calentar el agua con azúcar hasta disolverla.			
	Añadir el chocolate y fundirlo en la mezcla anterior, poner la mantequilla hasta incorporarla completamente. Esperar 5 minutos y añadir los huevos batidos, poner la harina e integrarla con varillas. Colocar la mezcla en un molde y hornearlo en baño maría por 30 minutos a 180°			
	Envolver en film y refrigerar hasta servir, colocar cacao en polvo.			

Figura 25. Receta Estándar

6.2. Ticket Promedio y Utilidad

Tabla 10. Ticket Promedio y Utilidad

TICKET PROMEDIO & UTILIDAD																		
RUBRO DE COSTOS	COSTOS TOTALES MENSUALES MAXIMOS	CAPACIDAD PAX INSTALADA	Costo de Rubro por PAX		BEBIDAS		POSTRES											
MP	\$ 3.576,83	1331,1	\$ 2,69	\$ 0,81	30%	0,81	70%	1,88										
OC-CF	\$ 1.735,00	1331,1	\$ 1,30	\$ 0,39				0,91										
MANO DE OBRA	\$ 4.009,22	1331,1	\$ 3,01	\$ 0,90				2,11										
GASTO TOTAL MENSUAL	\$ 9.321,05	1331,1	\$ 7,00	\$ 2,10				4,90										
TICKET PROMEDIO																		
Secciones del Menú	Platos & Bebidas	MP	CF	MO	COSTO TOTAL	Utilidad Bruta con Impuestos	% Utilidad	Precio sin IVA	Precio \$ + IVA	Promedio x Sección	PROBABLES ESCENARIOS DE TICKET PROMEDIO			Promedio de Escenarios Posibles 1-2-3 = TICKET PROMEDIO				
											1	2	3					
A	Postres	Tres leches	\$ 0,71	24%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 3,73	\$ (0,73)	-24%	\$ 2,68	\$ 3,00	\$ 3,08	\$ 9,29	\$ 7,08	\$ 9,21	\$ 8,52
		Tiramisú	\$ 1,55	44%	\$ 0,91	26%	\$ 2,11	60%	\$ 4,57	\$ (1,07)	-31%	\$ 3,13	\$ 3,50					
		Browni	\$ 0,59	20%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 3,61	\$ (0,61)	-20%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Strudel	\$ 0,42	14%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 3,44	\$ (0,44)	-15%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Crema Brulé	\$ 0,58	17%	\$ 0,91	26%	\$ 2,11	60%	\$ 3,60	\$ (0,10)	-3%	\$ 3,13	\$ 3,50					
		Torta de naranja	\$ 0,37	12%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 3,39	\$ (0,39)	-13%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Torta de zanahoria y piña	\$ 0,52	17%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 3,54	\$ (0,54)	-18%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Torta de chocolate trufado	\$ 1,05	35%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 4,07	\$ (1,07)	-36%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Cheese cake frutos rojos	\$ 1,00	33%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 4,02	\$ (1,02)	-34%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Cheese cake maracuyá	\$ 0,86	29%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 3,88	\$ (0,88)	-29%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Cheese cake oreo	\$ 0,84	28%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 3,86	\$ (0,86)	-29%	\$ 2,68	\$ 3,00					
Tarta tatin	\$ 0,61	20%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 3,63	\$ (0,63)	-21%	\$ 2,68	\$ 3,00							
Tarta de frutas	\$ 1,74	58%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 4,76	\$ (1,76)	-59%	\$ 2,68	\$ 3,00							
B	Postres ecuatorianos	Humitas	\$ 0,63	42%	\$ 0,91	61%	\$ 2,11	141%	\$ 3,65	\$ (2,15)	-143%	\$ 1,34	\$ 1,50	\$ 1,33	\$ 9,29	\$ 7,08	\$ 9,21	\$ 8,52
		Quimbolitos	\$ 0,82	55%	\$ 0,91	61%	\$ 2,11	141%	\$ 3,84	\$ (2,34)	-156%	\$ 1,34	\$ 1,50					
		Quesadillas	\$ 0,25	25%	\$ 0,91	91%	\$ 2,11	211%	\$ 3,27	\$ (2,27)	-227%	\$ 0,89	\$ 1,00					
C	Bebidas Calientes	Café americano	\$ 1,04	42%	\$ 0,91	36%	\$ 2,11	84%	\$ 4,06	\$ (1,56)	-62%	\$ 2,23	\$ 2,50	\$ 2,75	\$ 9,29	\$ 7,08	\$ 9,21	\$ 8,52
		Espresso	\$ 1,04	42%	\$ 0,91	36%	\$ 2,11	84%	\$ 4,06	\$ (1,56)	-62%	\$ 2,23	\$ 2,50					
		Capuccino	\$ 1,50	50%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 4,52	\$ (1,52)	-51%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Mocaccino	\$ 1,60	53%	\$ 0,91	30%	\$ 2,11	70%	\$ 4,62	\$ (1,62)	-54%	\$ 2,68	\$ 3,00					
D	Bebidas Frías	Jugos	\$ 0,41	16%	\$ 0,39	16%	\$ 0,90	36%	\$ 1,70	\$ 0,80	32%	\$ 2,23	\$ 2,50	\$ 2,13	\$ 9,29	\$ 7,08	\$ 9,21	\$ 8,52
		Milkshake	\$ 0,70	23%	\$ 0,39	13%	\$ 0,90	30%	\$ 1,99	\$ 1,01	34%	\$ 2,68	\$ 3,00					
		Gaseosa	\$ 0,60	40%	\$ 0,39	26%	\$ 0,90	60%	\$ 1,89	\$ (0,39)	-26%	\$ 1,34	\$ 1,50					
		Aguas	\$ 0,50	33%	\$ 0,39	26%	\$ 0,90	60%	\$ 1,79	\$ (0,29)	-20%	\$ 1,34	\$ 1,50					
		Costo Promedio MP	32%	Costo Promedio OC	34%	Costo Promedio MO	78%		Utilidad Promedio	-45%								
COSTO MP PROMEDIO																		
Platos & Bebidas	MP	Promedio x Sección	PROBABLES ESCENARIOS DE TICKET PROMEDIO			Promedio de Escenarios Posibles 1-2-3 = TICKET PROMEDIO												
			1	2	3													
Postres	Tres leches	\$ 0,71	\$ 0,83	\$ 3,25	\$ 2,55	\$ 3,10	\$ 2,97											
	Tiramisú	\$ 1,55																
	Browni	\$ 0,59																
	Strudel	\$ 0,42																
	Crema Brulé	\$ 0,58																
	Torta de naranja	\$ 0,37																
	Torta de zanahoria y piña	\$ 0,52																
	Torta de chocolate trufado	\$ 1,05																
	Cheese cake de frutos rojos	\$ 1,00																
	Cheese cake de maracuyá	\$ 0,86																
	Cheese cake oreo	\$ 0,84																
Tarta tatin	\$ 0,61																	
Tarta de frutas	\$ 1,74																	
Humitas	\$ 0,63	\$ 0,57	\$ 3,25	\$ 2,55	\$ 3,10	\$ 2,97												
Quimbolitos	\$ 0,82																	
Quesadillas	\$ 0,25																	
Bebidas Calientes	Café Americano	\$ 1,04	\$ 1,30	\$ 3,25	\$ 2,55	\$ 3,10	\$ 2,97											
	Espresso	\$ 1,04																
	Capuccino	\$ 1,50																
	Mocaccino	\$ 1,60																
Bebidas Frías	Jugos	\$ 0,41	\$ 0,55	\$ 3,25	\$ 2,55	\$ 3,10	\$ 2,97											
	Milkshake	\$ 0,70																
	Gaseosa	\$ 0,60																
	Aguas	\$ 0,50																
Otros																		

6.4. Nómina Salarial

Tabla 12. Nómina Salarial

CARGO	NOMINA	(A) JORNADA ORDINARIA 40 Horas semanales, 5 días a la semana, dos días de descanso		(B) HORAS SUPLEMENTARIAS al 50% & al 100% Cuando pasan sus 8 horas de trabajo diarias; con un máximo de 4 horas por día, 12 horas por semana. Hasta las 12h00 de la noche tendrá un recargo del 50% en cada hora suplementaria Después de las 12h00 de la noche tendrá un recargo del 100% en cada hora suplementaria					(C) JORNADAS NOCTURNAS al 25% Jornada entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, que podrá durar igual que la jornada diurna de hasta 8 horas. Tendrá un recargo del 25%			(D) HORAS EXTRAS al 100% Cuando el empleado trabaja sábados, domingos (o sus días libres) o días feriados Tendrá un recargo del 100%			(E) TOTAL SUELDO BRUTO	Sueldo Bruto ÷ 12 Meses	Sueldo Básico ÷ 12 Meses	Sueldo Bruto ÷ 360 días x 15 días	APORTES al IESS Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social			Sueldo Neto	Nombre	Cargo	
		(A1) Sueldo Bruto Base	(A2) Valor x Hora Ordinaria Jornada de 8 horas (A1 ÷ 30 días ÷ 8 horas)	(B1) Valor \$ Total a pagar x Horas Suplementarias al 50% y 100% (B2x83 + B4xB5)	(B2) Q Horas Suplementarias (Hasta las 12h00) al 50% extra	(B3) Valor x Hora Suplementaria al 50% extra (A2 x 1,5)	(B4) Q Horas Suplementarias (Desde las 12h00 hasta las 06h00) al 100% extra	(B5) Valor x Hora Suplementaria al 100% extra (A2 x 2)	(C1) Valor \$ Total a pagar x Horas en Jornada Nocturna al 25% (C2 x C3)	(C2) Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	(C3) Valor x Hora en Jornada Suplementaria al 25% extra (A2 x 1,25)	(D1) Valor \$ Total a pagar x Horas Extras al 100% (D2 x D3)	(D2) Q Horas Extras (Días libres y feriados) al 100%	(D3) Valor x Hora Extra 100% (A2 x 2)	(E) TOTAL SUELDO BRUTO	DTR Decimo Tercera Remuneración	DCR Decimo Cuarta Remuneración	Vacaciones 15 días al año	Aporte Empleado 9,45%	Aporte Patronal 11,15%	IECE 0,50% SECAP 0,50%				
1	Administrador	Nombre 1	\$ 900,00	\$ 3,75	\$ -	0	\$ 5,63	0	\$ 7,50	\$ -	0	\$ 4,69	\$ -	0	\$ 7,50	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 28,33	\$ 37,50	\$ 85,05	\$ 100,35	\$ 9,00	\$ 1.150,18	Nombre 1	Administrador
2	Pastelero principal	Nombre 2	\$ 600,00	\$ 2,50	\$ -	0	\$ 3,75	0	\$ 5,00	\$ -	0	\$ 3,13	\$ -	0	\$ 4,69	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 25,00	\$ 56,70	\$ 66,90	\$ 6,00	\$ 776,23	Nombre 2	Pastelero principal
3	Pastelero 1	Nombre 3	\$ 400,00	\$ 1,67	\$ -	0	\$ 2,50	0	\$ 3,33	\$ -	0	\$ 2,08	\$ -	0	\$ 3,13	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93	Nombre 3	Pastelero 1
4	Pastelero 2	Nombre 4	\$ 400,00	\$ 1,67	\$ -	0	\$ 2,50	0	\$ 3,33	\$ -	0	\$ 2,08	\$ -	0	\$ 3,13	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93	Nombre 4	Pastelero 2
5	Mesero 1	Nombre 5	\$ 380,00	\$ 1,58	\$ -	0	\$ 2,38	0	\$ 3,17	\$ -	0	\$ 1,98	\$ -	0	\$ 2,97	\$ 380,00	\$ 31,67	\$ 28,33	\$ 15,83	\$ 35,91	\$ 42,37	\$ 3,80	\$ 502,00	Nombre 5	Mesero 1
6	Cajero	Nombre 6	\$ 400,00	\$ 1,67	\$ -	0	\$ 2,50	0	\$ 3,33	\$ -	0	\$ 2,08	\$ -	0	\$ 3,13	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93	Nombre 6	Cajero

TOTALES	\$ 3.080,00	\$ 2,14	\$ -	0	\$ 3,21	0	\$ 4,28	\$ -	0	\$ 2,67	\$ -	0	\$ 4,09	\$ 3.080,00	\$ 256,67	\$ 170,00	\$ 128,33	\$ 291,06	\$ 343,42	\$ 30,80	\$ 4.009,22
	Valor Total a Pagar en Sueldos Brutos	Valor promedio Hora Ordinaria	Valor Total a Pagar en Horas Extraordinarias	TOTAL Q Horas Suplementarias (Hasta las 12h00)	Valor promedio Hora Suplementaria	TOTAL Q Horas Suplementarias (desde las 12h00)	Valor promedio Hora Suplementaria (desde las 06h00)	TOTAL a Pagar en Jornadas Nocturnas al 25%	TOTAL Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna al 25%	Valor Total a Pagar en Jornadas Nocturnas	Total Horas Jornada Nocturna	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna	TOTAL SUELDO BRUTO NOMINA	Previsión Mensual RRHH			Pago Mensual Aportes al IESS		Pago Mensual en Sueldos	
															\$ 555,00			\$ 665,28		\$ 4.009,22	

Horas Extras**Previsión Mensual RRHH****Pago Mensual Aportes al IESS****Pago Mensual en Sueldos**

\$ 4.009,22

Total Costo Mano Obra**Jornada ordinaria o diurna:**

En el caso del Ecuador es de lunes a viernes 8 horas diarias 40 horas semanales.

Jornada nocturna:

La jornada nocturna, entendiéndose por tal la que se realiza entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco (25%) por ciento

Horas suplementarias:

Después de la jornada ordinaria, máximo 4 horas al día y 12 horas a la semana.

Recargo del 50% hasta las 24H00, 100% desde 01H00 a 06H00

Horas Extras:

Cuando el empleado trabaja sábados, domingos o días feriados = Recargo del 100%

6.5. Otros Costos

Tabla 13. Otros Costos

OTROS COSTOS - COSTOS FIJOS		
Servicios Basicos		OBSERVACIONES
Agua	\$ 30,00	Consumo Básico
Luz	\$ 30,00	Consumo Básico
Teléfono fijo	\$ 20,00	Linea Fija
Gas	\$ 200,00	Bobonas de Gas sin Subsidio Gubernamental
Internet	\$ 30,00	Trabajo + Wifi Clientes
Servicios Complementarios		
Control de Plagas	\$ 100,00	Mantenimiento y Control
Asesoramiento Legal	\$ 50,00	Contratos, Permisos, MRL, Etc.
Costos Bancarios	\$ 50,00	Retiros, Transferencias, Chequeras, Certificaciones, etc.
Tramites Varios	\$ 50,00	Peajes, Parqueaderos, Propinas, etc.
Gastos de Gestion	\$ 50,00	Permisos, Autorizaciones,
Equipos & Materiales		
Mantenimiento	\$ 100,00	Mantenimiento Equipo Pesado
Repocisión	\$ 100,00	Menaje de Servicio y de Cocina
Material de Oficina	\$ 25,00	Papel, tinta, esferos, rollo impresora, etc.
Otros Costos		
Alquiler Local	\$ 300,00	Asumiendo que no es propio o que pagamos una deuda de compra
RRPP	\$ 100,00	Cualquier gasto que se haga en nombre de las buenas relaciones
Marketing& Publicidad	\$ 200,00	Manejo de Cuenta Publicitaria Básica
Caja Chica No Recuperable	\$ 50,00	Gastos no deducibles ni recuperables
Materiales de Limpieza	\$ 250,00	Materiales de limpieza
Otros Costos COSTOS FIJOS	\$ 1.735,00	<i>Todos los costos que no dependen del giro específico del negocio Independientemente de si se generan mes a mes</i>

Ticket Promedio y Utilidad

La tabla muestra los costos de elaboración de cada producto que se va a expender en la pastelería ya que se toma en cuenta cuanto es el valor de materia prima, costos fijos, el IVA y la mano de obra, para determinar el costo total de cada una de las recetas por porción.

Una vez determinado el costo por porción de cada receta, se facilita el cálculo real de cada postre determinando también una base para el cálculo del precio de venta al público.

Se puede observar también, el ticket promedio que se debe tener para obtener un retorno del capital invertido, la utilidad que se muestra en esta tabla es de -45% ya que debido a la inversión total del negocio obligatoriamente se tiene pérdida que posteriormente se va recuperando mientras pasa el tiempo de funcionamiento según el plan establecido.

Rotación – Ventas – Estado de Resultados

En esta tabla se pueden observar la rotación de ventas por meses y días de la semana, lo cual nos da una mejor idea de cómo van a ser los ingresos de acuerdo a la jornada laboral mientras la pastelería esté abierta, en el primer año existen pérdidas ya que la inversión inicial es considerable y esto empieza a mejorar en el segundo año; viéndose resultados favorables en cuanto a utilidad en el tercer año de funcionamiento.

Nómina Salarial

En la tabla de nómina salarial se detalla el número exacto del personal necesario para el funcionamiento de la pastelería en éste caso son seis personas con sus respectivas remuneraciones, donde se encuentra el sueldo bruto base, valores de las horas suplementarias y extras, beneficios de ley como son el décimo tercero y décimo cuarto, aportes al IESS tanto patronal como personal, dando el total exacto del sueldo de cada uno de los empleados de la pastelería.

Otros Costos

Ésta tabla muestra los valores que se deben tener en cuenta para el correcto funcionamiento del negocio ya que representan un capital considerable, como son:

Servicios básicos: Agua, luz, teléfono, gas, internet.

Servicios complementarios: Control de plagas, asesoramiento legal, trámites entre otros.

Equipos y materiales: Mantenimiento, reposición, material de oficina.

Otros costos: Alquiler, marketing, publicidad, limpieza entre otros.

Capacidad instalada

En ésta tabla está representada la principal inversión del negocio como son los equipos de cocina, menaje de cocina, equipos de servicio, menaje de servicio, decoración y adecuaciones de la infraestructura, uniformes del personal y equipos de oficina y administración.

Después de realizar las cotizaciones e investigación de los equipos necesarios para la pastelería, la inversión inicial es de \$38.973,28 más los costos del capital de trabajo como son materia prima, mano de obra y otros costos dan una inversión inicial de \$46.574,99; para este plan de negocios existe un capital propio de \$15.000 por lo que el préstamo al banco pasa a ser de \$31.574,99 lo cual se difiere a 60 meses con un valor de \$526.25 mensuales.

Una vez realizado el plan financiero se puede concluir que para iniciar el plan de negocios hay una pérdida significativa el primer año, pero se recupera en el segundo año, lo cual significa que la inversión inicial se va a recuperar a partir del segundo año de funcionamiento, la inversión de la materia prima es relativamente baja, la inversión más significativa radica en la compra de equipos, menaje y pago de los empleados, por lo cual se debe llevar una buena administración para poder ir recuperando la inversión y finalmente tener utilidades.

Se debe enfatizar en que el servicio y la calidad del producto, sea el mejor para poder abarcar más mercado y así aumentar la cantidad de clientes, enfocándose también en los productos que más dinero puedan generar como son los pasteles y tortas para eventos grandes que pueden generar más ganancia.

Buscar también la manera de que los empleados sean correctamente capacitados para que puedan brindar un mejor servicio y rendimiento, generando grandes expectativas en los nuevos clientes y sobretodo una buena experiencia en cuanto a la calidad que reciben en cada producto.

7. Capítulo VII Plan legal

7.1. Figura Jurídica

7.1.1. Constitución de la empresa

La figura jurídica para que inicie sus actividades económicas la Pastelería “Santo Pecado”, es la de empresa unipersonal de responsabilidad limitada para cual es necesario rescatar el sustento legal que el artículo 153 lo ampara según en la Constitución General de la República.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa desee incluir.

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuvieren formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente, a

fin de que en el mismo deje constancia de su consentimiento respecto de dicha constitución.

La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha relación y la asignación mensual anteriormente mencionada no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

7.1.2. Justificación

Es necesario acudir a la base legal de la conformación de empresas unipersonales de responsabilidad limitada que menciona “ en el Art. 1.- Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello” ; por otra parte se debe mencionar también al “ Art. 2.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados”

Con estos lineamientos se tiene claro la idea de la conformación de una empresa que busca emprender con un capital pequeño oportunidades de crecimiento empresarial, familiar contribuyendo al desarrollo socio económico de las familias y del país.

.

7.1.3. Beneficios y ventajas

La conformación de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada tiene las siguientes ventajas:

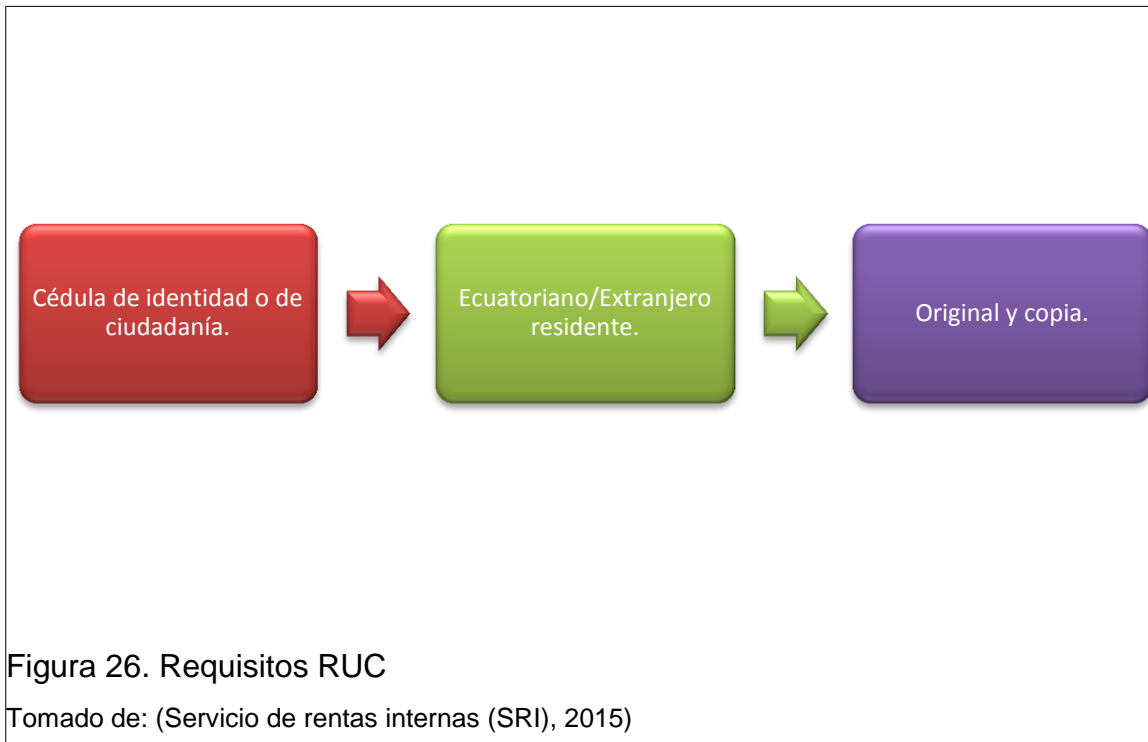
1. Podrán declarar disuelta voluntariamente la empresa en cualquier tiempo y proceder luego a su liquidación.

2. deberá ser concretado en forma clara y precisa en el acto constitutivo de la misma.
3. No se requiere demasiados requisitos como el de tener un capital social, el cual es obligatorio para sociedades o empresas anónimas, los trámites son más ágiles y sencillos para iniciar las actividades.

7.1.4. Requerimientos para la constitución de la empresa

1. El principio de existencia de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal
2. Deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad.
3. El capital asignado a la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.
4. Además debe cumplir con todas las ordenanzas y requerimientos legales como son:
 - Ruc

El Registro único de contribuyente (RUC) es el primer paso para la constitución de una empresa con el cuál se puede obtener los demás permisos de funcionamientos, el RUC es emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI) con los siguientes requisitos:



- Clave patronal

La clave patronal para realizar los pagos de aporte mensuales tanto personal como de los empleados.

- Patente municipal

La patente municipal es entregada en el municipio de cada ciudad al haber abierto o tener un RUC activado en el SRI

- ARCSA certificado de salud de todo el personal

La Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario (ARCSA) es la encargada de emitir los permisos de funcionamiento para cualquier establecimiento que requiera de control sanitario y los requisitos para este permiso son:

- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)

- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad (ANEXO 1),
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (ANEXO 2).

(Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario (ARCSA), 2015)

- Permiso sanitario o de higiene en las comisarías del municipio
El permiso sanitario de funcionamiento es emitido por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Ambato (GADMA) una vez obtenido el permiso sanitario del ARCSA.
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual IEPI
En el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual IEPI se registra la razón social de la empresa (Marca comercial) para poder tramitar los demás permisos.
- Ministerio de turismo.
El Ministerio de Turismo otorga una orden de pago en cualquier banco de la ciudad para tramitar el permiso de turismo, el requisito necesario para este permiso es haber ingresado la razón social de la empresa en el IEPI, para los establecimientos involucrados con el turismo de la ciudad, siendo este un permiso obligatorio para establecimientos de alimentos y bebidas.
(Ministerio de Turismo, 2015)
- Licencia única anual de funcionamiento de turismo.

Para obtener por primera vez esta licencia, se necesitan los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde en papel sellado Municipal.
- Copia de cédula de identidad
- Copia del RUC
- Registro Ministerio de Turismo
- Pago Patente Municipal

- Lista de precios

Una vez pagado en el banco la orden del Ministerio de Turismo, el Municipio entrega el permiso de turismo en el departamento de Turismo.

(Municipio de Ambato, 2015)

- Permiso ambiental (Municipio departamento del ambiente)

Este permiso es para regular la contaminación producida por los desechos contaminantes que se producen dentro del establecimiento siendo los requisitos:

- Formulario F1 para registro ambiental, llenado y firmado por el usuario (Original y copia)
- Copia de RUC o RISE
- Patente del año actual o certificado artesanal Municipal vigente
- Copia de cédula de identidad del representante legal de la empresa.
- Copia del pago de agua y luz o copia del pago del predio, o copia del pago de arriendo certificado por el Municipio.

(Municipio de Ambato, 2015)

- Permiso de bomberos (Cuerpo de Bomberos)

El cuerpo de bomberos de la ciudad de Ambato otorga el permiso de Bomberos una vez hecha la inspección del establecimiento con los siguientes requisitos:

- Instalaciones de gas en buenas condiciones con tuberías de bronce.
- Instalaciones eléctricas adecuadas para el trabajo y que no tengan riesgo de causar incendios.
- Extintor de fuego cargado
- Botiquín de primeros auxilios
- Letreros informativos en cada área de trabajo (Bodega, cocina), número de emergencia (911), letreros de servicios higiénicos.

Al tener todos los requisitos en regla, el permiso es tramitado y entregado en las oficinas del Cuerpo de Bomberos.

(Cuerpo de Bomberos de Ambato, 2015)

- Permiso de habilitación

Este permiso es entregado por el Municipio de Ambato al contar con todos los permisos detallados a continuación:

- Pago de Bomberos
- Pago del permiso de turismo
- Pago del permiso de Higiene
- Patente actualizada

Con este permiso se puede empezar con las actividades comerciales del establecimiento.

(Municipio de Ambato, 2015)

- SAYCE

Este es un permiso otorgado con la copia de la cédula del representante legal del establecimiento y el RUC, se cancela el valor detallado y el permiso es tramitado, este permiso es obligatorio para los establecimientos que transmiten programas de televisión y radio.

- SOPROFON (impuesto al derecho intelectual del artista)

Este es un permiso emitido por la Sociedad de Productores de Fonogramas con la copia de la cédula del representante legal del establecimiento y el RUC, este permiso busca cumplir el derecho intelectual de los artistas Ecuatorianos.

7.1.5. Contratos

Existen diferentes tipos de contrato; sin embargo para el funcionamiento de la Pastelería “Santo Pecado” se requiere contratar al siguiente personal:

Tabla 15. Contratos

Nomina	Tipo de contrato
Pasteleros	<p>Por tarea.- El trabajador se compromete a ejecutar una determinada cantidad de obra o trabajo en la jornada o en un período de tiempo previamente establecido. Se entiende concluida la jornada o período de tiempo, por el hecho de cumplirse la tarea.</p>
Meseros	<p>A Prueba.- En todo contrato de aquellos a los que se refiere el Art. 14, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año. Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes. Durante el plazo de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente</p>

(Ministerio de relaciones laborables, 2015)

8. Capítulo VIII

8.1. Conclusiones

- Es factible y viable el desarrollo del presente proyecto de investigación por las facilidades técnicas y los recursos necesarios propios del proyecto.
- Las tendencias de consumo son cada vez más variados y demandan de alternativas orientadas a satisfacer las demandas de paladares exigentes que desean degustar productos de calidad.
- Existe disponibilidad y predisposición a emprender con un negocio nuevo que contribuya al desarrollo socio económico del personal, generando fuentes de empleo, y del país a través de la contribución de sus impuestos.
- El financiamiento del proyecto se lo realizará aprovechando las líneas de crédito que ofrece la banca de primer piso, motivando como política gubernamental el desarrollo sostenible de las familias ecuatorianas.

8.2. Recomendaciones

- Poner en práctica y emprender empresarialmente con un negocio nuevo e innovador que satisfaga las necesidades de una demanda insatisfecha.
- La alta gerencia se debe enfocar en brindar variedad y calidad que satisfagan los gustos, las necesidades y preferencias de los consumidores.
- Arrancar a la mayor brevedad posible la apertura de la pastelería “Santo Pecado” contribuyendo al crecimiento de la zona central del país.
- Romper con esquemas tradicionales de temor y riesgo a la inversión y aprovechar la oportunidad de ofrecer un portafolio de productos y de servicios que satisfagan las necesidades del consumidor, logrando competitividad y posicionamiento.

REFERENCIAS




- Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario ARCSA (2015)
- Alarcón, A. (2010). Turismo en Tungurahua. Ecuador
- Benavides, P., Yerovi, C. (2010). Propuesta de creación de una panadería pastelería que ofrezca productos dietéticos y bajos en calorías. Ecuador: UTE. Tesis de licenciatura en Gastronomía.
- Chiavenato, I. (2008). Gestión del talento humano. México: Mc Graw Hill
- Coenders, A. (2008). Química culinaria. España: Acribia
- Conferencia Plurinacional e Intercultural de Soberanía Alimentaria. (2015)
- Cuerpo de bomberos de Ambato (2015)
- Diario el comercio (2014)
- Diario el Telégrafo (2014)
- Felder, C. (2013). Repostería paso a paso . USA: Everest
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2012). Tomo 1
- Lovelock, C. (2009). Marketing de servicios. USA: Pearson
- Ministerio de relaciones laborales (2015)
- Ministerio de Turismo (2015)
- Municipio de Ambato (2015)
- Kotler, P. (2008). Marketing de servicios. USA: Pearson
- Servicio de rentas internas SRI (2015)

ANEXOS



Nombre de la receta	Browni
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 12 / Peso porción: 100g
Fecha de elaboracion	
Técnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	




Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
50	gr	Mantequilla		0,45
115	gr	Chocolate 60%		2,3
175	gr	Azúcar morena		0,21
2	u	Huevos		0,34
270	gr	Mantequilla		2,44
5	gr	Café		0,06
15	gr	Agua		
85	gr	Harina		0,13
3	gr	Levadura en polvo		0,02
50	gr	Nueces		1,12
			Costo:	7,07
Fotografía	Procedimiento		Costo porción:	0,59

Fundir a baño maría el chocolate junto con la mantequilla y dejar enfriar.	
Batir los huevos con el azúcar hasta punto de letra, incorporar la ganache y el café disuelto en agua, mezclar bien hasta incorporar todos los ingredientes. Tamizar los sólidos e incorporar a la mezcla anterior, mezclar envolventemente en dos partes.	
Engrasar y enharinar un molde cuadrado de 20cm y hornear a 180° C de 25 a 30 minutos.	
Dejar enfriar y desmoldar, cortar en cuadrados para servir.	
  	



Nombre de la receta	Tiramisú
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 12 / Peso porción: 150g
Fecha de elaboracion	
Técnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
250	ml	Agua		
150	gr	Azúcar		0,17
15	gr	Café soluble		0,18
48	u	Biscotelas		3,7
320	gr	Yemas		1,36
500	gr	Azúcar		0,56
15	gr	Gelatina sin sabor		0,57
75	gr	Agua		
600	gr	Queso mascarpone		7,05
1000	gr	Crema de leche		4,56
50	gr	Cacao en polvo		0,5
			Costo:	18,65
Fotografía	Procedimiento		Costo porción:	1,55

Hacer un almíbar disolviendo el azúcar con el agua y el café, reservar.	
Batir la yemas con el azúcar hasta que esten cremosas, batir el queso con la crema hasta que forme picos suaves, hidratar la gelatina con los 75gr de agua, disolverla bien y reservar.	
Batir la crema con el queso hasta formar picos suaves y añadir la gelatina sin sabor, unir ambas mezclas de forma suave y envolvente.	
En un molde rectangular, agregar una capa de la crema, luego sumergir cada biscotela en el almíbar de café colocandolas seguidamente, colocar otra capa de crema y otra de biscotela hasta completar el molde, finalizando con una capa de crema y espolvorear el cacao en polvo	
dejar refrigerar, de preferencia una noche anterior y servir en cuadrados.	
  	



Nombre de la receta	Tres leches
Genero	Frío
Porciones/Peso porción	Porción: 12 / Peso porción: 150g
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
12	u	Huevos		2,04
180	gr	Azúcar		0,2
180	gr	Harina		0,27
300	gr	Crema de leche		1,36
300	gr	Leche evaporada		1,55
300	gr	Leche condensada		1,77
150	gr	Claras de huevo		1,19
150	gr	Azúcar		0,16
2	gr	Zumo de limón		0,01
			Costo:	8,55

Fotografía	Procedimiento		Costo porción:	0,71
------------	---------------	--	----------------	------

	<p>Para el biscochuelo, batir los huevos con el azúcar hasta punto de letra, añadir la harina tamizada en tres tiempos de manera envolvente, engrasar y enharinar un molde rectangular hornear a 180°C de 20 a 30 minutos o hasta que salga un palillo seco al introducirlo. Dejar enfriar y realizar perforaciones en la superficie del biscochuelo para que absorba la mezcla de las tres leches. Mezclar los tres tipos de lácteos y colocar sobre el biscochuelo hasta que se humedezca bien, refrigerar. Hacer un merengue batiendo las claras junto con el azúcar y un chorrito de limón. Decorar el postre con el merengue y cortar en cuadros, servir.</p>



Nombre de la receta	Chesse cake de frutos rojos
Genero	Frío
Porciones/Peso porción	Porción: 8 / Peso porción: 150g
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
500	gr	Queso crema		2,98
175	gr	Azúcar impalpable		0,78
160	gr	Huevo		0,51
2	ml	Zumo de limón		0,01
80	gr	Moras		0,43
80	gr	Fresas		0,33
80	gr	Frambuesa		0,63
100	gr	Azúcar		0,11
80	ml	Vino tinto		0,52
60	gr	Mantequilla sin sal		0,54
200	gr	Galletas dulces de vainilla		0,75
50	gr	Azúcar		0,05
40	gr	Mantequilla sin sal		0,36
			Costo:	8

Fotografía	Procedimiento		Costo porción:	1
------------	---------------	--	----------------	---

	<p>Para la base procesar las galletas con 50gr de azúcar y 40gr de mantequilla hasta formar una masa compacta a la mano, colocar en la base de un molde redondo. Para el relleno, batir el queso con el azúcar impalpable hasta que este suave y agregar los huevos de a poco hasta conseguir una mezcla homogénea y cremosa. Verter el relleno sobre la base del molde, hornear a 150°C a baño maría por 40 minutos o hasta que el relleno tome un color dorado en la superficie, dejar enfriar en el molde. Para la cubierta dejar reposar las frutas con el azúcar por una hora aproximadamente, llevar a fuego hasta que suelte líquido y reduzca un poco, agregar el vino tinto y dejar espesar hasta un punto de compota, retirar del fuego y agregar la mantequilla. Cubrir la tarta con la compota.</p>



Nombre de la receta	Torta de naranja
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 10
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
250	gr	Mantequilla sin sal		2,25
250	gr	Azúcar		0,27
4	u	Huevo		0,68
250	gr	Harina		0,37
3	gr	Polvo para hornear		0,06
150	ml	Jugo de naranja		0,08
c/n		Ralladura de naranja		
			Costo:	3,71

Fotografía	Procedimiento	Costo porción:	0,37
------------	---------------	----------------	------

Creinar la mantequilla junto con el azúcar hasta que esté cremoso.
Agregar una por una las yemas de los huevos emulsionando la mezcla, hasta que se terminen.
Tamizar la harina y agregar a la preparación intercalandola con el jugo de naranja.
Aparte batir las claras de los huevos a punto de nieve y agregar a la preparación en movimiento envolvente hasta que se incorporen ambas mezclas.
Engrasar y enharinar un molde mediano y colocar la mezcla, hornear de 30 a 40 minutos a 180°C hasta que se dore bien y esté cocida comprobando con un palillo que salga seco al pincharlo en el centro de la torta. Retirar del horno y dejar enfriar para desmoldar.



Nombre de la receta	Torta de zanahoria con piña
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 10
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
8	u	Huevos		1,36
300	gr	Azúcar		0,32
500	gr	Zanahoria		0,41
2	gr	ralladura de limón		0,01
250	gr	Piña		0,84
50	gr	Harina		0,07
150	gr	Maicena		0,61
5	gr	Polvo para hornear		0,11
Merengue				
400	gr	Azúcar		0,42
250	ml	Agua		
6	u	Claros de huevo		1,02
15	gr	Azúcar impalpable		0,06
			Costo:	5,23

Fotografía	Procedimiento	Costo porción:	0,52
------------	---------------	----------------	------

Batir las 8 yemas con el azúcar hasta punto de letra, agragar la zanahoria, piña, los sólidos taizados y la ralladura de limón. Batir la claras hasta punto de nieve y agregar en forma envolvente hasta que se incorporen ambas mezclas.
Colocar la mezcla en un molde de 24cm engrasado y enharinado, hornear a 180°C por una hora o hasta que al insertar un palillo, éste salga seco.
Para el merengue, hacer un almibar hasta punto de bola suave y agragarlo en forma de hilo a las claras mientras se bate hasta formar picos. Dejar enfriar la torta y desmoldarla, decorarla con en merengue y un poco de azúcar impalpable para terminar.





Nombre de la receta	Tarta Tatín
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 10
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
500	gr	Manzanas		1,82
50	gr	Azúcar		0,05
50	gr	Azúcar morena		0,07
50	gr	Miel		0,86
50	gr	Mantequilla		0,45
100	ml	Crema de leche		0,46
Masa quebrada				
225	gr	Mantequilla sin sal		2,02
275	gr	Harina		0,38
1	gr	Sal		
70	ml	Agua		
			Costo:	6,11

Fotografia	Procedimiento	Costo porción:	0,61
------------	---------------	----------------	------

Para la masa mezclar la harina con la mantequilla hasta obtener una masa arenosa, agregar la sal y el agua y mezclar bien, reservar la masa en la nevera por una media hora mínimo.
Pelar, descorazonar y cortar las manzanas por la mitad, colocar en una sartén la mantequilla y fundirla, colocar las manzanas boca abajo de manera que todas estén en contacto con el fondo de la sartén, agregar los azúcares y la miel, tapar y dejar cocinar a fuego medio por unos 20 minutos o hasta que caramelicen bien. Estirar la masa en un molde de tarta de manera que tenga máximo unos 5 milímetros de altura y forrar bien el molde, disponer las manzanas en el molde y hornear unos 30 minutos a 180°C, servir con un poco de crema batida.



Kendall
School of Culinary Arts
OFFICIAL AFFILIATE INSTITUTION



Nombre de la receta	Strudel de manzana
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 10
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
500	gr	Mnazanas		1,82
20	ml	jugo de limón		0,15
c/n		Canela en polvo		
150	gr	Azúcar		0,15
c/n		Ralladura de limón		
300	gr	Masa de hojaldre		1,25
300	gr	Leche		0,24
30	gr	Maicena		0,12
2	u	Yemas		0,34
2	ml	Escencia de vainilla		0,03
100	gr	Azúcar		0,1
			Costo:	4,2

Fotografia	Procedimiento	Costo porción:	0,42
------------	---------------	----------------	------

Cortar las manzanas en cubos y colocarlas con el jugo de limón y los 150gr de azúcar, dejar reposar. Para la crema pastelera, calentar la leche hasta hervir, aparte mexclar con un batidor las yemas con la maicena hasta que estén cremosas, temperar y unir con la leche caliente y llevar a fuego nuevamente, agregar la escencia de vainilla y cocer hasta que espese, reservar. Estirar la masa de hojaldre de forma rectangular, escurrir el líquido exesivo de las manzanas y colocarlas a lo largo de la masa de manera que queden unos 7cm a los lados para envolver colocar la crema pastelera sobre las manzanas y enrollar de forma que quede como una trenza. Llevar al horno a 180°C hasta que el hojaldre dore, dejar enfriar y servir.



Kendall
School of Culinary Arts
OFFICIAL AFFILIATE INSTITUTION





Nombre de la receta	Crème Brulé
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 10
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
10	u	Yemas		1,7
750	ml	Crema de leche		3,45
250	ml	Leche entera		0,2
300	gr	Azúcar		0,3
c/n		escencia de vainilla		0,03
10	gr	Maicena		0,04
100	gr	Azúcar		0,1
			Costo:	5,82
			Costo porción:	0,58

Fotografia	Procedimiento
	<p>Calentar la crema y la leche hasta que hierva, batir las yemas con el azúcar y la maicena hasta que estén cremosas, temperar con la leche hervida e incorporar todo, llevar a fuego medio hasta que espese. Repartir en 10 moldes pequeños para horno, tapar con papel aluminio y hornear a 150°C por 20 minutos o hasta que cuaje completamente.</p> <p>Retirar del horno, dejar enfriar y refrigerar.</p> <p>Para servir colocar azúcar en la superficie de la crema y quemar con un soplete de cocina hasta que el azúcar forme una capa de caramelo y servir al momento.</p>



Nombre de la receta	Chesse cake de Maracuyá
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 8 / Peso porción: 150g
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
500	gr	Queso crema		2,98
175	gr	Azúcar impalpable		0,78
160	gr	Huevo		0,51
20	ml	Pulpa de maracuyá		0,02
200	gr	Maracuyá con semilla		0,78
100	gr	Azúcar		0,1
60	gr	Mantequilla sin sal		0,54
200	gr	Galletas dulces de vainilla		0,75
50	gr	Azúcar		0,05
40	gr	Mantequilla sin sal		0,36
			Costo:	6,87
			Costo porción:	0,86

Fotografia	Procedimiento
	<p>Para la base procesar las galletas con 50gr de azúcar y 40gr de mantequilla hasta formar una masa compacta a la mano, colocar en la base de un molde redondo.</p> <p>Para el relleno, batir el queso con el azúcar impalpable hasta que este suave y agregar los huevos de a poco y la pulpa de maracuyá hasta conseguir una mezcla homogénea y cremosa.</p> <p>Verter el relleno sobre la base del molde, hornear a 150°C a baño maría por 40 minutos o hasta que el relleno tome un color dorado en la superficie, dejar enfriar en el molde.</p> <p>Para la cubierta dejar reposar la maracuyá con el azúcar por una hora aproximadamente, llevar a fuego hasta que reduzca un poco, agregar la mantequilla fuera de fuego y revolver, reservar.</p> <p>Cubrir la tarta con la compota de maracuyá.</p>



Nombre de la receta	Chesse cake oreo
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 8 / Peso porción: 150g
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
500	gr	Queso crema		2,98
175	gr	Azúcar impalpable		0,78
160	gr	Huevo		0,51
2	ml	Zumo de limón		0,01
60	gr	Galleta oreo		0,44
200	gr	Galletas oreo		1,48
30	gr	Azúcar		0,3
20	gr	Mantequilla sin sal		0,18
			Costo:	6,68
			Costo porción:	0,84

Fotografía	<p>Procedimiento</p> <p>Para la base procesar las galletas con el azúcar y la mantequilla hasta formar una masa compacta a la mano, colocar en la base de un molde redondo.</p> <p>Para el relleno, batir el queso con el azúcar impalpable hasta que este suave y agregar los huevos de a poco y las galletas troceadas, hasta conseguir una mezcla homogénea y cremosa.</p> <p>Verter el relleno sobre la base del molde, hornear a 150°C a baño maría por 40 minutos o hasta que el relleno tome un color dorado en la superficie, dejar enfriar en el molde.</p> <p>Retirar del molde y decorar con unas galletas oreo enteras.</p>
------------	--



Nombre de la receta	Tartaleta de frutas frescas
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 8 / Peso porción: 150g
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	




Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
Masa quebrada azucarada.				
560	gr	Mantequilla		5,4
800	gr	Harina		1,1
300	gr	Azúcar impalpable		1,33
10	gr	Sal		0,01
3	u	Huevos		0,51
Relleno				
500	ml	Leche entera		0,4
100	gr	Azúcar		0,1
45	gr	Maicena		0,18
100	gr	Yema de huevo		0,34
500	ml	Crema de leche		2,3
7	gr	Gelatina sin sabor		0,26
100	gr	Frutilla		0,41
100	gr	Kiwi		0,29
100	gr	Pitajaya		0,5
100	gr	Frambuesa		0,78
			Costo:	13,91
			Costo porción:	1,74

Fotografía	<p>Procedimiento</p> <p>Hacer una masa quebrada con la harina, mantequilla, azúcar y huevos, amasar y dejar reposar en la nevera.</p> <p>Mezclar la leche con la crema y hervir, batir las yemas con el azúcar y la maicena hasta que estén cremosas, temperar con la leche y unir todo para cocer hasta que espese.</p> <p>Higratar la gelatina en 5 veces su peso y agregar a la crema, dejar enfriar y reservar.</p> <p>Estirar la masa para forrar un molde y hornear por 20 minutos a 180°C hasta que dore, retirar y dejar enfriar, rellenar con la crema y decorar con la frutas frescas.</p>
------------	---








Nombre de la receta	Quesadillas
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 30 / Peso porción: 60g
Fecha de elaboracion	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
Masa.				
250	gr	Harina		0,34
125	ml	Agua		
100	gr	Manteca vegetal		0,26
2	gr	Sal		0,01
Relleno.				
250	gr	Queso fresco		1,5
125	gr	Maicena		0,5
125	gr	Harina		0,17
300	gr	Azúcar impalpable		1,33
250	gr	Mantequilla		2,41
4	u	Yemas		0,68
25	ml	Jugo de naranja		0,08
25	gr	Leche		0,02
5	gr	Polvo de hornear		0,04
2	ml	Colorante amarillo		0,08
			Costo:	7,42
Fotografía	Procedimiento			Costo porción:
<p>Mezclar todos los ingredientes para la masa, amasar bien y dejar reposar una media hora.</p> <p>Para el relleno, cremar la mantequilla con el azúcar hasta que esté cremoso, incorporar una a una las yemas hasta emulsionar, agregar el queso rallado, tamizar todos los sólidos y agregar alternando con la leche y el jugo de naranja, corregir el color con el colorante.</p> <p>Cortar la masa en porciones pequeñas y formar bolitas, estirarlas con el rodillo hasta formar discos delgados, colocar el relleno en el centro y doblar los bordes hacia dentro de forma que el relleno sobresalga en el centro y queden de forma pentagonal, hornear a 160°C hasta dorar.</p>				
  				



Nombre de la receta	Humitas
Genero	Caliente
Porciones/Peso porcion	Porción: 10 / Peso porción: 100g
Fecha de elaboracion	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	




Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
150	gr	Mantequilla		1,44
250	gr	Queso fresco		1,5
4	u	Yemas		0,68
10	gr	Polvo de hornear		0,08
40	gr	Manteca de chanco		0,17
c/n		Sal		0,01
5	ml	Achiote		0,03
100	gr	Cebolla blanca		0,05
4	u	Claras de huevo		
10	u	Cloco tierno		2,3
c/n		Hojas de choclo		
			Costo:	6,26
Fotografía	Procedimiento			Costo porción:
<p>Moler el choclo con un molino hasta obtener una masa fina, hacer un refrito con el achiote y la cebolla blanca e incorporar a la masa. Colocar la manteca de chanco, el queso rallado, yemas batidas, batir las claras a punto de nieve y agragar en forma envolvente.</p> <p>Limpia las hojas de choclo y colocar porciones del relleno y doblarlas para que no se salgan.</p> <p>Cocinar en una tamalera por 45 minutos aproximadamente hasta que estén bien cocinadas.</p> <p>Servir calientes acompañadas de café negro.</p>				
  				



Nombre de la receta	Quimbolitos
Genero	Caliente
Porciones/Peso porcion	Porción: 10 / Peso porción: 100g
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
180	gr	Harina		0,24
60	gr	Maicena		0,24
20	gr	Polvo de hornear		0,16
230	gr	Mantequilla		2,2
230	gr	Azúcar		0,23
230	gr	Queso crema		1,37
8	u	Huevos		1,36
10	ml	Jugo de limón		0,1
100	gr	Pasas		1,66
c/n		Ralladura de limón		
20	u	Hojas de achira		0,62
			Costo:	8,18

Fotografia	Procedimiento		Costo porción:	0,82
------------	---------------	--	----------------	------




	<p>Creinar la mantequilla con el azúcar, agregar e queso hasta incorporar bien y poner una a una las yemas para emulsionar, Tamizar los sólidos e incorporar a la mezca anterior.</p> <p>Agregar el jugo de limón y la ralladura, batir las claras a punto de nieve y agregar a la mezcla.</p> <p>Limpia las hojas de achira y colocar la masa y unas dos pasas, doblar de forma que el relleno salga un poco en el centro, cocinar en tamalera por 30 minutos o hasta que el relleno infle y salga de la hoja.</p>			
	 Kendall School of Culinary Arts OFFICIAL AFFILIATE INSTITUTION			
	 			



Nombre de la receta	Americano
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 1 / Peso porción: 250 ml
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
50	gr	Café molido		1,04
250	ml	Agua		
c/n		Azúcar		
			Costo:	1,04



Fotografia	Procedimiento		Costo porción:	1,04
------------	---------------	--	----------------	------

	Colocar el café en la máquina y servir.			
	 Kendall School of Culinary Arts OFFICIAL AFFILIATE INSTITUTION			
	 			



Nombre de la receta	Espresso
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 10 / Peso porción: 100 ml
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	



Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
50	gr	Café molido		1,04
100	ml	Agua		
c/n		Azúcar		
			Costo:	1,04
Fotografia	Procedimiento		Costo porción:	1,04

	Colocar el café en la máquina, y servir			
				



Nombre de la receta	Capuccino
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 1 / Peso porción: 250 ml
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	



Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
50	gr	Café molido		1,04
100	ml	Agua		
200	ml	Leche entera		0,16
c/n		Azúcar		
c/n		Canela en polvo		0,3
10	gr	Cacao en polvo		
			Costo:	1,5
Fotografia	Procedimiento		Costo porción:	1,50

	Hacer un espresso con el café, espumar la leche y mezclar con el café.			
				



Nombre de la receta	Mocaccino
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 1 / Peso porción: 250 ml
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
50	gr	Café molido		1,04
50	ml	Agua		
200	ml	Leche entera		0,16
c/n		Azúcar		
c/n		Canela en polvo		0,3
10	gr	Cacao en polvo		0,1
			Costo:	1,6
Fotografia	Procedimiento		Costo porción:	1,60

	Hacer un espresso con el café, espumar la leche y mezclar con el café y el cacao en polvo.			
				



Nombre de la receta	Milkshake
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 1 / Peso porción: 450 ml
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
200	gr	Helado (cualquier sabor)		0,5
c/n		Azúcar		
250	ml	Leche entera		0,2
			Costo:	0,7
Fotografia	Procedimiento		Costo porción:	0,70
	Hacer un espresso con el café, espumar la leche y mezclar con el café.			



Nombre de la receta	Jugos
Genero	Frío
Porciones/Peso porcion	Porción: 1 / Peso porción: 300 ml
Fecha de elaboracion	
Tecnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Costo
100	gr	Pulpa de fruta		0,41
c/n		Azúcar		
150	ml	Agua		
			Costo:	0,41
Fotografia	Procedimiento		Costo porción:	0,41
	Mesclar en la licuadora y servir.			

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

\$ 9,78 TICKET PROMEDIO \$ 3,21 COSTO MP PROMEDIO 5,70% % Aumento de Precios 2,70% Inflacion Anual 2024 7,50% Aumento Salarial Anual	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">ENERO</th> <th colspan="4">FEBRERO</th> <th colspan="4">MARZO</th> <th colspan="4">ABRIL</th> <th colspan="4">MAYO</th> <th colspan="4">JUNIO</th> <th colspan="4">JULIO</th> <th colspan="4">AGOSTO</th> <th colspan="4">SEPTIEMBRE</th> <th colspan="4">OCTUBRE</th> <th colspan="4">NOVIEMBRE</th> <th colspan="4">DICIEMBRE</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> <th colspan="2">Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">TURNO</th> </tr> <tr> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> <th>(A)</th><th>(B)</th><th>(C)</th><th>(D)</th> </tr> <tr> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> <th>% Consumo Mensual</th><th>TURNO</th><th>TARDE (T)</th><th>NOCHE (N)</th> </tr> <tr> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> <th>60</th><th>PAX</th><th>12:00 - 15:00</th><th>19:00 - 23:00</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4">75%</td><td colspan="4">100%</td><td colspan="4">70%</td><td colspan="4">75%</td><td colspan="4">100%</td><td colspan="4">85%</td><td colspan="4">75%</td><td colspan="4">75%</td><td colspan="4">70%</td><td colspan="4">70%</td><td colspan="4">100%</td><td colspan="4">100%</td></tr> <tr> <td colspan="4">75%</td><td colspan="4">100%</td><td colspan="4">70%</td><td colspan="4">75%</td><td colspan="4">100%</td><td colspan="4">85%</td><td colspan="4">75%</td><td colspan="4">75%</td><td colspan="4">70%</td><td colspan="4">70%</td><td colspan="4">100%</td><td colspan="4">100%</td></tr> <tr> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> <td>(C) % de</td><td>Rotación</td><td colspan="2">TOTAL PAX</td> </tr> <tr> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> <td>TURNO</td><td>x Turno</td><td colspan="2">AL DIA</td> </tr> <tr> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>22,5</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>11,25</td> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>30</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>15</td> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>21</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>10,5</td> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>22,5</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>11,25</td> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>25,5</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>12,75</td> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>22,5</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>11,25</td> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>21</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>10,5</td> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>30</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>15</td> <td>TARDE</td><td>50%</td><td>T</td><td>30</td> <td>NOCHE</td><td>25%</td><td>N</td><td>15</td> </tr> <tr> <td>LUNES</td><td colspan="2">33,75</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">31,5</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">33,75</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">38,25</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">33,75</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">33,75</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">31,5</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">31,5</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>LUNES</td><td colspan="2">45</td><td></td> </tr> <tr> <td>MARTE</td><td colspan="2">33,75</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">31,5</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">33,75</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">38,25</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">33,75</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">33,75</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">31,5</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">31,5</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>MARTE</td><td colspan="2">45</td><td></td> </tr> <tr> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">60</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">42</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">60</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">51</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">45</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">42</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">42</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">60</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">60</td><td></td> <td>MIERCOLES</td><td colspan="2">60</td><td></td> </tr> <tr> <td>JUEVES</td><td colspan="2">56,25</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">75</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">52,5</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">56,25</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">75</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">63,75</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">56,25</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">56,25</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">75</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">52,5</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">52,5</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">75</td><td></td> <td>JUEVES</td><td colspan="2">75</td><td></td> </tr> <tr> <td>VIERNES</td><td colspan="2">90</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">120</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">84</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">90</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">120</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">102</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">90</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">90</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">84</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">84</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">120</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">120</td><td></td> <td>VIERNES</td><td colspan="2">120</td><td></td> </tr> <tr> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">67,5</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">90</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">63</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">67,5</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">90</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">76,5</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">67,5</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">67,5</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">63</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">63</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">90</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">90</td><td></td> <td>SABADÓ</td><td colspan="2">90</td><td></td> </tr> <tr> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> <td>DOMINGO</td><td colspan="2">0</td><td></td> </tr> <tr> <td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE</td><td colspan="4">TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE</td></tr> <tr> <td colspan="4">326,25</td><td colspan="4">435</td><td colspan="4">304,5</td><td colspan="4">326,25</td><td colspan="4">435</td><td colspan="4">369,75</td><td colspan="4">326,25</td><td colspan="4">326,25</td><td colspan="4">304,5</td><td colspan="4">304,5</td><td colspan="4">435</td><td colspan="4">435</td></tr> <tr> <td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td><td colspan="4">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td></tr> <tr> <td colspan="4">1305</td><td colspan="4">1740</td><td colspan="4">1228</td><td colspan="4">1305</td><td colspan="4">1740</td><td colspan="4">1479</td><td colspan="4">1305</td><td colspan="4">1305</td><td colspan="4">1305</td><td colspan="4">1228</td><td colspan="4">1228</td><td colspan="4">1740</td><td colspan="4">1740</td></tr> </tbody> </table>																				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	75%				100%				70%				75%				100%				85%				75%				75%				70%				70%				100%				100%				75%				100%				70%				75%				100%				85%				75%				75%				70%				70%				100%				100%				(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TARDE	50%	T	22,5	NOCHE	25%	N	11,25	TARDE	50%	T	30	NOCHE	25%	N	15	TARDE	50%	T	21	NOCHE	25%	N	10,5	TARDE	50%	T	22,5	NOCHE	25%	N	11,25	TARDE	50%	T	25,5	NOCHE	25%	N	12,75	TARDE	50%	T	22,5	NOCHE	25%	N	11,25	TARDE	50%	T	21	NOCHE	25%	N	10,5	TARDE	50%	T	30	NOCHE	25%	N	15	TARDE	50%	T	30	NOCHE	25%	N	15	LUNES	33,75			LUNES	45			LUNES	31,5			LUNES	33,75			LUNES	45			LUNES	38,25			LUNES	33,75			LUNES	33,75			LUNES	45			LUNES	31,5			LUNES	31,5			LUNES	45			LUNES	45			MARTE	33,75			MARTE	45			MARTE	31,5			MARTE	33,75			MARTE	45			MARTE	38,25			MARTE	33,75			MARTE	33,75			MARTE	45			MARTE	31,5			MARTE	31,5			MARTE	45			MARTE	45			MIERCOLES	45			MIERCOLES	60			MIERCOLES	42			MIERCOLES	45			MIERCOLES	60			MIERCOLES	51			MIERCOLES	45			MIERCOLES	45			MIERCOLES	42			MIERCOLES	42			MIERCOLES	60			MIERCOLES	60			MIERCOLES	60			JUEVES	56,25			JUEVES	75			JUEVES	52,5			JUEVES	56,25			JUEVES	75			JUEVES	63,75			JUEVES	56,25			JUEVES	56,25			JUEVES	75			JUEVES	52,5			JUEVES	52,5			JUEVES	75			JUEVES	75			VIERNES	90			VIERNES	120			VIERNES	84			VIERNES	90			VIERNES	120			VIERNES	102			VIERNES	90			VIERNES	90			VIERNES	84			VIERNES	84			VIERNES	120			VIERNES	120			VIERNES	120			SABADÓ	67,5			SABADÓ	90			SABADÓ	63			SABADÓ	67,5			SABADÓ	90			SABADÓ	76,5			SABADÓ	67,5			SABADÓ	67,5			SABADÓ	63			SABADÓ	63			SABADÓ	90			SABADÓ	90			SABADÓ	90			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO				TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO				TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO				TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO				TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE				TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE				TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE				TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				326,25				435				304,5				326,25				435				369,75				326,25				326,25				304,5				304,5				435				435				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1305				1740				1228				1305				1740				1479				1305				1305				1305				1228				1228				1740				1740			
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
	Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO		Capacidad Instalada		TURNO																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(C)	(D)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)	% Consumo Mensual	TURNO	TARDE (T)	NOCHE (N)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00	60	PAX	12:00 - 15:00	19:00 - 23:00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
	75%				100%				70%				75%				100%				85%				75%				75%				70%				70%				100%				100%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
	75%				100%				70%				75%				100%				85%				75%				75%				70%				70%				100%				100%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
	(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX		(C) % de	Rotación	TOTAL PAX																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA		TURNO	x Turno	AL DIA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
	TARDE	50%	T	22,5	NOCHE	25%	N	11,25	TARDE	50%	T	30	NOCHE	25%	N	15	TARDE	50%	T	21	NOCHE	25%	N	10,5	TARDE	50%	T	22,5	NOCHE	25%	N	11,25	TARDE	50%	T	25,5	NOCHE	25%	N	12,75	TARDE	50%	T	22,5	NOCHE	25%	N	11,25	TARDE	50%	T	21	NOCHE	25%	N	10,5	TARDE	50%	T	30	NOCHE	25%	N	15	TARDE	50%	T	30	NOCHE	25%	N	15																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
LUNES	33,75			LUNES	45			LUNES	31,5			LUNES	33,75			LUNES	45			LUNES	38,25			LUNES	33,75			LUNES	33,75			LUNES	45			LUNES	31,5			LUNES	31,5			LUNES	45			LUNES	45																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
MARTE	33,75			MARTE	45			MARTE	31,5			MARTE	33,75			MARTE	45			MARTE	38,25			MARTE	33,75			MARTE	33,75			MARTE	45			MARTE	31,5			MARTE	31,5			MARTE	45			MARTE	45																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
MIERCOLES	45			MIERCOLES	60			MIERCOLES	42			MIERCOLES	45			MIERCOLES	60			MIERCOLES	51			MIERCOLES	45			MIERCOLES	45			MIERCOLES	42			MIERCOLES	42			MIERCOLES	60			MIERCOLES	60			MIERCOLES	60																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
JUEVES	56,25			JUEVES	75			JUEVES	52,5			JUEVES	56,25			JUEVES	75			JUEVES	63,75			JUEVES	56,25			JUEVES	56,25			JUEVES	75			JUEVES	52,5			JUEVES	52,5			JUEVES	75			JUEVES	75																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
VIERNES	90			VIERNES	120			VIERNES	84			VIERNES	90			VIERNES	120			VIERNES	102			VIERNES	90			VIERNES	90			VIERNES	84			VIERNES	84			VIERNES	120			VIERNES	120			VIERNES	120																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
SABADÓ	67,5			SABADÓ	90			SABADÓ	63			SABADÓ	67,5			SABADÓ	90			SABADÓ	76,5			SABADÓ	67,5			SABADÓ	67,5			SABADÓ	63			SABADÓ	63			SABADÓ	90			SABADÓ	90			SABADÓ	90																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0			DOMINGO	0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO				TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO				TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO				TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO				TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE				TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE				TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE				TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
326,25				435				304,5				326,25				435				369,75				326,25				326,25				304,5				304,5				435				435																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
1305				1740				1228				1305				1740				1479				1305				1305				1305				1228				1228				1740				1740																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												

AÑO	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78	TICKET PROMEDIO	\$ 9,78			
	FACTURACION	ENERO	\$ 12.765,24	FACTURACION	FEBRERO	\$ 17.020,33	FACTURACION	MARZO	\$ 11.914,23	FACTURACION	ABRIL	\$ 12.765,24	FACTURACION	MAYO	\$ 17.020,33	FACTURACION	JUNIO	\$ 14.467,28	FACTURACION	JULIO	\$ 12.765,24	FACTURACION	AGOSTO	\$ 12.765,24	FACTURACION	SEPTIEMBRE	\$ 11.914,23	FACTURACION	OCTUBRE	\$ 11.914,23	FACTURACION	NOVIEMBRE	\$ 17.020,33	FACTURACION	DICIEMBRE	\$ 17.020,33	FACTURACION	ENERO	\$ 12.765,24		
	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,21	COSTO MATERIA PRIMA	
	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 4.191,76	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 5.589,02	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 3.912,31	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 4.191,76	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 5.589,02	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 4.750,66	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 4.191,76	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 4.191,76	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 3.912,31	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 3.912,31	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 5.589,02	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 5.589,02	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 5.589,02	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	
	UTILIDAD BRUTA		\$ 8.573,48	UTILIDAD BRUTA		\$ 11.431,31	UTILIDAD BRUTA		\$ 8.001,92	UTILIDAD BRUTA		\$ 8.573,48	UTILIDAD BRUTA		\$ 11.431,31	UTILIDAD BRUTA		\$ 9.716,61	UTILIDAD BRUTA		\$ 8.573,48	UTILIDAD BRUTA		\$ 8.573,48	UTILIDAD BRUTA		\$ 8.001,92	UTILIDAD BRUTA		\$ 8.001,92	UTILIDAD BRUTA		\$ 11.431,31	UTILIDAD BRUTA		\$ 11.431,31	UTILIDAD BRUTA		\$ 11.431,31		
	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA		\$ 4.980,64	MANO DE OBRA	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.879,36	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		

EBIDTA	EBIDTA	\$ 1.713,48	EBIDTA	\$ 4.571,30	EBIDTA	\$ 1.141,91	EBIDTA	\$ 1.713,48	EBIDTA	\$ 4.571,30	EBIDTA	\$ 2.856,61	EBIDTA	\$ 1.713,48	EBIDTA	\$ 1.713,48	EBIDTA	\$ 1.141,91	EBIDTA	\$ 1.141,91	EBIDTA	\$ 4.571,30	EBIDTA	\$ 1.713,48	EBIDTA	\$ 1.141,91	EBIDTA	\$ 1.141,91	EBIDTA	\$ 4.571,30	EBIDTA	\$ 1.141,91	EBIDTA	\$ 1.141,91	EBIDTA	\$ 4.571,30	EBIDTA	\$ 1.713,48
	Amortizaciones & Depreciaciones (Cuentas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 649,55
	Beneficio Antes de Impuestos	\$ 1.063,92	BAIT	\$ 3.921,75	BAIT	\$ 492,36	BAIT	\$ 1.063,92	BAIT	\$ 3.921,75	BAIT	\$ 2.207,05	BAIT	\$ 1.063,92	BAIT	\$ 1.063,92	BAIT	\$ 492,36	BAIT	\$ 492,36	BAIT	\$ 3.921,75	BAIT	\$ 1.063,92	BAIT	\$ 492,36	BAIT	\$ 492,36	BAIT	\$ 3.921,75	BAIT	\$ 492,36	BAIT	\$ 492,36	BAIT	\$ 3.921,75	BAIT	\$ 1.063,92
	Intereses Pagados	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25	Intereses Bancarios	\$ 526,25
	Beneficio Antes de Impuestos	\$ 537,67	BAT	\$ 3.395,50	BAT	\$ (33,89)	BAT	\$ 537,67	BAT	\$ 3.395,50	BAT	\$ 1.680,80	BAT	\$ 537,67	BAT	\$ 537,67	BAT	\$ (33,89)	BAT	\$ (33,89)	BAT	\$ 3.395,50	BAT	\$ 537,67	BAT	\$ (33,89)	BAT	\$ (33,89)	BAT	\$ 3.395,50	BAT	\$ (33,89)	BAT	\$ (33,89)	BAT	\$ 3.395,50	BAT	\$ 537,67
	Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA	\$ 1.367,70	Impuestos	\$ 1.823,61	Impuestos	\$ 1.276,52	Impuestos	\$ 1.367,70	Impuestos	\$ 1.823,61	Impuestos	\$ 1.550,07	Impuestos	\$ 1.367,70	Impuestos	\$ 1.367,70	Impuestos	\$ 1.276,52	Impuestos	\$ 1.276,52	Impuestos	\$ 1.276,52	Impuestos	\$ 1.823,61	Impuestos	\$ 1.276,52	Impuestos	\$ 1.27										

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5

Table with columns for months (ENERO to DICIEMBRE) and rows for metrics like TICKET PROMEDIO, COSTO MP PROMEDIO, and % Consumo Mensual. Includes detailed data for each month and weekly/monthly averages.

Summary table for 'AÑO 5' showing key financial metrics by month: TICKET PROMEDIO, FACTURACION, COSTO MATERIA PRIMA, UTILIDAD BRUTA, MANO DE OBRA, and COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS.

Financial statement table with rows for EBITDA, Amortizaciones & Depreciaciones, BAIT, Intereses Pagados, BAT, Impuestos, and BOT. Includes a final summary row for BDT Annual with a 925% growth rate.