

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
TURISMO

Trabajo de fin de carrera titulado:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA
TEMÁTICA ESPECIALIZADA EN CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO EN EL
NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, SECTOR IGLESIA DE LA PAZ

Realizado por:

MARÍA FERNANDA RICAURTE PAREDES

Como requisito para la obtención del título de
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS

QUITO, FEBRERO DE 2013

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, María Fernanda Ricaurte Paredes, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....
María Fernanda Ricaurte Paredes

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado
**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA TEMÁTICA
ESPECIALIZADA EN CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO EN EL NORTE DE LA
CIUDAD DE QUITO, SECTOR IGLESIA DE LA PAZ**

Realizado por la alumna

MARÍA FERNANDA RICAURTE PAREDES

como requisito para la obtención del título de
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

ha sido dirigido por el profesor

M.Sc. IVÁN MARTÍNEZ BURBANO

quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

.....
M.Sc. IVÁN MARTÍNEZ BURBANO

Director

Los profesores informantes

Lic. VALERIA LÓPEZ CH., e

Ing. CARLOS ANDRADE A. MBA

después de revisar el trabajo escrito presentado,
lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador.

.....
Lic. VALERIA LÓPEZ CH.

.....
Ing. CARLOS ANDRADE A. MBA

Quito, a 20 de febrero de 2013

DEDICATORIA

A mis padres,
por es el pilar fundamental de mi vida

AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que me brindaron su apoyo, ayuda y tiempo
para el desarrollo de la tesis

RESUMEN EJECUTIVO

La tesis desarrollada tuvo como objetivo principal la elaboración de un plan de negocios para la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito. Se cumplieron los objetivos específicos, los cuales estuvieron enfocados a la realización del plan de marketing, los estudios administrativo, legal y económico y financiero, los que a su vez permitieron cumplir con el objetivo principal. Para conseguir los resultados que respondieron el problema de investigación que interrogaba si la creación de la cafetería temática sería factible, se utilizaron los tipos de investigación exploratoria y descriptiva durante el desarrollo de los cinco capítulos que componen al actual proyecto; de igual manera se emplearon instrumentos como el análisis de datos secundarios, terciarios y primarios. Los datos primarios fueron adquiridos a través de las entrevistas, encuestas y análisis de la competencia fueron clasificados, tabulados y/o graficados para su correcto análisis. Los métodos inductivo – deductivo e histórico – lógico, fueron imprescindible para el desarrollo del plan de negocios. Se concluyó que la creación de la cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano ubicada en la ciudad de Quito es factible, resultado demostrado mediante los análisis económicos y financieros hallados a partir de los estados financieros y flujos de fondos elaborados en el estudio económico y financiero, los mismos que se fundamentaron en la información obtenida en los otros componentes del plan de negocios.

ABSTRACT

The developed thesis had as main objective to create the business plan for a thematic coffee shop specialized in Ecuadorian coffee and cocoa, located in a north neighborhood of Quito. The specific objectives were fulfilled. The specific objectives were on performing the marketing plan as well as the administrative, legal, economic and financial studies, which at the same time allowed the main objective to be achieved. In order to find out the answer to the problem which questioned whether the creation of the thematic coffee shop would be feasible or not, there were used exploratory and descriptive researches during the develop of the five current chapters project. Additionally, instruments as analysis of primary, secondary and tertiary information sources were used. The primary source information was obtained by using interviews, surveys and competition analysis; later classified, tabulated and/or illustrated for its properly analysis. The inductive – deductive and historical – logical methods were essential for the business plan development. The conclusions show that the creation of the thematic coffee shop specialized in Ecuadorian coffee and cocoa located in Quito is feasible, which was proved by the economic and financial studies, starting from the financial statements and cash flows based on information obtained in the remainder business plan components.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Introducción	1
1. Capítulo I. El problema	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.1.1. Análisis PEST	3
1.1.1.1. Factores políticos	3
1.1.1.2. Factores económicos	5
1.1.1.3. Factores sociales	6
1.1.1.4. Factores tecnológicos	6
1.1.1.5. Factores ecológicos	7
1.1.1.6. Factores legales	8
1.1.2. Análisis competidores	9
1.1.2.1. Directos	9
1.1.2.2. Indirectos	9
1.1.3. Análisis proveedores	11
1.1.4. Diagnóstico problema	13
1.1.5. Pronóstico	14
1.1.6. Control de pronóstico	15
1.2. Formulación del problema	15
1.3. Sistematización del problema	15
1.4. Objetivo general	15
1.5. Objetivos específicos	16
1.6. Justificaciones	16
2. Capítulo II. Marco teórico	18
2.1. Fundamentación teórica	18
2.1.1. Turismo	19

2.1.1.1. Turismo en el Ecuador	20
2.1.2. Cacao y chocolate	21
2.1.2.1. Cacao Ecuador	22
2.1.3. Café	25
2.1.3.1. Café Ecuador	26
2.2. Marco Conceptual	28
3. Capítulo III. Diseño Metodológico	30
3.1. Nivel de estudio	30
3.2. Modalidad de investigación	30
3.3. Métodos	31
3.4. Población y muestra	31
3.5. Selección de instrumentos de investigación	32
3.6. Validez y confiabilidad de instrumentos	32
3.7. Operacionalización variable	32
3.8. Procesamiento de datos	32
4. Capítulo IV. Plan de negocios	33
4.1. Plan de marketing	33
4.1.1. Estudio de mercado	33
4.1.1.1. Objetivos	33
4.1.1.1.1. Objetivo general	33
4.1.1.1.2. Objetivos específicos	33
4.1.1.2. Análisis de información	33
4.1.1.2.1. Información secundaria	33
4.1.1.2.2. Información primaria	35
4.1.1.2.2.1. Encuestas	35
4.1.1.2.2.1.1. Tamaño de la muestra	35
4.1.1.2.2.1.2. Formato de encuestas	36
4.1.1.2.2.1.3. Tabulación y análisis de la encuesta	38
4.1.1.2.2.2. Entrevistas	46
4.1.1.2.2.2.1. Formato entrevista	46
4.1.1.2.2.2.2. Análisis de las entrevistas	47

4.1.2. Análisis de la competencia	48
4.1.2.1. Competencia directa	48
4.1.2.1.1. Análisis de plaza, productos y precios	49
4.1.2.1.2. Análisis promoción	56
4.1.2.2. Competencia Indirecta	56
4.1.3. Marketing mix	59
4.1.3.1. Producto	59
4.1.3.1.1. Descripción	59
4.1.3.1.2. Marca, logo y eslogan	59
4.1.3.2. Precio	60
4.1.3.3. Plaza	61
4.1.3.4. Promoción	63
4.2. Estudio legal	63
4.2.1. Ley de compañías	63
4.2.1.1. Compañía de responsabilidad limitada	63
4.2.1.1.1. Requisitos de constitución	63
4.2.2. Ley de turismo	64
4.2.2.1. Registro de turismo	64
4.2.2.2. Contribución del uno por mil sobre activos fijos	65
4.2.2.3. Diez por ciento adicional	65
4.2.3. Código del trabajo	66
4.2.3.1. Contratos de trabajo	66
4.2.3.1.1. Tipos de contratos	66
4.2.3.1.2. Terminación del contrato	66
4.2.3.2. Remuneraciones, participación de las utilidades y fondo de reserva	67
4.2.3.3. Vacaciones	67
4.2.3.4. Seguro general obligatorio	68
4.2.3.5. Reglamento interno de trabajo	68
4.2.4. Ley de régimen tributario interno	68
4.2.4.1. Impuesto a la renta	68
4.2.4.2. Impuesto al valor agregado	69
4.2.5. Ley de registro único de contribuyentes	69
4.2.5.1. Ruc	69

4.2.6. Impuestos municipales	70
4.2.6.1. Impuesto de patente	70
4.2.6.2. Impuesto del 1.5 por mil sobre activos totales	70
4.2.7. Licencias	70
4.2.7.1. Licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas	70
4.3. Estudio administrativo	71
4.3.1. Estructura administrativa	71
4.3.1.1. Misión y visión	71
4.3.1.2. Valores corporativos	71
4.3.1.3. Organigrama estructural	72
4.3.1.4. Organigrama funcional	74
4.4. Estudio económico y financiero	76
4.4.1. Ventas	76
4.4.1.1. Costos y precios de venta	78
4.4.2. Activos fijos	79
4.4.3. Préstamo	82
4.4.4. Gastos	83
4.4.5. Proyección de la inflación	86
4.4.6. Estado de pérdidas y ganancias	87
4.4.7. Balance general	89
4.4.8. Punto de equilibrio	91
4.4.9. Flujo de fondos	92
4.4.10. Análisis financiero y económico	93
4.4.10.1. Índices financieros	93
4.4.10.2. VAN, TIR y Periodo de recuperación	94
5. Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones	95
5.1. Conclusiones	95
5.2. Recomendaciones	98
Bibliografía	99

ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICOS Y ANEXOS

Cuadros

Cuadro 2.1. Crecimiento llegada de turistas (2011)	19
Cuadro 2.2. Motivos de visita del turismo receptor (2011)	20
Cuadro 4.1. Población Cantón de Quito año 2010, según grupos de edad	34
Cuadro 4.2. Estratificación del nivel socioeconómico	34
Cuadro 4.3. Segmento de mercado	35
Cuadro 4.4. Rangos de edad	38
Cuadro 4.5. Cafeterías especializadas en café y/o cacao ecuatoriano conocidas	43
Cuadro 4.6. Productos consumidos en cafeterías	43
Cuadro 4.7. Productos y precios – Cacao & Cacao	49
Cuadro 4.8. Productos y precios – Cafeto	50
Cuadro 4.9. Productos y precios – Ecocafé	51
Cuadro 4.10. Productos y precios – Este Café	51
Cuadro 4.11. Productos y precios - Ethnic Coffee	52
Cuadro 4.12. Productos y precios – Galletti	53
Cuadro 4.13. Productos y precios – Kallari	54
Cuadro 4.14. Productos y precios – República del Cacao	55
Cuadro 4.15. Productos y precios – Sweet & Coffee	55
Cuadro 4.16. Productos y precios – El Español	57
Cuadro 4.17. Productos y precios – Juan Valdez	58
Cuadro 4.18. Precio	61
Cuadro 4.19. Tasa del Registro de Turismo	65
Cuadro 4.20. Personal necesario por día	73
Cuadro 4.21. Horas semanales por área	73
Cuadro 4.22. Cantidad de ventas anuales (100%)	77
Cuadro 4.23. Proyección de ventas por año	77
Cuadro 4.24. Costos y precios	78

Cuadro 4.25. Costos y precios promedio	78
Cuadro 4.26. IVA materia prima	79
Cuadro 4.27. Activos fijos	80
Cuadro 4.28. Préstamo	82
Cuadro 4.29. Gastos sueldos y beneficios sociales - Año 1	84
Cuadro 4.30. Gastos aseo y limpieza por año	85
Cuadro 4.31. Proyección de la inflación anual	86
Cuadro 4.32. Estado de Pérdidas y Ganancias	87
Cuadro 4.33. Balance General	89
Cuadro 4.34. Punto de equilibrio	91
Cuadro 4.35. Flujo de fondos	92
Cuadro 4.36. Índices Financieros	93
Cuadro 4.37. Tasa de descuento	94
Gráficos	
Gráfico 1.1. Mapa Político Parroquial del Distrito Metropolitano de Quito	4
Gráfico 2.1. Cacao ecuatoriano	24
Gráfico 2.2. Zonas de cultivo de café ecuatoriano	27
Gráfico 4.1 Rangos de edad	38
Gráfico 4.2. Sexo	39
Gráfico 4.3. Estado Civil	39
Gráfico 4.4. Nivel de instrucción	39
Gráfico 4.5. Ocupación	39
Gráfico 4.6. Personas que asistirían a la cafetería	40
Gráfico 4.7. Visita a cafeterías	40
Gráfico 4.8. Motivos asistencia a cafeterías 1	41
Gráfico 4.9. Motivos asistencia a cafeterías 2	41
Gráfico 4.10. Cafeterías	41
Gráfico 4.11. Cafeterías especializadas en café y/o cacao ecuatoriano	42
Gráfico 4.12. Productos consumidos en cafeterías	44
Gráfico 4.13. Factores importantes de una cafetería	44
Gráfico 4.14. Publicidad	45
Gráfico 4.15. Reservas	45
Gráfico 4.16. Logo	60

Gráfico 4.17. Planos cafetería	62
Gráfico 4.18. Organigrama estructural	72
Gráfico 4.19. Proyección de la inflación anual	86
Anexos	105
Anexo A. Entrevistas	106
Anexo A-1. Entrevista Sommelier Valeria López	106
Anexo A-2. Entrevista Sommelier Jorge Paredes	107
Anexo B. Recetas Estándar	108
Anexo C. Comparaciones precios competencia	115
Anexo C-1. Comparación precios competencia directa	115
Anexo C-2. Comparación precios competencia indirecta	116
Anexo D. Cotizaciones	117
Anexo D-1. Pacari	117
Anexo D-2. FAPECAFES	117
Anexo D-3. Floralp	118
Anexo D-4. Federer	119
Anexo D-5. Codehotel	120
Anexo D-6. Italdesign	122
Anexo D-7. Termalimex	123
Anexo D-8. Irvix	125
Anexo D-9. Espacev	126
Anexo D-10. Ecuatepi	126
Anexo D-11. Casa Pazmiño	127
Anexo D-12. Q'Muebles	127
Anexo D-13. Montero	128
Anexo D-14. Radio Shack	128
Anexo D-15. Kywi	129
Anexo D-16. Unilimpio	130
Anexo E. Formularios	131
Anexo E-1. Solicitud Registro de Turismo	131
Anexo E-2. Solicitud informe de compatibilidad de usos del suelo	131
Anexo E-3. Formulario de declaración del uno por mil sobre activos fijos	132
Anexo E-4. Solicitud de Licencia Metropolitana de Funcionamiento	132

Anexo F. Asientos contables	133
Anexo G. Diseño de la carta	140

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación trata del desarrollo de un plan de negocios para la creación de una cafetería temática especializada café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad capital del Ecuador, con el fin de demostrar si su creación es factible. Para responder a la pregunta de la investigación fue primordial cumplir con los objetivos trazados tales como realizar un estudio de mercado para elaborar la mezcla promocional adecuada del producto y se ajuste a las necesidades y preferencias de los clientes potenciales, obtener y analizar información del marco legal y operativo, establecer la estructura administrativa de la empresa, y realizar el estudio económico y administrativo. Cabe destacar que el objetivo principal es estructurar el plan de negocios.

Esta tesis se compone de cinco capítulos descritos a continuación:

- En el primer capítulo se plantea el problema, aquí se exponen los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y legales que influyen en el proyecto, analizan a breves rasgos a la competencia y los proveedores, se diagnostica el problema y detalla el pronóstico. Además se formula y sistematiza el problema, establecen lo objetivo general y los específicos y explica la justificación.
- El segundo capítulo contiene la fundamentación teórica que incluye datos sobre el turismo, cacao y café de manera global y del Ecuador, y el marco conceptual de la tesis.
- El capítulo tres comprende el diseño metodológico del proyecto que contiene aspectos de la investigación relacionados con modalidad, métodos, instrumentos, variables y la muestra.

- En el cuarto capítulo se desarrolla el plan de negocios, el cual se compone por el plan de marketing, estudio legal, estudio administrativo y estudio económico y financiero. El plan de marketing consta del estudio de mercado, análisis de la competencia, y marketing mix. En este plan se recoge y analiza una gran cantidad de información que permite la estructuración de los siguientes estudios del plan de negocios.

El estudio legal examina las leyes, códigos y tributos que rigen y regulan la actividad de las cafeterías, estas son; Ley de Compañías, de Turismo, de Régimen Tributario Interno y de Registro Único de Contribuyentes, Código de Trabajo, Impuestos Municipales y licencias.

En el estudio administrativo presenta la estructura administrativa formada por la misión, visión, valores corporativos, organigrama estructural y el organigrama funcional. Mediante este estudio se analiza la cantidad necesaria de empleados para el funcionamiento de la empresa.

Finalmente en el estudio económico, utilizando la información obtenida en los demás componentes del plan de negocios, se justifican las ventas con sus respectivos precios y costos, activos fijos, préstamo, gastos y proyección de la inflación, datos que estructuran el Estado de Pérdidas y Ganancias y Balance General que a su vez permiten armar el flujo de fondos de la empresa. Utilizando esta información se realizan los análisis económicos y financieros.

- Las conclusiones y recomendaciones encontradas durante la elaboración del proyecto de investigación, están expuestas en el último capítulo.

Se utilizó investigación exploratoria y descriptiva, las modalidades empleadas fueron de campo, documental y proyectos de desarrollo. Los métodos con los cuales se trabajó son inductivo – deductivo e histórico - lógico.

Las limitaciones y problemas enfrentados durante la elaboración de la tesis, fueron la carencia de información actualizada sobre indicadores sociales y económicos, así como también de la composición de la población, la mayoría de datos obtenidos fueron del año 2010, adicionalmente el cálculo de los indicadores sociales y económicos no está estandarizado por cual varía en cada periodo calculado y no se puede hacer una comparación real de los datos en diferentes periodos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Análisis PEST

En 1978, la ciudad de Quito, fue la primera capital del mundo en ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. También fue reconocida como Capital Americana de Cultura 2011.¹

1.1.1.1. Factores Políticos

El Ecuador es un país organizado en forma de república, gobernado bajo un sistema democrático y descentralizado, electo en el 2007 hasta la actualidad, el Presidente Constitucional de la República del Ecuador es el Economista Rafael Correa Delgado. La moneda es el Dólar Americano, sus principales ciudades son Quito, Cuenca, Guayaquil y Cuenca.

Quito es la ciudad capital del Ecuador, la cual se encuentra ubicada en la región Sierra, en la provincia de Pichincha. También es la cabecera cantonal del Distrito Metropolitano de Quito, el mismo que cuenta con 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales.

¹ Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. (s.f.). *Sitio turístico oficial de Quito*. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de <http://www.quito.com.ec/>

Gráfico 1.1

Mapa Político Parroquial del Distrito Metropolitano de Quito



Fuente: Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Distrito Metropolitano de Quito

El Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, desde el año 2009, es el Dr. Augusto Barrera, quien precede El Concejo Metropolitano. El Concejo se encarga de aprobar ordenanzas, resoluciones y acuerdos dentro de su jurisdicción. El Municipio Metropolitano de Quito cuenta con varias secretarías; General de Planificación, de Seguridad y Gobernabilidad, de Comunicación, de Ambiente, de Coordinación Territorial y Participación, de Educación y Cultura, de Desarrollo Productivo y Competitividad, de Movilidad, de Inclusión Social, de Salud y de Territorio, Hábitat y Vivienda.²

² Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de <http://www.quito.gob.ec/el-municipio/concejo-metropolitano.html>

1.1.1.2. Factores Económicos

En el Ecuador, el PIB per cápita en el 2011 incrementó en 6,3% en relación del 2010, y el PIB anual en 7,8%. Este crecimiento fue contribuido en el 88,2% por el sector no petrolero y el 7% por el petrolero. La tasa de inflación anual fue del 5.4%, menor al promedio de América Latina. En junio del 2012, la inflación anual alcanzó aproximadamente el 5%, porcentaje que posiciona al país como la cuarta economía de mayor inflación anual, de entre 17 países principalmente de Latinoamérica. Este valor se fue influenciado por la inflación de las bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes y deflación en comunicaciones.³ La inflación acumulada del 2012 fue del 4,16%.⁴

El Distrito Metropolitano de Quito (<http://www.inviertaenquito.com>), basándose en el Censo Económico del 2010, afirma que Quito es la nueva capital económica del Ecuador. Tiene la mayor concentración de establecimientos del país, aproximadamente el 20%, contribuyendo el 45% de los ingresos derivados de los mismo y el 27% de personas con empleo a nivel nacional. Los sectores económicos que tiene mayor participación son el comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores (35%), industrias manufactureras (33%), explotación de minas y canteras (5%) y actividades de financieras y de seguros, transporte y almacenamiento, y actividades profesionales, científicas y técnicas (4% cada una).⁵

Según datos de las encuestas anuales de restaurantes, hoteles y servicios realizadas por del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, desde el año 2003 al 2008 ha existido un crecimiento promedio del 6,38% de cafeterías. De enero del 2011 a septiembre del mismo año, datos del Municipio de Quito señalan la existencia de 238 cafeterías.⁶

³ Dirección de Estadística Económica - BCE. (Julio de 2012). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 4 de Agosto de 2012, de

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro072012.pdf>

⁴ Banco Central del Ecuador. (s.f.). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 22 de Enero de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_acumulada

⁵ Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *Invierta en Quito*. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de http://www.inviertaenquito.com/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=91&lang=es

⁶ Robayo Parreño, Valeria Alexandra (2011) *Estudio de factibilidad para la instalación de una librería-cafetería en el sector norte de la ciudad de Quito*. Tesis para optar al grado de Ingeniero en Negocios

1.1.1.3. Factores Sociales

Según el último Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, el Ecuador tiene 14'483.499 habitantes, total del cual el cantón Quito compone el 15.46%, conformado por aproximadamente el 51% de mujeres y el resto de hombres. La edad promedio de los pobladores es de 30 años, y el porcentaje de analfabetismo igual al 3%.

Los habitantes de la provincia de Pichincha, según el Censo del 2010, se autoidentificaron según su cultura y costumbres, de la siguiente manera; mestizos (82,1%), blanco (6,3%), indígena (5,3%), afroecuatoriano (4,5%), montubio (1,3%) y otros (0,4%).⁷

En junio del 2012, la Población Económicamente Activa del Ecuador se compuso principalmente por; el 49,9% de ocupados plenos, 43,0% de subocupación y el 5,02% de desocupación total. Con respecto a junio del 2012, la tasa de ocupados plenos incremento en un 4,3%, mientras que las tasa de subocupación decreció en 3,7% y la de desempleado en 1,2%.⁸

1.1.1.4. Factores Tecnológicos

De acuerdo a los resultados del Censo de la Población y Vivienda (<http://www.inec.gob.ec>) realizada en el 2010 por el INEC, del total de los habitantes de la provincia de Pichincha el 87,2% tiene acceso a teléfono celular, el 26,2% a internet, el 48% a la computadora y a televisión por cable el 24,1%. Considerando analfabetismo digital a las personas de 10 años en adelante que no hayan utilizado teléfono celular, internet ni computadora en los últimos 6 meses previos al Censo, representan el 14,3% de hombres y 20,5% de mujeres.

Internacionales. Quito, Ecuador. Universidad Internacional SEK, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

⁷ INEC. (s.f.). *INEC*. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/pichincha.pdf

⁸ Dirección de Estadística Económica - BCE. (Julio de 2012). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 4 de Agosto de 2012, de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro072012.pdf>

1.1.1.5. Factores Ecológicos

Entre 1891 y 1999, la temperatura media en la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito, incrementó entre 1,2% y 1,4%, y la precipitación decreció. Por esta razón, el DMQ ha sido afectado por la variabilidad climática y el cambio climático, las mismas que han causado inundaciones, sequías y deslizamientos de tierra. Estos cambios afectan directa e indirectamente a los ecosistemas frágiles, salud, seguridad alimentaria y disponibilidad de agua que a su vez interviene en la infraestructura y generación hidroeléctrica. Al mismo tiempo contribuye al cambio climático debida a la emisión de gases efecto invernadero, producida principalmente por los sectores de la agricultura y desechos, también inciden los sectores de energía y uso de suelo, cambio de uso del suelo y silvicultura. Con el fin de mitigar los efectos del cambio climático y adaptarse al mismo, en el 2009 en Municipio del DMQ implementó la “Estrategia Quiteña al Cambio Climático”, también se ha realizado el “Plan de Acción Climático de Quito 2012 – 2016.

La Secretaria de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito, es la autoridad rectora de su gestión ambiental integral por lo cual se encarga de determinar políticas, estrategias, directrices normas y ejercer control. Su fin es mejorar la calidad de vida de los habitantes por medio del control de la contaminación atmosférica. Se conforma de las unidades de licenciamiento, fiscalización y mejoramiento continuo – uso sustentable de recursos.

Según estudios realizados, han logrado identificar varios problemas ambientales, se ha determinado que un quiteño deja una huella ecológica 25% mayor a la de un ecuatoriano promedio. Entre los problemas encontrados está principalmente el deterioro de la calidad de aire ocasionado por las emisiones vehiculares la cual se intenta mitigar con la revisión técnica vehicular y la medida de restricción vehicular “Pico y Placa”. También existe contaminación acústica derivada del uso indiscriminado de dispositivos sonoros y del transporte pesado. Otro problema es la falta de un sistema de tratamiento de aguas residuales, al ser un recurso perecedero el uso indiscriminado de la misma producirá efectos negativos, la Secretaria del Ambiente ha realizado una normativa para el control de descargas no domesticas del sector productivo. El segundo problema ambiental más importante es la falta de tratamiento y reciclaje de basura, por lo cual se intenta tecnificar gestores ambientales tecnificados y aprobar ordenanzas. Para amortiguar los efectos

causados por la coexistencia de actividades productivas y residenciales en el Distrito Metropolitano de Quito, se espera el desarrollo de zonas industriales.⁹

1.1.1.6. Factores Legales

El Concejo Metropolitano (<http://www.quito.gob.ec>) es el órgano encargado de dictar ordenanzas, resoluciones administrativas y acuerdos para la posterior aprobación del Distrito Metropolitano de Quito. Se encuentra conformado por quince concejales encargados de diferentes comisiones las mismas que están distribuidas en los cuatro distintos ejes; social, económico, territorial y de gobernabilidad e institucionalidad.

En el ámbito del turismo, para el ejercicio de actividades turísticas en el Ecuador, como el servicio de alimentos y bebidas, se requiere obtener el Registro Único de Turismo previo al inicio de las actividades, el cual es la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro público de empresarios y establecimientos turísticos en el Ministerio de Turismo, este registro solo se efectúa una vez y le corresponde mantener al Ministerio de Turismo¹⁰, actualmente es otorgada por la Empresa Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. Otro de los requisitos es la obtención de la Licencia Metropolitana para el Ejercicio de Actividades Económicas que constituye la autorización legal para el ejercicio de cualquier actividad económica en el Distrito Metropolitano de Quito, el trámite para la obtención de la misma se realiza en la administración zonal del Municipio a la cual corresponda el establecimiento.¹¹

⁹ Secretaria de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *Secretaria de Ambiente*. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de <http://www.quitoambiente.gob.ec/web/>

¹⁰ Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo (Decreto Ejecutivo 1186, Registro Oficial 244, 19 de Enero de 2004).

¹¹ Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (s.f.). *Quito Turismo*. Recuperado el 26 de Agosto de 2012, de http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=60&Itemid=86

1.1.2. Análisis competidores

1.1.2.1. Directos

Cafeterías en la ciudad de Quito que tengan como especialización café, cacao y/o chocolate ecuatoriano:

- **Chocolate – Boutique**

Pertenece a República del Cacao, productora ecuatoriana de chocolate que fue creada hace cuatro años como un proyecto con el fin de rescatar el cacao ecuatoriano denominado “Cacao Arriba”. Pertenece a Corporación Confiteca, compañía ecuatoriana productora y comercializadora de confites.¹²

Sus cafeterías se encuentran ubicadas en la Plaza Foch, sector La Mariscal y en La Ronda, Centro Histórico de Quito. Además del servicio de alimentos y bebidas, ofrece productos artesanales ecuatorianos.

- **Kallari Chocolate Lounge & Café**

Cafetería y Galería de artesanías perteneciente a la Asociación Kallari la cual es la unión no gubernamental de los productores de cacao orgánico de la Amazonía del Ecuador. A parte de producir cacao y chocolate, elaboran artesanías y joyas, la mismas que se pueden encontrar en la cafetería ubicada en el sector La Mariscal.¹³

1.1.2.2. Indirectos

Supermercados, tiendas y galerías que vendan productos que se puedan encontrar en la cafetería o los ingredientes para poder elaborarlos, como:

- **Tiendas Queseras de Bolívar**

Pertenecientes al Gruppo Salinas, instancia corporativa que representa los intereses de población de Salinas, parroquia ubicada en la provincia de Bolívar del Ecuador, y de las instituciones miembros. Como ente corporativo está integrado por seis miembros que son organizaciones salineras; Cooperativa de Ahorro y Crédito Salinas Ltda.,

¹² República del Cacao. (s.f.). *República del Cacao*. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de <http://www.republicadelcacao.com>

¹³ Kallari Association. (s.f.). *Kallari*. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de <http://www.kallari.com/es/>

Asociación “Desarrollo Social de Artesanos Texal Salinas”, Fundación de Organizaciones Campesinas de Salinas, Fundación Grupo Juvenil Salinas, Fundación Familia Salesiana Salinas y Cooperativa de Producción Agropecuaria “El Salinerito”.

Existen siete tiendas en la ciudad de Quito, los cuales ofrecen los productos de la gama de productos El Salinerito, los mismos que son elaborados por los miembros del Gruppo Salinas, como; chocolates, turrone, mermeladas, productos lácteos, embutidos, hongos secos, entre otros.¹⁴

- Galería Ecuador Gourmet

Galería de productos gourmet y selecciones especiales del Ecuador, ubicada en el sector de La Mariscal en una casa declarada como patrimonio arquitectónico de la ciudad de Quito.

Las salas con las que cuenta la galería se han denominado; café & chocolate, licores & habanos, hierbas aromáticas & especias, dulces tradicionales, mermelada & mieles, frutos del mar & lácteos, información turística, cerámicas & accesorios para el hogar, artesanía fina, pintura & grabados, libros, música & videos, antigüedades y joyería, moda, tejidos & accesorios y sala de negocios.¹⁵

Productores de café, cacao y chocolate que no sean los proveedores de la cafetería y/o sean proveedores de otras cafeterías:

- Vélez

Empresa ecuatoriana productora de café arábica de altura, que trabaja con campesinos productores de café bajo un sistema de comercio justo. Tiene una Escuela de Café la cual dicta cursos sobre el café, barismo y catación.

Sus cafés son artesanalmente cultivados, seleccionados y tostados. Denominados como cafés de origen provienen distintas zonas geográficas, estos son; Yumbo, Lojano, Río Intag y Galápagos.

¹⁴ Gruppo Salinas. (s.f.). *Salinerito*. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de <http://www.salinerito.com/>

¹⁵ *Galería Ecuador Gourmet*. (s.f.). Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de <http://www.galeriaecuador.com/>

El Café Vélez se puede encontrar en algunas cafeterías y restaurantes de la ciudad de Quito como; El Español Delicatesen, Crepes & Waffles, Honey & Honey, Restaurante Zazu, Alma Restaurante, Restaurante Pim's, entre otros.¹⁶

También son considerados competencia indirecta a los productores que tengan sus propias cafeterías como Kallari y República del Cacao.

Así mismo se encuentran dentro de este grupo las cafeterías ubicadas en la ciudad de Quito, que no tengan una temática relacionada con café y cacao ecuatoriano.

- Honey & Honey
- Omi
- El Español
- Cyril
- Azúcar y Canela
- Cafelibro
- Donut Express
- KRK Caffeto
- El Cafecito
- Juan Valdez

1.1.3. Análisis proveedores

Proveedores de materia prima

Al ser, el café y cacao, la especialización de la cafetería se realizará un exhaustivo análisis de los posibles proveedores de estos productos y de chocolate. Se buscará proveedores que mantengan responsabilidad social, sean reconocidos y no posean una cafetería propia. Entre estos podrían encontrarse:

¹⁶Café Vélez. (s.f.). *Café Vélez*. Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de <http://www.cafevelez.com>

- Pacari

Empresa ecuatoriana dedicada a la elaboración de chocolates orgánicos. Se manejan bajo principios de responsabilidad social y ambiental. Producen chocolates en diversas presentaciones:

- Sabores Andinos: incorpora sabores de los Andes; Pacari con Hierbaluisa, con Mortiño, con Sal del Cuzco, con Ají ahumado.
- Origen: dependiendo de la provincia de procedencia del cacao; Manabí 65% cacao, Los Ríos 72% cacao y Esmeraldas 60% cacao.
- Raw: con ingredientes poco procesados; Raw 70% y 100%.
- Cubierto: frutas, granos de café y cacao cubiertos por chocolate.
- Cocoa-cacao: granos de cacao tostados cubiertos por cacao en polvo.¹⁷

- Fundación Familia Salesiana Salinas (<http://www.salinerito.com/>)

Es uno de los seis miembros y organización de la parroquia Salinas de la provincia de Bolívar, perteneciente al Gruppo Salinas. Fue fundada en 1955 con el fin de apoyar a la Misión Salesiana, y legalizada en el 2002. A su vez, tiene empresas como Confites El Salinerito, Aceites Esenciales, Escuela de Arte, entre otras.

Confites El Salinerito, se dedica a la elaboración de productos alimenticios de confitería bajo procesos artesanales mínimamente industrializados. Sus productos son; chocolate, pasta de cacao, turrone y mermeladas y conservas.

- Hojaverde Gourmet

Empresa ecuatoriana especializada en productos gourmet la cual se maneja bajo principios de responsabilidad social, apoya a los pequeños productores a través del programa Comercio Justo.

- Chocolate negro – “Hojaverde Fino Arriba Dark Chocolate”
- Chocolate elaborado con cacao ecuatoriano “Nacional” o “Fino Arriba”, en barras con diferente porcentaje de cacao; 100%, 80%, 72% y 58%, en varias presentaciones.
- Café de Altura Arábica
- Café Arábica de Altura cultivado en Loja, Ecuador. Este café tiene un blend con café de Galápagos, tiene dos presentaciones; tostado y molido, y tostado en grano.¹⁸

¹⁷ PACARI. (s.f.). *PACARI*. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de <http://pacarichocolate.com/>

- Fino de Aroma

Creada en el 2004, el nombre de la empresa ecuatoriana “Fino de Aroma” hace referencia al cacao del Ecuador con la misma denominación. Apoya a pequeñas asociaciones de productores de café y cacao, y utilizan productos orgánicos que protegen el ambiente y la salud de los consumidores.

Entre los productos elaborados por esta empresa se encuentran:

- Chocolates en diversas presentaciones, algunos contienen pedazos de frutas y cardamomo.
- Café: producen dos variedades de café de altura; Café Gourmet “Fino de Aroma” producido en la provincia de Loja, y Café de Zaruma producido en El Oro.¹⁹

1.1.4. Diagnóstico problema

El Ecuador es considerado un país megabiodiverso, y tiene un gran potencial turístico, el mismo que se trata de potencializar con el PLANDETUR 2020, el mismo que se compone de varios proyectos que incluyen objetivos como fomentar el desarrollo de nuevos destinos y productos de turismo sostenible. La industria del turismo está compuesta principalmente por servicios de alojamiento y de alimentos y bebidas, los cuales presentan una tendencia al crecimiento.

Las características geográficas y clima del Ecuador hacen que sea un lugar apto para el cultivo de café y cacao, y al mismo tiempo aportan rasgos distintivos en estos. Las diferentes ubicaciones geográficas hacen que aunque se produzcan en un mismo país las características organolépticas varíen dependiendo la zona de cultivo, pero mantienen lo esencial.

El cacao ecuatoriano es conocido internacionalmente pues se caracteriza por sus propiedades organolépticas únicas, principalmente el cacao denominado “Arriba” o fino de aroma. En el Ecuador se cultiva este producto en algunas provincias, que por sus características geográficas aportan características especiales, razón por la cual es demandado internacionalmente para la producción de chocolate y sus derivados. Hace más

¹⁸ Grupo Hoja Verde. (s.f.). Hojaverde Gourmet. Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de <http://www.hojaverdegourmet.com>

¹⁹ Fino de Aroma. (s.f.). Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de <http://www.finodearoma.com.ec>

de cien años, antes que las enfermedades afectaran a las plantaciones, el Ecuador se consolidó como el principal productor de cacao del mundo, posición que hasta la actualidad no se ha podido recuperar, pero es el líder mundial en la producción de cacao fino y de aroma. Existen una gran cantidad de pequeños productores, quienes se han fortalecido mediante las organizaciones. En el mercado se ha observado un incremento en la elaboración de chocolate a base de cacao ecuatoriano.

El café, como bebida, es una de las más conocidas y demandadas mundialmente. En el Ecuador se produce café de las variedades arábica y robusta, su producción se ha visto incrementada en los últimos años al igual que los ingresos procedentes de su comercio. El país es uno de los principales exportadores, a nivel mundial, de café liofilizado.

Tanto la producción de café y cacao como el turismo, han presentado índices de crecimiento positivos. La industria del turismo al igual que la de la agricultura, aportan un rubro importante a la economía del país, y contribuyen a la generación de empleo.

1.1.5. Pronóstico

Si no se crea una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano, se dejaría de generar las plazas de trabajo que requiera la cafetería para poder funcionar y se dejará de cooperar a la disminución de la tasa de desempleo, así mismo repercutirá en los ingresos del turismo. De igual manera, al no necesitarse proveedores de café y cacao, no se contribuirá al sector de la agricultura y es probable que provoque una disminución de la producción de estos productos, al igual que de los ingresos y la cantidad de mano de obra necesaria.

Asimismo se dejaría de satisfacer las necesidades de un segmento de mercado, perdiendo una oportunidad de negocio.

1.1.6. Control de pronóstico

Es necesaria la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano, ya que para su funcionamiento necesitará empleados y proveedores de café y cacao. De esta manera se aumentarán los ingresos derivados del turismo y la agricultura, al mismo tiempo se generarán fuentes de trabajo en ambas industrias. También se cubrirán las necesidades de un segmento de mercado, y se apoya al desarrollo económico de la ciudad de Quito y en consecuencia del Ecuador.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito, sector de la Iglesia de la Paz?

1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles con las preferencias y necesidades del mercado potencial de la cafetería, y cómo debe estar estructurado el marketing mix del proyecto?
- ¿Cuáles son los requisitos legales para el establecimiento y funcionamiento de una cafetería en la ciudad de Quito, cómo debe ser el organigrama estructural de la empresa, cuál será su misión y visión, y bajo qué valores se manejará?
- ¿Cuál será el diseño técnico que se adecúe a las necesidades de la cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano?
- ¿Qué indicadores determinarán la factibilidad del proyecto?

1.4. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito, sector de la Iglesia de la Paz.

1.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para conocer las preferencias y necesidades del mercado potencial utilizando la información recolectada y analizada, con el fin de desarrollar el marketing mix
- Obtener y analizar información sobre el marco legal y operativo de una cafetería, establecer el organigrama estructural y crear la misión, visión y valores con los cuales la empresa se regirá y permitirán guiarla
- Realizar el estudio económico y financiero basándose en la información antes obtenida para determinar la factibilidad del proyecto

1.6. JUSTIFICACIONES

Esta investigación permitirá por medio de un plan de negocios, utilizar herramientas como; planes de marketing, financiero, administrativo y legal, con el fin de demostrar si la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el sector de la Iglesia de Paz de la zona norte de Quito, puede ser desarrollada y demostrar si es factible o no.

La realización de este plan de negocios se debe al interés de crear la cafetería en un futuro, lo cual generó la necesidad de conocer si el proyecto se podría realizar y su factibilidad. También porque creo que no existe una cafetería que tenga la mismas características y temática.

Tanto el turismo como la agricultura son fuentes importantes de empleo y aportan un rubro importante en la economía del país, disminuyendo los porcentajes de desempleo y pobreza. Por esta razón la creación de una cafetería temática sería una fuente generadora de empleo y aumento de ingresos, tanto en el área turística como en la agricultura. De esta manera se apoya al cumplimiento de uno de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir (2009-2013), el mismo que es el de garantizar el trabajo sostenible, justo y digno, en su diversidad de formas. Específicamente la política que trata de impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo, en su lineamiento que procura

fortalecer y promover iniciativas económicas de pequeña y mediana escala basadas en el trabajo, que se orienten a generar empleos nuevos y estables.²⁰

La creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano, enlaza la demanda de un lugar con servicio de alimentos y bebidas con el sentido de pertenencia de los ecuatorianos por sus productos, lo cual podrá dar lugar al reconocimiento de los productos nacionales e incentivar al consumo de los mismos, así exaltando los atributos del Ecuador, principalmente productos y personas involucradas en la cadena de producción de los mismos, tanto en ecuatorianos como extranjeros.

Al mismo tiempo, por su carácter turístico y generador de valor, favorece al objetivo del Plan Nacional Para El Buen Vivir (SENPLADES, 2009, pp. 329 – 336) de establecer un sistema económico social, solidario y sostenible, en su política de impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción. Particularmente el lineamiento que comprende aplicar incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente aquellas de los sectores industrial y de servicios, con particular énfasis en el turismo, en el marco de su reconversión a líneas compatibles con el nuevo patrón productivo y energético, y considerando la generación de empleo local, la innovación tecnológica, la producción limpia y la diversificación productiva.

Los objetivos del PNBV antes mencionados, conllevan al cumplimiento de uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, el mismo que es erradicar la pobreza extrema y el hambre. Ya que favorecen al mejoramiento de la economía, aumentando los ingresos y generando plazas de trabajo.

²⁰ SENPLADES. (2009). *Plan Nacional Para El Buen Vivir 2009 - 2013*. Ecuador. Pp. 271-278.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Es necesario reconocer la importancia del entorno de la empresa, en este caso una cafetería, y comprender que no está condicionada tan solo por los factores económicos. La siguiente cita textual hace referencia a la influencia de la empresa y su entorno:

[...] La empresa está sometida a los dictados surgidos del aparato estatal y su influencia afecta a sus relaciones con los demás elementos del sistema. Así, su estatus, sus relaciones con otras empresas, con los trabajadores, con el sector exterior y con el resto del mundo, están suspendidas a las legislaciones específicas de estos aspectos (civil, laboral, mercantil, administrativa, etc.). [...] (Bueno, Cruz & Duran, 1991, pp. 83).

Es preciso comprender la importancia de realizar un plan, en este caso de negocios. Las siguientes citas analizan la relevancia de la planificación dentro de una empresa y su definición:

- La función de planificación en la empresa tiene como misión, de una parte, tanto el planteamiento de los objetivos de la organización como la definición de las relaciones entre los mismos con los cursos de acción operativos que se puedan desarrollar, y, en otra, la configuración de las unidades de decisión y sus procesos de elaboración que permiten poner en funcionamiento las citadas acciones.²¹ (Bueno, & Cañibano, 1977, cap. 7)
- “La planificación constituye un proceso mediador entre el futuro y el presente” (Sapag, 2000, pp. 7).

²¹ Bueno, E., & Cañibano, L. (1977). *Cash Flow: Autofinanciación y tesorería*. Cap. 7. Tomado de *Economía de la empresa, análisis de las decisiones empresariales* (1991).

2.1.1. Turismo

Las llegadas de turistas internacionales en el año 2010 incrementaron en un 6,4%, mientras en el 2011 fue del 4,6%, valores determinados por las diversas crisis políticas y económicas. El crecimiento en los países de Europa, Asia y Pacífico fue del 6%, África 1%, y América 4%, destacándose América del Sur con un 9%. Tan solo los países de Oriente Medio decrecieron en el 8%.²²

Cuadro 2.1

Crecimiento llegada de turistas (2011)

REGIONES	% CRECIMIENTO
América	4%
África	1%
Asia y Pacífico	6%
Europa	6%

Fuente: Panorama OMT del Turismo Internacional (Edición 2012). Pp. 3.

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Los motivos de visita en el 2011 fueron principalmente ocio y recreo (Ver Cuadro 2.2).

Se prevé que exista una tendencia de crecimiento en las llegadas de turistas internacionales a destinos de economías emergentes tenga un crecimiento más rápido que el de las economías avanzadas. En el informe de la OMT “Tourism Towards 2030”, se señala que entre el 2010 y 2030 el número de llegadas de turistas internacionales en el mundo crecerá en un promedio del 3,3% anual. (OMT, 2012, pp. 14-15)

²² Organización Mundial del Turismo. (2012). *Panorama OMT del Turismo Internacional (Edición 2012)*.

Pp. 3. Recuperado el 2 de Agosto de 2012, de

http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights12_sp_hr.pdf

Cuadro 2.2

Motivos de visita del turismo receptor (2011)

MOTIVOS	PORCENTAJE
Ocio y recreo	51%
Profesionales	15%
Religiosos, tratamientos de salud y visita a parientes y amigos	27%
Sin especificar	7%

Fuente: Panorama OMT del Turismo Internacional (Edición 2012). Pp. 4.

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Los ingresos mundiales (OMT, 2012, pp. 2-3), a pesar de los problemas económicos de los países emisores, en el 2011 incrementaron en un 3,9%. Se estima que el turismo aporta mundialmente; cerca del 5% del producto interior bruto mundial y entre el 6% y el 7% del número de puestos de trabajo. El turismo receptor es uno de los principales sectores del comercio mundial, produce aproximadamente el 30% de las exportaciones mundiales de servicios y el 6% de bienes.

2.1.1.1. Turismo en el Ecuador

Entre el 2010 y 2011, existió una variación del 8,97% en la entrada de extranjeros al Ecuador, siendo los principales países de procedencia, en orden descendente; Colombia, Estados Unidos, Perú, España, Argentina, Venezuela, Chile, Alemania, Cuba, Canadá y Gran Bretaña. En el primer trimestre del 2012, la entrada de extranjeros se incrementó en un 14,10%.²³

Los ingresos derivados del turismo registrado en la Balanza de Pagos en el 2010, fueron de 786,5 millones de dólares, sin embargo en relación con los egresos por concepto de turismo, la balanza resulta negativa. En el mismo año, el consumo turístico receptor, consumo turístico final efectuado por los visitantes no residentes, representó el 1,4% del PIB. Los establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo en el 2010,

²³ Dirección de Investigación - Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). *Estadísticas Turísticas*.

Recuperado el 2 de Agosto de 2012, de

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4464

incrementaron en un 6,7% con relación al año anterior. Estos establecimientos emplean directamente a 92.828 personas, las actividades de alimentos y bebidas abarcan el 58,8% del total de los empleados, seguido por actividades de alojamiento.²⁴

Según una encuesta de turismo interno realizado de junio del 2002 a julio del 2003, las actividades preferidas por los turistas nacionales son; diversión (46,6%), visitar naturaleza o áreas protegidas (26,1%), practicar deportes (12,2%) y gastronomía (6,4%).²⁵

2.1.2. Cacao y chocolate

Carl Linnaeus, naturalista sueco, en 1735 da el nombre al cacao de THEOBROMA que significa “Fruto de los Dioses”.²⁶

Según la clasificación botánica, existen tres grupos; Criollo o Nativo, Forastero Amazónico y Trinitario.²⁷

La palabra “Cacao” (Arosemena, 1991, pp. 17) se deriva de idioma Maya y Azteca CACAHUATAL, y chocolate de XOCOATL que se compone de XOCO que significa caliente y ATL bebida o agua. Para los mayas, el dios comercial del cacao era el EK CHUAH a quien se le realizaba una ceremonia en el mes de mayo para asegurar una buena cosecha. Según los aztecas, QUETZALCOATL era un dios hijo de una virgen mortal y un dios, quien llegó a la tierra para ser un sacerdote y transmitirles todos sus conocimientos y sabiduría y fue quien entregó la bebida al hombre. Los Toltecas, como sacrificio para Quetzalcóatl y otras tribus mexicanas, se abstendrían de tener relaciones sexuales durante tres semanas antes del brote la planta de cacao.

Del cacao se derivan muchas historias y leyendas propias de un producto importante en la vida de los indios y la economía en general, así como también de su origen:

²⁴ Ministerio de Turismo del Ecuador. (17 de Enero de 2012). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2006 – 2010*. Recuperado el 2 de Agosto de 2012, de

<http://www.turismo.gob.ec/images/stories/estadisticas/boletinestadisticaturisticas2006-2010.pdf>

²⁵ Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). *PLANDETUR 2020*. Ecuador. P. 10.

²⁶ Arosemena, Guillermo. (1991). *El Fruto de los Dioses*. Ecuador. Graba. P. 18.

²⁷ Urquart, D. (1956). *COCOA*. Gran Bretaña. LONGMANS, GREEN AND CO. Pp. 13-14.

- Botánicos afirman (Arosemena, 1991, pp. 16) que el cacao nació hace 3000 o 4000 años en el área de la Amazonía y el Orinoco.
- Hechos históricos, indican que el cacao es originario de América Española (Arosemena, 1991, pp. 16) pues antes de 1500 no se conocía en Europa ni Asia. El cacao era cultivado y consumido por los toltecas, aztecas y mayas en México y Centroamérica.²⁸ Historiadores creen que los mayas fueron los productores de cacao y los aztecas eran importadores.²⁹
- En 1502, Cristóbal Colón, prueba el chocolate sin darle mayor importancia pero en 1519 Hernán Cortés se interesa por el cacao, su explotación, la bebida y el uso de las pepas de cacao como monedas. Hernán Cortés llevó a España, al Emperador Carlos V, cacao y la receta para preparar chocolate así como también los utensilios para su preparación. Ellos mantuvieron en secreto la receta por mucho tiempo, al igual que los precios del cacao, y por ende su bebida, eran altos. Para mediados del siglo XVI el negocio del cacao fue rentable. (Arosemena, 1991, pp. 18-21)

Se estima que del total de la producción de cacao mundial (Alvarado, Jiménez & Ramírez, pp. 6), el 95% corresponde a cacao corriente procedente de África, Asia y Brasil, el 5% es de cacao fino producido principalmente en América.

En el periodo 2009/2010, África representa el 68% de la producción mundial de cacao siendo Costa de Marfil el primer productor mundial. Europa abarca el 41% de la demanda mundial, Países Bajos conforma el principal país que compra cacao.³⁰

2.1.2.1. Cacao Ecuador

“El cultivo del cacao en la actual Republica de Ecuador es anterior a la conquista española, habiendo alcanzado importancia económica para el país desde el siglo XVIII, en especial entre 1830 y 1920.” (Báez, 1975, pp. 13)

²⁸ Alvarado, Elías., Jiménez, Israel., y Ramírez, Pedro. (s.f.). *Manual del Cacaotero Amazónico*. Ecuador. P. 5.

²⁹ Erneholm, Ivir. (1948). *CACAO PRODUCTION OF SOUTH AMERICA*. Suecia. C. R. Holmqvist Boktryckeri AB. Pp. 30-31.

³⁰ ICCO. (s.f.). *Informe Anual 2009/2010*. Pp. 28-29.

No se conoce la fecha exacta desde la cual existen cultivos de cacao en el Ecuador. Los primeros datos históricos acerca de la existencia de cacao en Ecuador son entre los años 1526 y 1527, fecha en la cual Pizarro realiza la primera expedición a las costas sudamericanas y encontró cultivos de cacao en Bahía de Mateus, actual provincia de Esmeraldas. Según el cronista Stevenson y el historiador Prescott, en la tercera expedición de Pizarro a las costas de Ecuador, entre 1528 y 1531, se encontró plantaciones de cacao en la Isla Puná. (Arosemena, 1991, pp. 24-25)

En el siglo XVI, al ser el cacao rentable mundialmente (Alvarado, E., Jiménez, I., & Ramírez, P., pp. 5), se potenció su cultivo en la actual costa ecuatoriana y empieza a establecerse como cultivo tradicional del Ecuador. Los hacendados y empresarios de Guayaquil cultivaron cacao y lo exportaron clandestinamente desde otros puertos, hasta 1789 cuando se obtuvo la Cédula Real la cual permitió cultivar y exportar estos productos desde la costa ecuatoriana, Guayaquil.

En 1600 existían pequeñas plantaciones de cacao conocido actualmente como cacao Nacional o Arriba a orillas del río Guayas. Tras la fundación del Ecuador las familias adineradas disponen sus haciendas ubicadas principalmente en Vinces y otros cantones de la provincia de los Ríos llamadas “Grandes Cacaos” para el cultivo de cacao.³¹

Desde 1879 (Arosemena, 1991, pp. 222) la producción empieza crecer de una manera vertiginosa, hasta consolidar al Ecuador como el mayor productor mundial de cacao, con el 30% del total.

En 1920, la producción decrece significativamente debido a la enfermedad Escoba de Bruja y Monilla, que junto a las consecuencias de la Primera Guerra Mundial y la depresión económica de los 20 afectan a la economía del país. Para crear un cacao más resistente a las enfermedades se realizó una mezcla del nacional y trinitario que mantiene el sabor del denominado “Arriba”. (<http://www.anecacao.com>)

Existen cuatro variedades de cacao cultivadas en el Ecuador; Criollo, Forastero Amazónico, Trinitario y Nacional. (Alvarado, E., Jiménez, I., & Ramírez, P., pp. 15-16)

³¹ ANECACAO. (s.f.). *Historia del cacao*. Recuperado el 1 de Julio de 2012, de

<http://www.anecacao.com/index.php/es/cacao-en-ecuador/historia-del-cacao.html>

Actualmente el Ecuador es reconocido mundialmente por ser el primer productor de Cacao Arriba fino y de aroma con aproximadamente el 63% del total mundial. En el 2006, fue nombrado producto símbolo del Ecuador debido a su historia, significado cultural, social y económico, calidad y características organolépticas únicas, las mismas que son reconocidas mundialmente.³²

Gráfico 2.1
Cacao ecuatoriano



Fuente: http://andes.info.ec/sites/default/files/styles/large/public/field/image/cacao_1.jpg
Elaborado por: Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica ANDES

De las exportaciones del 2011, entre los principales países que importan cacao en grano son Estados Unidos y países europeos, mientras que el cacao semielaborado no es importado por Estados Unidos y en un menor porcentaje por países europeos teniendo un porcentaje alto países de Centroamérica y Sudamérica. Cabe destacar que Holanda se mantiene como en el segundo país con mayor cantidad de demanda de cacao ecuatoriano en grano y semielaborado.³³

³² Freire, Jaime. (Junio de 2012). *Cacao, una visión general de la situación actual*. En: Nuestro Patrimonio. No. 34. P. 14.

³³ ANECACAO. (s.f.). *Estadísticas Públicas*. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas.html>

2.1.3. Café

Es la bebida preparada por infusión del polvo obtenido por la trituración de las semillas tostadas de la planta de café o cafeto, también denominada *Coffea*, la cual es una planta de la familia de las rubiáceas.³⁴ Existen varios tipos de cafeto, pero las utilizadas para realizar la bebida son; Arábica y Robusta.³⁵

El café se empezó a servir como bebida estimulante y reconstituyente en los primeros siglos de nuestra Era a reyes nobles y grandes señores. Y se extendió desde su hábitat en la legendaria Arabia hacia el mundo.³⁶

Existen varias leyendas acerca del café, entre estas se encuentran las siguientes:

- Las más antiguas leyendas sobre el café son árabes (Arguiñano & Arzak, pp. 88-89), teniendo los musulmanes al respecto su propia versión según la cual, tan divino néctar se halla unido a los prodigios del profeta Mahoma: se cuenta cómo Alá envió a éste al arcángel san Gabriel para ofrecerle un consuelo «negro como la piedra de Kaba» venerada por los musulmanes, consuelo denominado *gahwa*, que quiere decir excitante, energético, vigorizador. Leyendas cristianas de finales de la Edad Media, se cree que el café se pudo propagar, entre los siglos XII y XIV, mediante mercenarios que acudían a África a capturar esclavos. También relatan que en el siglo XVII, se produjo la introducción del café en Europa, la misma que probablemente fue por Viena, Holanda e Italia.
- Según la leyenda (Camps, 1985, pp. 91), el café fue descubierto en el siglo IV por un pastor árabe. Este pastor se había dado cuenta que sus ovejas, al comer cierta planta, se volvían alegres y juguetonas; movido por la curiosidad, probó estas semillas y comprobó que su alegría y satisfacción aumentaban. El hecho fue conocido, se dice, por un monje, y se comprobó que, secando los frutos y cociéndolos, se obtenía una bebida que producía los mismos efectos y que los monjes empleaban para mantenerse despiertos durante sus rezos. Los árabes

³⁴ Camps, María. (1985). *El Arte de la Repostería*. España. Nauta. P. 90 .

³⁵ Arguiñano, Karlos, y Arzak , Juan (s.f.). *Escuela de cocina y de la buena mesa* (Vol. II). España. Circulo de Lectores. P. 94.

³⁶ Robalino, Hugo. (1971). *El café el Ecuador*. Ecuador. P. 1.

llamaron esta bebida *kahwah*. Esta se extendió desde Arabia a Egipto y Turquía, y fueron los venecianos quienes la llevaron hacia Europa.

El primer productor mundial de café, en el 2011, es Brasil, seguido en orden por; Vietnam, Indonesia, Colombia, y Etiopia. Las exportaciones mundiales, en el periodo entre junio 2011 y mayo 2012, estuvieron lideradas por Brasil (29,76%) y Vietnam (19,94%), siendo el café Robusta la principal variedad de café exportado. Los principales importadores, entre abril 2011 y marzo 2012, fueron Estado Unidos que representando el 24,34% del total y Alemania con el 19,46%, y se consolida como el primer exportador de la Unión Europea, la misma que representa aproximadamente el 65% del total mundial. Otros países con un porcentaje simbólico de la importaciones son; Bélgica, Francia, Italia y Japón.³⁷

2.1.3.1. Café Ecuador

En el Ecuador (Robalino, 1971, pp. 1- 31.) se cultivan los primeros cafetos en 1830 en Manabí, desde donde se extendió a las diferentes provincias. Al estar ubicado por debajo del Trópico de Cáncer, el Ecuador, posee condiciones ecológicas que permiten el establecimiento satisfactorio de café. El cafeto se cultiva en las tierras bajas, entre 300 a 1.300 metros sobre el nivel del mar, y con temperaturas de 15°C y 25°C. Cabe destacar que también existen cultivos a más de 2.400 metros sobre el nivel del mar.

El Proyecto Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana realizada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador, señala que las zonas cafetaleras del Ecuador se localizan desde alturas cercanas al nivel del mar hasta, aproximadamente 2000 msnm. Manabí es la principal provincia productora de café en el Ecuador, seguida por Loja. Analizando por regiones, en el Litoral se concentra el 31%, Sierra 21% y la Amazonía 47% de la producción, Galápagos no representa un porcentaje significativo.³⁸

³⁷ ICO. (s.f.). *International Coffe Organization*. Recuperado el 19 de Julio de 2012, de <http://www.ico.org>

³⁸ Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (s.f.). *Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana*. Ecuador. Pp. 7.

Gráfico 2.2

Zonas de cultivo de café ecuatoriano



Fuente: <http://cofenac.org/documentos/img1.jpg>
Elaborado por: Consejo Cafetalero Nacional

Basándose en los datos de la ICO (<http://www.ico.org>), se puede determinar que a pesar de la disminución de la producción en los años 2007 y 2008, existe un significativo aumento desde el 2009 al 2011, alcanzando \$1.075,00, producción que apuntan a una reactivación de la misma.

De la producción de café del Ecuador (MAPAG, pp. 14-17), el 87% se exporta, mientras que el 13% se consume internamente. El país se ha consolidado como el tercer exportador mundial de café industrializado, ocupando Brasil y Colombia los primeros puestos. También es considerado el único productor que exporta más café soluble que en grano. Con el fin incrementar las exportaciones, la industria ecuatoriana de café soluble está incursionando en nuevos mercados asiáticos, rusos, entre otros.

A partir del año 2003 los ingresos derivados de las exportaciones de café han aumentado. En el 2011, en comparación al 2010, se observa un incremento significativo tanto en la cantidad de sacos (27,88%) como en los ingresos (54,48%) generados por los mismos. Los principales países que exportan café ecuatoriano son; Colombia en primer lugar representando el 32,47%, Alemania 19,04%, Rusia y República Checa con aproximadamente 14% cada uno. Estados Unidos, principal país exportador mundial de café, es el quinto mayor exportador de café ecuatoriano obteniendo el 5,09%.³⁹

³⁹ COFENAC. (s.f.). COFENAC. Recuperado el 19 de Julio de 2012, de <http://www.cofenac.org>

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Greg Balanko Dickson en su libro “Cómo crear un plan de negocios exitoso”, define a un plan de negocios como “[...] un documento formal elaborado para capturar y comunicar la dirección planeada y las maniobras que se requieren para que el negocio alcance su meta más importante: rentabilidad.”(Balanko, 2007, pp. 7.). Esta definición hace referencia a la necesidad de un plan de negocios que incluya estudios como los de mercado, financiero y económico para que una empresa logre cumplir sus metas.

Dentro de la economía se reconoce que las empresas están compuestas por;

[...] Un conjunto de elementos o factores humanos, técnicos y financieros, localizados en una o varias unidades físico-espaciales o centros de gestión y combinados y ordenados según determinados tipos de estructura organizativa. Dicha combinación se efectúa en base a ciertos planes a corto, mediano y largo plazo, con el ánimo de alcanzar determinados objetivos que vendrán a definir la conducta empresarial. Para llevar a cabo dicho plan será necesario desarrollar funciones específicas y concretas de carácter financiero, comercial, productivo, etc., que generan determinadas situaciones o estados según el comportamiento del sistema. (Bueno, 1975, pp. 721)

De acuerdo a Bueno Campos, se puede concluir que los factores humanos, técnicos y financieros son esenciales para una empresa, en este caso una cafetería. Estos factores deben combinarse y plasmar en un plan que comprenderá funciones financieras, comerciales y productivas con el fin de alcanzar las metas planteadas. Las funciones, al igual que los factores, necesitan ser analizadas a profundidad pues de estas dependerá el cumplimiento de los objetivos trazados.

Las cafeterías son consideradas como un tipo de restaurante⁴⁰. El concepto que define a una cafetería y sus principales características es la siguiente:

[...] Quedan comprendidos aquellos establecimientos, cualquiera sea su denominación que, además de helados batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, sirvan al público mediante precio, principalmente en la barra o mostrador, y a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto el establecimiento, platos fríos y calientes, simples o combinados [...] (Bachs, Vives y Herrero, 2001, pp. 15).

Los restaurantes contruidos alrededor de una idea, son considerados restaurantes temáticos.⁴¹ La misma definición explica el concepto de una cafetería temática, debido a

⁴⁰ Gee, Chuck. (1988). *Resort Development and Management*. EE.UU. Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association. Segunda edición. Pp. 149-150.

⁴¹ Walker, John. (2011). *The Restaurant: from concept to operation*. Nueva Jersey, EE.UU. John Wiley & Sons. Sexta edición. P. 47.

que es un establecimiento cuyas características, como comida y decoración, gira alrededor de una misma idea o tema.

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. NIVEL DE ESTUDIO

En el proyecto a desarrollarse será necesaria la utilización de los tipos de investigación; exploratoria y descriptiva.

- Exploratoria: se realizará la búsqueda y análisis de información en fuentes secundarias, así como también en fuentes primarias obtenidas por medio de aplicación de encuestas, entrevistas a expertos e investigación de campo, para obtener la información necesaria el estudio de mercado, legal, administrativo, financiero y económico del plan de negocios.
- Descriptiva: se describirán los procesos y sus componentes, incluyendo el monto de inversión para cada uno de estos, necesarios para la creación de la cafetería.

3.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

Se seguirán las siguientes modalidades de investigación:

- De campo: el estudio de mercado necesario en el plan de negocios, implica realizar una investigación de campo para obtener datos sobre el mercado potencial e información sobre a la competencia.
- Documental: para el desarrollo del presente proyecto se requieren documentos que contengan información como; leyes y regulaciones para la creación de una cafetería en la ciudad de Quito, tamaño de la población y los principales índices económicos de la misma, entre otros.

- Proyecto de Desarrollo: mediante el plan de negocios se podrá conocer si es factible la implementación de la cafetería, en cuyo caso, el plan señalará bajo que procesos y como se deberán desarrollarse, para que la empresa logre la factibilidad.

3.3. MÉTODOS

- Método Inductivo – Deductivo: se profundizan los conocimientos sobre la temática de la cafetería, café y cacao, al igual que de los productores del país y los competidores de la misma. Es imprescindible realizar un estudio exhaustivo que permita averiguar las características y necesidades del mercado potencial.
- Método Histórico – Lógico: se analizará las diferentes etapas, en este caso los estudios del plan de negocios, y el orden en el que se deben efectuar para poder proseguir con la investigación. Así mismo, serán detallados en los estados financieros los periodos en los cuales se realizarán las inversiones. Adicionalmente es fundamental conocer las leyes, reglamentos y ordenanzas a las que se debe regir la empresa para su creación y funcionamiento, y los derechos adquiridos.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: personas que residan en el norte de la ciudad de Quito, comprendidas en edades de 22 años en adelante, con ingresos económicos medios y altos.

Muestra: se obtendrá mediante la aplicación de la siguiente fórmula

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

3.5. SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Uno de los instrumentos de investigación a utilizarse es el análisis de documentos obtenidos en fuentes de datos secundarias y terciarias como; libros, publicaciones gubernamentales, informes, entre otras. De igual manera se analizará la información primaria conseguida mediante la aplicación de encuestas a la muestra obtenida del total de la población, entrevistas realizadas a expertos y observación directa de la competencia.

3.6. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Con el fin de validar la confiabilidad de los instrumentos aplicados, previa su aplicación, se realizará pruebas piloto para determinar si las encuestas y entrevistas, estén estructuradas de forma adecuada y lograrán obtener la información deseada.

3.7. OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE

Variable: Factibilidad

Definición conceptual: Determina que la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito, generará beneficios económicos para el empresario.

Definición operacional: los ingresos de la cafetería son mayores que los egresos, produciendo una rentabilidad en un tiempo determinado.

Nivel de medición: medición de intervalo

Indicadores: VAN Acumulado (Valor Actual Neto Acumulado), TIR (Tasa Interna de Retorno), Periodo de recuperación de la inversión.

3.8. PROCESAMIENTO DE DATOS

Los datos obtenidos mediante las encuestas serán clasificados, tabulados, graficados y analizados, posteriormente se presentarán los resultados que serán imprescindibles para la elaboración plan de negocios. Los datos que se hayan obtenido mediante entrevistas serán presentados previo el adecuado análisis.

CAPÍTULO IV

PLAN DE NEGOCIOS

4.1. PLAN DE MARKETING

4.1.1. Estudio de Mercado

4.1.1.1. Objetivos

4.1.1.1.1. Objetivo general

- Determinar el segmento de mercado y sus características

4.1.1.1.2. Objetivos específicos

- Definir el segmento potencial
- Identificar la oferta y demanda
- Reconocer las necesidades y preferencias del mercado potencial
- Determinar el marketing mix

4.1.1.2. Análisis de información

4.1.1.2.1. Información secundaria

El Cuadro 4.1 especifica como está compuesta la población del cantón Quito según el Censo de Población y Vivienda del 2010. Mediante esta información se segmentará el mercado tomando en cuenta a los habitantes del área urbana de 20 años hasta 79 años, analizando que la población comprendida entre 0 y 19 años representa el 35,87%, y de 80 años en adelante el 1,48%, sumando un total del 37,35% del total de la población urbana de Quito.

Cuadro 4.1

Población Cantón de Quito año 2010, según grupos de edad

Grupos de edad		Área		Total
de	Hasta	Urbana	Rural	
0	9	287771	122193	409964
10	19	288881	121538	410419
20	29	310364	114325	424689
30	39	246217	94446	340663
40	49	188793	73627	262420
50	59	135724	49673	185397
60	69	83184	30852	114036
70	79	43018	16120	59138
80	en adelante	23782	8683	32465
Total		1607734	631457	2239191

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, basándose en el Censo de la Población y Vivienda 2010, se señala que el porcentaje de pobreza extrema en el cantón Quito fue del 7% y el de pobreza de 29,7%⁴².

En la Encuesta de Estratificación de Nivel Socioeconómico 2011, realizada por el INEC en diciembre del 2010 a los hogares urbanos de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala, se aplicaron preguntas relacionadas con vivienda, educación, económica, bienes, tecnología y hábitos de consumo. Mediante los resultados se generaron cinco estratos socioeconómicos determinadas por sus características.

Cuadro 4.2

Estratificación del nivel socioeconómico

Nivel socioeconómico	Porcentaje
A	1,9%
B	11,2%
C+	22,8%
C-	49,3%
D	14,9%

Fuente: INEC. Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

⁴²SIISE. (s.f.). *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012, de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>

Para la segmentación del mercado, debido a sus características, se tomarán en cuenta porcentajes correspondientes a los niveles A y B.

Utilizando la información sobre la población y sus características, se determina el segmento de mercado ilustrado en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.3

Segmento de mercado

	2239191	Población total del Cantón Quito
-	821783	Pobreza y pobreza externa (36,7%)
=	1417408	
-	399709	Población rural (28,20%)
=	1017699	Total población urbana de Quito
-	380111	Población entre 0 a 19 años, y 80 en adelante (37,35%)
=	637588	
=	83524	13,1% (nivel socioeconómico A y B)

Fuentes: INEC y SIISE

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

4.1.1.2.2. Información primaria

4.1.1.2.2.1. Encuestas

4.1.1.2.2.1.1. Tamaño de la muestra

Se utilizará la fórmula de muestreo:

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

En donde:

- Z = grado de confiabilidad (85% = 1,44)
- N = universo o población (83524)
- p = probabilidad de ocurrencia (50% = 0,5)
- q = probabilidad de no ocurrencia (50% = 0,5)
- K = grado de error (5% = 0,05)

$$n = \frac{(1,44)^2 * (83524 * 0,5 * 0,5)}{[(0,05)^2 * (83524 - 1)] + [(1,44)^2 * 0,5 * 0,5]} = 206,85$$

4.1.1.2.2.1.2. Formato de encuestas



ENCUESTA CAFETERÍA TEMÁTICA ESPECIALIZADA EN CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO

Objetivo.- Recolectar información necesaria para la elaboración del plan de marketing de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito.

DATOS GENERALES

Sexo: M F

Edad: 20 a 29 30 a 39 40 a 49 50 a 59 60 a 69 70 a 79

Estado civil: Soltero Casado Divorciado Unión libre Viudo

Nivel de instrucción: 1er nivel 2do nivel 3er nivel 4to nivel

Ocupación: _____

Correo electrónico: _____

1. ¿Usted asiste a cafeterías? (si su respuesta es NO por favor pase a la pregunta 5)

SI NO

2. ¿Cuál es el motivo de su visita a cafeterías? (enumere del 1 al 5 según sea su prioridad, siendo 1 su principal motivo)

Esparcimiento Reunión laboral Reunión no laboral Degustar

Alimentación Otras _____

3. ¿Qué cafeterías frecuenta?

Honey & Honey Omi Cyril El Español Cyrano

KRK Caffeto Juan Valdez Otras _____

4. ¿Cuántas veces al mes asiste a cafeterías?

5. ¿Conoce alguna cafetería especializada en café y/o cacao ecuatoriano? (si su respuesta es NO por favor pase a la pregunta 7)

SI NO

6. ¿Qué cafeterías especializadas en café y/o cacao ecuatoriano conoce?

República del Cacao Kallari Chocolate Lounge & Café

Sweet & Coffee Este café Ethnic Coffee Otras _____

7. ¿Asistiría a una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en la zona de la Iglesia de la Paz?
(si su respuesta es NO, la encuesta finaliza)

SI NO

8. ¿Cuántas veces al mes frecuentaría una cafetería especializada en café y cacao ecuatoriano?

9. ¿Cuánto es su consumo promedio por persona en una cafetería?

5 10 15 20 25 30 35 más _____

10. ¿Qué consume en una cafetería? (Enumere del 1 al 9 según sea su prioridad, siendo 1 el de mayor consumo y 9 el de menor)

Café Chocolate caliente Jugos Bebidas alcohólicas Sánduches
Picaditas Postres Desayunos
Platos fuertes Otros _____

11. Enumere del 1 al 4, siendo 1 para usted el factor de mayor importancia y 4 el de menor importancia en una cafetería

___ Servicio
___ Instalaciones
___ Precios
___ Alimentos y bebidas

12. ¿Estaría interesado en conocer más acerca del café y cacao ecuatoriano?

SI NO

13. ¿De qué manera le gustaría recibir publicidad de la cafetería?

Correo electrónico Página Web Revistas Volantes
Otros _____

14. ¿Mediante qué vía le gustaría realizar reservaciones?

Correo electrónico Página Web Teléfono Personalmente
Otras _____

4.1.1.2.2.1.3. Tabulación y análisis de la encuesta

Mediante la aplicación de 207 encuestas del 19 al 26 de septiembre de 2012 a personas de 20 a 79 años que viven en área urbana del Cantón Quito, se pudo obtener la información detallada a continuación:

Cuadro 4.4

Rangos de edad

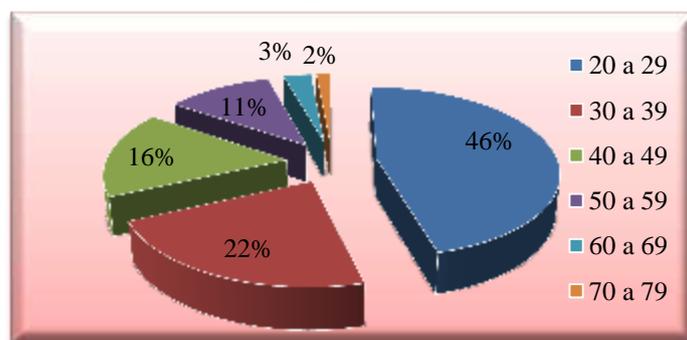
EDAD	PERSONAS
20 a 29	95
30 a 39	46
40 a 49	34
50 a 59	23
60 a 69	6
70 a 79	3
TOTAL	207

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Gráfico 4.1

Rangos de edad



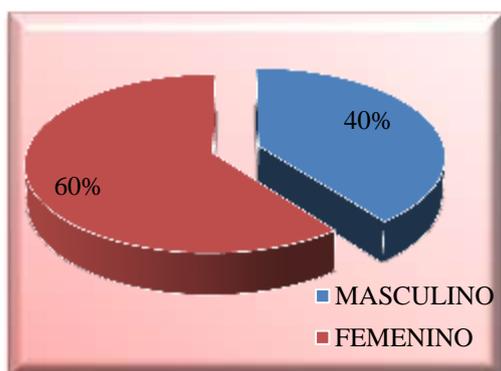
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Del total de personas encuestadas, los rangos de edad que representan un mayor porcentaje son los de 20 a 29 años y 30 a 39 años, se debe tomar en cuenta que en la población urbana del Cantón Quito, los mismos rangos de edad también conforman una parte representativa del total.

Gráfico 4.2

Sexo

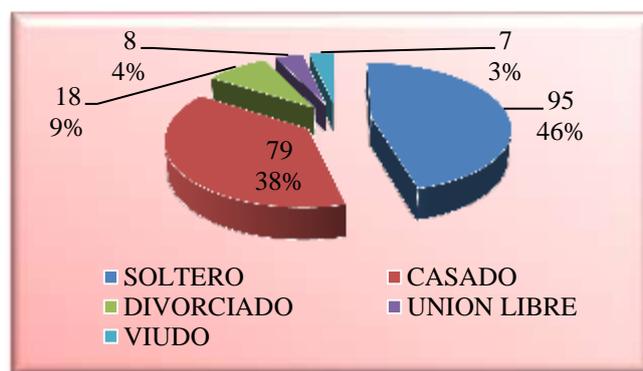


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Gráfico 4.3

Estado Civil



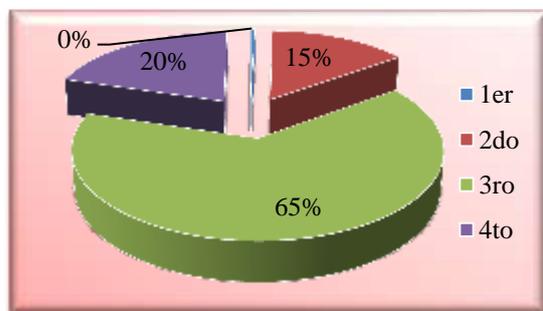
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Del 100% de los encuestados el 60% es de sexo femenino, y prevalecen las personas con estado civil soltero y divorciado, conformando el 46% y 38% respectivamente.

Gráfico 4.4

Nivel de instrucción

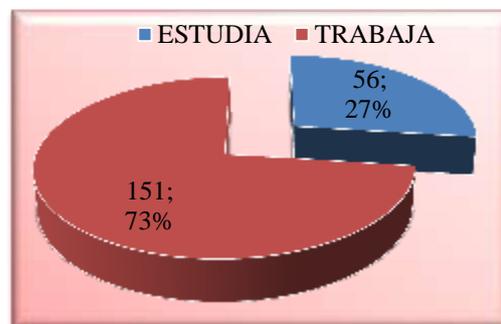


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Gráfico 4.5

Ocupación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

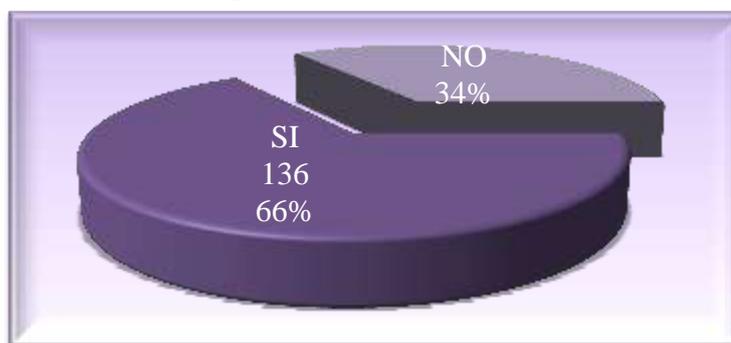
El 65% de personas tiene un nivel de instrucción de tercer nivel, seguido por el 20% compuesto por quienes tienen una educación de cuarto nivel. La ocupación está dividida en dos diferentes grupos; estudian o trabajan. El grupo de quienes trabajan está formado por quienes trabajan en instituciones públicas y privadas, empresarios y amas de casa, este grupo constituye el 73%.

Los datos arrojados mediante la tabulación de las encuestas, demuestran que 136 personas irían a una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano ubicada en el sector

de la Iglesia de la Paz, así constituyéndose como el mercado potencial, el mismo que representa el 65,7%.

Gráfico 4.6

Personas que asistirían a la cafetería

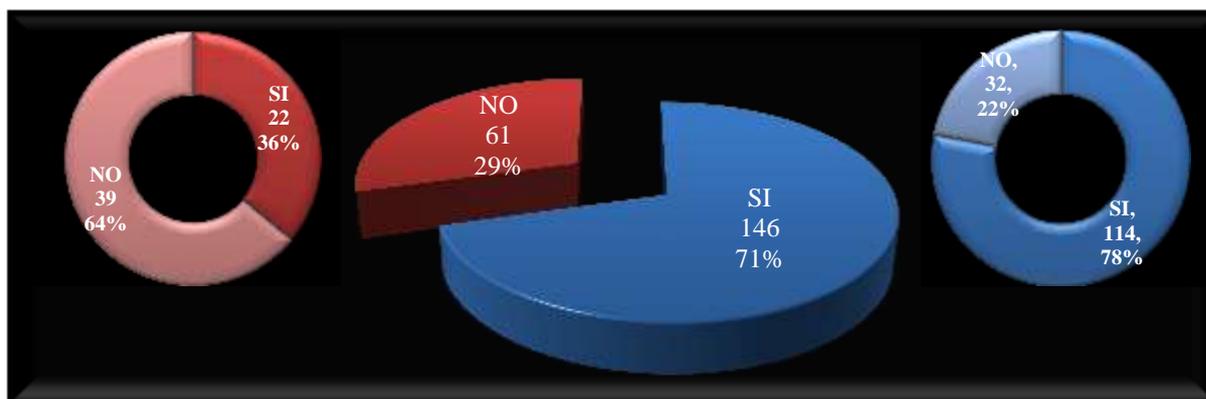


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Gráfico 4.7

Visita a cafeterías



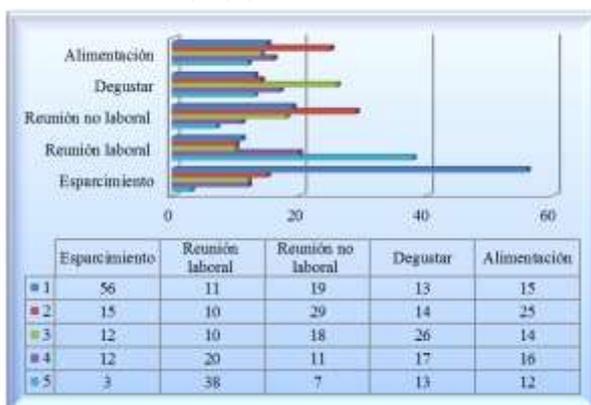
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Al igual que se demuestra en el Gráfico 4.7, el 71% de personas asisten a cafeterías, porcentaje equivalente a 146 personas de las cuales 114 si irían a la cafetería temática y 39 no. Las personas que no frecuentan cafeterías representan el 39%, de las cuales 22 asistirían a la cafetería temática.

Gráfico 4.8

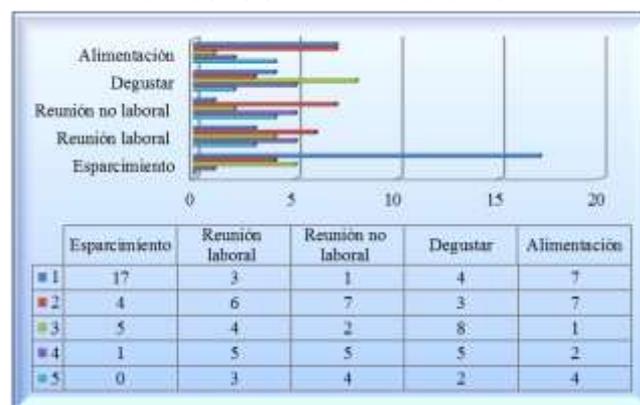
Motivos asistencia a cafeterías 1



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Gráfico 4.9

Motivos asistencia a cafeterías 2



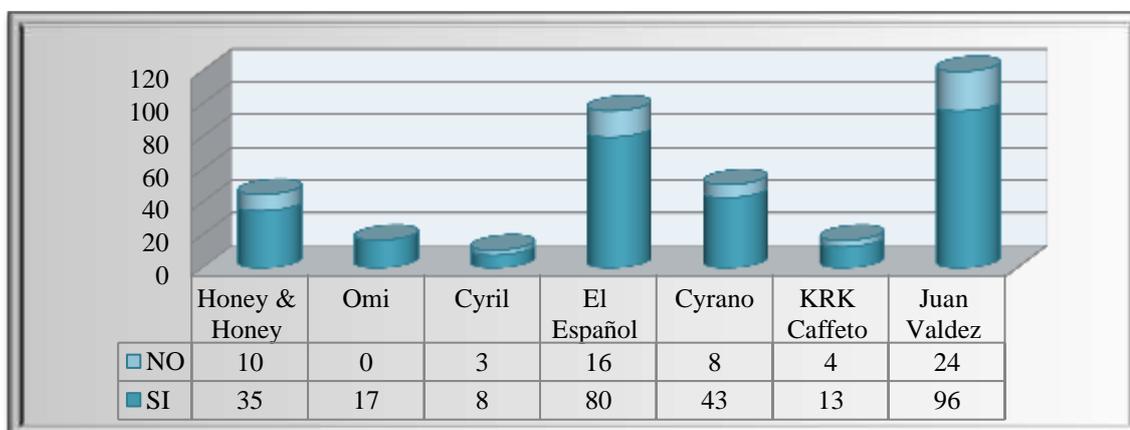
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

El Gráfico 4.8 indica las motivaciones del mercado potencial para frecuentar cafeterías. Muestra que el principal motivo es esparcimiento, en segundo lugar se sitúan principalmente las reuniones no laborales seguidas por alimentación, en tercer lugar degustar, y en el cuarto y quinto, como motivo menos importante, se encuentra las reuniones laborales.

El Gráfico 4.9 señala las razones por las cuales los encuestados que no irían a la cafetería temática, asisten a cafeterías. El principal motivo al igual que la motivación de mercado potencial es esparcimiento, seguido en orden descendente por; alimentación, degustación, reuniones no laborales y reuniones laborales.

Gráfico 4.10

Cafeterías

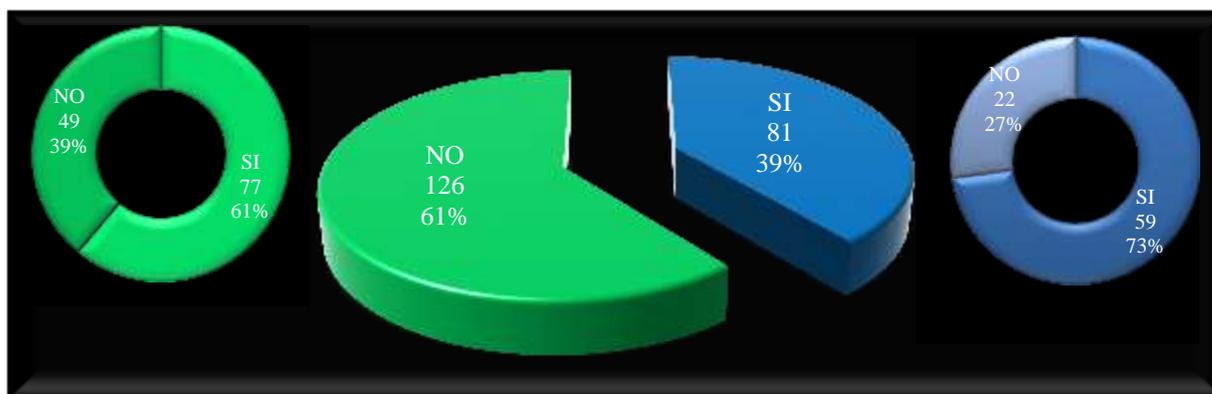


Fuente: Encuesta
Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

En promedio la frecuencia con la que asisten a cafeterías es de cuatro veces al mes. Las cafeterías que frecuentan son principalmente, Juan Valdez, El Español, Cyrano y Honey & Honey. Al igual que las motivaciones, los resultados son similares en personas que irían o no a la cafetería temática. Otras cafeterías también nombradas son; Café Guápulo, Café Toledo, Hansel & Gretel y Cafélibro.

Gráfico 4.11

Cafeterías especializadas en café y/o cacao ecuatoriano



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

El Gráfico 4.11 especifica que el 61% del total de encuestados no conocen cafeterías temáticas especializadas en café y/o cacao ecuatoriano, porcentaje compuesto de 77 personas que forman parte del mercado potencial, y de 49 que no lo conforman. El 39% restante no conoce cafeterías especializadas, del cual 59 si irían a la cafetería temática y 27 no.

Las cafeterías más conocidas, tanto para quienes frecuentarían o no la cafetería temática, son Sweet & Coffee y República del Cacao. Otras mencionadas fueron; Café Galletti, Ecocafé y Cafeto.

Cuadro 4.5

Cafeterías especializadas en café y/o cacao ecuatoriano conocidas

	República del Cacao	Kallari Chocolate Lounge & Café	Sweet & Coffee	Este café	Ethnic Coffee
SI	20	3	47	14	13
NO	6	1	17	1	2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

La frecuencia con la que las personas visitarían una cafetería temática especializada en cacao y/o café ecuatoriano es de 2,68 veces al mes, y el consumo promedio por persona es de 11,40 dólares americanos.

Cuadro 4.6

Productos consumidos en cafeterías

	Café	Chocolate caliente	Jugos	Bebidas alcohólicas	Sánduches	Picaditas	Postres	Desayunos	Platos fuertes	Otros
1	91	19	2	0	8	2	7	3	4	
2	10	32	17	2	35	10	18	5	4	Helado
3	8	21	23	5	16	17	15	10	4	Té
4	2	15	15	6	26	17	16	7	6	
5	2	10	18	6	14	24	19	16	2	
6	4	6	15	8	11	19	15	14	10	
7	5	3	11	11	6	14	14	16	20	
8	3	5	4	19	2	7	8	27	22	
9	1	1	0	43	0	2	2	8	21	
	126	112	105	100	118	112	114	106	93	

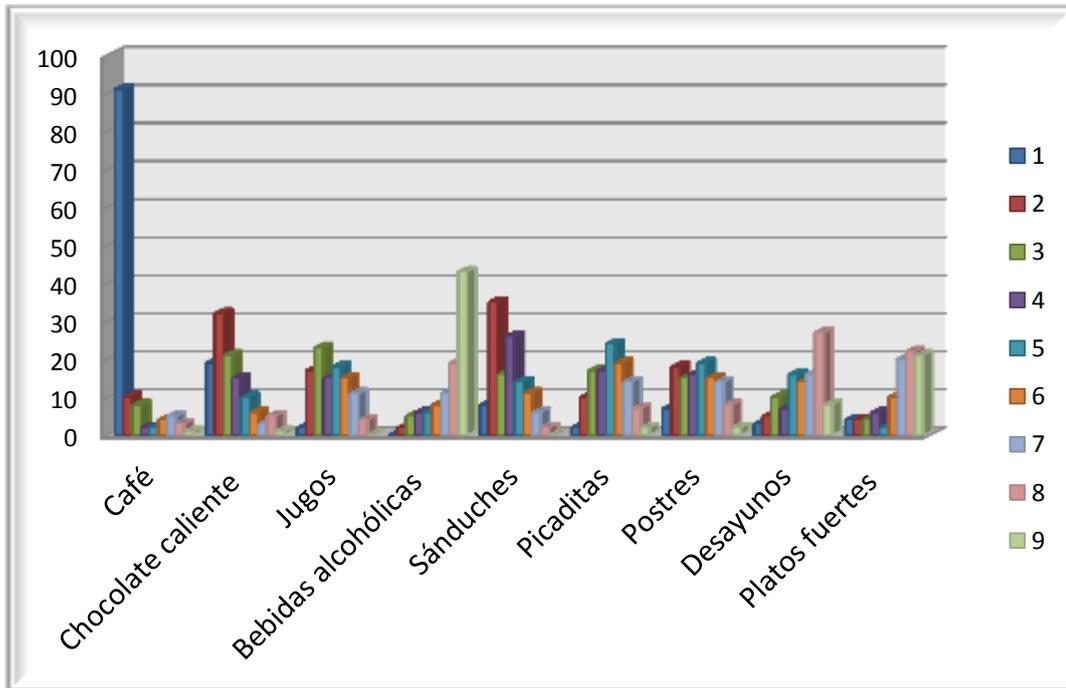
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

El principal producto que consumen en las cafeterías las personas que componen el mercado potencial es el café, el mismo que fue elegido como número uno de nueve productos por 91 de 136 personas. En el segundo lugar se encuentran los sánduches y el chocolate caliente, y en el tercer lugar jugos. (Ver Cuadro 4.6 y Gráfico 4.12)

Gráfico 4.12

Productos consumidos en cafeterías



Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Entre servicio, instalaciones, precios y alimentos y bebidas, el mercado potencial eligió como factor más importante en una cafetería al servicio, y al de menor importancia al precio. Las instalaciones tiene un mayor puntaje en el puesto número tres, y alimentos y bebidas tiene un puntaje alto tanto en el primer como tercer lugar.

Gráfico 4.13

Factores importantes de una cafetería

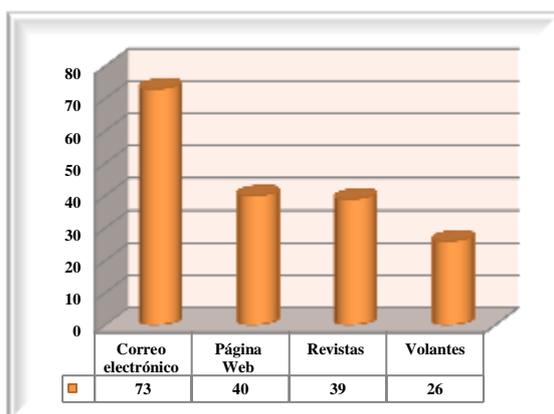


Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

El 97% del mercado potencial esta interesado en recibir información sobre el cacao y café ecuatoriano. También seleccionaron al correo electrónico como la principal manera de recibir publicidad de la cafetería, seguido por la página web y revistas, además mostraron interes en recibirla por medio de la redes sociales, televisión, mensajes de texto y radio. El modo preferido de realizar reservas es personalmente.

Gráfico 4.14

Publicidad

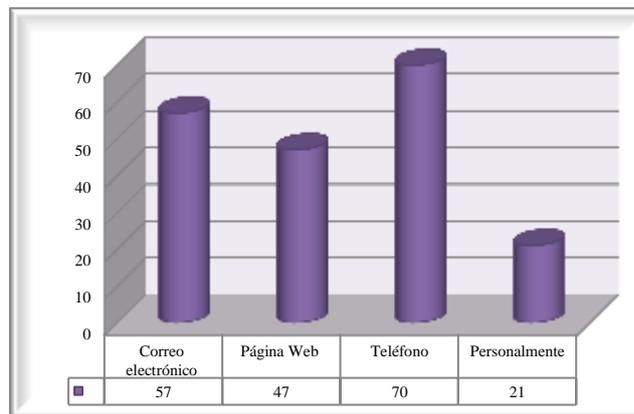


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Gráfico 4.15

Reservas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

4.1.1.2.2.2. Entrevistas

Se aplicaron dos diferentes entrevistas, una relacionada con el cacao y otra del café. Los sommeliers entrevistados fueron; Valeria López y Jorge Paredes.

4.1.1.2.2.2.1. Formato entrevista


ENTREVISTA CAFETERÍA TEMÁTICA ESPECIALIZADA EN CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO
Nombre: _____
Empresa: _____
Ocupación: _____
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cuáles considera usted como los principales atributos del cacao ecuatoriano?2. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los productores y comercializadores destacados de cacao ecuatoriano y sus derivados?3. ¿Qué impactos piensa que tiene el cacao y sus derivados en la economía y desarrollo del país?4. ¿Cómo percibe usted la tendencia de la demanda de los productos en el mercado, tanto nacional como internacional?5. ¿Cuál es su opinión sobre la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito?


ENTREVISTA CAFETERÍA TEMÁTICA ESPECIALIZADA EN CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO
Nombre: _____
Empresa: _____
Ocupación: _____
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cuáles considera usted como los principales atributos del café ecuatoriano?2. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los productores y comercializadores destacados de café ecuatoriano?3. ¿Qué impactos piensa que tiene este producto y sus derivados en la economía y desarrollo del país?4. ¿Cómo percibe la tendencia de la demanda de estos productos en el mercado, tanto nacional como internacional?5. ¿Cuál es su opinión sobre la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito?

4.1.1.2.2.2. Análisis de las entrevistas

- Entrevista realizada a Valeria López (ver Anexo A-1)

Considera que el cacao fino de aroma es de excelente calidad y reconocido a nivel mundial, siendo los principales comercializadores y productores de cacao ecuatoriano; Pacari, República del Cacao, Ferrero Ecuador, Hoja Verde, Cacaoyere y Caoni. Piensa que este producto y sus derivados tienen un impacto positivo en la economía y desarrollo del país debido a que aumenta las exportaciones y genera fuentes de trabajo.

Percibe que a nivel internacional existe una gran demanda, mientras que a nivel nacional está en aumento pero no alcanza a la internacional.

Al agradable sabor, aroma, tono y cuerpo del café ecuatoriano, considera como sus principales atributos, asimismo la calidad, capacidad productiva y ser el Ecuador un país que exporta todas las variedades de café. Distingue a Intercafé, Vélez, Nestlé, Coremanaba S.A., Galletti, Cafecom y Minerva como los productores y comercializadores destacados. Cree que el café tiene un impacto positivo en el país pues genera exportaciones, consumo interno y plazas de trabajo. También considera que la demanda de este café a nivel nacional e internacional va en aumento, aunque no es marcada debido a la competencia mundial la cual está bien posicionada en el mercado ecuatoriano.

Le parece que la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano, es una buena idea, le resulta interesante que la gente empiece a conocer los productos del Ecuador en especial el cacao, también cree que el café tiene mucho potencial y gusta a las personas.

- Entrevista realizada a Jorge Paredes (ver Anexo A-2)

El aroma, textura y sabor del cacao, considera que son los principales atributos del cacao ecuatoriano, destaca como los principales productores y comercializadores del mismo a República del Cacao, Pacari y Tulicorp. Cree que el impacto de este producto en la economía del país aún no es palpable, pues recién se está desarrollado un plan de desarrollo y crecimiento sostenible, amigable con el ambiente y la población. Opina que la demanda del cacao ecuatoriano va en aumento, además existe un mayor interés por

consumir un producto de calidad lo cual hace al Ecuador más competitivo y mejora su proyección internacional.

Considera que la acidez e intensidad del café ecuatoriano, son sus principales atributos. De los productores y comercializadores de este producto destaca a; Vélez, Gardella, Minerva, Galletti y Nestlé.

Explica que el café en el Ecuador siempre ha ocupado un segmento importante de la producción agrícola a pesar que no se explota su capacidad total y se han concentrado en la cantidad y no tanto en la calidad del producto. Percibe que su demanda va en aumento.

Sobre la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito, opina que el concepto es atractivo y República del Cacao está explotando el mismo.

4.1.2. Análisis de la competencia

4.1.2.1. Competencia Directa

Se considera competencia directa a las cafeterías ubicadas en el norte y centro de la ciudad de Quito que se especialicen o tengan una temática relacionada con el café y/o cacao ecuatoriano. Se analizarán la ubicación, promoción, los productos y sus respectivos precios. Solo se detallarán los precios de los productos similares o iguales a los que se ofrecerán en la cafetería de la cual se está desarrollando el presente plan de negocios.

4.1.2.1.1. Análisis de plaza, productos y precios

- **Cacao & Cacao**

Plaza: Juan León Mera N21-241 y Ramón Roca, y Veintimilla O6-35 y Reina Victoria

Productos y precios:

Cuadro 4.7

Productos y precios – Cacao & Cacao

PRODUCTO	PRECIO	PRODUCTO	PRECIO	
Espresso	\$1,10	Sánduches	Queso	\$1,25
Americano	\$1,20		Jamón	\$1,25
Capuccino	\$1,75		Mixto	\$1,30
Mocaccino	\$1,75		Pollo	\$1,90
Chocolate caliente	\$1,75		Chocosandwich	\$1,90
Jugo naturales (taxo, mora, naranjilla, tomate de árbol)	\$1,50			

Fuente: Cacao & Cacao

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

En las cafeterías “Cacao & Cacao”, en su carta, se puede encontrar adicionalmente agua aromática, té de coca, chocolate caliente con diversos licores o ají, bolones de verde, humitas, bizcochos, queso, tortas, batidos, cerveza y agua. Asimismo se puede comprar chocolates de su misma marca, Cacao & Cacao, al igual que otras como; República del Cacao, Pacari y Hoja Verde, y café de Galletti, Vélez, Hoja Verde, Café del gremio Guild, entre otras.

- **Cafeto**

Plaza: Chile 930 Convento de San Agustín

Productos y precios:

Cuadro 4.8
Productos y precios – Cafeto

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO		PRECIO
Expresso	Simple	\$1,25	Chocolate	Pequeño	\$2,50
	Doble	\$1,99		Grande	\$3,25
Americano	Pequeño	\$1,25	Jugos naturales		\$1,99
	Grande	\$1,99	Sánduches	Mixto	\$4,50
Cappuccino	Pequeño	\$2,50		Pernil	\$4,00
	Grande	\$3,25		Queso	\$3,95
Mochaccino	Pequeño	\$2,50		Pollo	\$5,50
	Grande	\$3,25		Caprese	\$4,50
				Atún	\$4,50

Fuente: Cafeto

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

En la carta de la cafetería ubicada en el centro histórico, en el Convento de San Agustín, también se ofrece té de diversos sabores, más variedades de los cafés detallados en el Cuadro 4.8, granizados de café, chapo, bocaditos como; humitas, tamales, tortillas de maíz y quimbolitos, ensaladas, locro de papa, tablitas, canelazos, vino y vino hervido, cervezas, y postres. Entre los postres de la cafetería se pueden mencionar cheesecakes, tortas, higos con queso, mousses, pies y galletas. Adicionalmente se puede comprar café ecuatoriano “Cafeto” por libras.

- **Ecocafé**

Plaza: Centro Comercial Ñaquito

Productos y precios:

Cuadro 4.9

Productos y precios – Ecocafé

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO		PRECIO
Expresso	Simple	\$1,00	Chocolate caliente	Mediano	\$1,95
	Doble	\$1,45		Grande	\$2,70
Americano		\$1,25	Jugo de naranja	Mediano	\$1,90
				Grande	\$2,25
Cappuccino	Normal	\$1,80	Jugos (otros)	Mediano	\$1,75
	Fuerte	\$2,00		Grande	\$2,00
	Vainilla	\$1,95	Sánduches	Quishuar	\$3,75
	Crema	\$2,15		Pumamaqui	\$3,00
Moca		\$2,00	Desayunos	El Ángel	\$3,75
				Antisana	\$4,50

Fuente: Ecocafé

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Adicionalmente a los productos detallados en el cuadro anterior, se pueden conseguir postres, cafés con licor y bebidas frías, elaboradas por ejemplo de café.

- **Este Café**

Plaza: Juan León Mera N23-94 y Wilson

Productos y precios:

Cuadro 4.10

Productos y precios – Este Café

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO		PRECIO
Espresso	Simple	\$1,25	Sánduches	Pollo a la parmigiana	\$4,75
	Doble	\$1,50		Pollo a la plancha	\$4,50
Americano		\$1,50		Quiteño	\$3,00
Capuccino		\$1,75		De lomo	\$5,50
Mokaccino		\$2,00		Del vecino	\$4,50
Chocolate	Don Samuel	\$2,75		Club	\$5,50
	De naranja	\$2,24			
Jugos	Simple	\$1,75			
	Combinados dobles	\$2,43			
	Combinados triples	\$2,75			

Fuente: Este Café

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

En la carta de Este Café, adicionalmente se pueden encontrar; otros cafés, incluyendo cafés con licor, batidos, cocteles, licores, cervezas, vinos, ensaladas, platos fuertes, almuerzos, sopas, entre otros.

- **Ethnic Coffee**

Plaza: Amazonas N2157 y Robles

Productos y precios:

Cuadro 4.11

Productos y precios - Ethnic Coffee

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO	PRECIO	
Expresso	Corto o largo	\$1,70	Sánduches Fríos	Vegetariano y queso	\$5,90
	Doble	\$1,85		Jamón de pavo y queso	\$5,90
Americano		\$1,85		Jamón, queso de cerdo y cheddar	\$4,90
Capuccino		\$2,05			
Mocaccino		\$2,45			
Chocolate caliente	Normal	\$3,00	Desayunos	Musli Tropical	\$5,90
	Con queso	\$3,30		Étnico	\$5,50
Jugos de frutas naturales	Simple	\$2,50		Real	\$6,90
	Mixto	\$2,70		Continental	\$3,80
Sánduches Calientes	Queso	\$3,40	Tablas	Omelettes	\$4,20
	Jamón	\$3,80		Quesos	\$9,00
	Mixto	\$4,20		Mixta	\$11,00
	Filete de pollo	\$7,30	Empanadas	Embutidos y jamones con verduras	\$12,20
	Pernil	\$3,70		De viento	\$1,95
	Vegetariano	\$4,20		De verde	\$2,25
	Lomo, pollo, cerdo, queso	\$8,90			
	Jamón, tocino, queso	\$5,10			

Fuente: Ethnic Coffee

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

En esta cafetería y galería, además de los alimentos y bebidas especificados en el cuadro anterior, se pueden encontrar; cafés fríos, con licor y con especias, chocolate caliente con licor, té de varios sabores, sorbetes, agua, gaseosas, vinos, antojitos típicos, postres, hamburguesas, pitas, ensaladas, vino hervido, canelazos y platos fuertes. Al ser al mismo tiempo una galería, existen piezas de arte en exhibición y venta.

- **Galletti**

Plaza: Av. Jerónimo Carrión y Juan León Mera

Productos y precios:

Cuadro 4.12

Productos y precios – Galletti

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO		PRECIO
Espresso	Simple	\$1,00	Mochas	Simple	\$1,50
	Doble	\$1,30		Doble	\$1,60
Americano		\$1,00	Chocolate Caliente		\$1,50
Capuccinos	Simple	\$1,50	Sánduches		\$3,50
	Doble	\$1,60	Brownies		\$2,00

Fuente: Galletti

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Se han seleccionado las principales presentaciones de los cafés. Entre otros productos se pueden encontrar en la cafetería están; té artesanal, agua, cafés con licor y galletas.

En esta cafetería también se puede comprar café ecuatoriano en grano y molido, de diferentes lugares del Ecuador.

- **Kallari Chocolate Lounge & Café**

Plaza: E4-266 Wilson & Juan León Mera

Productos y precios:

Cuadro 4.13

Productos y precios – Kallari

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO	PRECIO	
	Espresso	\$1,20	Desayunos	Café Galería	\$3,90
	Americano	\$1,20		Café Tintoreto	\$3,50
	Capuccino	\$2,00		Café Da Vinci	\$3,50
	Mokaccino	\$2,30		Café Donatello	\$3,00
	Chocolate caliente	\$2,00		Café Botticelli	\$4,50
				Americano	\$2,50
	Jugos de frutas	\$2,00	Brownie	\$2,50	
Sánduches	Club sándwich	\$3,99	Pancakes con fruta		\$2,50
	Paninni	\$2,75	Picaditas	Quesos y Jamones (3 pax)	\$5,00
	De Quesos	\$2,99		Quesos y Jamones (6 pax)	\$8,00
	Americano	\$3,25		Española	\$9,80
	Yogu light	\$2,50			
	Pernil	\$3,50			
	De pollo	\$2,99			

Fuente: El Español

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Adicionalmente se ofrecen; té, cafés fríos o con licor, batidos, cervezas, gaseosas, cocteles, postres (cheesecakes, tortas, pasteles, mouse, helados, ensaladas de frutas, dulce de higos, pancakes), almuerzos, sopas, humitas, quimbolitos, empanadas chilenas, alitas, nuggets, entre otros. En esta cafetería, también llamada “Galería”, se vende artesanías como collares, bufandas y mochilas.

- **República del Cacao**

Plaza: Reina Victoria y Joaquín Pinto, esquina, y en La Ronda.

Productos y precios:

Cuadro 4.14

Productos y precios – República del Cacao

PRODUCTO	PRECIO	PRODUCTO	PRECIO
Espresso	\$1,50	Chocolate caliente	\$3,50
Americano	\$1,50	Jugo natural	\$2,00
Capuccino	\$3,50	Sánduches	\$4,50
Mocaccino	\$2,50	Brownies	\$3,50

Fuente: República del Cacao

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

La cafetería denominada también como Boutique – Chocolate, adicionalmente ofrece té, helados, cocteles, cafés fríos y postres como muffins, galletas, tortas, entre otras. De igual manera se puede encontrar a la venta chocolates en barra de su marca “República del Cacao” y otros productos como por ejemplo tazas, camisetas y sombreros.

- **Sweet & Coffee**

Plaza: Centros Comerciales; El Jardín, Ñaquito, Quicentro Norte, El Bosque y Condado Shopping, Gasolinera Primax (6 de diciembre y Orellana), González Suarez y Jacinto Bejarano (Edificio Patiño) y Amazonas y N39-147 y José Arizaga.

Productos y precios:

Cuadro 4.15

Productos y precios – Sweet & Coffee

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO		PRECIO
Espresso	Ideal	\$0,90	Chocolate caliente	Sin crema	\$2,15
	Grande	\$1,40		Con crema	\$2,60
Americano	Ideal	\$1,60	Sánduches	Caprese	\$4,00
	Grande	\$1,80		Jamón con Queso	\$2,35
Capuccino	Ideal	\$2,00	Brownie	Normal	\$1,70
	Grande	\$2,55		Triple Fudge	\$2,00
Mochaccino	Ideal	\$2,05	Tiramisú		\$2,45
	Grande	\$2,75			

Fuente: Sweet&Coffee

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Adicionalmente se puede degustar otros postres como; chesecakes, tortas, helados, muffins, pasteles tartas y pies, alimentos de sal (humitas, tartas, pasteles, etc...), milkshakes, cafés fríos, diversas presentaciones de los cafés enumerados en el cuadro 4.15, y chocolates fríos. Al igual que en otras cafeterías, los clientes pueden comprar café en grano, molido y soluble, tazas y termos.

Además se investigó el periodo de rotación de esta cafetería Sweet & Coffee ubicada en la Avenida González Suarez porque es la única que responde a la demanda de por una cafetería temática especializada en café o cacao ecuatoriano ubicada en la zona de la Iglesia de la Paz, lugar en donde sería la plaza de la cafetería estudiada en el presente plan de negocios. Se observó la rotación de la cafetería con capacidad para sesenta y seis personas, un día miércoles entre las 16:30 a 21:30, y se concluyó que su periodo de rotación es de 2,6 horas. Es importante tomar en cuenta que el horario en el cual se realizó la investigación, es de rotación alta.

Considerando que, de acuerdo a los datos arrojados por el estudio de mercado, la frecuencia de visita a una cafetería con estas características es de 2,68 por mes y que se mantendría el periodo de rotación antes mencionado todos los días durante todo el día, satisface el 7,26% de la demanda de este producto.

4.1.2.1.2. Análisis promoción

La principal forma de realizar la promoción de las cafeterías consideradas como competencia directa, es la utilización de redes sociales, la misma que es utilizada por todas las cafeterías. Adicionalmente la mayoría de estas, se promocionan por medio de su propia página web. Tanto en las redes sociales como en las páginas web, se brindan información acerca de sus productos, promociones, direcciones, contactos, entre otros.

4.1.2.2. Competencia Indirecta

Con el fin de analizar la competencia indirecta, se tomará en cuenta las dos cafeterías más frecuentadas por el total de encuestados que asisten a cafeterías. (Ver Gráfico 4.10)

Estas cafeterías, al igual que las consideradas como competencia directa, se promocionan principalmente por medio de sus páginas web y redes sociales.

Del mismo modo que en el análisis de la competencia directa se detallaran los precios solo de ciertos productos.

- **El Español**

Plaza: Centros Comerciales; Quicentro Norte, El Bosque, Iñaquito, El Jardín y Condado Shopping, Plaza de las Américas, Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, Plaza Foch, Juan León Mera 863 y Wilson, y Amazonas N 40 46 Y Gaspar de Villarreal.

Productos y precios:

Cuadro 4.16
Productos y precios – El Español

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO	PRECIO	
Espresso	Simple	\$1,05	Sánduches	Tradicional Junior	\$2,95
	Doble	\$1,30		Tradicional	\$3,80
Americano	8 onzas	\$1,30		Pollo medallón	\$3,90
	12 onzas	\$1,40		Pernil	\$4,30
Cappuccino con crema	8 onzas	\$2,10		Pavo	\$4,30
	12 onzas	\$2,50		Light	\$4,35
Mocaccino	8 onzas	\$2,20		Ahumado	\$4,40
	12 onzas	\$2,60		Artesanal	\$4,50
Chocolate de la casa	8 onzas	\$2,40		Mediterráneo	\$4,50
	12 onzas	\$2,50		Pollo al champiñón	\$4,75
Jugos naturales	22 onzas	\$2,50		Roast beef	\$4,75
	Americano	\$5,90		Americano	\$4,80
Desayunos	El Español	\$5,90		Jumbo	\$6,10
	Francés	\$4,99		Cheese/Cheese	\$3,80
	Light	\$4,99		Vegetariano	\$4,00
	Picaditas (2pax)			Suizo Caliente	\$4,35
				Francés	\$4,50
				Bocadillo Español	\$4,25
				Salmón ahumado	\$5,00
				Prosciutto italiano	\$6,10
			Bocata caprese	\$6,25	
			Súper Cubano	\$7,50	
			Pannini Clásico	\$3,60	
			Pannini Siciliano	\$4,40	
			Pannini di Campo	\$4,40	

Fuente: El Español

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

En las cafeterías “El Español” adicionalmente a los productos de la tabla anterior, se puede encontrar dentro de su menú; otras presentaciones de café como fríos, con sabores y con adicionales como crema, distintos chocolates calientes, batidos de frutas, cervezas, vino, sangría, ensaladas y postres como tortas , cheesecakes y ensalada de frutas.

- **Juan Valdez**

Plaza: Centros Comerciales; Condado Shopping, Ñaquito, El Bosque, El Jardín y Quicentro Norte, Plaza de las Américas y Plaza Foch.

Productos y precios:

Cuadro 4.17

Productos y precios – Juan Valdez

PRODUCTO		PRECIO	PRODUCTO	PRECIO	
Expreso	Simple	\$1,06	Mocca	8 onzas	\$2,25
	Doble	\$1,15		12 onzas	\$2,75
Americano	8 onzas	\$0,75		16 onzas	\$3,10
	12 onzas	\$1,35	Sánduche	Especial	\$3,60
	16 onzas	\$1,99		Gourmet	\$3,99
Cappuccino	8 onzas	\$1,99	Desayuno casero, francés o mixto		\$5,25
	12 onzas	\$2,50	Brownie		\$2,90
	16 onzas	\$2,99	Cheesecake de tiramisú		\$2,99

Fuente: Juan Valdez

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Dentro de su variedad de productos también hay cafés fríos y otros postres. En las cafeterías se puede adquirir café molido, en grano y soluble de la marca Juan Valdez, al igual que camisetas, cafeteras, entre otras.

4.1.3. Marketing Mix

4.1.3.1. Producto

4.1.3.1.1. Descripción

Cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano, con capacidad para sesenta personas, en donde se ofrecerá alimentos y bebidas elaborados utilizando como ingrediente principal los productos antes mencionados. Dentro de la cafetería los clientes podrán encontrar información del cacao y café ecuatoriano, además la decoración estará relacionada con el café y cacao ecuatoriano.

Entre los alimentos y bebidas que los clientes podrán comprar están; cafés, chocolate caliente, postres, jugos, sánduches y desayunos, en el Anexo B se encuentran los productos y la receta estándar de cada uno. Cabe destacar que para la elaboración de los mismos, se eligió como proveedor de chocolate a Pacari y de café a FAPECAFES, expresamente con su producto estrella “Café Victoria”. La decisión de elegir a estos proveedores se debe a que ambos proveedores, adicionalmente de su calidad, se manejan bajo principios de responsabilidad social avalados por los certificados internacionales obtenidos. Incluso Pacari es reconocido nacional e internacionalmente, y ha recibido varios premios internacionales.

En el Anexo G se puede observar el diseño de la carta de la cafetería.

4.1.3.1.2. Marca, logo y eslogan

El nombre de la cafetería sería “Xoccafé”, nombre que está compuesto de “Xoc” por XOCOALT, palabra de donde se deriva chocolate y la cual era utilizada por los mayas y aztecas para referirse a la bebida caliente de cacao, y “café” por la semilla del cafeto y la bebida elaborada con esta. El logo de la cafetería se encuentra ilustrado en el Grafico 19.

“aroma, arte, sabor”, fue seleccionado como eslogan. Representa los atributos del café y cacao ecuatoriano, y el arte que conlleva su producción y la elaboración de alimentos y bebidas utilizando estos productos.

Gráfico 4.16

Logo



Fuente: Multimedia Sources
Elaborado por: Marcelo Vaca

4.1.3.2. Precio

La principal estrategia utilizada para la determinación de los precios de los productos comercializados en la cafetería temática es la diferenciación, es importante enfatizar que esta se relaciona con el segmento de mercado elegido y las características del producto. No obstante se compararon los precios de la competencia directa e indirecta, se analizaron los costos de la materia prima de los productos y se investigó c al es el consumo promedio de los clientes potenciales, para respaldar los elección realizada.

Mediante el análisis de la competencia directa e indirecta se obtuvieron los precios a los cuales las cafeterías venden sus productos con el fin de realizar una comparación (ver Anexo C), conocer los precios referenciales y demostrar que los precios fijados no sean elevados.

La elaboración de las recetas estándar (ver Anexo D) permitió respaldar que los precios seleccionados no sean menores que el costo de la materia prima. Los precios de los proveedores de la materia prima se pude encontrar en los Anexo D-1, D-2, D-3 y D-4. Adicionalmente el estudio de mercado señala que el consumo promedio por persona es

igual a 11,40 dólares americanos, valor que se tomó en cuenta durante la determinación de los precios para no sobrepasarlo.

El Cuadro 4.18 muestra los costos de la materia prima, los precios promedios de la competencia y los precios a los cuales, basándose en la estrategia para la determinación de precio, se venderán los productos.

Cuadro 4.18
Precio

COSTOS MATERIA PRIMA		COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA			PRECIO
Producto	Costos Materia Prima	Producto	Promedio		
			# de cafeterías	Precio	
Espresso	\$0,03	Espresso	11	\$1,18	\$1,25
Americano	\$0,12	Americano	11	\$1,49	\$1,50
Cappuccino	\$0,30	Cappuccino	11	\$2,31	\$2,50
Moccaccino	\$0,32	Moccaccino	11	\$2,37	\$2,75
Chocolate caliente	\$0,71	Chocolate caliente	9	\$2,62	\$3,00
Jugo de naranja	\$0,57	Jugo de naranja	6	\$2,25	\$2,20
Jugo de frutilla	\$0,50	Jugos naturales	8	\$2,06	\$2,20
Jugo de mora	\$0,55	(otros)			\$2,20
Jugo de frutilla & naranja	\$0,68	Jugos naturales (mixto)	2	\$2,57	\$2,50
Sánduche frío	\$2,25	Sánduches	8	\$4,29	\$4,00
Sánduche caliente	\$1,56				\$3,50
Desayuno Cacao	\$2,48	Desayunos	5	\$4,71	\$6,00
Desayuno Café	\$2,97				\$6,50
Brownie de chocolate y nuez	\$1,45	Brownie	5	\$2,52	\$3,00
Tiramisú	\$1,21	Tiramisú	2	\$2,72	\$2,75
Coulant de chocolate	\$1,19	-	-	-	\$2,75
Fondue de chocolate	\$1,09	-	-	-	\$3,00
Pancakes	\$2,01	Pancakes	1	\$2,50	\$3,50
Picadita de quesos y jamones	\$1,62	Picadas (Quesos y embutidos)	3	\$7,47	\$3,50
Empanadas	\$1,67	-	-	-	\$3,50

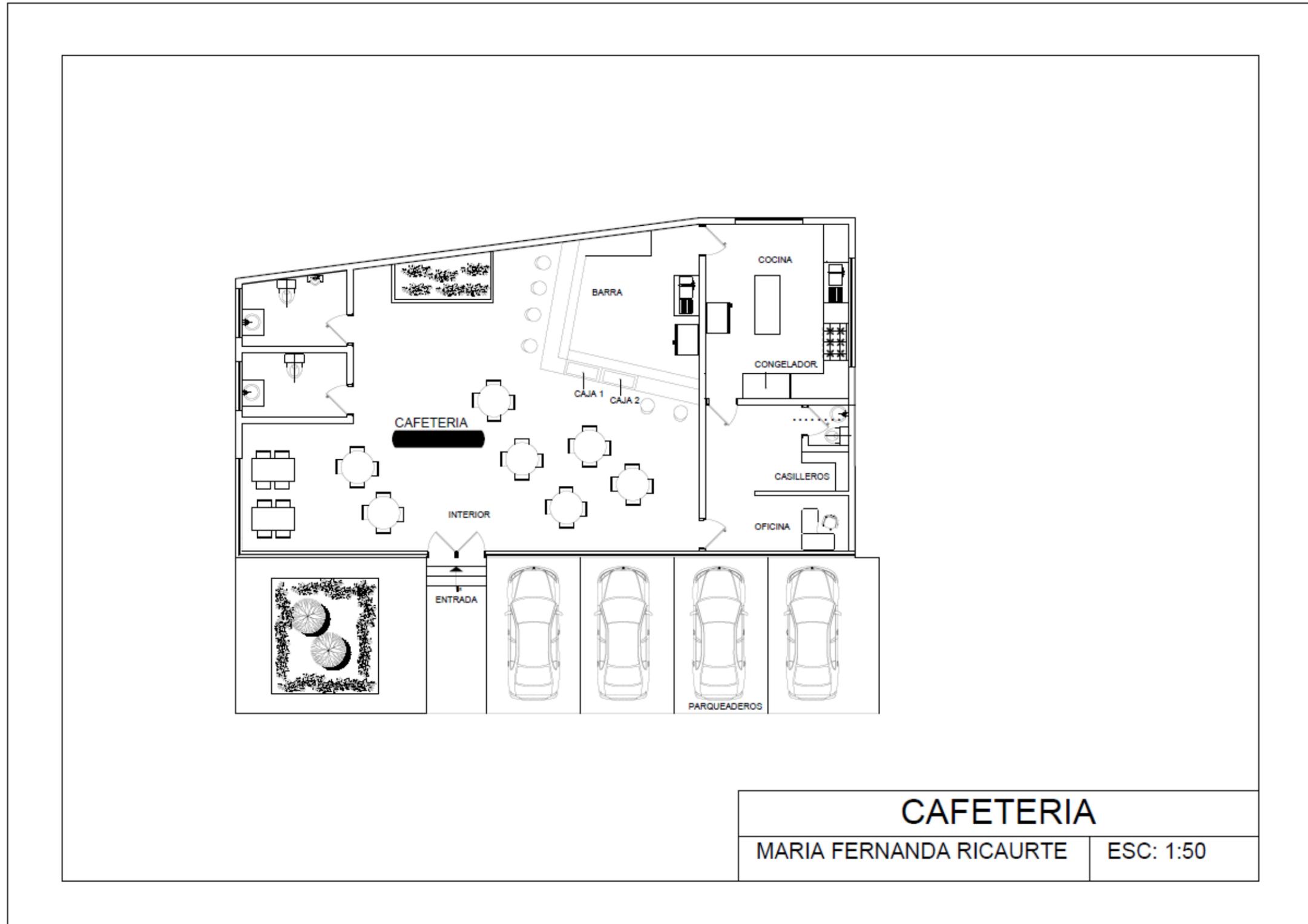
Fuentes: Recetas estándar y análisis de la competencia

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

4.1.3.3. Plaza

La cafetería temática estará ubicada en norte de la ciudad capital, Quito, en la zona de la Iglesia de la Paz.

Gráfico 4.17
Planos cafetería



Fuente: Jessica Calahorrano Casto
Elaborado por: Jessica Calahorrano Castro

El plano de la cafetería demuestra el diseño ideal de la cafetería y la distribución de los espacios, los mismos que son; cocina, barra, salón, dos baños para los clientes, un baño para el personal, área para lockers y una oficina para el administrador.

4.1.3.4. Promoción

Para la promoción de la cafetería se tomó en cuenta la información obtenida mediante las encuestas (Ver Gráfico 4.14) y el análisis de la competencia, las mismas que responden a las tendencias del mercado. Por las razones antes mencionadas, la cafetería se publicitara por medio de su propia página web, correo electrónico, redes sociales y en revistas enfocadas al segmento de mercado potencial, como las revistas de la empresa publicadas por Dinediciones (Mundo Diners y Gestión), Revista Cosas, Vistazo, entre otras.

4.2. ESTUDIO LEGAL

4.2.1. Ley De Compañías

4.2.1.1. Compañía de Responsabilidad Limitada

4.2.1.1.1. Requisitos de constitución

- El nombre: puede consistir en una razón social o denominación objetiva
- Solicitud de aprobación: presentación de tres copias de la escritura de constitución y la solicitud de aprobación del contrato al Superintendente de Compañías o su delegado.
- Socios: debe constituirse con mínimo 2 socios y máximo 15, quienes necesitan tener capacidad civil para contratar y no puede constituirse entre conyugues, padres o hijos no emancipados. Los socios solo responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.
- Capital: el capital mínimo para la constitución es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, mismos que deben suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación, estas aportaciones pueden consistir en numerario y/o en especies. Las participaciones son iguales, indivisibles, acumulativas y no negociables, las mismas que constan en el certificado de aportación.

- Objeto social: podrá realizar de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley excepto operaciones de banco, seguros y capitalización de ahorro.⁴³

4.2.2. Ley De Turismo

4.2.2.1. Registro de Turismo

De acuerdo al Artículo 47 del Reglamento General de la Aplicación de la Ley de Turismo, el Registro de Turismo es la “[...] inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro de servicios turísticos en el catastro de empresarios y establecimientos turísticos [...]”, esta inscripción se realiza solo una vez. Se puede encontrar el formulario para la solicitud de registro en el Anexo E-1.

Previa a la obtención del registro, es necesario tener; escritura de la constitución de la compañía, nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil y cédula de identidad y papeleta de votación o pasaporte en caso de extranjeros, RUC, inventario valorado de los bienes muebles, formulario de declaración para de cancelación del uno por mil sobre activos fijos, certificado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, Patente Municipal del año vigente, comprobantes de pago por concepto de registro turístico, comprobantes de pago por contribución uno por mil sobre activos fijos y el informe de compatibilidad de uso de suelo actualizado (ver formulario en Anexo E-2).

La tasa del registro de turismo varía según la categoría del establecimiento, como lo muestra el Cuadro 4.19 realizado con información brindada por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Turismo el mes de agosto del 2012.

⁴³ Bolsa de Valores de Quito. (s.f.). *Constitución*. Recuperado el 27 de Agosto de 2012, de http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf

Cuadro 4.19

Tasa del Registro de Turismo

Categoría	Tasa	
	Por mesa	máximo
Lujo	\$25,00	\$870,00
1era	\$19,00	\$665,00
2da	\$17,00	\$510,00
3era	\$10,00	\$300,00
4ta	\$9,00	\$270,00

Fuentes: Empresa Pública Metropolitana de Gestión Turístico
Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

4.2.2.2. Contribución del uno por mil sobre activos fijos

Contribución que deben pagar anualmente los establecimientos prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con el Artículo 78 del Reglamento General de la Aplicación de la Ley de Turismo, la misma que es del uno por mil sobre el valor de los activos fijos. El pago se efectúa hasta el 30 de abril de cada año, una vez que las personas naturales y jurídicas realicen la declaración juramentada sobre el monto de los activos fijos del establecimiento. La contribución conforma parte de los ingresos del Fondo de promoción turística del Ecuador, el cual tiene como fin la promoción del turismo interno y receptivo del país. El formulario para su declaración se encuentra en el Anexo E-3.

4.2.2.3. Diez por ciento adicional

De acuerdo al documento decimoséptimo de la Ley de Turismo, el cual hace referencia a la recaudación, control y reparto del 10% adicional al consumo por los servicios prestados en los establecimientos turísticos, pueden cobrar este porcentaje adicional los hoteles, bares y restaurantes de las categorías primera y segunda. Los beneficiarios son los trabajadores de los establecimientos antes mencionados, excepto los representantes legales en caso de personas jurídicas y propietarios o administradores en caso de personas naturales. El reparto se lo realiza en proporción a las horas laboradas de cada trabajador.

4.2.3. Código Del Trabajo

El Código de Trabajo del Ecuador regula “las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo”.⁴⁴

4.2.3.1. Contratos de trabajo

4.2.3.1.1. Tipos de contratos

- Individuales: celebrado entre el empleador y el trabajador estableciendo las condiciones de la relación laboral. Se clasifican en; expreso (escrito o verbal) o tácito, a sueldo, a jornal, en participación y mixto, por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional, a prueba, por obra cierta, por tarea y a destajo, por enganche, individual o por equipo y por horas. (Art. 11 del Código de Trabajo)
- Colectivos: contrato que se celebra entre empleadores o asociaciones empleadoras y asociaciones de trabajadores con el fin de establecer condiciones conforme a las cuales se deben celebrar en lo posterior los contratos individuales de trabajo determinados en este pacto. (Art. 220 del Código de Trabajo)

4.2.3.1.2. Terminación del contrato

Las causas para la terminación del contrato individual de trabajo, según el Artículo 169 del Código de Trabajo, son; por causas legalmente previstas en el contrato, por acuerdo de las partes, por conclusión de la obra, período de labor o servicios objeto del contrato, por muerte o incapacidad del empleador o extinción de la persona jurídica contratante, por muerte o incapacidad permanente y total del trabajador, por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, por voluntad del empleador o del trabajador o por desahucio. En caso de contrato colectivo las causas son las misma exceptuando; por muerte o incapacidad permanente y total del trabajador, por voluntad del empleador o del trabajador o por desahucio.

⁴⁴ Codificación del Código de Trabajo (Registro Oficial 167, Suplemento, 16 de Diciembre de 2005). Art. 1.

4.2.3.2. Remuneraciones, participación de las utilidades y fondo de reserva

Tipos de remuneración:

- Salario: pago al trabajador al obrero por su trabajo
- Sueldo: remuneración pagada al empleado por el trabajador

Remuneraciones adicionales:

- Decimotercera remuneración: doceava parte de las remuneraciones percibidas durante el año calendario, pagada hasta el veinticuatro de diciembre de cada año. (Art. 111 del Código de Trabajo)
- Decimocuarta remuneración: remuneración anual equivalente a una remuneración básica unificada la cual debe ser pagada hasta el 15 de agosto en la región de la Sierra y Amazonía, el 15 de marzo para la región Costa e Insular. (Art. 113 del Código de Trabajo)

El empleador está obligado a repartir el 15% de las utilidades líquidas de la compañía, por concepto de participación de los trabajadores. Porcentaje del cual el 10% es dividido entre todos los trabajadores y el 5% restante se distribuye a los trabajadores en proporción de sus cargas familiares. Los artesanos quedan exonerados de este pago. (Art. 97 del Código de Trabajo)

Los trabajadores que presten servicios por un período superior a un año, según el Artículo 196 del Código de Trabajo, tiene derecho a que el empleador abone sus fondos de reserva, el mismo que equivale a un sueldo o salario por cada año completo posterior al primero. La manera de abono de estos fondos se realiza en la manera que el trabajador solicite.

4.2.3.3. Vacaciones

Según el Artículo 69 del Código de Trabajo, los trabajadores tienen el derecho irrenunciable, por concepto de vacaciones, a gozar de quince días ininterrumpidos al año, en caso de haber prestado sus servicios a la empresa o empleador por más de cinco años tendrá derecho a gozar de un día adicional por cada año excedente. La liquidación para el pago de vacaciones es equivalente a la veinticuatroava parte de lo percibido durante el año completo de trabajo.

4.2.3.4. Seguro General Obligatorio

El empleador está obligado a inscribir a todos sus trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social desde el primer día de labores (Art. 42 del Código de Trabajo). De acuerdo al Artículo 73 de la Ley de Seguridad Social del Ecuador, el empleador y el afiliado están obligados a pagar las aportaciones del seguro dentro de los quince días posteriores al mes de los aportes.

4.2.3.5. Reglamento interno de trabajo

El reglamento interno debe contener las disposiciones, no contempladas dentro del Código del Trabajo, para la regulación de los intereses de los empleadores y trabajadores, y al mismo tiempo permitan el cumplimiento de las leyes pertinentes. Este reglamento debe ser aprobado por la Dirección Regional del Trabajo. (Art. 64 del Código de Trabajo)

4.2.4. Ley De Régimen Tributario Interno

4.2.4.1. Impuesto a la Renta

Impuesto que grava la renta global obtenida en un ejercicio impositivo por las personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el Ecuador, producto de ingresos de fuentes ecuatorianas o ingresos obtenidos desde el exterior.⁴⁵

La base imponible es el valor sobre el cual se calcula el Impuesto a la Renta, de acuerdo al Artículo 16 de la Ley de Régimen Tributario Interno, se constituye por los ingresos gravados con el impuesto, menos las devoluciones, descuentos, costos y deducciones de los ingresos. La tarifa del impuesto en el 2013 es del 22% sobre la base imponible.⁴⁶

La retención en la fuente es realizada por el agente de retención del Impuesto de la Renta, quien es cualquier persona jurídica o natural obligada a llevar contabilidad que pague o acredite en cuenta cualquier tipo de ingreso que constituya renta gravada para quien los

⁴⁵ Art. 1 y 2. Ley de Régimen Tributario Interno (Registro Oficial 238, 28 de Marzo de 2006).

⁴⁶ SRI. (s.f.). Servicio de Rentas Internas. Recuperado el 12 de Enero del 2013, de <http://www.sri.gob.ec>

reciba, el mismo que debe entregar el comprobante de retención. La retención realizada constituye un crédito tributario para el retenido. (<http://www.sri.gob.ec>)

4.2.4.2. Impuesto al Valor Agregado

Es el impuesto “[...] que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos, y al valor de los servicios prestados [...]”. (Art. 52. Ley de Régimen Tributario Interno). Existen transferencias que no son objeto de este impuesto, el mismo que puede ser del 0% o 12%.

El Artículo 58 de la Ley de Régimen Tributario Interno, establece que; “La base imponible del IVA es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal transferidos o servicios prestados, calculado a base de los precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos [...]”. Del precio se pueden deducir los valores correspondientes a descuentos y bonificaciones, al valor de los bienes y envases devueltos por el comprador y a los intereses y las primas de seguros en las ventas a plazos.

El IVA retenido en la fuente, es realizado por los agentes de retención los mismos que deben entregar el respectivo comprobante de retención, la cual sirve a la persona natural o jurídica como crédito tributario (Art. 66. Ley de Régimen Tributario Interno). La declaración de este impuesto se realiza mensualmente en caso que el precio grave el 12% o sea agente de retención, y semestralmente si es del 0%, no grava o si se les retiene el total del IVA causado (Art. 67. Ley de Régimen Tributario Interno).

4.2.5. Ley De Registro Único De Contribuyentes

4.2.5.1. RUC

Registro de los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria, el mismo que debe realizarse dentro de los treinta días siguientes a la constitución de las empresas o en la iniciación real de sus actividades. Están obligados a inscribirse; las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades

económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador. (<http://www.sri.gob.ec>)

4.2.6. IMPUESTOS MUNICIPALES

4.2.6.1. Impuesto de patente

Impuesto municipal anual que corresponde al ejercicio de las actividades económicas desarrolladas en el Distrito Metropolitano de Quito por personas naturales obligadas a llevar contabilidad, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, que desarrollen actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. La base imponible se establece en función del patrimonio neto originado en el ejercicio económico anterior.⁴⁷

4.2.6.2. Impuesto del 1.5 por mil sobre activos totales

Impuesto anual pagado por las personas naturales y jurídicas obligadas a llevar contabilidad. La base imponible es del activo total menos el pasivo corriente menos del año calendario anterior. (<http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec>)

4.2.7. Licencias

4.2.7.1. Licencia Metropolitana Única Para El Ejercicio De Actividades Económicas

Licencia otorgada anualmente por el Municipio de Quito en la administración zonal pertinente, la cual habilita para el ejercicio de cualquier actividad económica en el Distrito Metropolitano de Quito.

Los documentos con los que se debe contar para la emisión de la licencia son; formulario de solicitud de la LUAE (ver Anexo E-4), RUC actualizado, escritura de constitución de la empresa, nombramiento del representante legal y CI y papeleta de votación del representante legal, declaración del 1.5 por mil sobre activos totales del año inmediato anterior, informe de compatibilidad del suelo y la LUAE del año anterior. (<http://www.quito.gob.ec>)

⁴⁷ Servicios Ciudadanos Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). Recuperado el 2 de Septiembre de 2012, de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec>

4.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.3.1. Estructura Administrativa

4.3.1.1. Misión y visión

Misión

Ser una cafetería, especializada en café y cacao ecuatoriano, caracterizada por la calidad en sus productos y servicio que supera las expectativas y satisface las necesidades de nuestros clientes internos y externos, y al mismo tiempo promueva el sentido de pertenencia de los ecuatorianos por sus productos y trabaje bajo principios de responsabilidad social y ambiental.

Visión

Consolidarse y ser reconocida como una de las mejores cafeterías en el país destacándose por su temática, principios de responsabilidad social y ambiental, y calidad de sus productos y servicios.

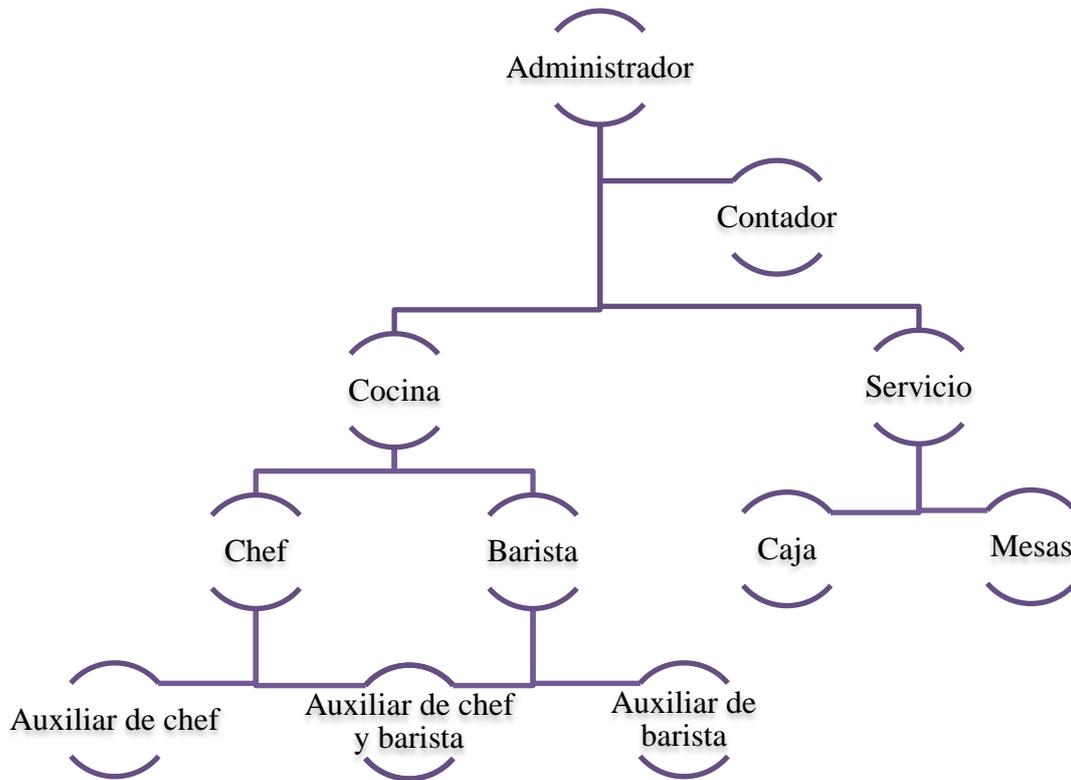
4.3.1.2. Valores corporativos

La empresa trabajará bajo los siguientes valores corporativos:

- Responsabilidad social y ambiental
- Eficiencia enfocada al crecimiento empresarial y profesional
- Trabajo en equipo orientado al cumplimiento de las metas
- Responsabilidad con el cliente interno y externo
- Calidad en los productos y servicios ofertados
- Ética, transparencia y honestidad en el desarrollo de cada actividad
- Compromiso con la empresa y los clientes
- Calidez en el trato personal, con los clientes y el equipo de trabajo
- Puntualidad

4.3.1.3. Organigrama estructural

Gráfico 4.18
Organigrama estructural



Fuente: Ma. Fernanda Ricaurte
Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Todos los empleados, excepto el contador, trabajarán bajo relación de dependencia. La cantidad de personal necesario para la caja y la atención en las mesas variará dependiendo el aumento de los clientes en la cafetería. Los siguientes cuadros explican la cantidad necesaria de empleados.

Cuadro 4.20

Personal necesario por día

HORARIO	COCINA	BARRA	CAJA Y MESAS
8H00 - 9H00	1	1	2
9H00 - 10H00	1	1	2
10H00 - 11H00	1	1	2
11H00 - 12H00	1	1	2
12H00 - 13H00	1	1	2
13H00 - 14H00	1	1	2
14H00 - 15H00	1	1	2
15H00 - 16H00	1	1	2
16H00 - 17H00	1	1	2
17H00 - 18H00	1	1	2
18H00 - 19H00	1	1	2
19H00 - 20H00	1	1	2
20H00 - 21H00	1	1	2
21H00 - 22H00	1	1	2
TOTAL	14	14	28

Fuente: Ma. Fernanda Ricaurte

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

El Cuadro 4.20 especifica la cantidad de personal requerido en las diferentes áreas dependiendo la hora. En el Cuadro 4.21 se detallan las horas que se deben cubrir semanalmente, el cual se basa en el cuadro del personal necesario por día.

Cuadro 4.21

Horas semanales por área

ÁREA	HORAS POR DÍA	HORAS POR SEMANA
COCINA	14	98
BARRA	14	98
CAJA Y MESAS	28	196

Fuente: Personal necesario por día

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Considerando que cada empleado con un contrato a tiempo completo trabaja cuarenta horas a la semana, se determina que en el área de cocina y barra se necesitarán cinco personas distribuidas de la siguiente manera; un chef, un auxiliar de chef, un barista, un

auxiliar de barista y un auxiliar de chef y barista. En la caja y mesas, trabajarán dos meseros y tres personas que sean meseros y cajeros. Según la distribución detallada, sobran cuatro horas tanto entre cocina y barra, y caja y mesas las mismas que serán repartidas de acuerdo a las necesidades de la cafetería. En los años que el periodo de rotación sea igual o menor a cuatro horas, se incrementará un mesero.

4.3.1.4. Organigrama funcional

CARGO	FUNCIONES
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> Verificar el correcto desempeño de empleados Controlar presupuestos y cumplimiento de metas Planificación Desarrollo de estrategias Contratación del personal Trato con proveedores
Chef	<ul style="list-style-type: none"> Preparación y montaje de platos Recepción de mercadería de su área Limpieza de equipos de cocina, vajilla, utensilios y área de trabajo Elaborar requisiciones
Auxiliar de Chef	<ul style="list-style-type: none"> Preparación y montaje de platos Recepción de mercadería de su área Limpieza de equipos de cocina, vajilla y utensilios y área de trabajo
Barista	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de cafés y demás bebidas Recepción de mercadería de su área Limpieza de la barra, cafetera, molino, vajilla y área de trabajo Elaborar requisiciones

Auxiliar de Barista	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de cafés y demás bebidas Recepción de mercadería de su área Limpieza de la barra, cafetera, molino, utensilios, vajilla y área de trabajo
Auxiliar Chef y Barista	<ul style="list-style-type: none"> Preparación y montaje de platos Elaboración de cafés y demás bebidas Recepción de mercadería de su área Limpieza de la barra, cafetera, molino, equipos de cocina, vajilla, utensilios y área de trabajo
Cajero	<ul style="list-style-type: none"> Cobrar y emitir facturas Cierre y cuadre de caja Realizar reportes de ventas Ayudar a los meseros a atender las mesas Limpieza de área de caja y mesas, baños Elaborar requisiciones
Mesero	<ul style="list-style-type: none"> Atender las mesas (tomar órdenes, llenar la comando, servir los platos, dar las facturas) Limpieza de área de caja y mesas, baños Arreglo y limpieza de sillas y mesas

4.4. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.4.1. Ventas

Con el fin de determinar la cantidad de productos vendidos se utilizó la información obtenida mediante la aplicación de encuestas del estudio de mercado, demostrados en el Cuadro 4.6 y Gráfico 4.12, en donde se demuestra cuales son los productos consumidos en la cafeterías, en orden de preferencia, por los encuestados que afirmaron que irían a la cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano. Es importante señalar que de las 136 personas, no se tomaron en cuenta las cuatro personas que seleccionaron como número uno a los platos fuertes debido a que en la cafetería no se venderán los mismos, razón por la cual se seleccionó solo el 97,06%. De esta forma se eligieron todos los productos clasificados en el primer nivel, y el porcentaje remanente de los siguientes niveles obteniendo el 94,85% tanto en bebidas como alimentos, pues de haberse elegido desayunos en número uno, 2,21%, no se tomó en cuenta ningún otro alimento o bebida. Cabe destacar que la suma de cualquier bebida con un alimento, no supera los USD 11,40, promedio de consumo por persona.

Adicionalmente se tomó en cuenta el periodo de rotación de Sweet & Coffee de la Avenida González Suarez, descubierto en el análisis de la competencia directa, igual a 2,6 horas. Aunque la capacidad de esta cafetería es superior a la estudiada en el presente plan de negocios, se manejará a este periodo de rotación como modelo simbolizando el 100%.

Con un periodo de rotación de 2,6 horas, y una capacidad de sesenta personas, la cantidad de clientes por año de la cafetería temática es igual a 117923, la cual cubriría el 6,69% de la demanda.

Cuadro 4.22

Cantidad de ventas anuales (100%)

PRODUCTOS	CANTIDADES (100%)
Café	81505
Chocolate caliente	24278
Jugos	6069
Sánduches	50290
Picaditas	25145
Postres	34683
Desayunos	2601

Fuentes: Análisis de encuestas y análisis de la competencia directa
Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Cuadro 4.23

Proyección de ventas por año

PRODUCTOS	PORCENTAJES POR AÑO					
	45%	50%	55%	60%	65%	70%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Café	36677	40752	44827	48903	52978	57053
Chocolate caliente	10925	12139	13352	14566	15780	16994
Jugos	2731	3034	3337	3641	3944	4248
Sánduches	22630	25145	27659	30174	32688	35203
Picaditas	11315	12572	13829	15087	16344	17601
Postres	15607	17341	19075	20809	22543	24278
Desayunos	1170	1300	1430	1560	1690	1820

Fuente: Cantidad de ventas anuales
Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

En el Cuadro 4.22 se puede observar la cantidad de productos que se vendería con un periodo de rotación de 2,6 horas (100%), mientras que el Cuadro 4.23 especifica que porcentaje de este se quiere alcanzar en cada año.

4.4.1.1. Costos y precios de venta

Cuadro 4.24

Costos y precios

PRODUCTO	PRECIO	COSTOS MATERIA PRIMA
Espresso	\$1,25	\$0,03
Americano	\$1,50	\$0,12
Cappuccino	\$2,50	\$0,30
Moccaccino	\$2,75	\$0,32
Chocolate caliente	\$3,00	\$0,71
Jugo de naranja	\$2,20	\$0,57
Jugo de frutilla	\$2,20	\$0,50
Jugo de mora	\$2,20	\$0,55
Jugo de frutilla & naranja	\$2,50	\$0,68
Sánduche frío	\$4,00	\$2,25
Sánduche caliente	\$3,50	\$1,56
Desayuno Cacao	\$6,00	\$2,48
Desayuno Café	\$6,50	\$2,97
Brownie de chocolate y nuez	\$3,00	\$1,45
Tiramisú	\$2,75	\$1,21
Coulant de chocolate	\$2,75	\$1,19
Fondue de chocolate	\$3,00	\$1,09
Pancakes	\$3,50	\$2,01
Picadita de quesos y jamones	\$3,50	\$1,62
Empanadas	\$3,50	\$1,67

Fuentes: Recetas estándar

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Cuadro 4.25

Costos y precios promedio

PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO	COSTOS PROMEDIO MATERIA PRIMA
Café	\$2,00	\$0,19
Chocolate caliente	\$3,00	\$0,71
Jugos	\$2,28	\$0,58
Sánduches	\$3,75	\$1,90
Desayunos	\$6,25	\$2,73
Postres	\$3,00	\$1,39
Picadas	\$3,50	\$1,65

Fuentes: Costos y precios

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Los precios de venta y costos de materia prima detallados en el Cuadro 4.24 están establecidos por producto, en el Anexo B se puede ver el detalle de los costos, mientras que el Cuadro 4.25 agrupa los productos y muestra los precios y costos promedio. Estos rubros incluyen IVA, al precio de venta se le carga el 12% y a los costos de la materia prima depende de los productos necesarios para su elaboración. El siguiente cuadro señala el porcentaje de IVA de los costos.

Cuadro 4.26

IVA materia prima

PRODUCTO	SIN IVA / IVA 0	IVA 12
Café	65,44%	34,56%
Chocolate caliente	27,64%	72,36%
Jugos	95,87%	4,13%
Sánduches	74,38%	25,62%
Desayunos	64,84%	35,16%
Postres	30,64%	69,36%
Picadas	53,25%	46,75%

Fuente: Recetas estándar

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Las cotizaciones de los proveedores de la materia prima se pueden obtener en los anexos desde D-1 al D-4.

4.4.2. Activos fijos

El siguiente cuadro detalla los activos fijos y la cantidad necesaria para la implementación de la cafetería, los cuales serán parte de la inversión inicial del proyecto. De igual manera se aprecia los nombres de los proveedores y la depreciación de los activos. En los anexos D-5 a D-16, se pueden hallar las cotizaciones de varios proveedores.

Cuadro 4.27

Activos fijos

Descripción		Proveedor	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Depreciación anual	
Equipos de cómputo y software	Computador	Point	1	\$1.139,00	\$1.139,00	33%	\$338,99
		Point	1	\$569,00	\$569,00	33%	\$169,35
	Impresora	Point	1	\$321,00	\$321,00	33%	\$95,54
	Impresora facturas	Casa Pazmiño	1	\$240,00	\$240,00	33%	\$71,43
	Total				\$2.269,00		\$675,30
Equipos, muebles y enseres	Cafetera	Italdesign	1	\$3.100,00	\$3.100,00	10%	\$276,79
	Molino de café	Italdesign	1	\$575,00	\$575,00	10%	\$51,34
	Refrigerador (1 puerta)	Termalimex	1	\$2.430,72	\$2.430,72	10%	\$217,03
	Congelador (1 puerta)	Termalimex	1	\$2.811,87	\$2.811,87	10%	\$251,06
	Cocina industrial	Termalimex	1	\$2.673,22	\$2.673,22	10%	\$238,68
	Cilindro de gas	Agip	1	\$154,00	\$154,00	10%	\$13,75
	Horno	Termalimex	1	\$2.526,83	\$2.526,83	10%	\$225,61
	Campana extractora	Codehotel	1	\$1.721,44	\$1.721,44	10%	\$153,70
	Motor extractor	Codehotel	1	\$2.534,56	\$2.534,56	10%	\$226,30
	Microondas	Tventas	1	\$102,00	\$102,00	10%	\$9,11
	Exprimidor de cítricos	Montero	1	\$232,83	\$232,83	10%	\$20,79
	Calefón	Kywi	1	\$308,58	\$308,58	10%	\$27,55
	Mesa de trabajo	Codehotel	1	\$523,04	\$523,04	10%	\$46,70
	Exhibidor refrigerante	Codehotel	1	\$2.464,00	\$2.464,00	10%	\$220,00
	Estantería	Codehotel	1	\$925,12	\$925,12	10%	\$82,60
	Licuadora	Termalimex	1	\$611,84	\$611,84	10%	\$54,63
		Tventas	1	\$136,00	\$136,00	10%	\$12,14
	Batidora	Termalimex	1	\$1.566,43	\$1.566,43	10%	\$139,86
	Fregadero 2 pozos	Codehotel	1	\$1.711,36	\$1.711,36	10%	\$152,80
	Sacacorchos	Termalimex	3	\$18,61	\$55,84	10%	\$4,99
	Rallador	Almacenes Jiménez	2	\$11,25	\$22,50	10%	\$2,01
	Bandejas	Termalimex	5	\$34,34	\$171,70	10%	\$15,33
	Cuchillos cocina	Termalimex	3	\$9,77	\$29,30	10%	\$2,62
		Termalimex	3	\$15,36	\$46,07	10%	\$4,11
		Almacenes Jiménez	3	\$2,25	\$6,75	10%	\$0,60
	Puntilla	Termalimex	3	\$9,77	\$29,30	10%	\$2,62
	Cucharón	Almacenes Jiménez	4	\$2,35	\$9,40	10%	\$0,84
	Espátulas	Termalimex	3	\$11,02	\$33,06	10%	\$2,95
		Almacenes Jiménez	2	\$7,60	\$15,20	10%	\$1,36
		Almacenes Jiménez	2	\$6,60	\$13,20	10%	\$1,18
	Pinza	Irvix	3	\$5,62	\$16,87	10%	\$1,51
	Batidora de mano	Irvix	2	\$3,38	\$6,76	10%	\$0,60
	Tazones	Irvix	3	\$2,06	\$6,18	10%	\$0,55
		Irvix	3	\$3,18	\$9,54	10%	\$0,85
		Irvix	3	\$4,93	\$14,78	10%	\$1,32
	Ollas	Termalimex	2	\$117,38	\$234,75	10%	\$20,96
	Cacerolas	Termalimex	4	\$52,42	\$209,66	10%	\$18,72
	Sartenes	Termalimex	8	\$25,94	\$207,51	10%	\$18,53
	Planchas	Montero	2	\$21,99	\$43,97	10%	\$3,93
	Moldes	Termalimex	5	\$26,13	\$130,65	10%	\$11,67
		Todohogar	30	\$3,47	\$104,10	10%	\$9,29
	Pyrex	Tventas	5	\$7,73	\$38,65	10%	\$3,45
	Tablas	Almacenes Jiménez	10	\$24,84	\$248,40	10%	\$22,18
Vasos	Irvix	80	\$4,77	\$381,70	10%	\$34,08	
	Irvix	70	\$3,92	\$274,40	10%	\$24,50	
Cubiertos	Irvix	70	\$2,18	\$152,88	10%	\$13,65	
	Irvix	70	\$3,47	\$243,04	10%	\$21,70	
	Irvix	70	\$3,04	\$212,46	10%	\$18,97	
	Irvix	70	\$3,07	\$214,82	10%	\$19,18	
	Irvix	70	\$3,07	\$214,82	10%	\$19,18	

Cuadro 4.27 (cont.)

Descripción		Proveedor	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Depreciación anual	
Equipos, muebles y enseres	Tazas	Irvix	70	\$6,54	\$457,86	10%	\$40,88
		Montero	70	\$2,26	\$158,20	10%	\$14,13
		Irvix	70	\$1,77	\$123,87	10%	\$11,06
	Platos	Irvix	36	\$15,89	\$572,14	10%	\$51,08
		Montero	70	\$2,95	\$206,50	10%	\$18,44
		Irvix	70	\$3,07	\$214,82	10%	\$19,18
		Irvix	70	\$2,18	\$152,88	10%	\$13,65
		Irvix	70	\$7,39	\$517,44	10%	\$46,20
		Irvix	32	\$5,38	\$172,03	10%	\$15,36
	Salseros	Irvix	70	\$5,87	\$410,82	10%	\$36,68
		Irvix	25	\$1,21	\$30,24	10%	\$2,70
	Salero	Irvix	25	\$5,78	\$144,48	10%	\$12,90
	Pimentero	Irvix	25	\$5,78	\$144,48	10%	\$12,90
	Espolvoreador	Irvix	25	\$4,66	\$116,48	10%	\$10,40
	Azucarero para sobres	Irvix	25	\$2,48	\$61,88	10%	\$5,53
	Mesas	Espacev	6	\$112,00	\$672,00	10%	\$60,00
		Espacev	6	\$100,80	\$604,80	10%	\$54,00
		Espacev	6	\$112,00	\$672,00	10%	\$60,00
	Sillas	Espacev	75	\$28,00	\$2.100,00	10%	\$187,50
	Barra	Espacev	1	\$280,00	\$280,00	10%	\$25,00
	Mesa para cafetera	Espacev	1	\$201,60	\$201,60	10%	\$18,00
	Lámparas	Kywi	22	\$24,81	\$545,82	10%	\$48,73
	Cuadros	Multimedia Sources	15	\$15,00	\$225,00	10%	\$20,09
	Gaveta de dinero	Casa Pazmiño	1	\$115,00	\$115,00	10%	\$10,27
	Receptor estéreo	Radio Shack	1	\$196,54	\$196,54	10%	\$17,55
	Parlantes	Radio Shack	2	60,46	\$120,92	10%	\$10,80
	Teléfono	Radio Shack	1	\$98,26	\$98,26	10%	\$8,77
	Estación de trabajo	Q' Muebles	1	\$222,00	\$222,00	10%	\$19,82
	Sillón oficina	Q' Muebles	1	\$144,00	\$144,00	10%	\$12,86
	Sillas de oficina	Q' Muebles	3	\$34,00	\$102,00	10%	\$9,11
	Locker	Q' Muebles	2	\$480,00	\$960,00	10%	\$85,71
	Extintor	Ecuatepi	2	\$33,60	\$67,20	10%	\$6,00
	Señalética	Ecuatepi	1	\$7,84	\$7,84	10%	\$0,70
Ecuatepi		4	\$39,20	\$156,80	10%	\$14,00	
Lámpara de emergencia	Ecuatepi	1	\$44,80	\$44,80	10%	\$4,00	
Detector de humo	Ecuatepi	7	\$19,04	\$133,28	10%	\$11,90	
Basurero	Almacenes Jiménez	1	\$187,12	\$187,12	10%	\$16,71	
	Almacenes Jiménez	4	\$13,10	\$52,40	10%	\$4,68	
Carro de limpieza	Almacenes Jiménez	1	\$87,07	\$87,07	10%	\$7,77	
Dispensadores	Unilimpio	3	\$42,00	\$126,00	10%	\$11,25	
	Unilimpio	3	\$19,00	\$57,00	10%	\$5,09	
	Unilimpio	3	\$15,00	\$45,00	10%	\$4,02	
	Unilimpio	3	\$4,50	\$13,50	10%	\$1,21	
	Unilimpio	1	\$18,00	\$18,00	10%	\$1,61	
TOTAL					\$42.032,36		\$3.752,89
TOTAL ACTIVOS FIJOS					\$44.301,36		\$4.428,19

Fuentes: Cotizaciones

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

4.4.3. Préstamo

El valor del crédito es igual a la cantidad necesaria para la inversión inicial en activos fijos, es decir USD 44.301,36. Se ha calculado los intereses del préstamo tomado en cuenta la tasa de interés activa efectiva referencial anual para el segmento productivo PYMES según el Banco Central del Ecuador de interés, igual al 11,20%. La tasa de interés más alta cobrada por la Corporación Financiera Nacional del Ecuador para el financiamiento de proyectos turísticos es del 11,15%⁴⁸, pueden otorgar un periodo de gracia hasta de tres años dependiendo del flujo de caja del proyecto y la naturaleza del negocio.

Los desembolsos del préstamo están calculados de manera que se cancelen dividendos iguales con cuotas de capital variable, durante cinco años y un año correspondiente al periodo de gracia del préstamo en el cual solo se pagarán el valor correspondiente a los intereses generados.

Cuadro 4.28

Préstamo

	AÑO DE GRACIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL PAGADO	\$0,00	\$7.002,18	\$7.827,96	\$8.751,13	\$9.783,17	\$10.936,92
INTERÉS	\$4.961,75	\$4.609,54	\$3.783,76	\$2.860,59	\$1.828,55	\$674,80
CUOTA DE PAGO	\$4.961,75	\$11.611,72	\$11.611,72	\$11.611,72	\$11.611,72	\$11.611,72
SALDO	\$44.301,36	\$37.299,18	\$29.471,22	\$20.720,09	\$10.936,92	\$0,00

Fuentes: Banco Central del Ecuador y Corporación Financiera Nacional de Ecuador

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Los importes equivalentes a los intereses de la deuda constarán como gasto intereses, gasto no operacional.

⁴⁸ Corporación Financiera Nacional del Ecuador. (s.f.). CFN. Recuperado el 24 de Enero de 2012, de <http://www.cfn.fin.ec/>

4.4.4. Gastos

- Gasto de constitución

Estos gastos son considerados como parte de la inversión inicial, cancelados con capital propio y amortizados para cinco años. Los gastos que lo conforman son; honorarios profesionales del abogado para los trámites derivados de constitución de la empresa, tasa de registro de turismo, manual de marca de la empresa, creación de la página web, publicidad y registro de marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, valor incluye también la búsqueda fonética.

- Gastos sueldos y beneficios sociales

Los gastos de ventas y administrativos provenientes de sueldos y beneficios sociales de los empleados bajo relación de dependencia (ver Gráfico 4.18) necesarios para la operación de la cafetería, se encuentra registrados en el Cuadro 4.29. Cabe destacar que en el cuadro se señalan los gastos originados en el primer año de ejercicio, razón por la cual no se pagará el valor correspondiente a fondos de reserva. Desde el quinto año se contratará a un mesero adicional debido al incremento de la demanda.

Además se toma en cuenta como gastos honorarios profesionales, al pago por los servicios prestados del contador, quien no trabajará bajo relación de dependencia.

- Gastos aseo y limpieza

Se seleccionó a la empresa Unilimpio como proveedor de suministros de aseo y limpieza, gastos operativos, tanto los precios como las cantidades necesarias anualmente se encuentran en el Cuadro 4.30. Los precios incluyen IVA y no se toman en cuenta la inflación. La cantidad de productos como; lavavajillas, jabón líquido para manos, papel higiénico, toallas de papel para manos y servilletas, aumenta en forma proporcional al incremento anual de los clientes según la proyección de ventas.

La cotización de los productos de Unilimpio se puede encontrar en el Anexo D-16.

Cuadro 4.29

Gastos sueldos y beneficios sociales - Año 1

CARGO	EMPLEADOS CON RELACIÓN DE DEPENDENCIA								IESS			TOTAL A PAGAR	
	Sueldo mensual	Ingresos						Descuentos	Total a pagar empleados	9,35%	11,15%		Total a pagar IESS
		Sueldo anual	Decimocuarta remuneración	Decimotercera remuneración	Vacaciones	Fondos de reserva	Total	IESS 9,35%					
Administrador	\$700,00	\$8.400,00	\$318,00	\$700,00	\$350,00	\$0,00	\$9.768,00	\$785,40	\$8.982,60	\$785,40	\$936,60	\$1.722,00	\$10.704,60
Chef	\$700,00	\$8.400,00	\$318,00	\$700,00	\$350,00	\$0,00	\$9.768,00	\$785,40	\$8.982,60	\$785,40	\$936,60	\$1.722,00	\$10.704,60
Auxiliar de Chef	\$350,00	\$4.200,00	\$318,00	\$350,00	\$175,00	\$0,00	\$5.043,00	\$392,70	\$4.650,30	\$392,70	\$468,30	\$861,00	\$5.511,30
Barista	\$600,00	\$7.200,00	\$318,00	\$600,00	\$300,00	\$0,00	\$8.418,00	\$673,20	\$7.744,80	\$673,20	\$802,80	\$1.476,00	\$9.220,80
Auxiliar de barista	\$350,00	\$4.200,00	\$318,00	\$350,00	\$175,00	\$0,00	\$5.043,00	\$392,70	\$4.650,30	\$392,70	\$468,30	\$861,00	\$5.511,30
Auxiliar de chef y barista	\$350,00	\$4.200,00	\$318,00	\$350,00	\$175,00	\$0,00	\$5.043,00	\$392,70	\$4.650,30	\$392,70	\$468,30	\$861,00	\$5.511,30
Cajero y mesero 1	\$318,00	\$3.816,00	\$318,00	\$318,00	\$159,00	\$0,00	\$4.611,00	\$356,80	\$4.254,20	\$356,80	\$425,48	\$782,28	\$5.036,48
Cajero y mesero 2	\$318,00	\$3.816,00	\$318,00	\$318,00	\$159,00	\$0,00	\$4.611,00	\$356,80	\$4.254,20	\$356,80	\$425,48	\$782,28	\$5.036,48
Cajero y mesero 3	\$318,00	\$3.816,00	\$318,00	\$318,00	\$159,00	\$0,00	\$4.611,00	\$356,80	\$4.254,20	\$356,80	\$425,48	\$782,28	\$5.036,48
Mesero 1	\$318,00	\$3.816,00	\$318,00	\$318,00	\$159,00	\$0,00	\$4.611,00	\$356,80	\$4.254,20	\$356,80	\$425,48	\$782,28	\$5.036,48
Mesero 2	\$318,00	\$3.816,00	\$318,00	\$318,00	\$159,00	\$0,00	\$4.611,00	\$356,80	\$4.254,20	\$356,80	\$425,48	\$782,28	\$5.036,48
TOTAL									\$60.931,92			\$11.414,40	\$72.346,32

Fuente: Estudio administrativo y legal

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Cuadro 4.30

Gastos aseo y limpieza por año

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO	CANTIDAD						PRECIO TOTAL					
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Implementos	Mopa húmeda	\$42,00	6	6	6	6	6	6	\$252,00	\$252,00	\$252,00	\$252,00	\$252,00	\$252,00
	Base mopa desinfección	\$42,00	2	2	2	2	2	2	\$84,00	\$84,00	\$84,00	\$84,00	\$84,00	\$84,00
	Bastón aluminio	\$8,00	2	2	2	2	2	2	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00
	Guante bicolor	\$1,73	144	144	144	144	144	144	\$249,12	\$249,12	\$249,12	\$249,12	\$249,12	\$249,12
	Repuesto escoba suave verde	\$1,73	6	6	6	6	6	6	\$10,38	\$10,38	\$10,38	\$10,38	\$10,38	\$10,38
	Tubo plástico escoba plumada	\$0,73	2	2	2	2	2	2	\$1,46	\$1,46	\$1,46	\$1,46	\$1,46	\$1,46
Papel	Papel higiénico jumbo x 6	\$15,00	275	330	385	440	478	495	\$4.125,00	\$4.950,00	\$5.775,00	\$6.600,00	\$7.170,00	\$7.425,00
	Toalla z x 150h 2h	\$1,96	2751	3302	3852	4402	4677	4952	\$5.391,96	\$6.471,92	\$7.549,92	\$8.627,92	\$9.166,92	\$9.705,92
	Limpión industrial de 300m paq x 2	\$12,90	6	6	6	6	6	6	\$77,40	\$77,40	\$77,40	\$77,40	\$77,40	\$77,40
Servilletas	Servilletas biosolution 24x24cm 100 unidades	\$0,45	8254	9905	11556	13207	14032	14858	\$3.714,30	\$4.457,25	\$5.200,20	\$5.943,15	\$6.314,40	\$6.686,10
Productos de limpieza	Detergente wise 3 kilos	\$6,31	4	4	4	4	4	4	\$25,24	\$25,24	\$25,24	\$25,24	\$25,24	\$25,24
	Ambiental 0zz gl floral	\$7,00	6	6	6	6	6	6	\$42,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00	\$42,00
	Desinfectante ozz gl floral	\$4,50	12	12	12	12	12	12	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00	\$54,00
	Jabón liquido	\$6,00	6	7	8	9	9	10	\$36,00	\$42,00	\$48,00	\$54,00	\$54,00	\$60,00
	Lavavajillas sapolio crema 1000gr	\$2,08	48	50	53	55	57	58	\$99,84	\$104,00	\$110,24	\$114,40	\$118,56	\$120,64
	Cloro al 5,5% ozz	\$2,65	12	12	12	12	12	12	\$31,80	\$31,80	\$31,80	\$31,80	\$31,80	\$31,80
Fundas	Fundas paq x 10	\$0,68	122	122	122	122	122	122	\$82,96	\$82,96	\$82,96	\$82,96	\$82,96	\$82,96
TOTAL									\$14.293,46	\$16.951,53	\$19.609,72	\$22.265,83	\$23.750,24	\$24.924,02

Fuente: Cotización Unilimpio y proyección de ventas por año

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

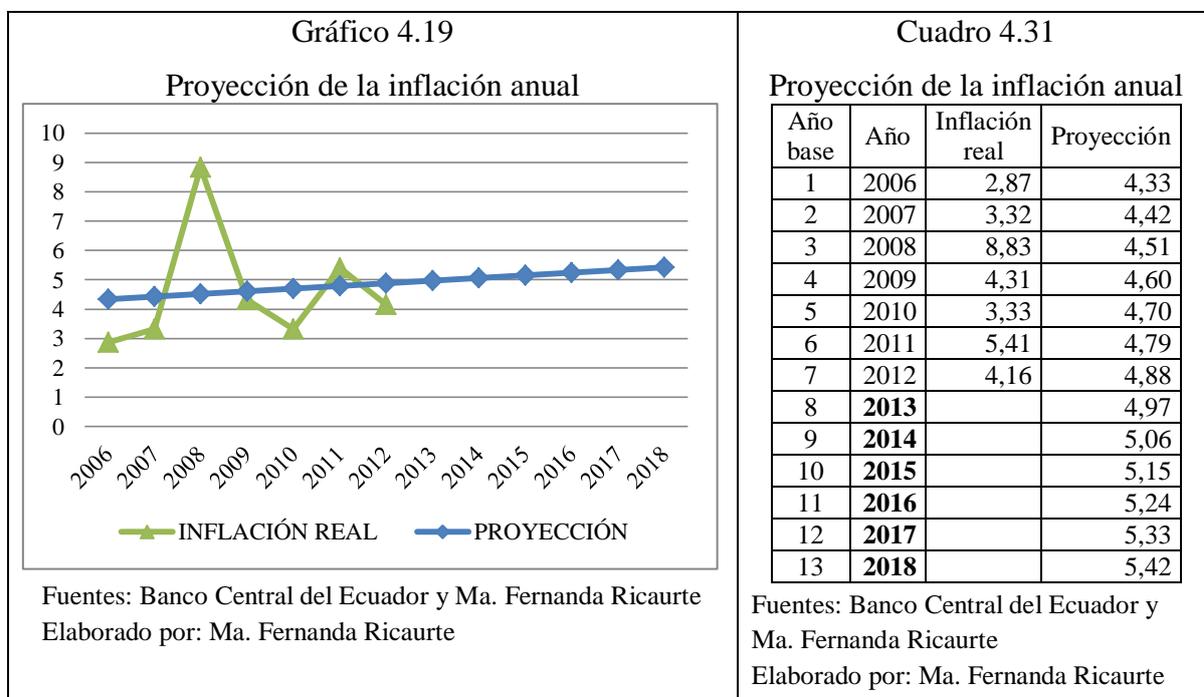
- Otros gastos operativos

A los gastos antes mencionados se suman los gastos originados por; depreciación de equipos de cómputo y equipos, muebles y enseres, arriendo y mantenimiento, publicidad y comunicación como los de mantenimiento de la página web, guardianía, impresión de menús, amortización del préstamo, suministros de oficina, impuestos y contribuciones, y gastos generales como agua, luz, teléfono, entre otros. El monto de los mismos se encuentra detallado en el estado de pérdidas y ganancias.

El incremento anual de los gastos causados por la utilización de agua, luz, gas y teléfono, es proporcional al incremento de los clientes, en el caso de la impresión de menús se aumentan dos más por año en relación al periodo anterior.

4.4.5. Proyección de la inflación

Con el fin de estructurar los estados financieros se recurrió a los datos de Banco Central del Ecuador sobre la inflación anual desde el año 2006 al 2012, para poder proyectarla hasta el 2018. Se optó por el método de proyección con tendencia lineal, debido a que se ajusta mejor a la inflación real.



4.4.6. Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro 4.32
Estado de Pérdidas y Ganancias

		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6	
CAFÉ	VENTAS NETAS		\$65.494,64		\$76.387,13		\$88.276,86		\$101.263,96		\$115.452,46		\$130.963,41
	(COSTOS DE VENTAS)		-\$6.738,12		-\$7.858,74		-\$9.081,96		-\$10.418,08		-\$11.877,80		-\$13.473,57
CHOCOLATE CALIENTE	VENTAS NETAS		\$29.263,39		\$34.130,72		\$39.440,71		\$45.242,96		\$51.582,91		\$58.513,81
	(COSTOS DE VENTAS)		-\$7.067,50		-\$8.243,03		-\$9.525,46		-\$10.926,78		-\$12.457,97		-\$14.131,87
JUGOS	VENTAS NETAS		\$5.547,34		\$6.469,02		\$7.475,06		\$8.576,13		\$9.776,78		\$11.091,94
	(COSTOS DE VENTAS)		-\$1.564,07		-\$1.823,94		-\$2.107,59		-\$2.418,04		-\$2.756,56		-\$3.127,36
SÁNDUCHES	VENTAS NETAS		\$75.770,09		\$88.373,93		\$102.128,02		\$117.153,04		\$133.566,40		\$151.513,88
	(COSTOS DE VENTAS)		-\$41.736,38		-\$48.678,95		-\$56.255,11		-\$64.531,33		-\$73.572,29		-\$83.458,28
DESAYUNOS	VENTAS NETAS		\$35.359,38		\$41.239,53		\$47.658,02		\$54.671,42		\$62.330,99		\$70.704,47
	(COSTOS DE VENTAS)		-\$17.851,48		-\$20.820,12		-\$24.060,55		-\$27.601,32		-\$31.468,32		-\$35.695,74
POSTRES	VENTAS NETAS		\$41.804,46		\$48.756,96		\$56.345,99		\$64.634,13		\$73.690,34		\$83.594,10
	(COSTOS DE VENTAS)		-\$19.889,45		-\$23.197,27		-\$26.807,92		-\$30.751,20		-\$35.059,91		-\$39.771,85
PICADAS	VENTAS NETAS		\$6.529,02		\$7.614,91		\$8.800,21		\$10.094,71		\$11.509,18		\$13.055,48
	(COSTOS DE VENTAS)		-\$3.011,18		-\$3.511,99		-\$4.058,65		-\$4.655,67		-\$5.308,02		-\$6.021,17
(=)	UTILIDAD BRUTA DE VENTAS		\$161.910,14		\$188.838,16		\$218.227,63		\$250.333,93		\$285.408,20		\$323.757,22
(-)	GASTOS OPERACIONALES		-\$131.767,99		-\$145.260,72		-\$154.887,94		-\$164.070,69		-\$180.320,45		-\$190.025,18
(-)	GASTOS DE VENTAS		-\$115.725,43		-\$127.476,57		-\$135.990,60		-\$143.994,28		-\$158.479,92		-\$166.876,76
	(GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES)		-\$61.641,72		-\$68.840,19		-\$72.323,26		-\$76.048,43		-\$86.181,16		-\$91.185,85
	(GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO)		-\$410,42		-\$410,42		-\$410,42		\$0,00		\$0,00		\$0,00
	(GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES)		-\$3.701,16		-\$3.701,16		-\$3.804,63		-\$3.913,42		-\$4.027,92		-\$4.148,53
	(GASTO ARRIENDO)		-\$21.428,57		-\$22.493,27		-\$23.631,34		-\$24.848,53		-\$26.151,03		-\$27.545,63
	(GASTOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN)		-\$2.946,43		-\$3.092,82		-\$3.249,31		-\$3.416,67		-\$3.595,77		-\$3.787,52
	(GASTO MANTENIMIENTO PÁG. WEB)		-\$267,86		-\$281,17		-\$295,39		-\$310,61		-\$326,89		-\$344,32
	(OTROS GASTOS DE PUBLICIDAD)		-\$2.678,57		-\$2.811,66		-\$2.953,92		-\$3.106,07		-\$3.268,88		-\$3.443,20
	(GASTOS GUARDIANÍA)		-\$10.178,57		-\$10.684,30		-\$11.224,89		-\$11.803,05		-\$12.421,74		-\$13.084,17
	(GASTO IMPRESIÓN MENÚS)		-\$114,00		-\$127,64		-\$142,48		-\$158,63		-\$166,95		-\$175,85
	(GASTOS GENERALES)		-\$1.662,10		-\$1.864,57		-\$2.123,28		-\$2.405,48		-\$2.713,47		-\$3.049,77
	AGUA		-\$360,00		-\$419,87		-\$485,23		-\$556,61		-\$634,60		-\$719,86
	LUZ		-\$360,00		-\$419,87		-\$485,23		-\$556,61		-\$634,60		-\$719,86
	GAS		-\$621,43		-\$724,78		-\$837,60		-\$960,81		-\$1.095,44		-\$1.242,61
	INTERNET		-\$320,67		-\$300,04		-\$315,22		-\$331,46		-\$348,83		-\$367,44
	(GASTOS ASEO Y LIMPIEZA)		-\$13.285,31		-\$15.887,30		-\$18.687,13		-\$20.985,92		-\$22.786,03		-\$23.440,34
	(GASTO MANTENIMIENTO LOCAL)		-\$357,14		-\$374,89		-\$393,86		-\$414,14		-\$435,85		-\$459,09

Cuadro 4.32 (cont.)

		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6	
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS		-\$16.042,56		-\$17.784,15		-\$18.897,35		-\$20.076,40		-\$21.840,54		-\$23.148,42
	(GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES)		-\$10.704,60		-\$11.971,25		-\$12.576,95		-\$13.224,75		-\$13.917,96		-\$14.660,19
	(GASTO HONORARIOS PROFESIONALES)		-\$3.750,00		-\$3.936,32		-\$4.135,49		-\$4.348,49		-\$4.576,43		-\$4.820,49
	(GASTOS GENERALES - OFICINA)		-\$404,86		-\$350,00		-\$367,70		-\$386,64		-\$406,91		-\$428,61
	TELÉFONO		-\$404,86		-\$350,00		-\$367,70		-\$386,64		-\$406,91		-\$428,61
	(GASTO IMPUESTO DE PATENTE)		\$0,00		-\$243,61		-\$516,34		-\$1.048,22		-\$1.822,37		-\$2.780,82
	(GASTO IMPUESTO 1.5 POR MIL SOBRE ACTIVOS TOTALES POR PAGAR)		\$0,00		-\$98,98		-\$115,61		-\$145,32		-\$190,26		-\$247,47
	(GASTO CONTRIBUCIÓN 1 POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS)		-\$39,55		-\$35,13		-\$30,70		-\$27,20		-\$24,32		-\$21,39
	(GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO - OFICINA)		-\$264,88		-\$264,88		-\$264,88		\$0,00		\$0,00		\$0,00
	(GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA)		-\$51,73		-\$51,73		-\$51,73		-\$51,73		-\$51,73		-\$51,73
	(GASTO AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN)		-\$719,80		-\$719,80		-\$719,80		-\$719,80		-\$719,80		\$0,00
	(GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA)		-\$107,14		-\$112,47		-\$118,16		-\$124,24		-\$130,76		-\$137,73
(=)	UTILIDAD DE OPERACIÓN		\$30.142,15		\$43.577,44		\$63.339,69		\$86.263,24		\$105.087,75		\$133.732,04
(+ o -)	INGRESOS Y EGRESOS FINANCIEROS		-\$4.961,75		-\$4.609,54		-\$3.783,76		-\$2.860,59		-\$1.828,55		-\$674,80
	(GASTOS POR INTERESES)		-\$4.961,75		-\$4.609,54		-\$3.783,76		-\$2.860,59		-\$1.828,55		-\$674,80
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES		\$25.180,40		\$38.967,90		\$59.555,93		\$83.402,65		\$103.259,20		\$133.057,24
(-)	PARTICIPACIONES 15%		-\$3.777,06		-\$5.845,19		-\$8.933,39		-\$12.510,40		-\$15.488,88		-\$19.958,59
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$21.403,34		\$33.122,72		\$50.622,54		\$70.892,25		\$87.770,32		\$113.098,65
(-)	IMPUESTO A LA RENTA (22%)		-\$4.708,73		-\$7.287,00		-\$11.136,96		-\$15.596,30		-\$19.309,47		-\$24.881,70
(=)	UTILIDAD NETA		\$16.694,61		\$25.835,72		\$39.485,58		\$55.295,96		\$68.460,85		\$88.216,95
(-)	DIVIDENDOS (30%)		-\$5.008,38		-\$7.750,72		-\$11.845,67		-\$16.588,79		-\$20.538,25		-\$26.465,08
(=)	UTILIDAD RETENIDA DEL EJERCICIO		\$11.686,22		\$18.085,00		\$27.639,91		\$38.707,17		\$47.922,59		\$61.751,86

Fuentes: Ventas, costos y precios de venta, activos fijos, préstamo, gastos y proyección de la inflación.

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

* Todos los costos, gastos e ingresos incluyen el porcentaje correspondiente a la proyección de la inflación (ver Gráfico 4.19 y Cuadro 4.31).

* A partir del año 3 se invertirá el 2,5% total de los equipos, muebles y enseres tomando como referencia la inversión realizada en el año 0 y proyectándola de acuerdo a la inflación del año respectivo. Este valor solo se destinará para equipos, muebles y enseres que no sean de oficina.

* Se reparte el 30% de la utilidad neta, el porcentaje restante es igual a la retenida por la empresa.

En el Anexo F, se pueden hallar los respectivos asientos contables.

4.4.7. Balance General

Cuadro 4.33
Balance General

	AÑO 0		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6	
ACTIVOS														
ACTIVO CORRIENTE		\$11.694,91		\$27.981,79		\$44.212,59		\$68.241,32		\$101.794,35		\$143.588,24		\$197.397,39
CAJA														
BANCOS	\$6.573,33		\$27.981,79		\$44.212,59		\$68.241,32		\$101.794,35		\$143.588,24		\$197.397,39	
ANTICIPO IRF POR PAGAR														
IVA - COMPRAS	\$5.121,57													
ACTIVO FIJO		\$39.554,79		\$35.126,60		\$30.698,41		\$27.201,43		\$24.324,24		\$21.389,57		\$18.395,37
EQUIPO DE COMPUTO	\$1.231,25	\$1.231,25	\$1.231,25	\$820,83	\$1.231,25	\$410,42	\$1.231,25	\$0,00	\$1.231,25	\$0,00	\$1.231,25	\$0,00	\$1.231,25	\$0,00
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO)	\$0,00		-\$410,42		-\$820,83		-\$1.231,25		-\$1.231,25		-\$1.231,25		-\$1.231,25	
EQUIPO DE COMPUTO (OFICINA)	\$794,64	\$794,64	\$794,64	\$529,76	\$794,64	\$264,88	\$794,64	\$0,00	\$794,64	\$0,00	\$794,64	\$0,00	\$794,64	\$0,00
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO - OFICINA)	\$0,00		-\$264,88		-\$529,76		-\$794,64		-\$794,64		-\$794,64		-\$794,64	
EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES	\$37.011,61	\$37.011,61	\$37.011,61	\$33.310,45	\$37.011,61	\$29.609,29	\$38.046,28	\$26.839,33	\$39.134,24	\$24.013,86	\$40.279,23	\$21.130,93	\$41.485,28	\$18.188,45
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES)	\$0,00		-\$3.701,16		-\$7.402,32		-\$11.206,95		-\$15.120,37		-\$19.148,30		-\$23.296,82	
EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA	\$517,29	\$517,29	\$517,29	\$465,56	\$517,29	\$413,83	\$517,29	\$362,10	\$517,29	\$310,37	\$517,29	\$258,64	\$517,29	\$206,91
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA)	\$0,00		-\$51,73		-\$103,46		-\$155,19		-\$206,91		-\$258,64		-\$310,37	
CARGOS DIFERIDOS		\$3.599,00		\$2.879,20		\$2.159,40		\$1.439,60		\$719,80		\$0,00		\$0,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$3.599,00		\$3.599,00		\$3.599,00		\$3.599,00		\$3.599,00		\$3.599,00		\$3.599,00
HONORARIOS PROFESIONALES	\$1.339,29		\$1.339,29		\$1.339,29		\$1.339,29		\$1.339,29		\$1.339,29		\$1.339,29	
MANUAL DE MARCA	\$446,43		\$446,43		\$446,43		\$446,43		\$446,43		\$446,43		\$446,43	
REGISTRO DE MARCA	\$132,00		\$132,00		\$132,00		\$132,00		\$132,00		\$132,00		\$132,00	
TASA DE REGISTRO DE TURISMO	\$342,00		\$342,00		\$342,00		\$342,00		\$342,00		\$342,00		\$342,00	
PUBLICIDAD	\$892,86		\$892,86		\$892,86		\$892,86		\$892,86		\$892,86		\$892,86	
CREACIÓN PÁGINA WEB	\$446,43		\$446,43		\$446,43		\$446,43		\$446,43		\$446,43		\$446,43	
(AMORTIZACIÓN ACUMULADA GASTOS DE CONSTITUCIÓN)	\$0,00		-\$719,80		-\$1.439,60		-\$2.159,40		-\$2.879,20		-\$3.599,00		-\$3.599,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN NETA		\$3.599,00		\$2.879,20		\$2.159,40		\$1.439,60		\$719,80		\$0,00		\$0,00
ACTIVO TOTAL		\$54.848,69		\$65.987,59		\$77.070,41		\$96.882,35		\$126.838,39		\$154.040,90		\$215.792,76

Cuadro 4.33 (cont.)

	AÑO 0		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6	
PASIVOS														
PASIVO A CORTO PLAZO			\$547,33		\$0,00		\$0,00		\$0,00		\$0,00		\$0,00	\$0,00
IVA POR PAGAR		\$0,00		\$0,00										
IRF RETENIDO POR PAGAR		\$547,33		\$0,00										
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		\$0,00		\$0,00										
PARTICIPACIONES POR PAGAR		\$0,00		\$0,00										
10% ADICIONAL POR SERVICIO POR PAGAR		\$0,00		\$0,00										
DIVIDENDOS POR PAGAR		\$0,00		\$0,00										
PASIVO A LARGO PLAZO			\$44.301,36		\$44.301,36		\$37.299,18		\$29.471,22		\$20.720,09		\$10.936,92	\$0,00
DOCUMENTOS POR PAGAR		\$44.301,36		\$44.301,36		\$37.299,18		\$29.471,22		\$20.720,09		\$10.936,92		0,00
TOTAL PASIVO			\$44.848,69		\$44.301,36		\$37.299,18		\$29.471,22		\$20.720,09		\$10.936,92	\$0,00
PATRIMONIO														
CAPITAL SOCIAL			\$10.000,00		\$10.000,00		\$10.000,00		\$10.000,00		\$10.000,00		\$10.000,00	\$10.000,00
UTILIDADES RETENIDAS			\$0,00		\$11.686,22		\$29.771,23		\$57.411,13		\$96.118,30		\$144.040,90	\$205.792,76
DE LOS ANTERIORES EJERCICIOS		\$0,00		\$0,00		\$11.686,22		\$29.771,23		\$57.411,13		\$96.118,30		\$144.040,90
DEL EJERCICIO		\$0,00		\$11.686,22		\$18.085,00		\$27.639,91		\$38.707,17		\$47.922,59		\$61.751,86
TOTAL PATRIMONIO			\$10.000,00		\$21.686,22		\$39.771,23		\$67.411,13		\$106.118,30		\$154.040,90	\$215.792,76
ACTIVO			\$54.848,69		\$65.987,59		\$77.070,41		\$96.882,35		\$126.838,39		\$164.977,81	\$215.792,76
PASIVO + PATRIMONIO			\$54.848,69		\$65.987,59		\$77.070,41		\$96.882,35		\$126.838,39		\$164.977,81	\$215.792,76

Fuentes: Estado de pérdidas y ganancias y asientos contables
Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

En el Anexo F, se pueden hallar los respectivos asientos contables.

4.4.8. Punto de equilibrio

Se analizó el punto de equilibrio para los seis años mediante la siguiente fórmula:

$$PE \text{ ventas} = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left(\frac{\text{costo variable total}}{\text{ventas totales}}\right)}$$

Cuadro 4.34

Punto de equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Costos fijos	\$131.767,99	\$145.260,72	\$154.887,94	\$164.070,69	\$180.320,45	\$190.025,18
Costos variables totales	\$97.858,18	\$114.134,03	\$131.897,24	\$151.302,42	\$172.500,86	\$195.679,87
Ventas totales	\$259.768,33	\$302.972,19	\$350.124,88	\$401.636,35	\$457.909,07	\$519.437,09
PE	\$211.408,31	\$233.056,49	\$248.502,55	\$263.235,40	\$289.306,23	\$304.876,98
% PE	81,38%	76,92%	70,98%	65,54%	63,18%	58,69%

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

El porcentaje del punto de equilibrio demuestra que cantidad de las ventas totales se necesita para poder llegar al punto muerto en cada periodo contable. Se puede observar que este porcentaje disminuye cada año, para la empresa será más fácil superar el punto de equilibrio y en ningún periodo las ventas totales son iguales o menores a este.

Es importante considerar que para el cálculo del punto de equilibrio no se toman en cuenta los rubros derivados del pago de los interés del préstamo, impuesto a la renta, participaciones y dividendos, por cual para que un proyecto sea rentable debe superarlo.

4.4.9. Flujo de fondos

Cuadro 4.35
Flujo de fondos

	AÑO 0 (inversión)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Ventas sin IVA		\$290.940,53	\$339.328,86	\$392.139,86	\$449.832,71	\$512.858,16	\$581.769,54
Ingresos totales		\$290.940,53	\$339.328,86	\$392.139,86	\$449.832,71	\$512.858,16	\$581.769,54
Activos fijos	\$43.905,81			\$1.148,48	1207,63638	\$1.270,94	1338,7154
Gastos de constitución	\$3.822,21						
Materia prima		\$101.946,07	\$118.901,81	\$137.407,06	\$157.622,80	179706,81	\$203.854,10
Gasto sueldos y beneficios sociales		\$61.641,72	\$68.840,19	\$72.323,26	\$76.048,43	\$86.181,16	\$91.185,85
Gasto arriendo		\$22.285,71	\$23.393,00	\$24.576,60	\$25.842,47	\$27.197,08	\$28.647,46
Gastos publicidad y comunicación		\$3.270,54	\$3.433,03	\$3.606,73	\$3.792,51	\$3.991,30	\$4.204,15
Gastos guardianía		\$11.298,21	\$11.859,57	\$12.459,63	\$13.101,39	\$13.788,13	\$14.523,43
Gasto impresión menús		\$126,54	\$141,68	\$158,15	\$176,08	\$185,31	\$195,19
Gastos generales		\$1.775,15	\$1.987,55	\$2.261,62	\$2.560,56	\$2.886,78	\$3.242,98
Gastos aseo y limpieza		\$14.879,55	\$17.793,78	\$20.929,58	\$23.504,23	\$25.520,35	\$26.253,18
Gasto mantenimiento local		\$392,86	\$412,38	\$12.576,95	\$455,56	\$479,44	\$505,00
Gasto sueldos y beneficios sociales		\$10.704,60	\$11.971,25	\$433,24	\$13.224,75	\$13.917,96	\$14.660,19
Gasto honorarios profesionales		\$3.825,00	\$4.015,05	\$4.218,19	\$4.435,46	\$4.667,96	\$4.916,90
Gastos generales oficina		\$453,44	\$391,99	\$411,83	\$433,04	\$455,74	\$480,04
Impuestos y contribuciones		\$39,55	\$376,76	\$660,62	\$1.217,22	\$2.032,61	\$3.044,78
Gastos suministros de oficina		\$120,00	\$125,96	\$132,34	\$139,15	\$146,45	\$154,26
Gastos por intereses		\$5.094,66	\$4.735,59	\$3.892,11	\$2.946,34	\$1.885,89	\$696,86
Impuesto a la renta, participaciones y dividendos		\$13.422,95	\$20.815,86	\$31.859,04	\$44.651,41	\$55.308,20	\$71.296,18
Capital pagado de crédito			\$6.956,04	\$7.799,52	\$8.745,29	\$9.805,74	\$10.994,77
IRF	\$547,33	\$3.207,40	\$3.480,98	\$3.787,42	\$4.108,70	\$4.456,75	\$4.834,22
IVA ventas - IVA compras		\$14.562,46	\$23.477,48	\$27.489,66	\$32.098,97	\$37.226,85	\$42.997,95
Total egresos	\$48.275,36	\$269.046,42	\$323.109,96	\$368.132,04	\$416.312,00	\$471.111,44	\$528.026,20
Flujo de fondos	-\$48.275,36	\$21.894,10	\$16.218,89	\$24.007,82	\$33.520,71	\$41.746,72	\$53.743,34

Fuentes: Estado de pérdidas y ganancias y balance general

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

4.4.10. Análisis Financiero y Económico

4.4.10.1. Índices Financieros

Cuadro 4.36

Índices Financieros

ÍNDICE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
LIQUIDEZ						
Capital de trabajo neto	\$27.981,79	\$44.212,59	\$68.241,32	\$101.794,35	\$143.588,24	\$197.397,39
ACTIVIDAD						
Ventas diarias	\$711,69	\$830,06	\$959,25	\$1.100,37	\$1.254,55	\$1.423,12
Rotación del activo total	3,94	3,93	3,61	3,17	2,78	2,41
ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento	67%	48%	30%	16%	7%	0%
Deuda a capital	204%	94%	44%	20%	7%	0%
Cobertura de intereses	6,07	9,45	16,74	30,16	57,47	198,18
RENTABILIDAD						
Rendimiento sobre activo total	25%	34%	41%	44%	41%	41%
Rendimiento sobre patrimonio	77%	65%	59%	52%	44%	41%
Margen de utilidad neta	6%	9%	11%	14%	15%	17%

Fuentes: Estado de pérdidas y ganancias y balance general

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

El capital de trabajo neto presenta un crecimiento significativo anual debido a que la utilidad retenida del ejercicio incrementa la cuenta de los activos corrientes, cabe destacar que el balance general al final del ejercicio económico presenta todos los pasivos a corto plazo cancelados, razón por la cual no se pudieron calcular otros índices como la razón corriente.

El incremento en las ventas diarias de la cafetería está relacionado con la proyección de las mismas. En cada periodo al activo total rota menos veces para generar las ventas, esto se debe a que el activo corriente sigue acumulándose anualmente, mientras que a pesar del incremento del porcentaje de las ventas, estas no se equiparan al activo corriente.

La evolución de los índices de endeudamiento es conveniente para la empresa, a pesar que en los primeros años es alto el nivel de endeudamiento, estos están estrechamente relacionados con el préstamo adquirido para cubrir la inversión inicial. Es importante destacar que la empresa, en todos los periodos, tiene el capital suficiente para pagar los intereses generados y no tiene la necesidad de contraer otra deuda.

El rendimiento sobre el activo total presenta un incremento favorable hasta el año cinco en donde decae en un 3% y se mantiene para el año siguiente, esto se debe a la disminución del monto por depreciación y amortización produciendo un incremento en mayor

proporción del activo en relación con los otros periodos. Mientras tanto el rendimiento sobre el patrimonio disminuye pues acumula anualmente la utilidad retenida. Los dos indicadores de rendimiento, para el año 6, representan un porcentaje igual al 41%. Anualmente la utilidad neta en relación de las ventas es mayor, lo cual es favorable para la empresa.

4.4.10.2. VAN, TIR y Periodo de Recuperación

Para encontrar el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Recuperación se calculó la tasa de descuento utilizando las tasas de interés pasiva y activa, publicadas por Banco Central del Ecuador en su página web, para el capital propio y financiado respectivamente.

Cuadro 4.37

Tasa de descuento

CAPITAL	MONTO	INTERÉS	PARTICIPACIÓN	C.P.P
PROPIO	\$3.974,00	4,53% ¹	8,23%	0,0037
CRÉDITO	\$44.301,36	11,20% ²	91,77%	0,1028
TOTAL	\$48.275,36		100,00%	
COSTO DE CAPITAL				10,651%

Fuentes: Balance general, préstamo y Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Ma. Fernanda Ricaurte

Valor Actual Neto (VAN)

- Sin descontar $(VAN = [V1 + V2 + V3 + V4 + V5 + V6] - I)$

$$VAN = \$142.856,23$$

- Con descuento (10,65%) $(VAN = \left[\frac{V1}{(1,1065)^1} + \frac{V2}{(1,1065)^2} + \frac{V3}{(1,1065)^3} + \frac{V4}{(1,1065)^4} + \frac{V5}{(1,1065)^5} + \frac{V5}{(1,1065)^6} \right] - I)$

$$VAN (10,65\%) = \$79.289,62$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$TIR = 47\%$$

Periodo de Recuperación

2 años, 5 meses y 2,4 días

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Sustentándonos en la información obtenida mediante la determinación del tamaño del segmento del mercado y el análisis de las encuestas aplicadas en el estudio de mercado, se puede determinar que existe una demanda importante de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en la zona de la Iglesia de la Paz, el 65,7% del total de los encuestados asistirían a la cafetería, siendo su motivación principal el esparcimiento, seguido en orden descendente por; reuniones no laborales, alimentación, degustación y reuniones laborales. Adicionalmente, por medio del análisis de la competencia directa se establece que la única cafetería con características similares a la cafetería estudiada en el presente proyecto y que su plaza se encuentre en la zona de la Iglesia de la Paz es Sweet & Coffee ubicada en la Avenida González Suarez. En esta se realizó una investigación de campo con el fin hallar su periodo de rotación y calcular su oferta. Entrelazando los datos antes mencionados se encontró que la oferta actual solo abarca el 7,26% del total de la demanda, es decir existe un porcentaje significativo de demanda insatisfecha lo cual respalda la creación de la cafetería y soporta la proyección de ventas, que establece un aumento porcentual por cada año. Además se comprobó que la plaza del producto, elegida por desde el principio del proyecto, tiene aceptación por clientes potenciales.

Se identificó mediante la información primaria los principales productos consumidos por los clientes potenciales. Los encuestados seleccionaron como número uno, ordenados según la cantidad de veces el número de personas que eligieron el producto, en forma descendente; café, chocolate caliente, sánduches, postres, platos fuertes, desayunos y picaditas, las bebidas alcohólicas no fueron elegidas por ningún encuestado. Estos resultados respaldan la temática de la cafetería, ya que los dos productos que alcanzaron la mayor puntuación son elaborados a base de café y cacao.

La aplicación de encuestas también arrojó datos relacionados con la cantidad promedio de dinero que los clientes estarían dispuestos a gastar en cada visita a la cafetería, cantidad que no es superada por el precio de los productos que se comercializarían tomando en cuenta cualquier combinación entre alimentos y bebidas, excepto los desayunos ya que incluyen alimentos y bebidas. Incluso se determinó los costos de materia prima y se realizó una comparación de los precios de la competencia directa e indirecta donde se pudo establecer que la diferencia entre estos y los de la cafetería no es considerable. A pesar que la estrategia de determinación del precio es diferenciación estas investigaciones permitieron aclarar que el precio era el apropiado para el cliente y la empresa.

Basándose en el análisis de la competencia y los resultados de las encuestas, se resolvió que la manera más acertada para realizar la promoción es mediante redes sociales, página web de la cafetería y revistas.

Se obtuvo una respectiva desde el punto de dos sommeliers sobre el café y cacao ecuatoriano, quienes opinan que los dos productos tienen importantes atributos destacándose la calidad y perciben que su demanda va en aumento, de igual manera consideran que tienen un impacto positivo en el desarrollo del país. Manifiestan que la creación de la cafetería temática especializada en estos productos, es una idea atractiva e incluso ya se está explotando este concepto. Es fundamental resaltar que a uno de los entrevistados le resulta interesante que las personas empiecen a conocer los productos del Ecuador.

El estudio administrativo especifica la cantidad de empleados indispensables para el funcionamiento de la empresa, al mismo tiempo es primordial la adquisición de activos fijos, materia prima para la elaboración de los alimentos y bebidas, otros productos y contratación de servicios adicionales, por lo cual la creación de la cafetería generaría empleo de manera directa e indirecta.

Los estados financieros, Estado de Pérdidas y Ganancias y Balance General, reúnen los resultados de las investigaciones previamente realizadas en el plan de marketing, estudio de mercado, legal y administrativo que precisan los elementos necesarios para la implementación y funcionamiento de la empresa. Estos elementos reflejados en forma numérica son las inversiones, costos y gastos operativos y no operativos encaminados a

cumplir con los requisitos legales, demanda, talento humano y proyecciones de ventas. Utilizando las cifras encontradas en los estados financieros, respaldados por los asientos contables, se hallaron los índices financieros del proyecto en base a los cuales se pudo concluir que la situación de la empresa sería favorable, en caso del desarrollo del proyecto, pero se podría mejorar.

Recurriendo a los flujos de caja o fondos, elaborados a partir de los estados financieros, se encontró el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y periodo de recuperación de la inversión. El VAN con o sin tasa de descuento es positivo, el TIR es del 47% y la recuperación de la inversión se consigue en un periodo de dos años, cinco meses y 2,4 días. Estos resultados demuestran que la creación de la cafetería temática es factible. Cabe destacar que la factibilidad era la variable que se buscaba determinar en el presente proyecto, y responde al problema de la investigación.

De los resultados expuestos obtenidos mediante la elaboración del actual plan de negocios se puede concluir que la “Creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito, sector Iglesia de la Paz” es factible, adicionalmente en caso de implementar el proyecto cumpliría con los objetivos trazados desde un principio; generar plazas de trabajo, aportar con el desarrollo del Ecuador, fomentar el sentido de pertenencia de los ecuatoriano por sus productos y el turismo.

5.2. RECOMENDACIONES

Para facilitar el desarrollo del marketing mix de la cafetería, específicamente la promoción, se recomienda incluir en la encuesta un campo en donde, en el caso de elegir como medio de publicidad las revistas, se especifique cuales son las revistas que leen para que sea más practica la selección de revistas donde se promocionará la cafetería y al mismo tiempo más ventajosa.

Adicionalmente se aconseja agregar en la encuesta una pregunta, a parte de la cual en donde se eligen los productos que se consumen, una en donde se especifique la combinación de alimentos y bebidas que preferirían. Incluyendo esta pregunta será más fácil para el autor reconocer la cantidad de cada producto a venderse. Es importante señalar que las encuestan representan una de las herramientas fundamentales en el desarrollo del plan de negocios, razón por la cual se deben analizar detalladamente antes de su aplicación.

Es imprescindible reconocer que las cotizaciones de todos los productos, incluyendo materia prima, activos fijos y otros productos y servicios, demandan una inversión alta de tiempo, razón por la cual se debería tomar en cuenta este tiempo al empezar el proyecto con el fin de elaborar un cronograma de actividades que permitan el desarrollo de otras mientras se obtienen las proformas. Si bien el autor es el encargado de solicitar las cotizaciones, no dependen del mismo el tiempo que los proveedores tarden el brindar la información requerida.

Basándose en los datos obtenidos por medio de los índices financieros, los cuales señalan que le situación de la empresa sería favorable aunque podría ser aún más beneficiosa, se recomienda utilizar parte de los activos corrientes transformándolos en productivos para generar una mayor rentabilidad y mejorar los resultados de los índices.

MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes impresas:

- Alvarado, Elías., Jiménez, Israel., y Ramírez, Pedro. (s.f.). Manual del Cacaotero Amazónico. Ecuador.
- Arguiñano, Karlos, y Arzak, Juan (s.f.). Escuela de cocina y de la buena mesa (Vol. II). España. Círculo de Lectores.
- Arosemena, Guillermo. (1991). El Fruto de los Dioses. Ecuador. Graba.
- Bachs, J., Vives, R., & Herreo, G. (2001). Servicio de cafetería y bar. Madrid, España: Síntesis.
- Balanko Dickson, G. (2007). Cómo preparar un plan de negocios exitoso. México: McGraw-Hill.
- Bueno Campos, E. (1975). El grupo de sociedades como unidad económica. Revista de Derecho Financiero y de Hacienda Pública, 721.
- Bueno Campos, E., Cruz Roche, I., & Duran Herrera, J. (1991). Economía de la empresa, análisis de las decisiones empresariales (Décimo cuarta ed.). Madrid: Pirámide.
- Bueno, E., & Cañibano, L. (1977). Cash Flow: Autofinanciación y tesorería. Cap. 7. Tomado de Economía de la empresa, análisis de las decisiones empresariales (1991).
- Camps, María. (1985). El Arte de la Repostería. España. Nauta.
- Codificación del Código de Trabajo (Registro Oficial 167, Suplemento, 16 de Diciembre de 2005).
- Contreras, C. (1990). El sector exportador de la economía colonial. Ecuador: ABYA - YALA.
- Corporación de Estudios y Publicaciones (comp.). (2011). Ley de Turismo, Reglamento, Legislación Conexa. Quito, Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.

- Erneholm, Ivir. (1948). CACAO PRODUCTION OF SOUTH AMERICA. Suecia. C. R. Holmqvist Boktryckeri AB.
- Freire, Jaime. (Junio de 2012). Cacao, una visión general de la situación actual. En: Nuestro Patrimonio. No. 34.
- Gee, Chuck. (1988). Resort Development and Management. EE.UU. Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association. Segunda edición. Pp. 149-150.
- La Torre Vaca, Javier Andrés. (2009). *Análisis estadístico y comercial de la cadena de valor del cacao y derivados entre el Ecuador y la unión europea (2005-2008)*. Tesis. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura. Escuela Multilingüe de Negocios y Relaciones Internacionales. Licenciatura Multilingüe en Negocios e Intercambios Internacionales. Quito.
- Ley de Régimen Tributario Interno (Registro Oficial 238, 28 de Marzo de 2006).
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (s.f.). Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana. Ecuador.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (s.f.). Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana. Ecuador.
- Meza Orozco, J. D. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones. Segunda edición.
- Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo (Decreto Ejecutivo 1186, Registro Oficial 244, 19 de Enero de 2004).
- Robalino, Hugo. (1971). El café el Ecuador. Ecuador.
- Robalino Díaz, H. (1971). El café el Ecuador. Quito, Ecuador.
- Robayo Parreño, Valeria Alexandra (2011) Estudio de factibilidad para la instalación de una librería-cafetería en el sector norte de la ciudad de Quito. Tesis. Universidad Internacional SEK. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Ingeniería en Negocios Internacionales. Quito.
- Sapag Chain, N. (2000). Preparación y evaluación de proyectos (Cuarta ed.). Chile: McGraw-Hill.
- Urquart, D. (1956). COCOA. Gran Bretaña. LONGMANS, GREEN AND CO.
- Walker, John. (2011). The Restaurant: from concept to operation. Nueva Jersey, EE.UU. John Wiley & Sons. Sexta edición.

Fuentes virtuales

- ANDES. (s.f.). Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica ANDES. Recuperado el 6 de Octubre de 2012, de http://andes.info.ec/sites/default/files/styles/large/public/field/image/cacao_1.jpg
- ANECACAO. (s.f.). Historia del cacao. Recuperado el 1 de Julio de 2012, de <http://www.anecacao.com/index.php/es/cacao-en-ecuador/historia-del-cacao.html>
- ANECACAO. (s.f.). Estadísticas Públicas. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas.html>
- ANECACAO. (s.f.). ANECACAO. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de <http://www.anecacao.com/index.php/es/cacao-en-ecuador/el-cacao-nacional.html>
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 21 de Enero de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasaInteres/Indice.htm>
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 22 de Enero de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_acumulada
- Benítez, A. C. (s.f.). FAO. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Ecuador/ppp2/1-DO_Cacao_Ariba_FAO_talleres_locales_2011ANACARO.pdf
- Bolsa de Valores de Quito. (s.f.). Constitución. Recuperado el 27 de Agosto de 2012, de http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf
- Café Vélez. (s.f.). Café Vélez. Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de <http://www.cafevelez.com>
- COFENAC. (s.f.). COFENAC. Recuperado el 19 de Julio de 2012, de <http://www.cofenac.org>
- Corporación Financiera Nacional del Ecuador. (s.f.). CFN. Recuperado el 24 de Enero de 2012, de <http://www.cfn.fin.ec/>
- Dirección de Estadística Económica - BCE. (Junio de 2012). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 4 de Agosto de 2012, de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/PobrezaJun2012.pdf>

Dirección de Estadística Económica - BCE. (Julio de 2012). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 4 de Agosto de 2012, de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro072012.pdf>

Dirección de Investigación - Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). Ministerio de Turismo. Recuperado el 2 de Agosto de 2012, de http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4464

Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). Distrito Metropolitano de Quito. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de <http://www.quito.gob.ec/>

Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). Distrito Metropolitano de Quito. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de <http://www.quito.gob.ec/el-municipio/concejo-metropolitano.html>

Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). Invierta en Quito. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de http://www.inviertaenquito.com/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=91&lang=es

Egas, R. (30 de Diciembre de 2008). Nutrinet. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de <http://ecuador.nutrinet.org/noticias/1/223-el-cacao-de-fino-aroma-deberia-llevar-denominacion-de-origen-ecuador>

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (s.f.). Quito Turismo. Recuperado el 26 de Agosto de 2012, de http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=60&Itemid=86

Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. (s.f.). Sitio turístico oficial de Quito. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de <http://www.quito.com.ec/>

FAO. (Noviembre de 2010). Recuperado el 2 de Julio de 2012, de <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Ecuador/ppp/TALLER%20REGIONAL%20FAO%20nov%202010/Miercoles/6ECUADORCacaoArriba.pdf>

FAO. (Noviembre de 2010). Recuperado el 3 de Julio de 2012, de <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Ecuador/ppp/TALLER%20REGIONAL%20FAO%20nov%202010/Miercoles/6ECUADORCacaoArriba.pdf>

Fino de Aroma. (s.f.). Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de <http://www.finodearoma.com.ec>

- Galería Ecuador Gourmet. (s.f.). Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de <http://www.galeriaecuador.com/>
- Grupo Hoja Verde. (s.f.). Hojaverde Gourmet. Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de <http://www.hojaverdegourmet.com>
- Gruppo Salinas. (s.f.). Salinerito. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de <http://www.salinerito.com/>
- ICCO. (18 de Agosto de 2011). International Cocoa Organization. Recuperado el 1 de Julio de 2012, de <http://www.icco.org/faq/51-cocoa-trees/114-what-is-the-origin-of-the-cocoa-tree.html>
- ICCO. (s.f.). Informe Anual 2009/2010.
- ICO. (s.f.). International Coffee Organization. Recuperado el 19 de Julio de 2012, de <http://www.ico.org>
- INEC. (s.f.). INEC. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/pichincha.pdf
- Kallari Association. (s.f.). Kallari. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de <http://www.kallari.com/es/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (17 de Enero de 2012). Boletín de Estadísticas Turísticas 2006 – 2010. Recuperado el 2 de Agosto de 2012, de <http://www.turismo.gob.ec/images/stories/estadisticas/boletinestadisticaturisticas2006-2010.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). PLANDETUR 2020. Ecuador.
- Naciones Unidas. (15 de 6 de 2010). ONU. (L. Jensen, Ed.) Recuperado el 29 de Julio de 2012, de http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/MDG_Report_2010_SP.pdf#page=8
- Organización Mundial del Turismo. (2012). Panorama OMT del Turismo Internacional (Edición 2012). Pp. 3. Recuperado el 2 de Agosto de 2012, de http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights12_sp_hr.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2012). Red de la Organización Mundial del Turismo. Recuperado el 2 de Agosto de 2012, de http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights12_sp_hr.pdf

PACARI. (s.f.). PACARI. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de <http://pacarichocolate.com/>

Padilla, L. (18 de 06 de 2012). Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. Recuperado el 6 de Octubre de 2012, de http://andes.info.ec/sites/default/files/styles/large/public/field/image/cacao_1.jpg

República del Cacao. (s.f.). República del Cacao. Recuperado el 29 de Julio de 2012, de <http://www.republicadelcacao.com>

Secretaria de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). Secretaria de Ambiente. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de <http://www.quitoambiente.gob.ec/web/>

SENPLADES. (2009). Plan Nacional Para El Buen Vivir 2009 - 2013. Ecuador.

Servicios Ciudadanos Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). Recuperado el 2 de Septiembre de 2012, de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec>

SIISE. (s.f.). Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador. Recuperado el 20 de Agosto de 2012, de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>

SRI. (s.f.). Servicio de Rentas Internas. Recuperado el 12 de Enero de 2013, de <http://www.sri.gob.ec>

Torres, S. (5 de Noviembre de 2009). Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de <http://iepi-iepi.blogspot.com/2009/11/ecuador-y-sus-denominaciones-de-origen.html>

ANEXOS

Anexo A

Entrevistas

Anexo A-1. Entrevista Sommelier Valeria López

UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
SEK

ENTREVISTA
CAFETERÍA TEMÁTICA ESPECIALIZADA EN
CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO

Nombre: Valeria Lopez

Empresa: VIDEK

Ocupación: Sommelier / Chef

1. ¿Cuáles considera usted como los principales atributos del café ecuatoriano?
2. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los productores y comercializadores destacados de café ecuatoriano?
3. ¿Qué impactos piensa que tiene este producto y sus derivados en la economía y desarrollo del país?
4. ¿Cómo percibe la tendencia de la demanda de estos productos en el mercado, tanto nacional como internacional?
5. ¿Cuál es su opinión sobre la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito?

① la calidad y capacidad productiva que tiene, exportamos todas las variedades de café. Agradable sabor, aroma, tano y cuerpo.

② Intermat, Café Valez, Nestlé, Compañía SA, Café Galatti, Cafeterom, Café Minerva.

③ Impacto positivo, genera exportaciones, consumo interno y plazas de trabajo.

④ Considero que la tendencia tanto a nivel nacional como internacional de consumo de café ecuatoriano, está avanzando, pero no es marcada debido a la competencia mundial que se ha posicionado muy bien en nuestro mercado.

⑤ Me parece buena idea, creo que nuestro café tiene mucho potencial y gusta a la gente.

UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
SEK

ENTREVISTA
CAFETERÍA TEMÁTICA ESPECIALIZADA EN
CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO

Nombre: Valeria Lopez

Empresa: VIDEK

Ocupación: Sommelier / Chef

1. ¿Cuáles considera usted como los principales atributos del cacao ecuatoriano?
2. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los productores y comercializadores destacados de cacao ecuatoriano y sus derivados?
3. ¿Qué impactos piensa que tiene el cacao y sus derivados en la economía y desarrollo del país?
4. ¿Cómo percibe usted la tendencia de la demanda de los productos en el mercado, tanto nacional como internacional?
5. ¿Cuál es su opinión sobre la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito?

① Cacao fino de aroma, excelente calidad reconocido a nivel mundial.

② Pacari, República del Cacao, Fomero Ecuador, Hoja verde, Cacaoyere, Confiteca, Caoni.

③ Impacto positivo ya que aumenta el % de exportaciones, genera fuentes de trabajo.

④ A nivel internacional hay una gran demanda, es por esto que muchas empresas solo se dedican a exportar su producto.
A nivel nacional considero que la demanda va creciendo cada día más pero no iguala a la internacional.

⑤ Me parece interesante que la gente empiece a conocer más sobre nuestros productos, en especial del Cacao.

Anexo A-2. Entrevista Sommelier Jorge Paredes


UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENTREVISTA
CAFETERÍA TEMÁTICA ESPECIALIZADA EN
CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO

Nombre: Jorge Paredes
 Empresa: Neopias Unidas Cía. Ltda.
 Ocupación: Chef / Sommelier / Administrador de ABB

- ¿Cuáles considera usted como los principales atributos del café ecuatoriano?
- Desde su punto de vista, ¿cuáles son los productores y comercializadores destacados de café ecuatoriano?
- ¿Qué impactos piensa que tiene este producto y sus derivados en la economía y desarrollo del país?
- ¿Cómo percibe la tendencia de la demanda de estos productos en el mercado, tanto nacional como internacional?
- ¿Cuál es su opinión sobre la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito?

1.- Acidez e intensidad
 2.- Veloz Café, Gardella (Italcorn), Tinerva, Gallet, Nestlé
 3.- Desde siempre ha ocupado un segmento importante de la producción Agrícola. Sin embargo considero no se explota a su total capacidad. Nos hemos concentrado en cantidad más que en calidad.
 4.- En aumento
 5.- Ya existen.


UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

ENTREVISTA
CAFETERÍA TEMÁTICA ESPECIALIZADA EN
CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO

Nombre: Jorge Paredes
 Empresa: Neopias Unidas Cía. Ltda.
 Ocupación: Chef / Sommelier / Administrador de ABB

- ¿Cuáles considera usted como los principales atributos del cacao ecuatoriano?
- Desde su punto de vista, ¿cuáles son los productores y comercializadores destacados de cacao ecuatoriano y sus derivados?
- ¿Qué impactos piensa que tiene el cacao y sus derivados en la economía y desarrollo del país?
- ¿Cómo percibe usted la tendencia de la demanda de los productos en el mercado, tanto nacional como internacional?
- ¿Cuál es su opinión sobre la creación de una cafetería temática especializada en café y cacao ecuatoriano en el norte de la ciudad de Quito?

1.- Aroma, textura, sabor
 2.- República del Cacao (Confitea), Pakari, Tobcorp
 3.- Creo que el impacto en la economía no es aún palpable. pienso que recién se está desarrollando un plan de desarrollo y crecimiento sostenible, amigable con el ambiente y con la población.
 4.- Creo que la demanda va en aumento, existe cada vez un mayor interés, sobretudo por el mercado interno, por consumir un producto de calidad. Lo que nos hace más competitiva y mejora nuestra proyección internacional.
 5.- Ya existe, República del cacao está explotando este concepto. Lo considero atractivo.

Anexo B

Recetas Estándar

Nombre:	ESPRESSO		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Café	0,07	Kg	\$2,20	\$0,15
Agua	0,30	Lt	\$0,25	\$0,07
Azúcar (opcional)	10,00	Unidad	\$0,01	\$0,11
Subtotal				\$0,33
Desperdicio (10%)				\$0,00
Costo total				\$0,34
Costo total por pax				\$0,03

Nombre:	AMERICANO		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Café	0,07	Kg	\$2,20	\$0,15
Agua	2,37	Lt	\$0,25	\$0,59
Azúcar (opcional)	40,00	Unidad	\$0,01	\$0,42
Subtotal				\$1,17
Desperdicio (10%)				\$0,01
Costo total				\$1,18
Costo total por pax				\$0,12

Nombre:	CAPPUCCINO		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Café	0,07	Kg	\$2,20	\$0,15
Leche	2,96	Lt	\$0,65	\$1,92
Canela en polvo	0,02	Kg	\$23,00	\$0,46
Azúcar (opcional)	40,00	Unidad	\$0,01	\$0,42
Subtotal				\$2,96
Desperdicio (10%)				\$0,03
Costo total				\$2,99
Costo total por pax				\$0,30

Nombre:	MOCCACCINO		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Café	0,07	Kg	\$2,20	\$0,15
Leche	2,66	Lt	\$0,65	\$1,73
Chocolate cobertura (70%)	0,06	Kg	\$13,85	\$0,83
Azúcar (opcional)	40,00	Unidad	\$0,01	\$0,42
Subtotal				\$3,14
Desperdicio (10%)				\$0,03
Costo total				\$3,17
Costo total por pax				\$0,32

Nombre:	CHOCOLATE CALIENTE		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Leche	2,37	Lt	\$0,65	\$1,54
Chocolate cobertura (70%)	0,30	Kg	\$13,85	\$4,16
Canela	20,00	Unidad	\$0,05	\$0,90
Azúcar (opcional)	40,00	Unidad	\$0,01	\$0,42
Subtotal				\$7,01
Desperdicio (10%)				\$0,07
Costo total				\$7,08
Costo total por pax				\$0,71

Nombre:	JUGO DE NARANJA		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Naranjas	50,00	Unidad	\$0,11	\$5,64
Subtotal				\$5,64
Desperdicio (10%)				\$0,06
Costo total				\$5,70
Costo total por pax				\$0,57

Nombre:	JUGO DE FRUTILLA		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Frutilla	1,200	Kg	\$3,44	\$4,13
Azúcar	0,400	Kg	\$0,92	\$0,37
Agua	1,800	Lt	\$0,25	\$0,45
Subtotal				\$4,95
Desperdicio (10%)				\$0,05
Costo total				\$5,00
Costo total por pax				\$0,50

Nombre:	JUGO DE MORA		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Mora	1,000	Kg	\$4,48	\$4,48
Azúcar	0,500	Kg	\$0,92	\$0,46
Agua	2,000	Lt	\$0,25	\$0,50
Subtotal				\$5,44
Desperdicio (10%)				\$0,05
Costo total				\$5,50
Costo total por pax				\$0,55

Nombre:	JUGO DE FRUTILLA & NARANJA		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Naranjas	40,00	Unidad	\$0,11	\$4,51
Frutilla	0,600	Kg	\$3,44	\$2,06
Azúcar	0,200	Kg	\$0,92	\$0,18
Subtotal				\$6,76
Desperdicio (10%)				\$0,07
Costo total				\$6,83
Costo total por pax				\$0,68

Nombre:	SÁNDUCHE FRIO		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Jamón ahumado	0,50	Kg	\$12,13	\$6,07
Pernil	0,50	Kg	\$14,67	\$7,34
Aceitunas	0,20	Kg	\$5,00	\$1,00
Queso holandés (maduro)	0,25	Kg	\$9,26	\$2,32
Pan	10,00	Unidad	\$0,25	\$2,50
Mayonesa	0,14	Kg	\$5,38	\$0,75
Mostaza	0,07	Kg	\$2,52	\$0,18
Aguacate	0,30	Kg	\$2,84	\$0,85
Sal	0,03	Kg	\$0,28	\$0,01
Zumo de limón	0,15	Kg	\$2,71	\$0,40
Lechuga	0,50	Unidad	\$0,99	\$0,50
Tomate	0,30	Kg	\$1,14	\$0,34
Subtotal				\$22,24
Desperdicio (10%)				\$0,22
Costo total				\$22,46
Costo total por pax				\$2,25

Nombre:	SÁNDUCHE CALIENTE		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Pavo	2,00	Kg	\$3,45	\$6,90
Queso cheddar (maduro)	0,20	Kg	\$9,26	\$1,85
Queso holandés (maduro)	0,20	Kg	\$9,26	\$1,85
Pan	10,00	Unidad	\$0,25	\$2,50
Mantequilla	0,10	Kg	\$5,46	\$0,55
Champiñones	0,20	Kg	\$8,76	\$1,75
Sal	0,03	Kg	\$0,28	\$0,01
Albahaca	0,03	Unidad	\$0,92	\$0,03
Subtotal				\$15,44
Desperdicio (10%)				\$0,15
Costo total				\$15,59
Costo total por pax				\$1,56

Nombre:	PICADITA DE QUESOS Y JAMONES		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Queso holandés (maduro)	0,200	Kg	\$9,26	\$1,85
Queso cheddar (maduro)	0,200	Kg	\$9,26	\$1,85
Queso con hierbas (semimaduro)	0,150	Kg	\$8,78	\$1,32
Salami ahumado	0,150	Kg	\$12,76	\$1,91
Jamón con pimienta	0,200	Kg	\$13,12	\$2,62
Jamón de pollo	0,200	Kg	\$9,77	\$1,95
Aceitunas	0,150	Kg	\$5,00	\$0,75
Mayonesa	0,070	Kg	\$5,38	\$0,38
Mostaza	0,035	Kg	\$2,52	\$0,09
Ají	0,075	Lt	\$44,80	\$3,36
Subtotal				\$16,09
Desperdicio (10%)				\$0,16
Costo total				\$16,25
Costo total por pax				\$1,62

Nombre:	EMPANADAS		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Empanaditas de verde	20,00	Unidad	\$0,19	\$3,84
Empanaditas de morocho	10,00	Unidad	\$0,33	\$3,30
Ají	0,075	Lt	\$44,80	\$3,36
Aceite	2,00	Lt	\$3,02	\$6,03
Subtotal				\$16,53
Desperdicio (10%)				\$0,17
Costo total				\$16,70
Costo total por pax				\$1,67

Nombre:	TIRAMISÚ		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Bizcotelas	30,000	Unidad	\$0,07	\$2,23
Café	0,021	Kg	\$2,20	\$0,05
Agua	0,089	Lt	\$0,25	\$0,02
Brandy	0,038	Lt	\$31,53	\$1,18
Huevos	5,000	Unidad	\$0,17	\$0,85
Azúcar	0,125	Kg	\$0,92	\$0,12
Mascarpone	0,563	Kg	\$9,25	\$5,20
Sal	0,003	Kg	\$0,28	\$0,00
Polvo de hornear	0,003	Kg	\$9,25	\$0,02
Crema de leche	0,156	Lt	\$3,63	\$0,57
Chocolate rallado (85%)	0,063	Kg	\$17,08	\$1,07
Chocolate en polvo	0,063	Kg	\$10,86	\$0,68
Subtotal				\$11,98
Desperdicio (10%)				\$0,12
Costo total				\$12,10
Costo total por pax				\$1,21

Nombre:	PANCAKES		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Harina	0,625	Kg	\$1,78	\$1,11
Sal	0,003	Kg	\$0,28	\$0,00
Polvo de hornear	0,038	Kg	\$9,25	\$0,35
Azúcar	0,300	Kg	\$0,92	\$0,28
Aceite	0,038	Lt	\$3,02	\$0,11
Huevos	5,000	Unidad	\$0,17	\$0,85
leche	0,625	Lt	\$0,02	\$0,01
Mantequilla	0,005	Kg	\$5,46	\$0,03
Frutillas	2,000	Kg	\$3,44	\$6,88
Crema Chantilly	0,063	Kg	\$15,53	\$0,97
Miel de maple	0,438	L	\$8,23	\$3,60
Arrope de mora	0,438	L	\$5,87	\$2,57
Chocolate cobertura (70%)	0,200	Kg	\$13,85	\$2,77
Leche	0,150	Lt	\$0,65	\$0,10
Crema de leche	0,040	Lt	\$3,63	\$0,15
Mantequilla	0,030	Kg	\$5,46	\$0,16
Subtotal				19,93
Desperdicio (10%)				0,19
Costo total				20,13
Costo total por pax				2,01

Nombre:	COULANT DE CHOCOLATE		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Chocolate cobertura (70%)	0,600	Kg	\$13,85	\$8,31
Mantequilla	0,533	Kg	\$5,46	\$2,91
Harina	0,200	Kg	\$1,78	\$0,36
Azúcar	0,200	Kg	\$0,92	\$0,18
Subtotal				\$11,76
Desperdicio (10%)				\$0,12
Costo total				\$11,88
Costo total por pax				\$1,19

Nombre:	FONDUE DE CHOCOLATE		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Frutillas	0,375	Kg	\$3,44	\$1,29
Plátano	2,500	Unidad	\$0,10	\$0,25
Uvas	0,250	Kg	\$5,08	\$1,27
Uvillas	0,250	Kg	\$4,00	\$1,00
Masmelos	15,000	Unidad	\$0,06	\$0,90
Chocolate cobertura (70%)	0,375	Kg	\$13,85	\$5,20
Crema de leche	0,235	Lt	\$3,63	\$0,85
Subtotal				\$10,76
Desperdicio (10%)				\$0,11
Costo total				\$10,87
Costo total por pax				\$1,09

Nombre:	BROWNIE DE CHOCOLATE Y NUEZ		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
Harina	0,200	Kg	\$1,78	\$0,36
Mantequilla	0,125	Kg	\$5,46	\$0,68
Azúcar	0,250	Kg	\$0,92	\$0,23
Sal	0,005	Kg	\$0,28	\$0,00
Huevos	5,000	Unidad	\$0,17	\$0,85
Chocolate cobertura (70%)	0,500	Kg	\$13,85	\$6,93
Esencia de vainilla	0,013	Lt	\$0,08	\$0,00
Nueces	0,250	Kg	\$21,32	\$5,33
Subtotal				\$14,38
Desperdicio (10%)				\$0,14
Costo total				\$14,52
Costo total por pax				\$1,45

Nombre:	DESAYUNO CACAO		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
<u>Chocolate caliente</u>				
Leche	2,366	Kg	\$0,65	\$1,54
Chocolate cobertura (70%)	0,300	Kg	\$13,85	\$4,16
Canela	20,000	Unidad	\$0,05	\$0,90
Azúcar (opcional)	40,00	Unidad	\$0,01	\$0,42
<u>Pancakes con crema chantilly y salsas</u>				
Harina	0,313	Kg	\$1,78	\$0,55
Sal	0,001	Kg	\$0,28	\$0,00
Polvo de hornear	0,019	Kg	\$9,25	\$0,17
Azúcar	0,150	Kg	\$0,92	\$0,14
Aceite	0,019	Lt	\$3,02	\$0,06
Huevos	3,000	Unidad	\$0,17	\$0,51
leche	0,313	Lt	\$0,65	\$0,20
Mantequilla	0,003	Kg	\$5,46	\$0,01
Crema Chantilly	0,031	Kg	\$15,53	\$0,49
Miel de maple	0,219	Lt	\$8,23	\$1,80
Arrope de mora	0,219	Lt	\$5,87	\$1,28
Chocolate cobertura (70%)	0,100	Kg	\$13,85	\$1,39
Leche	0,075	Lt	\$0,65	\$0,05
Crema de leche	0,020	Lt	\$3,63	\$0,07
Mantequilla	0,015	Kg	\$5,46	\$0,08
<u>Jugo de naranja</u>				
Naranjas	50,000	Unidad	\$0,11	\$5,64
<u>Frutas</u>				
Frutilla	1,000	Kg	\$3,44	\$3,44
Kiwi	1,000	Kg	\$1,69	\$1,69
Subtotal				\$24,60
Desperdicio (10%)				\$0,25
Costo total				\$24,84
Costo total por pax				\$2,48

Nombre:	DESAYUNO CAFÉ		Número de pax:	10 pax
Producto	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo neto
<u>Cappuccino</u>				
Café	0,070	Kg	\$2,20	\$0,15
Leche	2,957	Lt	\$0,65	\$1,92
Canela en polvo	0,030	Kg	\$23,00	\$0,69
Azúcar (opcional)	40,00	Unidad	\$0,01	\$0,42
<u>Sánduche caliente</u>				
Pavo	2,000	Kg	\$3,45	\$6,90
Queso cheddar (maduro)	0,200	Kg	\$9,26	\$1,85
Queso holandés (maduro)	0,200	Kg	\$9,26	\$1,85
Pan	10,000	Unidad	\$0,25	\$2,50
Mantequilla	0,100	Kg	\$5,46	\$0,55
Champiñones	0,200	Kg	\$8,76	\$1,75
Sal	0,030	Kg	\$0,28	\$0,01
Albahaca	0,030	Unidad	\$0,92	\$0,03
<u>Jugo de naranja</u>				
Naranjas	50,000	Unidad	\$0,11	\$5,64
<u>Frutas</u>				
Frutilla	1,000	Kg	\$3,44	\$3,44
Kiwi	1,000	Kg	\$1,69	\$1,69
Subtotal				\$29,40
Desperdicio (10%)				\$0,29
Costo total				\$29,69
Costo total por pax				\$2,97

Anexo C

Comparación precio competencia

Anexo C-1. Comparación precios competencia directa

PRODUCTO	CAFETERÍAS (COMPETENCIA DIRECTA)																PROMEDIO		
	Cacao & Cacao	Cafeto		Ecocafé		Este café		Ethnic Coffee		Galletti		Kallari		República del Cacao	Sweet & Coffee		# DE CAFETERÍAS	PRECIO	
Espresso	\$1,10	Simple	\$1,25	Simple	\$1,00	Simple	\$1,25	Corto o largo	\$1,70	Simple	\$1,00		\$1,20	\$1,50	Ideal	\$0,90	9	\$1,21	
Americano	\$1,20	Grande	\$1,99		\$1,25		\$1,50		\$1,85		\$1,00		\$1,20	\$1,50	Grande	\$1,80	9	\$1,48	
Cappuccino	\$1,75	Grande	\$3,25	Normal	\$1,80		\$1,75		\$2,05	Simple	\$1,50		\$2,00	\$3,50	Grande	\$2,55	9	\$2,24	
Moccaccino	\$1,75	Grande	\$3,25		\$2,00		\$2,00		\$2,45	Simple	\$1,50		\$2,30	\$2,50	Grande	\$2,75	9	\$2,28	
Chocolate caliente	\$1,75	Grande	\$3,25	Grande	\$2,70	Don Samuel	\$2,75	Normal	\$3,00		-		\$2,00	\$3,50	Sin crema	\$2,15	8	\$2,64	
Jugo de naranja	-		-	Grande	\$2,25		\$2,24	Simple	\$2,50		-		\$2,00	\$2,00		-	5	\$2,20	
Jugos naturales (otros)	\$1,50		\$1,99	Grande	\$2,25	Simple	\$1,75	Simple	\$2,50		-		\$2,00	\$2,00		-	7	\$2,00	
Jugos naturales (mixto)	-		-		-	Combinados dobles	\$2,43	Mixto	\$2,70		-		-	-		-	2	\$2,57	
Sánduches	N/A	*	\$4,50	*	\$3,38	*	\$4,63	*	\$5,57		N/A	*	\$3,14	*	\$4,50	Caprese	\$4,00	7	\$4,25
Desayunos	-		-	*	\$4,13		-	*	\$5,26		-	*	\$3,48	-		-	3	\$4,29	
Brownie	-		-		-		-		-		\$2,00		\$2,50	\$3,50	Normal	\$1,70	4	\$2,43	
Tiramisú	-		-		-		-		-		-		-	-		\$2,45	1	\$2,45	
Pancakes	-		-		-		-		-		-	con fruta	\$2,50	-		-	1	\$2,50	
Picadas (Quesos y embutidos)	-		-		-		-	Mixta	\$11,00		-	Quesos y Jamones (3 pax)	\$5,00	-		-	2	\$8,00	

(*) Precio promedio

Anexo C-2

Comparación precios competencia indirecta

CAFETERÍAS (COMPETENCIA INDIRECTA)				PROMEDIO		PROMEDIO TOTAL	
El Español		Juan Valdez		# DE CAFETERÍAS	PRECIO	# DE CAFETERÍAS	PRECIO
Simple	\$1,05	Simple	\$1,06	2	\$1,06	11	\$1,18
12 onzas	\$1,40	(promedio 12 y 16 oz)	\$1,67	2	\$1,54	11	\$1,49
(con crema)12 oz	\$2,50	(promedio 12 y 16 oz)	\$2,75	2	\$2,62	11	\$2,31
12 onzas	\$2,60	(promedio 12 y 16 oz)	\$2,93	2	\$2,76	11	\$2,37
12 onzas	\$2,50		-	1	\$2,50	9	\$2,62
22 onzas	\$2,50		-	1	\$2,50	6	\$2,25
22 onzas	\$2,50		-	1	\$2,50	8	\$2,06
	-		-	0	-	2	\$2,57
*	\$4,62		N/A	1	\$4,62	8	\$4,29
*	\$5,45	*	\$5,25	2	\$5,35	5	\$4,71
	-		\$2,90	1	\$2,90	5	\$2,52
	-	(cheesecake)	\$2,99	1	\$2,99	2	\$2,72
	-		-	0	-	1	\$2,50
2 pax	\$6,40		-	1	\$6,40	3	\$7,47

(*) Precio promedio

Anexo D

Cotizaciones

Anexo D-1. Pacari

From: natalia@pacarichocolate.com
To: m_a_fer_@hotmail.com
Subject: Pacari Chocolate
Date: Mon, 3 Dec 2012 13:26:38 -0500

Estimada Ma. Fernanda,

A continuación adjunto la información solicitada, además comparto con usted los premios que recibimos en el International chocolate Awards.

PRODUCTOS KILO	Precio NO INCLUYE IVA
Cobertura 60%	10,58
Cobertura 70%	12,37
Cobertura 85%	16,01
Cobertura 100%	15,25
Polvo de Cacao	9,70
Pasta de Cacao troceada	13,65
Manteca de Cacao	15,85
Gotitas de chocolate 80%	14,03

Si necesita información adicional, me comenta.

Gracias y saludos,

Natalia Grandes
Pacari Chocolate
www.pacarichocolate.com
Telf.: 6001004 Ext. 116
Celular: 0998524792
natalia@pacarichocolate.com



Anexo D-2. FAPECAFES

Date: Mon, 17 Dec 2012 22:03:41 -0500
Subject: Fwd: PRESENTACIÓN CAFÉ
From: adrianovacaruiz@gmail.com
To: m_a_fer_@hotmail.com

Estimada Fernanda

Buenas noches, le escribo para a mas de saludarle indicarle que el costo del café orgánico en verde con un 12% de humedad es 220 dólares el quintal, entrega a domicilio

Gracias por confiar en FAPECAFES

Adriano Vaca
Distribuidor para el norte del país
0992571067
----- Mensaje reenviado -----
De: Adriano Vaca <adrianovacaruiz@gmail.com>
Fecha: 11 de diciembre de 2012 20:33
Asunto: PRESENTACIÓN CAFÉ
Para: m_a_fer_@hotmail.com

ESTIMADA FERNANDA
ADJUNTO A LA PRESENTE LE ESTOY ENVIANDO LA CARTA DE PRESENTACIÓN DEL CAFÉ VICTORIA PARA QUE LO REVISE DE TENER ALGUNA OTRA INQUIETUD FAVOR COMUNICARSE A ESTE CORREO O A MIS
NUMEROS TELEFÓNICOS QUE CON GUSTO LO ATENDERÉ.

SALUDOS CORDIALES

ADRIANO VACA

Anexo D-3. Floralp



LISTA DE PRECIOS

ventas@floralp.com

Llamanos : 1800 QUESOS y visítanos www.floralp-sa.com

VIGENCIA: A partir de 5 DE ENERO DEL 2012

TIPO PRODUCTO	CODIGO	DESCRIPCION	A7
LIQUIDOS PAUSTERIZADOS	11011001	LECHE PASTEURIZADA 1000 CC.	0.65
	11011007	LECHE EN TARROS	0.62
	11023001	CREMA GALON	13.58
	11023002	CREMA LITRO	3.63
	11023003	CREMA 500 CC.	1.82
	11023004	CREMA 250 CC.	0.96
	11023005	CREMA TARROS	3.35
	11023009	CREMA GALON ESPECIAL DE 45%	13.99
	11023008	CREMA GALON ESPECIAL	13.84
	11023012	CREMA AGRIA LITRO	4.67
	QUESOS FRESCOS	11022001	FRESCO 500 GR.
12022002		FRESCO BLOQUE	6.48
12022008		REQUEBON MAGRO BULTO	28.84
12022010		REQUEBON DE CREMA BULTO	32.16
12022011		RICOTTA BLOQUE	3.82
12022014		QUESO COSTEÑO	6.33
12022017		RICOTTA 500GR.	2.03
12022031		REQUEBON MAGRO 450 GR.	2.76
12022032		REQUEBON CREMA 450 GR.	3.05
12036021		FETA 250 GR.	5.10
12052021		QUESO CREMA 250 GR.	1.77
12052023	QUESO CREMA BALDES	22.97	
QUESOS PASTA HILADA	12062003	MOZARELLA 500 GR.	4.22
	12062004	MOZARELLA PIZZA KL.	8.84
	12062018	MOZARELLA ESPECIAL KL.	8.84
	12062019	MOZARELLA PIZZA REBANADA	9.18
	12062021	PROVOLONE	10.25
	12062022	MOZARELLA ESPECIAL CUBICADA	9.35
	12062036	MOZARELLA PIZZA BLOQUE	8.84
	12062041	MOZARELLA PIZZA H KL.	8.84
	12062043	MOZARELLITAS 500 GR.	4.50
	12062052	MOZARELLA ESCALONADA 200 GR.	2.14
	12062054	MOZARELLA LIGHT ESCALONADA 200 GR.	2.14
12066030	PIZZA CUATRO QUESOS	10.25	
12066031	PIZZA CUATRO QUESOS 450 GR.	4.96	
12066033	TACO CHEESE KL.	8.73	
QUESO SEMI MADURO	12036001	BELPAESE 500 GR.	6.08
	12036002	BELPAESE RUEDA	12.11
	12036006	SANDUCHE 700 GR.	8.45
	12036014	BRIE KL.	9.26
	12036015	CAMEMBERT 250 GR.	3.10
12036026	BRIE 250 GR.	3.10	
YOGHURT	13015002	YOGHURT ESPESO 1000 CC.	2.03
	13015003	YOGHURT FRESA 1000 CC.	2.03
	13015006	YOGHURT NATURAL TARROS	1.69
	13015020	YOGHURT FRESA 200 CC.	0.47
	13015040	YOGHURT FRESA 100 CC.	0.33
	13015052	YOGHURT SABORES 2 LT.	3.60

TIPO PRODUCTO	CODIGO	DESCRIPCION	A7	
QUESOS ZULETA SEMI MADUROS	12077001	ANGOCHAGUA 600 GR.	6.63	
	12077003	ANGOCHAGUA RUEDA	10.70	
	12077004	BONDELL 500 GR.	5.48	
	12077006	DANBO 600 GR.	6.63	
	12077008	DANBO RUEDA	10.70	
	12077051	HIERBAS DEL CAMPO BLOQUE	8.46	
	12077052	HIERBAS DEL CAMPO BLOQUE REBANADO	8.78	
	12077024	MX ZULETA 600 GR.	7.26	
	12077058	ZULETA BLUE PORCION	21.68	
	12077021	MINI MIX ZULETA 340GR	5.12	
	12077025	PATEGRAS 600 GR.	6.63	
	12077027	PATEGRAS RUEDA	10.70	
	12077045	DANBO BLOQUE REBANADO	11.23	
	12077080	QUESO FRESCO LA ZULETA 500 GR.	2.82	
	Zuleta Maduro	12077022	DON GALO RUEDA	12.22
	12077063	DON GALO PREMIUM	16.89	
QUESOS FUNDIDOS	12056006	FUNDIDO BLOQUE	8.33	
	12056003	QUESO AMERICANO BLOQUE REBANADO	8.87	
	12056055	QUESO AMERICANO REBANADO 300 GR.	2.82	
	12036057	FONTINA CUBOS 500 GR.	6.53	
	12036058	CANESTRATO CUBOS 500 GR.	6.84	
QUESO MADURO	12036059	GOUDA CUBOS 500 GR.	6.48	
	12036064	HIERBAS REBANADO 500 GR.	4.96	
	12066036	SURTIDO GOURMET 350 GR.	4.50	
QUESO MADURO	12036008	HOLANDES BLOQUE	8.78	
	12036010	EDAM BLOQUE	8.84	
	12036011	HOLANDES BLOQUE REBANADO	9.26	
	12036012	HOLANDES REBANADO 500 GR.	5.16	
	12036013	HOLANDES REBANADO 300 GR.	2.87	
	12036024	CHEDDAR BLOQUE	8.78	
	12036027	CHEDDAR BLOQUE REBANADO	9.26	
	12036028	CHEDDAR 250 GR.	2.42	
	12036038	CHEDDAR REBANADO 300 GR.	2.87	
	12036062	HOLANDES ESCALONADO 200 GR.	2.14	
	12036063	CHEDDAR ESCALONADO 200 GR.	2.14	
	12046007	GRUYERE RUEDA	13.46	
	12046015	PARMESANO RUEDA	14.58	
	12046020	TLSITER RUEDA	13.18	
	12046021	ROULETTE RUEDA	13.18	
	12046025	GRUYERE PORCION 1 KL.	13.57	
	12046026	PARMESANO RALLADO 1 KL.	15.43	
	12046030	PARMESANO RALLADO 50 GR.	1.01	
	12046031	PARMESANO RALLADO 150 GR.	2.59	
	12046032	FONDUE 450 GR.	6.48	
	12046034	PARMESANO PORCION	15.20	
12046037	EMMENTALER	14.58		
12046039	GRUYERE RALLADO	13.57		
12077070	GOUDA RUEDA KL.	10.70		
12077071	GOUDA 500 GR.	5.48		
12036031	MANCHEGO RUEDA	23.76		

TIPO PRODUCTO	CODIGO	DESCRIPCION	A7
VALPADANA	12080001	FRESCO CRESCENZA VALPADANA 400 GR.	2.70
	12080002	RICOTTA VALPADANA 400 GR.	2.53
	12080003	BARY FIOR DI LATTE 250 GR.	2.53
	12080004	FIOR DI LATTE 225 GR.	2.25
	12080005	MOZARELLA DI TAVOLA 500 GR.	3.94
	12080007	MOZARELLA DI TAVOLA 1000 GR.	7.55
	12080008	MASCARPONE VALPADANA 200 GR.	1.52
	12080010	FONTINA VALPADANA KILO	11.49
	12080011	PROVOLONE VALPADANA BLOQUE	10.70
	12080012	CANESTRATO VALPADANA KL.	13.06
	12080013	PIZZA CHEESE VALPADANA 350 GR.	3.66
	12080014	PIZZA CHEESE VALPADANA CUBETEDO KL.	7.55
	12080016	PIZZA CHEESE VALPADANA KL.	7.55
	12080017	PARMESANO VALPADANA RUEDA	16.16
	12080018	PARMESANO RALLADO VALPADANA KL.	16.16
	12080022	FONTINA VALPADANA PORCION	11.71
	12080023	CANESTRATO VALPADANA RUEDA	13.06
	12080024	PROVOLONE VALPADANA PORCION	10.92
12080025	PARMESANO VALPADANA CUARTO RUEDA	16.16	
12080026	PARMESANO RALLADO VALPADANA 500 GR.	8.28	
12080027	PARMESANO RALLADO VALPADANA 250 GR.	4.17	
12080028	CANESTRATO VALPADANA PORCION	13.29	
MANTEQUILLAS	14014006	MANTEQUILLA 210 GR. CON SAL	1.46
	14014007	MANTEQUILLA 210 GR. SIN SAL	1.46
	14014005	MANTEQUILLA BLOQUE SIN SAL	5.46
	14014004	MANTEQUILLA PORCION (FLORALP)	0.19

Anexo D-4. Federer

LISTA DE PRECIOS DE EMBUTIDOS FEDERER			
PRODUCTOS	DOLARES		DESPACHO
Estos precios no graban I.V.A. 9-Mar-12	P.FABRICA	P.V.P. Sugerido	EN:
	Kg / Unidad	SUGERIDO	
JAMON AMERICANO	6,01	7,81	24 HR.
JAMON AMERICANO 200 GRS AL VACIO	1,68	2,18	24 HR.
JAMON AMERICANO 300 GRS AL VACIO	2,28	2,97	24 HR.
JAMON AMERICANO PZ. GRANDE	6,45	8,25	24 HR.
JAMON DE ESPALDA X 1KG	8,52	11,07	24 HR.
JAMON DE ESPALDA 200 GRS AL VACIO	2,23	2,90	24 HR.
JAMON DE ESPALDA 500 GRS AL VACIO	4,66	6,05	24 HR.
JAMON DE PIERNA	12,24	15,91	24 HR.
JAMON DE PIERNA 200 GRS AL VACIO	2,98	3,88	24 HR.
JAMON DE PIERNA 300 GRS AL VACIO	4,53	5,88	24 HR.
JAMON DE PIERNA 500 GRS AL VACIO	7,19	9,34	24 HR.
JAMON DE POLLO	9,77	12,69	24 HR.
JAMON DE POLLO 200 GR AL VACIO	2,57	3,34	24 HR.
JAMON DE POLLO 500 GR AL VACIO	5,33	6,93	24 HR.
JAMON NOISSETTE	17,38	22,59	96 HR.
JAMON PRAGA	17,78	23,12	24 HR.
JAMON SELVA NEGRA 120 GR	3,87	5,03	24 HR.
JAMON SERRANO SIN HUESO	46,00	57,26	72 HR.
JAMON SERRANO SIN HUESO REBANADO	48,00	60,39	72 HR.
JAMON TENDER	8,26	10,73	72 HR.
JAMON VIRGINIA	19,42	25,25	96 HR.
JAMON VISKING	16,35	21,25	72 HR.

LISTA DE PRECIOS DE EMBUTIDOS FEDERER			
PRODUCTOS	DOLARES		DESPACHO
Estos precios no graban I.V.A. 9-Mar-12	P.FABRICA	P.V.P. Sugerido	EN:
	Kg / Unidad	SUGERIDO	
SALAMI AHUMADO	16,70	21,71	24 HR.
SALAMI AHUMADO 120 GR	3,16	4,11	24 HR.
SALAMI AHUMADO TACO 320 GR	18,39	23,91	48 HR.
SALAMI DE AJO	10,64	13,83	24 HR.
SALAMI SUIZO	10,63	13,82	24 HR.
SALCHICHA CON QUESO	12,15	15,80	24 HR.
SALCHICHA CON VINO	12,15	15,80	24 HR.
SALCHICHA CURRY	9,78	12,71	24 HR.
SALCHICHA DE POLLO 1 KG AL VACIO	4,51	5,87	24 HR.
SALCHICHA DE POLLO 200 GR AL VACIO	1,15	1,50	24 HR.
SALCHICHA DE POLLO 300 GR AL VACIO	1,81	2,35	24 HR.
SALCHICHA DE POLLO 500 GR AL VACIO	2,63	3,41	24 HR.
SALCHICHA ITALIANA	12,15	15,80	24 HR.
SALCHICHAS DE FREIR	9,66	12,56	24 HR.
SALCHICHA DE FREIR 500 GR AL VACIO	5,23	6,80	24 HR.
SALCHICHAS MUNICH	10,93	14,21	24 HR.
SALON DE RES	7,00	9,10	48 HR.
SCHUBLIG	11,19	14,55	24 HR.
SELVA NEGRA	22,43	29,16	24 HR.
TOCINO 200 GRS AL VACIO	3,50	4,56	24 HR.
TOCINO AHUMADO	10,03	13,03	24 HR.
TOCINO AHUMADO CORTADO	12,65	16,45	24 HR.

Anexo D-5. Codehotel




Comercial de Equipamiento Hotelero S.A.

Quito, 15/11/2012

COTIZACION : 00016280
 SR.(ES): RICAURTE FERNANDA
 ATT.:

TELEFONO:
 CIUDAD: QUITO

ESTA OFERTA TIENE VALIDEZ DE 30 DIAS CONTADOS A PARTIR DE ESTA FECHA

ITEM	CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	1	FREGADERO INDUSTRIAL 0010280004 Marca: CODEHOTEL Mod: F3P Fregadero industrial de 2 pozos de 60 x 60 x 21 cm. fabricado en aluminio inoxidable de 1.5 mm de espesor. Espalder sanitario de 17 cm. Patas en acero inoxidable con reguladores de altura regulables. Incluye 22 ganchos y desagües. Fabricación nacional. Dimensiones: 1200 mm de largo, 610 mm de ancho, 850 mm de alto	1,528.00	1,528.00
2	1	ESTANTERIA 0960300001 Marca: CAMBRIO Mod: CSU41487 Estanteria de polipropileno, no tiene soldaduras lo que garantiza su fácil armado y limpieza. Estanterías fabricadas con un alma de acero que les da fortaleza y durabilidad. La estantería no se oxida. Armazón regulable. Fabricación americana. Dimensiones: 1200 mm de largo, 540 mm de ancho, 1800 mm de alto	826.00	826.00
3	1	ESTANTERIA 0010230005 Marca: CODEHOTEL Estanteria en alambre con recubrimiento de pintura electrolitica, 4 estantes de 40x60 regulable. Estructura tubular. Fabricación nacional. Dimensiones: 1200 mm de largo, 480 mm de ancho, 1800 mm de alto	420.00	420.00
FORMA DE PAGO: 70% AL PEDIDO Y 30% CONTRA ENTREGA				
TIEMPO DE ENTREGA: 15 DIAS				
GARANTIA: Un año por defectos de fabricación				
			SUBTOTAL US\$:	2,774.00
			12% I.V.A.:	332.88
			TOTAL US\$:	3,106.88

CODEHOTEL S.A.
VIVIANA CONDOR




Comercial de Equipamiento Hotelero S.A.

Quito, 07/01/2013

COTIZACION : 00016412
 SR.(ES): RICAURTE FERNANDA
 ATT.:

TELEFONO:
 CIUDAD: QUITO

ESTA OFERTA TIENE VALIDEZ DE 30 DIAS CONTADOS A PARTIR DE ESTA FECHA

ITEM	CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	1	CAMPANA EXTRACTORA 0010290001 Marca: CODEHOTEL Mod: CP41 Campaña extractora de olores y humo, tipo pared, fabricada en acero inoxidable de 1 mm de espesor. Incluye filtro tipo baffle para retener la grasa, reforzadas para lavado. Lámparas a prueba de vapor, 4 mts de ducto en línea galvanizada. Fabricación nacional. Dimensiones: 1000 mm de largo, 700 mm de ancho, 320 mm de alto	1,537.00	1,537.00
2	1	MOTOR EXTRACTOR 1710580005 Marca: SOLESALAJ Mod: CRV-15 Motor extractor de olores de 1600 cfm. Motor de 3/4 HP, 1" de caída de presión. Funcionamiento eléctrico 220/60/1.	2,263.00	2,263.00
FORMA DE PAGO: 70% AL PEDIDO Y 30% CONTRA ENTREGA				
TIEMPO DE ENTREGA: 15 DIAS				
GARANTIA: Un año por defectos de fabricación				
			SUBTOTAL US\$:	3,800.00
			12% I.V.A.:	466.00
			TOTAL US\$:	4,266.00

CODEHOTEL S.A.
VIVIANA CONDOR



Comercial de Equipamiento Hotelero S.A.

COTIZACION : 00016182
 SR.(ES): RICAUARTE FERNANDA
 ATT.:

Quito, / /

TELEFONO:
 CIUDAD: QUITO

ESTA OFERTA TIENE VALIDEZ DE 30 DIAS CONTADOS A PARTIR DE ESTA FECHA

ITEM	CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	1	COCINA INDUSTRIAL 001028002 Cocina industrial de 4 quemadores de 30.000 BTU/H. Parrillas en hierro fundido de 40 x 40 cm. Construcción en acero inoxidable. Incluye regulador de presión de gas. Funcionamiento a gas. Fabricación nacional. Dimensiones: 930 mm de largo, 910 mm de ancho, 800 mm de alto.	1.426,00	1.426,00
2	1	HORNO CONVECCION 112226001 Horno convección de 1 800 litros, fabricado en acero inoxidable. Motor ventilador de 2 velocidades de 1/2 HP. Quemador con capacidad de 70.000 BTU/H. Alentado sobre parrillas en acero inoxidable. Funcionamiento a gas. Incluye 5 parrillas para ser colocadas en 11 diferentes posiciones. Fabricación americana. Dimensiones: 800 mm de largo, 1016 mm de ancho, 1520 mm de alto.	5.200,00	5.200,00
3	1	VITRINA REFRIGERANTE 001005001 Vitrina vertical refrigerante de 1 puerta de latón, motor de 1/2 HP. de alta temperatura. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Asistida con gelulento de alta densidad. Construcción en acero inoxidable interior. Temperatura de 2 a +5°C. Fabricación nacional. Dimensiones: 850 mm de largo, 750 mm de ancho, 2030 mm de alto.	2.880,00	2.880,00
4	1	VITRINA CONGELANTE 001049001 Vitrina vertical congelante de 1 puerta de latón, motor de 3/8 HP de baja temperatura. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Asistida con gelulento de alta densidad. Construcción en acero inoxidable interior. 2 repisas en acero inoxidable. Fabricación nacional. Dimensiones: 850 mm de largo, 750 mm de ancho, 2000 mm de alto.	2.844,00	2.844,00
5	1	EXHIBIDOR REFRIGERANTE 001056001 Exhibidor horizontal refrigerante con vidrio curvo, motor de 3/8 hp., parte inferior en bronce, incluye 2 repisas interiores de vidrio y iluminación con lámparas fluorescentes. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación nacional. Dimensiones: 1400 mm de largo, 820 mm de ancho, 1420 mm de alto.	2.200,00	2.200,00
6	1	MESA DE TRABAJO 001027000 Mesa de trabajo tipo central, motor en acero inoxidable de 1 mm de espesor y 1 entropio en acero inoxidable de 0,7 mm de espesor. Patas en acero inoxidable con regulones de altura regulable. Fabricación nacional. Dimensiones: 1300 mm de largo, 780 mm de ancho, 850 mm de alto.	467,00	467,00
7	1	FREGADERO INDUSTRIAL 001026002 Fregadero industrial de 1 pozo de 90 x 90 x 27 cm. y 1 plato escurridor, fabricado en acero inoxidable de 1,5 mm de espesor. Espaldar sanitario de 17 cm. Pata en acero	907,00	907,00

Página: 1



Comercial de Equipamiento Hotelero S.A.

Construcción con regulones de altura regulable, incluye 1 grifería y desagüe. Fabricación nacional.
 Dimensiones: 1150 mm de largo, 760 mm de ancho, 800 mm de alto.

8	1	REPISA 001004001 Repisa en acero inoxidable de 1 mm de espesor para ser instalada a la pared. Fabricación nacional. Dimensiones: 1000 mm de largo, 350 mm de ancho, 0 mm de alto.	70,00	70,00
9	1	CAFETERA EXPRESS 106020001 Máquina semi-automática con motorbomba volumétrica incorporada. Dotada de doble válvula de retención y filtro de partículas sólidas. Casteros de cobre con intercambiador térmico por grupo y válvula de surtida. Un grifo de vapor y otro de agua modelo 2 grupos. Grifo vaciado de cisterna y impresión tubo desagüe. Grupo de rotación con cámara de perfusión directa. Funcionamiento eléctrico 220/60/1. Fabricación española.	3.800,00	3.800,00
10	1	EXTRACTOR DE CITRICOS 002019001 Extractor de cítricos industrial. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. dispone de sección para introducción de frutas, rotador, cernedor y tubo de conducción del jugo al exterior. tapa apilable por rotación. Fabricación americana.	980,00	980,00
11	1	LICUADORA INDUSTRIAL 0020130010 Licuadora industrial con capacidad de 1/2 galón, motor para trabajo de 3.5 HP de 48.000 rpm., vaso de policarbonato, funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación americana.	700,00	700,00
12	1	BATIDORA 016006001 Asistente de cocina para 10 velocidades. Capacidad 5 qts. Respeto en acero inoxidable. Accesorios: 1 batidor gancho, 1 batidor plano y 1 batidor globo. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación	595,00	595,00
			SUBTOTAL US\$:	21.588,00
FORMA DE PAGO: 70% AL PEDIDO Y 30% CONTRA ENTREGA				
TIEMPO DE ENTREGA: 15 DIAS				
GARANTIA: Un año por defectos de fabricación				
			12% I.V.A.:	2.588,56
			TOTAL US\$:	24.156,56

CODEHOTEL S.A.

VIVIANA CONDOR

Anexo D-6. Italdesign

ITALDESIGN CIA Ltda.

SECCIONES Y EQUIPOS QUE TRABAJAN PARA:

- SUPERMERCADOS
- HOTELES
- PASTELERIAS
- HELADERIAS
- PANADERIAS
- FARMACIAS
- LOCALES COMERCIALES
- SERVICIOS DE RESTAURACION

PROFORMA No. ITAL-10-10-2012-UIO

Quito, D.M., 24 DE OCTUBRE de 2012.

Señor,
FERNANDA RICAUTE
Presente.-

Estimado señorita Ricaute, reciba un saludo cordial.

Adjunto oferta solicitada por usted de los equipos que contamos en stock:

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNI.	VALOR TOTAL
1	MOLINO QUALITY MOLINO INDUSTRIAL FULL METAL CAPACIDAD DE TOLVA DE 1Kg. ALIMENTACION ELECTRICA V.220/60HZ	\$575.00	\$575.00



Av. Naciones Unidas No. 141 y Av. 8 de Diciembre Quito - Ecuador
 Telefonos: (593 - 2) 2920-251 * 2920-208 * Cel. (593-9) 099456-463
 E-mail: italdesign@italdesign.net

ITALDESIGN CIA Ltda.

SECCIONES Y EQUIPOS QUE TRABAJAN PARA:

- SUPERMERCADOS
- HOTELES
- PASTELERIAS
- HELADERIAS
- PANADERIAS
- FARMACIAS
- LOCALES COMERCIALES
- SERVICIOS DE RESTAURACION

1	MOLINO QUALITY MOLINO INDUSTRIAL GOURMET CAPACIDAD DE TOLVA DE 500 Gr. ALIMENTACION ELECTRICA V.220/60HZ.	\$480.00	\$480.00
---	--	----------	----------



1	MARCA GAGGIA CAFETERA NERA IGR AUTOMÁTICA. NECESITA CONEXIÓN DIRECTA AL AGUA. SEMIAUTOMÁTICA PRODUCCIÓN CONTINUA DE CAFÉ. AGUA Y VAPOR. ALIMENTACIÓN ELÉCTRICA V.220/60Hz	\$3.100,00	\$3.100,00
---	--	------------	------------



Av. Naciones Unidas No. 141 y Av. 8 de Diciembre Quito - Ecuador
 Telefonos: (593 - 2) 2920-251 * 2920-208 * Cel. (593-9) 099456-463
 E-mail: italdesign@italdesign.net

Anexo D-7. Termalimex

TERMALIMEX CIA. LTDA.					
Dirección: RUMIPAMBA DE 1-80 Y AV. 10 DE AGOSTO					
R.U.C.: 1790162524001			PROFORMA: 0012974		
SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES					
RESOLUCIÓN SRI No. 345 07/07/2004					
Cliente : FERNANDA RICAURTE			Quito, 23 de Noviembre del 2012		
Contacto :					
Dirección : QUITO					
Ciudad : QUITO			Email :		
R.U.C. : 9999999999		TELEFONO : 2222222		Cod. Vendedor : AC	
Pag. 1 de 2					
No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Cocina industrial IMPERIAL IR-4 de fabricación americana, operación a gas con cuatro hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y piloto independiente, parrillas de hierro fundido de 30 x 30 cms. unidad montada sobre base con horno de 27.000 BTU y control termostático de temperatura entre 150 a 500°F. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 61 x 72 x 91 cms. de alto.	2,388.80	0.00	2,388.80
2	1	Horno de convección grill ANVIL COA1004 , con repisas interiores, eléctrico con capacidad de calentamiento de 2.4Kw, aire forzado, control de temperatura de 65 a 300°C luz interior y timer. Dimensiones de la cámara 47.0x24.1x35.0cms. Esp. Elec. 220/60/1	961.85	0.00	961.85
3	1	Horno de convección ANVIL COA1005, con 4 repisas interiores, eléctrico con capacidad de calentamiento de 2.4Kw, aire forzado, control de temperatura de 65 a 300°C, luz interior y timer. Dimensiones de la cámara 70x49x35.5cms. Esp. Elec. 220/60/1 PLAZO DE ENTREGA 6 SEMANAS	2,256.10	0.00	2,256.10
4	1	Congelador industrial KOLDPIA SGRF-23FD, 21 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenido con motor de 1/2 HP, unidad de un compartimento provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 74.0x80.0x202.0 cms. Espec. eléctrica 115/60/1 PLAZO DE ENTREGA 4 SEMANAS	2,510.60	0.00	2,510.60
5	1	Refrigerador industrial KOLDPIA SGRR-23FD, 21 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenido con motor de 1/4 HP, unidad de un compartimento provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 74.0x80.0x202.0 cms. Espec. eléctrica 115/60/1 PLAZO DE ENTREGA 4 SEMANAS	2,170.29	0.00	2,170.29
6	1	Batidora amasadora industrial THUNDERBIRD ARM-01 de fabricación Taiwanese, 10 cuartos de galón de capacidad, de tres velocidades, equipada con motor de 1/2 HP, tazón de acero inoxidable, un batidor globo de alambre, un batidor plano, y un batidor de gancho. Espec. eléctrica 115/60/1	1,398.60	0.00	1,398.60
7	1	Olla de inducción UPDATE U-SPS-20T fabricada en acero inoxidable de 20 Qt. de capacidad provista de tapa.	104.80	0.00	104.80
8	1	Cacerola de inducción ADCRAFT SPS-2 fabricada de acero inoxidable de 2 Qt. de capacidad, provista de tapa.	46.80	0.00	46.80
9	1	Cacerola de inducción ADCRAFT SPS-35 fabricada de acero inoxidable de 3.5 Qt., provista de tapa.	64.28	0.00	64.28
10	1	Sartén VOLLRATH 67008 fabricado de aluminio con recubrimiento antiadherente de 20.32 cm de diámetro.	23.16	0.00	23.16
11	1	Sartén VOLLRATH 67007 fabricado de aluminio con recubrimiento antiadherente de 17.8 cm de diámetro.	21.31	0.00	21.31
12	1	Espátula sólida para superficies antiadherentes MATFER 112430 de 30 cms. de longitud.	9.84	0.00	9.84
13	1	Batidor francés UPDATE U-PW-14 fabricado de acero inoxidable de 35 cm de longitud	4.33	0.00	4.33
14	1	TEMPORIZADOR DE CHOCOLATE MATFER 260433, 3.5 L., 25-90 C., HECHO EN ACERO INOXIDABLE, 110/60	756.06	0.00	756.06
15	1	Máquina de café expreso y/o capuchino semi automática NUOVA SIMONELLI APPIA de fabricación italiana. Unidad de un grupo, tanque de caldero de 11.5 lbs., unidad provista de tubo de vapor y porta tazas superior. Especific. eléctrica 115/60/1	2,818.94	0.00	2,818.94

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001
SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES
RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA: 0012974

Cliente : FERNANDA RICAURTE Quito, 23 de Noviembre del 2012
Contacto :
Dirección : QUITO
Ciudad : QUITO **Email :**
R.U.C. : 9999999999 **TELEFONO :** 2222222 **Cod. Vendedor :** AC **Pag. 2 de 2**

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
16	1	Filtro de agua NUOVA SIMONELLI KDB.	167.65	0.00	167.65
17	1	Licadora WARING Mod. MX1000XT, capacidad 64 onz., contenedor de policarbonato, espec. elec. 115/60/1.	546.29	0.00	546.29
18	1	Extractor manual de Jugos UPDATE U-MJD-15, estructura fabricada en zinc y cromo, colador de acero inoxidable.	61.87	0.00	61.87
19	1	Coche trapeador CARLISLE 36904-04 fabricado de polietileno montado sobre ruedas.	94.11	0.00	94.11
20	1	Pala para basura UPDATE U-LDPC-12BP de 30 cm de longitud, con mango de aluminio de 87 cm	13.49	0.00	13.49
21	1	Cacerola de inducción ADCRAFT SPS-45 fabricada de acero inoxidable de 4.5 Qt., provista de tapa.	74.52	0.00	74.52
22	1	Destapacorchos de bolsillo VOLLRATH 47602 de 11.7 cm	16.62	0.00	16.62
23	1	Molde rectangular ATECO 12913 fabricado en aluminio. Dimensiones: 33x23x5 cms	23.33	0.00	23.33
24	1	Molde rectangular ATECO 12180 fabricado en aluminio. Dimensiones: 46x30x5 cms	32.32	0.00	32.32
25	1	Batidor - dispensador de crema chantilly ISI 1703, recipiente s/s de 1 lts. de capacidad. Incluye tres boquillas plásticas, porta - cartucho, tapa y cepillo de limpieza.	139.91	0.00	139.91
26	1	Cápsula de gas para dispensadores de crema chantilly ISI 87, caja de 10 unidades.	6.62	0.00	6.62
27	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24609/082 12" (30.4 cms.), mango plástico.	13.71	0.00	13.71
28	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24609/088 8" (20.3 cms.), mango plástico.	8.72	0.00	8.72
29	1	Puntilla TRAMONTINA 24626/0833" (7.6 cms.), mango plástico.	2.03	0.00	2.03
30	1	Molino dosificador de café NUOVA SIMONELLI AMMT5021 de fabricación italiana, regulación de la molienda, capacidad 3.6 kg/hora, terminado en ABS extra resistente. Especific. eléctrica 115/60/1	371.52	0.00	371.52
31	1	Bandeja antideslizante rectangular SUNNEX MPE1418 fabricada en polipropileno, superficie de goma de 36x45 cms. , color negro.	5.94	0.00	5.94
32	1	Bandeja antideslizante CARLISLE 1814 GR-004, fabricada de fibra de vidrio con goma moldeada con refuerzo metálico en el contorno, 45.7 x 35.5 cms , color negro.	30.66	0.00	30.66
33	1	Bandeja antideslizante redondo SUNNEX MPE1600 fabricada en polipropileno, superficie de goma de 16" de diámetro, color negro.	5.94	0.00	5.94
			SUBTOTAL:		17,149.01
			DSCTO. :		0.00
			SUBTOTAL :		17,149.01
			TRANSPORTE:		0.00
			I.V.A. 12 %:		2,057.88
			TOTAL :		19,206.89

Anexo D-8. Irvix

					
Oferta No. V-001001-0011357					
# #					
Señor(a)					
CONSUMIDOR FINAL					
Ciudad. -					
AT. FERNANDA RICAUTE					
Estimados Señores:					
A continuación detallamos nuestra oferta para VENTA LOCAL de los productos requeridos por ustedes:					
Cant.	DESCRIPCION	Valor Unitario	Desccto.	Valor Total	
1	PLATO CUADRADO DE 12" MODELO OSCAR WNK	14,19	-10,00%	12,77	
1	PLATO HONDO CUADRADO DE 8" WNK	8,09	-10,00%	7,28	
1	MUG 10oz NEXUS WNK	5,84	-10,00%	5,26	
1	TAZA DE TE/CAFE NEXUS WNK	2,91	-10,00%	2,62	
1	PLATO PARA TARA TAZA DE CAFE/TE 6"	2,74	-10,00%	2,47	
1	TAZA DE MOCCA 2.2oz WNK	1,58	-10,00%	1,42	
1	PLATO PARA TAZA DE MOCCA 5" WNK	1,95	-10,00%	1,76	
1	JARRO IRISH COFFE 6 1/2 OZ / LIBBEY	4,56	-10,00%	4,11	
1	BOWL NOUVELLE 4.75"x3", 18oz F.O.H	4,80	-10,00%	4,32	
1	PLATO CUADRADO DE 8.25" MOD. F.O.H.	6,60	-10,00%	5,94	
1	TENEDOR LARGO PARA COMPARTIR DE 20.3CM	3,50	-10,00%	3,15	
1	COPA VINO BLANCO PERCEPTION 6 1/2 /LIBBEY	2,99	-10,00%	2,69	

1	COPA DE VINO PERCEPTION 11 OZ. /LIBBEY	2,42	-10,00%	2,18
1	VASO BRAVURA 12 1/4 OZ. LIBBEY	4,26	-10,00%	3,83
	PIMENTERO DE ACERO INOXIDABLE FORTESSA	5,16	-10,00%	4,64
	SALERO DE ACERO INOXIDABLE FORTESSA	5,16	-10,00%	4,64
1	PLATO CUADRADO 12" WNK	12,80	-10,00%	11,52
1	ESPOLVOREADOR DE QUESO 6 OZ/LIBBEY	4,16	-10,00%	3,74
1	LECHERA 15d LINEA CLASSIC /RAIK	5,24	-10,00%	4,72
1	AZUCARERO PARA SOBRES WNK	2,21	-10,00%	1,99
1	TAZON DE 1.5QT ACERO INOXIDABLE/ UPDATE	1,84	-6,00%	1,69
1	TAZON DE 5QT ACERO INOXIDABLE/ UPDATE	2,84	-10,00%	2,56
1	TAZON DE 5QT ACERO INOXIDABLE/ UPDATE	4,40	-10,00%	3,96
	PINZA DE 9" COLOR VERDE ACERO INOXIDABLE/UP	5,02	-10,00%	4,52
1	SACABOCADOS MATFER 22MM	11,48	-10,00%	10,33
	JOLERA DE MELON DE ACERO INOXIDABLE	3,27	-6,00%	3,01
1	CUCHILLO DE ACERO INOXIDABLE DE 10" UPDATE	16,07	-6,00%	14,78

1	CUCHILLO DE COCINA PEQUENO 3" WNK	7,48	-10,00%	6,73	
1	CUCHILLO DESHUESADOR DE ACERO INOXIDABLE D	10,42	-6,00%	9,59	
	BATIDOR PIANO DE MANO/ UPDATE	3,02	-6,00%	2,78	
	RA DE LECHE PARA MAQUINA DE CAFE UPDATE	6,70	-6,00%	6,16	
	SCORCHADOR ACERO INOXIDABLE UPDATE	2,40	-6,00%	2,21	
1	RAMEKIN CUADRADO CANVAS 3oz F.O.H	1,08	-10,00%	0,97	
	CUCHARA DE TE ACERO INOXIDABLE 18/10 WINDS	1,95	-10,00%	1,76	
	TENEDOR PARA ENTRADA ACERO INOXIDABLE 18/10	3,10	-10,00%	2,79	
	CUCHARA PARA HELADO ACERO INOXIDABLE 18/10	2,71	-10,00%	2,44	
	CUCHILLO PARA ENTRADA ACERO INOXIDABLE 18/10	2,74	-10,00%	2,47	
				Afecto I.V.A.	169,25
				I.V.A.	20,31
				Total	189,56
NOTA.-					
FORMA DE PAGO: Contado					
PLAZO DE ENTREGA: INMEDIATO (SVP) a partir de la entrega del anticipo.					
PLAZO DE VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 días.					
Quedamos a la espera de sus gráficas noticias.					
Saludos cordiales,					
IRVIX S.A.					
LUIS SUAREZ					

Anexo D-9. Espacev

espacev.....

CLIENTE: María Fernanda Ricaurte

FECHA:

ASUNTO: presupuesto

CANTIDAD	DETALLE	V/ UNITARIO	V / TOTAL
	MESAS REDONDAS (80CM DIAMETRO)	100,00	
	SILLAS DE MADERA PARA MESAS	25,00	
	MESAS REDONDAS (60 CM DIAMETRO)	90,00	
	MESAS DE MADERA SUPERFICIE CERÁMICA DECORATIVA CUADRADAS 80X70 CM	100,00	
	BARRA DE MADERA CON REPISAS INTERIORES	250,00	250,00
	MUEBLE PARA CAFETERA CON DIVISIONES INTERIORES	180,00	180,00
		SUBTOTAL	
		IVA 12 %	
		TOTAL	

Forma de Pago: 70% anticipo – 30 % contra entrega

Tiempo de entrega : 15 días

Atentamente

Arq. Ramiro Espinosa

Anexo D-10. Ecuatepi



ECUATEPI S.A

TECNICAS ECUATORIANAS DE PROTECCION CONTRA INCENDIOS

Diseño - Montaje de Sistemas Automáticos - Hidrantes - Monitores - Mangueras -
 Detectores Contra Incendio - Elementos y Vestuario para Bombero
 Señalización y Capacitación - Ventas - Rescata y Mantenimiento de Edificios
 PDE - 30E - FM 200 - Espuma Etc.
 Artículos de Protección Personal y Seguridad Industrial Etc.



NHFA Membership Number N° 83003000

Quito, 03 de Enero del 2013 **RUC: 1792297591001**

EMPRESA: XOCFAFE **COTIZACION N°**

ATENCION: SRTAS. FERNANDA RICAUTE No 4510 - 2013 - RV

EMAIL: m_a_fer_@hotmail.com

TELEFONO: 987084268

Estimado Señor:

Para ECUATEPI S.A es un placer poner a su consideración la siguiente cotización:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
2	Extintores de 10 libras de Polvo Químico Seco clasificación ABC que consta de una válvula metálica, manguera de descargue, manómetro de presión, sello y sticker visual marca Admiral	\$ 30,00	\$ 60,00
1	Aforo material flex 20x30	\$ 7,00	\$ 7,00
1	Señalética luminoso de 110 voltios transparente color verde "salida"	\$ 35,00	\$ 35,00
1	Señalización en material Flex de 20 x 30 de acuerdo a la Norma INEN. Varios textos	\$ 7,00	\$ 7,00
1	Lámpara de emergencia de dos focos giratorios a batería de 9 voltios de libre mantenimiento con una duración de dos horas, fabricación: Italiana	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Detector de humo con batería de 9 voltios	\$ 17,00	\$ 17,00
		SUMAN	\$ 17,00
		IVA 12%	\$ 2,04
		TOTAL	\$ 19,04

SON : MIL TRECIENTOS CUARENTA Y CUATRO DOLARES CON 00/100

FORMA DE PAGO: Contado contra entrega

TIEMPO DE ENTREGA: Inmediata

VALIDEZ DE LA OFERTA: 15 días hábiles

Atentamente,

LA GERENCIA

Anexo D-15. Kywi

COMERCIAL KYWI S.A. AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.L. 1110650908 DEL 27/ENE/2012
 RUC 1790041220001 CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI 5368
 Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO
 QUITO Telf: 023987900
 AGENCIA 06 (LA PRENSA) 022592637
 Sucursal : AV. LA PRENSA N55-186 Y LA PULIDA
 Senor(es):CONSUMIDOR FINAL
 Codigo: 888885-000000 RUC : 9999999999999
 Direccion: QUITO Vend: CONSULTAS
 Ciudad : QUITO Telf. : 2222222222 Fecha de Emision 19/DIC/2012 PAG. 1/1

PROFORMA DOLARES
 DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL
 QUITO

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
190810	CALEFON NEWCONFORT 10LTS BOSCH C/DUCTO	1	\$275,517857	\$275,52

SUBTOTAL \$275,52
 DESCUENTO Tarifa 12 \$0,00
 DESCUENTO Tarifa 0 \$0,00
 TOTAL \$275,52

Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Total Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar. 0	TOTAL A PAGAR
\$275,52	\$0,00	\$275,52	\$33,06	\$0,00	\$308,58

COMERCIAL KYWI S.A. AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.L. 1110650908 DEL 27/ENE/2012
 RUC 1790041220001 CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI 5368
 Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO
 QUITO Telf: 023987900
 AGENCIA 04 (C.C. OLIMPICO) 022432569
 Sucursal : AV. SEIS DE DICIEMBRE 5272 Y PORTETE
 Senor(es):CONSUMIDOR FINAL
 Codigo: 888885-000000 RUC : 9999999999999
 Direccion: QUITO Vend: SANTIAGO BENAVIDES
 Ciudad : QUITO Telf. : 0000000000 Fecha de Emision 28/DIC/2012 PAG. 1/1

PROFORMA DOLARES
 DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL
 QUITO

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
540277	LAMP.TECHO 1L SAT N10 60WE27 B494-1	1	23,69	23,69
544396	TELEFONO INAL TG4072 1.9G DECT 2X1 BASE	1	86,99	86,99
643319	LAMP COLG 1L SATIN NIQUEL 60WE27 B495-14	1	24,81	24,81

SUBTOTAL \$135,49
 DESCUENTO \$0,00
 TOTAL \$135,49

Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Total Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar. 0	TOTAL A PAGAR
\$120,97	\$0,00	\$120,97	\$14,52	\$0,00	\$135,49

Anexo D-16. Unilimpio

CODIGO	CANT	UNIDAD	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	P. UNIT	P.TOTAL
871871	1	UNIDAD	MOPA HUMEDA ULTRAMOP MICROFIBRA 40CM BOLSILLO	\$ 42,00	\$ 42,00
870868	1	UNIDAD	BASE MOPA DESINFECCION WET 40CM	\$ 42,00	\$ 42,00
871047	1	UNIDAD	BASTON ALUMINIO 1.40CM	\$ 8,00	\$ 8,00
CR120AZ	1	UNIDAD	CONTENEDOR DE 120L CON LLANTAS Y TAPA	\$ 92,00	\$ 92,00
CR53VE	3	UNIDAD	CONTENEDRO DE 53 LITROS TAPA VAIVEN AZ. VERDE, GRIS	\$ 23,00	\$ 69,00
970551	1	UNIDAD	DISPENSADOR MAXI ROLL C PLANCA	\$ 42,00	\$ 42,00
600036	1	UNIDAD	APEL TOALLA EM ROLLO PARA MANOS ELITE ANTIBACTERIAL 1 H 300MT PAQX	\$ 23,20	\$ 23,20
530210	1	UNIDAD	SERV BIOSOLUTION 24X24CM 100 UNIDADES	\$ 0,45	\$ 0,45
970002	1	UNIDAD	DISPENSADOR DE TOALLA Z BOBSON	\$ 19,00	\$ 19,00
840031	1	PAR	GUANTE BICOLOR C.25 par	\$ 1,73	\$ 1,73
ERDE	1	UNIDAD	REPUESTO ESCOBA SUAVE VERDE	\$ 1,73	\$ 1,73
77002VE	1	UNIDAD	TUBO PLASTICO ESCOBA PLUMADA 1.40CM VERDE	\$ 0,73	\$ 0,73
850003	1	UNIDAD	ESCOBA MIXTA	\$ 0,33	\$ 0,33
460006	1	UNIDAD	DETERGENTE WISE 3 KILOS	\$ 6,31	\$ 6,31
876480	1	UNIDAD	COCHE EXPRIMIDOR 30LT ACTIONS PRO PROFESIONAL	\$ 164,80	\$ 164,80
920022	1	UNIDAD	DISPENSADOR DE LIMPION INDUSTRIAL	\$ 18,00	\$ 18,00
020004	1	UNIDAD	AMBIENTAL OZZ GL FLORAL	\$ 7,00	\$ 7,00
020050	1	UNIDAD	DESINFECTANTE OZZ GL FLORAL	\$ 4,50	\$ 4,50
020100	1	UNIDAD	JABON LIQ DR CLEAN ANTIBAC ALMENDRA GL	\$ 6,00	\$ 6,00
750018	1	UNIDAD	LAVAVAJILLAS SAPOLIO CREMA 1000GR	\$ 2,08	\$ 2,08
810027	1	PAQX10	FUNDAS PLASTICAS 23X28 1.2micras NEGRA PAQX10	\$ 0,68	\$ 0,68
020211	1	UNIDAD	CLORO AL 5,5%-OZZ	\$ 2,65	\$ 2,65
600000U	1	PAQ X 6	PAPEL HIGIENICO JUMBO ELITE BCO 2H 250m X 6	\$ 15,00	\$ 15,00
600011	1	UNIDAD	TOALLA Z PAQ X 150H 2H	\$ 1,96	\$ 1,96
970003	1	UNIDAD	DISPENSADOR DE JABON DE 800ML BOBSON	\$ 15,00	\$ 2,65
970007	1	UNIDAD	BOTELLA PARA JABON DE 800ML	\$ 4,50	\$ 4,50
600650U	1	UNIDAD	LIMPION INDUSTRIAL DE 300M PAQ X 2	\$ 12,90	\$ 12,90
020137	1	UNIDAD	DIGRIZZ 4000 GALON	\$ 20,90	\$ 20,90
020500	1	UNIDAD	BACTERAC 750 GALON	\$ 15,78	\$ 15,78
020220	1	UNIDAD	VINAGRE NEUTRO GALON	\$ 3,30	\$ 3,30

FORMA DE PAGO	EFFECTIVO
VALIDEZ DE LA OFERTA	08 DIAS
PLAZO DE ENTREGA	A CONVENIR
ASESOR COMERCIAL	OFICINA

Le agradecemos por darnos la oportunidad de trabajar con usted, nuestros productos fueron diseñados con ecoeficiencia y cumplen con altos estándares de calidad y salud ocupacional (certificados ISO y ambientales), por todo esto podemos ser sus socios estratégicos adecuados. Nos interesa trabajar con usted.

Atentamente,

Cecilia Vera
 Ejecutiva de Servicio al Cliente
Unilimpio S.A.
 Los Eucaliptos E1-140 y Pasaje Juncos
 Servicio al Cliente : 2479923 2470836 2478320
 Fax : 2805391 2802374 ext.100
 e-mail: info@unilimpio.com

Para mayor información sobre nuestros productos y servicios, nuestra filosofía y nuestra responsabilidad social visítenos en www.unilimpio.com

Anexo E

Formularios

Anexo E-1. Solicitud Registro de Turismo

SOLICITUD DE REGISTRO		QUITO Turismo	
Alimentos y Bebidas / Alojamiento / Recreación diversión y esparcimiento			
Fecha:			
Yo, _____, en calidad de propietario o representante legal, solicito a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Distrito Turístico, se otorgue, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar, tipificar y registrar al establecimiento turístico, cuyos características son las siguientes:			
Propietario (Persona Jurídica):		N° Patente Municipal:	
Nombre del establecimiento:			
Registro Único de Contribuyentes (RUC):			
Cédula de Ciudadanía / Pasaporte:			
UBICACIÓN			
Ciudad:	Parroquia:	Sector:	
Adm. Zonal:	Calle:		
Nº:	Transversal:		
Referencia ubicación:	Teléfono:	Fax:	
Celular:	Fax Web:	Email:	
HORARIO DE ATENCIÓN:			
REFERENCIAS			
Contacto:	Teléfono contacto:		
ACTIVIDAD TURÍSTICA		CROQUIS	
<input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/> Recreación, diversión y esparcimiento: Parques de atracciones turísticos (Dinosaurios, pelotas, salas de baile, salas de recepción y banquetes, salas de parrilla, Salones, terrazas o terrazas, salas de recepción, etc.) <input type="checkbox"/> Intermediación (Casas de operaciones, organizaciones de eventos, empresas y comisiones)			
DECLARACIÓN JURAMENTADA			
Yo, _____ por mis propios derechos (o en representación de la persona jurídica, identificada libremente arriba) solicito que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Distrito Turístico y la Administración Municipal competente, procedan con las inspecciones respectivas a lo normativo turístico vigente. Declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo a acatar fielmente las disposiciones correspondientes a las leyes y ordenanzas aplicables.			
Firma del Declarante			
Céd. / Pasaporte No. _____			
Este campo debe ser llenado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Distrito Turístico			
Tiempo de funcionamiento: Nuevo <input type="checkbox"/> Cambio de propietario <input type="checkbox"/> En funcionamiento años anteriores: <input type="checkbox"/>			

Anexo E-2. Solicitud informe de compatibilidad de usos del suelo

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito		Solicitud de Informe de Compatibilidad de Usos del Suelo		Formulario 24	
Eugenio Espejo					
Fecha:	100	Croquis de ubicación:	200		
Nº. Predio:	101				
Clave Catastral:	102				
Nombre Propietario:	103				
Parroquia:	104				
Barrio:	105				
Calle:	106				
Número:	107				
Intersección:	108				
Área que ocupa la actividad:	109				
Detalle la actividad para la cual solicita la compatibilidad (110)					
<input type="checkbox"/> Comercio <input type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/> Otros					
Numero de unidades (ver instructivo al reverso):	111				
Nombre del Solicitante:	112				
Cédula/pasaporte/RUC:	113	Teléfono:	114		
Firma:		Email (Opcional):	115		
Observaciones					

Anexo F
Asientos contables

AÑO 0

BANCOS		CAPITAL SOCIAL		IVA - COMPRAS		IRF RETENIDO POR PAGAR	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$44.301,36	\$43.905,81		\$10.000,00	\$4.746,57			\$395,55
\$10.000,00	\$3.822,21		\$10.000,00	\$160,71			\$133,93
\$54.301,36	\$47.728,03			\$53,57			\$4,46
\$6.573,33				\$107,14			\$8,93
				\$53,57			\$4,46
				\$5.121,57			\$547,33
DOCUMENTOS X PAGAR LP		EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES					
DEBE	HABER	DEBE	HABER				
	\$44.301,36	\$37.011,61					
	\$44.301,36	\$37.011,61					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES (OFICINA)		EQUIPO DE COMPUTO		EQUIPO DE COMPUTO (OFICINA)	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$3.599,00		\$517,29		\$1.231,25		\$794,64	
\$3.599,00		\$517,29		\$1.231,25		\$794,64	

AÑO 1

BANCOS		IVA - COMPRAS		IRF RETENIDO POR PAGAR		CAPITAL SOCIAL	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$6.573,33	\$101.946,07	\$5.121,57			\$547,33		\$10.000,00
\$290.940,53	\$61.641,72	\$5.066,47			\$978,58		
	\$22.285,71	\$2.571,43			\$1.714,29		
	\$3.270,54	\$353,57			\$29,46		
	\$11.298,21	\$1.221,43			\$101,79		
	\$126,54	\$13,68			\$1,14		
	\$1.775,15	\$74,57			\$7,14		
	\$14.879,55	\$38,48			\$375,00		
	\$392,86	\$1.594,24		\$3.754,73	\$3.754,73		
	\$10.704,60	\$42,86		\$0,00	\$0,00		
	\$3.825,00	\$450,00		EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES			
	\$453,44	\$48,58		DEBE	HABER		
	\$39,55	\$12,86		\$37.011,61		\$794,64	
	\$120,00	\$16.609,74	\$16.609,74				
	\$4.961,75	\$0,00	\$0,00	IVA - VENTAS			
	\$13.494,18			DEBE	HABER		
\$297.513,86	\$251.214,88	MATERIA PRIMA		\$31.172,20	\$31.172,20		
	\$3.754,73	DEBE	HABER	\$0,00	\$0,00		
	14562,46106	\$97.858,18	\$97.858,18	COSTO DE VENTAS			
\$297.513,86	\$269.532,07	\$0,00	\$0,00	DEBE	HABER		
\$27.981,79		GASTOS ASEO Y LIMPIEZA		\$97.858,18		\$4.961,75	
GASTOS GENERALES		DEBE	HABER	DIVIDENDOS		GASTOS POR INTERESES	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$1.662,10		\$13.285,31		\$5.008,38		\$4.961,75	
GASTO MANTENIMIENTO LOCAL		GASTO ARRIENDO		GASTO AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN		GASTOS GUARDIANÍA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$357,14		\$21.428,57		\$719,80		\$10.178,57	
GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA		GASTOS GENERALES OFICINA		GASTOS GENERALES OFICINA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$51,73		\$51,73		\$404,86		\$404,86	

DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO		GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO - OFICINA		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO - OFICINA		GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
	\$410,42	\$264,88			\$264,88	\$3.701,16	
GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		GASTO HONORARIOS PROFESIONALES		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES		GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$10.704,60		\$3.750,00			\$3.701,16	\$61.641,72	
GASTOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN		AMORTIZACIÓN ACUMULADA GASTOS DE CONSTITUCIÓN		GASTO IMPRESIÓN MENÚS		GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$2.946,43			\$719,80	\$114,00		\$107,14	

AÑO 2

BANCOS		IVA - COMPRAS		IRF RETENIDO POR PAGAR		CAPITAL SOCIAL	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$27.981,79	\$118.901,81	\$5.909,12			\$1.141,34		\$10.000,00
\$339.328,86	\$68.840,19	\$2.699,19			\$1.799,46		
	\$23.393,00		\$371,14		\$30,93		
	\$3.433,03		\$1.282,12		\$106,84		
	\$11.859,57		\$15,32		\$1,28		
	\$141,68		\$86,97		\$7,50		
	\$1.987,55		\$36,01		\$393,63		
	\$17.793,78		\$1.906,48		\$3.480,98		
	\$412,38		\$44,99	\$3.480,98	\$3.480,98		
	\$11.971,25		\$472,36	\$0,00	\$0,00		
	\$4.015,05		\$42,00				
	\$391,99		\$13,50				
	\$377,71	\$12.879,18	\$12.879,18				
	\$125,96	\$0,00	\$0,00				
	\$4.609,54						
	\$20.882,90						
	\$7.002,18						
	\$3.480,98						
	\$23.477,48						
\$367.310,64	\$323.098,05						
\$44.212,59							
IVA - VENTAS		EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES (OFICINA)		COSTO DE VENTAS		MATERIA PRIMA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$36.356,66	\$36.356,66	\$517,29		\$114.134,03		\$114.134,03	\$114.134,03
\$0,00	\$0,00						
DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES		GASTOS DE CONSTITUCIÓN		VENTAS		AMORTIZACIÓN ACUMULADA GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
	\$3.701,16	\$3.599,00			\$302.972,19		\$719,80
	\$3.701,16						\$719,80
	\$7.402,32						\$1.439,60
GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES		GASTO IMPRESIÓN MENÚS		GASTOS GENERALES		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO - OFICINA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$3.701,16		\$127,64		\$1.864,57			\$264,88
							\$264,88
							\$529,76
GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO - OFICINA		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA		GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$264,88			\$410,42		\$51,73		\$410,42
			\$410,42		\$51,73		\$410,42
			\$820,83		\$103,46		\$410,42
GASTO AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN		GASTOS GUARDIANÍA		GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		GASTOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$719,80		\$10.684,30		\$68.840,19		\$3.092,82	

GASTOS ASEO Y LIMPIEZA	
DEBE	HABER
\$15.887,30	
GASTO MANTENIMIENTO LOCAL	
DEBE	HABER
\$374,89	
GASTO IMPUESTO DE PATENTE	
DEBE	HABER
\$243,61	
PARTICIPACIONES	
DEBE	HABER
\$5.845,19	
GASTO ARRIENDO	
DEBE	HABER
\$22.493,27	
GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	
DEBE	HABER
\$11.971,25	
GASTO IMPUESTO 1.5 POR MIL SOBRE ACTIVOS TOTALES	
DEBE	HABER
\$98,98	
DIVIDENDOS	
DEBE	HABER
\$7.750,72	
GASTOS POR INTERESES	
DEBE	HABER
\$4.609,54	
GASTO HONORARIOS PROFESIONALES	
DEBE	HABER
\$3.936,32	
GASTO CONTRIBUCIÓN 1 POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS	
DEBE	HABER
\$35,13	
UTILIDADES RETENIDAS	
DEBE	HABER
	\$11.686,22
IMPUESTO A LA RENTA	
DEBE	HABER
\$7.287,00	
GASTOS GENERALES OFICINA	
DEBE	HABER
\$350,00	
GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	
DEBE	HABER
\$112,47	

AÑO 3

BANCOS	
DEBE	HABER
\$44.212,59	\$137.407,06
\$392.139,86	\$1.148,48
	\$72.323,26
	\$24.576,60
	\$3.606,73
	\$12.459,63
	\$158,15
	\$2.261,62
	\$20.929,58
	\$12.576,95
	\$433,24
	\$4.218,19
	\$411,83
	\$662,64
	\$132,34
	\$3.783,76
	\$31.916,02
	\$7.827,96
	\$3.787,42
	\$27.489,66
\$436.352,45	\$368.111,13
\$68.241,32	
COSTO DE VENTAS	
DEBE	HABER
\$131.897,24	
GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO - OFICINA	
DEBE	HABER
\$264,88	
IVA - COMPRAS	
DEBE	HABER
\$6.828,78	
\$124,16	
\$2.835,76	
\$389,92	
\$1.346,99	
\$17,10	
\$100,51	
\$37,83	
\$2.242,46	
\$47,26	
\$496,26	
\$44,12	
\$14,18	
\$14.525,33	\$14.525,33
\$0,00	\$0,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DEBE	HABER
\$3.599,00	
VENTAS	
DEBE	HABER
	\$350.124,88
DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO - OFICINA	
DEBE	HABER
	\$529,76
	\$264,88
	\$794,64
IRF RETENIDO POR PAGAR	
DEBE	HABER
	\$1.318,97
	\$10,35
	\$1.890,51
	\$32,49
	\$112,25
	\$1,42
	\$7,88
	\$413,55
\$3.787,42	\$3.787,42
\$0,00	\$0,00
EQUIPO DE COMPUTO (OFICINA)	
DEBE	HABER
\$794,64	
MATERIA PRIMA	
DEBE	HABER
\$131.897,24	\$131.897,24
\$0,00	\$0,00
IVA - VENTAS	
DEBE	HABER
\$42.014,99	\$42.014,99
\$0,00	\$0,00
EQUIPO DE COMPUTO	
DEBE	HABER
\$1.231,25	
EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES	
DEBE	HABER
\$37.011,61	
\$1.034,67	
\$38.046,28	
EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES (OFICINA)	
DEBE	HABER
\$517,29	
DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO	
DEBE	HABER
	\$820,83
	\$410,42
	\$1.231,25
GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO	
DEBE	HABER
\$410,42	
GASTOS GENERALES	
DEBE	HABER
\$2.123,28	

DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES	
DEBE	HABER
	\$7.402,32
	\$3.804,63
	\$11.206,95
GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA	
DEBE	HABER
\$51,73	
GASTO ARRIENDO	
DEBE	HABER
\$23.631,34	
GASTO MANTENIMIENTO LOCAL	
DEBE	HABER
\$393,86	
GASTO IMPUESTO DE PATENTE	
DEBE	HABER
\$516,34	
GASTOS POR INTERESES	
DEBE	HABER
\$3.783,76	

DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA	
DEBE	HABER
	\$103,46
	\$51,73
	\$155,19
GASTO AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN	
DEBE	HABER
\$719,80	
GASTOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN	
DEBE	HABER
\$3.249,31	
GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	
DEBE	HABER
\$12.576,95	
GASTO IMPUESTO 1.5 POR MIL SOBRE ACTIVOS TOTALES	
DEBE	HABER
\$115,61	
IMPUESTO A LA RENTA	
DEBE	HABER
\$11.136,96	

UTILIDADES RETENIDAS	
DEBE	HABER
	\$29.771,23
GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	
DEBE	HABER
\$72.323,26	
GASTOS GUARDIANÍA	
DEBE	HABER
\$11.224,89	
GASTO HONORARIOS PROFESIONALES	
DEBE	HABER
\$4.135,49	
GASTO CONTRIBUCIÓN 1 POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS	
DEBE	HABER
\$30,70	
PARTICIPACIONES	
DEBE	HABER
\$8.933,39	

AMORTIZACIÓN ACUMULADA GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DEBE	HABER
	\$1.439,60
	\$719,80
	\$2.159,40
GASTOS ASEO Y LIMPIEZA	
DEBE	HABER
\$18.687,13	
GASTO IMPRESIÓN MENÚS	
DEBE	HABER
\$142,48	
GASTOS GENERALES OFICINA	
DEBE	HABER
\$367,70	
GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	
DEBE	HABER
\$118,16	
DIVIDENDOS	
DEBE	HABER
\$11.845,67	

AÑO 4

BANCOS	
DEBE	HABER
\$68.241,32	\$157.622,80
\$449.832,71	\$1.207,64
	\$76.048,43
	\$25.842,47
	\$3.792,51
	\$13.101,39
	\$176,08
	\$2.560,56
	\$23.504,23
	\$455,56
	\$13.224,75
	\$4.435,46
	\$433,04
	\$1.220,75
	\$139,15
	\$2.860,59
	\$44.695,48
	\$8.751,13
	\$4.108,70
	\$32.098,97
\$518.074,03	\$416.279,68
\$101.794,35	
VENTAS	
DEBE	HABER
	\$401.636,35

IVA - COMPRAS	
DEBE	HABER
\$7.833,40	
\$130,56	
\$2.981,82	
\$410,00	
\$1.416,37	
\$19,04	
\$115,30	
\$39,78	
\$2.518,31	
\$49,70	
\$521,82	
\$46,40	
\$14,91	
\$16.097,39	\$16.097,39
MATERIA PRIMA	
DEBE	HABER
\$151.302,42	\$151.302,42
\$0,00	\$0,00
COSTO DE VENTAS	
DEBE	HABER
\$151.302,42	

IRF RETENIDO POR PAGAR	
DEBE	HABER
	\$1.513,02
	\$10,88
	\$1.987,88
	\$34,17
	\$118,03
	\$1,59
	\$8,28
	\$434,85
\$4.108,70	\$4.108,70
EQUIPO DE COMPUTO (OFICINA)	
DEBE	HABER
\$794,64	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DEBE	HABER
\$3.599,00	
IVA - VENTAS	
DEBE	HABER
\$48.196,36	\$48.196,36
\$0,00	\$0,00
GASTO ARRIENDO	
DEBE	HABER
\$24.848,53	

CAPITAL SOCIAL	
DEBE	HABER
	\$10.000,00
DOCUMENTOS X PAGAR LP	
DEBE	HABER
\$8.751,13	\$29.471,22
	\$20.720,09
EQUIPO DE COMPUTO	
DEBE	HABER
\$1.231,25	
EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES	
DEBE	HABER
\$38.046,28	
\$1.087,96	
\$39.134,24	
EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES (OFICINA)	
DEBE	HABER
\$517,29	
GASTOS GUARDIANÍA	
DEBE	HABER
\$11.803,05	

DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTO - OFICINA		GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES		GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
	\$1.231,25		\$794,64	\$3.913,42		\$51,73	
DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA		AMORTIZACIÓN ACUMULADA GASTOS DE CONSTITUCIÓN		GASTO AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
	\$11.206,95		\$155,19		\$2.159,40	\$719,80	
	\$3.913,42		\$51,73		\$719,80		
	\$15.120,37		\$206,91		\$2.879,20		
GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		GASTOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN		GASTO MANTENIMIENTO LOCAL		GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$76.048,43		\$3.416,67		\$414,14		\$13.224,75	
GASTO IMPRESIÓN MENÚS		GASTOS GENERALES		GASTOS ASEO Y LIMPIEZA		GASTOS GENERALES OFICINA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$158,63		\$2.405,48		\$20.985,92		\$386,64	
GASTO HONORARIOS PROFESIONALES		GASTO IMPUESTO DE PATENTE		GASTO IMPUESTO 1.5 POR MIL SOBRE ACTIVOS TOTALES		GASTO CONTRIBUCIÓN 1 POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$4.348,49		\$1.048,22		\$145,32		\$27,20	
GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA		GASTOS POR INTERESES		IMPUESTO A LA RENTA		PARTICIPACIONES	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$124,24		\$2.860,59		\$15.596,30		\$12.510,40	
DIVIDENDOS		UTILIDADES RETENIDAS					
DEBE	HABER	DEBE	HABER				
\$16.588,79			\$57.411,13				

AÑO 5

BANCOS		IVA - COMPRAS		IRF RETENIDO POR PAGAR		CAPITAL SOCIAL	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$101.794,35	\$179.706,81	\$8.930,95			\$1.725,01		\$10.000,00
\$512.858,16	\$1.270,94	\$137,40			\$11,45		
	\$86.181,16	\$3.138,12			\$2.092,08		
	\$27.197,08	\$431,49			\$35,96		
	\$3.991,30	\$1.490,61			\$124,22		
	\$13.788,13	\$20,03			\$1,67		
	\$185,31	\$131,45			\$8,72		
	\$2.886,78	\$41,86			\$457,64		
	\$25.520,35	\$2.734,32		\$4.456,75	\$4.456,75		
	\$479,44	\$52,30		EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES (OFICINA)		DOCUMENTOS X PAGAR LP	
	\$13.917,96	\$549,17		DEBE	HABER	DEBE	HABER
	\$4.667,96	\$48,83		\$9.783,17	\$20.720,09		
	\$455,74	\$15,69			\$10.936,92		
	\$2.036,95	\$17.722,24	\$17.722,24			EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES	
	\$146,45	\$0,00	\$0,00	GASTOS DE CONSTITUCIÓN		DEBE	HABER
	\$1.828,55	IVA - VENTAS		DEBE	HABER	\$39.134,24	
	\$55.336,60	DEBE	HABER	\$3.599,00		\$1.144,99	
	\$9.783,17	\$54.949,09	\$54.949,09	GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$40.279,23	
	\$4.456,75	\$0,00	\$0,00	DEBE	HABER	MATERIA PRIMA	
	\$37.226,85			\$3.599,00		DEBE	HABER
\$614.652,51	\$471.064,27			GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$172.500,86	\$172.500,86
\$143.588,24				DEBE	HABER	\$0,00	\$0,00
				VENTAS		COSTO DE VENTAS	
				DEBE	HABER	DEBE	HABER
					\$54.949,09	\$172.500,86	

DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA		AMORTIZACIÓN ACUMULADA GASTOS DE CONSTITUCIÓN		GASTO ARRIENDO	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
	\$15.120,37		\$206,91		\$2.879,20	\$26.151,03	
	\$4.027,92		\$51,73		\$719,80		
	\$19.148,30		\$258,64		\$3.599,00		
GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES		GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA		GASTO AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN		GASTOS GUARDIANÍA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$4.027,92		\$51,73		\$719,80		\$12.421,74	
GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		GASTOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN		GASTO IMPRESIÓN MENÚS		GASTOS GENERALES	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$86.181,16		\$3.595,77		\$166,95		\$2.713,47	
GASTO MANTENIMIENTO LOCAL		GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		GASTO HONORARIOS PROFESIONALES		GASTOS GENERALES OFICINA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$435,85		\$13.917,96		\$4.576,43		\$406,91	
GASTO IMPUESTO DE PATENTE		GASTO IMPUESTO 1.5 POR MIL SOBRE ACTIVOS TOTALES		GASTO CONTRIBUCIÓN 1 POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS		GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$1.822,37		\$190,26		\$24,32		\$130,76	
GASTOS POR INTERESES		IMPUESTO A LA RENTA		GASTOS ASEO Y LIMPIEZA		PARTICIPACIONES	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$1.828,55		\$19.309,47		\$22.786,03		\$15.488,88	
DIVIDENDOS		UTILIDADES RETENIDAS					
DEBE	HABER	DEBE	HABER				
\$20.538,25			\$96.118,30				

AÑO 6

BANCOS		IVA - COMPRAS		IRF RETENIDO POR PAGAR		CAPITAL SOCIAL	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$143.588,24	\$203.854,10	\$10.131,03			\$1.956,80		\$10.000,00
\$581.769,54	\$1.338,72	\$144,73			\$12,06		
	\$91.185,85	\$3.305,48			\$2.203,65		
	\$28.647,46	\$454,50			\$37,88		
	\$4.204,15	\$1.570,10			\$130,84		
	\$14.523,43	\$21,10			\$1,76		
	\$195,19	\$149,11			\$9,18		
	\$3.242,98	\$44,09			\$482,05		
	\$26.253,18	\$2.812,84		\$4.834,22	\$4.834,22		
	\$505,00	\$55,09		\$0,00	\$0,00		
	\$14.660,19	\$578,46					
	\$4.916,90	\$51,43					
	\$480,04	\$16,53					
	\$3.049,67	\$19.334,50	\$19.334,50				
	\$154,26	\$0,00	\$0,00				
	\$674,80						
	\$71.305,37	DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA		DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES			
	\$10.936,92	DEBE	HABER	DEBE	HABER		
	\$4.834,22		\$258,64		\$19.148,30		
	\$42.997,95		\$51,73		\$4.148,53		
\$725.357,78	\$527.960,39		\$310,37		\$23.296,82		
\$197.397,39							
DOCUMENTOS X PAGAR LP		EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES		EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES (OFICINA)		IVA - VENTAS	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$10.936,92	\$10.936,92	\$40.279,23		\$517,29		\$62.332,45	\$62.332,45
\$0,00	\$0,00	\$1.206,05		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		\$41.485,28					

VENTAS		COSTO DE VENTAS		GASTO ARRIENDO		GASTOS GUARDIANÍA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
	\$519,437.09	\$195,679.87		\$27,545.63		\$13,084.17	
GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES - OFICINA		GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		GASTOS PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN		GASTO MANTENIMIENTO LOCAL	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$51,73		\$91,185,85		\$3,787,52		\$459,09	
GASTO IMPRESIÓN MENÚS		GASTOS GENERALES		GASTOS ASEO Y LIMPIEZA		PARTICIPACIONES	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$175,85		\$3,049,77		\$23,440,34		\$19,958,59	
GASTO SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		GASTO HONORARIOS PROFESIONALES		GASTOS GENERALES OFICINA		GASTO IMPUESTO DE PATENTE	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$14,660,19		\$4,820,49		\$428,61		\$2,780,82	
GASTO IMPUESTO 1.5 POR MIL SOBRE ACTIVOS TOTALES		GASTO CONTRIBUCIÓN 1 POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS		GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA		DIVIDENDOS	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
\$247,47		\$21,39		\$137,73		\$26,465,08	
GASTOS POR INTERESES		IMPUESTO A LA RENTA					
DEBE	HABER	DEBE	HABER				
\$674,80		\$24,881,70					

Anexo G
Diseño de la carta



JUGOS

Jugo de naranja.....	\$2,20
Jugo de frutilla.....	\$2,20
Jugo de mora.....	\$2,20
Jugo de frutilla & naranja.....	\$2,50

Todos los precios incluyen IVA

Espresso.....	\$1,25
Americano.....	\$1,50
Cappuccino.....	\$2,50
Moccacino.....	\$2,75
Chocolate caliente.....	\$3,00

Elaborados con café gourmet y chocolate con 70% de cacao

BEBIDAS CON CAFÉ Y CACAO ECUATORIANO!

DESAYUNOS

Desayuno Cacao.....\$6,00

Chocolate caliente, pancakes con salsa de chocolate, miel de maple, arrope de mora y crema chantilly, jugo de naranja y una porción de frutillas y kiwi

Desayuno Café.....\$6,50

Cappuccino, sánduche caliente de pavo, queso cheddar y holandés con champiñones, jugo de naranja y una porción de frutillas y kiwi

POSTRES

Brownie de chocolate y nuez.....\$3,00

Chocolate con 70% de cacao ecuatoriano

Tiramisú.....\$2,75

Combinación perfecta de café y cacao ecuatoriano

Coulant de chocolate.....\$2,75

Chocolate con 70% de cacao ecuatoriano

Fondue de chocolate.....\$3,00

Chocolate con 70% de cacao ecuatoriano acompañado de frutillas, plátano, uvas, uvillas y marmelos

Pancakes.....\$3,50

Con salsa de chocolate, miel de maple , arrope de mora y crema chantilly

SÁNDUCHES

Sánduche frío.....\$4,00

Pernil, jamón ahumado y queso holandés acompañados con lechuga, tomate y aceitunas

Sánduche caliente\$3,50

Quesos cheddar y holandés con pavo acompañado con champiñones y un poco de albahaca

PICADITAS

Picadita de quesos y jamones.....\$3,50

Quesos holandés, cheddar y con hierbas, salami ahumado, jamón con pimienta y jamón de pollo

Empanadas.....\$3,50

Empanadas de verde y morocho