



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

CERVANTES CON AROMA A CAFÉ, BIBLIOCAFETERÍA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Licenciada en Gastronomía

Profesor Guía:
Hernán Dávila

Autora:
María Camila Moreano Cisneros

Año
2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Hernán Dávila

Tecnólogo de Empresas Turísticas y Hoteleras

C.I.: 170686531-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

María Camila Moreano Cisneros

C.I.: 171976326-8

DEDICATORIA

A mi mejor amiga y madre, nunca será suficiente el tiempo para agradecerle.

A mi familia, por su apoyo y exigencia

AGRADECIMIENTOS

A mis amigos y novio, que han llenado de recuerdos y alegrías esta época de mi vida.

RESUMEN

El plan de tesis tuvo la iniciativa de combinar dos pasiones personales: la gastronomía y la literatura. Sobre esta base se ha desarrollado el proyecto de titulación con la investigación y análisis necesarios para implementar el negocio de “biblio-cafetería”.

El objetivo de la tesis es examinar la factibilidad de implementar este tipo de negocio en la zona “La Mariscal”, determinar el mercado al cual debe dirigirse, la inversión necesaria para poner en marcha el negocio y analizar el tiempo de retorno de la inversión.

Con las herramientas adquiridas durante estos cuatro años, en los campos de marketing, contabilidad, gastronomía, entre otros; se ha realizado la investigación de campo, extrayendo información desde las fuentes directas como son los proveedores, locales comerciales y el mercado. Para finalmente realizar el análisis que llevaron a la conclusión de que el proyecto es factible y viable.

ABSTRACT

The thesis plan began with the intention of combining two personal passions: gastronomy and literature. On this basis I developed the research and analysis needed to implement a library-café business.

The goal of the thesis is to examine the feasibility of setting up this type of business in La Mariscal, to determine the market to which it may be addressed and the investment needed to start the business, and to analyze the time needed to get back the investment.

With the tools that I have acquired throughout these four years, such as a marketing plan, accounting, gastronomy, among others, I did field research, extracting information from direct sources such as suppliers, shops and market. I analyzed all the information and at the end I could conclude that this project is viable and profitable.

ÍNDICE

1	CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1	JUSTIFICACIÓN	1
1.2	CONCEPTO	2
1.3	RESEÑA HISTÓRICA	3
1.3.1	Historia del Cacao	3
1.3.2	Historia del Café	7
1.3.3	Historia de la biblioteca	8
1.3.4	Historia de la Heladería	9
1.4	HIPÓTESIS	9
2	CAPITULO II: PLAN DE MARKETING	11
2.1	MISIÓN	11
2.2	VISIÓN	11
2.3	OBJETIVO	11
2.3.1	Objetivo Financiero	11
2.3.2	Objetivo Administrativo	12
2.3.3	Objetivos de Marketing	12
2.3.4	Objetivo Social	12
2.4	SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	12
2.4.1	Macroambiente	12
2.4.2	Microambiente	14
2.4.3	Encuesta	15
2.4.4	Tabulación	19
2.4.5	FODA	26
2.5	SEGMENTO DE MERCADO	28
2.6	ESTRATEGIA	28
2.7	POLÍTICAS	29
2.8	PRECIO	30
3	CAPÍTULO III: ADMINISTRACIÓN	33
3.1	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	33
3.2	ORGANIGRAMA DE PUESTOS Y EFECTIVOS DE PERSONAL	33
3.3	DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO	33
3.4	DESCRIPCIÓN DE UNIFORME	36
3.5	IMAGEN CORPORATIVA	37
3.6	PERMISOS Y ASESORAMIENTO LEGAL	41
4	CAPÍTULO IV: PRODUCTOS I	45
4.1	PANADERÍA	45
4.2	PASTELERÍA	45

4.3	DELICATESSEN	45
4.4	HELADERÍA	46
4.5	BEBIDAS A BASE DE CAFÉ	46
4.6	BIBLIOTECA	46
4.7	DISEÑO DEL MENÚ	46
5	CAPÍTULO V: ARQUITECTURA	48
5.1	PLANO ARQUITECTÓNICO	48
5.2	DECORACIÓN	49
6	CAPÍTULO VI: FINANCIERO	51
6.1	CAPACIDAD MÁXIMA	51
6.2	ROL DE PAGOS	51
6.3	PRESUPUESTO DE GASTOS.....	53
6.4	PRESUPUESTO DE CAPITAL.....	58
6.5	PROYECCIÓN DE VENTAS - SEMANA TÍPICA	59
6.6	DETALLE DE LA PROYECCIÓN OPERATIVA ANUAL.....	60
6.7	PUNTO DE EQUILIBRIO - VENTAS Y FLUJO DE FONDOS	61
6.8	ANÁLISIS	62
7	CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
	Referencias	66
	Anexos	68

1 CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

El desarrollo investigativo del proyecto “Cervantes con aroma a café” determina que existe un nicho de mercado al cual atacar. Este vacío en el mercado se encuentra en una clase social media alta y alta, la cual trabaja, estudia o vive en el sector de La Mariscal. El segmento desea consumir productos con alta calidad teniendo un servicio extra de biblioteca.

Para atacar al segmento se usarán estrategias activas: cuñas de radio, publicidad en revista, atención personalizada al cliente y el boca a boca mediante catas de café, inauguración, entre otros.

Para el desarrollo del negocio, el encargado de la administración será el Chef propietario quien encabezará el negocio. Este se encargará de los empleados, la coordinación, supervisión de contabilidad, creación de productos, estudio constante de los cambios del mercado, análisis constante financiero, convenios y promociones. El Chef delegará funciones a los demás empleados.

Para la apertura del negocio se tiene que hacer una inversión en todos los equipos necesarios. Con la proyección dada en el presupuesto de venta se concluye que existe un retorno de la inversión.

1.1 JUSTIFICACIÓN

La falta de espacios destinados a la interacción de actividades culturales que la ciudad de Quito ha ido perdiendo poco a poco en su crecimiento como una ciudad Metrópoli, sumando a esto a la inclinación de manera personal por la cocina y la literatura, existe el interés de crear una cafetería temática la cual podría ser considerada como una “Biblio-Cafetería” en la cual se promueva la cultura gastronómica partiendo de un concepto de fusionar varias especialidades culinarias y el mundo de la literatura al mismo tiempo.

Dentro de la ciudad de Quito existen algunos locales que fusionan la literatura con la gastronomía como lo fue el Cafélbro y como es Mr. Bagle. La amplia carta de opciones gastronómicas y de libros hará que “Cervantes con aroma a Café” tenga una ventaja competitiva en el mercado de cafeterías. Otra ventaja será la personalización del servicio al cliente, dando énfasis a los gustos que el público desea y creando un ambiente agradable para que se sientan a gusto y deseen regresar. Con estas dos características se explotará un nicho de mercado que ha quedado relegado, ya que las actuales cafeterías no ofrecen una bebida de calidad y su servicio es enfocado en “*fast food*”.

El consumo de bebidas de café ha ido creciendo en la ciudad de Quito con la llegada de “Juan Valdez” y de “McCafé”. Lamentablemente no ofrecen una bebida que sea satisfactoria para paladares exigentes. Por eso un objetivo es el educar al consumidor a tomar bebidas de calidad y apreciar el buen café. La innovación en todos los productos, tanto bebidas, comida como en libros, creará clientes fieles a la marca y atraerá a personas deseosas de nuevas experiencias y sabores.

1.2 CONCEPTO

La propuesta del negocio es fusionar dos elementos de interés únicos, los cuales estarán claramente definidos en el momento de brindar el servicio al consumidor. Partiendo que en la biblioteca se encontrará incrustada una cafetería, la cual se apoyará en dos ejes principales; el primero se basará en la adquisición de libros especializados en varios campos, pero sobretodo que sean libros difíciles de obtener en el Ecuador a fin de que, se brindare un servicio de investigación único en la ciudad y el segundo será la posibilidad de realizar un intercambio de libros, dicho de otra manera se contará con un espacio dedicado para que la gente adquiera determinado libro por otro; esperando que este intercambio sea internacional para así obtener variedad de géneros literarios e idiomas. Aquí el cliente podrá acercarse a las estanterías sin tener la necesidad de un bibliotecario a más de contar con áreas cómodas

para la lectura e investigación, así como la implementación de un espacio asignado para fumadores. La biblioteca se enfocará en satisfacer al cliente universitario, entendiendo que son quienes buscan nuevas opciones de investigación e innovación en sus campos.

La diferencia en el campo gastronómico del mercado existente en Quito, será la variedad e innovación necesaria de los productos para la experiencia deseada. El estudio de mercado demuestra que en Quito existen pastelerías y panaderías posicionadas en el mercado, pero estos mismos locales no tienen la innovación de “Cervantes con aroma a Café”, lo cual no crea ventaja competitiva entre ellos por la similitud de productos sin un sello en particular. Complementando la exclusividad de productos se ofrece la experiencia cultural en el mismo espacio físico. La cafetería se enfocará a un “*target*” más amplio, será dedicado para los amantes de la gastronomía, de una clase media, media alta y alta; que se encuentre entre los 23 y 40 años.

La modalidad de la cafetería será de exhibición a fin de promover las ventas. En su alrededor se ubicarán refrigeradores, mostradores de productos, etc. La separación de ambientes será adecuada entre panadería, pastelería, heladería y delicatessen tanto por los productos ofrecidos, exhibidos así como por su decoración. En el centro habrá mesas para el consumo, y en la parte exterior el área de fumadores, de igual manera con mesas y parasoles.

1.3 RESEÑA HISTÓRICA

1.3.1 Historia del Cacao

Se determinó que los primeros cultivos se encontraron en el Río Orinoco, el bajo Amazonas y parte del Caribe. En 1525 en Trinidad y Tobago se introdujo el cacao criollo para formarse en 1757 en cacao trinitario. El primer nombre del cacao fue Kakawa, paso a ser Cacahua y finalmente Xocoatl, todas significan agua agria. El cacao del Ecuador, único en el mundo, se lo conoce como

“cacao de arriba” por estar situado río arriba del Río Guayas, Babahoyo y Daule. Su sabor y aroma únicos se deben a la radiación perpendicular que recibe del sol por encontrarse en la mitad del mundo.

Época precolombina

Olmeca:

1500-400: México y Guatemala. Son productores de cacao y la civilización madre de Mesoamérica. Evidenciada en México, Honduras en 1100^a.C, también cerca del Río Amazonas y Orinoco.

Tenían la sociedad estructurada jerárquicamente, teocrática, había trueque como comercio, pesca, agricultura. Crearon calendarios, hacían sacrificios de animales y humanos.

Kakawa viene del idioma Mixezoqueana (2500 A.C 1000 D.C)

Mayas

(2000 A.C 1500 D.C) Se situaron en Chiapas, Yucatán, Guatemala, Honduras, Belice. Tenía estados independientes. Su base era la agricultura, comercio, arquitectura. Los códices Mayas guardados en Alemania y Madrid cuentan historias en jeroglíficos, se habla del cacao, guerras entre tribus porque el cacao era factor económico (1 conejo= 10 semillas) y era alimento de Dioses.

Un Dios Maya Kukulcan (serpiente emplumada) dio el cacao después de la creación del hombre. Ekchcah es el Dios del cacao, la guerra y comercio.

Los ritos de las sociedades era regar chocolate sobre los niños. En el matrimonio se entregaban semillas; era alimento de nobles. Tenía uso terapéutico, alivia el cansancio, heridas, resfríos, estimulantes. La manteca se utilizaba como ungüento.

Aztecas

Bebida de nobles y Dioses (Dios Quetzacoatl = serpiente emplumada). La bebida xocoatl, en el idioma Nahuatl, significa amargo y agua, la bebida no era homogénea ya que la grasa se encuentra separada. La semillas también tenían un uso como moneda.

Españoles

Llegaron a América en el 4to viaje de Cristóbal Colón, pero él no se interesó en la bebida ni en la semilla. Hernán Cortez y Bernal Díaz de Castilla, compañeros de viaje, fueron los que se llevaron el cacao a España. Allí xocoatl se le llama al chocolate. En 1667 se escribió en Europa el Libro Chocolate inda, por Antonio Colmenero de Ledesma.

Expansión del cultivo en el mundo

En India y Ceylan había una producción fuerte de té, allí llegó el cacao Criollo de Venezuela. En Madagascar y el este de África también se sembró el cacao Criollo del estado Para, de Brasil. En 1879 en el Oeste de África: Nigeria, Togo, Costa de Marfil; en Tazmania, Camerún y Ghana se sembró cacao fino.

Historia en el Ecuador

En 1564 se realiza la fundación de Quito y prontamente Guayaquil y Riobamba. Quito era el centro económico del siglo XVI por la agricultura, ganadería y textil. En el siglo XVII comenzó la decadencia de Quito porque Inglaterra comienza a producir textil. Francisco de Pizarro fundo en 4 etapas la ciudad de Guayaquil por la lucha contra los Huancavilcas, la humedad y el calor (fuente de enfermedades). En 1541 se incendió el cerro Santa Ana.

El Ecuador, aún como colonia, se vincula al comercio internacional en el siglo XVIII con las leyes de 1770 que bajaron los aranceles. En el Guayas, durante

las reformas Borbónicas, comienza a expandirse y dinamizarse, se comercializaba con Francia y Alemania directamente.

El primer boom cacaotero fue desde 1760 hasta 1820 en Los Ríos y Guayas con el original cacao de Arriba. La estructura de los productores era de pequeños y medianos terrenos, principalmente los terrenos baldíos.

Guayaquil es el puerto principal entre Panamá y Valparaíso y tenía una red fluvial (el Río Guayas) lo cual permitía la salida de productos desde la sierra al exterior. El clima de la zona es cálida, lluviosa húmeda con suelos fértiles y corrientes de agua, perfecto para el cacao. El aumento de la demanda internacional fue decisivo para la pepa de oro. La mano de obra era escasa, había poco control en las plantas y enfermedades, utilizaba el enganche laboral. El cacao llegó a representar el 70% de las exportaciones del Ecuador. El descenso del boom comenzó con la baja de la demanda internacional. Como la estructura era de pequeños productores, ellos no tenían las facilidades para la exportación y no tenía liquidez para reinvertir en los terrenos. La mayor parte de la ganancia tenían los transportadores y exportadores, finalmente a fines del siglo XVII se introduce el cacao Trinitario desde Trinidad y Tobago.

El segundo Boom es desde 1870 hasta 1920 La base de la producción era los terrenos de los oligarcas (Los Gran Cacao). En 1920 se llegó a exportar 50.000 toneladas de cacao. La diferencia fue que los Gran Cacao eran dueños de los terrenos, los transportes, las exportaciones y los bancos del país, dando mayor liquidez al negocio. Los hijos de Los Gran Cacao estudiaban en Francia y traían la influencia al Ecuador, ejemplo de esto es la venida de Eiffel (mini Torre de Eiffel en Vinces, antiguo mercado de Guayaquil diseñado por Eiffel). La zona principal era la de Vinces y Babahoyo. La decadencia del segundo boom fue por: La Gran Guerra (1914-1918), producción masiva de África a costos bajos, introducción de otras variedades (Venezuela) mezclándose con el cacao de arriba desapareciendo el original e introduciendo enfermedades

(escoba de bruja) que no se sabía cómo controlar acabando con las plantaciones.

Actualmente existen plantaciones de cacao fino de aroma, pero no son 100 por ciento puras. En vez de esta especie la CCN 51 ha tomado campo en los cultivos, por su gran rendimiento y resistencia a enfermedades, hay que aclarar que el CCN 51 es un híbrido de laboratorio.

1.3.2 Historia del Café

Alrededor del café se han generado varias historias, como la del ángel Gabriel, el cual da una bebida negra al Profeta para que se cure de su enfermedad. Pero la verdad es que el café es originario de Etiopía, se conoce que un pastor etíope Kaldi ve que sus cabras están excitadas debido a la ingesta de vallas rojas, el café. Kaldi lleva las cerezas a su comunidad donde el jefe decidió hervir las vallas con las hojas, obteniendo una bebida amarga que tiro al fuego, en ese momento las pepas empiezan a desprender un aroma delicioso y desde ese instante se crea la bebida a base de las pepas tostadas.

La pepa comienza a expandir su consumo en el África y Asia. Los judíos prohíben su ingesta ya que el Corán prohíbe cualquier tipo de intoxicación. Los turcos la utilizaban llegando al límite de que la mujer podía pedir el divorcio en caso de que el marido no le de la dosis diaria de café. Los árabes fueron los primeros en determinar las propiedades del café, pero eran muy celosos con esta información y la extracción de la semilla.

En la ruta de las especias los italianos fueron los primeros en llevar el café a Europa. Los turcos solamente vendían el café tostado para que no se pudieran sembrar en ningún otro lado. Mediante un holandés, el cual fue capaz de robarse una planta, se expande su producción.

El café llega a América y el resto del mundo por las colonias existentes de los países europeos. Su consumo se masificó enseguida. Durante su historia de

esparcimiento tiene leyendas interesantes como la del Zar de Rusia, que para comprobar si el café y el té eran tóxicos para los humanos encomendó a dos personas a tomar solamente té y solamente café, eran evaluados por médicos constantemente. Nunca se logró determinar ya que los médicos fueron los primeros en morir, luego el Zar, el tomador de té y finalmente el de café.

Jipijapa se ha caracterizado por ser la zona preponderante en la producción del café en el Ecuador, se conoce que alrededor de 1871 la producción del café era muy baja, pero al mismo tiempo que el cacao subió y se encontraba dentro de las primeras fuentes de ingreso para las familias y para el país.

La cafetería más antigua que se registra es en Constantinopla en el año 1475, ya que este era el centro del mercado del mundo conocido, y todas las culturas interactuaban aquí. Poco a poco el café fue entrando a Europa, teniendo aceptación entre el pueblo, pero creando discordia en la realeza. Ellos alegaban que el café producía una alteración en el comportamiento humano, muchos trataron de prohibirlo, pero fue imposible ya que este estaba muy arraigado a las costumbres. Desde sus inicios la cafetería siempre fue el sitio de reunión para los intelectuales, prueba de esto es la creación de la primera cafetería en Inglaterra en el año de 1652 en la Universidad de Oxford, para el año 1700 ya se contaba con más de mil cafeterías en el Reino Unido. Otra prueba es la cafetería más antigua de Francia: el "Café Procope". Este café era punto de encuentro para los ilustrados, filósofos como Voltaire y Rousseau; se dice que aquí Diderot creó la primera enciclopedia y que Benjamín Franklin desarrolló la Constitución de los Estados Unidos de América. El consumo del café en América comenzó con el cultivo, su total aceptación alcanza en el siglo XVIII, desde entonces la cafetería se ha esparcido a nivel mundial.

1.3.3 Historia de la biblioteca

La biblioteca es una de las bases más antiguas, se registran la conservación de archivos de hace 4 mil años. En sus inicios la información guardada era de

costumbre religiosa, económica y administrativa (época mesopotámica). En la época helenística es donde se desarrollan las bases de lo que es hoy por hoy una biblioteca. Aquí comienzan a aparecer escrituras como libros, que no estén necesariamente ligados a la religión o política. En esta misma época se crea una de las bibliotecas más antiguas que aún se conserva, la Biblioteca de Alejandría. En la edad media existió un retroceso, ya que la iglesia toma poder de los libros y restringe la lectura de los “libros rojos”. En el renacimiento se crea la imprenta y esta permite la difusión de los escritos sea más rápida, logrando llegar a sectores de la población que antes eran negados, gracias a su ideal humanista. La revolución francesa da paso a la accesibilidad de la cultura logrando como objetivo que en el siglo XIX la Iglesia Católica libere sus libros y ponga a disposición del pueblo.

1.3.4 Historia de la Heladería

Si bien se considera a la cafetería Procope como la primera heladería, la base de la receta viene desde china con Marco Polo. Él trae la receta de Chorbet (que luego es transformado a Sorbet en Italia). La unión de Francia e Italia llega la receta a París, es ahí donde se agrega el huevo a la receta. En lo posterior se casa la nieta de Catalina de Medici con un príncipe inglés, llevándola receta a la isla donde se agrega la leche a la receta.

1.4 HIPÓTESIS

Realizar una investigación de campo exhaustiva para determinar la factibilidad de crear un local con el concepto de “biblio- cafetería” en la ciudad de Quito, sector La Mariscal.

La investigación determinará si el negocio es rentable para instaurarlo. Establecer el segmento al cual dirigirse y el precio que este estaría dispuesto a pagar. Se establecerá la mejor forma de promocionar el local dirigido a nuestro mercado meta. El análisis financiero implantará el monto necesario para la

inversión y el punto de equilibrio que debe alcanzar para el correcto funcionamiento del local.

Al final de esta tesis se concluirá si es factible y rentable la creación de “Cervantes con aroma a café”.

2 CAPITULO II: PLAN DE MARKETING

2.1 MISIÓN

Ser una “biblio-cafetería” novedosa en el medio, la cual se preocupa por la experiencia gastronómica y cultural que el cliente obtiene. El bienestar de nuestros empleados es una de nuestras prioridades.

2.2 VISIÓN

Innovar cada 6 meses nuestros productos y mantener una inversión en la adquisición de libros para mantener y aumentar los clientes fieles a nuestros productos y experiencia. Establecerse como un sitio turístico local e internacional.

2.3 OBJETIVO

Desarrollar todos los aspectos necesarios para la investigación, implementación y desarrollo de la biblio-cafetería Cervantes con aroma de café

2.3.1 Objetivo Financiero

- Revisar constantemente la contabilidad para lograr alcanzar el punto de equilibrio necesario mensual.
- Mantener el punto de equilibrio en el primer trimestre; aumentar las ventas en el segundo para así poder ahorrar para pre-cancelar la deuda de inversión inicial.

2.3.2 Objetivo Administrativo

Crear un ambiente agradable de trabajo. Generar un sentimiento de pertenencia por parte de los empleados hacia la organización. Lograr la superación personal de los empleados y que ellos aporten con ideas innovadoras a la empresa.

2.3.3 Objetivos de Marketing

- Educar al consumidor de Quito a tomar bebidas de café de calidad.
- Obtener posiciones en el mercado de un 30 por ciento en el primer año.

2.3.4 Objetivo Social

Apoyar a los proveedores que tengan buenas prácticas de manufactura y sean amigables con el ambiente.

2.4 SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.4.1 Macroambiente

Tanto el ambiente político como económico y social en el Ecuador influyen al negocio, pues las medidas implementadas por el gobierno han aumentado los gastos en cuanto a impuestos y salarios, lo cual debe tomarse en cuenta, por las influencias que podría causar a la industria.

La estabilidad política del Ecuador seguirá durando mientras dure el régimen, es decir que posiblemente 6 años más, después de las elecciones del 2013. La ventaja de esta estabilidad es la continuidad de los proyectos que tiene cada Ministerio, especialmente el Ministerio de Turismo, para temas de restauración y aumento del mercado extranjero. Por otro lado la aceptación del alcalde no es tan alta como la que tiene el presidente, a pesar de pertenecer al mismo

partido político. Por este motivo las ordenanzas y planeaciones municipales podrían frenarse al ser electo un nuevo alcalde en el 2013.

La economía del Ecuador ha ido en crecimiento estos últimos años, gran parte es debido al aumento de contratación pública, lo cual genera empleo e inyecta capital a la economía. Por otro lado la recesión mundial no generó un gran impacto interno y por ende, el país no atravesó por recesión ni crisis económica.

Demográficamente, específicamente la influencia que tiene en Quito, ha incrementado el consumo de bebidas de café debido al ingreso de franquicias como son “Juan Valdez”, “McCafé”, “Sweet & Coffee” y las tradicionales cafeterías de la ciudad. Esto se ha demostrado en la venta de sacos, hace 20 años era de 2 millones de sacos anuales, ahora las ventas ascienden a 500 mil millones y sigue aumentando cada año. Las organizaciones COFENAC y ANECAFE se han empeñado en los últimos 5 años en producir cafés de calidad, mediante capacitaciones directas a los productores; gracias a esto, el café ecuatoriano ha incrementado la participación internacional e inclusive se ha logrado vender ciertos lotes a precios superiores que la bolsa de valores (esto se debe a que la calidad del café supera los 90 puntos en la catación).

El concepto del negocio, Biblio-Cafetería, junta dos gustos culturales. Las exigencias gastronómicas del público quiteño han ido creciendo con los años, esto es debido al fácil acceso de información novedosa de otras partes del mundo, ha obligado a los restaurantes a mantener una innovación de la carta periódicamente.

El uso de libros cada vez es menor, y aún más en las nuevas generaciones, por el crecimiento tecnológico y el comercio virtual de libros e información. Sin embargo, es un producto que nunca desaparecerá del mercado. En el Ecuador sigue siendo difícil encontrar ejemplares especializados que pueda requerir

cierto tipo de profesionales o estudiantes, por lo cual se abre un nicho el cual aún no ha sido explotado.

Análisis del mercado:

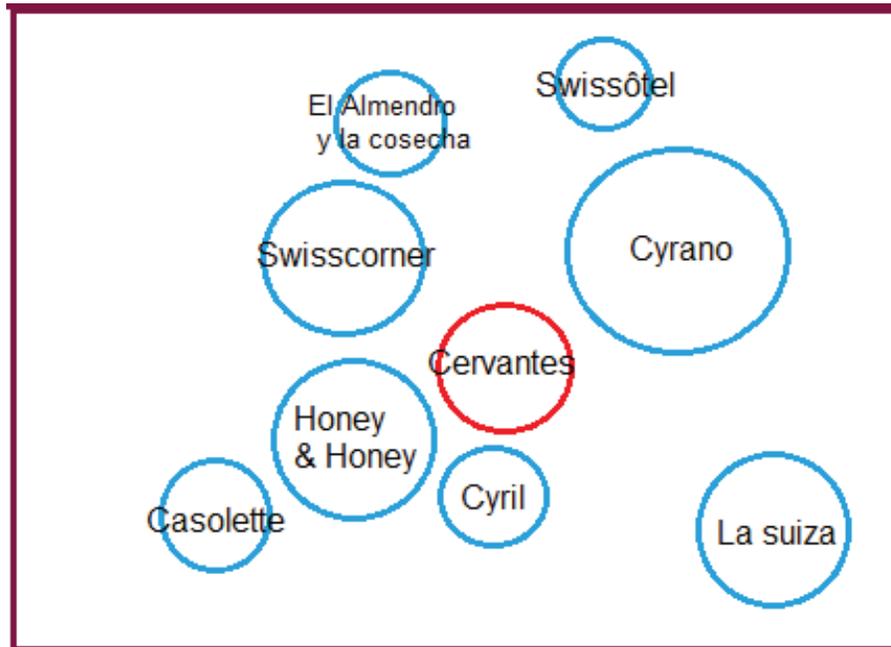


Figura 1: Mapeo de actores

2.4.2 Microambiente

Las características diferenciales de “Cervantes con aroma a café” son la calidad de sus bebidas a base de café, la alta pastelería y panadería, la innovación de sus productos, biblioteca diversa y única y un servicio personalizado al cliente. Acompañado de un ambiente agradable, que permita a la gente sociabilizar, sentarse a leer mientras toma café o realizar investigaciones en la biblioteca.

Para el desarrollo de la alta panadería, pastelería, delicatessen y heladería se tomarán en cuenta las clásicas recetas que hay en gastronomía, las típicas recetas de la cocina ecuatoriana, y la combinación de lo clásico con productos endémicos.

El servicio de la biblioteca se mantendrá en áreas separadas. Este contará con libros especializados en: gastronomía, arquitectura, marketing, política latinoamericana, política internacional, derecho, literatura universal (esta será la única que permita el intercambio de un libro por otro).

2.4.3 Encuesta

Cuestionario del Plan de Tesis: Biblio-Cafetería: Cervantes con aroma a café

Buenos días/buenas tardes, mi nombre es Camila Moreano y soy estudiante de gastronomía de la Universidad de las Américas. El siguiente cuestionario es un estudio de mercado para mi proyecto de titulación. Agradezco de antemano la atención y ayuda brindada para el desarrollo de esta encuesta.

- Sexo:

Femenino _____ Masculino _____

- Usted se encuentra en un rango de edad entre:

Menos de 18 _____ 18 a 24 _____ 25 a 30 _____
31 a 45 _____ 46 a 64 _____ 65 o más _____

- Señale cuál es su actividad actual:

Empleado público _____ Empleado privado _____
Negocio propio _____ Trabajos ocasionales _____
Estudiante _____

- Su rango de ingreso es entre:

Ingresos ocasionales _____ Menos de 292\$ _____
292\$ a 500\$ _____

501\$ a 800\$ _____ 801\$ a 1000\$ _____
 Más de 1000\$ _____

Pregunta 1: en su tiempo libre usted frecuenta cafeterías?

Si _____ No _____

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia acude a cafeterías o lugares donde se ofrezca bebidas de café?

Más de una vez a la semana _____ Una vez a la semana _____
 Una vez cada dos semanas _____ Una vez al mes _____

Pregunta 3: Usted acude a estos lugares con:

Familia _____ Amigos _____ Pareja _____
 Compañeros de trabajo _____ Solo _____

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia usted lee libros o revistas?: (si contesta NUNCA, pase a la pregunta 7).

Mucho _____ A veces _____
 Poco _____ Nada _____

Pregunta 5: Sus sitios preferidos de lectura son:

Casa _____ Cafetería _____ Biblioteca _____
 Parque _____ Bus _____ Oficina _____

Pregunta 6: ¿Qué temas de lectura prefiere usted?

Novela _____ Gastronomía _____ Deportes _____
 Arquitectura _____ Política _____ Economía _____
 Otros: _____

Pregunta 7: ¿Le gustaría tener en su ciudad un lugar que combine el arte culinario con el literario?

Definitivamente SI _____ Seguramente SI _____
 Seguramente NO _____ Definitivamente NO _____
 Indiferente _____

Pregunta 8: ¿Con qué frecuencia acudiría a este local? (Si su respuesta es NUNCA ASISTIRÍA, omite la siguiente pregunta):

Más de una vez a la semana _____ Una vez a la semana _____
 Una vez cada dos semanas _____ Una vez al mes _____
 No asistiría _____

Pregunta 9: Enumere en orden la importancia de los siguientes aspectos para acudir a este tipo de negocio (siendo 1 lo más importante y 4 lo menos importante):

Calidad de comida y bebida _____
 Variedad y calidad de la biblioteca _____
 El ambiente _____
 La ubicación _____

Pregunta 10: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar en cada visita?:

Menos de 5 dólares ___ Entre 5 y 10 dólares ___
 Entre 10 y 15 dólares ___ Más de 20 dólares ___

Agradezco la colaboración brindada.

Para determinar N se toma los datos entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC). Las zonas tomadas para la investigación de mercado son las Z-173, Z-174, Z-175 por la ubicación del local en el barrio Mariscal. El total de la población en el barrio es de 7.185 personas, entre 15 y 64 años hay 5.300, el cual será el universo para la encuesta. El valor de nivel de confianza es del 95% para procurar precisión y se considerará un error del 5%.

Según lo determinado en la segmentación del mercado se conoce que hay 2.838 personas que encajan en el perfil del target objetivo según la ocupación y 2.210 dependiendo la rama de actividad, como el rango de edades es más amplio se lo considera el universo para el cálculo de número de encuestas a realizarse.

Cálculo del tamaño de una muestra

INTRODUZCA EL MARGEN DE ERROR EN LA SIGUIENTE CASILLA

5,0%

INTRODUZCA EL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN EN LA SIGUIENTE CASILLA

5.300

TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA NC 95%=

358

2.4.4 Tabulación

Tabla 1. Tabulación Mujeres

		MUJERES						TOTAL	TOTAL%
EDAD		MENOS 18	DE 18 A 24	DE 25 A 30	DE 31 A 45	DE 46 A 64	DE 65 MÁS		
		7	98	17	37	49		208	
ACTIVIDAD	EMPLEADO PUBLICO	0	0	7	16	22		45	22%
	EMPLEADO PRIVADO	0	11	9	21	27		68	33%
	NEGOCIO PROPIO	0	0	0	0	0		0	0%
	TRABAJOS OCASIONALES	0	0	0	0	0		0	0%
	ESTUDIANTE	7	0	0	0	0		7	3%
RANGO DE INGRESO	INGRESOS OCASIONALES	7	72	0	0	0		79	38%
	MENOS DE \$292	0	0	0	0	0		0	0%
	DE \$292 A \$500	0	9	4	8	11		32	15%
	DE \$501 A \$800	0	0	2	4	5		11	5%
	DE \$801 A \$1000	0	0	6	12	16		34	16%
MÁS DE 1000	0	0	6	12	16		34	16%	
PREGUNTA 1	SI	2	52	11	25	32		122	59%
	NO	5	46	6	12	16		39	41%
PREGUNTA 2	MÁS DE UNA VEZ A LA SEMANA	0	58	4	10	11		83	40%
	UNA VEZ A LA SEMANA	5	0	6	12	16		39	19%
	UNA VEZ CADA DOS SEMANAS	0	40	1	4	6		51	25%
	UNA VEZ AL MES	2	0	6	11	16		34	17%
PREGUNTA 3	FAMILIA	2	32	6	12	16		67	32%
	AMIGOS	7	0	13	29	38		86	42%
	PAREJA	0	17	7	16	22		62	30%
	COMPAÑEROS DE TRABAJOS	0	0	4	8	11		23	11%
	SOLO	0	6	2	4	5		17	8%
PREGUNTA 4	MUCHO	2	40	11	25	32		111	53%
	A VECES	5	44	2	4	7		62	30%
	POCO	0	10	4	8	10		32	15%
	NADA	0	4	0	0	0		4	2%
PREGUNTA 5	CASA	2	0	13	29	38		81	39%
	CAFETERÍA	2	11	2	4	5		24	12%
	BIBLIOTECA	5	0	2	4	5		16	8%
	PARQUE	0	9	0	0	0		9	4%
	OFICINA	0	0	0	0	0		0	0%
	BUS	0	13	2	4	5		24	12%

PREGUNTA 6	NOVELA		7	0	7	16	22		52	25%
	GASTRONOMIA		2	9	4	8	11		34	16%
	DEPORTE		0	0	0	0	0		0	0%
	ARQUITECTURA		0	4	0	0	0		4	2%
	POLITICA		0	0	4	8	11		23	11%
	ECONOMIA		0	6	4	8	11		28	14%
	OTROS		2	0	4	8	11		24	12%
PREGUNTA 7	DEFINITIVAMENTE SI		0	16	6	13	17		52	25%
	SEGURAMENTE SI		5	22	6	12	16		61	29%
	SEGURAMENTE NO		2	47	2	4	5		60	29%
	DEFINITIVAMENTE NO		0	2	0	0	0		2	1%
	INDIFERENTE		0	11	3	8	11		33	16%
PREGUNTA 8	MÁS DE UNA VEZ A LA SEMANA		0	0	6	12	16		34	16%
	UNA VEZ A LA SEMANA		5	26	6	12	16		65	31%
	UNA VEZ CADA DOS SEMANAS		2	0	2	4	5		13	6%
	NO ASISTIRIA		0	0	0	0	0		0	0%
	UNA VEZ AL MES		0	0	4	8	11		23	11%
PREGUNTA 9	CALIDAD DE COMIDA	1	2	41	7	16	22		88	42%
		2	2	17	7	16	22		64	31%
		3	2	27	2	5	5		41	20%
		4	1	13	1	0	0		15	7%
	VARIEDAD Y CALIDAD DE LA BIBLIOTECA	1	0	18	6	12	16		52	25%
		2	2	26	6	12	16		62	30%
		3	3	9	4	8	11		35	17%
		4	2	45	1	5	6		59	28%
	EL AMBIENTE	1	2	54	0	0	0		56	27%
		2	3	20	4	8	11		46	22%
		3	0	20	11	25	33		89	43%
		4	2	4	2	4	5		17	8%
	LA UBICACIÓN	1	3	4	4	8	11		30	15%
2		0	12	0	0	0		12	6%	
3		2	24	0	0	0		26	12%	
4		2	58	13	29	38		140	67%	
PREGUNTA 10	MENOS DE 5 DÓLARES		3	27	1	3	5		39	19%
	ENTRE 5 Y 10 DÓLARES		4	49	6	8	16		83	40%
	ENTRE 10 Y 15 DÓLARES		0	18	6	15	16		55	26%
	MÁS DE 20 DÓLARES		0	4	4	11	12		31	15%

Tabla 2. Tabulación Hombres

		HOMBRES							TOTAL	TOTAL%
EDAD		MENOS 18	DE 18 A 24	DE 25 A 30	DE 31 A 45	DE 46 A 64	DE 65 MAS			
ACTIVIDAD	EMPLEADO PUBLICO	2	78	18	35	13	4	150		
	EMPLEADO PRIVADO	0	0	2	6	3	0	11	7%	
	NEGOCIO PROPIO	0	8	16	29	5	4	62	41%	
	TRABAJOS OCASIONALES	0	2	0	0	5	0	7	5%	
	ESTUDIANTE	0	4	0	0	0	0	4	3%	
RANGO DE INGRESO	INGRESOS OCASIONALES	2	62	0	0	0	0	64	43%	
	MENOS DE \$292	2	55	0	0	0	0	57	38%	
	DE \$292 A \$500	0	10	0	0	0	0	10	7%	
	DE \$501 A \$800	0	8	0	2	2	0	11	8%	
	DE \$801 A \$1000	0	2	0	8	0	2	12	8%	
	MÁS DE 1000	0	0	4	6	5	0	15	10%	
PREGUNTA 1	SI	0	2	14	19	7	2	44	29%	
	NO	2	43	12	21	10	2	88	60%	
PREGUNTA 2	MÁS DE UNA VEZ A LA SEMANA	0	35	6	14	3	2	60	40%	
	UNA VEZ A LA SEMANA	2	21	4	10	3	0	40	27%	
	UNA VEZ CADA DOS SEMANAS	0	12	2	4	3	2	23	15%	
	UNA VEZ AL MES	0	14	0	8	2	0	23	16%	
PREGUNTA 3	FAMILIA	0	31	12	13	5	2	63	42%	
	AMIGOS	0	8	8	10	5	0	30	20%	
	PAREJA	2	60	16	27	10	4	119	80%	
	COMPAÑEROS DE TRABAJOS	0	19	14	14	2	0	48	32%	
	SOLO	0	4	8	8	3	0	23	15%	
PREGUNTA 4	MUCHO	0	22	8	12	5	2	49	32%	
	A VECES	2	29	6	12	7	0	56	37%	
	POCO	0	25	4	10	1	2	42	28%	
	NADA	0	2	0	1	0	0	3	2%	
PREGUNTA 5	CASA	2	51	18	31	10	2	113	76%	
	CAFETERÍA	0	10	2	4	0	0	16	10%	
	BIBLIOTECA	2	18	2	0	0	0	21	14%	
	PARQUE	0	10	0	0	0	0	10	7%	
	OFICINA	0	2	0	10	3	2	17	11%	
	BUS	2	10	0	2	2	0	15	10%	
PREGUNTA 6	NOVELA	0	29	4	6	5	2	46	31%	
	GASTRONOMÍA	0	12	2	10	2	0	25	17%	
	DEPORTE	2	37	8	14	5	2	67	45%	
	ARQUITECTURA	0	2	0	0	0	0	2	1%	
	POLÍTICA	0	10	8	10	7	0	34	23%	
	ECONOMÍA	0	4	2	8	2	0	15	10%	
	OTROS	2	14	8	10	2	2	37	25%	

PREGUNTA 7	DEFINITIVAMENTE SI		2	45	6	21	5	0	79	53%
	SEGURAMENTE SI		0	27	8	2	8	2	47	32%
	SEGURAMENTE NO		0	2	0	2	0	0	4	3%
	DEFINITIVAMENTE NO		0	0	0	2	0	0	2	1%
	INDIFERENTE		0	4	4	8	0	2	18	12%
PREGUNTA 8	MÁS DE UNA VEZ A LA SEMANA		0	22	0	10	5	0	37	25%
	UNA VEZ A LA SEMANA		0	20	6	6	2	0	34	23%
	UNA VEZ CADA DOS SEMANAS		2	11	4	6	1	0	24	16%
	NO ASISTIRÍA		0	2	2	3	0	2	9	6%
	UNA VEZ AL MES		0	23	6	10	5	2	46	31%
PREGUNTA 9	CALIDAD DE COMIDA	1	2	43	14	23	5	2	89	59%
		2	0	29	2	4	7	2	44	29%
		3	0	6	0	8	0	0	14	9%
		4	0	0	2	0	1	0	3	2%
	VARIEDAD Y CALIDAD DE LA BIBLIOTECA	1	0	6	0	6	3	0	15	10%
		2	2	16	0	7	2	2	28	19%
		3	0	27	10	4	8	2	51	34%
		4	0	29	8	18	0	0	55	37%
	EL AMBIENTE	1	0	19	4	4	3	2	33	22%
		2	0	24	12	18	3	0	57	38%
		3	0	28	0	11	3	2	44	30%
		4	2	7	2	2	4	0	17	11%
	LA UBICACIÓN	1	0	10	0	1	2	0	13	9%
		2	0	11	4	6	2	0	23	15%
		3	2	15	8	14	2	0	41	27%
		4	0	42	6	14	7	4	73	49%
PREGUNTA 10	MENOS DE 5 DÓLARES		0	16	0	0	3	2	21	14%
	ENTRE 5 Y 10 DÓLARES		2	44	2	14	3	2	67	45%
	ENTRE 10 Y 15 DÓLARES		0	16	10	16	7	0	49	33%
	MÁS DE 20 DÓLARES		0	2	6	5	0	0	13	9%

Pregunta 1: ¿en su tiempo libre usted frecuenta cafeterías?

Tanto en hombres como en mujeres, la mayoría de las personas (el 60% y 59% respectivamente) utiliza su tiempo libre para acudir a cafeterías, esto quiere decir que estos son lugares predilectos para la distracción de la gente.

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia acude a cafeterías o lugares donde se ofrezca bebidas de café?

Los porcentajes finales en la pregunta dos son inversos. El 42% de los hombres va una vez al mes a una cafetería, por otro lado el 40% de las mujeres acuden más de una vez a la semana. Esto indica que las mujeres son las principales clientes por su frecuencia de visita.

Pregunta 3: Usted acude a estos lugares con:

En esta pregunta se dio la opción a los encuestados de escoger varias opciones, es decir que los porcentajes son irrelevantes. Por otro lado el índice de la opción “Solo” es el más bajo y casi mínimo, se concluye que por cada encuestado generalmente acudirá mínimo con un acompañante.

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia usted lee libros o revistas?: (si contesta NUNCA, pase a la pregunta 7).

El porcentaje más alto que tienen los hombres es “A veces”, en cambio las mujeres tienen “Mucho” como la opción más alta. Otro punto favorable es que la opción “Nunca” tiene los porcentajes muy bajos, tanto en hombres como mujeres. Esto quiere decir que es un resultado muy positivo para el estudio de este proyecto ya que determina que el target es lector frecuente.

Pregunta 5: ¿Sus sitios preferidos de lectura son?

De igual manera en esta pregunta se permitió escoger varias opciones. Lo que se destaca es que en hombres como en mujeres el porcentaje más alto es la opción de “Casa”, seguido por “Biblioteca” y “Cafetería”. Este resultado determina el tipo de ambiente que debe tener el área de lectura, que concuerda con la planificación del local.

Pregunta 6: ¿Qué temas de lectura prefiere usted?

La gente podía escoger varias opciones e incluir temas diferentes a los que constaban en la lista. En conclusión las opciones más escogidas fueron: novela así como deporte y gastronomía, esto determina que hay que hacer énfasis en estos.

Por otro lado los temas extras que la gente mencionó fueron: medicina, fantasía, moralejas, filosofía, psicología, cultura, auto crecimiento, ciencia, sociología, poesía, biografía, aventura, tecnología, derecho, espiritual, noticias, superación, farándula, educación de padres, moda, liderazgo, historia, informática. Estos serán los principales temas a invertir desde el inicio y según se vaya invirtiendo en la biblioteca.

Pregunta 7: ¿Le gustaría tener en su ciudad un lugar que combine el arte culinario con el literario?

Tanto como en hombres y mujeres el porcentaje más alto es “Definitivamente sí” y supera el 50% en ambos casos, lo cual demuestra una apertura de la sociedad para el estilo y temática de “Cervantes con aroma a café”. De igual manera las respuestas negativas tienen porcentajes bajos lo que incentiva al establecimiento del negocio.

Pregunta 8: ¿Con qué frecuencia acudiría a este local? (Si su respuesta es NUNCA ASISTIRÍA, omite la siguiente)

La tabulación de esta pregunta demuestra nuevamente que las mujeres son clientes más frecuentes a cafeterías que los hombres; ellas asistirían una vez cada semana o cada dos semanas mientras que ellos una vez al mes. Otro punto importante es que la inasistencia tiene porcentajes mínimos, tomando en cuenta que de las 358 personas encuestadas solamente 11 no asistirían a este lugar.

Pregunta 9: Enumere en orden la importancia de los siguientes aspectos para acudir a este tipo de negocio (siendo 1 lo más importante y 4 lo menos importante):

Los aspectos que más se destacaron en obtener puntuación de 1 fueron: la calidad de la comida y el ambiente, tanto en hombres y mujeres. Lo cual indica que son los aspectos que más hay que cuidar en complacer al cliente. La calidad de biblioteca y la ubicación son los dos que obtuvieron menos importancia. En cuanto a la ubicación señala que el target del negocio puede ser más amplio que el sector la Mariscal ya que la distancia no es un factor determinante para asistir al local. Sobre la calidad de la biblioteca nos indica que no es un elemento que a la gente le interesa para acudir al local, pero es el factor que complementa el concepto, por ende hay que fortalecerlo para que llegue a ser uno de los principales para acudir a “Cervantes con aroma a café”.

Pregunta 10: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar en cada visita?:

El promedio entre 5 y 10 dólares fue el más escogido, lo cual concuerda con el promedio de venta por persona expuesto en el capítulo financiero (10,19 dólares), algo que se debe tomar en cuenta es que esta opción no supera el 50%. Es seguido por el promedio entre 10 y 15 dólares, lo que indica que el

gasto por persona puede aumentar, esto depende sobre todo en el target entre 25 años en adelante, ellos tienen un gasto más alto.

2.4.5 FODA

Fortalezas:

- Formación académica en el campo gastronómico por parte del gerente propietario.
- Especialización en panadería y pastelería del gerente propietario.
- Inexistencia de la necesidad de la primera inversión para la obtención de los libros de la biblioteca.
- Ubicación estratégica del local, por la gran afluencia de ejecutivos y la existencia de cuatro universidades aledañas.
- Estudio previo (administrativo, marketing y financiero), previa la apertura del local.
- Participar en un mercado de océano azul.

Oportunidades:

- Aumento de la afluencia de turistas a la ciudad por la promoción del Ministerio de Turismo en ferias internacionales. Se calcula el 9% más de extranjeros.
- Quito es la sede de la MITM (*Meetings and Incentive Travel Market Americas*).

- Crédito por parte de la CFN para programas de primer piso.
- Plan de desarrollo urbano del barrio La Mariscal, iluminación, atracción turística, ciclo vías, arborización, equipamientos urbanos, entre otros; por parte del municipio.
- Conservación de casas antiguas en la zona.
- Solo existe una competencia directa que tiene el mismo concepto de pastelería, Cyril Boutique, el resto de locales es indirecta ya que no tienen innovación.

Debilidades:

- Inversión alta para iniciar el negocio.
- Falta de experiencia en la creación de negocio gastronómico.
- Dificultad con el parqueadero para los clientes.
- Participación en el mercado es mínima.

Amenazas:

- Aumento y creación de nuevos impuestos.
- Aumento del precio del gas no subsidiado.
- Aumento de la delincuencia en la ciudad.

- Apertura de nuevos locales de alta repostería, creando una marea roja en el mercado.
- Crecimiento de la demanda de la carrera gastronómica.

2.5 SEGMENTO DE MERCADO

Al mercado que va dirigido la biblio-cafetería son personas entre 21 y 35 años, hombres y mujeres las cuales disfruten de una salida entre amigos o negocios con productos de calidad. Principalmente gente que viva, estudie o trabaje por la zona de La Mariscal. Que sea de una clase social media alta y alta, la cual gaste mínimo 7 dólares por consumo.

Para amas de casa de clase social alta, la cual le guste comprar alta panadería y pastelería de calidad, de igual manera que estudie o trabaje por la zona de La Mariscal.

Para estudiantes y gente que le guste la literatura, que deseen tener como servicio extra la biblioteca con temas exclusivos.

2.6 ESTRATEGIA

- Dado que los quiteños son cada vez más exigentes y por agrado del gerente al probar nuevos productos, la cafetería se crea con este concepto de innovación constante en sus productos. De esta manera se mantiene el interés de los clientes fieles por nuestra marca.
- Capacitación constante al personal, en servicio al cliente, buenas prácticas de manufactura, sobre los nuevos productos, entre otros.
- Mantener actualizado el inventario y el costo de materia prima para un control riguroso de la contabilidad.

- Análisis del balance general mensual para mantener o alcanzar el punto de equilibrio.
- Interactuar con los clientes sobre detalles del café para que de esta manera se culturicen sobre las bebidas de calidad.
- Catas especiales de café: con los clientes que se adentren en este mundo, hacer las catas especializadas con cafés de varias partes del mundo.
- Mantener al cliente informado sobre los nuevos productos de alimentos, bebidas y libros; y promociones mediante e-mails. Cuidando de no incomodar al cliente sino darle un servicio extra.
- Intercambio de cuñas en radios como: JC Radio La Bruja, FM Mundo, Hot 106, entre otras, por órdenes de consumo.
- Buscar la promoción de boca en boca para aumentar la afluencia. Hacer una apertura a gran escala con invitaciones a gente estratégica.
- Convenios con universidades para aceptar pasantes a cambio de publicidad.
- Convenios con revistas, consumo gratuito a cambio de propaganda o entrevista en estas.
- Retroalimentación por parte de los clientes mediante hojas de sugerencias.

2.7 POLÍTICAS

- El personal deberá estar en su área de trabajo a la hora indicada para el ingreso, bien uniformados.

- La primera labor diaria de todo el personal es la limpieza de su área de trabajo.
- Se realizará una limpieza profunda una vez cada 15 días por parte del personal en su área específica de trabajo.
- El personal deberá informar a su jefe directo la necesidad de pedido de los productos con 2 días de anticipación.
- El personal deberá informar cualquier inconformidad, sugerencia o necesidad inmediatamente a la gerencia.
- La discriminación está prohibida en todas sus formas.
- Está prohibido para los empleados la apropiación o consumo de los productos del local, sin contar con previa autorización de su jefe directo.
- Cualquier persona que requiera permiso de trabajo deberá notificarlo con 7 días previos y coordinar un sustituto para el turno correspondiente.
- Todos los empleados tendrán libre el día de su cumpleaños, con opción a no tomarlo o aumentarlo a sus 15 días de vacaciones anuales.

2.8 PRECIO

Considerando que no se tiene ninguna estadística de ventas ni costos en la historia de esta cafetería, por ser un negocio nuevo, se tiene que establecer un precio basado en los porcentajes predeterminados en el área de restauración. Las variables a considerar son los costos fijos, costos variables, porcentaje de utilidad y porcentaje de inversión para la biblioteca.

Los costos fijos van a estar basados en la receta estándar de cada uno de los productos. A partir de esta receta se adicionará los porcentajes respectivos de cada gasto o costo. En base a la receta se elevará el 10% de insumos que tiene poca participación en la receta (como es el caso de la sal, pimienta, azúcar, entre otros) y no son agregados a esta, por ende es el primer porcentaje que se agrega a la receta estándar.

El segundo porcentaje es el gasto administrativo, que involucra: sueldos, papelería, pago del préstamo, arriendo, beneficios de personal, guardianía, entre otros. El 33% será agregado al costo de la receta, que ya incluye el 10%, de un inicio. Pero se tendrá que tomar en cuenta otros aspectos como: número de ocupantes, para poder determinar el personal necesario, realizar un análisis financiero para saber cuál sería el punto de equilibrio con un aproximado de ventas, y en caso de ser necesario, aumentar el porcentaje del costo fijo para alcanzar este equilibrio.

De igual manera, por no tener una estadística previa, no se puede determinar un porcentaje de costos variables. En este caso se utilizara el 20% de los costos de la receta estándar, más el 10 % de insumos mínimos, más el 30% de costos fijos. A diferencia del costo fijo, en el análisis financiero no se podrá aumentar este porcentaje para alcanzar un equilibrio, ya que daríamos oportunidad al mal gasto de los recursos de la cafetería.

El siguiente porcentaje a ser sumado para determinar el precio es el 10% para la inversión de la biblioteca. Este porcentaje es el fondo para la compra de nuevos libros. Según la rotación que exista en la cafetería, podrá determinar si es necesario aumentar el porcentaje, pero inicialmente la innovación de la biblioteca será mínima hasta obtener una estabilidad de ventas mensuales.

Finalmente se agregará el 33% de utilidad a la suma de todos los costos. Como se declara en el objetivo financiero, se establecerá el 13% de esta utilidad para crear un ahorro que permita cancelar la deuda de inversión final más rápido.

Después de determinar con los porcentajes el precio de los productos, el siguiente paso es realizar un análisis con los precios que tienen nuestros competidores. El objetivo de la cafetería es ser competitivo en precios y calidad de producto, y para esto se determina que el precio debe estar en la media de los competidores directos de la cafetería. Se tendrá que analizar la competencia directa por cada producto ya que no todos los locales tienen la misma variedad en cartera de productos que esta cafetería tendrá.

El principal objetivo de este análisis es entrar al mercado con un precio que sea competitivo para el target objetivo. Se tratará de romper el mercado con un precio más barato para capturar cliente en caso de que el precio determinado por los porcentajes permita hacerlo.

3 CAPÍTULO III: ADMINISTRACIÓN

3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

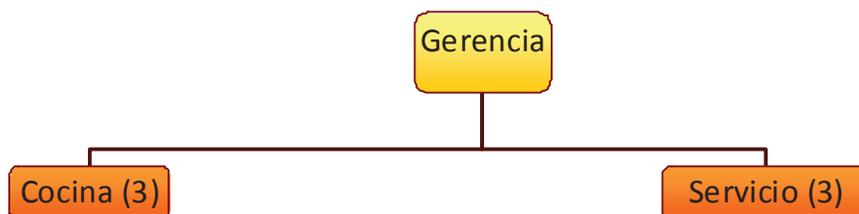


Figura 2. Organigrama Estructural.

3.2 ORGANIGRAMA DE PUESTOS Y EFECTIVOS DE PERSONAL

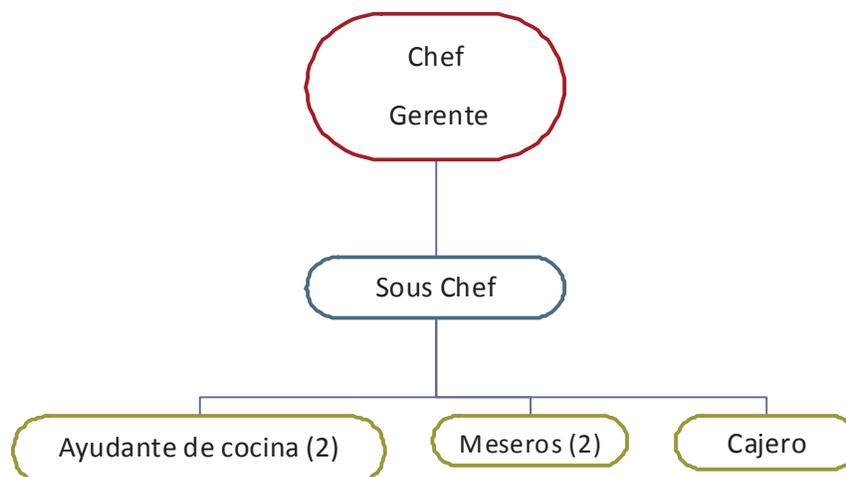


Figura 3. Organigrama de puestos de trabajo y efectivos de personal

3.3 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO

Chef Gerente:

- Administración del local.
- Supervisión de los empleados (cumplimiento del trabajo, uniforme adecuado, horas de llegada y salida, desempeño laboral, interacción con el cliente).

- Creación de nuevos productos.
- Creación de nuevas promociones.
- Contratación de publicidad periódica.
- Monitoreo del mercado y competencia directa.
- Contratación de terceros para el control de la contabilidad.
- Adquisición de nuevos libros.
- Capacitar a los empleados periódicamente.

Sous Chef:

- Control de la bodega (pedidos, registro de ingresos y egresos).
- Control del área y personal de cocina.
- Control de correctas prácticas de manufactura.
- Control de producto en stock (terminado y semi-elaborado).
- Controlar y limpiar del área de cocina (al inicio, durante y final de cada día).
- Control del área de cocina y personal del comedor.
- Control de la limpieza del área del comedor (al inicio, durante y final de cada día).
- Búsqueda e innovación de productos.

Ayudante de cocina:

- Elaboración de pedidos y producción diaria.
- Limpieza del área de cocina.
- Búsqueda de innovación de productos.
- Limpieza de bodegas.
- El personal de cocina deberá llevar un registro de los productos elaborados y semi-elaborados para la planificación diaria de producción.

Meseros:

- Toma y entrega de comandas a cocina y caja.
- Servicio al cliente en el comedor y la librería.
- Limpieza del área del comedor, bodega de menaje y de productos de limpieza.
- Atender a las sugerencias o comentarios que los clientes efectúen.
- Aprenderse los ingredientes de las preparaciones.
- Ofrecer variedad de productos al momento de pedir la comanda.
- Informar sobre los nuevos productos.
- Mantener el uniforme limpio y utilizado correctamente.

Cajero:

- Mantener limpio y bien usado el uniforme.
- Realizar un reporte diario de los ingresos y ventas.
- Rápida atención al cliente.
- Entrega de facturas a los clientes en cada consumo.
- Receptar el dinero de cada mesa y cobrar (mediante efectivo, cheque o tarjeta).

3.4 DESCRIPCIÓN DE UNIFORME**Uniforme de cocina**

El uniforme de cocina se compone de un pantalón calentador raya fina negro, chaqueta clemente blanco con vino, delantal de 100 x 85 cm. negro, gorra safari negra, malla importada lavable, limpión blanco. Todos los ítems previamente enumerados son necesarios y obligatorios al momento de trabajar. El proveedor oficial de uniformes será Chefcity.

Uniforme de servicio

El uniforme de servicio está compuesto por: camisa clásica color vino, delantal de servicio de 75 x 85 cm. color negro con un bolsillo, blue jean. Con excepción del blue jean, todas las prenderas serán compradas por la empresa; se otorgará un juego de uniforme anual por persona.

La camiseta llevará el logotipo en la parte superior izquierda. El delantal de servicio lo llevara en la parte inferior derecha. La chaqueta de cocina tendrá el

logotipo en la parte superior izquierda. El delantal de cocina tendrá el logotipo en la parte superior derecha y el gorro tendrá lo en la mitad. Chefcity brinda el servicio de bordado en los uniformes, los cuales se comprarán con el logo bordado donde se ha descrito previamente.

3.5 IMAGEN CORPORATIVA

Logotipo:

Este logotipo será utilizado en todo documento formal, uniforme, letrero, publicidad gráfico o en cualquier instancia que se utilice el nombre de Cervantes con aroma a café, siendo la identidad de la empresa.



Figura 4. Logotipo.

Significado de Colores y Cromática

La importancia del logo en el impacto que genera al público, sea el target definido o en general, se refleja en la información que transmite del concepto de la empresa y la reacción del público. Tenemos claros ejemplos como el uso

del rojo en los logos de MacDonalD y BurgerKing que transmiten emergencia ocasionando que la gente tenga una estadía corta en el local. Otro ejemplo es el uso del color café en el logo de UPS, demostrando seriedad. La importancia del color ha llegado a ser parte de su slogan "What Brown can do for you?" demostrando la importancia de la interacción entre lo que constituye imagen corporativa (logo y slogan).

Dentro de los colores existen varias teorías según los colores primarios. Al café se lo considera un rojo amarillento oscurecido, tiene la vitalidad del amarillo reducida y en una manera pasiva. Por otro lado se lo considera un color que destaca la sensación vitalidad positiva, sensualidad y perseverancia.

Al rojo se considera un color intenso, eleva el ritmo cardiaco y la respiración. El rojo oscuro evoca fuerza de voluntad, capacidad de liderazgo y añoranza.

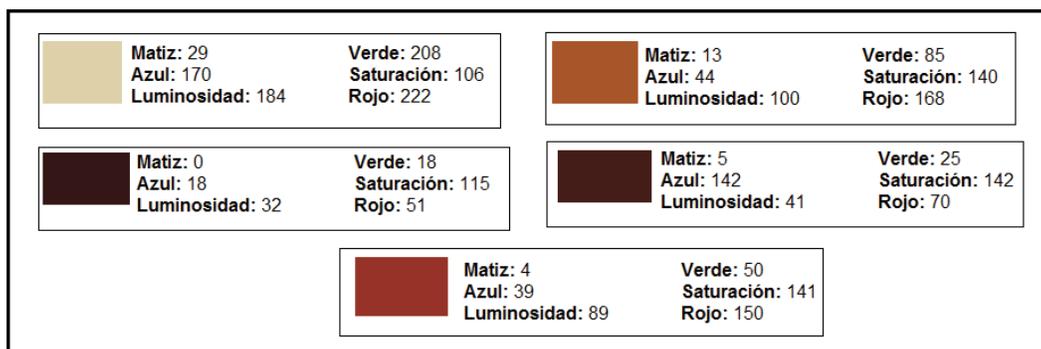


Figura 5. Cromática

Hoja Membretada:

El formato de la hoja será A4, está será utilizada para cualquier documento oficial redactado por la cafetería a cualquier persona o institución.

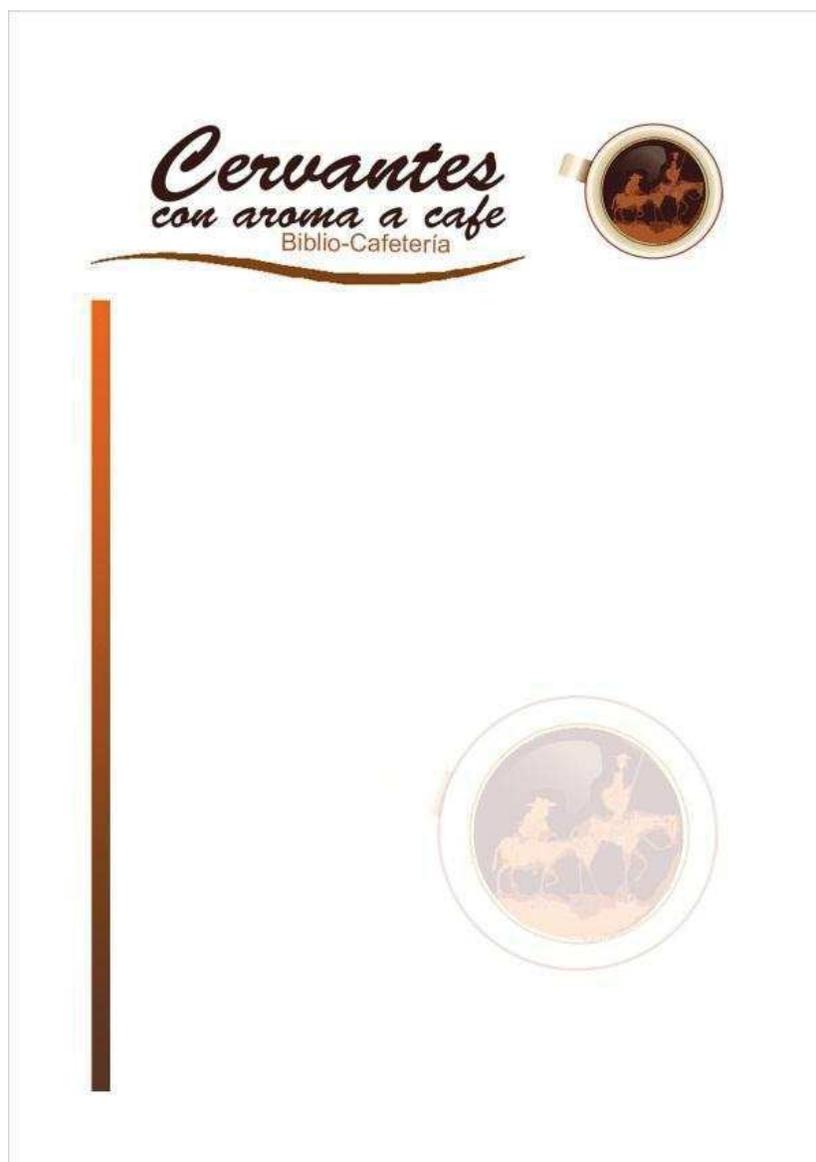


Figura 6. Hoja Membretada

Carpeta de Presentación

La carpeta de presentación se utilizará para transportar las hojas membretadas por parte de cualquier persona o institución que haya solicitado un documento de la empresa. Su tamaño será para hoja A4.



Figura 7. Carpeta

Tarjeta de Presentación

La tarjeta de presentación será utilizada por todos los miembros de la empresa, sin importar su cargo. Cada uno tendrá su tarjeta, como muestra la imagen, con el nombre y cargo dentro de la empresa, es opcional incorporar el número de celular. El tamaño será de 9 x 5,5 centímetros de las tarjetas de presentación.

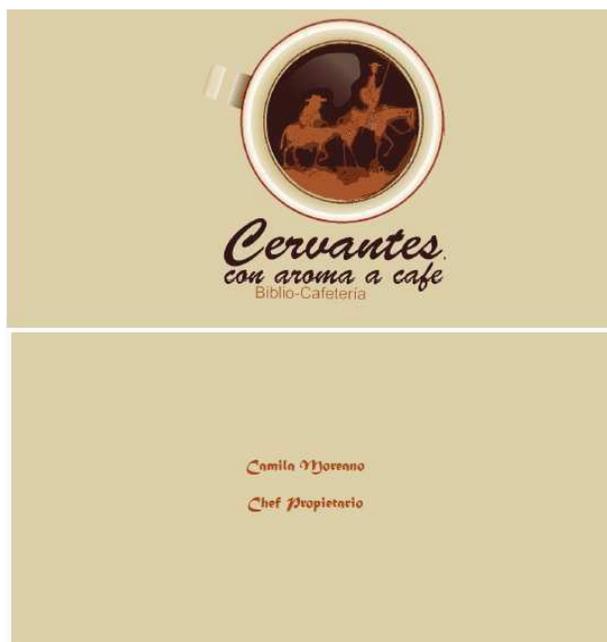


Figura 8. Tarjeta de Presentación

3.6 PERMISOS Y ASESORAMIENTO LEGAL

Para la obtención de todos los permisos necesarios para el funcionamiento de un local de bebidas es necesario seguir los pasos a continuación detallados. La mayoría de los trámites se los puede hacer sin la necesidad de un abogado, pero el uso de este facilita y acorta el tiempo del trámite.

Primero hay que hacer la legalización del Contrato de compraventa, es decir, notarizarlo. Luego registrarlo ante el Registro de la Propiedad. Así como el registro del traspaso del bien al municipio, en este caso de Quito.

El paso siguiente es obtener el RUC para personas jurídicas, este se lo tramita en el Servicio de Rentas Internas (SRI). El trámite es gratuito y se demora alrededor de 30 minutos. Específicamente este es un proceso que se debe hacer personalmente, ya que requiere de firmas del dueño del RUC.

El tercer paso, si bien no es obligatorio, representa un mecanismo de protección de la marca y del negocio, mediante el registro de la marca ante el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Primeramente se hace la búsqueda fonética según la clasificación NIZA, (clasificación internacional para el registro de marcas de productos y servicios), el número internacional de registro, para locales de comida es 43; de esta manera se demuestra que no hay ningún otro negocio con el nombre igual o similar, el trámite tiene un costo de 16 dólares. El siguiente paso es el registro de marca, en el cual se registra nombre, logo, slogan, colores. El trámite dura aproximadamente 8 meses ya que se publica la petición de registro en una gaceta de propiedad intelectual, y se otorgan 30 días para que quien sienta que este registro afecta a su marca registrada o en proceso de registro, presente una oposición sobre la solicitud de la marca. La solicitud de registro tiene un valor de 116 US\$.

En la administración de la zona del sector hay que obtener el informe de regulación metropolitana, este trámite dura 3 días laborales y tiene un costo de 2 dólares. Este informe controla los espacios físicos que tiene el local, el cual debe cumplir ciertos límites de alejamiento de la acera, y la existencia de una garita de guardianía.

La patente municipal se debe obtener de igual manera en la administración de la zona. Se demora en sacar 45 minutos y el costo varía según cada zona. La patente es un certificado por parte del municipio para el funcionamiento del local.

El permiso de funcionamiento del Colegio de Bomberos tiene que ser de tipo C. Primeramente hay que solicitar la inspección del local. Para poder pasar esta

inspección se debe tener: el visto bueno de los planos, permiso de ocupación, permiso de gas centralizado y el permiso ocasional de funcionamiento. Con el visto bueno se entrega el permiso. El trámite dura 17 días y tiene un costo de un dólar.

El permiso de funcionamiento de suelo de igual manera es otorgado por la administración de la zona, el cual dura 30 días y tiene un costo de 1.85. Este permiso indica que los previos del local son aptos para el tipo de negocio que se quiere instaurar.

El certificado de registro turístico y la licencia única anual de funcionamiento es elaborado por la Empresa Municipal Quito Turismo (EMQT). El tiempo que se demora en sacar son 15 días y 15 minutos respectivamente. Su costo varía según el tipo de establecimiento. Son los registros que lleva el Ministerio de Turismo para el catastro y el control de estos.

El permiso sanitario es dado por la Dirección Provincial de Salud, el trámite dura 20 días laborales y su costo de igual manera depende del tipo de establecimiento.

El permiso de medio ambiente es otorgado por la secretaría de ambiente, se demora en obtener un día y su costo es de 43.60 dólares. El fin de este permiso es la preservación del medio ambiente y por lo tanto este negocio no debe ser perjudicial para el entorno y la salud de las personas.

El Permiso para la instalación de publicidad Exterior es dado por la administración de la zona, se demora 15 días en ser dado y su costo depende de la zona que se encuentre el establecimiento.

El certificado de derechos patrimoniales de autor de las obras es otorgado por la Sociedad de Autores del Ecuador (SAYCE), se demora 15 minutos y su costo varía según la zona en que se encuentre.

El certificado de derecho de producción y reproducción de fonogramas es otorgado por la Sociedad de Productores de Fonogramas (SOPROFON), se demora 15 minutos en sacar y su costo varía de igual manera según la localización del local.

4 CAPÍTULO IV: PRODUCTOS I

4.1 PANADERÍA

Se combinara la panadería clásica con la nacional. La elaboración de panes clásicos como el cruasanes o el pan brioche, manteniendo la técnica de estos y de igual manera creando nuevos productos a partir de estos como: cruasanes de almendras, brioche relleno de frutos secos.

Las recetas nacionales mantendrán su tradición, como por ejemplo la humita será elaborada solamente con choclo tierno sin harina, de esta manera también se asegura la buena calidad del producto. La combinación de productos autóctonos en recetas clásicas será la base para la elaboración de nuevos productos.

4.2 PASTELERÍA

De igual manera la pastelería clásica mantendrá una alta calidad en los productos. Se elaborará recetas de todas las partes del mundo y de igual forma se buscará combinarlos con los productos endémicos.

La pastelería nacional se desarrollará con sus recetas originales. La presentación de esta será modernizada para que tenga más atractivo frente al cliente, sobre todo los extranjeros.

4.3 DELICATESSEN

El objetivo de desarrollar el delicatesen es la creación de nuevos productos que no existen en el mercado como por ejemplo: ravioles llenos de queso de hoja, queso fresco de azafrán o de cerveza. Siempre ir innovando y experimentando con nuevas opciones para el público. Dependiendo de la acogida que tengan los productos se los mantendrá en la lista de venta.

4.4 HELADERÍA

La heladería mantendrá pocos productos clásicos como: helado de vainilla, chocolate, ron pasas. Se enfatizará en la elaboración de helados a base de frutas y helados experimentales como es el de Zhumir Sandía.

4.5 BEBIDAS A BASE DE CAFÉ

Las bebidas a base de café clásicas, como son el espresso, cappuccino, macacino, café latte, se mantendrán con su receta original lo indica. Para la creación de nuevas bebidas se utilizará diferentes siropes, licores o productos o frutas endémicas. Las bebidas de creación que tengan mayor éxito pasarán a ser parte constante de nuestra carta de bebidas calientes.

4.6 BIBLIOTECA

La biblioteca tendrá varias áreas divididas según los temas. En un inicio las divisiones serán:

Literatura Latinoamericana: 30 ejemplares

Literatura Universal: 2 ejemplares

Política latinoamericana: 50 ejemplares

Política internacional: 10 ejemplares

Gastronomía: 10 ejemplares

Arquitectura: 5 ejemplares

Toros: 10 ejemplares.

4.7 DISEÑO DEL MENÚ

El diseño del menú para el servicio a la mesa será impreso en papel Kimberly color abry. Al inicio, ya que la carta es sencilla solo se emplastificará la hoja.

Para la panadería delicatesen y heladería habrá letreros o solamente el producto exhibido, lo cual será determinado con la decoradora y según las disposición de las vitrinas.

5 CAPÍTULO V: ARQUITECTURA

5.1 PLANO ARQUITECTÓNICO

El local comercial que se ha fijado como punto de referencia para el negocio se encuentra en la 12 de Octubre y Lizardo García. Es parte del edificio Mirage, construido por Diego y Carlos Banderas arquitectos. El área total del local comercial es de 152,75 metros cuadrados, dos garajes y una bodega.

Se ha escogido este local como referencia por su ubicación, pero para la implementación del negocio debe ser un local el cual tenga dos pisos para que las áreas de cafetería y biblioteca estén bien definidas y los ambientes no se mezclen; especialmente para la tranquilidad en el área de lectura.

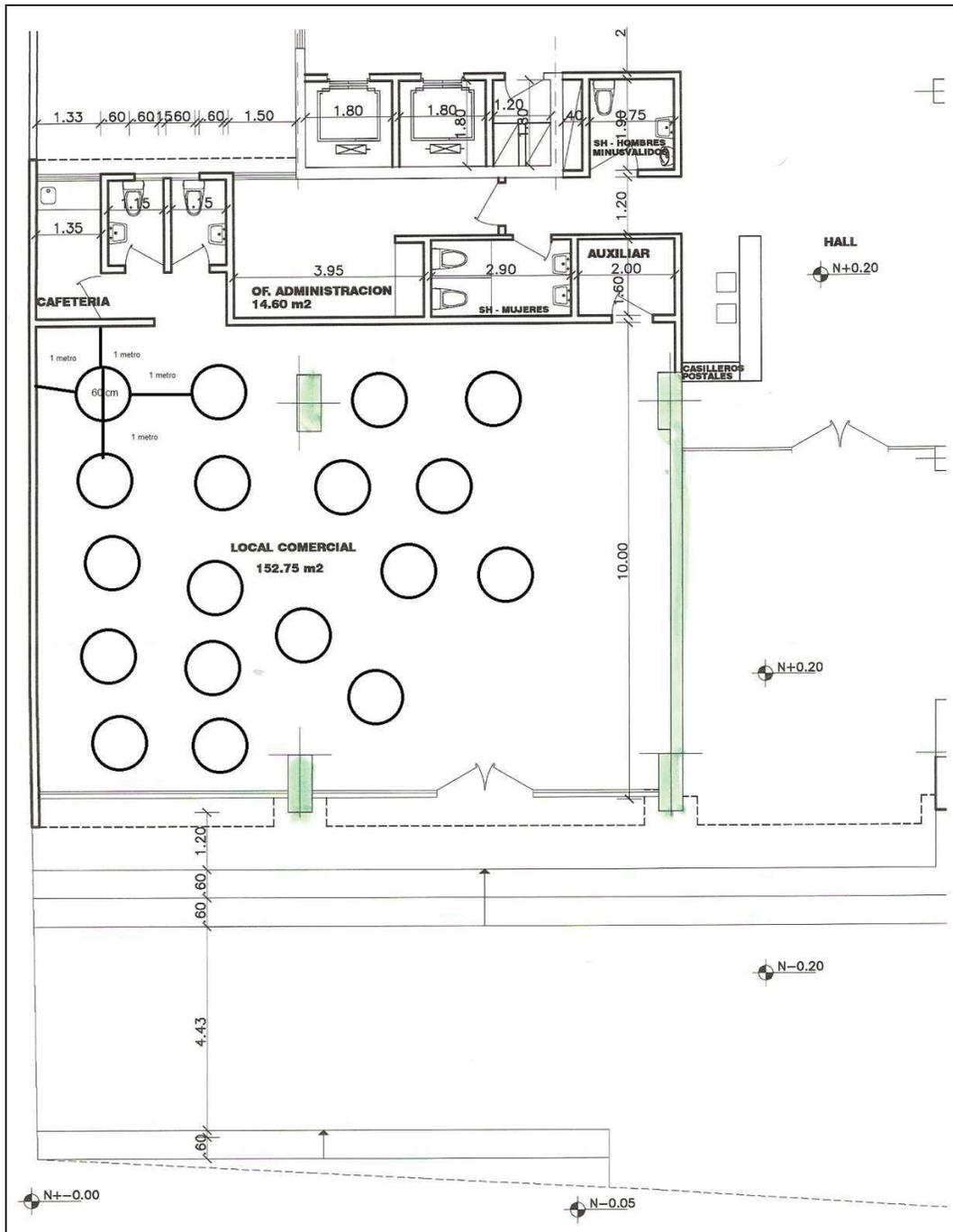


Figura 9. Plano Arquitectónico.

5.2 DECORACIÓN

La decoración se subcontratará. La planificación del proceso de decoración se hará conjuntamente con la empresa a contratarse. Deberá ser una

combinación clásico moderno, con colores acogedores, mesas y sillas cómodas para la estancia prolongada de nuestros clientes. Para la biblioteca debe haber sillones para lectura con lámparas que mejoren la iluminación de estos sillones. El área de cocina será todo el piso y paredes de baldosa blanca, techo falso y todas las instalaciones y equipos de cocina de material de acero inoxidable.

6 CAPÍTULO VI: FINANCIERO

6.1 CAPACIDAD MÁXIMA

Tabla3. Capacidad Máxima

Capacidad Máxima			
# puestos	# turnos	#días	Total
50	2	26	2600

6.2 ROL DE PAGOS

Tabla 4. Rol de pagos

Nombre del Patrono:	Camila Moreano
Nombre del Empleado:	Sous Chef
Periodo de pago:	día/mes/año
Ingresos	
Sueldo	500
% de Servicio	(el total del porcentaje cobrado dividido para todo la gente del servicio)
Bonificación	
Egresos	
Descuentos	
IESS (9,15)	45,75
Total	454,25
Recive Conforme	

Nombre del Patrono:	Camila Moreano
Nombre del Empleado:	Chef
Periodo de pago:	día/mes/año
Ingresos	
Sueldo	1300
% de Servicio	(el total del porcentaje cobrado dividido para todo la gente del servicio)
Bonificación	
Egresos	
Descuentos	
IESS (9,15)	118,95
Total	1181,05
Recive Conforme	

Nombre del Patrono:	Camila Moreano
Nombre del Empleado:	Cocinero
Periodo de pago:	día/mes/año
Ingresos	
Sueldo	300
% de Servicio	(el total del porcentaje cobrado dividido para todo la gente del servicio)
Bonificacion	
Egresos	
Descuentos	
IESS (9,15)	27,45
Total	272,55
Recibe Conforme	

Nombre del Patrono:	Camila Moreano
Nombre del Empleado:	Mesero
Periodo de pago:	día/mes/año
Ingresos	
Sueldo	300
% de Servicio	(el total del porcentaje cobrado dividido para todo la gente del servicio)
Bonificacion	
Egresos	
Descuentos	
IESS (9,15)	27,45
Total	272,55
Recibe Conforme	

Nombre del Patrono:	Camila Moreano
Nombre del Empleado:	Cajero
Periodo de pago:	día/mes/año
Ingresos	
Sueldo	300
% de Servicio	(el total del porcentaje cobrado dividido para todo la gente del servicio)
Bonificacion	
Egresos	
Descuentos	
IESS (9,35)	28,05
Total	271,95
Recibe Conforme	

6.3 PRESUPUESTO DE GASTOS

El presupuesto de gastos está en base al gasto inicial necesario para el funcionamiento del negocio, todos los equipos, menaje, cristalería, entre otros. Los precios expuestos fueron recogidos por proveedores calificados y cada ítem está detallado con sus especificaciones.

Los precios expuestos en la siguiente tabla han sido adquiridos de los proveedores que mantienen precios altos a comparación de su competencia. Para el momento de realizar la compra será necesario hacer de nuevo una investigación de mercado para actualizar precios y buscar la mejor opción de proveedor.

Tabla 4. Presupuesto de Gastos

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Cristalería y Vajilla (Irvix)			
TAZA EN FORMA DE HOJA 6OZ	100	3,16	316,00
PLATO HOJA PARA TAZA WNK 10"	100	5,88	588,00
TENEDOR DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	100	1,39	139,00
CUCHILLO DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	100	2,07	207,00
CUCHARA DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	100	1,39	139,00
CUCHARA DE TÉ ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	100	1,02	102,00
CUCHARA DE EXPRESSO ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	100	1,02	102,00
CUCHARA PARA HELADO ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	100	1,19	119,00
FUENTE 28 X 15CM PORVASAL SERIE GONDOLA	100	24,39	2439,00
PLATO HONDO 21X21 PORVASAL / GONDOLA	100	20,03	2003,00
PLATO 18 X 18CM PORVASAL SERIE GONDOLA	100	13,26	1326,00
BOWL CUADRADO 14*12.5*5CM PORVASAL/GONDOLA	100	14,48	1448,00
MALVA ROSSA TAZA MOKA	100	4,73	473,00
PLATO EXPRESSO 12X12CM PORVASAL/MALVA RO	100	4,43	443,00
VASO BRAVURA 12 1/4 OZ. LIBBEY	100	4,29	429,00
VASO BRAVURA TUMBLER 16 3/4 OZ./LIBBEY	100	4,29	429,00
JARRO IRISH COFFE 8 1/2 OZ / LIBBEY	100	4,60	460,00
COPA Z-STEM MARTINI 7 1/2 OZ/ LIBBEY	100	5,94	594,00
COPA DE VINO VINA 16 OZ / LIBBEY	100	3,77	377,00
COPA DE VINO RESERVE 19¾OZ LIBBEY	100	3,77	377,00
COPA BRANDY EMBASSY 17 1/2 OZ / LIBBEY	100	2,22	222,00
DECANTADORA PASABAHCE 33 1/4 OZ.- CHATEAU	5	30,44	152,20
COPA HELADO PICADILLY 6 5/8 OZ / LIBBEY	100	6,72	672,00
AZUCARERA PARA SOBRES CORONA	5	3,12	15,60
SALERO DE ACERO INOXIDABLE FORTESSA	5	5,16	25,80
PIMENTERO DE ACERO INOXIDABLE FORTESSA	5	5,16	25,80
VINAGRERA DE 12 OZ	5	7,12	35,60
CENICERO DE SEGURIDAD 12 1/2 CM DIAM./LIBBEY	10	3,01	30,10
CUCHARA PARA HELADO 2 1/2OZ	100	4,62	462,00
PLATO CON DIVISIONES 7.25" FLAG WNK	100	7,88	788,00
CHIP AND DIP CORONA	100	5,56	556,00
LECHERA 200cc.	50	3,42	171,00
JARRO DE CERVEZA SCANDINAVIA 12 OZ./LIBBEY	100	4,20	420,00
COPA MARTINI CURVED OMEGA 12 OZ./ LIBBEY	100	8,18	818,00
COPA Z-STEM POCO GRANDE 13 1/2 OZ. LIBBEY	100	7,03	703,00
Total de IRVIX			17607,10

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Uniformes (chefcity)			
Pantalón calentador raya fina negro	4	16,50	66,00
Chaqueta clemente blanco con vino	4	29,00	116,00
Delantal de 100*85 negro	4	9,00	36,00
Gorra safari negra	4	4,00	16,00
Camisa clásica color vino	3	16,50	49,50
Delantal de servicio 75*85 negro con 1 bolsillo	2	8,00	16,00
Malla importada	4	1,50	6,00
Limpión	4	1,75	7,00
Bordado de logotipo	7	1,50	10,50
Digitación de logotipo (primera vez)	1	7,50	7,50
Total de Chefcity			330,50

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Papelería (Soluciones Gráficas)			
Tarjetas de Presentación impresas a full color en cartulina Kimberly	1000		100,00
Hojas Membretadas impresas a full color en papel bond de 75 grs.	1000		120,00
Carpetas impresas a full color en cartulina plegable. 12 plastificadas con bolsillo interno	1000		455,00
Volantes impresos a full color en papel couche de 115 gr tamaño A5	1000		140,00
Individuales impresos a full color en papel periódico mejorado	1000		134,00
Total Soluciones Gráficas			949,00

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Local comercial (Banderas & Banderas arquitectos)			
Local comercial 152,75 m2	1	183300,00	183300,00
Garaje	2	7296,00	14592,00
Bodega	1	5719,00	5719,00
Total de Banderas & Banderas arquitectos			203611,00

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Batería de cocina (Termalimex)			
Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24621/082 12" (30.4 cm.), mango plástico	3	13,66	40,98
Puntilla TRAMONTINA 24626/0833" (7.6 cm.), mango plástico.	3	1,98	5,94
Bandeja CARLISLE 10261-07 fabricada de policarbonato, tamaño 1/3 de 32.39 x 17.78 x 10 cm	20	11,55	231,00
Piedra para afilar UPDATE G-2512 de 30x6.3x4 cm	1	5,07	5,07
Bandeja para hornear ADVANCE 18-8A-26 fabricada de aluminio, calibre 18 de 45.7 x 66,0 cm	20	16,02	320,40
1 Tazón UPDATE U-MB-75 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3/4 Qt.	20	1,21	24,20
Rallador cuatro lados con recogedor WESTMARK 11382270, fabricado en acero inoxidable	2	15,23	30,46
Dispensador de condimentos sin mango HALCO SD3571, fabricado de acero inoxidable de 16 onz	1	4,99	4,99
Pala UPDATE U-AS-12 fabricada en aluminio con capacidad de 12 onzas.	3	2,67	8,01
Dispensador para salsas UPDATE U-SBC-12 fabricado en plástico de 12 onzas, color transparente	3	0,77	2,31
PORCIONADOR DE HELADOS UPDATE U-AD-16, #16, CON MECANISMO AUTOMATICO	2	3,97	7,94
Batidor francés UPDATE U-FW-18 fabricado de acero inoxidable de 45 cm de longitud	2	5,07	10,14
Batidor francés UPDATE U-FW-14 fabricado de acero inoxidable de 35 cm de longitud	2	4,14	8,28
Pinza aislada de utilidad general HALCO 5513RD fabricada de acero inoxidable	2	6,25	12,50
Espumadera SUNNEX 46314SM fabricada en una sola pieza de s/s, de espesor, diámetro 13.5 cm	2	8,46	16,92
Espumadera redonda HALCO RD650, malla fina niquelada de 16.5 cm. de diámetro	2	4,35	8,70
Cuchareta sólida convencional de servicio HALCO 2770 fabricada de acero inoxidable	2	2,24	4,48
Tenedor con gancho HALCO 85949 fabricado de acero inoxidable de 38.1 cm	2	6,22	12,44
Cucharón SUNNEX 4613LA fabricado en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, capacidad 4onz	3	6,40	19,20
Cucharón SUNNEX 4615LA fabricado en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, capacidad 8onz	3	8,70	26,10
Cucharón SUNNEX 4611LA fabricado en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, capacidad 1onz	3	3,09	9,27
Sartén UPDATE U-AFP-08 fabricado en aluminio de 20 cm de diámetro.	3	11,08	33,24
Sartén UPDATE U-AFP-10 fabricado en aluminio de 25 cm de diámetro	3	15,75	47,25
Sartén UPDATE U-AFP-12 fabricado de aluminio de 30 cm de diámetro.	3	21,08	63,24
Licuada WARING Mod. BB180, potencia 3/4 hp. capacidad 44 onz	2	133,16	266,32
Cacerola UPDATE U-ASP-4 fabricada de aluminio de 4-1/2 Qt. de capacidad.	3	18,78	56,34
Espátula para hamburguesas TRAMONTINA 24677/187 7" x 4-1/4" (17.7 x 10.8 cm)	1	8,33	8,33
Espátula tipo cuchara VOLLRATH 52116, hoja termoplástica	2	4,48	8,96
Manga pastelera HALCO NPB10 fabricada de nylon de 33 x 61 cm.	2	11,12	22,24
Rodillo ATECO 19175 de plástico de 51 cm de longitud	2	39,47	78,94

Batidora amasadora industrial THUNDERBIRD ARM-01 de fabricación Taiwanesa, 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	1323,00	1323,00
Basurero CARLISLE 345050-23 de 50 galones de capacidad montado sobre ruedas	2	158,67	317,34
Tabla de picar UPDATE U-CB-1824 fabricada en polietileno de 45.7 x 60.9 x 1.3 cm.	2	25,52	51,04
Tabla de picar UPDATE U-CB-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm	2	11,55	23,10
Bandeja para servicio CARLISLE CT1418-14 fabricada de polipropileno de 45.72 x 35.56 cm	3	5,73	17,19
Plancha freidora tipo counter ANVIL FTA0750, operación a gas a 20.000 BTU. Unidad fabricada de acero inoxidable provista de bandeja recolectora. Dimensiones 78.7 x 44.6 x 24.4 cm	1	619,36	619,36
Trampa de grasa RHINO WWI-GU para montar en fregadero. Incluye 2 cajas de 30 filtros de membrana semipermeable cada una.	1	333,00	333,00
Máquina empacadora al vacío VAC MASTER VP215C dimensión interna de la cámara de vacío de 28 x 39 x 12 cm de altura, ciclo de vacío de 20-35 segundos, especificación eléctrica 120/60/1	1	1661,04	1661,04
Balanza digital YAMATO SPC-2002, capacidad 0 - 100g x 1g / 1000-2000g x 2g	2	269,63	539,26
Grifo flexible de pared ducha FISHER 2210-1WB provisto de mezcladora	1	262,44	262,44
Total de Termalimex			6540,96
Gastos de permisos de apertura y de abogados	1	750,00	750,00
Total de gastos legales			750,00
Centralina de gas	1	180,00	180,00
Total centralina de gas			115,00
Rótulo	1	100	100
Total rótulo			100
Decoración. Por metro cuadrado	153	200,00	30.600,00
Total decoración			30.600,00
Campana modelo FAN con motor incluido	1	651,00	651,00
Cocina industrial de 3 hornilla	1	1327	1327
Horno de convección industrial con vapor	1	3839,99	3839,99
Vitrina expositora VT inox 1000	1	1925,7	1925,7
Armario frio y congelación P cristal	1	3823,89	3823,89
Fregadora industrial 400x400x250, dos lavabos, acero inoxidable	1	750,63	750,63
Mesa de trabajo con estante abajo, acero inoxidable 600x600x850	1	454,57	454,57
Cafetera Ronda automática 2 grupos	1	2242,72	2242,72
Vitrina de helados Bermuda	1	1308,69	1308,69
Total hotelería-online			16324,19
Case mini, procesador Dual core, dd de 500 gb, memoria 2 gb, teclado, mouse	2	390,00	780,00
Monitor 18,5" LG	2	120,00	240,00
Impresora TMU220	1	250,00	250,00
Lector de Banda Magnética	1	55,00	55,00
Cajón de Dinero	1	65,00	65,00
Punto de Software Camila Gourmet	2	900,00	1800,00
Total de El Centro, computadoras y servicios			3190,00
Total de Presupuesto de Gastos			273576,79

6.4 PRESUPUESTO DE CAPITAL

Tabla 5. Presupuesto de Capital. Formato: Mundo

Presupuesto de Capital		TOTAL COSTOS	Detalle
TERRENO Y EDIFICIO		203.611	
EQUIPAMIENTO DE LA COCINA Y BAR		22.865,15	
SERVICIOS PROFESIONALES		32.649	
Arquitectos e Ingenieros			30.600,00
Gastos legales (escrituras, contratos, Notaría)			750,00
Rotulo			100
Contabilidad e Impuestos			250
Diseño gráfico, logos, imagen			949,00
Fondos para cambios, Caja chica			500
DECORACIÓN DE INTERIORES Y EQUIPAMIENTO		20.977	
Cocina y utensillos			17.607,10
Centralina de Gas			180
Software y equipos de computación			3.190,00
GASTOS PRE OPERATIVOS, PRE APERTURA		4.714	
Uniformes			330,50
Inventarios, inauguración			
Alimentos			810,66
Cerveza, licor y vino			200,00
Personal			
Empleados			2.998,05
Beneficios Sociales			374,55
TOTAL COSTO DEL PROYECTO		\$ 284.816	
Costo del proyecto por metro cuadrado		\$1.865	
Costo del proyecto por asiento		\$5.696	

6.5 PROYECCIÓN DE VENTAS - SEMANA TÍPICA

Tabla 6. Proyección de ventas. Formato: Mundo Gourmet

Número de puestos		50		Ventas Diarias por categoría						% de
		Mesas Rotación	Cubiertos	Alimentos	Licores	Cerveza	Vino	Total	Semana	
Lunes	Alimentos	1,5	75	600	0	0	0	600		
	Bebidas	2,0	100	800	0	0	0	800		
	Totales del día			1.400	0	0	0	1.400	14,3%	
Martes	Alimentos	1,5	75	600	0	0	0	600		
	Bebidas	2,0	100	800	0	0	0	800		
	Totales del día			1.400	0	0	0	1.400	14,3%	
Miércoles	Alimentos	1,5	75	600	0	0	0	600		
	Bebidas	2,0	100	800	0	0	0	800		
	Totales del día			1.400	0	0	0	1.400	14,3%	
Jueves	Alimentos	1,5	75	600	0	0	0	600		
	Bebidas	2,0	100	800	0	0	0	800		
	Totales del día			1.400	0	0	0	1.400	14,3%	
Viernes	Alimentos	1,5	75	600	0	0	0	600		
	Bebidas	2,0	100	800	0	0	0	800		
	Totales del día			1.400	0	0	0	1.400	14,3%	
Sábado	Alimentos	1,5	75	600	0	0	0	600		
	Bebidas	2,0	100	800	0	0	0	800		
	Totales del día			1.400	0	0	0	1.400	14,3%	
Domingo	Alimentos	1,5	75	600	0	0	0	600		
	Bebidas	2,0	100	800	0	0	0	800		
	Totales del día			1.400	0	0	0	1.400	14,3%	
TOTAL DE LA SEMANA (Sólo restaurante)		Totales en \$		9.800	0	0	0	9.800		
TOTAL SEMANA - Todas las Ventas		Totales en \$		9.800	0	0	0	9.800		

RESUMEN: Cifras de Ventas:	
Ventas anuales	\$509.600
Promedio de Ventas por mes	\$42.467
Ventas anuales por metro cuadrado	\$3.336
Ventas anuales por puesto	\$10.192

6.6 DETALLE DE LA PROYECCIÓN OPERATIVA ANUAL

Tabla 6. Proyección anual. Formato: MundoGourmet

Primer año completo de operaciones				
	PROMEDIO MENSUAL		ANUAL	
Ventas:				
Alimentos	\$ 42.467	100,0%	\$ 509.600	100,0%
TOTAL VENTAS	42.467	100,0%	509.600	100,0%
Costo de las Ventas				
Alimentos	14.439	34,0%	173.264	34,0%
TOTAL COSTO DE LAS VENTAS	14.439	34,0%	173.264	34,0%
Utilidad Bruta	28.028	66,0%	336.336	66,0%
Nómina:				
Sueldos y salarios:				
Mano de Obra Directa	4.297	10,1%	51.567	10,1%
Total Sueldos y Salarios	4.297	10,1%	51.567	10,1%
Beneficios del personal				
IESS y Décimos	1.636	3,9%	19.632	3,9%
Total beneficios al personal	1.636	3,9%	19.632	3,9%
TOTAL NOMINA Y BENEFICIOS	5.933	14,0%	71.198	14,0%
COSTO PRIMO	20.372	48,0%	244.462	48,0%
Otros Gastos Controlables				
Servicios Públicos				
Energía eléctrica	100	0,2%	1.200	0,2%
Gas	100	0,2%	1.200	0,2%
Agua	100	0,2%	1.200	0,2%
Total servicios	300	0,7%	3.600	0,7%
Gastos Administrativos				
Servicios de contabilidad	250	0,6%	3.000	0,6%
Cargos de tarjetas de crédito	1.911	4,5%	22.932	4,5%
Teléfono	100	0,2%	1.200	0,2%
Total Gastos Administrativos	2.261	5,3%	27.132	5,3%
UTILIDAD CONTROLABLE	19.534	46,0%	234.406	46,0%
Costos de ocupación				
Depreciación & Amortización				
Edificio	566	1,3%	6.787	1,3%
Mejoras en el local arrendado	272	0,6%	3.265	0,6%
Muebles y Equipo	219	0,5%	2.624	0,5%
Costos de Pre - apertura	372	0,9%	4.464	0,9%
Total Depreciación	1.428	3,4%	17.140	3,4%
TOTAL COSTOS DE OCUPACION	1.428	3,4%	17.140	3,4%
Intereses	(178)	(0,4%)	(2.130)	(0,4%)
Total Otros (ingresos) Egresos	(178)	(0,4%)	(2.130)	(0,4%)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTIC	\$ 18.283	43,1%	\$ 219.396	43,1%
MÁS				
Depreciación y amortización	1.428	3,4%	17.140	3,4%
MENOS:				
Préstamos: Dividendo / Capital	184	5,2%	2.205	0,4%
FLUJO DE FONDOS ANTES DE IMPUESTOS Y PART	\$ 19.895	46,8%	\$ 238.740	46,8%
INDICES CLAVES				
Ventas por metro cuadrado				\$3.336
Ventas por puesto				\$10.192
Ventas vs Inversión				1,8

Ticket promedio; cálculo por persona				
	Precio Promedio	% Ordenado	# de Ordenes	TK promedio Alimentos
Alimentos				
Plato fuerte	5,00	100%	1,0	5,00
Bebidas				
No-Alcohólicas	3,00	100%	1,0	3,00
TOTALES		100%		8,00

6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO - VENTAS Y FLUJO DE FONDOS

Tabla 7. Punto de Equilibrio. Formato: Mundo Gourmet

	MENSUAL		ANUAL	
Ventas:				
Alimentos	\$ 7.859	100,0%	\$ 94.308	100,0%
TOTAL VENTAS	7.859	100,0%	94.308	100,0%
Costo de Ventas				
Alimentos	2.672	34,0%	32.065	34,0%
TOTAL COSTO DE VENTAS	2.672	34,0%	32.065	34,0%
Utilidad Bruta	5.187	66,0%	62.243	66,0%
Nómina				
Sueldos y Salarios	3.247	41,3%	38.960	41,3%
Beneficios del Personal	1.298	16,5%	15.575	16,5%
TOTAL NOMINA	4.545	57,8%	54.534	57,8%
COSTO PRIMO	7.217	91,8%	86.599	91,8%
Otros gastos controlables				
Servicios públicos	300	3,8%	3.600	3,8%
Servicios públicos	350	4,5%	4.200	4,5%
TOTAL OTROS GASTOS CONTROLABLES	650	8,3%	7.800	8,3%
UTILIDAD CONTROLABLE	(8)	(0,1%)	(91)	(0,1%)
Costos de Ocupación y Depreciación				
Depreciación & Amortización	1.428	18,2%	17.140	18,2%
Otros (Ingresos) Egresos				
Intereses	(178)	(2,3%)	(2.130)	(2,3%)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(\$1.258)	(16,0%)	(\$15.100)	(16,0%)
MAS:				
Depreciación & Amortización	1.428	18,2%	17.140	18,2%
MENOS:				
Préstamos: pago de capital	184	2,3%	2.205	2,3%
FLUJO DE FONDOS ANTES DE IMPUTOS	\$ 354	4,5%	\$ 4.244	4,5%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS				
Semanal			\$1.814	
Mensual			\$7.859	
Anual			\$94.308	

6.8 ANÁLISIS

La inversión inicial se redondea en 300 mil dólares, con lo cual se cubren los gastos necesarios para arrancar el negocio. Como se demuestra en las tablas antes presentadas, se determina el mínimo de ventas diarias y semanales para alcanzar el punto de equilibrio. El monto de la inversión inicial provendrá de los ahorros del Gerente Propietario.

La proyección establece que anualmente se venderá 509.600 dólares. El punto de equilibrio determina un mínimo de ventas de 94.308 para cubrir todos los costos; es decir se tiene una diferencia a favor de 415.292 dólares, con lo cual se puede cumplir el objetivo financiero del plan de ahorros para pre cancelar la deuda.

De igual manera esta diferencia a favor permite la reinversión en nuevos equipos de ser necesario conforme al crecimiento del negocio.

De las 358 personas encuestas 11 determinaron que no irían. Del resto, todas asisten a cafetería acompañados, solamente un porcentaje bajo va solo, eso quiere decir que por cada visita, concurren dos clientes. Tomando en cuenta el presupuesto de ventas del punto de equilibrio y el ticket promedio estimado para el cálculo financiero se obtiene este resultado:

Tabla 8. Pronóstico

PRONÓSTICO			
ENCUESTADOS	358	PROMEDIO DE CONSUMO POR PERSONA	PROMEDIO DE CONSUMO ENCUESTADO
INASISTENTES	11		
TOTAL	347	10,19	8,0
+ ACOMPAÑANTES	694		
TOTAL DE VENTAS MENSUAL		7071,86	5552

Se concluye que para alcanzar el punto de equilibrio se requieren más de 700 personas por mes y lograr alcanzar el gasto promedio de 10.19 dólares. La

primera opción es analizando un aumento los precios para que aumente el ticket promedio, tomando en cuenta la aceptabilidad de la clientela. La segunda y más importante opción, tiene que ver con la posibilidad de aumentar la cantidad de gente y promocionar el local, por eso se tiene estrategias de promoción expuestas en el capítulo de Plan de Marketing.

7 CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El trabajo de titulación que se ha desarrollado, ha sido una investigación y análisis para descubrir la viabilidad de la implementación de una biblio-cafetería en el sector de “La Mariscal”.

El desarrollo de las políticas y funciones de cada integrante de la empresa será el pilar, tomando muy en cuenta al cliente interno para el éxito de la empresa. La identidad de cada uno con la misión, visión y temática del lugar insertará el ánimo, eficiencia y eficacia en la cocina y salón.

Este nicho de mercado existe en la ciudad, pero no está siendo explotado, como fue demostrado en la encuesta, con la mayoría de la gente a favor de tener este tipo de local en Quito. La competencia de negocios de panadería y pastelería han ido creciendo lentamente, y los ya existentes no ha renovado sus productos en los últimos años, por lo cual se concluye que no son una competencia fuerte. Este análisis determina que hay capacidad de demanda para la oferta que se desea incorporar en cuanto al desarrollo e innovación de los productos de comida y bebida, y como indica el estudio de mercado, es de los principales aspectos que la gente busca en una cafetería. Los productos que se han de implementar, junto con su costeo, indica que son competitivos con el mercado. La innovación y la calidad de los productos deben ser los pedestales de la empresa para mantener su mercado fiel a la marca.

El análisis financiero determina la viabilidad del proyecto y nos advierte de las necesidades que se tendrá en la apertura; como la opción de aumentar los precios y así el ticket promedio, o la necesidad de aumentar la clientela, por eso dentro de las estrategias se hace hincapié en la difusión en radios, convenios con instituciones y la importancia del boca a boca. De igual manera se determina los equilibrios necesarios para llegar como el 10,19 dólares de ticket promedio y 700 personas mensuales. El vigilar constantemente los

objetivos prevendrá cualquier desfase del equilibrio para tomar medidas correctivas inmediatas.

El desarrollo del proyecto comprueba que “Cervantes con aroma de café” es un negocio gastronómico que puede implantarse sin dificultad alguna y crecer en la ciudad de Quito cuidando siempre las necesidades y preferencias que el cliente tiene e incentivar la biblioteca para que llegue a ser uno de los principales motivos de visita a “Cervantes con aroma de café”.

REFERENCIAS

- Anuncios. Arte y decoración. Recuperado el 25 de marzo de 2013 de http://www.anuncios.ec/anuncio/rotulos-con-letras-corporeas_Quito
- Arte y Ciencia del Buen Comer Historia del Café. Recuperado el 25 de marzo de 2012 de http://www.delbuencomer.com.ar/index_archivos/
- Ciencia popular. Historia del helado. Recuperado el 25 de marzo de 2012 de http://www.cienciapopular.com/n/Historia_y_Arqueologia/Historia_de_los_Helados
- COCINA COMPLETA, Le Cordon Blue, Editorial Everest, 2005.
- COLEGIO DE ARQUITECTOS PROVINCIA DE PICHINCHA. Ordenanza N° 0156. Recuperado el 25 de marzo de 2013 de <http://www.cae.org.ec/ordenanzas/Q24.pdf>
- CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. Entorno País, Entorno Macroeconómico, Recuperado el 25 de marzo de 2013 de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=133
- CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. Matriz Productiva, Recuperado el 25 de marzo de 2013 de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content
- CUERPO DE BOMBEROS DE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. Guía de Trámites. Recuperado el 25 de marzo de 2013 de http://www.bomberosquito.gob.ec/bomberos/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=6
- DIARIO EL COMERCIO. Hipogeo de la libertad de Expresion. Recuperado el 25 de marzo de 2013 de http://www.elcomercio.com/politica/Informe-situacion-Gobierno-libertad-expresion_ECMFIL20110923_0004.pdf
- DIARIO EL HOY. La cultura de tomar café “pega” en los ecuatorianos. Recuperado el 25 de marzo de 2013 de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-cultura-de-tomar-cafe-pega-en-los-ecuatorianos-418778.html>
- EMPRESA MUNICIPAL QUITO TURISMO. Locales comerciales de cafeterías, Recuperado el 13 de febrero de 2012 de http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=716&Itemid=625
- HOSTELERÍA ONLINE. Maquinaria, inmobiliaria. Recuperado el 25 de marzo de 2013 de <http://www.hosteleriaonline.com/b2c/index.php?page=pp>

MUNICIPIO METROPOLITANO DE QUITO. La Foresta tendrá plan de desarrollo urbano. Recuperado el 25 de marzo de 2013 de http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/la_floresta_tendra_plan_de_desarrollo_urbano--3768

Universidad Politécnica del Ecuador. Proyecto de factibilidad para la creación de una micro empresa procesadora de café orgánico y molienda en la provincia de Manabí Recuperado el 25 de septiembre de 2013 de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/399/1/CD-0811.pdf>

ZIMMER, Susan, I love coffee, editorial Andrews Mcmeel Publishing, 2007.

ANEXOS

Anexo 1 Receta Estándar de Panadería

Receta Estándar de Cruasanes				
# de porción: 16	# de receta: 1		Tipo de receta: Panadería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Harina	0,5	Gramos	0,77	0,385
Sal	1	cucharadita		0
Azúcar extra fino	0,05	Gramos	1,9	0,095
Leche	0,32	ml	0,75	0,24
Levadura fresca	0,015	Gramos	3,5	0,0525
Mantequilla	0,34	Gramos	3,5	1,19
Yemas	2	unidad	0,12	0,24
			Costo total	2,20
			10% insumos	2,42
			33% adm	3,22
			20% costo va.	3,87
			10%biblio	4,25
			33%ganancia	5,66
			Porciones	16
			Precio por porción	0,35

Receta Estándar de Brioche				
# de porción: 1 ó 4	# de receta: 2		Tipo de receta: Panadería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Leche	0,06	ml	0,75	0,045
Levadura fresca	0,015	Gramos	3,5	0,0525
Harina	0,375	Gramos	0,77	0,28875
Azúcar extrafino	0,55		1,9	1,045
Sal				0
Huevos	6	Unidad	0,12	0,72
Mantequilla			3,5	0
Huevo para pintar	1	Unidad	0,12	0,12
			Costo total	2,27
			10% insumos	2,50
			33% adm	3,32
			20% costo va.	3,99
			10%biblio	4,39
			33%ganancia	5,83
			Porciones	1
			Porciones	4
			Precio por porción	5,83
			Precio por porción pequeña	1,46
Procedimiento				
<p>Echar la leche en un cuenco y disolver la levadura. Añadir 1 cucharadita de harina, cubrir y dejar reposar hasta que salgan burbujas. Tamizar la harina restante, el azúcar y la sal en un cuenco grande, hacer un hueco en el centro y añadir los huevos batidos y la mezcla de la levadura. Echar la harina en los ingredientes húmedos, formar una pegajosa masa y pasar a una superficie enharinada. Amasar unos 20 minutos hasta formar una bola suave, en un cuenco aceitado impregnarla con el aceite unas 2 horas hasta doblar su volumen. Sacar la masa, pincharla, cubrir y dejar que repose 5 minutos. Pasar la masa a una superficie enharinada. Echar la mantequilla suavizada sobre la masa y mezclar todo bien. Amasar 5 minutos más hasta que la masa esté suave. Cubrir y dejar que repose 5 minutos. Engrasar con mantequilla fundida un molde para pan de 1,2 litros, o cuatro moldes de 425 ml. Cubrir y dejar que suba 1 hora hasta que el molde se haya llenado las tres cuartas partes. Calentar el horno a 200°C. Pintar con el huevo y un poco de agua mezclado. Hornear por 20 a 25 minutos hasta que este dorado.</p>				

Receta Estándar de Humitas				
# de porción: 5	# de receta: 3		Tipo de receta: Panadería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Choclo tierno	0,75	Gramos	3,07	2,3025
Mantequilla	0,115	Gramos	3,5	0,4025
Manteca de cerdo	0,055	Gramos	2,65	0,14575
Queso fresco	0,125	Gramos	1,9	0,2375
Azúcar	0,015	Gramos	0,89	0,01335
Polvo de hornear	0,009	Gramos	30	0,27
Huevos	3	Unidad	0,12	0,36
Hojas de choclo			Costo total	3,73
			10% insumos	4,10
			33% adm	5,46
			20% costo va.	6,55
			10%biblio	7,21
			33%ganancia	9,58
			Porciones	5
			Precio por porción	1,92
Procedimiento				
<p>Moler y cernir el choclo. Derretir la manteca, la mantequilla y agregar al choclo junto con el queso rallado, al azúcar y el polvo de hornear. Mezclar bien y sazonar. Agregar las yemas y mezclar. Montar las claras a punto de nieve e incorporar a la preparación anterior y mezclar envolventemente. en cada hoja de choclo cantidad adecuada de la mezcla, doblar los costados y la punta de la hoja. Cocer en una olla tamalera, una a lado de la otra con las puntas abajo. Cocer por una hora aproximadamente. Servir caliente.</p>				

Receta Estándar de Pan de Yuca				
# de porción: 60	# de receta: 4		Tipo de receta: Panadería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Almidón de yuca	0,5	Gramos	2	1
Polvo de hornear	0,01	Gramos	30	0,3
Queso	0,5	Gramos	1,9	0,95
Mantequilla	0,065	Gramos	3,5	0,2275
Huevos	5	Unidad	0,12	0,6
			Costo total	3,08
			10% insumos	3,39
			33% adm	3,39
			20% costo va.	4,06
			10% biblio	4,47
			33% ganancia	5,94
			Porciones	60
			Precio por porción	0,10
Procedimiento				
<p>Cernir el almidón de yuca y polvo de hornear. Amasar los productos secos con el queso. Añadir uno a uno los huevos y la mantequilla. Continuar amasando hasta que la masa se compacte. Realizar bolitas con la masa. Colocar los panes en una lata enharinada. Hornear por 25 minutos a 180°C</p>				

Anexo 2 Recetas Estándar de Pastelería

Receta Estándar de Opera				
# de porción: 14	# de receta: 5		Tipo de receta: Pastelería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Biscocho				
Huevos	6	Unidad	0,12	0,72
Azúcar glas	0,15	Gramos	1,9	0,285
Harina	0,05	Gramos	0,77	0,0385
Polvo de almendras	0,15	Gramos	30	4,5
Mantequilla	0,03	Gramos	3,5	0,105
Claras de huevo	1,5	Unidad	0,12	0,18
Azúcar	0,04	Gramos	0,77	0,0308
Ganache				
Chocolate semi amargo	0,2	Gramos	4,32	0,864
Crema de leche	0,1	Gramos	2,5	0,25
Almíbar de café				
Agua	0,25	ml		
Azúcar	0,06	Gramos	0,89	0,0534
Chocolate en polvo	0,02	Gramos	4,71	0,0942
Café	0,005	Gramos	1,5	0,0075
Crema de mantequilla				
Azúcar	0,1	Gramos	0,89	0,089
Agua	0,03	ml		0
Claras de huevo	6	Unidad	0,12	0,72
Azúcar	0,02	Gramos	0,89	0,0178
Café	0,005	Gramos	1,5	0,0075
Mantequilla	0,25	Gramos	3,5	0,875
Baño de chocolate				
Leche	0,045	ml	0,75	0,03375
Crema de leche	0,022	ml	2,5	0,055
Glucosa	0,012	Gramos	3	0,036
Chocolate semi amargo	0,125	Gramos	4,32	0,54
Mantequilla	0,03	Gramos	3,5	0,105



Costo total	9,51
10% insumos	10,46
33% adm	13,92
20% costo va.	16,70
10%biblio	18,37
33%ganancia	24,43
Porciones	14
Precio por porción	1,75

Procedimiento

Biscocho: poner a batir los huevos con el azúcar glas y el polvo de almendras hasta que este aumente su tamaño. Por otro lado batir a punto de nieve las claras con el azúcar haciendo un merengue francés, incorporar estas a la preparación anterior. Derretir la mantequilla e incorporar. Finalmente incorporar la harina mezclando de una manera envolvente. Meter al horno precalentado a 180°C por 15 minutos más o menos. Ganache: Derretir el chocolate a baño maría. Calentar un poco la crema de leche e incorporar al chocolate. Cubrir con papel film. Almíbar de café: en una olla poner el agua el azúcar el chocolate en polvo y el café. Calentar hasta que todos los ingredientes estén bien disueltos. Crema de mantequilla: hacer un merengue italiano con las claras el azúcar y el agua y el café. Pomar la mantequilla. Para cuando se haya enfriado el merengue ir agregando poco a poco la mantequilla en una velocidad media de la batidora. Baño de chocolate: Derretir el chocolate en baño maría. Agregar la crema de leche tibia, la mantequilla derretida y la leche que esta mezclada previamente con la glucosa. Montaje: Poner la primera capa de biscocho y embeberlo bien de almíbar. Poner una capa de crema de mantequilla. Poner otra capa de biscocho e igual embeberlo. Poner una capa de ganache. Otra capa de biscocho con almíbar de café, la última capa de crema de mantequilla. Meter al congelador a que se compacte. Cuando esté listo terminarlo con el baño de chocolate y volverlo a poner en la congeladora. Partir en porciones de pasta.

Receta Estándar de Selva Negra				
# de porción: 12	# de receta: 6		Tipo de receta: Pastelería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Biscocho				
Huevos	7	Unidad	0,12	0,84
Azúcar	0,35	Gramos	0,89	0,3115
Harina	0,3	Gramos	0,77	0,231
Chocolate en polvo	0,05	Gramos	4,71	0,2355
Mantequilla	0,15	Gramos	3,5	0,525
Almíbar				
Agua	0,2	Gramos		
Azúcar	0,1	Gramos	0,89	0,089
Licor de cerezas	0,01	ml	6,7	0,067
Dulce de mortíño				
Agua	0,15	ml		
Mortíños	0,25	Gramos	11,58	2,895
Vino tinto	0,15	Gramos	5,97	0,8955
Crema Chantilly				
Crema de leche	0,6	ml	2,5	1,5
Azúcar	0,1	Gramos	0,89	0,089
Esencia de vainilla	0,005	Gramos	20	0,1
Decoración				
Chocolate semi amargo	0,3	Gramos	5	1,5
Moras	0,02	Unidad	2,5	0,05



Cervantes.
con aroma a cafe
Biblio-Cafeteria

Costo total	9,33
10% insumos	10,26
33% adm	13,65
20% costo va.	16,38
10%biblio	18,01
33%ganancia	23,96
Porciones	12
Precio por porción	2,00

Procedimiento

Biscocho: Crear el azúcar con la mantequilla y las yemas. Tamizar la harina con el chocolate en polvo. Batir a punto de nieve las claras. Incorporar las claras al batido de yemas, azúcar y mantequilla de una forma envolvente. Incorporar la harina y el chocolate a la mezcla de una forma envolvente. Hornear en horno precalentado a 180°C por uno 45 minutos. Cortar por la mitad para el relleno. Almíbar: Cocinar el agua con el azúcar, cuando este coja consistencia de almíbar incorporar el licor, esperar que se evapore un poco el alcohol y sacar del fuego. Dulce de mortiño: Licuar el mortiño con el agua, cernir y poner a cocinar con azúcar. Antes que la preparación tenga consistencia de mermelada agregar el vino, dejar que se evapore y sacar del fuego. Crema Chantilly: Incorporar aire a la crema de leche mientras se agrega el azúcar en forma de lluvia y la esencia. Batir hasta que llegue a punto de letra. Decoración: Hacer virutas, tabacos y abanicos con el chocolate semi amargo. A la mora lavarla y pintarle con un poco de lady fruit. Armar: A las dos mitades de biscocho embeber del almíbar de licor, que quede bien húmedo. A la base de biscocho untar el dulce de mermelada, una capa de 0,5 cm de grosor y poner encima la otra capa. Cubrir toda la torta de crema chantilly, debe quedar uniforme y sin líneas. Decorar con el chocolate y las moras en la parte superior y los costados.

Receta Estándar de Torta de Maqueño				
# de porción: 8	# de receta: 7		Tipo de receta: Pastelería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Maqueño	4	Unidad	0,11	0,44
Mantequilla	0,1	Gramos	3,5	0,35
Huevos	3	Unidad	0,12	0,36
Queso fresco	0,125	Gramos	1,9	0,2375
Esencia de vainilla	1	cucharadita		0
			Costo total	1,39
			10% insumos	1,53
			33% adm	2,03
			20% costo va.	2,44
			10% biblio	2,68
			33% ganancia	3,56
			Porciones	8
			Precio por porción	0,45
Procedimiento				
<p>Creinar la mantequilla con las yemas y el azúcar. Procesar el maqueño en un molino o en un procesador de alimentos. Rallar el queso e incorporarlo al maqueño y la esencia. Agregar la mezcla del maqueño al cremado. Batir las claras a punto de nieve e incorporar la mezcla en forma envolvente. Hornear en horno precalentado a 180°C por 40 minutos</p>				

Receta Estándar Queso de piña				
# de porción: 8	# de receta: 8		Tipo de receta: Pastelería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Piña	1	Unidad	1	1
Crema de leche	0,45	Gramos	2,5	1,125
Sobre de gelatina de piña	0,02	Unidad	6	0,12
Canela			Costo total	2,25
Azúcar			10% insumos	2,47
			33% adm	3,28
			20% costo va.	3,94
			10%biblio	4,34
			33%ganancia	5,77
			Porciones	8
			Precio por porción	0,72
Procedimiento				
<p>Picar la piña pelada en cuadrados pequeños, recoger el jugo que salgan en el proceso. Cocinar la piña con azúcar y canela. Agregar la gelatina de piña, esta debe disolverse bien en el dulce. Agregar la crema de leche sin batir. Llevar a la refrigeradora para que cuaje.</p>				

Anexo3 Recetas Estándar del Delicatessen

Receta Estándar Raviolis de queso Ricota y Espinaca congelados				
# de porción: 1	# de receta: 9		Tipo de receta: Delicatessen	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Harina	0,1	Gramos	0,77	0,077
Huevo	1	Unidad	0,12	0,12
Aceite de oliva				0
Sal				0
Queso ricotta	0,1	Gramos	5	0,5
Espinaca	0,05	Gramos	1,68	0,084
			Costo total	0,78
			10% insumos	0,86
			33% adm	1,14
			20% costo va.	1,37
			10%biblio	1,51
			33%ganancia	2,01
			Porciones	1
			Precio por porción	2,01
Procedimiento				
<p>Mezclar la harina el huevo aceite y oliva hasta tener una masa uniforme. Pasar por la pastolina hasta que obtenga una textura no quebradiza. Ya con la textura comenzar a aumentar los números de la pastolina hasta obtener masa delgada. Desmenuzar el Queso. Desvenar la espinaca y saltear con la mantequilla. Mezclar la espinaca con el queso y armar los raviolis.</p>				

Receta Estándar de Queso fresco de cerveza				
# de porción: 2	# de receta: 10		Tipo de receta: Delicatesen	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Leche sin pasteurizar	3	Litros	0,4	1,2
Cuajo	0,03	ml	15	0,45
Cerveza	1	Unidad	0,8	0,8
Sal	0,02	Gramos		
 <p><i>Cervantes</i> con aroma a café Biblio-Cafeteria</p>			Costo total	2,45
			10% insumos	2,70
			33% adm	3,58
			20% costo va.	4,30
			10%biblio	4,73
			33%ganancia	6,29
			Porciones	2
			Precio por porción	3,15
Procedimiento				
<p>Hervir la leche a 62°C por 30 minutos, bajar la temperatura a 37°C. Agregar el cuajo y batir. Comenzar a cortar para ayudar al desuero. Cernir el suero de la leche. Poner el cuajo en los moldes y presionar para desuerar. Cuando tengamos listo el queso lo hundimos en la cerveza con sal, por dos horas. Sacar y empacar.</p>				

Anexo 4 Recetas Estándar de Heladería

Receta Estándar de Helado de vainilla				
# de porción: 5	# de receta: 11		Tipo de receta: Heladería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Yemas	5	Unidad	0,12	0,6
Azúcar extrafino	0,1	Gramos	1,9	0,19
Leche	0,375	ml	0,75	0,28125
Vaina de vainilla	1	Unidad	3	3
Crema de leche	0,125	ml	2,5	0,3125
 <p style="text-align: center;">Cervantes <i>con aroma a café</i> <small>Biblio-Cafetería</small></p>			Costo total	4,38
			10% insumos	4,82
			33% adm	6,41
			20% costo va.	7,70
			10%biblio	8,47
			33%ganancia	11,26
			Porciones	5
			Precio por porción	2,25
Procedimiento				
<p>Batir las yemas de huevo y el azúcar en un cuenco refractario hasta lograr una consistencia espesa, cremosa y casi blanca. Llevar la leche y la vainilla a ebullición en una cazuela de base reforzada. Incorporar poco a poco la leche hirviendo a los huevos y el azúcar y luego pasar a una cazuela limpia. Remover contantemente con una cuchara de madera a fuego lento de 3 a 5 minutos, hasta que la crema se adhiera al dorso de la cuchara. Procurar que la mezcla no hierva. Colar y pasar a un cuenco limpio. Poner el cuenco a enfriar en agua con hielo, verter la mezcla en una heladera. Batir en la maquina durante 10-20 minutos, hasta que el aspa deje rastro en el helado. Meter a la congeladora por 3 o 4 horas.</p>				

Receta Estándar de Helado de Zhumir Sandia				
# de porción: 5	# de receta: 12		Tipo de receta: Heladería	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Leche evaporada	1	Unidad	1,78	1,78
Azúcar	0,05	Gramos	0,89	0,0445
Zhumir Sandia	0,1	Gramos	6	0,6
			Costo total	2,42
			10% insumos	2,67
			33% adm	3,55
			20% costo va.	4,26
			10%biblio	4,68
			33%ganancia	6,23
			Porciones	5
			Precio por porción	1,25
Procedimiento				
<p>Congelar la alta de leche evaporada. Cuando el interior este sólido batir en velocidad alta para que incorpore, batir hasta que crezca y que de esponjoso. Durante el batido incorporar poco a poco el azúcar y el zhumir. Poner a la congeladora por 3 o 4 horas.</p>				

Anexo 5 Recetas Estándar de Bebidas de Café

Receta Estándar de Espresso				
# de porción: 1	# de receta: 13		Tipo de receta: Bebidas	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Café	0,09	Gramos	12	1,08
			Costo total	1,08
			10% insumos	1,19
			33% adm	1,58
			20% costo va.	1,90
			10%biblio	1,90
			33%ganancia	2,52
			Porciones	1
			Precio por porción	2,52
Procedimiento				
Moler el café. Poner en el porta filtros, tampear, insertar en el grupo y empezar la preparación hasta 25 segundos.				

Receta Estándar Capuchino				
# de porción: 1	# de receta: 14		Tipo de receta: Bebidas	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Café	0,09	Gramos	12	1,08
Leche	0,15	MI	0,75	0,11
			Costo total	1,19
			10% insumos	1,31
			33% adm	1,74
			20% costo va.	2,09
			10%biblio	2,09
			33%ganancia	2,78
			Porciones	1
			Precio por porción	2,78
Procedimiento				
Moler el café. Poner en el porta filtros, tampear, insertar en el grupo y empezar la preparación hasta 25 segundos. Espumar la leche. Poner el espresso en la taza, después la leche. Debe quedar un aro de café alrededor de la espuma de la leche.				

Receta Estándar de Mocacino				
# de porción: 1	# de receta: 15		Tipo de receta: Bebidas	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Café	0,09	Gramos	12	1,08
Chocolate	0,015	Gramos	4,71	0,07
Leche	0,15	ml	0,75	0,11
			Costo total	1,26
			10% insumos	1,39
			33% adm	1,85
			20% costo va.	2,22
			10%biblio	2,22
			33%ganancia	2,95
			Porciones	1
			Precio por porción	2,95
Procedimiento				
Moler el café. Poner en el porta filtros, tampear, insertar en el grupo y empezar la preparación hasta 25 segundos. Espumar la leche. Poner el espresso en la taza, después la leche. Debe quedar un aro de café alrededor de la espuma de la leche.				

Receta Estándar de Café latte				
# de porciones: 1	# de receta: 16		Tipo de receta: Bebidas	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Café	0,09	Gramos	12	1,08
Leche	0,25	ml	0,75	0,19
			Costo total	1,27
			10% insumos	1,39
			33% adm	1,85
			20% costo va.	2,23
			10%biblio	2,23
			33%ganancia	2,96
			Porciones	1
			Precio por porción	2,96
Procedimiento				
Moler el café. Poner en el porta filtros, tampear, insertar en el grupo y empezar la preparación hasta 25 segundos. Espumar la leche. Hay que primero vaporizar la leche para que al momento de poner en el jarro se formen capas.				

Receta Estándar de Latte del bosque negro				
# de porción: 1	# de receta: 17		Tipo de receta: Bebidas	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Café	0,018	Gramos	12	0,22
Leche	0,25	MI	0,75	0,19
Licor de cacao	0,045	MI	7	0,32
Granadina	0,045	ml	7	0,32
			Costo total	1,03
			10% insumos	1,14
			33% adm	1,51
			20% costo va.	1,81
			10%biblio	1,81
			33%ganancia	2,41
			Porciones	1
			Precio por porción	2,41
Procedimiento				
Moler el café. Poner en el porta filtros doble, tampear, insertar en el grupo y empezar la preparación hasta 25 segundos. Espumar la leche. Poner la crema de cacao, la granadina el expreso y finalmente la leche. Decorar con canela molida.				

Holandés con menta Latte				
# de porción: 1	# de receta: 18		Tipo de receta: Bebidas	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo uni.	Costo total
Café	0,018	Gramos	12	0,22
Leche	0,25	ml	0,75	0,19
Licor de cacao	0,045	ml	7	0,32
licor de menta	0,045	ml	7	0,32
			Costo total	1,03
			10% insumos	1,14
			33% adm	1,51
			20% costo va.	1,81
			10%biblio	1,81
			33%ganancia	2,41
			Porciones	1
			Precio por porción	2,41
Procedimiento				
Moler el café. Poner en el porta filtros doble, tampear, insertar en el grupo y empezar la preparación hasta 25 segundos. Espumar la leche. Poner la crema de cacao, el licor de menta, el expreso y finalmente la leche. Decorar con crema chantilly y cacao en polvo.				

Anexo 6 Diseño del Menú

Cervantes. *con aroma a café* Biblio-Cafetería

CAFÉ CLÁSICO

ESPRESSO.....	2,50
CAPUCCINO.....	2,80
MOCACCINO.....	3,00
CAFÉ LATTE.....	5,00

BEBIDAS CREATIVAS

2,50.....	LATTE DEL BOSQUE NEGRO
2,50.....	HOLANDÉS CON MENTA LATTE

PASTELES Y PASTAS

OPERA.....	1,75
SELVA NEGRA.....	2,00
QUESO DE PIÑA.....	1,00
TORTA DE MAQUEÑO.....	1,00
HUMITAS.....	2,00
PAN DE YUCA.....	0,10

Anexo 7 Cotización Irvix



Oferta No. V-001001-0008631

Quito, Noviembre 17, 2011

Señor(a)
CONSUMIDOR FINAL
Ciudad.-
Att. CAMILA

Estimados Señores:

A continuación detallamos nuestra oferta para VENTA LOCAL de los productos requeridos por ustedes:

	Cant.	DESCRIPCIÓN	Valor
1	A4454	TAZA EN FORMA DE HOJA 6OZ	3,16
1	A4455	PLATO HOJA PARA TAZA WNK 10"	5,88
1	SIM1/2	TENEDOR DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	1,39
1	SIM1/1	CUCHILLO DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	2,07
1	SIM1/3	CUCHARA DE MESA ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	1,39
1	SIM1/11	CUCHARA DE TÉ ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	1,02
1	SIM1/12	CUCHARA DE EXPRESSO ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	1,02
1	SIM1/14	CUCHARA PARA HELADO ACERO INOXIDABLE 18/0 SIMPLICITY WNK	1,19
1	260522	FUENTE 28 X 15CM PORVASAL SERIE GONDOLA	24,39
1	260365	PLATO HONDO 21X21 PORVASAL / GONDOLA	20,03
1	260520	PLATO 18 X 18CM PORVASAL SERIE GONDOLA	13,26
1	260324	BOWL CUADRADO 14*12.5*5CM PORVASAL/GONDOLA	14,48
1	190050	MALVA ROSSA TAZA MOKA	4,73
1	190327	PLATO EXPRESSO 12X12CM PORVASAL/MALVA RO	4,43
1	2211	VASO BRAVURA 12 1/4 OZ. LIBBEY	4,29
1	2212	VASO BRAVURA TUMBLER 16 3/4 OZ./LIBBEY	4,29
1	5295	JARRO IRISH COFFE 8 1/2 OZ / LIBBEY	4,6
1	37339	COPA Z-STEM MARTINI 7 1/2 OZ/ LIBBEY	5,94
1	7510	COPA DE VINO VINA 16 OZ / LIBBEY	3,77
1	7534	COPA DE VINO RESERVE 19%OZ LIBBEY	3,77
1	3708	COPA BRANDY EMBASSY 17 1/2 OZ / LIBBEY	2,22
1	20253	DECANTADORA PASABAHCE 33 1/4 OZ.- CHATEAU	30,44
1	14000521	COPA HELADO PICADILLY 6 5/8 OZ / LIBBEY	6,72
1	909112	AZUCARERA PARA SOBRES CORONA	3,12
1	2.5.003.00.215S	SALERO DE ACERO INOXIDABLE FORTESSA	5,16
1	2.5.003.00.215P	PIMENTERO DE ACERO INOXIDABLE FORTESSA	5,16
1	413,1	VINAGRERA DE 12 OZ	7,12
1	5164	CENICERO DE SEGURIDAD 12 1/2 CM DIAM./LIBBEY	3,01
1	AD-16	CUCHARA PARA HELADO 2 1/2OZ	4,62
1	FW-14	BATIDOR DE MANO FRANCES DE 14"/ UPDATE	3,89
1	A3105	PLATO CON DIVISIONES 7.25" FLAG WNK	7,88
1	439712	CHIP AND DIP CORONA	5,56
1	708512	LECHERA 200cc.	3,42
1	5297	JARRO DE CERVEZA SCANDINAVIA 12 OZ./LIBBEY	4,2
1	8885	COPA MARTINI CURVED OMEGA 12 OZ./ LIBBEY	8,18
1	37179	COPA Z-STEM POCO GRANDE 13 1/2 OZ. LIBBEY	7,03

Afecto
I.V.A.
I.V.A.
Total

NOTA.- 10% de descuento en pago de contado. No hay descuento en pago con tarjeta.

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 gratas noticias.

Saludos cordiales,

IRVIX S.A.
Verónica Murillo
Cel: 097652523





Anexo 8 Cotización Chef city



CONFECCIONAMOS UNIFORMES PARA INSTITUCIONES
HOTELERAS, GASTRONOMICAS
Y MEDICAS

COTIZACIÓN

FECHA: 27 de Diciembre del 2011
DE: Chef City Clothing
PARA: CAMILA MOREANO
ATENCIÓN: CAMILA MOREANO
FAX 2461175
e-mail

CANT.	ARTICULO	UNIDAD	TOTAL
1	Pantalon calentador raya fina ng	16,50	16,50
1	Chaqueta clemente bi con vino	29,00	29,00
1	Delantal de 100*85 ng	9,00	9,00
1	Gorra safari ng	4,00	4,00
1	Camisa clasica color vino	16,50	16,50
1	Delantal de servicio 75*85 ng con 1 bolsillo	8,00	8,00
1	Malla importada	1,50	1,50
1	Limpion	1,75	1,75
1	Bordado de logotipo	1,50	1,50
1	Digitacion de logotipo (primera y unica vez)	7,50	7,50
		TOTAL	95,25

Condiciones Comerciales

Validez: 30 DIAS CALENDARIO
IVA: TARIFA 0 (CERO) Empresa Artesanal
Entrega: A convenir
Pago: 50% entrada 50% contra entrega
DEPOSITOS: Bco. Pichincha Cta. Cte. # 3367319804 Gladys Iza
confirmar depositos o transferencias a chefcity2000@yahoo.com

Amanda Piedra
VENTAS
02 2464-567

Anexo 9 Cotización Papelería, Soluciones Gráficas

Quito, 5 de diciembre de 2011

Señorita
Camila Moreano
Presente.-
De mi consideración

En contestación a su solicitud, a continuación presento a usted nuestra cotización:

1000 Tarjetas de Presentación impresas a full color en cartulina Kimberly	USD 100.00
1000 Hojas Membretadas impresas a full color en papel bond de 75 g.	USD 120.00
1000 Carpetas impresas a full color en cartulina plegable.12 plastificadas Con bolsillo interno	USD 455.00
1000 Volantes impresos a full color en papel couche de 115 g. Tamaño A5	USD 140.00
1000 Individuales impresos a full color en papel periódico mejorado	USD 134.00

Atentamente,
María Isabel Borja

Etiquetas, Adhesivos, Formas Continuas, Diseño Gráfico, Diagramación, Formas Continuas,
Formularios

Dirección: Chuquisaca N63-59 y De los Cedros Cel. 09 588 6404
e-mail: marisabel_borja@yahoo.es

Anexo 10 Cotización y acabado del local comercia

Diego & Carlos Banderas
Arquitectos

Av. 12 de Octubre N24-660
Telf. 2236141-2528945

PROGRAMA CONDOMINIO "MIRAGE" FORMULARIO DE RESERVA - VENTA

Fecha Diciembre / 2010 funcionario (Inic) LM

Nombre del Titular	<u>Sra Martha Ormazabal de Wattel</u>	C.C
Estado Civil	<u>Viuda</u>	C.V
Nombre del Cónyuge		C.C
Sociedad Conyugal	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Telf
Dirección Domicilio		Telf
Dirección Trabajo		Telf <u>097662056</u>

Representante Legal	<u>Sr. Guislaín Wattel</u>	C.C <u>Guislaín Wattel</u>
Dirección Domicilio		Telf
Dirección Trabajo		Telf

Reserva	Alicuota	Area (m2)	Valor Total	Reserva	P. Inicial (Saldo)	24 Cuotas de
Oficina No. Local	<u>1.92</u>	<u>152.75</u>	<u>183.300</u>		<u>54.900</u>	<u>5.350</u>
Garage No. 44	<u>0.18</u>	<u>14.10</u>	<u>8037</u>		<u>2517</u>	<u>230</u>
Garage No. 45	<u>0.14</u>	<u>11.50</u>	<u>6555</u>		<u>1995</u>	<u>190</u>
Garage No.						
Garage No.						
Garage No.						
Garage No.						
Garage No.						
Garage No.						
Bodega No. 23	<u>0.08</u>	<u>6.65</u>	<u>5719</u>		<u>1639</u>	<u>170</u>
Bodega No.						
TOTAL	<u>2.32</u>		<u>203.611</u>		<u>61.051</u>	<u>5.940</u>

Esta opción de reserva será mantenida hasta (fecha) _____

Notas
Caso de cambiar su estado civil, o su representante legal le rogamos comunicar inmediatamente a la oficina.

Compromiso de pago (Fechas)	Reserva			
	Pago Inicial (Saldo)	<u>30 MAR 2011</u>	<u>2011</u>	<u>61.051</u>
	Cuotas 1/24 (empieza el)	<u>30 ABRIL</u>	<u>2011</u>	<u>5.940</u>

_____ Firma Interesado

Lupe Ormazabal
Firma Autorizada Oficina

**EDIFICIO CONDOMINIO MIRAGE
ESPECIFICACIONES DE ACABADOS
OFICINAS & LOCAL COMERCIAL**

GENERAL

El Edificio se construirá de acuerdo con los planos aprobados por la Municipalidad, con ajuste a las normas del Código Ecuatoriano de la Construcción y Normas y Ordenanzas Municipales aplicables al caso.

PARAMENTOS EXTERIORES

Plaqueta de revestimiento de la fábrica Alfadomus de dimensiones 1x7x30 cm.

VENTANERIA

Aluminio bronce tipo pesado de 2x1.5 pulgadas Tipo S-200 de Cedral. Cristal flotado claro de 6 mm de espesor fabricado bajo licencia americana. La forma de abrir de los vanos será preferentemente de tipo proyectable a fin de asegurar hermeticidad en los vanos de abrir.

PUERTAS INTERIORES

En madera sólida alistonada, terminada a la laca en color blanco mate. Herrajería Stanley o similar. Cerraduras de pomo SCHLAGE de procedencia colombiana distribuidas por EUROIMPORT o similar.

SANITARIOS

Inodoros modelo KINGSLEY (EDESA) o BELLINI (FRANZ VIEGENER) en color blanco. Lavamanos de empotrar en mueble OAKBROOK (EDESA) o ELEA OVAL (FRANZ VIEGENER) en color blanco. Grifería con temporizador modelo TEMPO TRES para encimera, de marca TRES de procedencia española, terminado cromo brillante.

MUEBLES DE CAFETERIA

Fabricados por HOGAR 2000 o COCINAS INTERNACIONALES, con frentes en fórmica. Bisagras importadas HETICH alemanas autocerrantes. Mesones en granito de TERMIKON en las variedades pre elegidas por los constructores.

MESONES DE BAÑO

Premesones fabricados por HOGAR 2000 o COCINAS INTERNACIONALES. Mesones en granito o marmol de TERMIKON en las variedades pre elegidas por los constructores.

PISOS

Áreas húmedas: porcelanato GRAIMAN o cerámica española en las variedades pre elegidas por los constructores.

Área de oficinas: pisos paleteados en portland gris para recibir pisos flotantes, de cerámica o alfombra de 1cm de espesor a elección de los propietarios.

Pisos de hall de ascensores: porcelanato en formato mínimo de 50x50cm.

Pisos de áreas públicas: iguales a los halles de ascensores, posibilidad de piso importado de piedra para hall principal. Piso alfombrado para auditorio (interior de sala) y porcelanato para foyér de sala.

Pisos de locales comerciales en porcelanato de las mismas características de los halles de ascensores.

CIELORASOS

Tipo ARMSTRONG o DECOCIEL de dimensiones 60x60cm. Lámparas fluorescentes incorporables en la modulación mencionada con tubos ahorradores de energía, carcasa metálica y rejillas de defilamiento en aluminio anodizado color natural.

REVESTIMIENTO DE PAREDES

Áreas húmedas de oficinas: cerámica blanca de procedencia española distribuidos. Estuco en frío y pintura en el resto de paredes.

Áreas húmedas de locales comerciales: estuco en frío y pintura.

PINTURAS

Terminado de las paredes al estuco en frío sobre enlucido. Pintura CONDOR PERMALATEX blanca.

OTROS

Lavacopas TEKA en acero inoxidable de procedencia española o similares.

Grifería española PRES, terminado cromo brillante.

Accesorios eléctricos importados con luz piloto, marca VETO italianos.

Tableros eléctricos y cortacircuitos importados tipo Formacero / Westinhouse o General Electric, cortacircuitos de la misma marca.

EQUIPAMIENTO GENERAL DEL EDIFICIO

FACILIDADES CONSTRUIDAS

Hall de recepción

Auditorio con foyer y baños.

Plaza principal

Estacionamientos de visitas (30 unidades).

Sala de administración y baño.

Cisterna baja de almacenamiento.

Cisterna alta de presión.

EQUIPOS

Cuatro ascensores Mitsubishi (Capacidad 11 personas) con sistema microprocesado DOAS de última generación. Sistema de intercomunicación con Conserjería. Velocidad 2.5m/s. Equipo de seguridad incorporado.

Molinetes electrónicos de seguridad en hall de ingreso.

Circuito cerrado de TV y sistema digital de grabación.

Cableado estructurado para sistema telefónico y para transmisión de voz y datos

Lectores con tarjetas magnéticas para ingresos vehicular y peatonal al edificio.

Sistema de ventilación forzada de aire para los estacionamientos.

CAMARA DE TRANSFORMACION

De acuerdo con las normas de la EEQ.

EQUIPO DE BOMBEO

Bombas JET con tanque precargado tipo GOULDS o STA RITE (americanas), o PEDROLLO o SAER (italianas)

INSTALACIONES HIDRAULICAS

Las columnas de distribución serán realizadas en hierro galvanizado, el resto de las instalaciones serán realizadas en tubería de cobre, con accesorios y valvulas de control apropiados. El suministro de agua para la torre de oficinas supone exclusivamente instalación de agua fría.

PUERTA ELECTRICA DE GARAGE

Equipo BFT italiano mando a control remoto o lector de tarjetas magnéticas

SISTEMA CONTRA INCENDIOS

Gabinetes en hall de ascensores de cada nivel con mangueras de 15 m. Extintidor de polvo químico

multipropósito, hacha, llave spanner y portamangueras. Detectores de humo en la zona de oficinas.

Instalación de alarmas correspondientes.

GENERADOR DE EMERGENCIA

Con capacidad para todo el edificio, preferentemente marca FG WILSON hecho en UK.

INTERCOMUNICADORES

Integrado con la red telefónica interior a partir del cableado estructurado.

En las oficinas y local, se excluyen accesorios de baño, cortinas, costo de acometidas, medidores y líneas telefónicas.

Anexo11 Cotización Termalimex

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA CE1-80 Y AVENIDA 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA:

0004403

Cliente : JORGE FLORES

Quito, 27 de Septiembre del 2011

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : QUITO

Cod. Vendedor : GEN

Pag. 1 de 5

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DISCTO.	P.TOTAL
1	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24621/082 12" (30.4 cms.), mango plástico.	13.66	0.00	13.66
2	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24621/080 10" (25.4 cms.), mango plástico.	11.75	0.00	11.75
3	1	Puntilla TRAMONTINA 24626/0833" (7.6 cms.), mango plástico.	1.98	0.00	1.98
4	1	Pelador para papas VICTORINOX 5.0203 doble filo de fabricación suiza.	5.01	0.00	5.01
5	1	Pelador de papas metálico VICTORINOX 7.6070 de fabricación suiza.	2.82	0.00	2.82
6	1	Bandeja UPDATE U-NJP-114, fabricada en acero inoxidable calibre 25, tamaño 1/9 de 15.56x10.8x10.16 cm.	5.53	0.00	5.53
7	1	Bandeja UPDATE U-NJP-164, fabricada en acero inoxidable calibre 25, tamaño 1/6 de 15.56x15.56x10.16 cm.	7.85	0.00	7.85
8	1	Bandeja CARLISLE 10261-07 fabricada de policarbonato, tamaño 1/3 de 32.39 x 17.78 x 10 cms.	11.55	0.00	11.55
9	1	Bandeja CARLISLE 10262-07 fabricada de policarbonato, tamaño 1/3 de 32.3 x 17.7 x 15 cms.	13.52	0.00	13.52
10	1	Bandeja CARLISLE 10301-07 fabricada de policarbonato, tamaño 1/6 de 17.1 x 16.2 x 10 cms.	6.94	0.00	6.94
11	1	Bandeja CARLISLE 10301-07 fabricada de policarbonato, tamaño 1/6 de 17.1 x 16.2 x 10 cms.	6.94	0.00	6.94
12	1	Bandeja CARLISLE 10321-07 fabricada de policarbonato, tamaño 1/9 de 17.1 x 10.8 x 10 cms.	7.65	0.00	7.65
13	1	Base para drenar CARLISLE 10295-07 fabricada de policarbonato, tamaño 1/4 de 26.0 x 16.1 cms.	5.40	0.00	5.40
14	1	Hachuela TRAMONTINA 24624/186 6" (15.2 cms.), mango plástico.	15.58	0.00	15.58
15	1	Piedra para afilar UPDATE G-2512 de 30x6.3x4 cm	5.07	0.00	5.07
16	1	Bandeja UPDATE U-SPH-1006 fabricada en acero inoxidable calibre 23, tamaño completo de 53 x 32.5 x 15 cms.	38.34	0.00	38.34
17	1	Bandeja UPDATE U-SPH-1004 fabricada en acero inoxidable calibre 23, tamaño completo de 53 x 32.5 x 10 cms.	28.21	0.00	28.21
18	1	Bandeja HALCO 88124 fabricada de acero inoxidable, calibre 24, 1/2 GN de 32.4 x 26.4 x 10 cms.	15.61	0.00	15.61
19	1	Bandeja UPDATE U-SPH-506 fabricada en acero inoxidable, calibre 23; tamaño mitad de 32.4 x 26.4 x 15 ms.	24.11	0.00	24.11
20	1	Bandeja HALCO 88134 fabricada en acero inoxidable, calibre 24, 1/3 GN de 32.4 x 17.5 x 10 cms.	12.59	0.00	12.59
21	1	Bandeja perforada UPDATE U-NJP-1004PF, fabricada en acero inoxidable calibre 25, tamaño 1/1, de 52.71x32.39x10.16 cm.	28.05	0.00	28.05

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA CE1-85 Y AVENIDA 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA: 0004403

Cliente : JORGE FLORES Quito, 27 de Septiembre del 2011

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : QUITO

Cod. Vendedor : GEN

Pag. 2 de 5

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCIO.	P.TOTAL
22	1	Bandeja para hornear ADVANCE 18-BA-13 fabricada de aluminio, calibre 18, tamaño 1/2 de 45.7 x 33.0 cms.	10.80	0.00	10.80
23	1	Bandeja para hornear ADVANCE 18-BA-26 fabricada de aluminio, calibre 18 de 45.7 x 66.0 cms.	16.02	0.00	16.02
24	1	Tazón UPDATE U-MB-75 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3/4 Qt.	1.21	0.00	1.21
25	1	Tazón UPDATE U-MB-1300 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 13 Qt.	7.87	0.00	7.87
26	1	Tapa CARLISLE 10647-02 fabricada de polietileno de 45.7 x 66.0 cms.	20.02	0.00	20.02
27	1	Contenedor de alimentos CARLISLE 10643-02 fabricado de polietileno de 45.7 x 66.0 x 30.4 cms.	50.99	0.00	50.99
28	1	Contenedor de alimentos CARLISLE 10642-02 fabricado de polietileno de 45.7 x 66.0 x 22.8 cms.	44.43	0.00	44.43
29	1	Contenedor de alimentos CARLISLE 10632-02 fabricado de polietileno de 30.4 x 45.7 x 22.8 cms.	25.71	0.00	25.71
30	1	Tapa CARLISLE 10637-02 fabricada de polietileno de 30.4 x 45.7 cms.	12.06	0.00	12.06
31	1	Tabla de picar UPDATE U-CB-1520 fabricada en polietileno de 38.1 x 50.8 x 1.3 cm., color blanco.	17.09	0.00	17.09
32	1	Ablandador de carne manual UPDATE U-AMT-10 fabricado de aluminio una pieza.	7.15	0.00	7.15
33	1	Rallador cuatro lados con recogedor WESTMARK 11382270, fabricado en acero inoxidable.	15.23	0.00	15.23
34	1	Rebanador de vegetales marca BRUNER 902524, unidad provista de 3 cuchillas para diferentes tipos de corte.	65.35	0.00	65.35
35	1	Dispensador de condimentos sin mango HALCO SD3571, fabricado de acero inoxidable de 16 onzas.	4.99	0.00	4.99
36	1	Abrelatas industrial manual para montar en mesa HALCO HL010 de 35.6 cm, estructura fabricada de hierro fundido. Para latas hasta 1 gal.	77.22	0.00	77.22
37	1	Pala UPDATE U-AS-24 fabricada en aluminio con capacidad de 24 onzas.	4.76	0.00	4.76
38	1	Pala UPDATE U-AS-12 fabricada en aluminio con capacidad de 12 onzas.	2.67	0.00	2.67
39	1	Dispensador para salsas UPDATE U-SBY-12 fabricado en plástico de 12 onzas, color amarillo.	0.75	0.00	0.75
40	1	Dispensador para salsas UPDATE U-SBR-12 fabricado en plástico de 12 onzas, color rojo.	0.75	0.00	0.75
41	1	Dispensador para salsas UPDATE U-SBC-12 fabricado en plástico de 12 onzas, color transparente.	0.77	0.00	0.77
42	1	PORCIONADOR DE HELADOS UPDATE U-AD-16, #16, CON MECANISMO AUTOMÁTICO DE DEROST	3.97	0.00	3.97
43	1	Pinza aislada de utilidad general HALCO 5513RD fabricada de acero inoxidable con mango aislado rojo de 40.6 cm de longitud	6.25	0.00	6.25

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA CE1-80 Y AVENIDA 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA: 0004403

Cliente : JORGE FLORES

Quito, 27 de Septiembre del 2011

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 999999999

TELEFONO : QUITO

Cod. Vendedor : GEN

Pag. 3 de 5

Nº.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DCTO.	P.TOTAL
44	1	Pinza aislada de utilidad general HALCO 5512YL fabricada de acero inoxidable con mango aislado amarillo de 30.48 cms. de longitud.	5.07	0.00	5.07
45	1	Batidor francés UPDATE U-PW-18 fabricado de acero inoxidable de 45 cm de longitud	5.07	0.00	5.07
46	1	Batidor francés UPDATE U-PW-14 fabricado de acero inoxidable de 35 cm de longitud	4.14	0.00	4.14
47	1	Espumadera SUNNEX 46314SM fabricada en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, diámetro 13.5 cms.	8.46	0.00	8.46
48	1	Espumadera redonda HALCO RD650, malla fina niquelada de 16.5 cms. de diámetro.	4.35	0.00	4.35
49	1	Portacomanda UPDATE U-CHS-48 fabricada de acero inoxidable de 122 cms. de longitud.	15.10	0.00	15.10
50	1	Colador UPDATE U-SDF-10/SS, doble malla fina de acero inoxidable, diámetro 26 cms., mango de madera.	13.71	0.00	13.71
51	1	Cuchareta sólida convencional de servicio HALCO 2770 fabricada de acero inoxidable pulido de 38.1 cms. de longitud.	2.24	0.00	2.24
52	1	Cuchareta perforada convencional de servicio HALCO 2772 fabricada de acero inoxidable pulido de 38.1 cms. de longitud.	2.24	0.00	2.24
53	1	Tenedor con gancho HALCO 85949 fabricado de acero inoxidable de 38.1 cms. de longitud.	6.22	0.00	6.22
54	1	Cucharón SUNNEX 4613LA fabricado en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, capacidad 4 onzas.	6.40	0.00	6.40
55	1	Cucharón SUNNEX 4615LA fabricado en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, capacidad 8 onzas.	8.70	0.00	8.70
56	1	Cucharón SUNNEX 4611LA fabricado en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, capacidad 1 onza.	3.09	0.00	3.09
57	1	Sarten UPDATE U-APP-08 fabricado en aluminio de 20 cm de diámetro.	11.08	0.00	11.08
58	1	Sarten UPDATE U-APP-10 fabricado en aluminio de 25 cm de diámetro	15.75	0.00	15.75
59	1	Sartén UPDATE U-APP-12 fabricado de aluminio de 30 cm de diámetro.	21.08	0.00	21.08
60	1	Licadora WARNING Mod. 88180, potencia 3/4 hp, capacidad 44 onz, contenedor de policarbonato, switch alterno 2 velocidades, espec. elec. 115/60/1.	133.16	0.00	133.16
61	1	Olla alta UPDATE U-APT-24T fabricada de aluminio de 24 Qt. de capacidad, provista de tapa.	52.90	0.00	52.90
62	1	Olla ancha UPDATE U-ALP-14T fabricada de aluminio de 14 Qt. de capacidad, provista de tapa.	51.73	0.00	51.73
63	1	Cocedor de pasta UPDATE U-APSA-4 fabricado en aluminio con 20 qt de capacidad y cuatro escurridores de acero inoxidable.	106.33	0.00	106.33
64	1	Colador chino grueso UPDATE U-CC-12C fabricado de acero inoxidable de 30.5 cms. de diámetro.	30.83	0.00	30.83
65	1	Cacerola UPDATE U-ASP-2 fabricada de aluminio de 2-3/4 Qt. de capacidad.	14.60	0.00	14.60

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA CE1-80 Y AVENIDA 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA:

0004403

Cliente : JORGE FLORES

Quito, 27 de Septiembre del 2011

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : QUITO

Cod. Vendedor : GEN

Pag. 4 de 5

Nº.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DISCTO.	P.TOTAL
66	1	Cacerola UPDATE U-ASP-5 fabricada en aluminio de 5-1/2Qt. de capacidad.	21.52	0.00	21.52
67	1	Cacerola UPDATE U-ASP-4 fabricada de aluminio de 4-1/2 Qt. de capacidad.	18.78	0.00	18.78
68	1	Cacerola UPDATE U-ASP-10 fabricada en aluminio de 10 Qt. de capacidad.	31.44	0.00	31.44
69	1	Colador heavy duty HALCO CA1616 fabricado de aluminio de 16 Qt. de capacidad.	63.08	0.00	63.08
70	1	Espátula para hamburguesas TRAMONTINA 24677/187 7" x 4-1/4" (17.7 x 10.8 cms.), mango plástico.	8.33	0.00	8.33
71	1	Espátula TRAMONTINA 24671/180 10" (25.7 cms) mango plástico	5.00	0.00	5.00
72	1	Espátula tipo cuchara VOLLRATH 52116, hoja termoplástica con mango de polipropileno. Longitud 42.2 cm	4.48	0.00	4.48
73	1	Espátula HALCO 71771 fabricada de plástico de 25.4 cms. de longitud.	1.31	0.00	1.31
74	1	Cucharas de medidas HALCO 2315EH fabricadas en acero inoxidable de medidas 1/4, 1/2, 1 cuchara de te, 1 cuchara de mesa.	3.01	0.00	3.01
75	1	Medidas UPDATE U-REA-CUP, set de 4 unidades, fabricadas en acero inoxidable.	4.22	0.00	4.22
76	1	Manga pastelera HALCO NPS10 fabricada de nylon de 33 x 61 cms.	11.12	0.00	11.12
77	1	Rodillo ATECO 19175 de plastico de 51 cm de longitud.	39.47	0.00	39.47
78	1	Raspador para masa TRAMONTINA 24687/080, hoja de 4" x 8" (10.1 x 15.2 cms.), mango plástico.	6.92	0.00	6.92
79	1	Olla de presión de fabricación americana All American Mod. 915, capacidad para 15-1/2 qt.	393.87	0.00	393.87
80	1	Horno industrial de microondas AMANA RCS10TS de fabricación americana, capacidad de calentamiento 1000 watts, capacidad interior de 1.2 pies cúbicos. Menú con capacidad de almacenar hasta 10 programas. Terminado interior y exterior en acero inoxidable. Espec. eléctrica 120/60/1	824.49	0.00	824.49
81	1	Rebanadora industrial SIRMAR MIRRA 250 de fabricación italiana, motor de 0.20 HP, cuchilla de 25 cms. de diámetro. Unidad fabricada en aluminio con bandeja de recepción incorporada.	737.31	0.00	737.31
82	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	1,323.00	0.00	1,323.00
83	1	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KSM500, de 5 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo FD, control de 10 velocidades; motor de 325w.	369.73	0.00	369.73
84	1	Resurtero CARLISLE 345050-23 de 50 galones de capacidad montado sobre ruedas.	158.67	0.00	158.67

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-80 Y AVENIDA 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No: 345 07/07/2004

PROFORMA: 0004403

Cliente : JORGE FLORES Quito, 27 de Septiembre del 2011

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 999999999

TELEFONO : QUITO

Cod. Vendedor : GEN

Pag. 5 de 5

NO.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
85	1	Peladora industrial de tubérculos UNIVEX G-PEELER, capacidad para 15-20 libras en 1 a 3 minutos, fabricada de acero inoxidable, motor de 1/3 HP, tapa superior removible de fibra de vidrio, grifo para alimentación de agua durante el pelado.	2,162.51	0.00	2,162.51
			SUBTOTAL:		7,374.73
			DSCTO. :		0.00
			SUBTOTAL :		7,374.73
			TRANSPORTE:		0.00
			I.V.A. 12 %:		884.97
			TOTAL :		8,259.70

CONDICIONES DE COMPRA VENTA

FORMA DE PAGO

-DE CONTADO O CHEQUE A LA FECHA (8ND8CTO).

-TIEMPO DE ENTREGA

INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA

VALIDEZ DE LA OFERTA

-15 DIAS A PARTIR DE LA PRESENTE

LUGAR DE ENTREGA

BODEGAS DE TERMALIMEX EN LA CIUDAD DE QUITO.

ATENTAMENTE,

ANA COLOMA A.

Anexo 12 Cotización de El Centro, computadoras y servicios



Quito, 5 de Febrero del 2012

Sr.

Presente.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente reciban un cordial saludo de quienes conformamos El Centro, la presente tiene por objeto dar a conocer a ustedes la propuesta de automatización para locales dedicados a la gastronomía y el turismo (Bares, Restaurantes, Hosterías, etc.), en la cual se detalla el proceso de instalación, partes, pieza, licencias de software y sus costos.

Nuestro Software ha sido diseñado enteramente con tecnología de punta, Programación en Microsoft.NET (C#) con base de Datos SQL Server (integridad referencial), lo que lo hace muy flexible y a la vez muy sólido en sus procedimientos y datos.

De requerir una profundización en las especificaciones de los equipos y las instalaciones o el software ruego hacernos conocer lo antes posible con la finalidad de ampliar esta información.

Por la atención que se sirvan dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Luis Quenguan

DESCRIPCION DE LOS EQUIPOS

CPU USD 390.00



CASE MINI
MAINBOARD INTEL DG41
PROCESADOR INTEL DUAL CORE
DISCO DURO 500 GB
MEMORIA 2GB DDR2
DVD WRITER
TECLADO
MOUSE

MONITOR 18.5" LG O SAMSUNG USD 120.00



MONITOR ELO TOUCH 15" USD 530.00



IMPRESORA TMU220

USD 250.00



LECTOR DE BANDA MAGNETICA USD 55.00



CAJON DE DINERO

USD 65.00



NOTA.- Los valores no incluyen IVA y están sujetos a cambios.

NOTA.- Forma de pago 70% a la aceptación y 30% a la entrega de los equipos

Detalle de Valores

1 Punto de Software Camila Gourmet	900.00
Subtotal	1800.00
12% iva	216.00
Total	2016.00

Opcionales

Actualización al sistema (incluye 4 actualizaciones al año, valor único anual)	200.00
Hora de servicio Técnico	30.00
Punto de red	60.00 c/punto

El cliente puede optar por un Soporte Técnico Fijo Mensual el cual tendrá un valor de acuerdo al número de equipos que se encuentren cubiertos por este servicio, el valor oscila entre los 50\$ y 300\$

Notas:

Los valores de los opcionales no incluyen IVA

Forma de pago:

50% a la aceptación del contrato.

50% a 30 días contados a partir de la aceptación del contrato.

Ing. Mónica Juiña

Administración

el centro
Computadoras & Servicios

Tecnología a su servicio

