



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

CHOCOCAFETO – PASTERÍA “SAÚCA”

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

Profesor Guía:
Hernán Dávila

Autor:
Cristian Marcelo Puente Gallegos

Año
2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/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 en Administración 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”.

Cristian Marcelo Puente Gallegos

C.I.: 100302936-8

AGRADECIMIENTOS

Principalmente a Dios, que en su infinita inteligencia fue quien puso en mí el cariño a esta profesión. A mis padres y hermano por la enseñanza de todos los valores con los que hoy rijo mi vida, y finalmente a todos mis amigos porque día a día me ayudan a ponerlos en práctica.

DEDICATORIA

Todo a esa Magia.

Esa Magia que me permite soñar despierto y
vivir amando.

RESUMEN

El objetivo principal de esta tesis es la propuesta de un nuevo modelo de negocio: **Chococafeto – Pastería**, para impulsar el desarrollo comercial de la ciudad de Otavalo como un destino de la **Nueva Gastronomía Dulce** en la provincia de Imbabura.

Se desarrollará un plan comercial para que Otavalo deje de ser simplemente un lugar de paso hacia las ciudades de Cotacachi, Atuntaqui e Ibarra y se convierta en una ciudad de estadía, que brinde una planta receptora de alimentos y bebidas como la que este proyecto propone.

La arquitectura de la planta receptora será modernista, se utilizará un diseño único en la provincia que cuente con muebles, sillones y sillas lo bastante cómodas; lo que se convierte desde ya, en un factor diferencial fuerte, ya que, el negocio pretende crear un ambiente y atmosfera tranquila, convirtiéndolo así, en un lugar de reunión, para discutir y pasar el tiempo mas no en un sitio solo para consumir.

Dentro de la carta de degustación se tienen productos terminados muy finos - se cuida minuciosamente los detalles, sabores y texturas-. El factor diferencial en este punto, es el uso exclusivo de productos locales.

En cuanto a talento humano respecta: el personal de servicio y administrativo será indígena y como tal, vestirá con sus tradicionales prendas; con esto fomentamos el respeto hacia la comunidad otavaleña.

Como muestra el presente compendio, el desarrollo y ejecución de este proyecto está orientado al servicio de la sociedad a la que se debe la creación del mismo.

Finalmente, la presente tesis sugiere que de considerarse la ejecución e implementación del proyecto, se deberán hacer futuras investigaciones respecto a los factores críticos de inversión y éxito:

Monto de inversión.	Facilidad de entrada en el mercado.
Retorno de inversión.	Tiempo de duración del proyecto.
Facilidades de salida.	

ABSTRACT

The main purpose of this project is to establish a new model of business: Chococafeto – Pastería, to boost Otavalo's commercial development, in order to make of it a “new sweet cuisine” destiny in Imbabura.

A commercial plan will be developed so that Otavalo turns into something more than just a passageway to get to Cotacachi, Atuntaqui and Ibarra. It will become a place where people can enjoy staying, and which will offer food and beverages establishment, just like the one this project propose.

This establishment will count with modern architecture and a unique design, which consist of comfortable furniture and armchairs. This might represent the main Chococafeto –Pastería differential factor, because more than being a purchasing place, it attempts to be a very quiet and relaxing place where costumers may gather, hang out, talk and have a great time.

By the exclusive use of local ingredients, the menu offers several fine food products that have been strictly elaborated, trying to obtain the greatest flavors and textures.

Regarding human talent, service and administrative staff will be indian people and they will dress with their traditional outfit. With this we will try to encourage respect to the community of Otavalo.

Finally, this project suggests that its develop and execution will require future research regarding critical factors of investments and success:

Investment amount	Facilities when entering in the market
Investment recovery	Project Lifetime
Output facilities	

ÍNDICE

1	CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1	HIPÓTESIS	1
1.2	JUSTIFICACIÓN	1
1.3	CONCEPTO DEL NEGOCIO	2
1.3.1	Reseña Histórica.....	3
1.4	OBJETIVOS	4
1.4.1	Objetivo General	4
1.4.2	Objetivos Específicos.....	4
1.5	ZONIFICACIÓN.....	4
2	CAPÍTULO II: LA EMPRESA	6
2.1	NOMBRE DE LA EMPRESA.....	6
2.2	IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA	6
2.2.1	Logotipo y Cromática	7
2.2.2	Retícula.....	8
2.2.2.1	Construcción	8
2.2.2.2	Construcción y Tipografía	9
2.2.3	Papelería	10
2.2.3.1	Tarjetas de Presentación	10
2.2.3.2	Hoja Membretada.....	11
2.2.3.3	Aplicaciones	12
2.2.3.4	Publicidad.....	13
2.3	CARTA DE LA CHOCOCAFETO – PASTERÍA	14
2.4	VISIÓN	15
2.5	MISIÓN.....	15
2.6	VALORES	15
2.7	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	16
2.7.1	Organigrama Estructural.....	16
2.7.2	Organigrama por Puestos de Trabajo.....	16
2.7.3	Descripción Funciones.....	17
2.8	POLÍTICAS, CÓDIGO DE TRABAJO Y CONVENIOS DE LA EMPRESA.....	25
2.8.1	Políticas de SAÚCA	25
2.8.2	Código de Trabajo	26
2.8.3	Convenios y Contrato	27
2.9	PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	35
2.9.1	Constitución Legal	35
2.9.2	Requisitos Legales para el Funcionamiento	36
3	CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN DE MERCADO	39
3.1	MODELO DE ANÁLISIS.....	39

3.2	METODOLOGÍA	39
3.3	PREGUNTAS PARA LA INVESTIGACIÓN	39
3.4	HIPÓTESIS	39
3.5	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.6	TAMAÑO DE LA MUESTRA	40
3.7	TRABAJO DE CAMPO	41
3.8	ANÁLISIS DE DATOS	42
4	CAPÍTULO IV: EL AMBIENTE	46
4.1	CROQUIS DEL LUGAR	46
4.2	ARQUITECTURA SAÚCA	46
4.3	UNIFORMES EN LA COCINA	48
4.4	UNIFORMES ADMINISTRATIVOS Y DE SERVICIO	50
4.4.1	Vestimenta Femenina	51
4.4.2	Vestimenta Masculina	52
4.5	HORARIOS	53
4.5.1	Horarios de Atención	53
4.5.2	Horarios de Trabajo	53
5	CAPÍTULO V: LA COCINA Y LA OFERTA GASTRONÓMICA	55
5.1	EQUIPOS Y UTENSILIOS	56
5.2	DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO	57
5.3	MANEJO DE HIGIENE EN LA MATERIA PRIMA	57
5.4	SALUD Y SEGURIDAD DEL PERSONAL	57
5.5	PLANO DEL NEGOCIO	58
5.6	LA OFERTA GASTRONÓMICA	58
5.6.1	Justificación de la Creación del Menú	58
5.6.2	Responsable de la Creación	59
5.6.3	La Carta	59
5.7	RECETAS ESTÁNDAR	61
5.8	FORMAS DE PAGO	73
5.8.1	Tasas de Interés DATAFAST	74
5.8.2	Requisitos para afiliarse a DATAFAST	75
5.8.3	Costos de los Equipos DATAFAST	75
6	CAPÍTULO VI: PLAN DE MARKETING	77
6.1	OBJETIVO GENERAL	77
6.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	77
6.3	ANÁLISIS SITUACIONAL	78
6.3.1	Análisis Microambiente	78
6.3.2	Análisis Macroambiente	80
6.4	SÍNTESIS DEL ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO Y EXTERNO A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FODA	82
6.4.1	Fortalezas	82

6.4.2	Oportunidades	82
6.4.3	Debilidades	83
6.4.4	Amenazas	83
6.5	PROPUESTA MERCADOLÓGICA PARA EL MERCADO	84
7	CAPÍTULO VII: PLAN FINANCIERO	88
7.1	ACTIVOS FÍSICOS	89
7.1.1	Lugar, Diseño y Construcción	89
7.1.2	Maquinarias y Equipos	90
7.1.3	Menaje	91
7.1.4	Equipos de Computación y Software	91
7.2	ACTIVOS DIFERIDOS	92
7.2.1	Gatos de Constitución	92
7.3	CAPITAL DE TRABAJO	92
7.3.1	Materia Prima	92
7.3.2	Sueldos y Salarios	94
7.3.3	Gastos de Publicidad	94
7.3.4	Suministros de Limpieza	95
7.3.5	Gastos de Uniforme del Personal	95
7.4	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	96
7.4.1	Capital Propio	96
7.5	COSTOS Y GASTOS	97
7.5.1	Costos Variables	97
7.5.2	Costos Fijos	97
7.5.3	Costos Totales	100
7.6	CUADRO DE PROYECCIÓN DE VENTAS	101
7.6.1	Cuadro de Proyección Numérica y Monetaria	103
7.7	DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	106
8	CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
8.1	CONCLUSIONES	109
8.2	RECOMENDACIONES	110
	Referencias	111

1 CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 HIPÓTESIS

Es viable crear una cafetería que brinde los servicios de chocolatería, pastelería y heladería en la ciudad de Otavalo, para el expendio de alimentos y bebidas en donde se pueda dar un servicio diferencial, generando un proyecto rentable para el inversionista.

1.2 JUSTIFICACIÓN

En tal virtud, los siguientes aspectos justificarán la creación y el desarrollo de esta tesina a fin de que se llegue luego a concluir con las observaciones pertinentes al tema.

- El no tener un concepto de negocios de alimentos y bebidas actualmente en la ciudad de Otavalo que brinde los productos y servicio que se brindará el proyecto SAÚCA.
- Choco-cafeto Pastería rescatará los sabores tradicionales de un Ecuador diverso en productos alimenticios y los difundirá, generando nuevos sabores en helados, postres y chocolates.
- Aprovechar una afluencia mucho más elevada de turistas hacia la ciudad de Otavalo que se asume generará la creación del nuevo aeropuerto en la ciudad de Quito.
- Siendo Otavalo simplemente un punto de vista y paso tanto para el turista nacional como para el extranjero, pues, éstos, al no encontrar lugares que cumplan con sus expectativas, se desplazan hacia ciudades como Atuntaqui, Cotacachi e Ibarra, en busca de centros de esparcimiento que brinden una amplia gama de opciones de comida, como heladerías y

dulcerías en las ciudades de Ibarra y Atuntaqui respectivamente y de comida gourmet en la ciudad de Cotacachi (garden-spa LA MIRAGE).

Éstos, son los principales indicadores de que Otavalo necesita aprovechar el alto número de visitantes que la ciudad tiene mes a mes, logrando que la ciudad deje de ser un destino de paso y se convierta en una ciudad donde el turista se sienta cómodo, genere transacciones económicas dentro de la misma y promueva las fuentes de trabajo que la empresa pretende generar.

1.3 CONCEPTO DEL NEGOCIO

Choco-cafeto Pastería

El restaurante goza de una carta netamente elaborada con productos ecuatorianos y latinoamericanos con presentaciones de los mismos en formas modernas y texturas interesantes. El sabor principal de los ingredientes permanecerá y se respetarán todos sus ingredientes básicos en cuanto a las preparaciones, sin embargo, se jugará con texturas y colores, buscando una manera novedosa y atractiva, que enamore al comensal, permitiendo que vuelva por más de sus exquisitos y delicados sabores.

La arquitectura del lugar es modernista y minimalista, misma que contará con parqueadero exclusivo; la estructura del lugar parte de un cubo central y de una descomposición del mismo, con esto se podrán apreciar todas las diferentes áreas que lo complementan como son la chocolatería, pastelería, heladería.

Finalmente, se manejará el concepto de una cocina vista para deleite y satisfacción del cliente; la decoración del salón será totalmente en madera al igual que mesas, sillas, taburetes, cuadros, exhibidores, bandejas de servicio, etc. En cuanto al personal de servicio y atención al cliente, las encargadas serán personas de la cultura indígena, las cuales, portarán su vestimenta tradicional.

1.3.1 Reseña Histórica

Al definir el concepto de negocio de la nueva empresa, es relevante analizar cada una de las diferentes concepciones de las que se conforma el concepto principal:

- Una cafetería es generalmente un despacho de bebidas a base de café, té y leche; comparte características con un restaurante no siendo de primordial importancia el servicio de meseros o maitres, más bien, el cliente se acerca a la barra a recoger su pedido. La carta de una cafetería no enfatiza en bebidas alcohólicas y es bastante simple en cuanto a la demora en el proceso de preparación de platillos, sándwiches y postres.
- Una chocolatería es un espacio dedicado al expendio de productos creados a base de chocolate, desde bocados simples, pasando por diferentes bebidas hasta los más elaborados postres.
- La pastelería es un negocio muy común, se confunde generalmente a la pastelería y panadería debido a que los dos conceptos se dedican a la elaboración y comercialización de pasteles, tartas y postres y, por otro lado, una línea de productos de sal como panes, palanquetas y bizcochos.
- Una heladería, es un establecimiento que prepara, distribuye y sirve helados y bebidas elaboradas a partir de éstos como *milk shakes*. Se trata de un lugar abierto y de fácil acceso donde generalmente hay un congelador de exposición que facilita la organización de los diferentes sabores.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar un modelo de negocio con un nuevo concepto de gastronomía dulce en la provincia de Imbabura, entregando un producto de muy alta calidad al cliente a fin de conformar un negocio rentable.

1.4.2 Objetivos Específicos

Objetivos administrativos:

- Generar la planeación organizativa, estratégica, de ejecución y control del proyecto.

Objetivos financieros:

- Generar rentabilidad para el inversionista.

Objetivos estratégicos y de mercadeo:

- Desarrollar el plan de mercadeo para el posicionamiento de la idea de negocio.

Objetivos ambientales:

- Generar un proyecto que sea amigable con el medio ambiente.

1.5 ZONIFICACIÓN

La localización del nuevo negocio es un aspecto crucial para el funcionamiento y la rentabilidad del proyecto.

Se tiene planificado desenvolver el proyecto en la ciudadela Rumiñahui de la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura.

Datos cualitativos indican que la ciudad antes nombrada, es la segunda más visitada en el Ecuador luego de Guayaquil.

Además, cuenta con el principal atractivo que es la feria de los ponchos. Cabe señalar que es el mercado artesanal más grande de toda América Latina.

Por otro lado, la ciudadela Rumiñahui, es una de las ciudadelas más antiguas de la ciudad, una zona residencial que está ubicada en la periferia del centro de la ciudad, espacio en el cual residen la mayor cantidad de personas.

Adicionalmente, las nuevas instalaciones del Consejo de la Judicatura se encuentran a dos cuadras del lugar de estudio del proyecto, con lo cual se prevé una mayor movilización de personas por el lugar.

2 CAPÍTULO II: LA EMPRESA

2.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

El trabajo que se realizó en la propuesta creativa para desarrollar la imagen corporativa de la empresa, utilizó información para la composición del nombre de de la misma y se llegó a concretar el nombre SAÚCA®, mismo que logró reunir lo que la marca pretende ser, respetando los valores, la visión y misión de la empresa:

SABOR

AROMA

ÚNIÓN

CULTURA

ARTE

La empresa se dedica al servicio de las personas, a su deleite, a crear un ambiente exclusivo y único en la ciudad de Otavalo; y utiliza para este fin, como vehículo: LA COMIDA, como lo llama la hotelería, un servicio de alimentos y bebidas; mismo que engloba muchos aspectos y, entre tantos, salta al gusto de cliente el SABOR Y AROMA.

Lo que hace la empresa es ÚNIR estos dos aspectos con la con CULTURA y el ARTE que quiere infundir entre sus clientes. Valorar la cultura, el pueblo otavaleño y disfrutar del arte que e antes mencionado ha sabido desarrollar a través de tanto tiempo, y ha hecho de Otavalo una de las ciudad más visitadas del Ecuador.

2.2 IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA

A continuación se describe en rasgos generales la identidad corporativa de la empresa SAÚCA®. Toda la información pertinente para el desarrollo de la identidad se entregará en un archivo el momento del desarrollo del proyecto.

2.2.1 Logotipo y Cromática

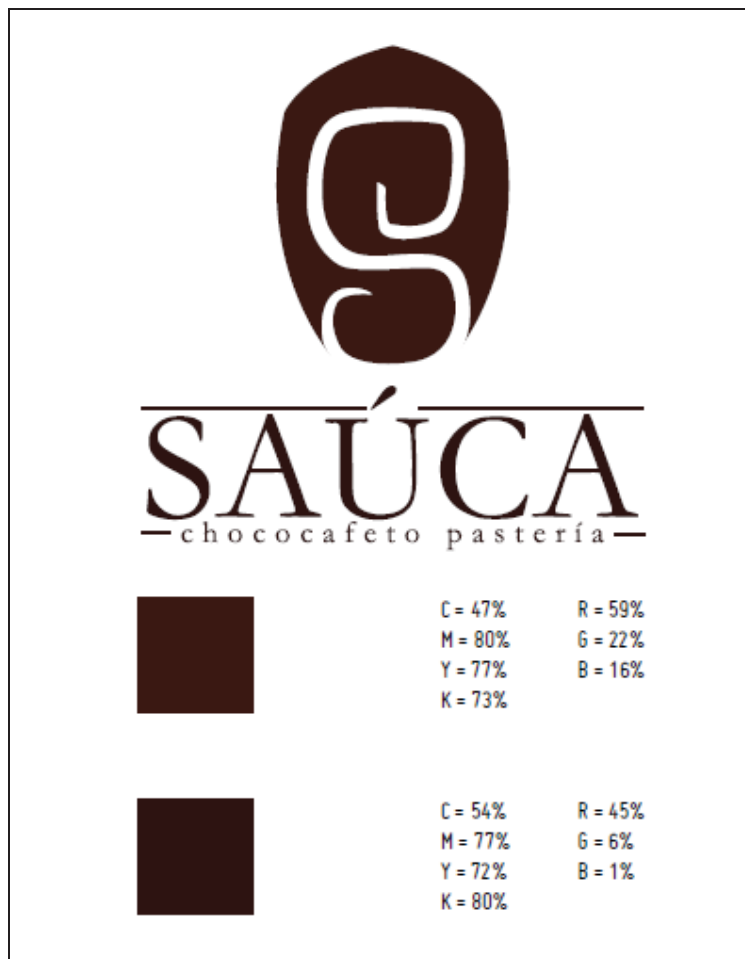


Figura 1. Logotipo y Cromática

2.2.2 Retícula

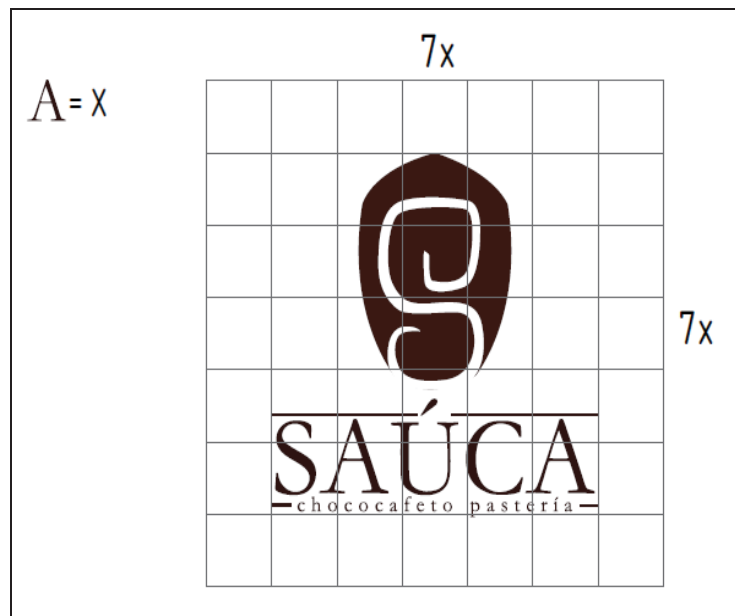


Figura 2. Retícula

2.2.2.1 Construcción

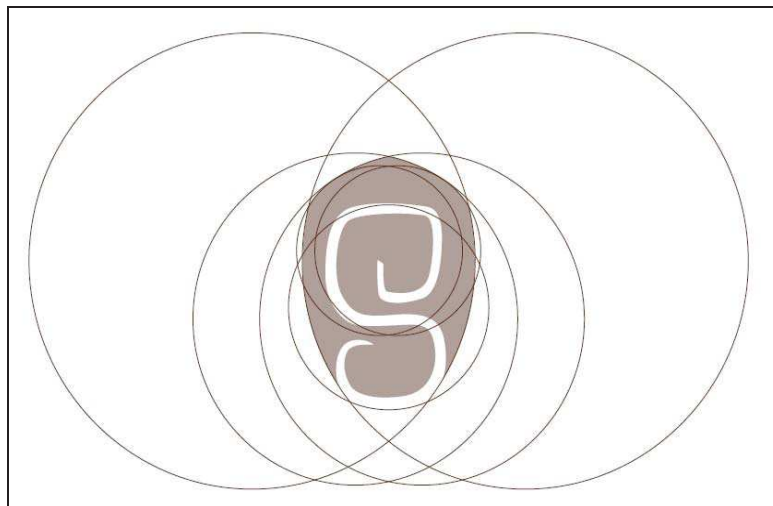


Figura 3. Construcción

2.2.2.2 Construcción y Tipografía



Figura 4. Construcción y Tipografía

2.2.3 Papelería

2.2.3.1 Tarjetas de Presentación



Figura 5. Tarjetas de presentación

2.2.3.2 Hoja Membretada



Figura 6. Hoja Membretada

2.2.3.3 Aplicaciones



Figura 7. Aplicaciones

2.2.3.4 Publicidad



Figura 8. Publicidad

2.3 CARTA DE LA CHOCOCAFETO – PASTERÍA

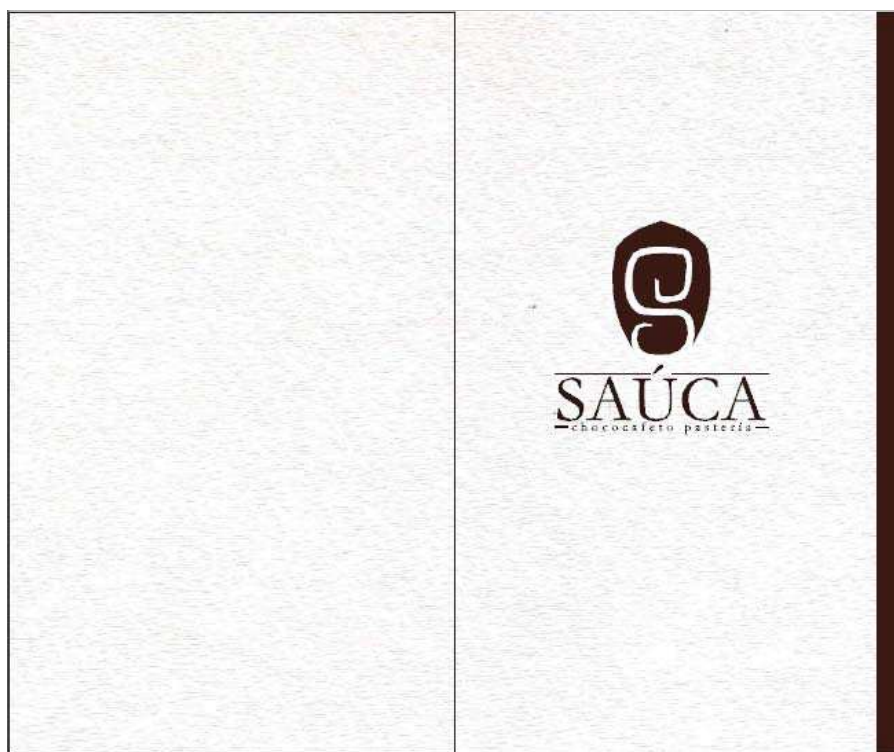


Figura 9. Carta de la Chococafeto - Pastería

La carta de la empresa ofertará postres y dulces tradicionales del Ecuador, así como postres, pasteles, pastas, helados y chocolatería diseñada por el director creativo (chef pastelero) de la empresa; estos, se producirán partiendo de productos netamente ecuatorianos y latinoamericanos.

La carta se cambiará o renovará parcial o totalmente cada tres o seis meses dependiendo de los índices de rotación de los platos y las estadísticas de los platos más vendidos que manejará el departamento de contabilidad y finanzas.

Se describen a continuación los cursos con los que contará la carta:

- Las harinas y las frutas
- Sándwiches (de patacones)

- Chocolate fino de aroma
- Helados
- Bebidas:
 - Calientes
 - Frías

Todos estos datos se evaluarán mes a mes desde que la empresa empiece la operación y se cambiarán o aumentarán cursos según le convenga a la empresa.

2.4 VISIÓN

Elevar el conocimiento gastronómico ecuatoriano de las personas en Imbabura, utilizando el concepto de **Nueva Gastronomía Dulce** en la provincia, entregando un ambiente exclusivo y un producto de muy alta calidad, para posicionarse como líder en la provincia de Imbabura en un plazo de 2 años.

2.5 MISIÓN

Ser un equipo sólido compartiendo una misma pasión: la cocina. Comprometidos con un servicio ágil, flexible y dinámico en un ambiente acogedor y tranquilo para que el comensal disfrute lo mejor que tenemos y hacemos.

2.6 VALORES

Los valores empresariales son los que rigen el comportamiento de todo cliente interno y empleado o asociado de la empresa.

- Puntualidad
- Respeto
- Puntualidad

- Comunicación
- Autonomía

2.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.7.1 Organigrama Estructural

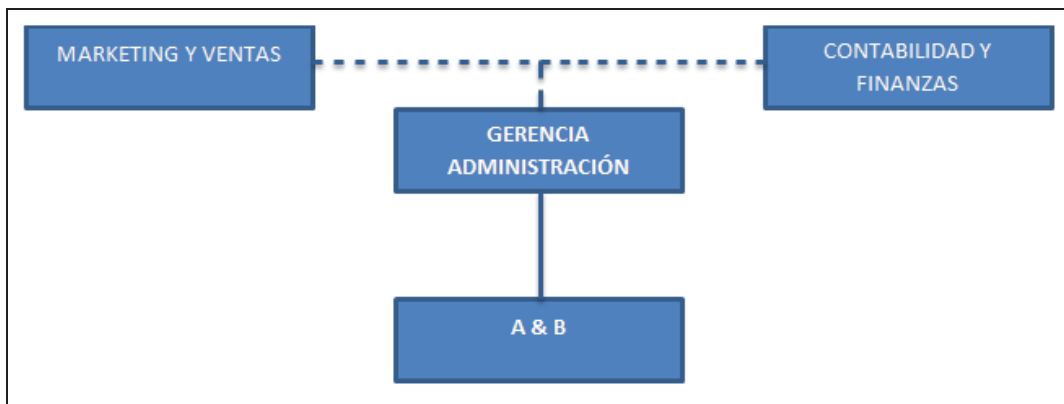


Figura 10. Organigrama Estructural

2.7.2 Organigrama por Puestos de Trabajo

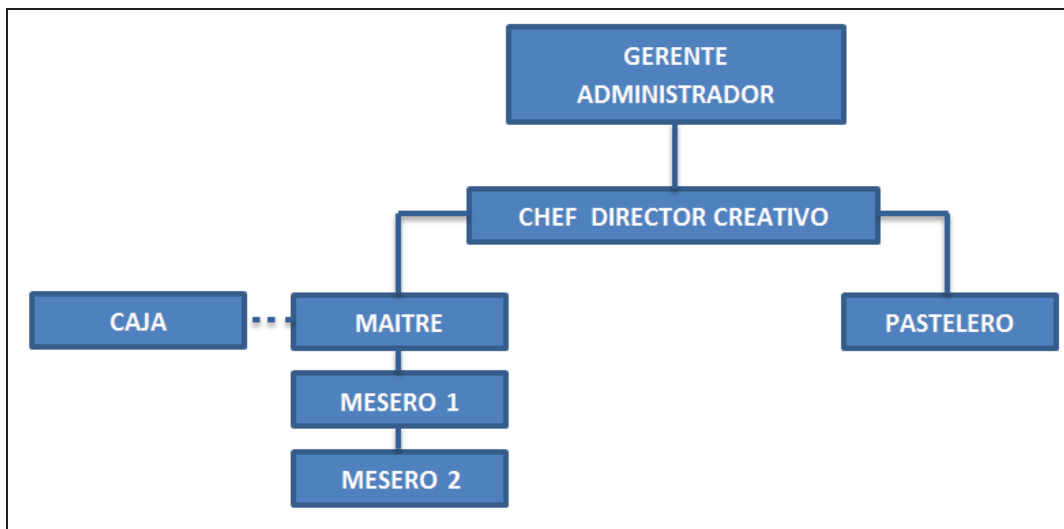


Figura 11. Organigrama por Puestos de Trabajo

2.7.3 Descripción Funciones

GERENTE/ADMINISTRADOR:

Función básica: Dirigir las actividades de Chococafeto-Pastería Saúca de acuerdo con las políticas de la empresa, para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Responsabilidades:

- Estudiar constantemente a la competencia para anticiparse a los cambios.
- Presentar un informe trimestral del rendimiento de la empresa a la junta directiva o dueño de la empresa.
- El gerente debe presentarse a trabajar puntualmente los días de trabajo, portando su uniforme en perfectas condiciones.
- Reunirse todos los lunes con los asociados (trabajadores) para motivarlos en el inicio de semana y todos los domingos para retroalimentarse del trabajo hecho durante dicho período.
- Mantener comunicación directa y permanente con todos los asociados de la empresa.
- Mantener el orden y la disciplina dentro de la empresa.
- Reemplazar a cualquier asociado que llegare a faltar en la empresa.
- Autorizar los horarios de los asociados de A&B establecidos por el jefe de A&B para toda el semana.
- Autorizar la orden de compra que presenta el jefe de A&B.

Especificaciones del puesto:

- Amplios conocimientos y experiencia de mínimo dos años en administración de empresas relacionadas con A&B.
- Ingeniería en administración de empresas y/o empresas turísticas y hoteleras.
- Conocimiento técnico de marketing, publicidad, relaciones públicas y gerencia de recursos humanos.
- Amplio conocimiento técnico, teórico y práctico de todo cuanto engloba la cocina y la pastelería.
- Dominio del idioma inglés 100%
- Edad entre 25 y 35 años.

CHEF DIRECTOR CREATIVO:

Función básica: Es la persona responsable de supervisar y controlar todos los procesos que se realicen en cocina.

Responsabilidades:

- Se encarga de realizar la carta cada seis meses; sugerencias, festivales y promociones dentro de la empresa.
- Dirige la cocina al momento de la operación y es quien monta los platos.
- Realiza la receta estándar y calcula los costos de la misma.

- Supervisa, da vistos buenos de todos los documentos de control.
- Capacita al personal.
- Desarrolla horario y da visto bueno de entrada y salida de los asociados.

Especificaciones del puesto:

- Tener conocimientos técnicos, teóricos y prácticos de la pastelería.
- Mínimo tres años de experiencia en la pastelería.
- Secundaria terminada
- Edad entre 25 y 40 años.
- Manejo de la computadora y paquetería (Word, Excel e Internet) así como manejo de faxes, copiadoras y scanner.
- Persona otavaleña indígena y quichua hablante.
- Experiencia mínima de dos años.
- Disponibilidad de horario

MESERO (A):

Función básica: La responsabilidad máxima radica en la toma de pedido u órdenes a los comensales y servir el pedido directamente a la mesa, con una atención cordial, buenos gestos y correctas maneras.

Responsabilidades:

- Preguntar en cocina con lo que cuenta antes de salir a dejar la carta.
- Recibir a los comensales y guiarlos hasta la mesa asignada, presentarse y dejar la carta.
- Tener soltura al momento de hablar con el cliente y tomar el pedido.
- Siempre ser cordial y demostrar amabilidad con una sonrisa.
- Conocer los productos que conforman la materia prima de la carta para dar una explicación al cliente en caso de ser necesario.
- Conocer muy bien la carta, cómo se preparan las cosas así como las recomendaciones y sugerencias del chef pastelero.
- De ser necesario limpiar las mesas toda vez que se requiera.

Especificaciones del puesto:

- Conocer ampliamente, teórica y prácticamente sobre el servicio y la atención a personas y clientes.
- Cursar por el segundo año de universidad
- Persona otavaleña indígena y quichwa hablante y que domine 100% inglés fluido.
- Experiencia mínima de dos años.
- Disponibilidad de horario.

PASTELERO (A):

Función básica: Se encarga de la preparación de postres fríos, calientes, helados, pastas, panes, chocolates y bebidas según órdenes del chef y/o requerimientos en el momento de la operación:

Responsabilidades:

- Tener siempre organizada y limpia el área de trabajo.
- Trabajar según especificaciones de chef pastelero.
- Contar siempre con el stock mínimo de productos.
- Organizar la bodega cada vez que el chef pastelero o algún supervisor crea necesario.

Especificaciones del puesto:

- Tener conocimientos técnicos, teóricos y prácticos de la pastelería.
- Mínimo un año de experiencia en la pastelería.
- Secundaria terminada
- Edad entre 19 y 25 años.
- Manejo de la computadora y paquetería (Word, Excel e internet) así como manejo de faxes, copiadoras y scanner.
- Persona otavaleña indígena y quichwa hablante.
- Disponibilidad de horario

Departamento de marketing y ventas (contrato regular por servicios profesionales)

Función básica: analizar, organizar, planear y dirigir las operaciones de venta y mercadeo de la marca de la empresa y de los productos y servicios que ésta ofrece, apegándose siempre a los valores, visión y misión que la empresa tiene.

Responsabilidades:

- Ver, copiar y mejorar estrategias de la competencia directa o de empresas que se encuentren en el mismo rubro.
- Organizar, dirigir y evaluar los planes estratégicos que tome la empresa.
- Desarrollar a la marca de tal modo que se franquicie.
- Desarrollar marketing a través de internet y redes sociales.
- Planificar y vender eventos especiales dentro de la empresa.

Especificaciones del puesto:

- Contar con un amplio conocimiento técnico, teórico y práctico de mercadotecnia y técnicas actuales de venta directa.
- Tener conocimiento sobre diseño web y manejo de internet y redes sociales.
- Ingeniero en mercadotecnia.
- Mínimo dos años de experiencia.

- Edad entre 26 y 45 años.
- Manejo del inglés 100%
- Disponibilidad de horario

Departamento de contabilidad y finanzas (contrato regular por servicios profesionales)

Función básica: llevar los cierres de caja diarios y depositar el efectivo en la cuenta de la empresa, llevar los inventarios mensuales de todos los bienes de la empresa; llevar la contabilidad de la empresa y todo cuanto esto respecta.

Responsabilidades:

- Supervisar el cajero (a) diariamente.
- Depositar en efectivo del cierre de caja diariamente.
- Emitir informes de inventarios de bienes a la gerencia todos los meses.
- Calcular el rol de pagos de todos los asociados de la empresa mes a mes.
- Llevar la contabilidad y todo cuanto esto respecta dentro de la empresa.

Especificaciones del puesto:

- Contar con un amplio conocimiento técnico, teórico y práctico de contabilidad.
- Contador

- Mínimo un año de experiencia.
- Edad entre 26 y 45 años.
- Manejo del inglés 100%
- Disponibilidad de horario
- Persona otavaleña indígena y quichwa hablante.

Cajero (a):

Función básica: su máxima responsabilidad es llevar a cabo todos los registros de mesas y el cobro de los mismos.

Responsabilidades:

- Su máxima responsabilidad es la caja, los cobros y el cierre de caja.
- Cerrar caja todos los días y entregar el dinero con un informe adjunto al jefe de contabilidad.
- Si existiese alguna contrariedad durante el cierre de caja, como excedente o faltante reportar directamente al superior.
- Encargado de abrir y cerrar la cafetería.
- Encargado de hacer horarios y/o turnos de limpieza del lugar.

2.8 POLÍTICAS, CÓDIGO DE TRABAJO Y CONVENIOS DE LA EMPRESA

2.8.1 Políticas de SAÚCA

Todas las políticas presentadas a continuación, son normas y procedimientos a seguir por todo el personal que conforma SAÚCA.

- En cuanto a relaciones personales: dentro de la compañía, se prohíbe tener relaciones sentimentales entre compañeros de trabajo.
- En cuanto a la atención al cliente: todo el personal de la compañía deberá mantener un trato cordial, educado y respetuoso hacia cualquier tipo de cliente.
- En cuanto a la autonomía: todo el personal de la compañía tiene total autonomía a la hora de resolver algún mal entendido o inconveniente con el cliente.
- En cuanto a la recepción de la materia prima: estará a cargo del chef, quien de necesitar ayuda, tendrá la potestad de elegir a quien requiere para prestársela, a su vez, almacenará la materia prima correctamente en los puestos previamente asignados.
- En cuanto a la calidad del producto final: todo el personal de cocina deberá respetar y seguir al detalle la receta estándar. El chef tiene la autoridad máxima para dar aprobación antes de que cada platillo salga de cocina.
- En cuanto a compras: el chef es la autoridad máxima y tiene la responsabilidad de tener stocks adecuados de todo cuanto la compañía necesita. Se ayudará del software que la compañía posea.

- En cuanto al almacenamiento de la materia prima: la responsabilidad de almacenar toda la materia prima, respetando las normas de sanidad y temperaturas, está a cargo del chef.
- En cuanto a la sanidad y limpieza: se manejarán siempre los más altos estándares de limpieza y sanidad, tanto en cocina, como en el salón. Respetando el manual de manejo de sanidad HACCP.
- En cuanto a la contratación del personal: el chef tiene la responsabilidad máxima para hacer las correspondientes entrevistas previas a la contratación y asignar responsabilidades y funciones.
- En cuanto a los horarios de trabajo: la responsabilidad máxima en cuanto a realizar horarios de trabajo se refiere, la tiene el chef. Si algún empleado llegase a tener un problema, deberá comunicarse directamente con el chef para arreglarlo.

2.8.2 Código de Trabajo

1. Queda prohibido tener cualquier relación sentimental íntima entre compañeros de la compañía.
2. Los horarios determinados deben ser cumplidos por todos los asociados de la compañía.
3. Los asociados deberán llevar siempre el uniforme completo, el cual deberá estar siempre limpio.
4. Todo atraso, sin previo aviso ni aceptación de los jefes, tendrá una sanción en el salario.
5. En caso de enfermedad, el asociado deberá presentar el certificado médico, caso contrario, la ausencia será tomada como falta.

6. Los asociados deberán estar completa y debidamente uniformados para poder registrar su ingreso.
7. Todos los asociados respetaran las normas de seguridad establecidas dentro del restaurante.
8. Para poder ausentarse, horas o un día completo, el asociado deberá solicitar permiso a su superior y podrá ausentarse solo en caso de que él acepte.

2.8.3 Convenios y Contrato

A continuación se modela el contrato de trabajo a utilizar con el nuevo asociado:

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES

En la ciudad de Otavalo, a los – días del mes de ---- de 20XX, comparecen, por una parte el señor Cristian Marcelo Puente Gallegos y, por otra, el señor/a/ita -- ----, ciudadana ecuatoriana, mayor de edad, capaz en derecho, de estado civil ----; ambos por sus propios y personales derechos. El contratante y el contratista, que capaz en derecho y bien inteligenciados del propósito de este contrato; libre y voluntariamente han convenido en la celebración del presente convenio, al tenor de lo que disponen las siguientes cláusulas:

PRIMERA – ANTECEDENTES:

1. El señor Cristian Marcelo Puente Gallegos siendo el propietario de Chococafeto-Pastería SAÚCA.
2. Chococafeto-Pastería SAÚCA es un concepto de negocio que ofrece los servicios de chocolatería, cafetería, pastelería y heladería.

3. El señor/a/ita ----- que para los efectos del presente instrumento será denominada simplemente "LA CONTRATANTE"; está interesado en prestar sus servicios en Chococafeto-Pastería SAÚCA.

SEGUNDA – OBJETO: Por medio del presente instrumento, el señor Cristian Marcelo Puente Gallegos, requiere contratar los servicios profesionales de XXX

TERCERA – OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA: El señor propietario se compromete a reconocer al contratado un honorario fijo remunerado en dólares de los Estados Unidos de América, de manera mensual.

La Contratante proporcionará las herramientas de trabajo que requiera El Profesional, para desempeñar debidamente las prestaciones para las que ha sido contratado.

CUARTA – OBLIGACIONES DEL CONTRATANTE: El señor XXXXX se obliga a ejecutar su trabajo con el horario establecido por el empleador y aun en horas suplementarias o extraordinarias si fuera necesario.

QUINTA – PROPIEDAD INTELECTUAL: Por la celebración de este instrumento, el contratante se compromete a mantener total resguardo de las recetas y el manual instructivo que se pusiere a su conocimiento para seguridad del propietario de Chococafeto-Pastería SAÚCA.

SÉPTIMA – DEL PLAZO: El tiempo de duración del presente contrato a prueba es de noventa días de conformidad con lo expuesto el Art. 15 del Código de Trabajo. Vencido este plazo de prueba, se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare hasta completar el año, período dentro del cual una de las dos partes podrá darlo por terminado de conformidad con las disposiciones contenidas en los Art. 169 y 84 del Código de Trabajo vigente.

OCTAVA – TERMINACIÓN DEL CONTRATO: El presente contrato se terminará, taxativamente, por una de las siguientes razones:

1. Por el mutuo acuerdo de las partes.
2. Por la decisión unilateral de una de las partes, siempre que sea comunicado a la otra parte al menos con treinta días de anticipación y los valores correspondientes estén completamente pagados.
3. Por la terminación temporal de este contrato, a menos que las partes suscriban alcances, adéndums o reformas al presente instrumento, ampliando o restringiendo el tiempo para el que se contrata el servicio.
4. Cuando el reglamento y las políticas internas de la cafetería llegaran a faltarse por tres veces consecutivas.

NOVENA – CONTROVERSIAS: En el improbable caso de que se susciten controversias, en cualquier caso, las partes renuncian domicilio y declaran que se someterán a un proceso de arbitraje, que ha de ser en derecho ante el Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, el mismo que se realizará conforme a las normas de la Ley de Arbitraje y Mediación. El laudo así emitido tendrá fuerza de sentencia ejecutoriada pasada por autoridad de cosa juzgada. Si una de las partes pidiera la nulidad del laudo y no se favoreciere su pretensión, pagará a la otra todos los perjuicios ocasionados por el tiempo de retraso en el cumplimiento del laudo.

DÉCIMA PRIMERA – ACEPTACIÓN: Las partes declaran estar de acuerdo con el contenido del presente instrumento y se ratifican por tanto, en todas y cada una de las cláusulas que anteceden, sin reserva alguna de cualquier naturaleza.

Para constancia de lo antedicho, firman las partes, en tres ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de Otavalo, a los – días del mes de ---- de 20xx.

Cristian Marcelo Puente Gallegos
Propietario de Chococafeto-Pastería SAÚCA

Contratante

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS XXXXXXXXX

En la ciudad de XXXXX, a los – días del mes de ---- de 20XX, comparecen, el señor XXXXXX, en su calidad de Gerente General y como tal representante legal de la compañía XXXXXX; y, por otra, el señor/a/ita -----, ciudadana ecuatoriana, mayor de edad, capaz en derecho, de estado civil ----, por sus propios y personales derechos. XXXXXX es una sociedad constituida de acuerdo a la legislación ecuatoriana y su representante está debidamente legitimada para contratar y obligarse a nombre de la compañía que representa, así como el contratante que capaz en derecho y bien inteligenciado del propósito de este contrato; libre y voluntariamente ha convenido con el contratista en la celebración del presente convenio, al tenor de lo que disponen las siguientes cláusulas:

PRIMERA – ANTECEDENTES:

1. La compañía XXXXXXXXX, cuyo nombre comercial es XXXX, es una sociedad constituida al amparo de las leyes ecuatorianas y su domicilio principal se encuentra en la ciudad de xxxxx. Su giro principal del negocio es XXXXXXXXXXXXXXXX.

2. La compañía ----- es una sociedad constituida al amparo de las leyes ecuatorianas y su domicilio principal es la ciudad de ----. Su giro principal del negocio es ----.

3. El señor/a/ita ----- que para los efectos del presente instrumento será denominada simplemente “LA CONTRATANTE”; está interesado en contar con los servicios de la compañía XXXXXXXXX, que para los efectos de esta convención será denominada simplemente “XXXXXXX” o “LA CONTRATISTA.”

SEGUNDA – OBJETO: Por medio del presente instrumento, la compañía ----- --- contrata los servicios de asesoría contable y tributaria de la compañía

XXXXXX. Los servicios que la contratante requiera de la contratista son los que a mano y con esferográfico sean signados con el siguiente símbolo: /; por el contrario, los servicios que expresamente no estén incluidos serán descartados y en consecuencia excluidos de toda prestación por parte de la compañía XXXXX, serán tachados mediante el siguiente símbolo: X; lo antedicho en los cuadros que para tal efecto se coloquen al frente de cada uno de los conceptos, que constituyen a su vez los servicios que la compañía XXXXX presta.

TERCERA – PRESTACIÓN DE SERVICIOS: Los servicios de asesoría contable y tributaria que la compañía XXXXXXXX prestará, incluyen lo siguiente:

1. Que la compañía XXXXXXXX lleve la contabilidad de la compañía -----, para esos efectos lo hará según las estipulaciones y normas vigentes en la República del Ecuador; utilizando software de propiedad de XXXXXXXX.
2. Que la compañía XXXXXXXX presente las declaraciones que sean del caso y a las que esté obligada la compañía -----, con la periodicidad que según las estipulaciones normativas aplicables, deba realizar la contratante. Cualquier retraso no imputable a la responsabilidad de la compañía XXXXXXXX es de responsabilidad del cliente o de aquella persona natural o jurídica a quien pudiese imputársele.
3. Que la compañía XXXXXXXX realice al principio de cada ejercicio fiscal y al comienzo de la contratación de los servicios, un estudio de planificación tributaria que se hará tomando en cuenta de manera irrestricta las normas vigentes en la República del Ecuador y que se aplicará tal como se haya previsto en el tiempo, a menos que se necesiten hacer cambios en la planeación original, producto de cambios a la legislación tributaria o cualquier elemento externo que obligue a replantear uno o más de los aspectos tomados en cuenta en la planificación original.

4. Que al final de cada ejercicio fiscal y previo a la presentación de la declaración del Impuesto a la Renta, la compañía XXXXXXXX realice los ajustes contables necesarios y, conforme a los resultados que arroje la contabilidad de la contratante, efectúe la conciliación tributaria en base a la que se pagarán los tributos.
5. Que con periodicidad mensual se mantenga una reunión con el cliente para efectos de mantenerlo actualizado.
6. A custodiar toda la documentación entregada por la contratante. Toda la documentación que la contratante entregue a la compañía XXXXXX, será detallada en un Acta de Entrega Recepción firmada por ambas partes.
7. A guardar reserva de toda la información confidencial de la contratante, la que no entregará por causa alguna, a menos de requerimiento judicial de autoridad competente, en cuyo caso, de ser posible, legalmente se excepcionará de tal presentación amparándose en el secreto profesional.

CUARTA – OBLIGACIONES DE LA CONTRATANTE: La contratante estará obligada, en lo principal a lo siguiente:

1. A entregar toda la documentación e información pertinente y de manera completa a la compañía XXXXXXXX.
2. A facilitar el trabajo de la compañía XXXX, mediante mecanismos idóneos y la colaboración del personal a su cargo o de terceros dependientes.
3. A guardar estricta reserva sobre los métodos, programas o mecanismos que use la compañía XXXXXXXX para su ejercicio profesional. Los que en manera alguna está autorizada para usar, copiar o imitar sin autorización de la compañía XXXXXXXX.

QUINTA – PROPIEDAD INTELECTUAL: Por la celebración de este instrumento, ninguna de las partes adquiere derecho de propiedad intelectual alguno que sea propiedad de la otra parte. En esta virtud, por la presente convención no se cede o enajena a cualquier título, ni se transfiere derecho alguno a ninguna de las partes, de los relacionados con marcas, signos distintivos, modelos industriales, nombres comerciales y en general, ninguno que sea resultado de las creaciones del intelecto. Por ende, ninguna de las partes está autorizada a copiar, imitar, ceder o a realizar cualquier conducta que viole la legislación relativa a la propiedad intelectual, inclusive los convenios internacionales.

SEXTA – DEL PAGO: El precio pactado por la prestación de servicios contratados en virtud de este instrumento, será de USD ----- (---- dólares de los Estados Unidos de América), el que se cancelará con periodicidad -----.

Los tributos de cada una de las partes son independientes. Ninguna de las partes está obligada a cancelar, ni siquiera por representación, tributo alguno de la otra parte contratante.

SÉPTIMA – DEL PLAZO: El presente contrato tendrá una duración de un -----a partir de su suscripción. El presente plazo podrá extenderse o restringirse por acuerdo de las partes.

OCTAVA – TERMINACIÓN DEL CONTRATO: El presente contrato se terminará, taxativamente, por una de las siguientes razones:

1. Por el mutuo acuerdo de las partes.
2. Por la decisión unilateral de una de las partes, siempre que sea comunicado a la otra parte al menos con treinta días de anticipación y los valores correspondientes estén completamente pagados.

3. Por la terminación temporal de este contrato, a menos que las partes suscriban alcances, adéndums o reformas al presente instrumento, ampliando o restringiendo el tiempo para el que se contrata el servicio.
4. Por las demás formas comunes a este tipo de contratos, según la ley.

NOVENA – RELACIÓN CONTRACTUAL: Las partes declaran expresamente que la presente relación no es de carácter laboral o de representación; de tal manera que ninguna de las partes, representa a la otra en forma alguna y que ninguno de los dependientes de cada uno de los contratantes lo es de la otra parte; por lo que sus obligaciones labores les corresponden irrestrictamente a cada una.

DÉCIMA – CONTROVERSIAS: En el improbable caso de que se susciten controversias, en cualquier caso, las partes renuncian domicilio y declaran que se someterán a un proceso de arbitraje, que ha de ser en derecho ante el Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, el mismo que se realizará conforme a las normas de la Ley de Arbitraje y Mediación. El laudo así emitido tendrá fuerza de sentencia ejecutoriada pasada por autoridad de cosa juzgada. Si una de las partes pidiere la nulidad del laudo y no se favoreciere su pretensión, pagará a la otra todos los perjuicios ocasionados por el tiempo de retraso en el cumplimiento del laudo.

DÉCIMA PRIMERA – ACEPTACIÓN: Las partes declaran estar de acuerdo con el contenido del presente instrumento y se ratifican por tanto, en todas y cada una de las cláusulas que anteceden, sin reserva alguna de cualquier naturaleza.

Para constancia de lo antedicho, firman las partes, en tres ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de _____, a los – días del mes de ----- de 20XX.

Cristian Puento Gallegos
Propietario
XXXXXXXXX

GERENTE GENERAL
Compañía XXXXX

2.9 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

2.9.1 Constitución Legal

Inicialmente, se ha tomado la decisión de implementar la empresa a través de la calidad de persona natural por varios motivos.

En primer lugar, el procedimiento de constitución de una compañía anónima o de responsabilidad limitada, que serían las formas más adecuadas para la empresa, tarda de dos a tres meses aproximadamente y tiene un costo aproximado de 2000 dólares; la modalidad de compañía requiere la participación de varios socios, y en una primera instancia la intención es implementar el negocio de forma individual; requiere un capital de 800 y 400 dólares en las compañías anónimas y de responsabilidad limitada, respectivamente.

Estas son las razones fundamentales por las cuales se ha optado por establecer el presente proyecto como persona natural; no obstante, existe la proyección de que a mediano plazo se desarrollen franquicias en otras ciudades, razón por la cual, se espera poder constituir una compañía de responsabilidad limitada para el efecto.

Con este antecedente, es posible analizar los requisitos legales que se requieren para el desarrollo del proyecto, los mismos que después de haberse realizado una investigación amplia, se presentan.

A través de un proceso de deducción, se puede afirmar que los requisitos principales para montar la empresa en la ciudad de Otavalo son dos:

- La patente municipal y
- La licencia anual de funcionamiento.

Sin embargo, estos dos requisitos principales, tienen a su vez implícitos varios requerimientos con los que hay que cumplir, para obtenerlos.

2.9.2 Requisitos Legales para el Funcionamiento

Requisitos Para Adquirir La Patente Municipal Por Primera Vez

1. Formulario de solicitud y declaración de patente más tres timbres municipales. (Especie valorada \$2.00 para No obligados a llevar contabilidad y \$3,00 para obligados a llevar contabilidad, más tres timbres municipales \$3,00 c/u). Esta información deberá ser registrada en su totalidad y legalizada con la firma del propietario o responsable de la actividad económica a realizarse. Tiempo estimado de duración: de 5 a 10 días laborables.
2. Copia de la cédula de ciudadanía del propietario o responsable de la actividad económica.
3. Copia del certificado de votación.
4. Copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes). Se adquiere en el SRI. Tiempo estimado de tramitación: 1 día.
5. Copia de la declaración del impuesto a la renta. Este documento se debe presentar en el caso de sobrepasar la base de ingresos y cumplir con un período de operaciones que puede tratarse de meses o años según la forma de declaración que se utilice. Tiempo estimado de tramitación: 1 día
6. Copia de la declaración al Impuesto al Valor Agregado (IVA). Este requisito se opera para quienes no estén obligados a declarar impuesto a la renta. Tiempo estimado de tramitación: 1 día

7. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos de Otavalo. Tiempo estimado de tramitación: 3 días.

8. Permiso de Medio Ambiente. Es otorgado por la Jefatura de Gestión Ambiental del Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo. Tiempo estimado de tramitación: 3 días

Estos son los requisitos para obtener la patente municipal que, a su vez, es una exigencia para la tramitación de la Licencia Anual Única de Funcionamiento. El tiempo estimado de tramitación de la patente municipal es de 15 días laborables.

A continuación se detallan los requerimientos que el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Otavalo exige para otorgar la Licencia Anual Única de Funcionamiento.

REQUISITOS PARA ADQUIRIR LA LICENCIA ANUAL ÚNICA DE FUNCIONAMIENTO

1. Formulario de Licencia Anual Única de Funcionamiento. Tiempo estimado de aprobación: 4 días.

2. Certificado de registro del establecimiento en el Ministerio de Turismo (Ibarra). Tiempo estimado de registro: 1 día.

3. Certificado de la afiliación a la Cámara de Turismo (opcional). Tiempo estimado de afiliación: 1 día.

4. Copia de la Patente Municipal. Tiempo estimado de obtención: 15 días laborables.

5. Copia del RUC.

6. Listado de precios.
7. Certificado de haber pagado el 1x 1000 de los activos fijos en el Ministerio de Turismo. Tiempo estimado de certificación: 1 día.
8. Copia del permiso sanitario (Ministerio de Salud Pública). Tiempo estimado: 1 día.
9. Copia de la cédula con certificado de votación.

3 CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 MODELO DE ANÁLISIS

El modelo que se plantea es una investigación sistemática que recopile, organice y analice los datos obtenidos de diferentes fuentes para así, obtener la información necesaria que muestre las características del mercado en el cual se ejecutará el proyecto.

Para esto es fundamental el análisis de las estadísticas e índices que presenta el INEC a partir de los cuales se planteará la investigación.

3.2 METODOLOGÍA

Utilizar el método cuantitativo del levantamiento de encuestas a la población a la cual se dirige el proyecto.

3.3 PREGUNTAS PARA LA INVESTIGACIÓN

Pregunta filtro: ¿Compra usted dulces y postres frecuentemente?

1. ¿Qué tipo de lugar prefiere a la hora de disfrutar de un postre?
2. ¿Qué tipo de dulces y postres consume?
3. ¿Con qué frecuencia consume los postres mencionados?
4. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por este producto?
5. En este lugar: ¿Qué tipo de ambiente preferiría encontrar?

3.4 HIPÓTESIS

Existe una demanda real de clientes para lo que ofrece este proyecto en la ciudad de Otavalo.

3.5 Diseño de la Investigación

3.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El universo del mercado se ha delimitado con la ayuda de los datos obtenidos por el INEC desde su página web www.inec.gob.ec.

Se ha tomado en cuenta para esta división, en un inicio, toda la población de la ciudad de Otavalo, para luego segregar la población urbana, con la que se trabajará la estadística.

Tabla 1. Población de la ciudad de Otavalo

POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE OTAVALO		
Sexo		
Hombre	Mujer	Total
50.446	54.428	104.874
Población Urbana	Población Rural	
26.533	78.341	

Según datos del último censo realizado en el 2010, la población de la ciudad de Otavalo representa el 26,33 % del total de la Provincia de Imbabura; ha crecido a un ritmo del 4,3 % promedio anual. El 65,7 % de su población reside en el Área Rural y se caracteriza por ser una población joven ya que el 47,6 % son menores de 20 años.

Por lo tanto nuestra población objetiva son 26.533 personas.

3.6 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra, utilizamos una fórmula matemática que nos permite obtener un número de encuestas a realizar con exactitud.

La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N - 1) + z^2 \times P \times Q}$$

Dónde:

Z=Nivel de confianza

Los valores z más utilizados y sus niveles de confianza son:

Z	1,28	1,44	1,65	1,96	2,58
Nivel de confianza	80%	85%	90%	95%	99%

P= Probabilidad a favor

Q= Probabilidad en contra

N= Universo

E= Error muestral

Entonces:

$$n = \frac{1,65^2 \times 50\% \times 50\% \times 26533}{8\%^2 \times (26533 - 1) + 1,65^2 \times 50\% \times 50\%}$$

$$n = \frac{18059,0231}{170,485425}$$

$$n = 105,92$$

Mediante esta fórmula hemos determinado que se deberán realizar 106 encuestas para poder obtener información real y eficaz.

3.7 TRABAJO DE CAMPO

Se procedió a realizar las encuestas los días miércoles, viernes y sábado de la segunda semana del mes de julio del año 2012.

Durante estos días, se realiza la feria artesanal dentro de la ciudad, por lo que se encuentra un índice alto de movilización de personas alrededor del centro de Otavalo.

Se escogió el mes de Julio ya que es un mes intermedio, donde, según datos cualitativos, existe una movilización normal de residentes y visitantes dentro de la ciudad.

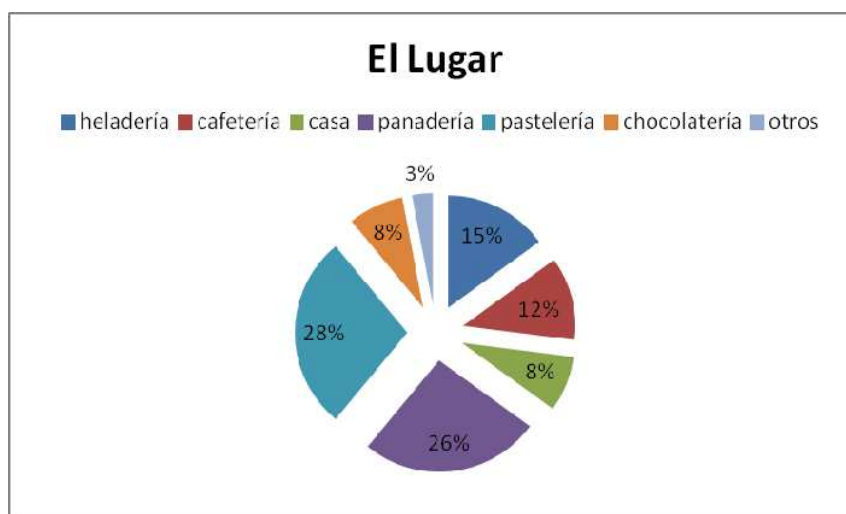
Las encuestas fueron realizadas en el centro de la ciudad de Otavalo, en el parque central, a los alrededores del mercado artesanal –Plaza de los Ponchos- y en las calles principales del centro de la ciudad.

Las personas que no pasaron la pregunta filtro, simplemente, fueron descartadas para el estudio del mercado.

Con todos estos antecedentes, el nivel de confianza que tiene el estudio de mercado a la población objetiva, es real.

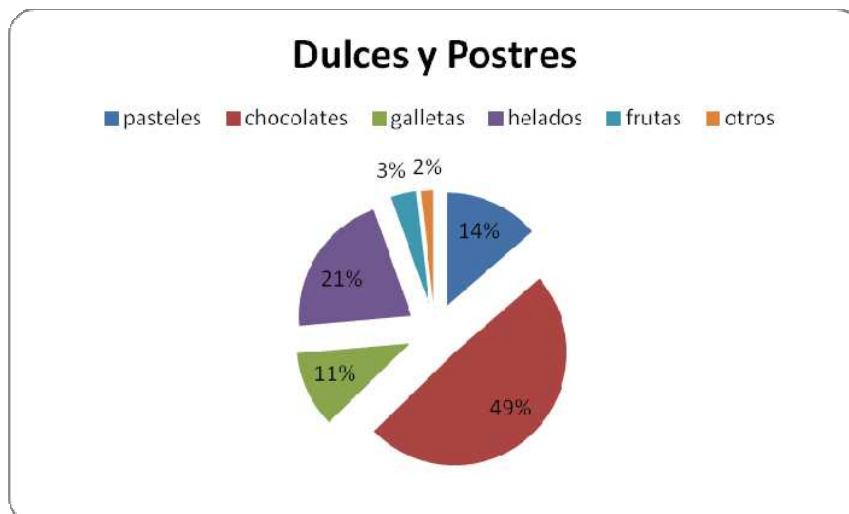
3.8 ANÁLISIS DE DATOS

A continuación se presentan los resultados de la tabulación, luego de realizar el trabajo de campo.

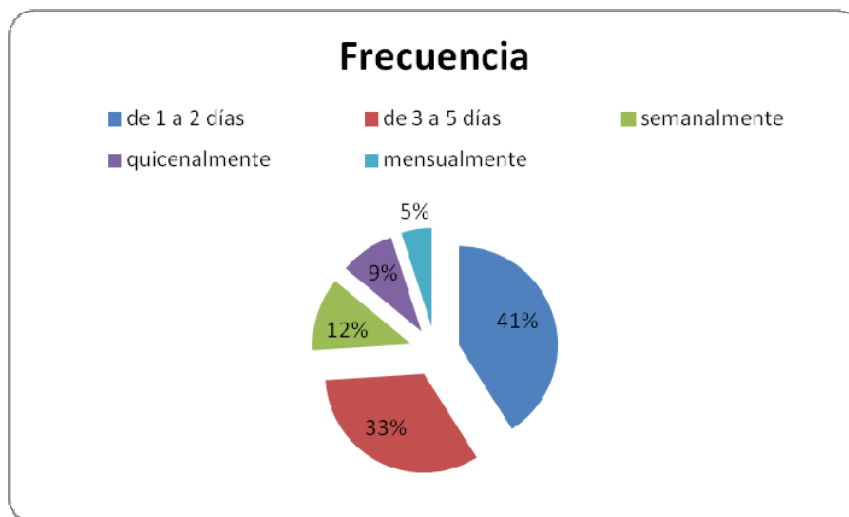


Los resultados dejan claro que las preferencias del lugar para la degustación de postres que tiene la población objetiva, es una combinación de pastelería,

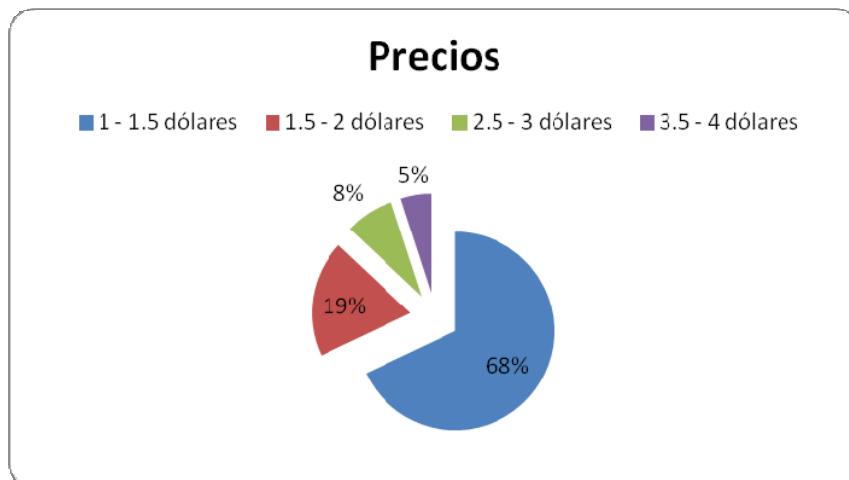
panadería, heladería y cafetería. Por lo que el nuevo concepto de negocio que ofrece el presente proyecto, se ve respaldado con resultados estadísticos reales.



Tres grandes grupos de postres y dulces, dan muestra que la carta que ofertará el proyecto, satisfará las necesidades primarias que la población objetiva tiene.



Los resultados de la frecuencia de consumo de los postres y dulces, hace notar que existirá una afluencia real de clientes durante toda la semana.



El porcentaje mayoritario hace alusión directamente al consumo de chocolates, resultado que se ve reflejado en los índices que arroja la pregunta de dulces y postres.

Los resultados del estudio de precios serán muy necesarios al momento de la planeación y ejecución de la estrategia de los mismos.



Estos resultados reflejan que la población objetiva, tienen la necesidad de encontrar un ambiente tranquilo y jovial en donde poder disfrutar del platillo de su preferencia.

Por lo tanto, queda demostrado que el lugar que se escogió para el estudio y diseño del proyecto es el adecuado para satisfacer una necesidad actual que tiene la población objetiva de la ciudad de Otavalo.

4 CAPÍTULO IV: EL AMBIENTE

4.1 CROQUIS DEL LUGAR

El lugar elegido es un terreno esquinero de 433 metros de área en la ciudadela Rumiñahui. Es un sector residencial, tranquilo y ubicado muy cerca del un redondel del cual está casi terminado el nuevo edificio del Consejo de la Judicatura de la ciudad de Otavalo, con lo cual se prevé un índice mayor de rotación de clientes potenciales por el sector.



Figura 12. Croquis del lugar

4.2 ARQUITECTURA SAÚCA

La arquitectura del lugar es simple, sencilla y con un toque de modernismo que lo refleja en las decoraciones y terminados que tiene, incluso, lo hace notar más aún en las presentaciones de todos los platillos que oferta la carta.

El lugar es de una sola planta, con un patio de maniobras para el ingreso de proveedores y clientes internos de SAÚCA.

Los baños del personal, así como la oficina del chef y la bodega de limpieza, se encuentran complemente separados del ambiente de SAÚCA.

La entrada del lugar es esquinera, con un pequeño jardín floral que recibe al cliente. Al entrar en el lugar, al cliente lo reciben los diferentes exhibidores de chocolatería fina de SAÚCA.

La Chococafeto – Pastería cuenta con un espacio para parqueadero de clientes.

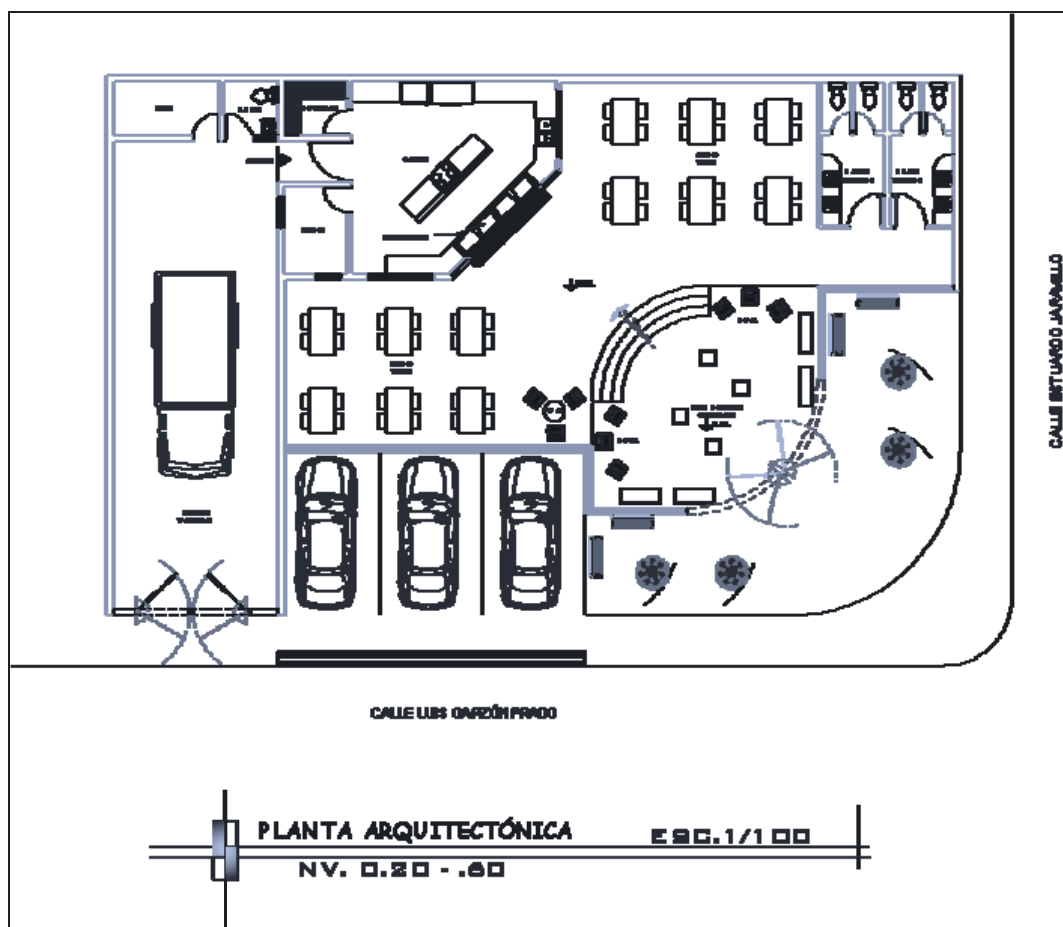


Figura 13. Planta arquitectónica

4.3 UNIFORMES EN LA COCINA

Chaqueta:



El personal de cocina, utilizará una chaqueta francesa blanca con manga corta a fin de estar más cómodos y seguros.

Pantalón:



El personal de cocina utilizará pantalón negro de gabardina. Este pantalón es resistente, fresco y permite trabajar en cocina perfectamente.

Pechera:

Con el fin de mantener la seguridad del personal y la limpieza del uniforme, se ha elegido una pechera negra que va hasta la rodilla, debe ser elaborada en un material resistente.

Gorro:

El personal de cocina utilizara siempre su debido gorro para siempre mantener la sanidad en la cocina.

Zapatos:

Los zapatos a utilizarse en cocina son colombianos bistró. Poseen suela antideslizante y material de gran durabilidad. Son conocidos también por su comodidad.

4.4 UNIFORMES ADMINISTRATIVOS Y DE SERVICIO

Figura 14. Uniformes administrativos y de servicio

La vestimenta que se entregará al personal administrativo y de servicio, será vestimenta tradicional indígena otavaleña. Dejando de lado toda la bisutería que utiliza la mujer.

Para un mejor entendimiento para el inversionista, se describe a continuación cada una de las prendas a utilizar:

4.4.1 Vestimenta Femenina

Camisa:

Es una prenda de color blanco cuyo pecho y mangas son bordados con hilos multicolores que representan las flores y plantas de nuestra madre naturaleza.

Anaco blanco:

Es una manta rectangular de algodón en cuyos bordes tienen bordados de colores, se los envuelve alrededor de la cintura y refleja el aspecto sagrado de la mujer.

Anaco negro:

Pieza rectangular que va sobre la manta blanca con bordados de colores como:

- **Árbol:** Representa el árbol sagrado y mitológico del lechero, lugar donde se realizan cultos a los dioses (Va bordado en el centro y extremo de las orillas del anaco).
- **Kinku:** Este bordado, simboliza el mar.
- **Rayas:** Representa la tierra de nuestra madre naturaleza.

Mama chumbi:

Faja grande, elaborada con el alma de cabuya y lana roja que simbolizan la fuerza, los bordes suelen ir con un adorno de color verde presentando así una combinación llamativa, además permite que las mujeres se alimenten de esa fuerza, se lo coloca en la parte céntrica de la mujer.

Chumbi:

Tiene hermosas figuras de uno o varios colores se los fabrica en telares horizontales que da seis o siete vueltas sobre el mama chumbi dando una forma femenina al cuerpo.

Guagua chumbi:

Es una fajilla que sirve para agarrar el cabello de las mujeres.

Alpargates:

Son elaborados a base de hilo y cabuya, las mujeres siempre utilizan los colores oscuros como el negro o azul marino, ayuda a proteger los pies.

4.4.2 Vestimenta Masculina**Camisa:**

Son de color blanco con mangas largas, con sus puños y cuello en una tela más fina; refleja la limpieza espiritual de la persona.

Pantalón:

Es de lienzo blanco, ancho y con un cordel para ceñirse en la cintura, refleja la limpieza espiritual del hombre.

Alpargates:

Tienen el mismo diseño que los de la mujer con la diferencia de que el hombre siempre utiliza el color blanco, ayuda a proteger el pie.

Sombrero:

Son de paño generalmente de color oscuro negro o café, se colocan encima de la cabeza como una sombrilla que protege del sol.

4.5 HORARIOS**4.5.1 Horarios de Atención**

SAÚCA estará abierto al público de 10 am hasta las 7 pm. La chococafeto – pastería estará abierta de lunes a sábado.

4.5.2 Horarios de Trabajo

El puesto de gerente-administrador y director creativo de cocina (chef), será ocupado por el dueño del lugar, mismo que deberá estar dentro de SAÚCA todo el tiempo que el lugar esté abierto al público.

De igual manera, el Maître comparte el mismo horario de trabajo que el dueño del lugar.

Se ha decidido en principio tomar esta estrategia para disminuir gastos operativos de sueldos y salarios por horas extras.

Tabla 2. Cocina

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Chef (Gerente)	X	X	X	X	X	X
Pastelero	X		X	X	X	X

X=> días de trabajo

Se trabajará en turno partido. De 9:00 a 13:00 y de 15:00 a 19:00.

Tabla 3. Servicio

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Mesero 1		X	X	X	X	X
Mesero 2	X		X	X	X	X
Maitre	X	X	X	X	X	X

X=> días de trabajo

Se trabajará en turno partido. De 9:00 a 13:00 y de 15:00 a 19:00.

5 CAPÍTULO V: LA COCINA Y LA OFERTA GASTRONÓMICA

Todas las instalaciones en cuanto a cocina se refiere, han sido diseñadas por el chef con la asesoría de un arquitecto. De esta manera, se asegura tener un flujo de procesos fluido y constante, el cual mejora la rapidez de proceso.

Se aprecia el plano de diseño en la parte del diseño de la cocina.

5.1 EQUIPOS Y UTENSILIOS

Tabla 4. Equipos y utensilios

Cant.	Ítem
1	Sartén de aluminio de 35.56 cm de diámetro con mago asilado
1	Colador malla fina de acero inoxidable 19.5 cm mando de madera
1	Colador malla fina de acero inoxidable 26 cm mando de madera
1	Espátula raspadora de tazón, plástico blanco
1	Abrelatas portátil acero inoxidable sistema de engranaje
1	Bolillo de madera de 38.1cm de largo
1	Espátula de codo 7 pulgadas
2	Espátula de alta temperatura de 10 pulgadas
1	Espátula de alta temperatura de 14 pulgadas
1	Manga pastelera de nylon. 22.9x38.1cms
1	Cortador de masa de una cuchilla
3	Tazón de acero inoxidable de capacidad 1.5 lts
5	Tazón de acero inoxidable de capacidad 3 lts
4	Tazón de acero inoxidable de capacidad 4 lts
5	Tabla de picar de plástico de 30.5x45.7xcm
15	Bandeja de servicio de plástico de 45.72x35.56cm
1	Rallador fino de acero inoxidable con mango de plástico
1	Rallador de cuatro lados de acero inoxidable
1	Brocha con cerdas de jabalí para altas temperaturas
2	Espátula de 7.5 pulgadas de acero inoxidable
15	Dispensador de salsa plástico de 12 oz.
1	Espolvoreador de condimentos
1	Dispensador de condimentos, acero inoxidable
1	Jarra de medida graduada de policarbonato de 1 lt.
2	Batidor de piano de 35.6cm
1	Batidor de piano de 25.4cm
1	Espumadera de una sola pieza de 10cm
1	Cucharón de acero inoxidable de 8oz.
1	Cucharón de acero inoxidable de 6oz.
1	Cucharón de acero inoxidable de 4oz.
1	Cuchareta sólida de acero inoxidable de 27.9cm
1	Licuada Waring de 32 oz. Acero inoxidable, 2 velocidades
1	Batidora semi-industrial de 1,25 galones de capacidad
1	Colador chino fino, acero inoxidable de 25.4cm
4	Inserto pasta de 1 lt de capacidad, acero inoxidable
3	Cacerola de aluminio de 1,5 lts de capacidad
3	Cacerola de aluminio de 2.75 lts de capacidad
3	Cacerola de aluminio de 3.75 lts de capacidad
5	Sartén de aluminio de 20.32cm de diámetro
2	Tazón de acero inoxidable de 13lts de capacidad
2	Tazón de acero inoxidable de 8lts de capacidad
4	Bandeja para hornear de aluminio 33x45.2x2.5cm
1	Termómetro digital
1	Decorador para limón Victorinox
1	Pelador de patatas metálico
1	Licuada de mano francesa para pequeñas cantidades
4	Cuchillo cocinero de 20.3cm, mago de plástico
1	Cuchillo fileteador de 20.5cm, mango de plástico
1	Balanza digital, plataforma de 18x18cms
1	Colgador magnético de cuchillos
1	Chaira de 30.48cms
1	Refrigerador industrial 21 pies cúbicos de capacidad
1	Cocina industrial IMPERIAL 6 hornillas con horno
1	Mesa de recepción y lavado
1	Maquina de café expreso
1	Salamandra de acero inoxidable de 45x90x42cm
1	Grifo oscilante de 8 pulgadas
1	Mesón refrigerado
1	Mesón de servicio (caliente)
1	Campana de cocina 2.00x0.9x0.5 m

5.2 DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO

El chef o director creativo, es quien determinará funciones a los diferentes asociados de la compañía. Sin embargo, al ser un concepto nuevo, se pretende involucrar a todos los asociados de cocina, en todos los procesos, para de esta forma aprovechar todas sus habilidades y aptitudes.

5.3 MANEJO DE HIGIENE EN LA MATERIA PRIMA

El chef es quien tiene la responsabilidad máxima en cuanto al manejo y normas de estándares de higiene se refiere. Los procesos están enmarcados en los lineamientos que promueve el manual HACCP.

5.4 SALUD Y SEGURIDAD DEL PERSONAL

La seguridad del personal depende en un 100% del uso correcto de los lineamientos, normas y procedimientos de seguridad industrial que el plan de seguridad de la compañía tiene, el mismo que se detalla al momento de la obtención de los permisos de funcionamiento. Los bomberos son los responsables de facilitar este permiso.

5.5 PLANO DEL NEGOCIO



Figura 15. Plano del negocio

5.6 LA OFERTA GASTRONÓMICA

La Chococafeto - Pastería SAÚCA ofrece una carta completamente innovadora. En donde se juega con texturas y formas pero siempre respetando el sabor original de cada uno de nuestros ingredientes, los cuales son, por exigencia del concepto gastronómico. 100% ecuatorianos.

5.6.1 Justificación de la Creación del Menú

El nuevo concepto de gastronomía dulce, hace énfasis en la creación artística de nuevas formas y texturas con los mismo ingredientes locales.

Al no existir un lugar en la Provincia, donde se expenda este tipo de gastronomía dulce, queda justificada la creación de la carta SAÚCA.

5.6.2 Responsable de la Creación

El directo creativo de SAÚCA, su chef, basado en su experiencia, la nueva tendencia minimalista – desconstructivista y la creación del nuevo concepto de gastronomía dulce, ha sido el responsable de la creación de la carta. Exigiendo la utilización de ingredientes locales.

5.6.3 La Carta

Las harinas y frutas

- Torta de maduro y quinua
- Pie de mandarina

Sándwiches de patacón

- Pollo salteado en salsa de queso
- Pollo salteado en salsa de berro y pepa de sambo

Chocolate fino de aroma

- Bombones rellenos de mermelada de ají con maracuyá.
- Bombones rellenos de mermelada de mortiño.

Helados

- De cedrón.
- De horchata.

Bebidas

- Calientes:
 - Chocolate de hoja.
 - Ponche quiteño.

- Frías:
 - Jugo de fresa.
 - Jugo de mora.

5.7 RECETAS ESTÁNDAR

Tabla 5. Pie de mandarina

PIE DE MANDARINA											
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Costos Fijos	
Para la masa											
Harina	Kg.	1,63	0,2	0,326	0%	100%	1	0,2	0,0652	0,086716	
Mantequilla	Kg.	4,08	0,2	0,816	0%	100%	1	0,2	0,1632	0,217056	
Huevos	Uni.	0,13	1	0,13	0%	100%	1	1	0,13	0,1729	
Azucar	Kg.	0,84	0,05	0,042	0%	100%	1	0,05	0,0021	0,002793	
Para el relleno											
Yemas huevos	Uni.	0,13	6	0,78	0%	100%	1	6	4,68	6,2244	
huevos	Uni.	0,13	1	0,13	0%	100%	1	1	0,13	0,1729	
Mandarinas	Uni.	0,15	2	0,3	37%	63%	1,59	3,18	0,954	1,26882	
Azucar	Kg.	0,84	0,25	0,21	0%	100%	1	0,25	0,0525	0,069825	
Maicena	Kg.	1,5	0,02	0,03	0%	100%	1	0,02	0,0006	0,000798	
Mantequilla	Kg.	4,08	0,16	0,6528	0%	100%	1	0,16	0,104448	0,13891584	
Para la masa cortar la mantequilla en dados y empezar a mezclar con la harina previamente mezclada con el azúcar. Colocar el huevo en la preración y amasar hasta obtener una masa uniforme. Estirar la masa y colocarla en el molde. Cocinar durante 35 minutos en el horno a 180° C precalentado. Colocar en una olla los huevos, el azúcar, las yemas, con la maicena disuelta con el jugo de limón y batir. Se hace una crema y al final se coloca la mantequilla cortada en dados, fuera del fuego pero caliente. Se monta en el molde que ya tiene la masa cocinada y se deja enfriar en el refrigerador.										Total Costos	7,87845184
										utilidad	3
										PVP	2,95441944
										PVP+IVA	\$ 3,31
Número de porciones:					8						

Tabla 6. Torta de maduro y quinua

TORTA DE MADURO Y QUINUA										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Plátano maduro	Kg.	1	0,8	0,8	35%	65%	1,54	1,232	0,9856	1,310848
Queso fresco	Kg.	3	0,25	0,75	0%	100%	1	0,25	0,1875	0,249375
Huevos	Uni.	0,13	3	0,39	0%	100%	1	3	1,17	1,5561
Leche condensada	Lt.	2,8	0,397	1,1116	0%	100%	1	0,397	0,4413052	0,58693592
Pasas	Kg.	8	0,1	0,8	0%	100%	1	0,1	0,08	0,1064
Hojuela de quinua	Kg.	2,3	0,04	0,092	0%	100%	1	0,04	0,00368	0,0048944
Azúcar	Kg.	0,84	0,1	0,084	0%	100%	1	0,1	0,0084	0,011172
Mantequilla	Kg.	4,08	0,1	0,408	0%	100%	1	0,1	0,0408	0,054264
<p>En una olla con suficiente agua cocinamos los plátanos maduros con piel y adicionamos canela, clavo de olor y azúcar, cuando esten suaves retiramos la piel y aplastamos hasta obtener un pure agregamos mantequilla, queso rallado, pasas previamente enharinadas, y hojuelas de quinua mezclamos hasta conseguir una masa homogénea.</p> <p>En un bowl colocamos leche condensaada y huevos batimos hasta obtener una mezcla esponjosa para adicionar a la masa anterior de manera envolvente.</p> <p>En un molde previamente encerado y enharinado colocamos nuestra masa y la llevamos al horno 170° por 40 min o hasta lograr un perfecto dorado.</p>									Total Costos	3,87998932
									utilidad	4,75
									PVP	2,30374366
									PVP+IVA	\$ 2,58
Número de porciones:					8					

Tabla 7. Pollo salteado en salsa de pepa de zambo y berros

POLLO SALTEADO EN SALSAS DE PEPA DE ZAMBO Y BERROS										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Patacones										
Plátano verde	Uni.	0,1	2	0,2	35%	65%	1,54	3,08	0,616	0,81928
Aceite Vegetal	Lt.	2,48	0,5	1,24	0%	100%	1	0,5	0,62	0,8246
Para la salsa y el pollo										
Pechuga de pollo	Kg.	4,5	0,5	2,25	0%	100%	1	0,5	1,125	1,49625
Pepa de sambo	Kg.	3	0,05	0,15	0%	100%	1	0,05	0,0075	0,009975
Cebolla larga	Kg.	1,2	0,02	0,024	0%	100%	1	0,02	0,00048	0,0006384
Leche entera	Lt.	0,5	0,5	0,25	0%	100%	1	0,5	0,125	0,16625
Berro	Kg.	2,5	0,06	0,15	0%	100%	1	0,06	0,009	0,01197
Sacar 6 patacones de cada plátano verde y reservar. Ponga el aceite en un sartén y en el salteamos la pechuga de pollo previamente sazonada con sal y pimienta, llevándole a cocción. Para la salsa en una olla refreimos la cebolla cortada en fina brunoise y adicionamos el licuado de la leche con la pepa de zambo. una vez que espece agregamos el berro. Sacamos el pollo y para el servicio bañamos con la salsa y servimos acompañado de los patacones a forma de un sánduche abierto.									Total Costos	3,3289634
									utilidad	7
									PVP	3,88379063
									PVP+IVA	\$ 4,35
Número de porciones:					6					

Tabla 8. Pollo salteado en salsa de queso

POLLO SALTEADO EN SALSAS DE QUESO										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Patacones										
Plátano verde	Uni.	0,1	2	0,2	35%	65%	1,54	3,08	0,616	0,81928
Aceite Vegetal	Lt.	2,48	0,5	1,24	0%	100%	1	0,5	0,62	0,8246
Para la salsa y el pollo										
Pechuga de pollo	Kg.	4,5	0,5	2,25	0%	100%	1	0,5	1,125	1,49625
Salsa de queso cheddar	Lt.	2,3	0,05	0,115	0%	100%	1	0,05	0,00575	0,0076475
Crema de leche	Lt.	2,5	0,1	0,25	0%	100%	1	0,1	0,025	0,03325
Queso parmesano	Kg.	17,7	0,03	0,531	0%	100%	1	0,03	0,01593	0,0211869
Sacar 6 patacones de cada plátano verde y reservar. Ponga el aceite en un sartén y en el salteamos la pechuga de pollo previamente sazonada con sal y pimienta, llevándole a cocción. Para la salsa en una olla cocinamos la crema de leche hasta que se especie levemente y adicionamos los quesos revolviendo para que los sabores se integren y rectificamos con sal y pimienta. Sacamos el pollo y para el servicio bañamos con la salsa y servimos acompañado de los patacones a forma de sánduche abierto									Total Costos	3,2022144
									utilidad	7
									PVP	3,7359168
									PVP+IVA	\$ 4,18
Número de porciones:					6					

Tabla 9. Bombones con mermelada de ají y maracuyá

BOMBONES CON MERMELADA DE AJÍ Y MARACUYA										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Crema de leche	Lt.	2,5	0,08	0,2	35%	65%	1,54	0,1232	0,02464	0,0327712
Glucosa	Lt.	5	0,06	0,3	0%	100%	1	0,06	0,018	0,02394
Manteca de cacao	Kg.	14	0,14	1,96	0%	100%	1	0,14	0,2744	0,364952
Chocolate semi amargo	Kg.	9,9	0,14	1,386	0%	100%	1	0,14	0,19404	0,2580732
Chocolate con leche	Kg.	6,7	0,12	0,804	0%	100%	1	0,12	0,09648	0,1283184
Relleno - mermelada de ají										
Ají amarillo fresco (desvenado)	Kg.	5	0,25	1,25	0%	100%	1	0,25	0,3125	0,415625
Vinagre blanco	Lt.	1,2	0,05	0,06	0%	100%	1	0,05	0,003	0,00399
Azúcar blanco	Kg.	0,84	0,4	0,336	0%	100%	1	0,4	0,1344	0,178752
Jugo de maracuyá	Lt.	6	0,15	0,9	0%	100%	1	0,15	0,135	0,17955
Cobertura										
Chocolate templado	Kg.	9,9	0,3	2,97	0%	100%	1	0,3	0,891	1,18503
Para la mermelada de relleno: Lavar bien los ajíes y colocar en una olla. Cubrir los ajíes con el jugo de maracuyá y llevar a hervir. Dejar hervir 5 minutos. Agregar el azúcar y hervir a fuego bajo hasta tener la consistencia deseada. Reservar. Para el armado del bombón: 1- En un recipiente de metal colocar la crema y la glucosa. Calentar hasta alcanzar los 50°C. Retirar del calor e incorporar la manteca de cacao. Una vez derretida, agregar los chocolates semiamargo y con leche, picados. Continuar mezclando hasta que los chocolates se integren bien. 2- Cargar la mermelada en una manga. Rellenar el molde elegido. 3- Llevar a la heladera por 24 horas. 4- Bañar los bombones en chocolate templado.									Total Costos	2,0912654
									utilidad	10,1
									PVP	0,88007419
									PVP+IVA	\$ 0,99
Número de porciones:					24					

Tabla 10. Ponche quiteño

PONCHE QUITENO										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Leche evaporada	lt	3,3	1	3,3	0%	100%	1	1	3,3	4,389
Leche entera	lt	0,5	1	0,5	0%	100%	1	1	0,5	0,665
Huevos	Uni.	0,13	5	0,65	0%	100%	1	5	3,25	4,3225
Azucar	Kg.	0,84	0,2	0,168	0%	100%	1	0,2	0,0336	0,044688
Canela	Kg.	35	0,005	0,175	0%	100%	1	0,005	0,000875	0,00116375
Clavo de olor	Kg.	48	0,001	0,048	0%	100%	1	0,001	0,000048	0,00006384
Pimienta dulce	Kg.	51,11	0,001	0,05111	0%	100%	1	0,001	0,00005111	6,7976E-05
Esencia de Vainilla	lt	4	0,001	0,004	0%	100%	1	0,001	0,000004	0,00000532
Limón	Uni.	0,15	1	0,15	0%	100%	1	1	0,15	0,1995
Primero colocamos a hervir los dos litros de leche, en el 1 litro de leche con el azúcar y la leche evaporada igual pero colocamos en este todas las especies dejando que salga todo su aroma. Luego cernimos la evaporada y colocamos la mitad de este en la leche adicionando la escencia de vainilla y hacemos hervir nuevamente y apagamos el fogón. Inmediatamente licuamos los huevo con el otro 1/2 litro sobrante de la evaporada y colocamos en la preparación batiendo constantemente hasta generar espuma, al final colocamos la ralladura de limón									Total Costos	0,24548889
									utilidad	41
									PVP	1,67750739
									PVP+IVA	\$ 1,88
Número de porciones:					6					

Tabla 11. Bombones con mermelada de mortiño

BOMBONES CON MERMELADA DE MORTIÑO										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Crema de leche	Lt.	2,5	0,08	0,2	35%	65%	1,54	0,1232	0,02464	0,0327712
Glucosa	Lt.	5	0,05	0,25	0%	100%	1	0,05	0,0125	0,016625
Manteca de cacao	Kg.	14	0,14	1,96	0%	100%	1	0,14	0,2744	0,364952
Chocolate semi amargo	Kg.	9,9	0,14	1,386	0%	100%	1	0,14	0,19404	0,2580732
Chocolate con leche	Kg.	6,7	0,12	0,804	0%	100%	1	0,12	0,09648	0,1283184
Relleno - mermelada de mortiño										
Mortiño	Kg.	5,5	0,25	1,375	0%	100%	1	0,25	0,34375	0,4571875
Azúcar blanco	Kg.	0,84	0,25	0,21	0%	100%	1	0,25	0,0525	0,069825
Cobertura										
Chocolate templado	Kg.	9,9	0,3	2,97	0%	100%	1	0,3	0,891	1,18503
<p>Para la mermelada de relleno: Lavar bien el mortiño y colocar en una olla. Cubrir los ajíes con el jugo de maracuyá y llevar a hervir. Dejar hervir 5 minutos.</p> <p>Agregar el azúcar y hervir a fuego bajo hasta tener la consistencia deseada. Reservar.</p> <p>Para el armado del bombón: 1- En un recipiente de metal colocar la crema y la glucosa. Calentar hasta alcanzar los 50°C. Retirar del calor e incorporar la manteca de cacao. Una vez derretida, agregar los chocolates semiamargo y con leche, picados. Continuar mezclando hasta que los chocolates se integren bien. 2- Cargar la mermelada en una manga. Rellenar el molde elegido.</p> <p>3- Llevar a la heladera por 24 horas.</p> <p>4- Bañar los bombones en chocolate templado.</p>									Total Costos	1,8403609
									utilidad	11,05
									PVP	0,84733283
									PVP+IVA	\$ 0,95
Número de porciones:					24					

Tabla 12. Jugo de Mora

JUGO DE MORA										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Mora	Kg.	4,2	0,5	2,1	0%	100%	1	0,5	1,05	1,3965
Azúcar	Kg.	0,84	0,6	0,504	0%	100%	1	0,6	0,3024	0,402192
Agua sin gas	lt	0,5	0,25	0,125	0%	100%	1	0,25	0,03125	0,0415625
Limpiar y lavar las moras. Colocarlas en la licuadora junto con el azúcar y cubrirlas con el agua.									Total Costos	1,8402545
									utilidad	4,5
									PVP	\$ 2,07
Número de porciones:					4					

Tabla 13. Jugo de frutilla

JUGO DE FRUTILLA										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Frutilla	Kg.	3,5	0,5	1,75	0%	100%	1	0,5	0,875	1,16375
Azúcar	Kg.	0,84	0,6	0,504	0%	100%	1	0,6	0,3024	0,402192
Agua sin gas	lt	0,5	0,25	0,125	0%	100%	1	0,25	0,03125	0,0415625
Limpiar y lavar las frutillas. Colocarlas en la licuadora junto con el azúcar y cubrirlas con el agua.									Total Costos	1,6075045
									utilidad	6
									PVP	\$ 2,41
Número de porciones:					4					

Tabla 14. Chocolate de hoja

CHOCOLATE DE HOJA										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Leche entera	lt	0,5	1	0,5	0%	100%	1	1	0,5	0,665
Miel de abeja	lt	6,5	0,12	0,78	0%	100%	1	0,12	0,0936	0,124488
Canela	Kg.	35	0,005	0,175	0%	100%	1	0,005	0,000875	0,00116375
Pimienta dulce	Kg.	51,11	0,001	0,05111	37%	63%	1,59	0,00159	8,12649E-05	0,00010808
Chocolate de hoja	Kg.	8	0,25	2	0%	100%	1	0,25	0,5	0,665
Sal	Kg.	2,8	0,003	0,0084	0%	100%	1	0,003	0,0000252	3,3516E-05
Colocar la leche en una olla y calentar. Colocar todo el chocolate de hoja troceado junto con las especias y la pizca de sal. Temperatura simer hasta conseguir que el chocolate se haya fundido en su totalidad. Cenir y licuar la preparación junto con la miel de abeja. Servir bien caliente.									Total Costos	1,45579335
									utilidad	4,8
									PVP	1,74695202
									PVP+IVA	\$ 1,96
Número de porciones:					4					

Tabla 15. Helado de horchata

HELADO DE HORCHATA											
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos	
Crema de leche	lt	2,5	0,5	1,25	0%	100%	1	0,5	0,625	0,83125	
Leche entera	lt	0,5	1	0,5	0%	100%	1	1	0,5	0,665	
Huevos	Uni.	0,13	3	0,39	0%	100%	1	3	1,17	1,5561	
Yemas	Uni.	0,13	3	0,39	0%	100%	1	3	1,17	1,5561	
Azucar	Kg.	0,84	0,3	0,252	0%	100%	1	0,3	0,0756	0,100548	
Horchata	Kg.	1,5	0,1	0,15	0%	100%	1	0,1	0,015	0,01995	
Colocar la leche y la crema de leche en un olla. Temperatura simmer e infusionar la horchata durante 30 mins. Batir los huevos junto con las yemas y el azúcar en un bowl e igualar temperatura con la mezcla anterior. Cocinar durante 5 mins la preparación y enfriar. Llevar al pacojet y refrigerar.										Total Costos	4,728948
										utilidad	6
										PVP	1,13494752
										PVP+IVA	\$ 1,27
Número de porciones:					25						

Tabla 16. Helado de cedrón

HELADO DE CEDRÓN										
Insumo	Medida	Costo unitario	Cant. receta	Costo receta	Desper %	Peso útil %	Factor desecho	Cant. + desecho	Costo + desechos	Costos+Gastos Fijos
Crema de leche	lt	2,5	0,5	1,25	0%	100%	1	0,5	0,625	0,83125
Leche entera	lt	0,5	1	0,5	0%	100%	1	1	0,5	0,665
Huevos	Uni.	0,13	3	0,39	0%	100%	1	3	1,17	1,5561
Yemas	Uni.	0,13	3	0,39	0%	100%	1	3	1,17	1,5561
Azucar	Kg.	0,84	0,3	0,252	0%	100%	1	0,3	0,0756	0,100548
Cedrón	Kg.	1,5	0,1	0,15	0%	100%	1	0,1	0,015	0,01995
Colocar la leche y la crema de leche en un olla. Temperatura simmer e infusionar el cedrón durante 30 mins. Batir los huevos junto con las yemas y el azúcar en un bowl e igualar temperatura con la mezcla anterior. Cocinar durante 5 mins la preparación y enfriar. Llevar al pacojet y refrigerar.									Total Costos	4,728948
									utilidad	6
									PVP	1,13494752
									PVP+IVA	\$ 1,27
Número de porciones:					25					

5.8 FORMAS DE PAGO

El restaurante trabajara con dos formas de pago: efectivo y tarjeta de crédito.

Para el manejo de tarjeta de crédito, se decidió utilizar DATAFAST.

A continuación las tarjetas con las que se trabajará, las tasas de interés y los requisitos para la afiliación:

Banco de Guayaquil

- American Express
- MasterCard
- Maestro
- Visa

Diners Club Internacional

- Diners Club


Banco del Pacifico (Pacifcard)

- MasterCard
- Maestro
- Visa

Banco Pichincha

- MasterCard
- Visa
- Visa Electron

5.8.1 Tasas de Interés DATAFAST



Establecimientos Afiliados A Créditos Diferidos Propios

Se informa a los establecimientos afiliados A CRÉDITO DIFERIDO CON INTERES, que a partir del 01 de JULIO del 2012, se modifica la tabla de factores de interés de la siguiente manera:

PLAZO	Diners Club, Mastercard y Visa (Bancos Pichincha, Comercial de Manabi, Loja, Rumifahui y Centromundo)	Mastercard y Visa Pacificard	Amex, Mastercard y Visa (Banco de Guayaquil)
	FACTOR	FACTOR	FACTOR
3 Meses	2,54 %	2,54 %	2,54 %
4 Meses	3,18 %	3,18 %	3,19 %
5 Meses	3,83 %	3,83 %	3,83 %
6 Meses	4,47 %	4,47 %	4,48 %
9 Meses	6,43 %	6,43 %	6,44 %
10 Meses	7,09 %	7,09 %	7,10 %
12 Meses	8,42 %	8,42 %	8,42 %
15 Meses	10,43 %	10,42 %	10,43 %
18 Meses	12,46 %	12,45 %	12,46 %
24 Meses	16,59 %	16,59 %	16,60 %
36 Meses	25,14 %	25,14 %	25,15 %

Recuerde que para realizar una venta segura, siempre deberá solicitar autorización al emisor de la tarjeta y exigir la presencia física del socio y de la tarjeta.

Si requiere información no dude en comunicarse con nuestros centros de autorización:

	Diners Club	Pacificard	American Express
Guayaquil (04) :	2880400	2564774	3730124
Quito (02) :	2981444	2273000	3730124
Cuenca (07) :	2830400	2844974	3730124

Mesas de Ayuda Datafast: 04-2598400 ; 02-3828590 ; 07-2846566

Figura 16. Tasas de interés DATAFAST

5.8.2 Requisitos para afiliarse a DATAFAST

- Copia del RUC completo con dirección actual del establecimiento a afiliar.
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación a color del propietario del establecimiento.
- Copia de cédula del conyugue.
- Copia del formulario de declaración del IVA 104 e impuestos a la renta en el caso de estar obligado a llevar contabilidad, junto con el comprobante de pago del propietario del establecimiento. Solo en caso de establecimientos nuevos se omitirá este requisito.
- Una copia del pago de la planilla telefónica donde conste la dirección del local.
- 2 copias de facturas de proveedores.
- Certificado bancario de la cuenta donde se va a realizar los depósitos a nombre de DATAFAST.
- 1 fotografía de la parte exterior del establecimiento (incluido letrero) y 2 fotografías de la parte interior en la cual se pueda observar la mercadería.
- ARTESANOS: calificación artesanal vigente.

5.8.3 Costos de los Equipos DATAFAST

Los costos de seguro y derecho de conexión son valores que se cancelan anualmente. Para el alquiler de equipos también se paga anualmente.

Tabla 17. Costos de equipos DATAFAST

Equipo	Alquiler	Comprar
Línea Telefónica	<ul style="list-style-type: none"> • \$165,00+IVA(equipo) • \$44,00 (seguro) • \$45,50 (Derecho de conexión) 	<ul style="list-style-type: none"> • \$450,00+IVA (equipo) • \$44,00 (seguro) • \$45,50 (Derecho de conexión)
Chip (inalámbrico)	<ul style="list-style-type: none"> • \$379,00+ÍVA (equipo) • \$88,00 (seguro) • \$148,50 (Derecho de conexión) 	<ul style="list-style-type: none"> • \$850,00+ÍVA (equipo) • \$88,00 (seguro) • \$148,50 (Derecho de conexión)

6 CAPÍTULO VI: PLAN DE MARKETING

Si la empresa diferencia y posiciona fuertemente su producto (estrategia de diferenciación del producto), la competencia deberá hacer cuantiosas inversiones para posicionarse.

Hoy en día, la velocidad de copia con la que reaccionan los competidores o sus mejoras al producto existente buscando crear la percepción de una calidad más alta, erosionan ésta barrera (estrategia de diferenciación del producto); es por eso que la propuesta de mercadeo de la empresa está en el servicio y la atención al cliente las cuales son intangibles, subjetivas y difíciles de imitar si se tiene una política interna de relación con el cliente, bien implementada.

6.1 OBJETIVO GENERAL

Implementar la estrategia de ***DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO*** para posicionar a la marca dentro del país en los dos años, contados a partir del funcionamiento de la empresa.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un marketing web constante dentro de redes sociales y página web de la empresa.
- Alianzas estratégicas con empresas dedicadas a la venta de paquetes turísticos a la provincia de Imbabura.
- Desarrollar marketing en medios tradicionales a nivel del país.
- Ser innovadores para mantener siempre la posición líder en el mercado.

- Observar, copiar y mejorar estrategias de venta, mercadeo y posicionamiento de empresas que se encuentren dentro del rubro en el mundo.
- Personalizar la atención al cliente, conocer sus necesidades.
- Dar al personal de servicio la autoridad para resolver problemas rápidamente en el momento de servicio.

6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL

6.3.1 Análisis Microambiente

- **Estudio y análisis de los clientes**

De acuerdo con las investigaciones demográficas y estadísticas hechas y descritas con detalle en los puntos consecuentes, se encuentran valiosos y asequibles tanto el mercado interno como el externo ya que están en constante aumento y desarrollo, con potencial de explotación para conseguir el *top of mind* que se pretende construir entre el cliente y la empresa.

- **Análisis de la competencia**

En Otavalo la planta hotelera consiste en el conjunto de establecimientos que ofrecen servicio de alojamiento, con un total de 53 establecimientos, con capacidad para 850 habitaciones y 1904 camas hoteleras, clasificadas de la siguiente manera:

Tabla 18. Establecimientos que ofrecen servicio de alojamiento

ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD
Hoteles	4
Hostales	9
Hostales residenciales	21
Pensiones	4
Establecimiento con cabañas	1
Albergues	1
Hosterías en la zona rural	13

En los servicios de alimentación, recreación y distracción existen 62 establecimientos con capacidad para 974 mesas y 4614 sillas para servicio a los clientes, clasificados de la siguiente manera:

Tabla 19. Establecimientos que ofrecen servicio de alimentación

ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD
Restaurantes	29
Establecimientos de comidas típicas	4
Cafeterías	9
Fuentes de soda	4
Bares	6
Balnearios	2
Discotecas	2
Peñas	3
Restaurantes en la zona rural	2

En la circunscripción del cantón Otavalo, existe un total de 115 establecimientos y empresas, que dan trabajo en forma directa y permanente a 651 personas.

- **Estudio de los proveedores**

Siendo Otavalo y la provincia en sí una zona agricultora importante; la facilidad de tener proveedores de materia prima (alimentos) constantes y a bajos costos es muy grande, con lo que se puede aumentar ganancias.

6.3.2 Análisis Macroambiente

- **Estudio de los factores político-legales que influyen en el mercado:**

El turismo en la ciudad de Otavalo, ha sido identificado como su principal eje de desarrollo económico y social. Es una actividad que se ha desarrollado en forma casi espontánea, teniendo en los últimos años apoyo del Ministerio de Turismo en promoción dando apoyo a los establecimientos turísticos en varios aspectos.

- **Estudio de los factores demográficos que influyen en el mercado:**

En la ciudad de Otavalo convergen cuatro culturas diferentes: Los indígenas Kichwa Otavaleños, los Kichwa Cayambis, los Blanco-mestizos y minoritariamente la cultura Afro ecuatoriana. Otavalo es una ciudad que históricamente ha recibido en forma constante la influencia de culturas externas por más de cinco siglos: pues desde la época pre incásica empezó a recibir influencia de distintas culturas de la región norte del Ecuador, luego, con la llegada de los Incas, se impone una nueva cultura que influyó especialmente en el idioma. La incursión de los españoles desde el siglo XVI da inicio a un proceso de colonización que introduce el idioma y la cultura europea. En las últimas dos décadas del siglo XX en especial, ha ido evolucionando positivamente la relación social entre las diferentes culturas, existiendo hoy en día, una tolerancia racial que permite fluidas relaciones entre los diferentes grupos étnicos, y se busca en el futuro cercano llegar a la interculturalidad.

Este paisaje cultural vivo es uno de los aspectos más relevantes que está relacionado con la actividad turística en la ciudad. Permite al visitante tener una experiencia interesante de intercambio con los residentes.

- **Estudio de los factores culturales que influyen en el mercado:**

EL ATRACTIVO ESTRELLA DE OTAVALO: *LA FERIA ARTESANAL*

Otavaló ha tenido desde tiempos prehispánicos una vocación comercial y de producción textil muy importante. Se constituyó en un centro de acopio y comercio entre diferentes culturas de distintas regiones del país.

Cuando inició una actividad turística más organizada en el Ecuador hace unas cuatro décadas, también inicia una actividad de comercio de productos artesanales elaborados específicamente para satisfacer las demandas y los gustos de los turistas que llegaban a Otavaló. Este mercado en forma gradual, ha ido creciendo y diversificando su oferta de productos, hasta llegar a ser el mercado artesanal más grande e importante de América Latina, donde, todos los sábados se exhiben productos en más de 3.000 puestos de ventas. Atrae semanalmente a miles de visitantes, sea en grupos organizados por un tour operador o en forma individual; atrae tanto a turistas nacionales como extranjeros durante todo el año.

En este mercado se pueden encontrar una gran variedad de productos textiles, artesanías en madera, balsa, tallados, tagua, llaveros, bisutería, joyería, pinturas, antigüedades y más. Aquí también mercadean sus productos comerciantes de países vecinos como Perú, Chile, Colombia y Bolivia. La feria de artesanías tiene lugar todos los días de la semana, siendo el sábado el más importante.

- **Estudio de los factores naturales que influyen en el mercado:**

Otavaló se encuentra ubicado en un valle interandino, teniendo al cerro Imbabura en el lado Este y al cerro Cotacachi en el lado Oeste, rodeado además de elevaciones y colinas pintorescas de gran belleza. También

existen cerca dos sistemas lacustres: el de Mojanda y el de San Pablo; la gran mayoría de comunidades indígenas se encuentran dispersas en la zona rural de la ciudad, creando un paisaje vivo único muy favorable para el turismo.

6.4 SÍNTESIS DEL ANÁLISIS SITUACIONAL INTERNO Y EXTERNO A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FODA

6.4.1 Fortalezas

- **Capacidad de diferenciación con respecto a otros restaurantes:** se ofrecerá un servicio marcado por algo muy diferente como los platos y todo el entorno.
- **Diversidad de públicos metas:** La gastronomía dulce es poco explotada dentro de la ciudad y la provincia, por lo que tiene potencialidad novedosa. Es una cultura muy rica que permite abarcar, a través de sus costumbres y tradiciones, a diferentes públicos.
- **Ser innovador:** en Otavalo no existe ninguna empresa con una oferta de estas características, se aprovechará al máximo esta ventaja.
- **Materia prima de excelente calidad y mantenimiento:** la calidad es una palabra que estará muy presente en este trabajo. Siempre se apuntará a prestar un servicio de alta calidad y las materias primas son unas de las bases.

6.4.2 Oportunidades

- **Creciente tendencia por el consumo de restaurantes de esta clase:** Esta tendencia viene registrándose en los últimos años, ya que este tipo de lugares ocupan cada vez más un espacio importante en las

preferencias y gustos de la gente. Creemos que Otavalo e Imbabura está preparada para esto.

- **En el mercado otavaleño no hay restaurantes ambientados en esta cultura:** lo que permite generar una variante y una posibilidad de diferenciarse. Se aprovechará al máximo esta ventaja.
- **Tendencias de los consumidores a buscar nuevas experiencias y sensaciones en la comida:** la gente, aparte de buscar cosas, lugares y actividades diferentes o no convencionales para hacer, también opta por el buscar los placeres de comer algo "encantador" y sentirse totalmente satisfecho.

6.4.3 Debilidades

- **Ser nuevos en el sector:** lo que generalmente implica un costo al principio. Es necesario aprender lo más rápido posible para poder adaptarse a los cambios de la mejor manera.
- **Falta de experiencia:** la falta de experiencia puede hacer perder el capital invertido. Hay variables que se tendrán que manejar con mucho cuidado tales como: administración, proveedores, compras, almacén.
- **Incertidumbre sobre si los RRHH responderán a las expectativas:** Al ser un negocio nuevo, es necesario capacitar a los RRHH, pero existe la inseguridad si podrán responder de forma adecuada.

6.4.4 Amenazas

- **Bajo costo de cambio de los clientes:** los precios serán más altos que el de sus competidores, por lo tanto para los clientes es fácil cambiarse a otro restaurante sin que esto conlleve costo alguno.

- **Inestabilidad política, monetaria, y socio-económica:** es una realidad la crisis que existe a nivel mundial, es este contexto deberemos trabajar para bajar los índices de incertidumbre, y proponer estrategias que impliquen la adaptación al medio.
- **Consumidores poco fieles:** por el aumento de los lugares de comida temáticos, resulta más difícil lograr el interés público.

6.5 PROPUESTA MERCADOLÓGICA PARA EL MERCADO

a) Definición del posicionamiento del producto o servicio

Se pretende conseguir posicionamiento de la marca y de los productos que esta ofrece a través de la propuesta de valor que esta tiene y de sus políticas de entregar más por más; quiere decir que le empresa entregará más calidad tanto física (productos) como intangible (servicios) a los clientes, teniendo en cuenta siempre que la satisfacción del cliente tanto interno como externo es fundamental a la hora de crear relaciones duraderas.

b) Diseño de las estrategias de la mezcla del mercadeo

- **Estrategia de producto**

Marca comercial: **SAÚCA** ®

Se darán a conocer las características de los productos que la empresa elabora y promueve:

Calidad: siendo alimentos, el producto terminando será de calidad muy alta, ya que la materia prima será seleccionada de entre algunos proveedores bajo un sistema estricto de calidad.

Características: la principal característica que tendrán los platillos es que todos son elaborados con productos ecuatorianos y latinoamericanos, presentando variaciones en montajes, presentaciones y texturas.

Otra característica será que al ser un restaurante temático, todo el personal de servicio y administración serán indígena otavaleños vistiendo de forma tradicional.

- **Estrategia de comunicación**

La publicidad será hecha a través de medios importantes de la provincia y el país como diarios y revistas.

Se harán tarjetas del restaurante las cuales estarán disponibles en todos los hoteles del país.

Se promoverá una comunicación directa con el cliente utilizando redes sociales.

Alianzas estratégicas con empresas que se dediquen a la venta de paquetes turísticos a la provincia de Imbabura.

- **Estrategia de precio**

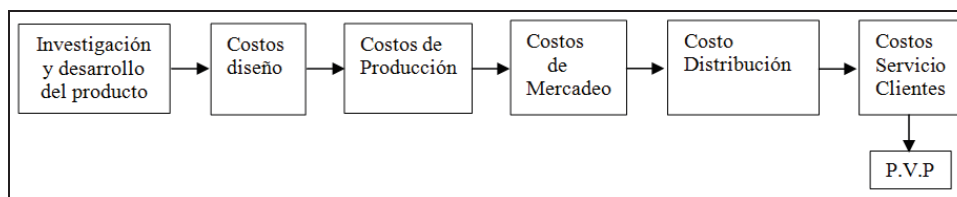


Figura 17. Estrategia de precio

c) Diseño de los programas de acción

- **De producto**

Se posicionará claramente la imagen de la empresa en la mente de los consumidores partiendo desde la base en los atributos del producto que fueron descritos con anterioridad (calidad y características), se recalcará la gran calidad tanto física como intangible que promueve la empresa; la empresa promoverá también valores culturales y sabores tradicionales del Ecuador, manteniendo un slogan: “*Disfruta nuestra pasión*”.

- **De comunicación**

Se harán convenios con cadenas hoteleras del país que tengan tours hacia la provincia de Imbabura; así también con agencias de viaje que promocionan a la Provincia y a Otavalo como destino turístico y gastronómico.

Mensualmente se destinará en 10% de las utilidades a publicidad, promoción y ventas; y una vez que la empresa esté ya estable los porcentajes destinados a publicidad aumentarán dependiendo de las necesidades de la empresa.

- **De precio**

El precio de venta al público (P.V.P) requiere tener en cuenta todos los demás costos como materia prima, costo de producción, maquinaria y tecnología, servicios básicos, instalaciones, mano de obra directa e indirecta, arriendo y el porcentaje de ganancia que se desea para cumplir con las metas económicas.

Cada platillo requerirá su receta estándar en la cual se describen los costos unitarios de los productos y los costos brutos por porción, a partir de ahí se agrega el 15 % de gastos de imprevistos y se obtiene un costo neto y a este se multiplica por un porcentaje de ganancia que será de 65%. El resultado final será el precio de venta al público.

7 CAPÍTULO VII: PLAN FINANCIERO

El costo total de la inversión para el presente proyecto está dividido en los rubros que se muestran a continuación para un mejor entendimiento de parte del lector:

Equipos: Los equipos a utilizarse fueron cotizados en Termalimex. A excepción del rallador fino, la balanza digital, el refrigerador industrial, los mesones y la campana.

La inversión total será de: \$ 17223.38

Menaje: El menaje fue cotizado en Irvix. Todos los platos fueron seleccionados de acuerdo al ambiente que ofrecerá SAÚCA.

La inversión será de: \$ 3024.56

Software: El software gastronómico fue cotizado por el Ing. Luis Quenguan, creador de Camila Gourmet.

La inversión será de: \$ 2580.00

Uniformes: Los uniformes de cocina fueron cotizados por Chef City y los de servicio por un artesano de la ciudad de Otavalo.

La inversión será de: \$ 1245.04

Página Web y publicidad: La página web fue cotizada por Inspira Inc. y la publicidad por el Lic. Juan Valenzuela.

La inversión será de: \$ 2050.00

Trampa de grasa: La trampa de grasa fue cotizada por un artesano otavaleño.

La inversión será de: \$ 300.00

Diseño arquitectónico, construcción y decoración: fueron cotizados por la Arq. Ana Belén Puente.

La inversión será de: \$ 39500.00

El total de la inversión será de: \$ 65922.98

7.1 ACTIVOS FÍSICOS

7.1.1 Lugar, Diseño y Construcción

El lugar es un activo fijo propio de la familia Puente Gallegos, que será donado para el desarrollo del proyecto si este llegara a ejecutarse.

El diseño y construcción y los costos referentes entregados, están a cargo de la Arq. Ana Belén Puente.

Tabla 20. Lugar, Diseño y Construcción

Descripción	Costo
Diseño arquitectónico	\$1500.00
Construcción	\$30000.00
Terminados y decoración	\$8000.00
Total	\$39500.00

7.1.2 Maquinarias y Equipos

Tabla 21. Maquinaria y equipos

Cant.	Ítem	Precio U	Total
1	Sartén de aluminio de 35.56 cm de diámetro con mago asilado	\$70.35	\$70.35
1	Colador malla fina de acero inoxidable 19.5 cm mando de madera	\$5.37	\$5.37
1	Colador malla fina de acero inoxidable 26 cm mando de madera	\$11.69	\$11.69
1	Espátula raspadora de tazón, plástico blanco	\$ 0.97	\$0.97
1	Abrelatas portátil acero inoxidable sistema de engranaje	\$13.53	\$13.53
1	Bolillo de madera de 41.7 cm de largo	\$16.33	\$16.33
1	Espátula de codo 7 pulgadas	\$10.45	\$10.45
2	Espátula de alta temperatura de 10 pulgadas	\$3.36	\$6.72
1	Espátula de alta temperatura de 14 pulgadas	\$6.22	\$6.22
1	Manga pastelera de nylon. 22.9x38.1cms	\$6.65	\$6.65
1	Cortador de masa de una cuchilla	\$3.65	\$3.65
3	Tazón de acero inoxidable de capacidad 1.5 lts	\$2.43	\$7.29
5	Tazón de acero inoxidable de capacidad 3 lts	\$3.88	\$19.40
4	Tazón de acero inoxidable de capacidad 4 lts	\$5.02	\$20.08
5	Tabla de picar de plástico de 30.5x45.7xcm	\$12.73	\$63.65
15	Bandeja de servicio de plástico de 45.72x35.56cm	\$6.79	\$101.85
1	Rallador fino de acero inoxidable con mango de plástico	\$15.12	\$15.12
1	Rallador de cuatro lados de acero inoxidable	\$8.75	\$8.75
1	Brocha con cerdas de jabalí para altas temperaturas	\$15.02	\$15.02
1	Espátula de 7.5 pulgadas de acero inoxidable	\$6.06	\$6.06
15	Dispensador de salsa plástico de 12 oz.	\$0.80	\$12.00
1	Espolvoreador de condimentos	\$2.87	\$2.87
1	Dispensador de condimentos, acero inoxidable	\$0.93	\$0.93
1	Jarra de medida graduada de policarbonato de 1 lt.	\$19.38	\$19.38
2	Batidor de piano de 35.6cm	\$3.65	\$7.30
1	Batidor de piano de 25.4cm	\$2.99	\$2.99
1	Espumadera de una sola pieza de 15cm	\$8.27	\$8.27
1	Cucharon de acero inoxidable de 8oz.	\$3.67	\$3.67
1	Cucharon de acero inoxidable de 6oz.	\$3.16	\$3.16
1	Cucharon de acero inoxidable de 4oz.	\$2.72	\$2.72
1	Cuchareta sólida de acero inoxidable de 27.9cm	\$2.11	\$2.11
1	Licudadora Waring de 32 oz. Acero inoxidable, 2 velocidades	\$165.78	\$165.78
1	Batidora semi-industrial de 1,25 galones de capacidad	\$1398.60	\$1398.60
1	Colador chino fino, acero inoxidable de 25.4cm	\$26.49	\$26.49
4	Inserto pasta de 1 lt de capacidad, acero inoxidable	\$18.66	\$74.64
3	Cacerola de aluminio de 2 lts de capacidad	\$28.87	\$86.61
3	Cacerola de aluminio de 2.75 lts de capacidad	\$15.28	\$45.84
3	Cacerola de aluminio de 3.75 lts de capacidad	\$16.97	\$50.91
5	Sartén de aluminio de 25cm de diámetro	\$16.58	\$82.90
2	Tazón de acero inoxidable de 13lts de capacidad	\$13.11	\$26.22
2	Tazón de acero inoxidable de 8lts de capacidad	\$8.05	\$16.10
4	Bandeja para hornear de aluminio 33x45.2x2.5cm	\$11.43	\$45.72
1	Termómetro digital	\$32.46	\$32.46
1	Decorador para limón Victorinox	\$4.82	\$4.82
1	Pelador de patatas metálico	\$2.17	\$2.17
1	Licudadora de mano francesa para pequeñas cantidades	\$362.43	\$362.43
4	Cuchillo cocinero de 20.3cm, mago de plástico	\$6.63	\$26.52
1	Cuchillo fileteador de 20.5cm, mango de plástico	\$7.69	\$7.69
1	Balanza digital, plataforma de 18x18cms	\$260.17	\$260.17
1	Colgador magnético de cuchillos	\$8.92	\$8.92
1	Chaira de 30.48cms	\$12.74	\$12.74
1	Refrigerador industrial 21 pies cúbicos de capacidad	\$2170.29	\$2170.29
1	Cocina industrial IMPERIAL 6 hornillas con horno	\$2516.00	\$2516.00
1	Mesa de recepción y lavado	\$819.26	\$819.26
1	Maquina de café expreso	\$1043.12	\$1043.12
1	Salamandra de acero inoxidable de 45x90x42cm	\$391.51	\$391.51
1	Grifo oscilante de 8 pulgadas	\$275.56	\$275.56
1	Mesón refrigerado	\$2700.00	\$2700.00
1	Mesón de servicio (caliente)	\$1000.00	\$1000.00
1	Campana de cocina 2.00x0.9x0.5 m	\$1250.00	\$1250.00
	Subtotal		\$ 15378.02
	IVA		\$ 1845.36
	Total		\$ 17223.38

7.1.3 Menaje

Tabla 22. Menaje

Cantidad	Ítem	Precio U	Total
50	Plato redondo 6 pulgadas	\$ 2.09	\$ 104.50
50	Pocillo de te	\$ 2.26	\$ 113.00
50	plato cuadrado de 7.25 pulgadas modelo óscar	\$ 4.03	\$ 181.35
50	Plato aro 26.6 cm	\$ 15.28	\$ 687.60
50	Cuchara para te acero inoxidable	\$ 3.47	\$ 166.56
50	Tenedor de torta acero inoxidable	\$ 3.56	\$ 178.00
50	Cuchillo mantequilla	\$ 5.48	\$ 274.00
50	Cuchara de degustación pequeña	\$ 6.11	\$ 305.50
50	Copa flauta 8 Oz.	\$ 3.81	\$ 190.50
Subtotal			\$2700.50
IVA			\$324.06
Total			\$3024.56

7.1.4 Equipos de Computación y Software

Tabla 23. Equipos de Computación y Software

Ítem	Costo	Cantidad	Total
Punto de software	\$ 700.00	1	\$ 700.00
Punto de red	\$ 55.00	2	\$ 110.00
Instalación	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Actualización	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Impresora cocina	\$ 250.00	1	\$ 250.00
Impresora facturas	\$ 250.00	1	\$ 250.00
Pantalla	\$ 550.00	1	\$ 550.00
CPU	\$ 320.00	1	\$ 320.00
Total			\$ 2580.00

7.2 ACTIVOS DIFERIDOS

7.2.1 Gatos de Constitución

Tabla 24. Gatos de Constitución

Proceso	Valor
Patente Municipal	\$ 13.00
Licencia anual de funcionamiento	\$ 25.00
Carnets de salud	\$ 45.00
Permiso de funcionamiento	\$ 120.00
TOTAL	\$ 203.00

7.3 CAPITAL DE TRABAJO

7.3.1 Materia Prima

A continuación una lista de la materia prima que se utilizara para el lanzamiento del restaurante, con sus respectivos costos.

Tabla 25. Materia Prima

Insumo	Unidad	Costo	Cantidad	Total
Platano maduro	Kg	\$1.00	3	\$3.00
Queso fresco	Kg.	\$3.00	2	\$6.00
Huevos	Uni.	\$0,13	100	\$13.00
Leche condensada	Lt.	\$2.8	12	\$33.6
Pasas	Kg.	\$8.00	2	\$16.00
Hojuelas de quinoa	Kg.	\$2.3	3	\$6.9
Azúcar	Kg.	\$0.84	10	\$8.4
Matequilla	Kg.	\$4.08	5	\$20.4
Harina	Kg.	\$1.63	5	\$8.15
Maicena	Kg.	\$1.5	2	\$3.00
Mandarinas	Uni.	\$0,15	30	\$4.5
Plátano verde	Kg.	\$1	3	\$3.00
Aceite vegetal	Lt.	\$2.48	3	\$7.44
Pechugas de pollo	Kg.	\$4.5	5	\$22.5
Salsa de cheddar	Lt.	\$2.3	3	\$6.9
Crema de leche	Lt.	\$2.5	12	\$30.00
Queso parmesano	Kg.	\$17.7	1	\$17.1
Pepa de zambo	Kg.	\$3.00	2	\$6.00
Cebolla larga	Kg.	\$1.2	2	\$2.4
Leche entera	Lt.	\$0,5	12	\$6.00
Berro	Kg.	\$2.5	2	\$5.00
Glucosa	Lt.	\$5	1	\$5.00
Manteca de cacao	Kg.	\$14	1	\$14.00
Chocolate semi a.	Kg.	\$9,9	2	\$19.8
Ají amarillo fresco	Kg.	\$5	1	\$5.00
Vinagre blanco	Lt.	\$1.2	2	\$2.4
Jugo de maracuyá	Lt.	\$6.00	2	\$12.00
Mortiño	Kg.	\$5.5	1	\$5.5
Leche evaporada	Lt.	\$3.3	12	\$39.6
Canela	Kg.	\$35.00	0.5	\$17.5
Clavo de olor	Kg.	\$48.00	0.5	\$24.00
Pimienta dulce	Kg.	\$51.11	0.5	\$25.5
Esencia de vainilla	Lt.	\$4.00	1	\$4.00
Limón	Uni.	\$0.15	30	\$4.5
Miel de abeja	Lt.	\$6.5	3	\$19.5
Chocolate de hoja	Kg.	\$8.00	5	\$40.00
Sal	Kg.	\$2.8	2	\$5.6
Frutilla	Kg.	\$3.5	5	\$17.5
Mora	Kg.	\$4.2	5	\$21.00
Cedrón	Kg.	\$1.5	3	\$4.5
Horchata	Kg.	\$1.5	3	\$4.5
			Total:	\$516.19

7.3.2 Sueldos y Salarios

Tabla 26. Sueldos y salarios

Cargo	Sueldo	Valor horas extras	Total horas ex. Al mes	Sueldo + Horas extras	Aporte patronal IESS	Aporte IESS trabajador	Sueldo a recibir empleado
Chef Adm	\$500.00	\$ 3.12	32	\$599.84	\$66.88	\$56.08	\$543.76
Pastelero	\$ 350.00	\$ 2.18	0	\$350.00	\$39.02	\$32.73	\$ 317.28
Maître	\$ 500.00	\$ 3.12	32	\$599.84	\$66.88	\$56.08	\$543.76
Mesero1	\$ 293.00	\$ 1.83	0	\$293.00	\$32.66	\$27.40	\$ 265.60
Mesero2	\$ 293.00	\$ 1.83	0	\$293.00	\$32.66	\$27.40	\$ 265.60
Sub total	\$1936.00			\$2135.68	\$238.10	\$199.69	\$1936.00

Total a pagar	\$2174.10
----------------------	------------------

7.3.3 Gastos de Publicidad

En principio solo se utilizará publicidad on line.

Tabla 27. Gastos de publicidad

Ítem	Costo	Cantidad	Total
Diseño de página web	\$800.00	1	\$800.00
Diseño logotipos y publicidad	\$1250.00	1	\$1250.00
Total			\$2050.00

7.3.4 Suministros de Limpieza

Tabla 28. Suministros de Limpieza

Cantidad	Ítem	Precio U	Total
1	Limpia pisos	\$15.25	\$15.25
2	Trapeador	\$2.00	\$4.00
1	Paquete Papel higiénico	\$3.20	\$9.60
3	toallas de mano	\$3.48	\$10.44
1	papel de cocina	\$15.00	\$15.00
3	jabón de manos	\$3.55	\$10.65
1	detergente	\$4.00	\$4.00
1	Cloro	\$4.50	\$4.50
1	Lavavajillas	\$2.50	\$2.50
1	Recogedor	\$6.00	\$6.00
1	Papel film	\$6.85	\$6.85
2	Escobas	\$1.25	\$2.50
5	Limpión	\$1.00	\$5.00
2	Estropajo	\$0.50	\$1.00
		Total	\$97.29

7.3.5 Gastos de Uniforme del Personal

Tabla 29. Gastos de Uniforme de Cocina

Ítem	Cantidad	Precio	Total
Chaqueta clásica	4	\$16.40	\$66.00
Pantalón tipo calentador	4	\$17.50	\$70.00
Pechera cocina	4	\$7.50	\$30.00
Zapatos antideslizantes	2	\$30.00	\$60.00
Gorro de cocina	4	\$5.00	\$20.00

Total	\$246.00
--------------	-----------------

Tabla 30. Gastos de Uniforme de Servicio

Ítem	Cantidad	Precio	Total
Camisa mujer	2	\$150.00	\$300.00
Anaco blanco	1	\$22.00	\$22.00
Anaco negro	1	\$22.00	\$22.00
Mama chumbi	1	\$50.00	\$50.00
Chumbi	1	\$5.00	\$5.00
Guagua chumbi	1	\$5.00	\$5.00
Alpargates mujer	1	\$18.00	\$18.00
Camisa hombre	4	\$30.00	\$120.00
Pantalón hombre	4	\$15.00	\$60.00
Alpargates hombre	2	\$25.00	\$50.00
Sombrero hombre	2	\$120.00	\$240.00

Subtotal	\$892.00
IVA	\$107.04
Total	\$999.04
Total gasto uniformes servicio	\$1245.04

7.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

7.4.1 Capital Propio

El proyecto se estructuró del tal forma que la inversión total proviene de capital propio.

Tanto el terreno que es propiedad de la familia, como el costo total de la inversión que es capital de ahorros de los inversionistas.

7.5 COSTOS Y GASTOS

Gasto

Un gasto es todo un egreso que hace una persona jurídica, natural o una compañía que no será recuperado en el futuro. En la contabilidad, un gasto es una anotación que disminuye el beneficio económico.

Costo

En economía, costo es el valor monetario de consumo de factores que tiene un ejercicio de una actividad económica dedicada a la producción de un bien o servicio. Es decir, es todo egreso o desembolso que será recuperado en el futuro.

7.5.1 Costos Variables

La tabla de Materia Prima que arriba se muestra es un stock de trabajo para dos meses, por lo tanto a continuación los valores generados para todo el año.

Costos variables	
Materia Prima	\$3097.14

7.5.2 Costos Fijos

El detalle de los costos que deberán afrontar los inversionistas se presenta a continuación. A partir de ese valor se desarrolla el pago mensual que se deberá hacer a los mismos durante cinco años:

Tabla 31. Costos fijos

PAGO INVERSIONISTAS	
diseño, construcción y terminados	\$ 39.500,00
uniformes	\$ 1.245,04
publicidad	\$ 2.050,00
maquinaria	\$ 17.223,38
software	\$ 2.580,00
Total	\$ 62.598,42
prorrateso a 5 años (60 meses)	\$ 1.043,31

A continuación se presenta una proyección de los costos fijos para cinco años del lugar. Se ha tomado como referencia el índice de inflación del 4,98% dado por el Banco Central del Ecuador para los cálculos.

Tabla 32. Proyección de los costos fijos para cinco años

Año 1		
Costos fijos		
Luz	\$50,00	
Agua	\$50,00	
Teléfono	\$30,00	
Sueldos	\$1.936,00	
Afiliación IESS	\$238,10	
Limpieza	\$97,29	
Gas	\$100,00	
Data fast	\$19,71	
Contabilidad	\$292,00	
Pago Inversionistas	\$1.043,31	prorratesado 5 años
Total	\$ 3.856,41	

Año 2		
Costos fijos		
Luz	\$52,49	
Agua	\$52,49	
Teléfono	\$31,49	
Sueldos	\$2.032,41	
Afiliación IESS	\$249,96	
Limpieza	\$102,14	
Gas	\$104,98	
Data fast	\$20,69	
Contabilidad	\$306,54	
Pago Inversionistas	\$1.043,31	prorratedo 5 años
Total	\$ 3.996,50	

Año 3		
Costos fijos		
Luz	\$55,10	
Agua	\$55,10	
Teléfono	\$33,06	
Sueldos	\$2.133,63	
Afiliación IESS	\$262,41	
Limpieza	\$107,22	
Gas	\$110,21	
Data fast	\$21,72	
Contabilidad	\$321,81	
Pago Inversionistas	\$1.043,31	prorratedo 5 años
Total	\$ 4.143,57	

Año 4		
Costos fijos		
Luz	\$57,85	
Agua	\$57,85	
Teléfono	\$34,71	
Sueldos	\$2.239,88	
Afiliación IESS	\$275,47	
Limpieza	\$112,56	
Gas	\$115,70	
Data fast	\$22,80	
Contabilidad	\$337,83	
Pago Inversionistas	\$1.043,31	prorrateado 5 años
Total	\$ 4.297,96	

Año 5		
Costos fijos		
Luz	\$60,73	
Agua	\$60,73	
Teléfono	\$36,44	
Sueldos	\$2.351,43	
Afiliación IESS	\$289,19	
Limpieza	\$118,17	
Gas	\$121,46	
Data fast	\$23,94	
Contabilidad	\$354,66	
Pago Inversionistas	\$1.043,31	prorrateado 5 años
Total	\$ 4.460,04	

7.5.3 Costos Totales

Costos Totales	
Costos fijos + Costos variables	\$ 6953,55

7.6 CUADRO DE PROYECCIÓN DE VENTAS

Para la proyección de ventas se tomó en cuenta los siguientes factores:

Vale promedio de la carta: para obtener un vale promedio real, se dividió la carta en:

- Alimentos
- Bebidas
- Bocaditos

Se tomaron los precios de la carta de estos platillos para obtener un precio promedio real. A continuación se añadió el promedio de bocaditos al de Alimentos y los resultados arrojaron el siguiente vale promedio:

Alimentos: \$4.00

Bebidas: \$2.00

Período: se descansa un día a la semana (domingo) y se trabaja cuatro semanas al mes. Con lo que se tiene 4 días libres al mes.

Por lo tanto:

$$30 - 4 = \mathbf{26} \text{ días de trabajo al mes}$$

Se trabaja un período (1), es decir 8 horas diarias. No se dobla turnos

Capacidad máxima al mes: el lugar tiene una capacidad máxima para 60 personas, por lo que:

$$((60 * 1) 26) = \mathbf{1560} \text{ personas}$$

Rotación: se trabajará por trimestres, iniciando con una ocupación del 75% a inicios de año hasta alcanzar la ocupación total a finales de año.

Inflación: para los cálculos, se trabaja con el índice que tiene el Banco Central del Ecuador. Una inflación de 4.98%.

Se trabajará por trimestres, con lo cual se divide la estadística para cuatro períodos fiscales que tiene el año:

$$((4.98\%) / 4) = \mathbf{1.25\%}$$

Este valor será aumentado a los precios de la carta cada trimestre y por ende en los índices de vale promedio de A&B que se utilizarán para este cálculo.

7.6.1 Cuadro de Proyección Numérica y Monetaria

Tabla 33. Proyección Numérica y Monetaria

AÑO 1	75%			85%			95%			100%			Total Anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Capacidad Máxima	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	
Rotación	1170	1170	1170	1326	1326	1326	1482	1482	1482	1560	1560	1560	16614
Vale Promedio A	4,00	4,00	4,00	4,05	4,05	4,05	4,10	4,10	4,10	4,15	4,15	4,15	6,1
Vale Promedio B	2,00	2,00	2,00	2,03	2,03	2,03	2,05	2,05	2,05	2,08	2,08	2,08	2,0
inflación 4,98% anual													
Venta Alimentos	4680,00	4680,00	4680,00	5370,30	5370,30	5370,30	6077,13	22604,70	22604,70	6477,95	6478,95	6478,96	100873,29
Venta Bebidas	2340,00	2340,00	2340,00	2685,15	2685,15	2685,15	3038,56	3039,03	3039,04	3238,97	3239,47	3239,48	33910,01
Costo A 30%	1404,00	1404,00	1404,00	1611,09	1611,09	1611,09	1823,14	6781,41	6781,41	1943,38	1943,68	1943,69	30261,99
Costo B 25%	585,00	585,00	585,00	671,29	671,29	671,29	759,64	759,76	759,76	809,74	809,87	809,87	8477,50
Ganancias													\$ 96.043,81

AÑO 2	85%			90%			95%			100%			Total Anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Capacidad Máxima	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	
Rotación	1326	1326	1326	1404	1404	1404	1482	1482	1482	1560	1560	1560	17316
Vale Promedio A	4,36	4,36	4,36	4,41	4,41	4,41	4,47	4,47	4,47	4,53	4,53	4,53	6,3
Vale Promedio B	2,18	2,18	2,18	2,21	2,21	2,21	2,23	2,24	2,24	2,26	2,26	2,26	2,2
inflación 4,98% anual													
Venta Alimentos	5781,37	5781,37	5781,37	6197,97	6197,97	6197,97	6624,08	22604,70	22604,70	7060,98	7062,07	7062,08	108956,64
Venta Bebidas	2890,69	2890,69	2890,69	3098,99	3098,99	3098,99	3312,04	3312,55	3312,56	3530,49	3531,03	3531,04	38498,73
Costo A 30%	1734,41	1734,41	1734,41	1859,39	1859,39	1859,39	1987,22	6781,41	6781,41	2118,29	2118,62	2118,62	32686,99
Costo B 25%	722,67	722,67	722,67	774,75	774,75	774,75	828,01	828,14	828,14	882,62	882,76	882,76	9624,68
Ganancias													\$ 105.143,69

AÑO 3	85%			95%			100%			100%			Total Anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Capacidad Máxima	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	
Rotación	1326	1326	1326	1482	1482	1482	1560	1560	1560	1560	1560	1560	17784
Vale Promedio A	4,75	4,75	4,75	4,81	4,81	4,81	4,87	4,87	4,87	4,93	4,93	4,93	6,5
Vale Promedio B	2,38	2,38	2,38	2,41	2,41	2,41	2,44	2,44	2,44	2,47	2,47	2,47	2,4
inflación 4,98% anual													
Venta Alimentos	6301,71	6301,71	6301,71	7131,12	7131,12	7131,12	7600,28	22604,70	22604,70	7696,48	7697,67	7697,68	116200,01
Venta Bebidas	3150,85	3150,85	3150,85	3565,56	3565,56	3565,56	3800,14	3800,72	3800,73	3848,24	3848,84	3848,84	43096,76
Costo A 30%	1890,51	1890,51	1890,51	2139,34	2139,34	2139,34	2280,08	6781,41	6781,41	2308,94	2309,30	2309,31	34860,00
Costo B 25%	787,71	787,71	787,71	891,39	891,39	891,39	950,03	950,18	950,18	962,06	962,21	962,21	10774,19
Ganancias													\$ 113.662,58

AÑO 4	100%			100%			100%			100%			Total Anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Capacidad Máxima	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	
Rotación	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	18720
Vale Promedio A	5,18	5,18	5,18	5,24	5,24	5,24	5,31	5,31	5,31	5,38	5,38	5,38	6,8
Vale Promedio B	2,59	2,59	2,59	2,62	2,62	2,62	2,66	2,66	2,66	2,69	2,69	2,69	2,6
inflación 4,98% anual													
Venta Alimentos	8081,03	8081,03	8081,03	8182,04	8182,04	8182,04	8284,32	22604,70	22604,70	8389,18	8390,48	8390,49	127453,09
Venta Bebidas	4040,51	4040,51	4040,51	4091,02	4091,02	4091,02	4142,16	4142,80	4142,81	4194,59	4195,24	4195,25	49407,45
Costo A 30%	2424,31	2424,31	2424,31	2454,61	2454,61	2454,61	2485,30	6781,41	6781,41	2516,75	2517,14	2517,15	38235,93
Costo B 25%	1010,13	1010,13	1010,13	1022,76	1022,76	1022,76	1035,54	1035,70	1035,70	1048,65	1048,81	1048,81	12351,86
Ganancias													\$ 126.272,75

AÑO 5	100%			100%			100%			100%			Total Anual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Capacidad Máxima	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	
Rotación	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	1560	18720
Vale Promedio A	5,65	5,65	5,65	5,72	5,72	5,72	5,79	5,79	5,79	5,86	5,86	5,86	7,2
Vale Promedio B	2,82	2,82	2,82	2,86	2,86	2,86	2,89	2,89	2,89	2,93	2,93	2,93	2,9
inflación 4,98% anual													
Venta Alimentos	8808,34	8808,34	8808,34	8918,44	8918,44	8918,44	9029,92	22604,70	22604,70	9144,23	9145,64	9145,66	134855,20
Venta Bebidas	4404,17	4404,17	4404,17	4459,22	4459,22	4459,22	4514,96	4515,66	4515,67	4572,11	4572,82	4572,83	53854,23
Costo A 30%	2642,50	2642,50	2642,50	2675,53	2675,53	2675,53	2708,98	6781,41	6781,41	2743,27	2743,69	2743,70	40456,56
Costo B 25%	1101,04	1101,04	1101,04	1114,81	1114,81	1114,81	1128,74	1128,91	1128,92	1143,03	1143,20	1143,21	13463,56
Ganancias													\$ 134.789,31

7.7 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Para determinar el punto de equilibrio, se utilizaron los costos fijos y variables, además de la proyección de ventas para un año.

A continuación los datos y el grafico.

Tabla 34. Punto de equilibrio

DATOS		
Precio Unitario	\$ 6,00	P
Unidades vendidas	\$ 16614	UV
Ingreso total	\$ 99684	IT
Costos Fijo total	\$ 46.276,88	CFT
Costos variables total	\$ 6.147,18	CVT
Costo variable unitario	\$ 0,37	CVU
Punto de equilibrio= $CFT/(P-CVU)$	8219,70	
Valor monetario de equilibrio	\$ 49.318,17	

Tabla 35. Punto de equilibrio

PVP Unitario	Cantidad	Ingreso Total	Costos Fijos	Costos Variable Unitario	Costo Variable Total	Costo Total	Ganancia Total
\$ 6,00	0	\$ 0,00	\$ 46.276,88	0,37	0	\$ 46.276,88	(\$ 46.276,88)
\$ 6,00	7500	\$ 45.000,00	\$ 46.276,88	0,37	2775	\$ 49.051,88	(\$ 4.051,88)
\$ 6,00	8219,70	\$ 49.318,17	\$ 46.276,88	0,37	3041,287226	\$ 49.318,17	\$ 0,00
\$ 6,00	16614	\$ 99.684,00	\$ 46.276,88	0,37	6147,18	\$ 52.424,06	\$ 47.259,94
\$ 6,00	20000	\$ 120.000,00	\$ 46.276,88	0,37	7400	\$ 53.676,88	\$ 66.323,12

A continuación se presenta el gráfico del punto de equilibrio de Chococafeto – Pastería SAÚCA. El gráfico muestra el número de vales promedio que deberá vender el negocio para no afrontar pérdidas ni obtener ganancias, es decir, en el punto de equilibrio, el negocio paga todos sus costos fijos y variables sin percibir ganancia alguna.

En este caso, se llegó a determinar que con el supuesto cuadro de proyección de ventas SAÚCA necesita vender 8220 vales promedio al año, 684 al mes, con un promedio de 26 vales promedio o clientes al día.

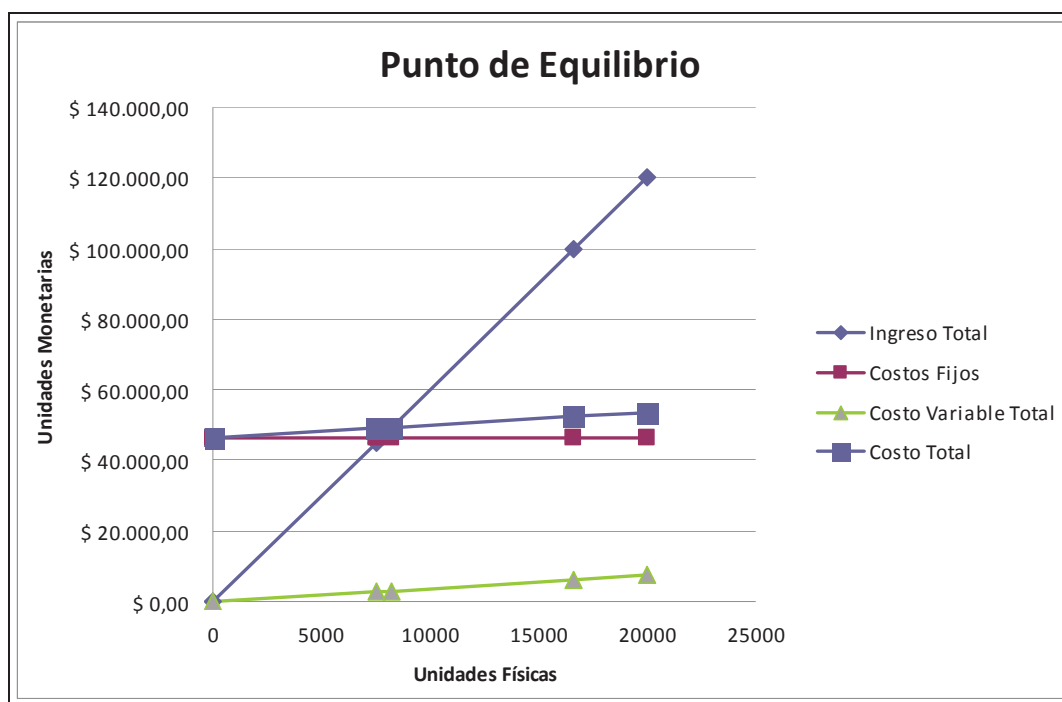


Figura 18. Punto de equilibrio

8 CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

- La investigación que se desarrolló para el compendio de esta tesis, evidencia que el mercado objetivo otavaleño hace que el proyecto sea rentable para el inversionista. Existe una necesidad insatisfecha en ese grupo de personas que genera un atractivo retorno de inversión.
- Por otra parte, los datos cualitativos de turismo y afluencia de personas foráneas de Otavalo, hace notar y se relaciona con el turismo gastronómico que la presente tesis quiere empezar a desarrollar dentro de toda la provincia con el concepto de Nueva Gastronomía Dulce.
- Se puede apreciar que el proyecto ha generado mucho interés en el mercado objetivo de estudio debido a que el enfoque, servicios y productos a ofertarse son completamente nuevos y distintos en comparación a los ya existentes dentro de la ciudad y provincia.
- A parte de que el proyecto de la Chococafeto-Pastería SAÚCA es rentable, bajo los supuestos mencionados en el presente trabajo, también el enfoque está en desarrollarlo de tal forma, que se empiece a valorar y respetar más a la cultura indígena otavaleña, es por eso que se hace énfasis en que los asociados de SAÚCA sean indígenas otavaleños.
- Por ultimo, con el desarrollo del presente proyecto también se pretende generar un mayor incentivo para que los productores agrícolas locales sigan manteniendo su actividad, al mismo tiempo que reactivan su economía.

8.2 RECOMENDACIONES

- Queda claro que Otavalo será la sede donde nace el concepto de Nueva Gastronomía Dulce, por lo tanto es importante que el Gobierno Local apoye y promueva el nuevo concepto para de esta manera, consolidar a Otavalo como un destino turístico-gastronómico de alta categoría.
- Es importante que la implementación del presente proyecto, tenga un adecuado seguimiento. De esta manera se realizarán los cambios y estrategias pertinentes con la finalidad que se logren los resultados aquí presentados.
- De considerarse la ejecución para un futuro del presente proyecto se recomienda hacer una nueva investigación en cuanto a costos se refiere y además se sugiere tener en cuenta los siguientes aspectos críticos antes de hacer una inversión:
 - Monto de inversión.
 - Facilidad de entrada en el mercado.
 - Retorno de inversión.
 - Tiempo de duración del proyecto.
 - Facilidades de salida.

REFERENCIAS

- Banco Central del Ecuador. (2012). Recuperado de <http://www.bce.fin.ec>
- Bullón, R. (1997). *Los Municipios turísticos*. 2da. Reimpresión. Ed. Trillas. México:
- Cámara de Turismo de Otavalo. (2011). Recuperado de <http://www.otavaloturismo.com>
- De Souza, J. (2001). *La dimensión institucional del desarrollo sostenible, manuscrito, documento de trabajo del programa de maestría de manejo comunitario de recursos naturales*. Ibarra: Universidad Católica.
- Dirección Nacional de Turismo del Ecuador. (1983). *Plan Maestro de desarrollo turístico del Ecuador 1983 – 1987*. Quito – Ecuador
- Gobierno Municipal de Otavalo. (2001). *Plan de Vida Cantonal*. Otavalo-Ecuador.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010). Recuperado de <http://www.inec.gov.ec>
- Ministerio de Turismo del Ecuador y OMT. (1999). *Diagnóstico de competitividad turística del Ecuador*. Quito-Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (1998). *Boletín de Estadísticas Turísticas 1993-1997*. Quito-Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (1999). *Investigaciones Turísticas 1999*. Quito-Ecuador.