



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

PROYECTO TURISTICO GASTRONOMICO DE COCINA DULCE

“YARI, DULCE SENTIDO”

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el
título de Licenciada en Gastronomía

Profesor Guía

Chef María José Arroyo Fassio

Autora

Jessica Carolina Chiluisa Segovia

Año

2014

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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

María José Arroyo Fassio

Chef

CI. 0907743041

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro (amos) que este trabajo es original, de mi (nuestra) 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”.

Jessica Carolina Chiluisa Segovia

CI. 171904696-1

AGRADECIMIENTOS

A mi Padre Dios por ser el maestro creador de la Gran persona que soy, por guiar cada paso de mi Vida con mucho amor y cumplir mis sueños. A mis padres María del Carmen y Ricardo, que gracias a su apoyo, creyeron en mí y ayudaron a Cumplir mis metas, por ser los mejores padres del mundo por su ejemplo de responsabilidad, confianza, amor y esfuerzo..

“Bienaventurado el hombre que tiene su Fortaleza en ti; En cuyo corazón están tus caminos”

Salmos 84:5

DEDICATORIA

A Dios dedico mi vida entera, con ello este trabajo Y una meta más cumplida como un obsequio A mis padres amados, por ser autores del éxito en mi vida y guiarme con amor en el camino. A mis queridos hermanos Mariela, Tatiana y David, Con su apoyo incondicional hicieron posible mí sueño y formaron parte de él cada día. A mi Martina por ser mi fiel compañera en la vida y llenarla de su dulzura, mi princesa amada002

RESUMEN

El presente estudio investigativo, se basa en la obtención de un diseño adecuado del cuarto de telecomunicaciones que será implementado en el nodo “Zabala” de la empresa Puntonet S.A. Mismo que se encuentra ubicado en el barrio Zabala al norte de la ciudad de Quito. El cuarto de telecomunicaciones deberá cumplir con todos los parámetros y normas vigentes en la actualidad.

La investigación ha sido estructurada en 5 capítulos:

El capítulo I, es la introducción del tema, en el cual se justifica el porqué de la investigación.

En el capítulo II, se utilizará el método bibliográfico con el fin de obtener la información que fundamentará teóricamente el diseño que tendrá el cuarto de telecomunicaciones que será implementado en el “nodo” Zabala.

En el capítulo III, se analizará la estructura del cuarto de telecomunicaciones del nodo “Zabala”, teniendo en consideración el espacio, el tipo de cableado y los equipos con los que contamos para la implementación del mismo y posteriormente se diseñará el mismo.

El capítulo IV, explica de manera clara la implementación del cuarto de telecomunicaciones a realizarse en el nodo Zabala.

Finalmente el capítulo V, en el cual se acreditará las conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

This research study is based on obtaining a suitable design of the telecommunications room to be implemented in the “Zabala” node of Puntonet S.A. The same that is located in the Zabala neighbor at northern of Quito city. The telecommunications room shall comply with all currently parameters and standards.

The research has been structured into 5 chapters:

Chapter I is the introduction of the topic, in which the reason for the research is justified.

In Chapter II, the literature method will be used in order to obtain the information that theoretically will be based in the design of the telecommunications room to be implemented in the “Zabala” node.

In Chapter III, the structure of the telecommunications room “Zabala” node will be analyzed , taking into account the space , the type of wiring and equipment that will be implemented the same and then design the same.

Chapter IV, clearly explains the implementation of the telecommunications room to be held in the node Zabala.

Finally Chapter V, in which the conclusions and recommendations will be credited.

ÍNDICE

INTRODUCCION	1
1 La Empresa I	2
1.1 Antecedentes del Proyecto.....	2
1.2 Justificación de proyecto.....	2
1.3 Naturaleza del proyecto.....	3
1.4 Resumen Ejecutivo.....	3
1.5 Objetivos Organizacionales.....	4
1.5.1 Objetivo General.....	4
1.5.2 Objetivos Específicos.....	4
1.6 Visión.....	5
1.7 Misión.....	5
1.8 Valores.....	5
2 Gestión Empresarial II	7
2.1 Descripción de la empresa.....	7
2.1.1 Establecimiento.....	7
2.1.2 Decoración.....	7
2.1.3 Alimentos y Bebidas.....	8
2.1.4 Cafetería.....	8
2.1.5 Chocolatería.....	9
2.1.6 Eventos.....	9
2.1.7 Entretenimiento.....	9
2.1.8 Información Turística.....	10
2.1.9 Tienda de artesanías.....	10
2.2 Propósitos empresariales.....	10

2.3 Estructura Organizacional.....	11
2.3.1 Organigrama Funcional.....	11
2.3.2 Organigrama estructural.....	11
2.3.3 Descripción del perfil de emplead.....	11
2.4 Productos emblemáticos del Ecuador.....	13
2.4.1 Banano.....	13
2.4.1.1 Características Generales.....	13
2.4.1.2 Beneficios y Valor Nutricional.....	14
2.4.2 Cacao.....	14
2.4.2.1 Características Generales.....	14
2.4.2.2 Beneficios y Valor Nutricional.....	15
2.4.3 Café.....	16
2.4.3.1 Características Generales.....	16
2.4.3.2 Beneficios y Valor Nutriciona0.....	17
3 Plan de Mercadeo III	18
3.1 Estudio de Mercado.....	18
3.1.1 Objetivo General.....	18
3.1.2 Objetivos Específicos.....	18
3.2 Análisis Interno y Externo.....	19
3.2.1 Ventajas Competitivas.....	19
3.2.2 Mercado Meta.....	20
3.2.3 Segmentación de mercado.....	21
3.2.4 Competencia directa.....	22
3.2.5 Tipo de estudio.....	23
3.2.6 Formato de Encuesta.....	23
3.2.7 Cálculo del tamaño de la muestra.....	25

3.2.8 Tabulación de datos.....	26
3.2.9 Análisis de resultados.....	38
3.3 Plan estratégico de mercado	38
3.3.1 Mix de marketing en Ay B.....	38
3.3.2 Producto y Servicio.....	39
3.3.3 Precio.....	40
3.3.4 Plaza... ..	40
3.3.5 Promoción.....	41
3.3.6 Publicidad.....	41
4 Diseño del Plan de Operaciones IV	42
4.1 Estudio Técnico.....	42
4.1.1 Objetivo General.....	42
4.1.2 Objetivos Específicos.....	43
4.2 Cuadro de Superficies.....	44
4.3 Zona de tratamiento.....	44
4.4 Localización.....	45
4.4.1 Macro- localización.....	45
4.4.2 Micro- localización.....	46
4.5 Ingeniería del proyecto.....	47
4.5.1 Procesos de Operación Culinaria.....	49
4.5.2 Cadena de Valor.....	53
4.5.3 Flujo grama de servicio.....	56
4.5.4 Menú.....	57
4.5.5 Distribución de la planta.....	60
4.5.6 Construcción.....	62
4.5.7 Uniformes y Salarios del personal.....	64

4.5.8 Horarios de empleados.....	65
4.5.9 Reglamento Interno para Empleados.....	66
4.6 Requerimiento de insumos.....	68
4.7 Requerimiento de implementos.....	70
4.8 Factores Ambientales.....	74
4.9 Regulaciones legales.....	74
4.9.1 Constitución de la empresa.....	74
4.9.2 Requisitos.....	74
5 Plan Financiero V.....	76
5.1 Inversiones... ..	76
5.2 Proyección Financiera Mensual.....	77
5.3 Proyección Financiera Anual.....	78
5.4 Punto de Equilibrio.....	80
5.5 Precios de productos y costos.....	81
5.6 Rol de Pagos.....	82
5.7 Fuentes de financiamiento.....	84
5.8Calculadora de préstamo.....	84
5.9 Depreciación de Activos Fijos.....	85
6 Conclusiones y Recomendaciones VI	86
6.1 Conclusiones.....	86
6.2Recomendaciones.....	87

REFERENCIAS

ANEXOS

INTRODUCCION

El presente trabajo, YARI Dulce Sentido, será un proyecto que abarca un sitio de unificación, donde se podrá encontrar gastronomía dulce, turismo y cultura. Proporcionando al mercado lo necesario para explorar la biodiversidad del país. La información primordial que se transmitirá a través del sitio es realizar un turismo sostenible, protegiendo nuestros recursos y mejorando la calidad de turismo en el Ecuador. El país ha estado sufriendo grandes cambios frente a este plan turístico, ya que, el turismo es el tercer ingreso en divisas, mejorando la economía y reconocimiento mundial por las distintas visitas inolvidables de extranjeros.

El trabajo se desarrollará a través de seis capítulos, donde el primero y segundo hablan de la creación de la empresa desde sus inicios, constitución, objetivos, diseño y justificación. El tercer capítulo, describe el estudio de mercado que se realizó para encontrar una adecuada localización, aceptación del mercado, competencia directa y los diferentes planes estratégicos para el funcionamiento del lugar. También así, el cuarto capítulo es una exploración profunda del estudio técnico, como, los diferentes puntos para poner en marcha el funcionamiento del establecimiento, así por ejemplo, el flujo gramal de procesos, descripción del tipo de servicio, requerimientos en proveedores, entre otros. Además, el quinto capítulo desarrolla el plan financiero requerido en su totalidad. Por último, el sexto capítulo es la información que respalda el plan financiero, recetas estándares y documentos extras de la creación de la empresa.

Por lo tanto, apoyar a dicho cambio, es la base de mejorar el desarrollo del país y con ello la gastronomía a nivel mundial. Un país pequeño, reconocido en el mundo por su tesoro invaluable de biodiversidad es la atracción estrella en el proyecto YARI, Dulce Sentido.

1. LA EMPRESA I

1.1 Antecedentes del Proyecto

En el Ecuador, existe gran variedad de bosques tropicales, playas doradas, ciudades patrimoniales, páramos, selvas, variedad de nacionalidades indígenas y afro ecuatorianos, etc. Una fuente inagotable si se alcanza protegerla. El turismo es el futuro del país. El Ministerio de Turismo lo describe como cuatro mundos Costa, Sierra, Oriente y Galápagos. Vivo, intenso, mágico e inimaginable. Realmente una mina de oro en el mundo. Nuestro país es el más biodiverso existente en todos los aspectos, como su gastronomía; se describe una intensa lista de platos tradicionales, elaborados con productos endémicos, que se reparte en cada provincia, ciudad y cantón. Así, la cultura misma, identifica cada espacio entre los límites del Ecuador. Su origen acompañado de tradiciones, fiestas, cultura, gastronomía, complementando así ser distinguidos en el mundo entero.

1.2 Justificación del proyecto

La necesidad de mejorar la calidad de servicio y turismo en la ciudad de Quito, nos hace pensar, que el trabajo turístico en el Ecuador cada día es factible y visible. El turismo es el tercer ingreso de divisas al país, y la actividad más moderna en el mundo por su extensa variedad. La globalización, hace que estemos conectados con las necesidades de nuestro cliente extranjero y por ello, Quito busca la necesidad de crear varios restaurantes, al borde de explotar y no solventar lo que el turista quiere encontrar. La población en su idiosincrasia, muy variable, provoca curiosidad, está a la expectativa de conocer, probar nuevos sistemas y exigir lo más alto en su nivel, al igual que un turista extranjero.

El mercado mundial exige información turística y comodidad para su empleo. Además, en el país nuestro principal mercado es el turismo interno, porque es la principal fuente de ingresos y de acuerdo al MINTUR, el turismo interno

alcanza los diez millones de visitantes creando así un mercado fiel. La cultura en la población se ha incrementado, por lo tanto un establecimiento que proporcione gastronomía dulce, turismo y cultura, es la perfecta combinación para realizar turismo cultural. El Ecuador tiene potencial para posicionar su calidad de biodiversidad. En el ranking, de la lista de líneas de productos turísticos, el turismo cultural se encuentra segundo. También, Quito, Patrimonio de la Humanidad, Toca el Cielo, es considerado un producto A dentro de los recursos turísticos del país según el PLANDETUR 2020. Cabe mencionar que la gastronomía toma fuerza día a día, gracias a la investigación del rescate de los sabores realizado por la UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS.

1.3 Naturaleza del proyecto

Nombre de la Empresa: YARI, DULCE SENTIDO CIA.

Web Site: www.yari-cocinadulce.com

e – mail: gerencia@yari.com.ec

Fecha de Inicio de operaciones: 14 junio 2015



Figura 1. Logotipo

1.4 Resumen Ejecutivo

YARI, Dulce Sentido, será una empresa dedicada al desarrollo de la Alta Cocina Dulce Ecuatoriana, rescatando recetas propias del país. La creación de nuevas tendencias en combinación de sabores, diseño y técnicas, destacando así el cacao, café, banano y flores como productos emblemáticos del Ecuador. Es un punto primordial para el desarrollo turístico. Promover el turismo cultural nacional e internacional mediante la creación de postres de vanguardia nativos del país, mostrando al mundo una presentación llamativa de nuestra cocina.

La palabra YARI, nace de la idea de crear lo ancestral en moderno, es decir el significado de la palabra en quechua es SENTIDO, la combinación de cultura y diseño provoca reacción en la Cocina Dulce. Complementando su nombre en YARI, dulce sentido.

El entorno del negocio gira a través de la creación de un ambiente cultural en el establecimiento. Por lo cual, la implementación de ofrecer distintos servicios, como, información turística general del país, talleres de café y cacao, actividades culturales e información gastronómica de cocina dulce.

La proyección turística gastronómica de Cocina Dulce, tendrá como meta promover la cultura culinaria. Conservar nuestra tradición y crear nuevos sabores con los productos emblemáticos para iniciar una cultura de rescate de sabores en los ecuatorianos. Promocionar al mundo la gastronomía dulce con nuevas tendencias, diseño en montaje único y fusión de sabores tradicionales será nuestro objetivo.

1.5 Objetivos Organizacionales

1.5.1 Objetivo General

- Promocionar la cultura ecuatoriana a turistas nacionales y extranjeros que visitan el Centro Histórico de Quito, mediante un enfoque único en gastronomía dulce y publicidad turística del país.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar una investigación profunda de la cultura y gastronomía del Ecuador para su promoción en el establecimiento.
- Crear nuevas combinaciones gastronómicas, con una presentación única en postres para ofrecer una nueva tendencia de degustación en el país.
- Ofrecer distintas herramientas como rutas gastronómicas para facilitar el desarrollo del turismo en el Ecuador.
- Implementar un establecimiento temático, rescatando así la cultura de cada rincón del país y su promoción.

1.6 Visión

Ser la mejor opción en degustación y diseño en cocina dulce ampliando el conocimiento turístico cultural nacional, utilizando productos emblemáticos para aumentar considerablemente el turismo cultural.

1.7 Misión

Ser una empresa dedicada a la promoción del turismo cultural y la gastronómica dulce, a través, del diseño del arte culinario combinando sabores nacionales.

1.8 Valores

Responsabilidad, respeto, honestidad

Diseñar, innovar, promocionar

Desarrollo, sustentabilidad, productividad

2. GESTIÓN EMPRESARIAL II

2.1 Descripción de la empresa

YARI, Dulce Sentido será una empresa dedicada a la elaboración de postres gourmet en un entorno temático cultural, ofreciendo información turística, actividades culturales, decoración temática y postres de vanguardia. Ubicada en el Centro Histórico de la ciudad de Quito, nombrada por la UNESCO en 1978 como Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, por el conjunto de obras únicas que superan su categoría elaboradas por el hombre como: iglesias, monasterios, conventos, plazas, capillas, museos. En general una arquitectura de inicios del siglo XX. La fusión de gastronomía dulce y el ambiente cultural de Quito dará la sensación de acogida, para con la biodiversidad del Ecuador.

2.1.1 Establecimiento

Ubicada entre la Calle Chile y Venezuela, en pleno Centro Histórico. Con capacidad para 50 personas y áreas de: galería, heladería, pastelería, chocolatería, centro de información, tienda de artesanías, escenario, barra de bebidas y restaurante. Cada área tiene espacio suficiente para la comodidad de los clientes, su iluminación y decoración rustica. Con un total de 450 m² de superficie.

2.1.2 Decoración

La decoración del lugar será rustica- temática, ya que rotará de acuerdo a las provincias de nuestro país, promocionando postres ecuatorianos según las zonas. Los colores de contraste serán tomate, verde y turquesa, el color general será café. La mueblería color caoba, con paredes crema e iluminación de colores de contraste. Música folclórica instrumental para la ambientación, en vivo fines de semana o fechas especiales. La decoración en montajes de

chocolatería fina serán árboles, colgando de ellos trufas o bombones para degustaciones. La exhibición de Cocina Dulce será en vitrinas de vidrio en una base de flores y agua. La sección de cafetería color turquesa y caoba, con decoración dependiendo de la provincia o cultura que se deseará presentar. Se exhibirá galerías fotográficas y arte ecuatoriano. El objetivo de la decoración es plasmar la combinación de gastronomía dulce y turismo cultural.

2.1.3 Alimentos y Bebidas

La Cocina Dulce elaborará postres gourmets ecuatorianos, conservando sabores tradicionales, modificándolos en texturas, diseño y presentación al cliente. También crear nuevos postres combinando sabores de productos emblemáticos del Ecuador como es el café, cacao, banano y las flores. Además, la utilización del chocolate fino de aroma, para la elaboración de bombones, trufas, figuras, etc. Y la tradicional técnica de la elaboración del helado de paila con pulpas de frutas exóticas del país, combinándolas con otras. Su planta de producción es en el área de cocina, de ahí se repartirá a las distintas áreas sea de pastelería, chocolatería y heladería, dependiendo de la necesidad de abastecimiento de cada una de estas áreas.

2.1.4 Cafetería

La cafetería ofrecerá, distintas variedades de café ecuatoriano con aromas únicos de nuestra tierra, preparaciones más elaboradas como mocachinos, capuchinos, etc. Bebidas tradicionales del Ecuador, como la chicha, avena, canelazo, etc. Jugos con frutas nativas del Ecuador, tomate de árbol, chirimoya e infinidad de combinaciones. La producción de estos se elaborará en la barra de bebidas.

2.1.5 Chocolatería

La sección de chocolatería fina tendrá como principal objetivo expresar el sabor del Ecuador al mundo con nuestro “cacao fino de aroma”. Desarrollará sabores tradicionales en trufas, bombones, confites, etc. Demostrando así, la fauna del Ecuador en chocolate, por ejemplo las tortugas galápagos de chocolate, monumentos emblemáticos de Quito y otras ciudades, etc. También, se exhibirá la producción de bombones, trufas y figuras de chocolate.

2.1.6 Eventos

Se realizará eventos de acuerdo a las fechas importantes, así por ejemplo días nacionales, como del café, banano, cacao. De igual manera fechas cívicas, donde se podrá realizar ferias gastronómicas y degustaciones. También ferias culturales de acuerdo al calendario. Fiestas y tradiciones del país. Así por ejemplo; en enero la Diablada de Píllaro; en febrero los Carnavales y el Pawkar Raymi; en marzo la Fiesta del Ovo y la Fiesta del Equinoccio; en abril la Semana Santa; en mayo la Fiesta del Chonta; en junio el Inti Raymi y Fiestas del Sol; en julio el Paseo Procesional del Chagra; en agosto la Fiesta del Maíz y Turismo y las Fiestas de Esmeraldas; en septiembre las Fiestas del Yamor, Feria Mundial del Banano, Fiestas de Ibarra, Fiestas de Loja y las Fiestas de la Jora; en Octubre las Fiestas de Guayaquil, Rodeo Montubio e Ingapalla; en noviembre las Fiestas de Cuenca, La Mama Negra y Finados; y en diciembre las Fiestas de Quito y Año Viejo. Fechas nombradas en el libro “Fiestas y Sabores” de la Universidad de las Américas.

2.1.7 Entretenimiento

Música y bailes en vivo por grupos ecuatorianos, como por ejemplo, los siguientes grupos musicales folclóricos: Jatari, Los Corazas, Jayac, Samy Imbaburita, Grupo Pucara y distintos cantantes de pasillos y música nacional.

Las galerías de exposición serán dependiendo de la temática del lugar, por ejemplo paisajes del Ecuador, variedad de orquídeas, arquitectura, productos emblemáticos del Ecuador, fiestas tradicionales, costumbres y tradiciones, etc.

2.1.8 Información Turística

Es un centro de información general de las distintas áreas del establecimiento e información turística de todas las regiones del país, con planes turísticos de diferentes agencias, precios e información de costumbres y tradiciones para la explotación turística de estas mismas, dando a conocer los encantos del Ecuador.

2.1.9 Tienda de artesanías

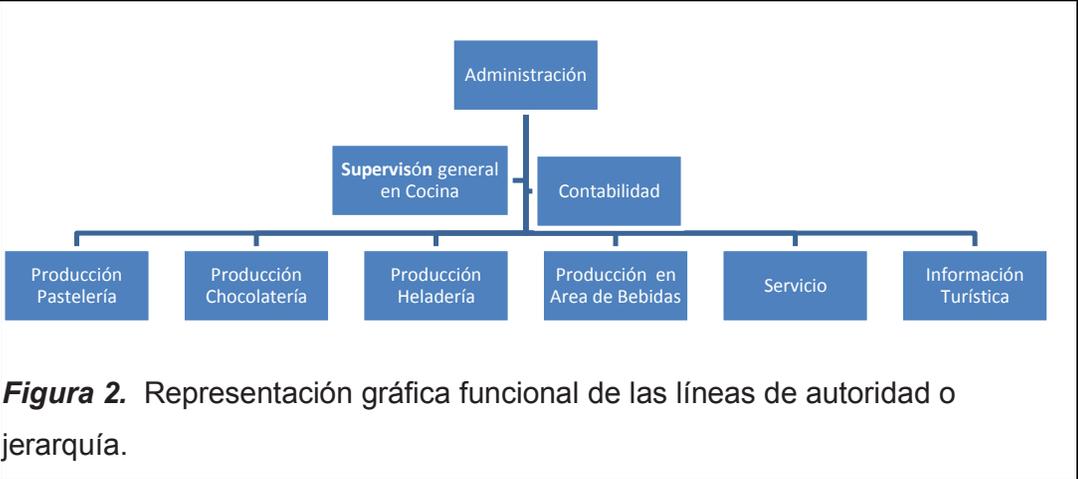
Pondrá a su disposición diferentes artesanías relacionando las ferias como por ejemplo la Feria del Cuero en Cotacachi, el Mercado de Artesanías de Otavalo y Montecristi y sus sombreros en paja toquilla.

2.2 Propósito empresariales

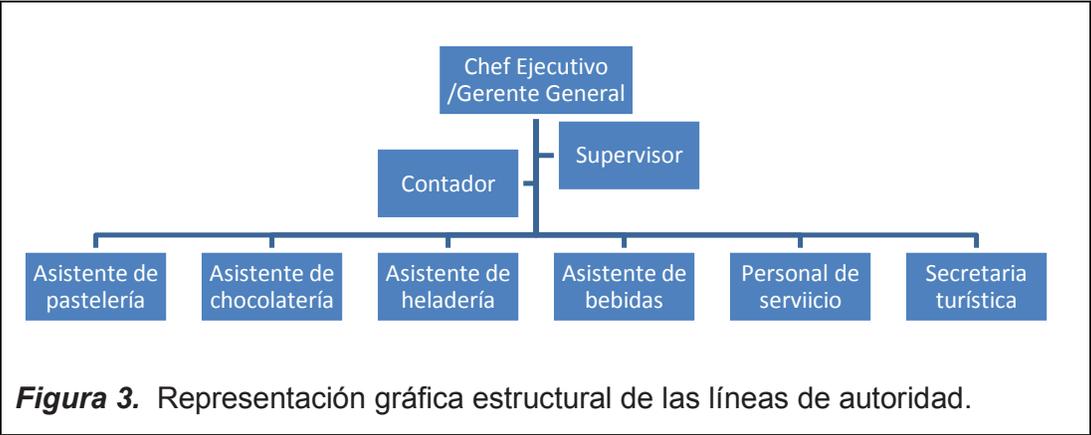
- Promocionar el país mediante la gastronomía dulce y el turismo de una manera distinta y única.
- Promover el turismo cultural en la sociedad.
- Generar utilidad para la inversión de un nuevo establecimiento.
- Capacitar al personal para ofrecer un distinguido servicio al cliente.
- Informar al turista las nuevas rutas de turismo para su comodidad y calidad de viaje.

2.3 Estructura Organizacional

2.3.1 Organigrama Funcional



2.3.2 Organigrama estructural



2.3.3 Descripción del perfil de empleado

Chef Ejecutivo/ Gerente General: Se encargará de la administración general del establecimiento, diseño y creación de postres para su estandarización,

capacitación del personal ya sea en cocina y servicio, diseño de plan de marketing para el lanzamiento y organizar los procesos de funcionamiento de la empresa. Controlará cada área y es el responsable del funcionamiento del establecimiento

El perfil del chef ejecutivo será, una persona netamente responsable, don de liderazgo, trabajará bajo presión, conocimiento en gestión de cocinas, estudios en Gastronomía y experiencia mínima de tres años.

Contador /a Será el responsable de la contabilidad y administración financiera de la empresa. Pagos de la Ley, etc. Supervisará el área administrativa. Poseer título de contador.

Supervisor: Será el encargado de controlar las funciones generales de cocina siendo soporte al Chef Ejecutivo y al personal.

Personal de Cocina: Serán los encargados de la elaboración y montaje de los distintos productos que vende en la empresa con previa designación del chef ejecutivo, limpieza de la cocina. Además, deberán verificar el abastecimiento de los mismos, constantemente en todas las áreas.

El perfil del personal de cocina deberá ser gente que trabaje bajo presión, responsables, ágiles y de buen desempeño diario en el trabajo.

Personal Servicio: Serán los responsables de la limpieza en el salón, servicio al cliente, cobrar en caja. Por lo tanto, las capacitaciones al personal serán mensuales, también controladas por el supervisor diariamente.

El perfil del personal de servicio deberá ser gente joven, con mucha personalidad extrovertida, amable, responsable y dedicada a su trabajo.

Personal Administrativo Turístico: Serán los responsables de la investigación y actualización de datos en el centro de información del establecimiento. Además, ofrecer un servicio al cliente único, bajo la supervisión del Chef Ejecutivo.

El perfil del personal administrativo turístico será gente que tenga excelente iniciativa en atención al cliente y la capacidad de conocer información turística. Buena presencia y amabilidad. Estudios en turismo o a fines. Conocimiento del inglés y francés a la perfección. Experiencia mínima un año.

2.4 Productos emblemáticos del Ecuador

En YARI, Dulce Sentido, el rescate de nuestros productos emblemáticos será el principal atractivo en la elaboración de nuestros postres, pero ¿por qué productos emblemáticos? Porque, gracias a estos productos de comercialización, generan ingreso de divisas al país, colaborando al desarrollo y también por su nivel de calidad, nos hacen ser reconocidos a nivel mundial. A continuación un resumen breve de los productos que conforman el Paseo de los Sabores: Banano, Café y Cacao. Igualmente, se implementara el consumo de flores orgánicas enfocándose en la Ruta de las Flores, plantaciones de flores en el Ecuador, por ser uno de los primeros países mayoritarios en la exportación de flores a nivel mundial.

2.4.1 Banano

2.4.1.1 Características Generales

Como Sánchez (2005, pp.9) ya lo dijo “Las más antiguas referencias relativas al cultivo del banano proceden de la India. En 1516, los europeos lo introdujeron en América y las Antillas”.

El cultivo del banano indica una gran ampliación, ya que es un producto de rápida adaptación. Sus plantaciones encontradas en climas trópicos húmedos. Creando el cultivo, una fuente de divisas y empleo gracias a su exportación en el Ecuador. Por algo, el plátano es uno de los cinco principales productos tropicales de comercio internacional (los otros son el café, el caucho, el cacao y el azúcar). (Sánchez, 2005, p.12).

Incluso, la fruta se recolecta cuando haya alcanzado su tamaño ideal y el color de la piel que lo recubre puede ser amarilla, verdosa y hasta rojiza. A veces termina su maduración almacenados en lugares secos y oscuros. Se transporta a 14 grados centígrados. Y en todo el año la planta da sus frutos .En el Ecuador, la exportación de banano es principalmente a Estados Unidos y el 3.5% dirigida a Europa, Bélgica. El Consejo Consultativo de la Cadena de Plátano y Banano controla los puntos críticos del manejo de exportación en el país, ofreciendo control en su comercialización. (Sánchez, 2005, pp.24-25)“Resumen”.

2.4.1.2 Beneficios y Valor Nutricional

Importante fuente de vitamina B y C, favoreciendo la secreción de jugos gástricos. Contiene minerales como hierro, calcio y potasio. Posee 100 calorías, incluso proteínas, ácido fólico y fibra.

2.4.2 Cacao

2.4.2.1 Características Generales

“Cacao, el fino aroma de nuestra identidad”. Los estudios realizados en las últimas décadas demuestran que por lo menos una variedad de Theobroma cacao tuvo su origen en la alta Amazonia, donde se ha podido atestiguar el uso del cacao desde hace 5300 años antes del presente (3300 AC), en el sitio de Santa

Ana – La Florida, a 1040 msnm. Aunque la Corona Española había concedido exclusividad de cultivo de cacao a México, Venezuela, Centroamérica y el Caribe, en el siglo XVI algunos empresarios de Guayaquil introdujeron el cultivo en la provincia de Guayas, Daule y Babahoyo. Después de varios años de exportar y producir cacao de manera clandestina, en 1789 el Ecuador obtuvo del Rey Carlos IV el permiso para cultivar y exportar el cacao. La economía nacional obtuvo éxito y desarrollo en el país a finales del siglo XIX. Ecuador fue el mayor exportador mundial de cacao desde 1880 hasta 1890. En la actualidad el cacao es el tercer bien producto agrícola de exportación después del banano y las flores. El 78% de la superficie cultivada y el 82% de la producción de cacao total se encuentran en la región Costa en las provincias de Guayas, Los Ríos y Manabí. La producción de cacao en el Ecuador está dirigida a la exportación, solo una quinta parte de la producción es para la elaboración de cacao y chocolate que es comercializado en el mercado local. En los últimos años, empresas como Pacari, Kallari, Hoja Verde, República del Cacao, Caoni, entre otras, han logrado perfeccionar sus procesos en la elaboración de chocolates de alta calidad, ubicando el producto en el mercado nacional e internacional compitiendo con chocolateros de tradición y fama mundial. Ecuador es el séptimo productor mundial de cacao y el segundo en América Latina. En 2003 su producción alcanzó las 87,599 TM. Se concluye que esta actividad es propia de países en desarrollo. (UTEPI, 2007, pp.22-35) “Resumen”.

En base a la producción cacaotera del país, artesanos, chefs, amas de casa, empresarios y comerciantes, serán los personajes más importantes, porque hacen de este producto el mayor exponente de la gastronomía local.

2.4.2.2 Beneficios y Valor Nutricional

El cacao proporciona 293 calorías por cada 100 g y el chocolate depende de su contenido brinda entre 450 a 600 calorías, Su valor nutritivo y energético es realmente alto, recomendado especialmente en actividades que se necesita

energía extra como por ejemplo hacer deporte intenso. Además contiene vitaminas A Y B y minerales como calcio, fosforo, hierro, magnesio, cobre y potasio. Los poli fenoles del cacao evitan la oxidación del colesterol evitando así trastornos cardiovasculares y aumenta las defensas del organismo. (UTEPI, 2007, pp.10) “Resumen.”

Entre sus mutiles beneficios, encontramos que el consumo de cacao es recomendado contra la depresión, ricos en antioxidantes, estimula el sistema nervioso, la circulación sanguínea, produce felicidad, placer y lucidez mental. Contiene un 6 % de fibra favoreciendo el movimiento intestinal, previene diferentes canceres, reduce la presión arterial, mejora el estado de ánimo en el periodo menstrual y combate el envejecimiento y deterioro corporal.(UTEPI, 2007, pp.10-15)“Parafraseo y resumen.”

El deseo de consumir chocolate podría explicarse por efectos psicológicos y por efectos fisiológicos. La teobromina del chocolate ejerce una acción tónica, estimula la circulación sanguínea y activa la diuresis.

2.4.3 Café

2.4.3.1 Características Generales

El café se origina en Etiopia, escuchado en leyendas árabes. Fue por medio de los franceses, que el café llego a las Antillas y con ello la expansión en América, en el siglo XVIII. La infusión fue descubierta por el botánico y médico alemán Leonard Rauwolf durante su estancia en Arabia en 1573.Su nombre café, se deriva del vocablo turco kawah, significando lo que maravilla y da vuelo al pensamiento. La planta del café comprende en un arbusto que crece hasta 10 metros en la región tropical, produciendo aproximadamente 1 Kg de granos al año. Los granos tostados desprenden un aroma de maravilla por lo que los catadores de café lo califican por su aroma, sabor y color. Los tipos de

café son Arábica, Robusta, Libérica y Excelsa. (Sánchez, 2005, p.11)”Resumen”.

Como Sánchez (2005, p. 120) ya lo dijo “Después del petróleo, el café es el artículo comercializado más importante del mundo, por encima del carbón, la carne, el trigo y el azúcar”.

Por consiguiente, La Asociación Nacional de Exportadores de Café, ANECAFE estima que en la región costa se siembra 112.000 hectáreas, en la región sierra 62.000 hectáreas, en la región amazónica 55.000 hectáreas y en Galápagos 1.000 hectáreas de cafetales. (Delgado et al., 2002, p.8).

2.4.3.2 Beneficios y Valor Nutricional

Ya que el café estimula el sistema nervioso, muchas personas creen que el exceso no es salud, lo cual en el metabolismo la cafeína incrementa kilocalorías que necesitamos después del aumento del metabolismo energético por el consumo del café. En el sistema digestivo las grasas del café aumentan la secreción exocrina del páncreas, mejorando la digestión, pero en exceso incrementaría la producción de jugos gástricos irritando el estómago. Beneficiario de crisis asmáticas, previene cálculos en la vesícula. Evita el aumento de cansancio en las personas, mejora la resistencia y rapidez. Compuesto por azúcares, proteínas, grasas, aminoácidos, minerales como magnesio, calcio y fósforo, vitamina B1, B2, B3, B5, B12 y C, agua y componentes no nutritivos como es la cafeína representando del 0,8% a 4%”. (Sánchez, 2005, p.24)”Resumen”.

3. PLAN DE MERCADEO III

3.1 Estudio de Mercado

Es una herramienta que nos ayudará a investigar el entorno donde se planteará el negocio, estudiando así, desde la competencia, mercadotecnia y plan de marketing. Para tener un enfoque claro de la ubicación y necesidades del cliente.

“Conjunto de actividades encaminadas a analizar, comprobar y recoger información para determinar la dimensión del mercado que se pretende estudiar y sacar conclusiones”.(Nanclares, 2001, p.36).

3.1.1 Objetivo General

Investigar los gustos y preferencias del cliente, para generar ingresos de acuerdo a las necesidades de la organización.

3.1.2 Objetivo Específico

- Investigar cifras en cuanto a la población que realiza turismo cultural en el centro histórico de Quito.
- Conocer datos del consumo de productos de cocina dulce o postres ecuatorianos en personas que desarrollen turismo cultural y su frecuencia.
- Estudiar las necesidades del consumidor de dicho producto, desde porcentajes de calorías, canales de distribución , niveles de precio y calidad, oferta y demanda, actividades relevantes al turismo cultural, preferencias en productos emblemáticos del país, etc.
- Investigar qué tipo de mercado y segmentación será el más concurrente o clientes fieles.

3.2 Análisis Interno y Externo

El estudio o análisis interno y externo de YARI DULCE SENTIDO, se elaborará con el fin de conocer las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización. Para crear estructuras sólidas de administración, manejo de personal y satisfacción del cliente

La información obtenida en el estudio de mercado será necesaria para la planeación de estrategias de mercado, enfocándose en las debilidades y amenazas para corregirlas con una nueva estrategia. Ayudará a tomar decisiones entorno a la empresa.

3.2.1 Ventajas Competitivas

3.2.1.1 Fortalezas

- Productos muy elaborados innovando en diseño, sabor y textura en Cocina Dulce.
- Gestión demanda en el Ecuador en comida gourmet de Cocina Dulce.
- Promocionar el turismo y la gastronomía conjunta en el establecimiento.
- Temática del establecimiento promoviendo el turismo cultural y ecoturismo.

3.2.1.2 Debilidades

- Capturar la fidelidad del turista nacional con el establecimiento.
- Enfocado al mercado nacional, precios altos por productos muy elaborados.
- Inconformidad por parte del turista extranjero en la calidad de servicio turístico en general del Ecuador.
- Insuficiente capacitación del talento humano en el área turística en el Ecuador.

3.2.1.3 Oportunidades

- Buenas perspectivas económicas en los mercados emisores.
- Perspectivas de crecimiento en Cocina Dulce Ecuatoriana en el mundo.
- Interés de los operadores turísticos extranjeros en nuevos destinos como el Ecuador.
- Fuente de crecimiento económico en la demanda turística de América del Sur.

3.2.1.4 Amenazas

- Falta de atención al turista de todo el sector turístico del país.
- Violación de código ético turístico en los establecimientos para con el turista.
- Tarifas de turismo más bajas en países vecinos en cuanto a productos y servicios.
- Impulso de promoción en Gastronomía Peruana en Estados Unidos y Europa.

3.2.2 Mercado Meta

El mercado meta serán turistas nacionales y extranjeros que desarrollen turismo cultural en el Ecuador, que comprende en familias, hombres y mujeres de 15 a 60 años, de extracto socio económico medio alto y alto, turistas nacionales y extranjeros.

Se conoce por estadísticas de turismo en el país que el ingreso de extranjeros al Ecuador durante Abril 2013 fue de 89.669 extranjeros según OPTUR.

Quito Distrito Metropolitano se dice que a lo largo del año 2012 entre enero y octubre llegaron 1'049.493 turistas, es decir un 12,23% más que el año 2011.

Los principales mercado extranjeros provienen de Colombia, Estados Unidos, Perú, España y Alemania. Además el ingreso de divisas pone al turismo con 1161 millones de dólares en el año 2010.

El Ministerio de Turismo considera que solamente el turismo interno apporto con 1.100 millones de dólares en el año 2010.

En conclusión, los ingresos por parte de turistas en el Ecuador aumentan cada año debido a las diversas estrategias diseñadas a través del Ministerio de Turismo.

Además el mercado al que se desea llegar está en constante innovación al descubrir los sabores dulces de mi tierra, el diseño de guías turísticas facilitará al cliente en disfrutar la gran oferta de turismo en el país.

3.2.3 Segmentación de mercado

“Segmentación de mercado es subdividir en grupos homogéneos de zonas geográficas o clientes seleccionados, teniendo como objetivo el mercado que se pretenda estudiar. Pueden usarse diversas variables, dependiendo del mercado que se esté estudiando”. (Nanclares, 2001, p.31).

Tabla 1. Segmentación de Mercado

SEGMENTACION	CARACTERISTICAS
Geográficas	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Zona	Centro Histórico de Quito
Tamaño del sector	739150 habitantes
Demográficas	
Ingresos	Sobre \$ 400 dólares
Edad	15 a 65 años
Género	Hombres y Mujeres
Nacionalidades	Turistas nacionales y extranjeros
Ocupación	Otros

Nota 1. La segmentación designada es destinada al futuro cliente potencial.

3.2.4 Competencia directa

Industria de Alimentos y Bebidas de categorías altas del sector Centro Histórico de Quito.

Hasta la vuelta Señor, restaurante Casa San Marcos, Vista Hermosa Café Mirador, Hotel Plaza Grande Restaurante, El Cafeto, Mea Culpa, Café Mosaico, Heladería San Agustín. Competencia más bien en ventas que en servicios y especialidades de productos.

Según MINTUR, en el 2005 contaba con 12 518 establecimientos turísticos. Los cuales el 60 % eran actividades de alimentos y bebidas. El 75% de

establecimientos de A y B se encuentran en 5 de 22 provincias, en Pichincha hay el 23,3 % y Guayas el 34,9 %.

3.2.5 Tipo de estudio

Estudio de Mercado Cuantitativa Primaria, mediante la captación de encuestas propias sometidas a hombres y mujeres de entre 15 a 60 años con un nivel socio económico de extracto medio alto y alto, de la ciudad de Quito. Se realizó con el fin de establecer las necesidades del mercado, en relación al turista y turismo cultural en el Ecuador. Las encuestas tienen siempre un resultado muy satisfactorio, por lo que la opinión pública cuenta mucho para la toma de decisiones en el plan de mercadeo, como productos, precios, distribución e impulsión.

3.2.6 Formato de Encuesta

Existen varios tipos de entrevista, con el cálculo de muestra se realizará la encuesta. Puede ser por medio de correos electrónicos, teléfono, personalmente o por internet.

El siguiente cuestionario está conformado por preguntas abiertas y preguntas cerradas.

La herramienta para el estudio de mercado fue el siguiente formato de encuesta, una guía, para facilitar el desarrollo tanto del encuestador como el encuestado.

Preguntas abiertas; la persona objeto de la encuesta tiene libertad de responder como mejor convenga.

“Preguntas cerradas; se limita a contestar solamente una o varias de las preguntas que se le proponen”.(Nanclares, 2001, pp.40-41).

6. Su consumo de café, cacao y banano, es regular. (son productos emblemáticos del Ecuador)

Si No

7. ¿Por qué medios le gustaría informarse sobre nuestros productos, servicios y promociones?

Internet Radio Televisión Prensa Internet Vallas
Publicitarias

8. ¿Cuál es su interés en participar de talleres prácticos o demostrativos en la elaboración de ciertas técnicas de la gastronomía dulce ecuatoriana?

Muy Alta Alta Media
Baja

9. ¿Cuál es su consumo regular de chocolate?

Alto Medio Bajo

10. ¿Con cuánta frecuencia visita el Centro Histórico de Quito en el mes?

Cinco a seis veces Tres o cuatro veces Una a
dos veces

11. ¿Cuál es su postre ecuatoriano favorito que desearía una nueva presentación y diseño gastronómico?

3.2.7 Cálculo del tamaño de la muestra

“Determina el número de personas objeto de la encuesta (población muestra). Calcula mediante fórmulas estadísticas”.(Nanclares, 2001, p.40).

Para el cálculo de la muestra se utilizó las cifras de turistas nacionales, que visitan la capital, dividido para 30 días del mes: $8.000 / 30 = 266.6$, más un nivel de confianza que es el 95%, donde $Z=1,964$. Con un margen de error del 0,03% y grado de aceptación del 0,5. Por lo cual, el grado de no aceptación es 0,5.

En donde:

n= Muestra

Z= Nivel de confiabilidad

P=Probabilidad positiva

Q=Probabilidad negativa

e=Porcentaje de error

N=Población

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

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (266,6)}{(0,03)^2 \cdot (266,6 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,84) \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (266,6)}{(0,0009) \cdot (332) + (3,84) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{255,93}{(0,23994) + (0,96)}$$

$$n = \frac{255,93}{1,19994}$$

$$n = 213,28$$

Obteniendo ya el cálculo de la muestra a 213 encuestas, se procederá a llenar la información necesaria para su tabulación y análisis de resultados.

3.2.8 Tabulación de datos

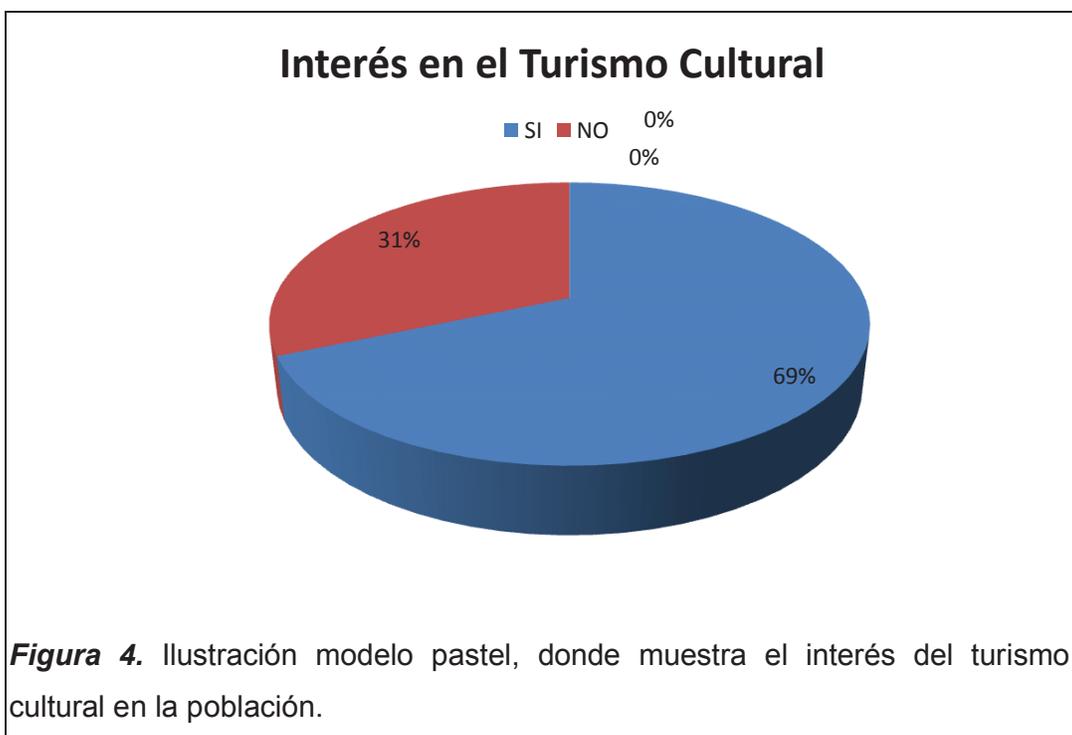
Ya realizadas las encuestas con los siguientes datos básicos, se procederá al análisis de resultados por pregunta el general.

Tabla 2. Totalización de encuestas

Edad	15–25	25–3	35–45	45–55	55 – 60
Hombres	23	10	44	15	7
Mujeres	45	13	30	18	8
Total	68	23	74	33	15
Encuestas	213				

Nota 2. La siguiente tabla muestra el conteo de las encuestas divididas por sexo y edades, totalizándolas de acuerdo el cálculo de la muestra.

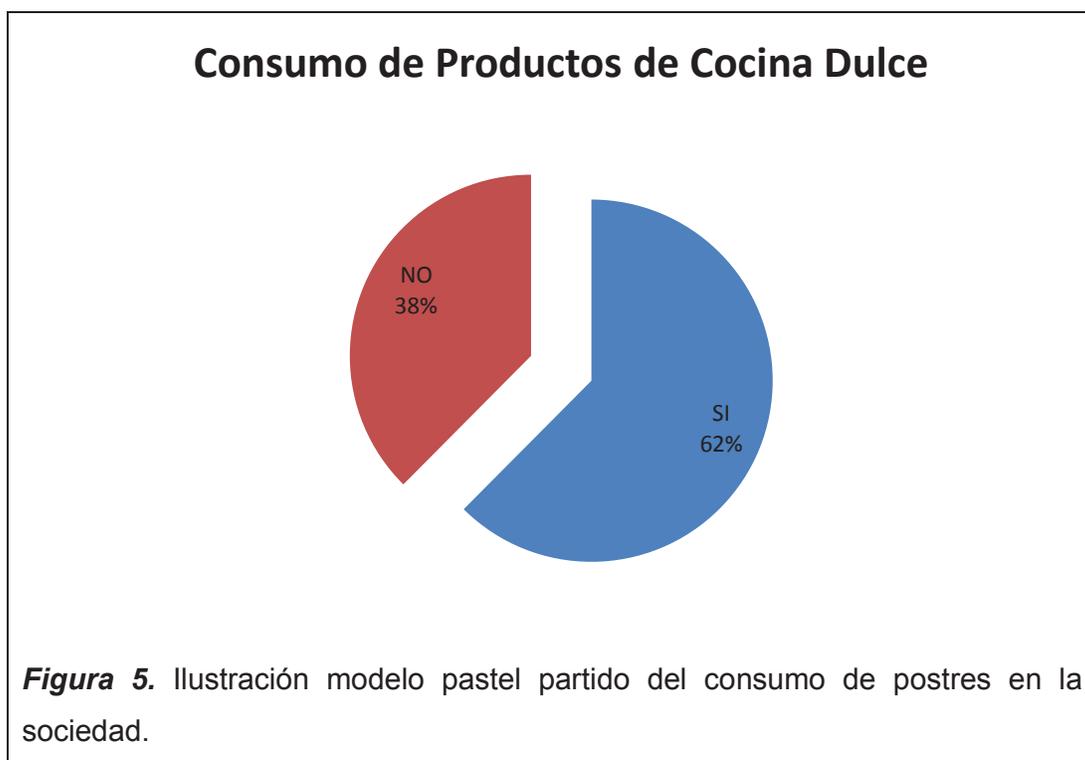
1. Usted se interesa o realiza turismo cultural gastronómico en el Ecuador.



SI	146
NO	67
TOTAL	213

Según los resultados, demuestran que la cultura de realizar turismo en nuestra ciudad es relativamente incrementada cada año. Por lo que, es muy beneficioso para el negocio, ya que su tema central es incentivar el turismo mediante la propagación de información en el establecimiento. Según la publicación del diario EL UNIVERSO, 500mil extranjeros y 600 mil personas que viven en la capital hacen turismo interno, publicada el martes, 29 de noviembre, 2011.(Gonzales, 2011).

2. ¿Consume productos de cocina dulce frecuentemente?

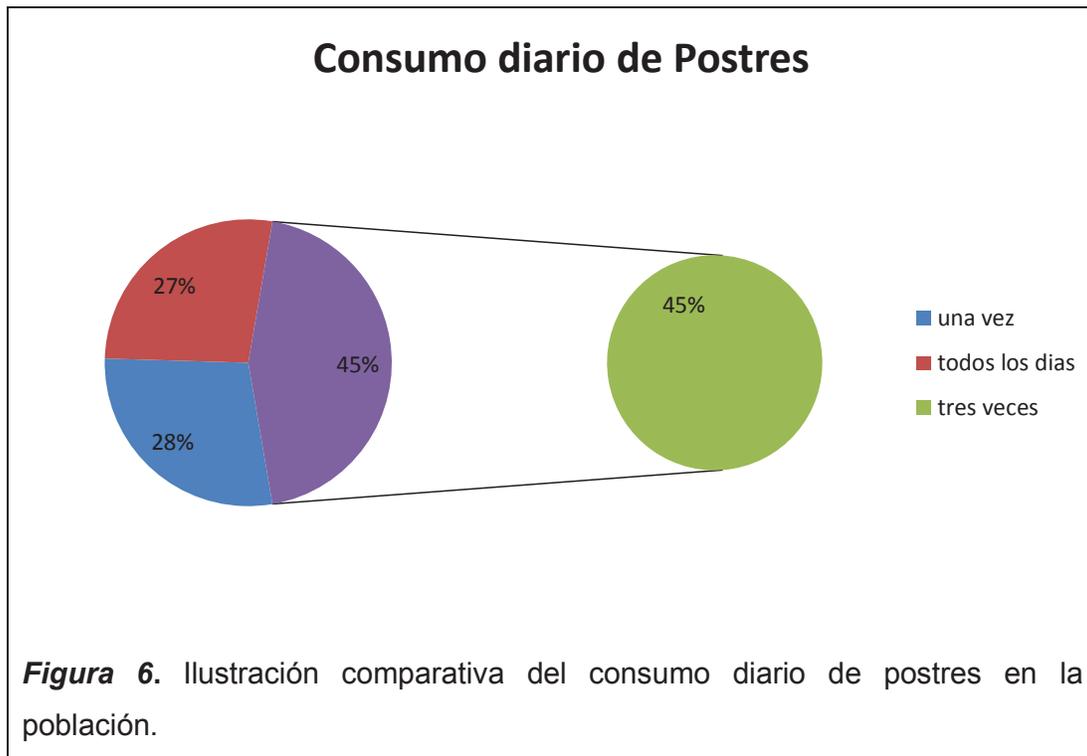


SI	133
NO	80
TOTAL	213

El consumo de postres o azúcares en la población es notablemente alta, en comparación a las personas que no lo realizan tan frecuentemente. En sí, los azúcares son un aporte de energía al cuerpo, su consumo moderado provoca

bienestar y es muy factible consumir después de perder energía o realizar esfuerzo físico

3. ¿Cuál es su interés y consumo de postres ecuatorianos en la semana?



Una vez	60
Todos los días	58
Tres veces	95
TOTAL	213

El 45 % del 100% en la población, indica el consumo de tres veces por semana de cocina dulce. Por lo que, las cifras muestran que es factible los productos que se ofertarán en el establecimiento, junto con la combinación de lo cultural.

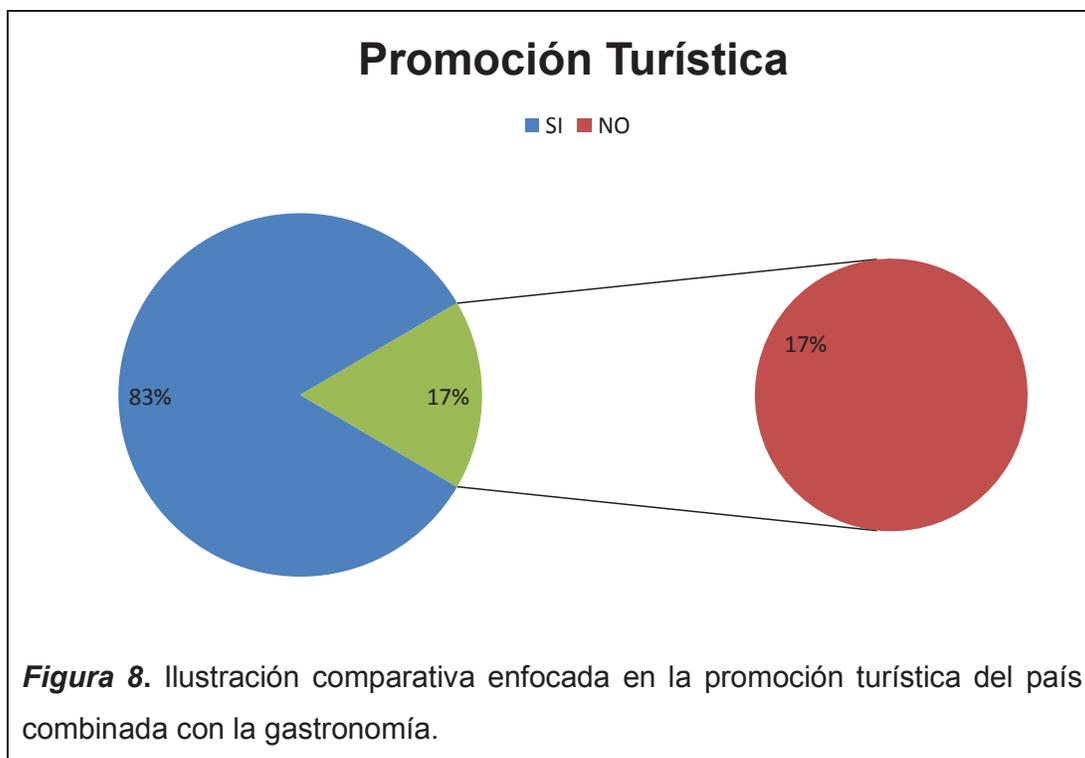
4. ¿Cuál es su nivel de apreciación en el diseño y decoración de postres muy elaborados?



Los detalles del diseño y decoración de un postre son el valor agregado que se le da a una preparación, según las encuestas realizadas un 80% le importa mucho la vista y apariencia del producto, por lo que la empresa tiene como objetivo trabajar intensamente en este factor para satisfacer al cliente.

Alto	170
Medio	15
Bajo	28
TOTAL	213

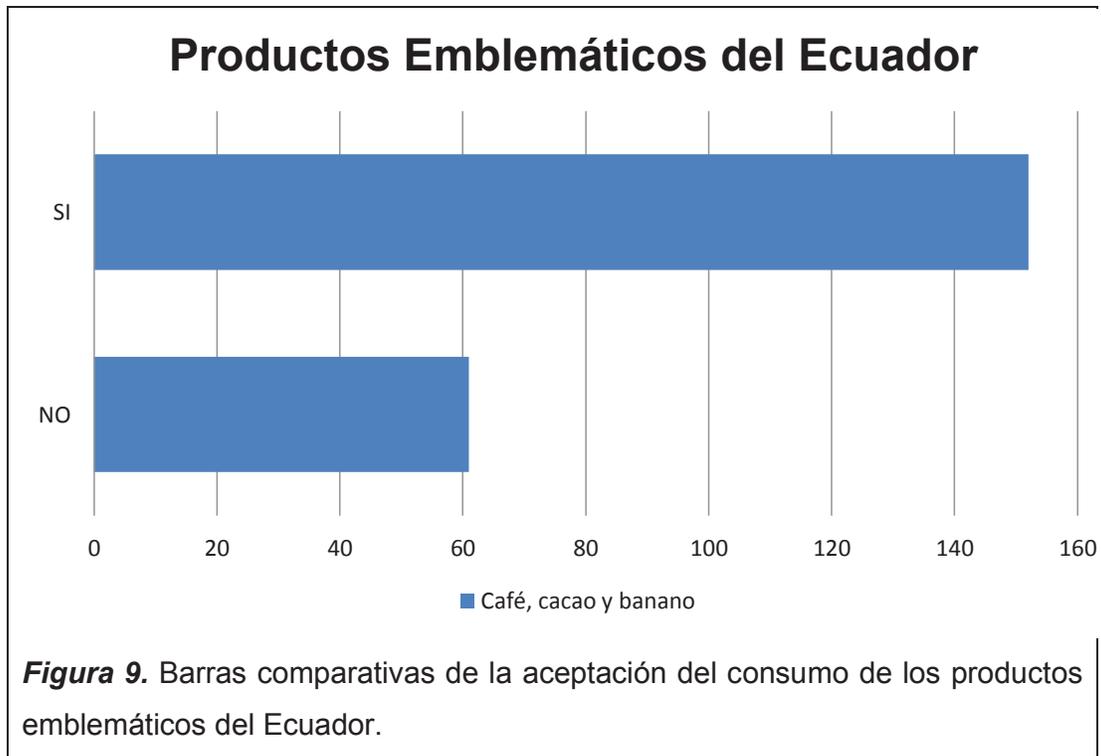
5. ¿Le gustaría un establecimiento temático que promocióne los recursos turísticos del país enfocando la gastronomía dulce?



SI	177
NO	36
TOTAL	213

Un 17% de la opción pública, indicó que no le interesa la promoción turística en un establecimiento, Pero el 83%, le agrada la idea que se mezcle la gastronomía dulce con la promoción turística, Se requiere un establecimiento cultural, que involucre todas las necesidades del cliente, así ofrecer un servicio cómodo para el turista extranjero. En Quito, estos Centros de información se encuentran en museos, iglesias, etc. Pero contienen datos solo de lugares turísticos cercanos, o a nivel nacional. La idea es implementar información turística nacional para turistas.

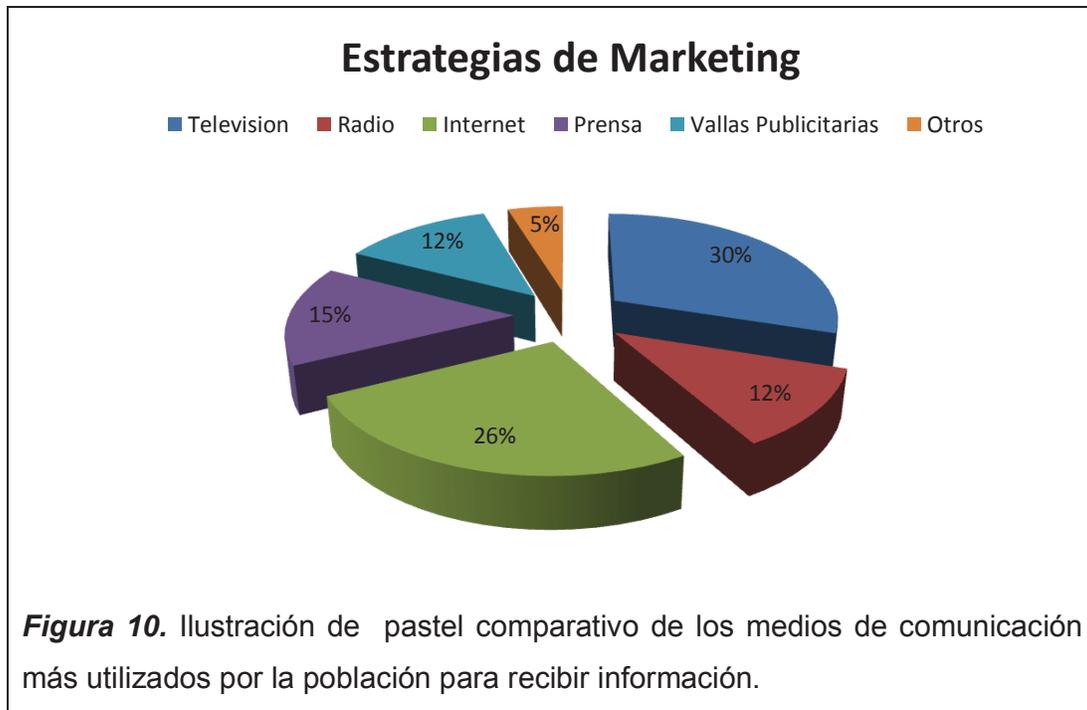
6. Su consumo de café, cacao y banano, es regular. (son productos emblemáticos del Ecuador)



SI	152
NO	61
TOTAL	213

Ya que el café, cacao y banano, son productos importantes de exportación y generan un gran ingreso a la economía del país, han sido nombrados Productos Emblemáticos, la ingeniosa idea de la creación de postres inficionando con estos sabores crean la expectativa del consumidor en apoyar al Ecuador. Como lo muestran las cifras la aceptación y consumo de estos productos es de agrado al cliente, y con ello una inmediata creación de recetas con estos sabores para el negocio.

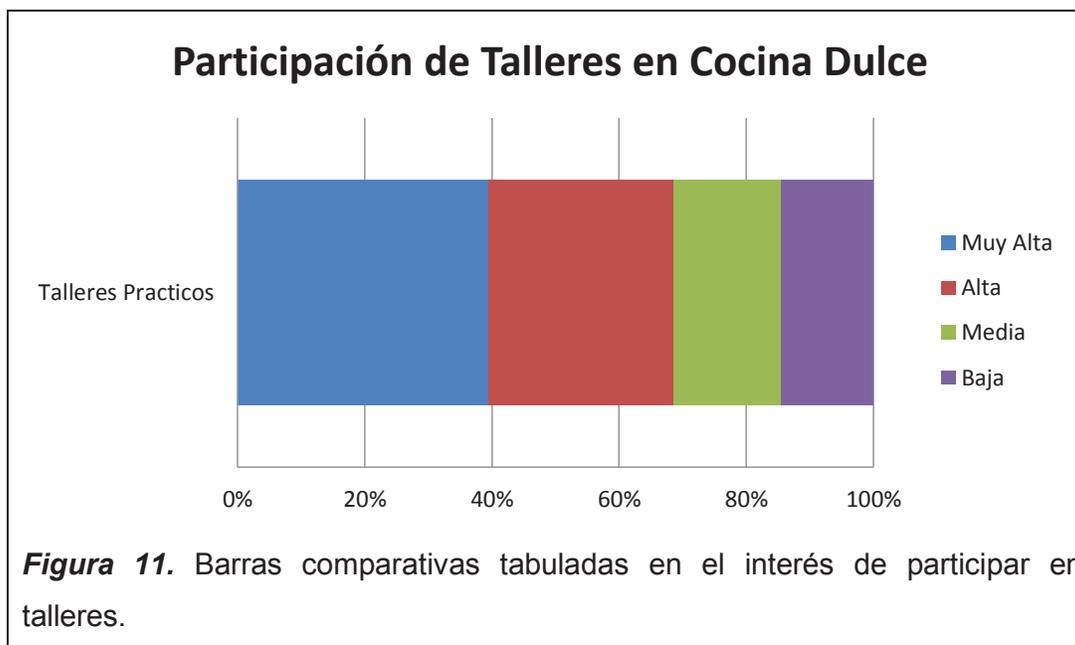
7. ¿Por qué medios le gustaría informarse sobre nuestros productos, servicios y promociones?



Televisión	64
Radio	25
Internet	55
Prensa	32
Vallas Publicitarias	27
Otros	10
Total	213

El plan de marketing de publicidad, por manejo de costos se manejará a través del internet, y prensa, aunque en el análisis de resultados, la televisión es el medio por lo que el cliente desearía informarse del establecimiento. Por sus elevados costos, no se podrá realizar este tipo de publicidad.

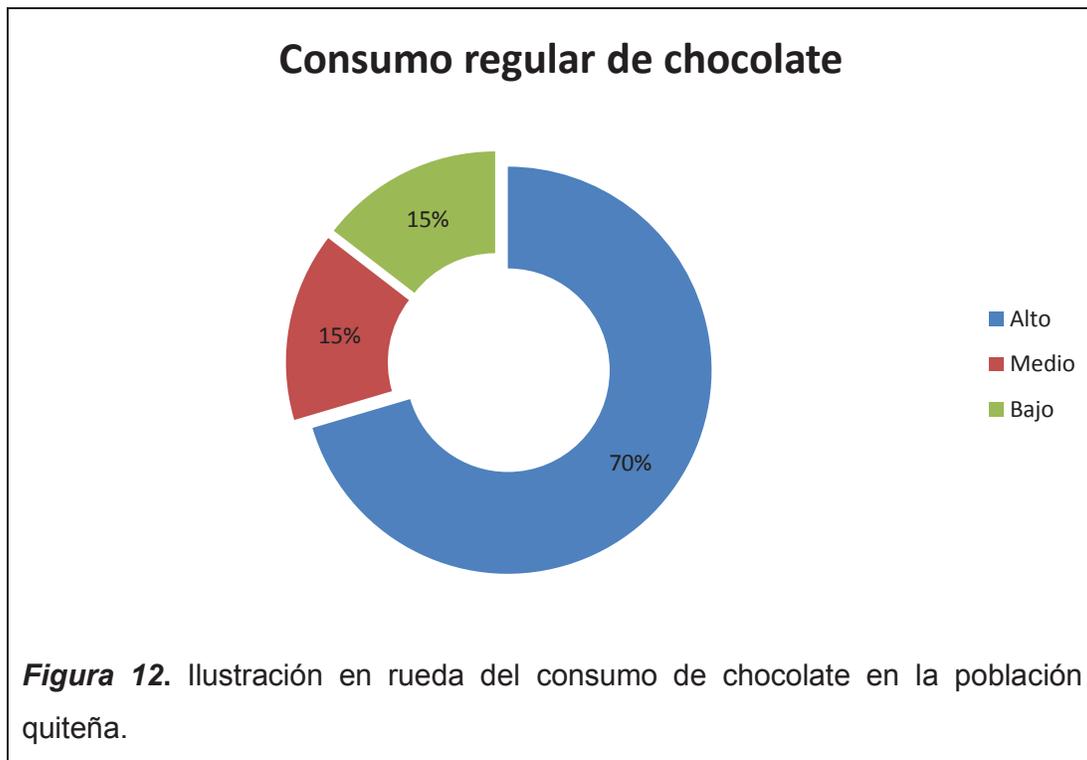
8. ¿Cuál es su interés en participar de talleres prácticos o demostrativos en la elaboración de ciertas técnicas de la gastronomía dulce ecuatoriana?



Muy Alta	84
Alta	62
Media	36
Baja	31
TOTAL	213

El interés de participar en talleres prácticos es de muy alta importancia, la población se interesa más en incrementar su cultura y recurre a este tipo de talleres. Según los resultados 84 encuestados, su interés de asistir a talleres es muy alto. Por lo que el establecimiento, realizara talleres de gastronomía dulce.

9. ¿Cuál es su consumo regular de chocolate?

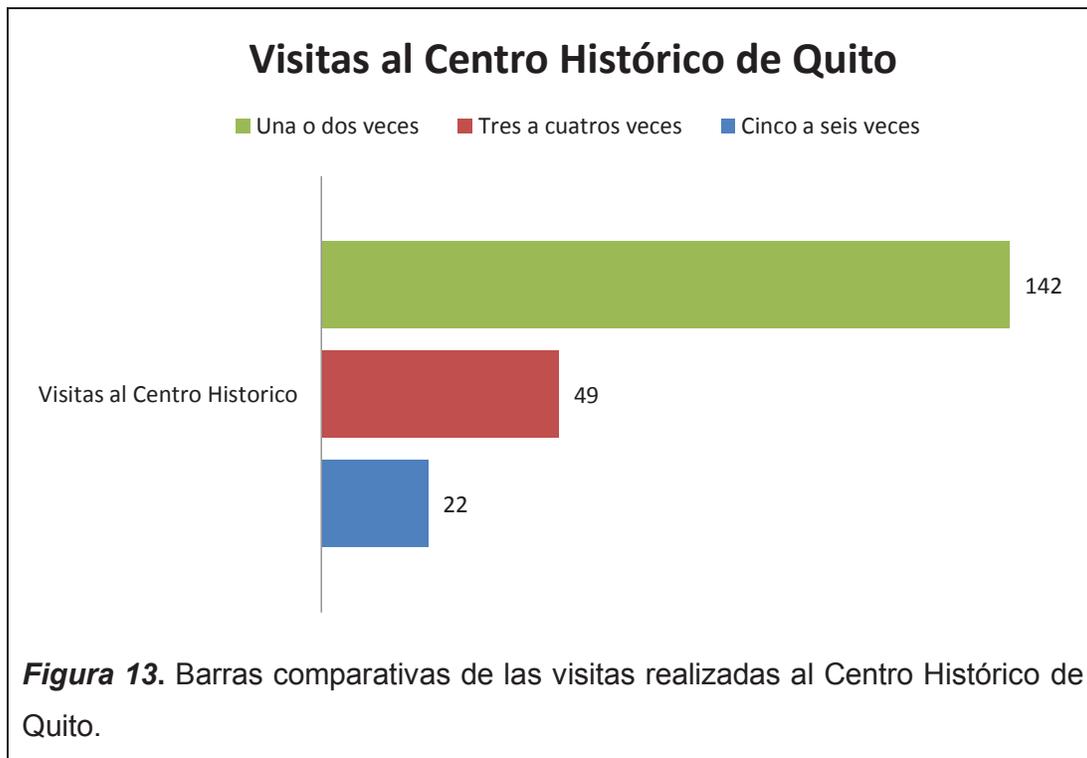


Alto	150
Medio	32
Bajo	31
TOTAL	213

El 70 % de la opinión pública, indica que su nivel de consumo de chocolate es alto, Ya que el chocolate, tiene muchos beneficios en su consumo.

La población conoce de estos y ha creado una cultura de consumo. Por lo que, la asociación del chocolate a las recetas es muy destacable, mejorando estilo y sabores.

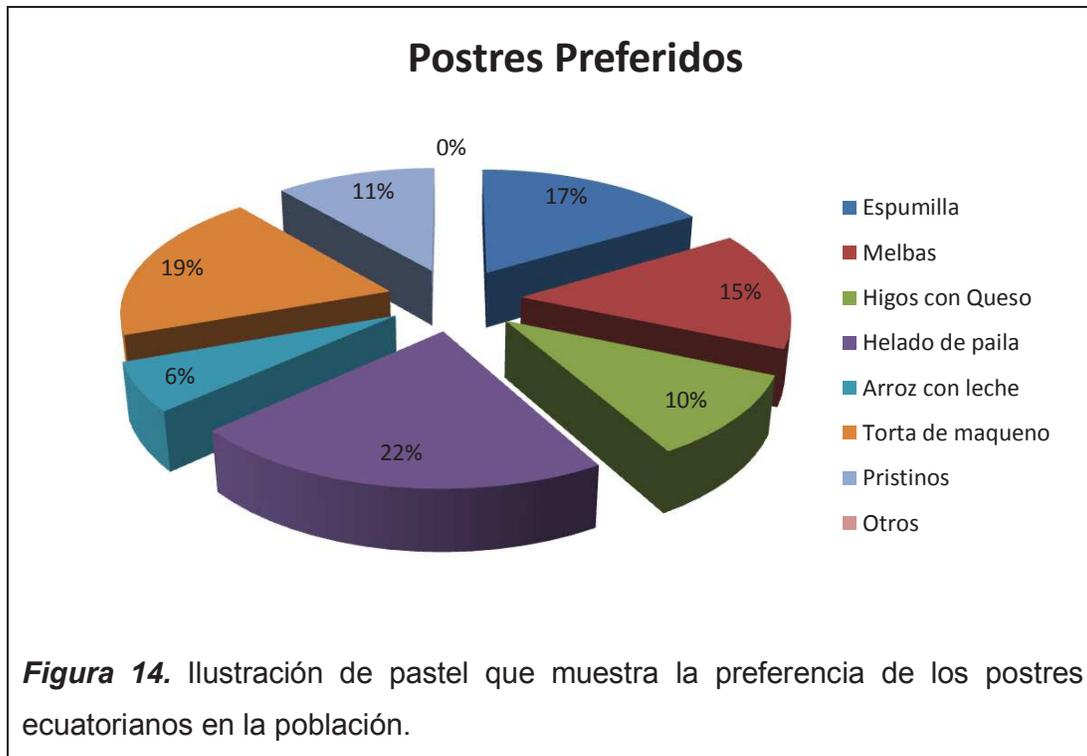
10. ¿Con cuanta frecuencia visita el Centro Histórico de Quito en el mes?



Una a dos veces	142
Tres a cuatro veces	49
Cinco a seis veces	22
TOTAL	213

Las cifras demuestran que 142 de 213 encuestados visitan una o dos veces el Centro Histórico, es decir, se va a tener una fluencia grande del turista interno en la ciudad de Quito. Más un incremento en los turistas extranjeros, que visitan a diario.

11. ¿Cuál es su postre ecuatoriano favorito que desearía una nueva presentación y diseño gastronómico?



Espumilla	35
Arroz con leche	13
Torta de maqueño	41
Melvas	32
Higos con queso	22
Helado de paila	46
Pristiños	24
Otros	0

La variedad de postres tradicionales, hacen del establecimiento un toque de colonial, además la ubicación es perfecta para el desarrollo del negocio. La aceptación de los postres realza el tema y mejoran el ambiente.

3.2.9 Análisis de resultados

Según se demuestra en los gráficos el interés por realizar turismo cultural en el Centro Histórico de Quito cada vez crece más por la influencia de turistas extranjeros que comparten esta cultura. Además el consumo de postres o azúcares en la ciudadanía, en su mayoría es aceptada como un consumo diario. En cuanto al nuevo programa del rescate de sabores en cocina dulce es aceptada y colaborada por la ciudadanía por el gran trabajo de investigación. La ubicación del establecimiento está muy bien posicionada y es un punto a favor, donde se entrelaza el turismo cultural y la gastronomía.

En la población, la cultura del consumo de chocolate se ha incrementado, gracias a la información propagada de los beneficios del mismo. Un plus en una estrategia de marketing es propagando a través de internet. Por datos obtenidos la preparación de postres con productos emblemáticos del Ecuador, propone incentivar el consumo de los nuestro.

Además, la temática del establecimiento propone el aprovechar nuestros recursos para hacer turismo en nuestro país, conocer más acerca de nuestra cultura y gastronomía.

En conclusión, los datos obtenidos que se observa en los gráficos muestran que el proyecto turístico gastronómico tiene futuro tanto con turistas nacionales que extranjeros, aportando una industria gastronómica, cultura, turística y rescatando sabores endémicos del Ecuador.

3.3 Plan estratégico de mercado

3.3.1 Mix de marketing en A y B

El concepto “marketing mix”, muy extendido en el mundo empresarial, hace referencia al conjunto de herramientas de marketing orientadas a la

consecución de los objetivos empresariales. Se compone de cuatro variables que McCarthy no dudó en denominar 4P's, debido a las iniciales de su nombre en inglés: product (producto), price (distribución), placement (distribución), promotion (promoción).(Alcaide, Martínez, 2012).

Una vez analizado los resultados se indica que el principal nicho de mercado son los turistas nacionales ya que elevan en cifras a turistas extranjeros. Implementar “La estrategia del Océano Azul” (W. Chan Kim, 2008), que da valor para el cliente a través de la innovación del establecimiento. Se implementará el Mix de marketing.

3.3.2 Producto y Servicio

“El producto es consecuencia de la producción. Los tres productos que ofrece un restaurante son alimentos, bebidas y servicios”.(Nanclares, 2001, p.49).

La elaboración de postres muy elaborados, brindará al cliente una experiencia única en sabor, diseño y nuevas textura. A demás, se enviará por internet el postre y la bebida del día al precio de oferta. La calidad de los productos será de primera con la adecuada producción y manejo de materia prima. Se tendrá una cartilla, donde por cada postre comprado, se dará un ticket y al completar 10 tickets en la cartilla, se obtendrá un postre gratis.

El personal de servicio será capacitado en mantener limpio el establecimiento, ser amables y corteses, asesorar a los comensales, rapidez en el servicio y facilitar información turística general.

En la sección Anexos, se encuentra detallados ejemplos de volates y diseños de promoción en internet, escritos, etc., en alimentos y bebidas.

3.3.3 Precio

El precio se ligará específicamente a la diferencia de las ventas con los gastos operacionales, así para obtener nuestra utilidad bruta de acuerdo al entorno del negocio.

Costo Unitario Neto + Gastos Fijo= PRECIO

PRECIO + %Ganancia= Precio de venta

Ventas – Gastos Operacionales= Utilidad Bruta

Para la incrementación de ventas, una de las estrategias para posicionar la marca en nuestro establecimiento, es la continua innovación del lugar, en decoración e información cultural de las diferentes provincias, así cada vez que se visite YARI, DULCE SENTIDO, será una mágica experiencia llena de cultura y gastronomía dulce. Además siempre nuestro lema de servicio, “Más Calidad al mismo precio”.

Es importante que se establezcan precios razonables, para tener fiel a nuestra clientela cada vez que pasen por el Centro Histórico.

3.3.4 Plaza

El canal directo de distribución para el turista será inmediata, ya que, nuestro producto es elaborado y entregado en el establecimiento ofreciendo una variedad de planes turísticos, hoteles, etc. en las diferentes provincias del Ecuador. Creando guías turísticas gastronómicas.

Hacer convenios con agencias para que incorporen a nuestro establecimiento como un lugar de relajación y degustación gastronómica, explorando la cultura ecuatoriana, en un ambiente muy acogedor y cultural. Mediante esta estrategia se creará clientes que gusten de la cultura y la disfruten más a diario.

3.3.5 Promoción

Las diferentes promociones serán de acuerdo a las necesidades del consumidor, en ciertos casos habrá un 2x1 en bebidas como canelazos, guayusa, etc.

Convenios con distintas empresa para obsequiar cupos por bebidas gratis, por ejemplo en el sector existe varios museos y sitios culturales, así la entrada viene gratis por el cupón adquirido en nuestro establecimiento, entre otras promociones que se brindaran.

Incluso, la publicidad más efectiva es el boca a boca que los mismos comensales transmiten. Manteniendo el establecimiento aceptado, rodeado y recomendado por su calidad en servicio y producto. El objetivo de la promoción es aumentar el número de comensales evitando perdidas y mantener los consumidores regulares mediante comunicación personal, impresa y transmitida.

3.3.6 Publicidad

Escrita: cupones gratis por entradas a lugares culturales, boletines, valla publicitaria.

Internet: Facebook página informativa de cada evento y promociones.

Página web propia, correos simultáneos de clientes con promociones y eventos.

Publicidad en la TV, es riesgoso, ya que los costos son muy elevados para la iniciación del plan estratégico del negocio. Mediante el trascurso de las ventas, y se vayan generando ingresos, se implementara este tipo de publicidad.

4. DISEÑO DEL PLAN DE OPERACIONES IV

4.1 Estudio Técnico

La localización del establecimiento YARI DULCE SENTIDO, estará ubicado en el Centro Histórico de Quito nombrado Patrimonio Cultural de la Humanidad, por ser una de las ciudades más grandes de la colonia en Sudamérica. Rodeada de museos, iglesias, plazas. El establecimiento contará con un espacio comprendido entre 450 m². La principal influencia en ventas seguras es las cifras de visitantes, 500 mil extranjeros visitan la capital cada año y de 500 a 600 mil personas hacen turismo interno, según la prensa El Universo, es decir, la considerable visita al establecimiento por sus cualidades es exuberante. La capacidad del sitio será para 50 personas.

El manejo y diseño del funcionamiento de un restaurante es muy importante, para el control de procesos en función e higiene alimentaria. Para solventar la gestión de cocina, se realizó una investigación en manuales con puntos críticos y necesarios, así conseguir la orientación en manejo de alimentos. También, los procesos desde la recepción de la materia prima, procesos de cocción y servicio. Son canalizados en cuadros y flujo gramas representados.

Las normas y correcto manejo de los alimentos para los empleados esta descrito a continuación, todo el estudio técnico se basa en manuales de cocina certificados.

4.1.1 Objetivo General

- Orientar los correctos manejos de higiene alimentario y estructuración de servicios, para solventar la calidad en productos y atención al cliente.

4.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar capacitaciones necesarias para el manejo correcto de alimentos.
- Estructurar la planta de producción, para beneficiar el tiempo y servicio al cliente.
- Formalizar el reglamento interno de empleados, así con ello uniformes y horarios.
- Generar una cultura del correcto manejo de la limpieza en los empleados.

4.2 Cuadro de Superficies

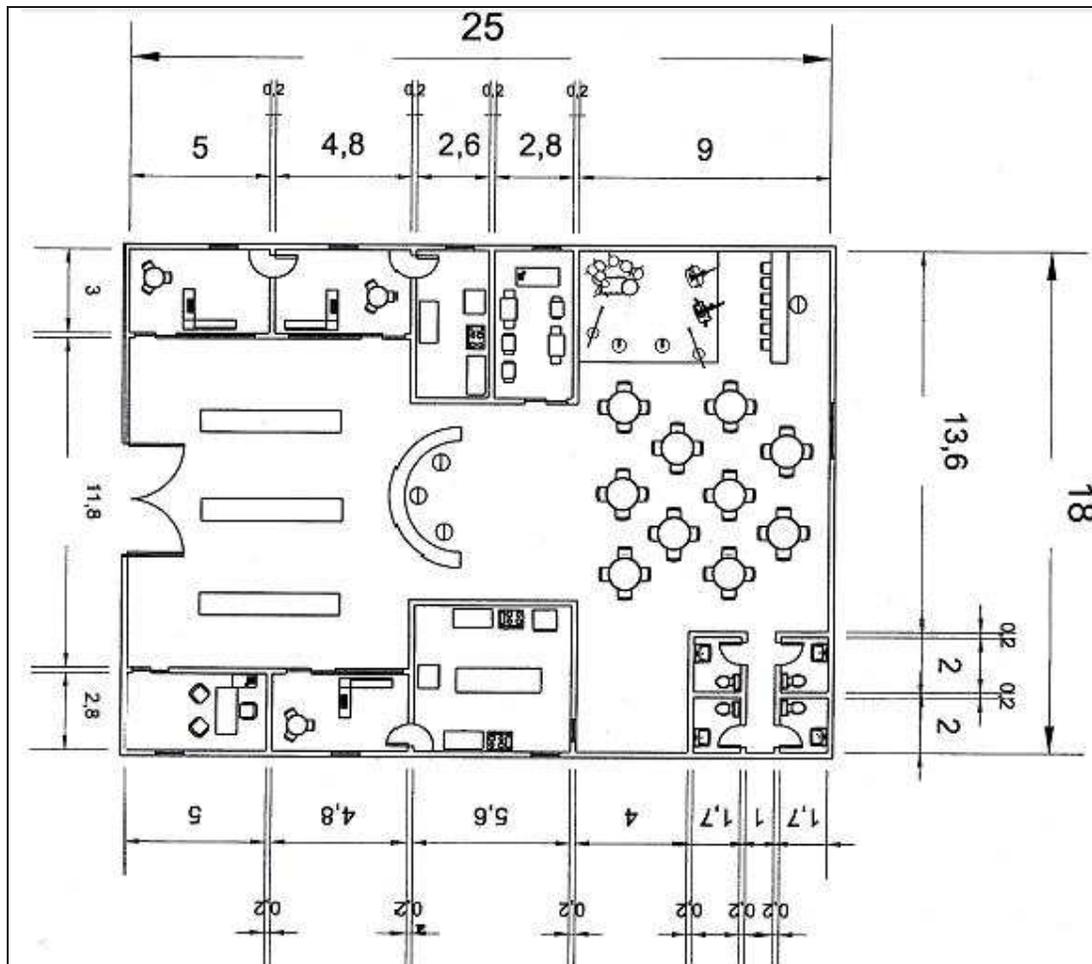


Figura 15. Ilustración gráfica del plano del establecimiento. Elaborado y tomado por Henry del Pozo, estudiante de arquitectura de la Pontificia Universidad Católica de Quito.

4.3 Zona de tratamiento

En la zona, se detectaron competencias indirectas, involucrados con el sector de Alimentos y Bebidas, mas no con nuestro enfoque primordial. A continuación tenemos una tabla de posibles competentes con su cheque promedio.

Tabla 3. Competencia en la Zona

RESTAURANTE	UBICACIÓN	CHEQUE PROMEDIO
Hasta la vuelta Señor	Calle Chile OE-422	20 dólares
Hotel Boutique y Restaurante Casa San Marcos	Junín y Juan Pío Montufar	25 dólares
Vista Hermosa	Calle Mejía 453 y García Moreno	15 dólares
Cucurucho de Santa Clara	Calle Benalcázar y Rocafuerte	18 dólares
Mosaico	Manuel Samaniego N8-95	20 dólares
Octava de Corpus	Calle Junín E2- 167 Plaza San Marcos.	25 dólares
Heladería de San Agustín	Sobre la calle Guayaquil N5-59, entre Mejía y Chile	10 dólares
Mea Culpa	Calle Chile OE-422 y Venezuela	20 dólares
Pim's	Calle Espejo y Calle Guayaquil	20 dólares

Nota 3. Cuadro demostrativo de la ubicación y cheque promedio de la posible competencia en el sector. Datos tomados de la investigación realizada en el Centro Histórico de Quito.

4.4 Localización

4.4.1 Macro- localización

Quito, capital del Ecuador, ciudad rodeada de montañas y volcanes, arquitectura colonial y una gama de cultura y tradiciones. Localizada en la Región Sierra a 2800 m.s.n.m. Con 1.4 millones de habitantes y su variable

temperatura que oscilan entre 10 y 25 grados centígrados durante todo el día. Fundada el 6 de diciembre de 1934, a los pies del volcán Pichincha. Llena de paisajes, iglesias y museos. Historia y leyendas. Una ciudad que ha crecido momentáneamente. En el sector de alimentos y bebidas existe una gran amplitud de restaurantes con variedades de comida, ambiente, locación, etc. Ecuador, y en si la provincia de Pichincha, se ha extendido esta industria relativamente estos últimos años. Por lo que, la gastronomía está de moda en el país y el mundo, por sus ingeniosos elementos que los componen, así como la cocina dulce. Un ejemplar de combinación de sabores y texturas, provocando felicidad al consumir lo dulce en las personas, y más si son ecuatorianos. Elaborados cuidadosamente con las técnicas más detalladas, para la satisfacción de nuestro cliente.

4.4.2 Micro- localización

La micro localización comprende en el Centro Histórico de Quito, ya que es uno de los sitios más visitado por turistas en la capital, además todo el sector es muy comercial y turístico.

Estará ubicado entre las calles Chile y Venezuela, un ambiente colonial inigualable. Con sus clientes extranjeros y nacionales que visitarán a diario el Centro Histórico de Quito. Además, la actividad cultural y por las tardes se incrementará los visitantes al establecimiento. Restaurantes muy concurridos están ubicados por la zona, como son Hasta la vuelta Señor o Vista Hermosa, que con su decoración rustica solventan y mejoran el área para un espacio cultural gastronómico elevado .El sector acoge varios turistas extranjeros y nacionales y gracias al estudio de mercado, se dedujo que el sector es de gran importancia a nivel mundial. El lugar exacto complementa la ambientación cultural de nuestro establecimiento, rodeada de plazas, museos, parque, iglesias y el arte contemporáneo que invade nuestro Centro Histórico, su arquitectura única en el mundo entero atrae a miles de visitantes cada año.

Minuciosos detalles, acompañarán a YARI, Dulce Sentido, en este ambiente colonial y muy cultural las noches de Quito.



Figura 16. Ilustración micro-localizada del establecimiento, tomada de googlemaps.(s.f). Quito Centro Histórico.

4.5 Ingeniería del proyecto

En la ingeniería del proyecto se organizará desde la producción hasta la distribución del producto y servicio. Además se controlará la administración correcta de la planta y la estructura jurídica.

El principal diseño dentro del establecimiento es el área de cocina, ya que para cada parámetro es importante tomar en cuenta los detalles que agilicen el servicio, para optimizar tiempo en la limpieza y mantener higiene dentro de la cocina, a su vez una correcta manipulación de alimentos. Además, la supervisión continúa de estos detalles, son la clave perfecta para el cumplimiento por parte de los empleados.

Por lo tanto en el siguiente cuadro tenemos diferentes estructuras dentro de la cocina con sus respectivos requisitos, que optimiza la higiene.

Tabla 4. Ingeniería del Proyecto

ESTRUCTURA	REQUISITOS	RECOMENDACION
Pared Perimetral	Sea lavable, impermeable, lisa y resistente a la rotura	Paredes compuestas por azulejos de esmalte cerámico, paneles de acero inoxidable u otro material plástico. De preferencia de color blanco para detectar la suciedad.
Protecciones	Estructuras de refuerzo para evitar roturas por golpes.	Cantoneiras de aluminio, barras y placas de acero inoxidable.
Suelos	No existe un tipo de suelo adecuado que encaje perfectamente en una cocina, por sus riesgos.	Se recomienda baldosas de cerámica, terrazo, suelo plástico, resina, pavimento plástico, aluminio.
Desagües	Su instalación es en lugares donde se viertan líquidos.	Por ejemplo, donde se lave vajillas, limpieza de baldeo, etc.
Techos	Su color debe ser blanco para la detección de la suciedad y menos complejos para evitar la acumulación de grasa dificultando su limpieza.	La altura recomendada es de 3 metros. Preferible un techo fijo.
Carpintería	Debe facilitar la limpieza e higiene.	Los materiales recomendados son el acero inoxidable, el PVC y aluminio.
Canalizaciones	La electricidad se instala dependiendo de los equipos necesarios. Ventilación, conductos de agua y conducciones de gas.	Estas canalizaciones deben tener separaciones adecuadas del suelo, un sellado en la pared, al menos 30 centímetros

Nota 4. Cuadro descriptivo de las principales estructuras necesarias en el establecimiento para lograr un control de calidad efectivo. Adaptado de Montes, Lloret y López, 2009, pp. 24-35.

4.5.1 Procesos de Operación Culinaria

El proceso de producción se desarrollará a partir de la materia prima recibida, hasta el producto elaborado cuidadosamente, seguido por la entrega del producto final al cliente.

El inicio de dicho proceso en YARI DULCE SENTIDO, comenzará desde el abastecimiento de insumos para la producción de postres, bebidas y chocolates. Dicho proceso se deberá manejar de la siguiente manera, la recepción de los productos no perecibles, por parte del proveedor se realizará una vez por semana dependiendo del estado, se mantendrá en bodegas o congelación. La recepción de productos perecibles, se realizará dos veces por mes, dependiendo de la salida de los mismos.

Los productos de bodega podrán salir de este siempre y cuando se tenga el pedido de requisición firmado por la persona autorizada para la producción. También el manejo correcto de programas que asegurarán la calidad e higiene de los alimentos como LIFO, FIFO HACCP, serán inspeccionados y evaluados diariamente.

Es muy importante que el personal en general tenga su certificado de salud actualizado para evitar posibles contaminaciones, y que conozcan el manejo correcto de los productos para evitar contaminaciones cruzadas. Además el aseo personal de los empleados será controlado y el correcto uso del uniforme en el área de trabajo.

- Operación de recepción: Revisar adecuadamente, la recepción de la materia prima, esto involucrará todos los alimentos perecibles y no perecibles. Dependiendo de su estado para una correcta manipulación en el proceso y resultado final. Se deberá llenar una ficha de recepción, firmada por la persona encargada.

YARI
DULCE SENTIDO

Lugar y fecha: _____
 Persona Encargada: _____
 Proveedor encargado: _____

SIMBOLOGIA
 C= CORRECTO
 I= INCORRECTO

PRODUCTO	PROVEEDOR	DOCUMENTACION	ESTADO FISICO	TEMPERATURA	CONDICION DE TRANSPORTE	FECHA DE CONSUMO	OBSERVACIONES

FIRMA PERSONA RESPONSABLE

FIRMA AUTORIZACION

FIRMA PROVEEDOR

Figura 17. Ilustración de un ejemplo de ficha de recepción de la materia prima en el establecimiento YARI, Dulce Sentido.

- “Operaciones de almacenamiento: comprenderá el depósito y mantenimiento de las materias primas receiptadas hasta el momento de su utilización”.(Montes, Lloret y López, 2009, pp. 21).
- Operaciones de preparación de alimentos fríos: para repostería se utilizan operaciones distintas al del manejo de cocina fría o caliente, pero se debe tener precauciones al inicio, es decir cuando el alimento aun no pasa el proceso de cocción.

Por ejemplo, preparación de masas, amasado y porcionado. También, preparación de merengues, o cocina dulce fría como son las cremas, mousses, helados y sorbetes. Su cuidadosa decoración es muy importante. Por eso, se debe manejar con las medidas correctas de higiene del personal y manipulación de alimentos correctos desde el inicio de cada procedimiento. Así tenemos, en el siguiente cuadro una lista de alimentos necesarios para pastelería en YARI Dulce Sentido,

con su recepción y manipulación adecuada para el manejo de los mismos.

Tabla 5. Manipulación de alimentos

ALIMENTO	CONDICIONES DE RECEPCION	CORRECTA MANIPULACION
Azúcar	Empaque nítido inflado, totalmente seco. Entre 10 °C a 20 °C	Utilizar lo necesario de los recipientes y volver almacenar tapando correctamente. Utilizar recipientes extras para la manipulación.
Harina	Empaque nítido inflado, totalmente seco. Entre 10 °C a 20 °C	Utilizar lo necesario de los recipientes y volver almacenar tapando correctamente. Utilizar recipientes extras para la manipulación. Además, cernir tres veces el harina para eliminar residuos antes de su utilización.
Mantequilla	Controlar la temperatura de recepción -11°C a -9°C Empaque nítido	Verificar la apariencia física, su olor y sabor, antes de su utilización. Controlar la temperatura.
Huevos	Verificar las cascaras intactas y muy limpias Almacenar 2,5 °C a 6°C. Refrigeración.	Controlar el estado de los huevos, desechar si la clara y yema se encuentran muy líquidas u olores extraños, antes de su utilización.
Pulpas congeladas	Totalmente congeladas, sin escarcha de hielo, o señales de descongelación. <-18°C	Verificar la temperatura y fechas de caducidad. Descongelar a baño maría invertida y verificar su sabor, olor y textura antes de su utilización.

Latas	Sin pérdida de hermeticidad, tampoco golpes ni huecos. Totalmente sanas y nuevas.	Desechar las latas, si se encuentra hinchamiento, olor pútrido o el producto interno esta desmenuzante. Antes de su utilización.
Frutas	Controlar su correcta maduración, limpieza. Verificar ausencia de suciedad o moho.	Lavar y secar antes de su utilización. Desechar si existen mohos o manchas por su deterioro.
Chocolate	Verificar el empaque nítido, completamente sellado. Temperatura seca en su almacenamiento.	Controlar su sabor, olor y apariencia antes de su utilización. Verificar fechas de caducidad.
Lácteos	0°C a 5°C , o según indicación del envase.	Verificar el estado de los lácteos, dependiendo su olor, sabor o apariencia extraña a la vista. Desechar.
Frutos Secos	Envase y etiqueta sana y clara, almacenar a temperatura seca entre 10 °C a 20 °C	Controlar su temperatura de almacenamiento y verificar su fecha de caducidad en la etiqueta del envase antes de su utilización.

Nota 5. Cuadro descriptivo de la correcta manipulación de los alimentos desde su recepción hasta su producción. . Adaptado de Montes, Lloret y López, 2009, pp. 46-50. “Resumen”.

La formación, al igual que el autocontrol, nunca se ha de considerar como un objetivo en sí mismo, sino como una herramienta necesaria para lograr y

mantener un determinado nivel de seguridad alimentaria. Por lo tanto, se ha de adecuar para que sea práctica y efectiva a este fin. En caso contrario, se convertirá en un lastre de escasa utilidad para la empresa y en una incomodidad para los trabajadores.(Montes, Lloret y López, 2009, pp. 674).

Por lo tanto, el arduo trabajo es la capacitación al personal de la gestión higiénica en la cocina, para que con ello se llegue al objetivo planteado de alimentación.

4.5.2 Cadena de Valor

La secuencia de actividades del negocio, inicia con el ingreso de la materia prima a la empresa, donde este pasa a través del siguiente proceso:

4.5.2.1 Capacidad

Mide el almacenamiento de la materia prima del proceso general. En este proceso, el despacho de los productos se realizarán con las respectivas normas de la empresa.

4.5.2.2 Flujo Operativo

Es la planeación general del proceso de producción hasta el producto final para el cliente.

4.5.2.3 Flujo de Información

Es la comunicación entre los departamentos, para el funcionamiento del flujo operativo.

4.5.2.4 Sistema de control

El supervisor, conjunto el chef ejecutivo, manejará este sistema a través de todo el proceso del flujo operativo.

4.5.2.5 Sistema de Resolución de Conflictos

Resolución de problemas por parte del Chef ejecutivo y el supervisor.

Por lo tanto, el ingreso de la materia prima será los productos alimenticios para el almacenamiento, preparación, información y control de calidad. La cadena de valor, además de medir las actividades del desarrollo de la empresa con la ayuda del flujo grama operativo, permite reducir pérdidas de tiempo en los procesos, para agilizar las funciones con eficacia.

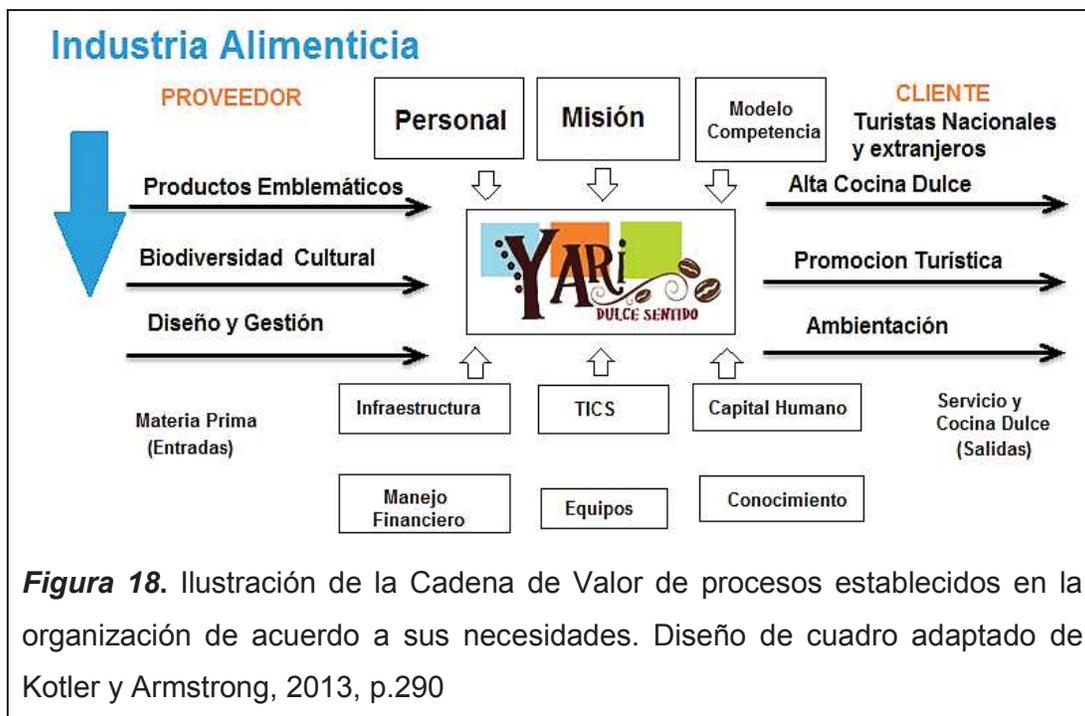




Figura 19. Ilustración gráfica del flujo grama de procesos que giran en torno a la organización.. Diseño de flujo grama adaptado de Kotler y Armstrong, 2013, p.290

4.5.3 Flujo grama de servicio

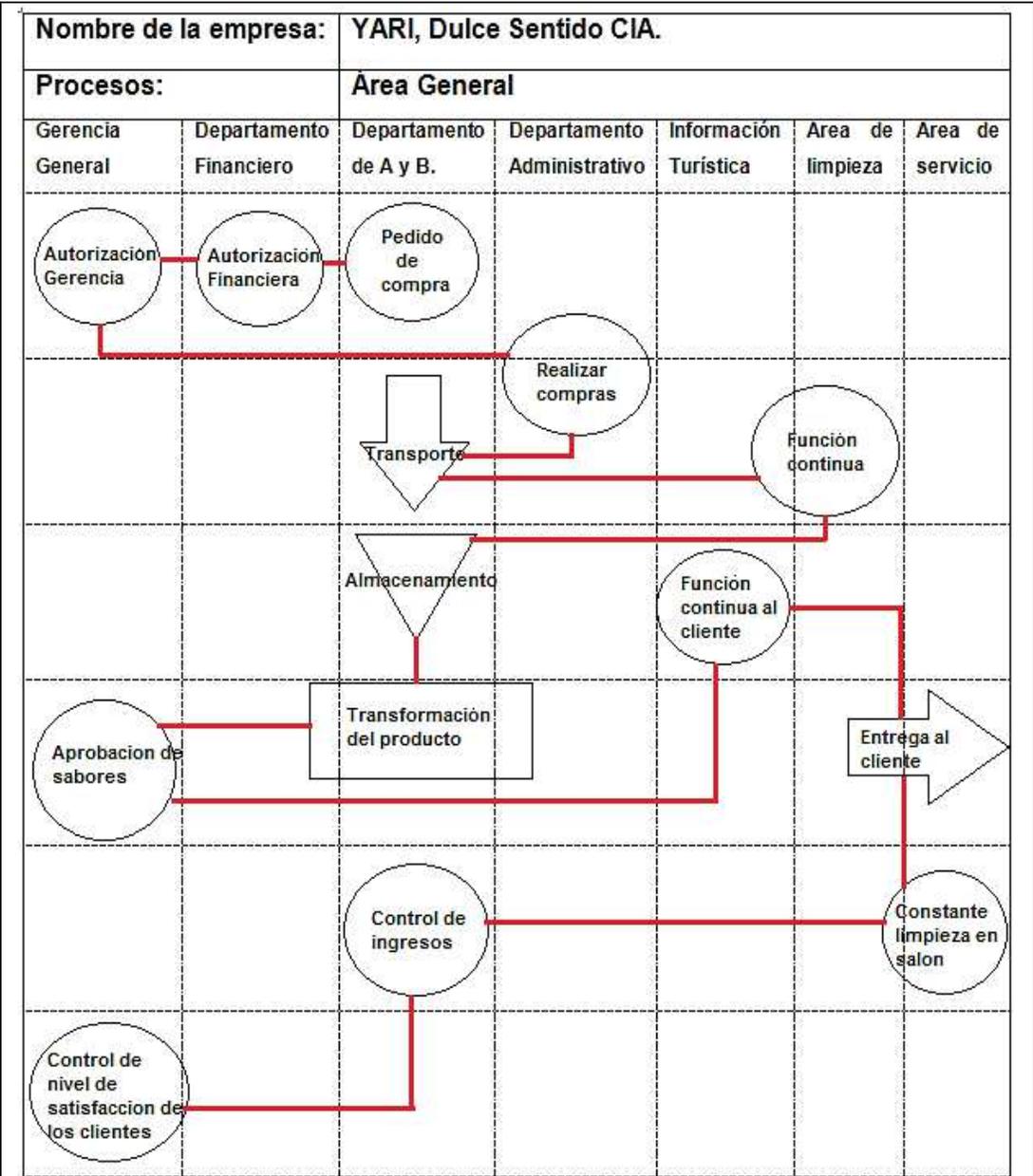


Figura 20. Flujo grama de servicio que indica los procesos desde la recepción hasta el consumidor final. Diseño de flujo grama adaptado de Kotler y Armstrong, 2013, p.290

4.5.4 Menú

La ingeniería del menú en YARI, Dulce Sentido, será participe de rotar cada semana diez postres. Intercalando, la disponibilidad de sabores, además el menú de helados y chocolatería estará siempre disponible pero siempre actualizar las nuevas ideas. Los postres llevan nombre de orquídeas ecuatorianas, la chocolatería fina de monumentos quiteños, la variedad de helados una mezcla de palabras quechua y por supuesto las bebidas tradicionales. A continuación, una descripción rápida de los productos básicos del establecimiento.

Alta Cocina Dulce

Espuma Quiteña: Delicada espumilla perfumada en naranjilla.

Nogal: Delicioso dulce de higos en texturas.

Tika: Esponjoso de maracuyá perfumado con menta.

Miski: Tradicional torta de maqueño.

Acineta: Majestuoso arroz con leche y frutilla perfumadas.

Ada: Tensa torta de zapote perfumada con limón y frambuesa.

Andinia: Crujiente volteado de pina.

Barbosella: Delicada torta choco banana con aroma a menta.

Bollea: Tiernos pastelitos de zanahoria y canela.

Dichae: Delicada textura de chochos con quinua tostada.

Carolii: Dulce de babaco sobre una tierna textura de chocolate.

Guacamayense: Cremoso de ovito y chocolate.

Isis: Cautivador flan de uvillas perfumado en caramelo de vainilla y flores naturales.

Lacustre: Envoltura crujiente con toque a crema de almendras y tomate de árbol.

Maculata: Esponjoso chocolate ambateño con cristales de cereza perfumado en salsa de maracuyá.

Chocolatería Fina

Panecillo: Bombón de chocolate semi amargo relleno de miel de frambuesas y vinagre balsámico con un toque de azúcar.

Basílica: Bombón de chocolate con leche relleno de ganache de maracuyá perfumado en albahaca.

San Francisco: Bombón de chocolate semi amargo relleno de una fina mezcla de café y amaretto.

Buen Pastor: Bombón de chocolate blanco relleno de una delicada textura en limón y flores.

Colonial: Bombón relleno de chocolate blanco perfumado en vainilla y miel de babaco.

Catedral: Bombón relleno de ganache de praliné de tocte perfumado en arazá.

Ronda: Trufa de corte bañada en chocolate blanco relleno de ganache semi amargo sabor a guanábana y aroma a hierbabuena.

Independencia: Trufa bañada en chocolate semi amargo de praliné de maní rellena de uvillas confitadas.

Compañía: Trufa de chocolate al 70 % de crema de cacao y aroma a naranja.

Cristal: Fantásticos montoncitos de tocte, almendras y naranja en chocolate semi amargo.

Heladería de Paila

Puka Tropical: Tentador helado de frutos rojos perfumado en azares y finas hierbas.

Passion Killu: Refrescante helado de maracuyá con aromas cítricas y menta.

Sisa Roja: Frio helado de rosas y frambuesa en salsa de vainilla.

Arte Shuyu: Fino helado de ovito y destellos de chocolate semi amargo.

Nevado Yaku: Helado fantástico de limón perfumado en hierbabuena.

Zarku Land: Fino helado de chocolate al 50 % de cacao fino de aroma ecuatoriano bañado en ganache al 70 %.

Allpa: Majestuoso helado de tomate de árbol perfumado en vainilla.

Guanabana Mashí: Helado frutal sabor a guanábana y menta, en salsa de chocolate.

Banana Yari: Delicioso helado de banano con chispas de chocolate al 50%.

Mishki Alma: Delicada textura fría de avellana y cacao perfumada en maracuyá y finas hierbas ecuatorianas.

Bebidas Clásicas

Colada Morada: Tradicional colada morada elaborada a base de mora y mortiño, especias, hierbas ecuatorianas y frutas en almíbar. Servida fría o caliente.

Yahuana: Bebida fría de especias y frutas ecuatorianas.

Rosero: Bebida casera fría elaborada con mote cocinado, mix de frutas y una delicada infusión de especias.

Chocolate Ambateño: Chocolate de taza tradicional de Ambato, servida caliente con queso mozzarella y bizcochos.

Canelazo Quiteño: Infusión caliente de canela, clavo de olor, anís y naranjillas perfumado en aguardiente. Se puede servir frío o caliente.

Bebidas Alcohólicas

Mitad del Mundo: Coctel compuesto por aguardiente, jugo de maracuyá y extracto de piña.

El Inca: Coctel de pájaro azul, tequila y curacao.

Picaflor: Suave coctel de té verde, limón y pájaro azul

4.5.5 Distribución de la planta

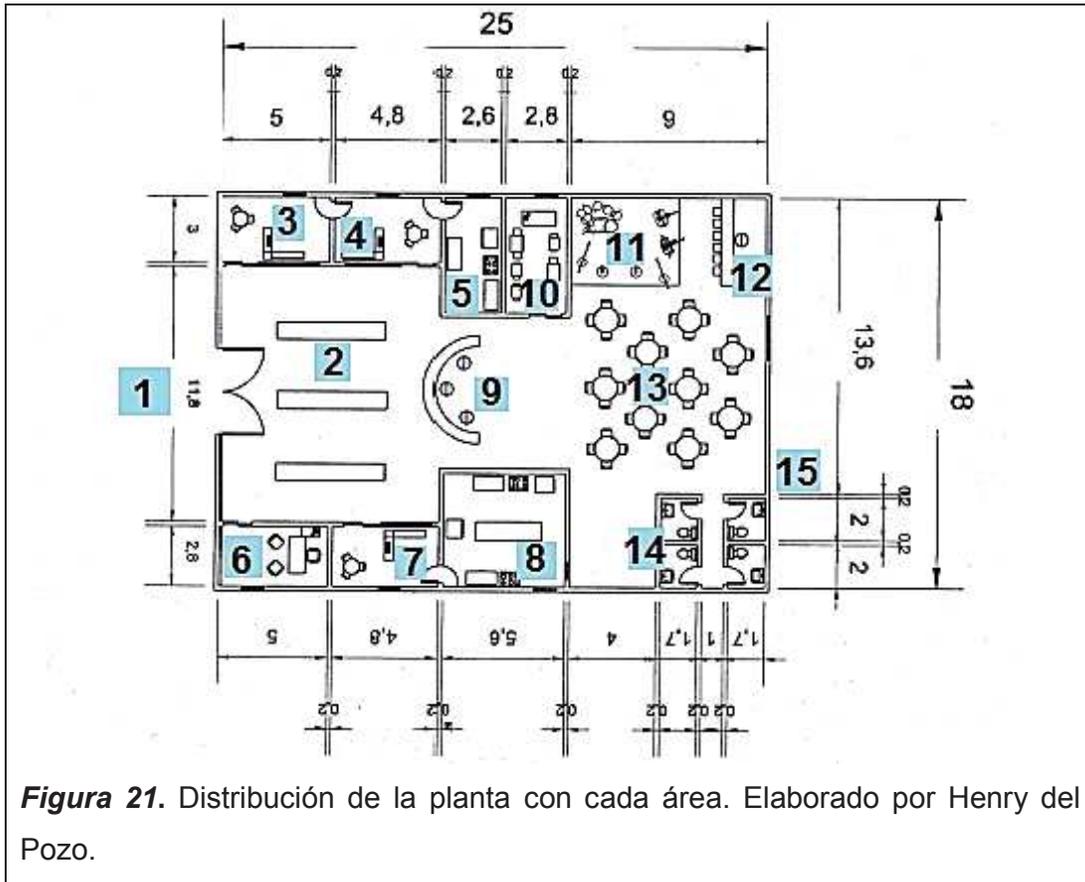


Figura 21. Distribución de la planta con cada área. Elaborado por Henry del Pozo.

- 1** Acceso principal a la edificación y diferentes despachos en la misma.
- 2** Galería de arte temporal y cambiante que genera transición en los ambientes
- 3** Heladería, despacho para clientes con espacio en su interior.
- 4** Pastelería, despacho para los clientes con espacio en su interior.
- 5** Cocina, encargada de la producción y distribución a las diferentes áreas.
- 6** Oficina general de administración de la edificación.
- 7** Chocolatería, despacho para clientes con espacio en su interior.
- 8** Cocina General y bodega, encargados de almacenamiento.

- 9 Centro de información general tanto del restaurante como los diferentes despachos.
- 10 Tienda de artesanías propias de la zona que en si marca el ambiente propio de la edificación.
- 11 Espacio destinado para presentaciones en vivo como otras actividades dentro del restaurante.
- 12 Barra de bebidas.
- 13 Restaurante y disposición de mesas para los clientes.
- 14 Servicios Higiénicos tanto para Damas como Caballeros.
- 15 Salida de Emergencia.

Una correcta distribución, beneficiará mucho en el momento de acción. Por esto es necesario organizar adecuadamente cada área y asignar las funciones de operación.

Área de Producción

Pastelería: El área de pastelería se encargará de la producción total de postres designados por la carta, y seguir responsablemente a la receta estándar. Además, el montaje de postres será diario, dependiendo sus decoraciones y técnicas. Una de las funciones será abastecerse de la bodega dependiendo de las cantidades existentes y organizar el área de pastelería. La producción de chocolatería se realizara en esta área para abastecer a dicha sección. La producción de chocolates y helados, también será producido por esta área.

Chocolatería: Área destinada al despacho de la gran variedad de chocolates, bombones, trufas, etc. Limpieza directa en su área.

Heladería: Será la responsable del despacho de helados, sorbetes y bebidas frías. Primero, abasteciéndolos desde el área de cocina. Controlar la limpieza continua.

Área Informativa

Es el área encargada de proporcionar la información turística necesaria al cliente, además información de los próximos eventos en el establecimiento.

Área de Servicio

Esta área será responsable por servicio a la mesa, servicio en caja, servicio de bebidas y atención en la tienda de artesanías. El servicio puede ser directa o a la mesa, dependiendo del cliente. Si su visita es corta, comprará lo que va a consumir en caja y se empaquetará para llevar. Si su visita es larga, tomará asiento en el salón y escogerá de la carta, con servicio a la mesa.

Área Administrativa

El área de administración se encargará de la organización y control de todas las funciones que el establecimiento opera diariamente, asientos contables diarios, cierres de caja, control de compras, pagos a proveedores, etc.

4.5.6 Construcción

La adecuación del establecimiento será muy vanguardista, así que se efectuará trabajos de instalación de iluminación, sonido, agua potable, baños, etc. La decoración o muebles del salón serán asientos confortables, y mesas cuadradas. Los equipos a necesitarse para el salón, serán mostradores de postres, chocolates y helados, una caja registradora, anaqueles para los artículos a la venta de la tienda de artesanías, Y una infraestructura

desarmable para el área de arte y galería. Lámparas rústicas para la ambientación.

El trabajo de construcción, se cotizó, de acuerdo a las adecuaciones necesarias al área de 450 m². A continuación, una lista detallada de material y mano de obra otorgada por el Sr. Bastidas, para la realización del proyecto.

Tabla 6. Adecuación de construcción

COTIZACION GENERAL DE CONSTRUCCION				
EMPRESA		YARI, DULCE SENTIDO		
PERSONA RESPONSIBLE		Arquitecto Luis Bastidas		
FECHA DE INICIO		30 de marzo de 2013		
FECHIA DE ENTREGA		30 de abril de 2013		
CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	DESCUENTO	V.TOTAL
4	Inodoros Blanco perlado	150,00	10%	540
4	lavamanos Blanco perlado	60,00	0%	240
200	baldosas negras para baños	3,00	0%	600
4	puertas plegables color caoba	135,00	0%	540
2	puertas plegables color caoba dobles	500,00	0%	1000
4	Espejos 2x1 m.	55,00	0%	220
1000	baldosas area 400 mt2	5,00	0%	5000
15	paredes gypso	200,00	0%	300
1	Mano de obra de construcción	2300,00	15%	1955
1	Mano de obra eléctrica	1500,00	10%	1350
			SUBTOTAL	11745
			IVA12%	1409.4
			TOTAL	13154.4

Nota 6. Tabla de cotización general necesaria para la adecuación del establecimiento en el Centro Histórico de Quito. Información otorgada por el Sr. Luis Bastidas.

4.5.7 Uniformes y Salarios del personal



Figura 22. Uniformes del personal. Tomado del catálogo de Chef City.

Mujeres: Chaqueta Narda, pantalón tipo calentador, zapatos antideslizantes, malla de cabello y delantal sin pechera.

Hombres: Chaqueta suiza, pantalón tipo calentador, zapatos antideslizantes, malla de cabello y delantal sin pechera.

Servicio H/M: Delantal en V negro, pantalón de tela negra, camisa blanca y corbata. Los colores en uniformes de cocina será negro con franja turquesa y pantalón negro. Para la inversión de capital humano se presenta la siguiente tabla de salarios mínimos 2013 tomado de la página de internet del Ministerio de Relaciones Laborales, así se conoce la base del salario a pagar:

Tabla 7. Ministerio de Relaciones Laborales Salarios Mínimos 2013

SALARIOS 2013 TURISMO Y ALIMENTACION		
PANADERO / PASTELERO (Establecimientos categoría Lujo)	HOTELEROS Y NO HOTELEROS	320.86
CHEF DE PARTIDA EN COCINA (Establecimientos categoría Lujo)	HOTELEROS Y NO HOTELEROS	580.00
CAJERO CERTIFICADO	HOTELEROS Y NO HOTELEROS	318.82
GERENTE DE CONTABILIDAD	HOTELEROS Y NO HOTELEROS	325.45
SALONERO / MESERO (Establecimientos categoría Lujo)	HOTELEROS Y NO HOTELEROS	319.59

Nota 7. Tabla de los sueldos base según el ministerio de Relaciones Laborales. Tomado de relacioneslaborales. (s.f).Salarios 2013

Tabla 8. Nómina de empleados y salarios

AREA	NUMERO	SUELDO MENSUAL
ADMINISTRATIVO	2	1500
Gerente General/ Chef Ejecutivo	1	800
Contador	1	700
OPERACIONAL	8	3.600
Supervisor General	1	600
Pasteleros	2	800
Bodeguero	1	400
Personal de servicio	2	800
Cajero	1	400
Secretaria turística	1	600
NUMERO DE EMPLEADOS: 10	TOTAL:	3.538

Nota 8.Tabla de lista de empleados con sueldo mensual.

4.5.8 Horarios de empleados

Tabla 9. Horario de empleados

PERSONAL	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
Chef Ejecutivo	9:00am. 7:00pm.	9:00am. 7:00pm.	9:00am. 7:00pm.	9:00am. 7:00pm.	9:00am. 7:00pm.	9:00am. 7:00pm.	9:00am . 7:00pm .
Contador	10:00am. 3:00 pm						
Supervisor	12:00 pm 8:00 pm		12:00 pm 8:00 pm	12:00 pm 8:00 pm	12:00 pm 8:00 pm	12:00 pm 8:00 pm	12:00 pm 8:00 pm
Pastelero 1	9:00 am. 5:00 pm	9:00 am. 5:00 pm	9:00 am. 5:00 pm		9:00 am. 5:00 pm	9:00 am. 5:00 pm	9:00 am. 5:00 pm
Pastelero 2	12:00am.	12:00am.		12:00am.	12:00am.	12:00am.	12:00a

	8:00pm	8:00pm		8:00pm	8:00pm	8:00pm	m. 8:00pm
Bodeguero	10:00am. 6:00pm.	10:00am. 6:00pm	10:00am. 6:00pm	10:00am. 6:00pm	10:00am. 6:00pm	10:00am. 6:00pm	
Servicio 1	10:00am. 6:00pm		10:00am. 6:00pm	10:00am. 6:00pm	10:00am. 6:00pm	10:00am. 6:00pm	10:00a m. 6:00pm
Servicio 2	12:pm 8:00pm.		12:pm 8:00pm.	12:pm 8:00pm.	12:pm 8:00pm.	12:pm 8:00pm.	12:pm 8:00pm .
Cajero	11:00am. 7:00pm.	11:00am. 7:00pm.		11:00am. 7:00pm.	11:00am. 7:00pm.	11:00am. 7:00pm.	11:00a m. 7:00pm .
Secretaria turística poli funcional	11:00am. 7:00pm.		11:00am. 7:00pm.	11:00am. 7:00pm.	11:00am. 7:00pm.	11:00am. 7:00pm.	11:00a m. 7:00pm .

Nota 9. Ilustración detallada de los horarios de empleados, elaborado de acuerdo a las necesidades de la organización.

4.5.9 Reglamento Interno para Empleados

El presente reglamento interno para los empleados, deberá ser aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales, para efectuar su utilización y cumplimiento del mismo.

- Siempre llegar puntual al trabajo, uniformado antes del tiempo establecido, si se incumpliera más de tres sanciones por atraso se procederá a firmar un memo.
- Utilizar el uniforme limpio y planchado, en todas las áreas.
- Se revisara la limpieza personal diariamente.
- El uso de maquillaje en las mujeres será moderado. Cabello recogido. Y en el caso de los hombres afeitados.

- El mal uso de equipo e implementos de la empresa serán descontados en su pago mensual.
- Si llegará a tener una falta injustificada, sin anticipación, se procederá a firmar un memo.
- Si llegara a tener una falta por enfermedad, justificar con el certificado del seguro.
- Si llegara a faltar productos de bodega o cualquier otro tipo de equipo, se procederá a sancionar y descontar de su pago mensual.
- Si tuviera tres sanciones por negligencia en el trabajo, se procederá a firmar un memo.
- La acumulación de tres memos, es el despido inmediato del empleado.
- El empleado deberá sujetarse a cambio de horarios rotativos dependiendo de las necesidades de la empresa. Así sea, fines de semana o feriados.
- Está totalmente prohibido el uso de celulares o aparatos electrónicos en el establecimiento por parte de los empleados.
- El empleado deberá ofrecer un servicio al cliente de primera, asistiendo obligatoriamente a las capacitaciones extras de la empresa.
- Los empleados constaran con un 15% de descuento, de los artículos del establecimiento, así fuese su beneficio.
- El empleado no podrá abandonar su puesto de trabajo, hasta que su cambio llegare.
- El empleado no podrá usar equipos de computación en las horas de trabajo, si no fuese su función.
- Si un cliente llegará a olvidar cualquier pertenencia, el empleado está en la obligación de guardarlo y devolverlo.
- El empleado tiene 30 minutos de almuerzo o cena, dependiendo de su horario.
- Se prohíbe el consumo de alimento y bebidas dentro del establecimiento.
- Los empleados deberán actualizar y siempre tener al día su certificado de salud como requisito para ingresar a las áreas de trabajo.

4.6 Requerimiento de insumos

Los insumos de materia prima necesarios para la realización de los postres, se basó de acuerdo al menú y recetas estándares encontrados en la sección anexos. Aproximadamente, se necesitará una producción mensual de 3229 postres, 323 productos de chocolatería, 1615 helados, 1292 bebidas clásicas y 969 bebidas alcohólicas. Necesariamente se realizará la previa producción con dos días de anticipación, para abastecer con lo necesario en cada área del establecimiento. Los proveedores de perecibles abastecen al lugar dos veces por mes y de no perecibles una vez a la semana. Además, es muy importante contar con un plan B, ya que de una u otra forma, existen problemas con los proveedores y estos fallan en su entrega, o posiblemente bajen el nivel de calidad de los productos. Por ello, se tienen mínimo tres proveedores para casos de emergencia.

Para arrancar la producción del establecimiento semanal, a continuación un listado de los insumos necesarios:

Tabla 10. Requerimiento de Insumos

C	U/M	PRODUCTO	PRECIO Promedio	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2	PROVEEDOR 3
PERECIBLES						
7	Kg.	Harina	11.55	FALIMENSA	Santa Lucia	ROYAL
5	Kg.	Azúcar	4.53	FALIMENSA	SUPERMAXI	SANTA MARIA
3	Kg.	Azúcar impalpable	8.64	IMPADECA SA.	SUPERMAXI	SANTA MARIA
3	Kg.	Chocolate con leche	25.23	PACARI	Fabrica BIOS CIA, LTDA.	Chocolate ca
3	Kg.	Chocolate Blanco	30.00	PACARI	Fabrica BIOS CIA, LTDA.	Chocolate ca
3	Kg.	Chocolate Amargo	29.28	PACARI	Fabrica BIOS CIA, LTDA.	Chocolate ca
3	Kg.	Chocolate Semi-	32.00	PACARI	Fabrica BIOS	Chocolate

		amargo			CIA, LTDA.	ca
3	Kg.	Chocolate al 70%	35.89	PACARI	Fabrica BIOS CIA, LTDA.	Chocolate ca
1	Kg.	Chocolate ambateño	15.00	BASESUR	SANTA MARIA	MEGAMA XI
500	g.	Coco rallado	5.00	BASESUR	SANTA MARIA	MEGAMA XI
500	g.	Canela en polvo	10.68	CONDIMENSA	ILE	SANTA MARIA
500	g.	Canela en rama	14.50	CONDIMENSA	ILE	SANTA MARIA
2	kg	Cocoa amarga	30.00	IMPADECA SA.	ILE	BELLAZUCAR
500	g.	Nuez	9.00	BASESUR	ILE	SANTA MARIA
500	g.	Almendra	12.00	BASESUR	ILE	SANTA MARIA
500	g.	Maní	7.00	BASESUR	ILE	SANTA MARIA
1	Kg.	Gelatina sin sabor	35.00	ROYAL	SANTA MARIA	BELLAZUCAR
1	Kg.	Polvo de hornear	23.00	ROYAL	CONDIMENSA	PROCONSUMO CIA. LTDA.
500	g.	Esencia de vainilla	15.00	ROYAL	CONDIMENSA	PROCONSUMO CIA. LTDA.
500	g.	Pasas	4.50	SANTA MARIA	BASESUR	PROCONSUMO CIA. LTDA.
500	g.	Glucosa	5.00	BELLAZUCAR	BASESUR	DULCE AROMA
5	Lt.	Aceite	8.00	DANEC SA.	PROCONSUMO CIA. LTDA.	EPASEM
1	Kg.	Café soluble	9.00	ESCOFFE	PROCONSUMO	MINERVA

					O CIA. LTDA.	
700	g.	Vinagre balsámico	8.00	BOADA	PROCONSUMO CIA. LTDA.	SANTA MARIA
3	Lt.	Amaretto	25.00	DESTILEC SA.	DILSA	ILEPSA
3	Lt.	Coñac	30.00	DESTILEC SA.	DILSA	ILEPSA
3	Lt.	Crema de cacao	25.00	DESTILEC SA.	DILSA	ILEPSA
3	Lt.	Pájaro azul	60.00	DESTILEC SA.	DILSA	ILEPSA
3	Lt.	Curacao	25.00	DESTILEC SA.	DILSA	ILEPSA
3	Lt.	Tequila	60.00	DESTILEC SA.	DILSA	ILEPSA
3	Lt.	Aguardiente	60.00	DESTILEC SA.	DILSA	ILEPSA
NO PERECIBLES						
10	Lt.	Leche	60.00	VITA.	EL KIOSKO	ECUALAC
3	Lt.	Crema de leche	25.00	VITA	EL KIOSKO	ECUALAC
60	U	Huevos	10.00	PRONACA	BOADA	SANTA MARIA
500	g.	Queso	4.00	VITA.	EL KIOSKO	ECUALAC
500	g.	Requesón	8.00	VITA	EL KIOSKO	ECUALAC
30	Kg.	Pulpas	80.00	AUSTROFOOD CIA. LTDA.	PACOSE	SUDAMERICANA DE FRUTAS
500	g.	Hierbas frescas	7.00	NOVA Alimentos SA.	SANTA MARIA	SUPERM AXI
7	Kg	Frutas	38.00	BOADA	NOVA Alimentos SA.	ECOFROZ SA.
3	Kg.	Mantequilla sin sal	45.00	VITA	EL KIOSKO	ECUALAC
TOTAL DE INSUMOS			949.80			

Nota 10. Tabla de proveedores con precios promedio para el arranque productivo del negocio. Información de proveedores recuperada el lunes 03 de febrero del 2014 de <http://www.alimentosecuador.com/alimentos-bebidas.php>

4.7 Requerimiento de implementos

Para los equipos necesarios en cocina, se realizó una lista de acuerdo a la proyección en ventas y producción requerida de productos. Se conoce, que en

el año 2012, visitaron la capital cerca de 387.627 turistas extranjeros, siendo el Centro Histórico de Quito su principal destino. Es decir, que aproximadamente al mes visitan 32.302 turistas, de los cuales repartidos entre la competencia, acudirá de un 10 a 15% a nuestro establecimiento. Por lo tanto, la cantidad aproximada que llegará a nuestro lugar será de 3.230 visitantes mensuales. Y posible clientes diarios superaran los 107 pax., una cifra aproximada.

Cabe recalcar, que nuestra producción diaria será aproximadamente de 300 postres diarios, calculando que cada cliente consumirá dos unidades. El montaje de los postres se realizará de acuerdo a la salida de los mismos. Entonces para abastecer el lugar, se describe a continuación los implementos necesarios para arrancar la producción.

Tabla 11. Requerimiento de implementos

Descripción	Cantidad	Precio U.	Precio T
PASTELERIA Y CHOCOLATERIA			
Batidora amasadora industrial	1	1.758,24	1758,24
Horno Industrial de convección	1	5.605,20	5.605,20
Cocina de fabricación industrial 3 quemadores	1	718,20	718,20
Dispensador refrigerado de agua y jugo	1	1.437,50	1.437,50
Refrigerador industrial	1	4.355,97	4.355,97
Congelador industrial	1	5.714,88	5.714,88
Exhibidor refrigerado	1	2.927,34	2.927,34
Batidora semi-industrial	3	500,69	1.502,07
Tazón HALCO acero inoxidable 13 Qt.	7	13,49	94,43
Tazón HALCO acero inoxidable 20Qt.	3	25,49	76,47
Tazón UPDATE aci. ¾ Qt.	10	1,19	11,90
Bandejas para hornear de 45.7x 66 cm.	20	16,02	320,40
Moldes flexibles de silicona 7 cm diámetro	5	10,41	52,05
Molde sili media esfera 75 x 40 mm.	5	14,85	74,25

Molde chocolate cuadrado policarbonato	1	43,60	43,60
Brocha silicona	2	5,21	10,42
Espátulas de silicona	7	6,36	44,52
Espátulas pastelera mango plástico	4	7,24	28,96
Espátula de pastelería pequeña	2	4,37	8,74
Espátula de pastelería grande	3	17,13	51,39
Set de boquillas para pastelería	1	58,92	58,92
Cuchillo sierra TRAMONTINA	4	7,41	29,64
Cuchillo cocinero TRAMONTINA	3	11,16	33,48
Puntilla TRAMONTINA	3	2,21	6,63
Tabla de picar	5	18,28	91,40
Mangas pasteleras	20	5,95	119,00
Moldes de chocolate figuras	1	35,42	35,42
Esterilla antiadherente	4	37,31	149,24
Batidor dispensador Sifón	1	139,91	139,91
Capsula de gas 10 unidades	1	7,19	7,19
Guantes alta temperatura	2	4,42	8,84
Espátula raspadora de tazón	2	1,46	2,92
Cacerola en aluminio 7Qt.	5	26,75	133,75
Sartén de aluminio	1	40,49	40,49
Pinza utilitaria acero inoxidable	2	2,18	4,36
Batidor francés	5	17,85	89,30
Cucharon de una pieza	6	3,23	19,38
Cucharetas solidas	6	2,41	14,46
Rodillo de aluminio	2	40,24	80,42
Máquina de café o cafetera industrial	1	988,21	988,21
		SUBTOTAL	26.889,55
		IVA 12%	3.226,74
		TOTAL	30.116,29

Nota 11. Tabla de requerimiento de insumos de maquinaria y utensilios de cocina necesarios para arrancar la producción. Información de precios tomado de TERMALIMEX CIA. LTDA.

La requisito de menaje en servicio, al igual manera se hace en base a la rotación de la clientela, con una base de 107 pax., para la rotación de platos, es decir la reposición en lavado de los mismos.

Tabla 12. Requerimiento de Servicio

Descripción	Cantidad	P.Unitario	P. Total
SERVICIO / BEBIDAS			
Vasos largos de vidrio	100	1,74	174,00
Vasos pequeños de vidrios	100	1,20	120,00
Vasos Irish Coffe Vidrio	50	3,28	164,00
Vasos tinto cerámica blanca	60	1,07	64,20
Platos base de vaso tinto cerámica blanca	60	0,94	56,40
Vasos smothie extra largos vidrio	30	2,96	88,80
Platos medianos cuadrados cerámica blanca	100	6,67	667,00
Tenedores (cubertería)	100	2,48	248,00
Cuchillos (cubertería)	100	2,46	246,00
Cucharas (cubertería)	100	1,39	139,00
Cucharas pequeñas tinto (cubertería)	60	1,14	68,40
Bandejas de servicio negras	4	4,60	18,40
SUBTOTAL			2.054,20
IVA 12%			246,50
TOTAL			2.300,70

Nota 12.Tabla de requisición para el servicio de acuerdo a la reposición y rotación de la clientela. Información de precios tomado de TERMALIMEX CIA. LTDA.

4.8 Factores Ambientales

El cuidado del medio ambiente es la fase primordial para el funcionamiento de todo, ya que gracias a la producción de la madre naturaleza, el cocinero puede elaborar grandioso platos y con ello nace la alimentación y la gastronomía. Por lo tanto, la limpieza es la base de la higiene, así que, la recolección de desechos en orgánicos e inorgánicos por separado ayudará al funcionamiento de recolección y reciclaje. De ahí, incentivar la conciencia de reciclaje en la cultura de las personas ayudando al medio ambiente y al ser humano. Así mismo, otros factores ambientales como políticos, económicos, tecnológicos, sociales, demográficos pueden afectar el negocio. Las competencias, proveedores, intermediarios u opinión pública son micro factores que puede llegar a afectar el funcionamiento del negocio. Siempre se debe tener un plan de emergencia para cualquier conflicto.

4.9 Regulaciones legales

4.9.1 Construcción de la empresa

YARI, Dulce Sentido será una empresa constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada, ya que en este tipo de compañía puede consistir en una razón social y una denominación objetiva, aprobada por la Secretaria General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañía

4.9.2 Requisitos

- El nombre, registrado en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Solicitud de aprobación, presentar tres copias certificadas de la constitución de la empresa para la aprobación del contrato constitutivo.

- Número de socios, se conformara la empresa con un mínimo de dos socios.
- Capital mínimo, deberá constituirse la empresa con cuatrocientos dólares americanos de parte y parte, sea en dinero o bienes.
- Objeto social, registrarse en la Cámara Provincial de Turismo.

Además, es importante declarar el origen de la inversión como personas naturales o jurídicas. Véase en la sección anexos, Minuta de Constitución de la empresa.

Incluso, se deberá realizar otros trámites para el funcionamiento del establecimiento, como:

- Obtener la Patente Municipal en el Municipio de Quito
- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el SRI.
- Certificado del Medio Ambiente
- Informe de Regulación Metropolitana (IRM).
- Certificado de Uso del suelo
- Licencia Metropolitana
- Hoja de registro en Turismo
- Carne de Salud de cada empleado otorgada por el Ministerio de Salud.
- Certificado de participación en el Curso de Manipulación de Alimentos.
- Permiso de Funcionamiento de Salud
-

Todos estos documentos son necesarios para el funcionamiento del establecimiento o cualquier restaurante ubicado en la ciudad de Quito.

5. PLAN FINANCIERO V

5.1 Inversiones

Para la apertura y operación del establecimiento YARI, DULCE SENTIDO, se necesitará la inversión de los siguientes ítems.

En la sección anexos, se encuentra detallada las cotizaciones reales de inversión en activos fijos y precios costeados de las recetas.

Tabla 13. Presupuesto Mensual

PRESUPUESTO MENSUAL	
GASTOS DIRECTOS/ COSTOS FIJOS	13153.16
Requerimiento de insumo Mensual	3799.56
Sueldos Administrativos Mensuales	1500
Sueldos Operacionales Mensuales	3600
Arriendo	2000
Servicios Básicos Mensuales	1530
Gastos Otros 10%	723.6
GASTOS INDIRECTOS/COSTOS VARIABLES	15666
Publicidad	2000
Construcción y adecuación	11745
SOFTWARE GASTRONOMICO CAMILA	800
Uniformes	1121
INVERSION EN ACIVOS FIJOS	34067.98
Maquinaria y equipo general	28537.95
Muebles y Enseres	5530.03
TOTAL IVERSION INICIAL	62887.14

Nota 13. Información recopilada de todas las cotizaciones reales obtenidas detalladas en la sección anexos.



5.2 Proyección Financiera Mensual

Tabla 14. Tabla Proyección Financiera

EVALUACION FINANCIERA MENSUAL

Proyección mensual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep	Oct	Nov	Dic	
# PRODUCTOS	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	
POSTRES	3229	3229	3229	3229	3229	3229	3229	3229	3229	3229	3229	3229	
CHOCOLATERIA	323	323	323	323	323	323	323	323	323	323	323	323	
HELADOS	1615	1615	1615	1615	1615	1615	1615	1615	1615	1615	1615	1615	
BEBIDAS CLASICAS	1292	1292	1292	1292	1292	1292	1292	1292	1292	1292	1292	1292	
BEBIDAS ALCHOLICAS	969	969	969	969	969	969	969	969	969	969	969	969	
Tarifa Promedio	3.87	3.87	3.91	4	3.99	4.03	4.07	4.11	4.15	4.19	4.23	4.27	4.32
# Clientes Mensuales PAX	3229												
INGRESO/Ventas	28741.3	29028.7	29319.0	29612.2	29908.3	30207.4	30509.5	30814.6	31122.7	31434.0	31748.3	32065.8	364512.0
GASTOS DIRECTOS	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	13153.2	157837.9
PRESTAMO MENSUALIDAD	5219	5219	5219	5219	5219	5219	5219	5219	5219	5219	5219	5219	62628
UTILIDAD OPERACIONAL	10369.17	10656.58	10946.87	11240.06	11536.18	11835.27	12137.34	12442.43	12750.58	13061.81	13376.15	13693.63	144046.07
%	36	37	37	38	39	39	40	40	41	42	42	43	
IMPUESTO	3448.96	3483.45	3518.28	3553.47	3589.00	3624.89	3661.14	3697.75	3734.73	3772.08	3809.80	3847.89	43741.44
VENTAS + IVA	32190.3	32512.2	32837.3	33165.7	33497.3	33832.3	34170.6	34512.3	34857.5	35206.0	35558.1	35913.7	408253.4

5.3 Proyección Financiera Anual

Tabla 15. Proyección Financiera Anual

EVALUACIÓN FINANCIERA ANUAL

Proyección 8años		1	2	3	4	5	6	7	8
# PRODUCTOS	59413.6	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7	7426.7
POSTRES	25832	25832	25832	25832	25832	25832	25832	25832	25832
CHOCOLATERIA	2583	2583	2583	2583	2583	2583	2583	2583	2583
HELADOS	12916	12916	12916	12916	12916	12916	12916	12916	12916
BEBIDAS CLASICAS	10333	10333	10333	10333	10333	10333	10333	10333	10333
BEBIDAS ALCHOLICAS	7750	7750	7750	7750	7750	7750	7750	7750	7750
Tarifa Promedio	3.87	3.87	3.91	4	3.99	4.03	4.07	4.11	4.15
# Clientes Mensuales PAX	206656								
INGRESO/Ventas	229930.63	232229.9383	234552.24	236897.76	239266.74	241659.41	244076.00	246516.76	1905129.47
GASTOS DIRECTOS	157837.9	157837.9	157837.9	157837.9	157837.9	157837.9	157837.9	157837.9	1262703.2
UTILIDAD OPERACIONAL	72092.73	74392.04	76714.34	79059.86	81428.84	83821.51	86238.10	88678.86	642426.27
%	31	32	33	33	34	35	35	36	
IMPUESTO	27591.68	27867.59	28146.27	28427.73	28712.01	28999.13	29289.12	29582.01	228615.54
VENTAS+IVA	257522.31	260097.53	262698.51	265325.49	267978.75	270658.53	273365.12	276098.77	2133745.01

PRESUPUESTO ANUAL	
GASTOS DIRECTOS/ COSTOS FIJOS	157837.9
Requerimiento de insumo Mensual	45594.72
Sueldos Administrativos Mensuales	18000
Sueldos Operacionales Mensuales	43200
Arriendo	24000
Servicios Básicos Mensuales	18360
Gastos Otros 10%	8683.2

5.4 Punto de Equilibrio

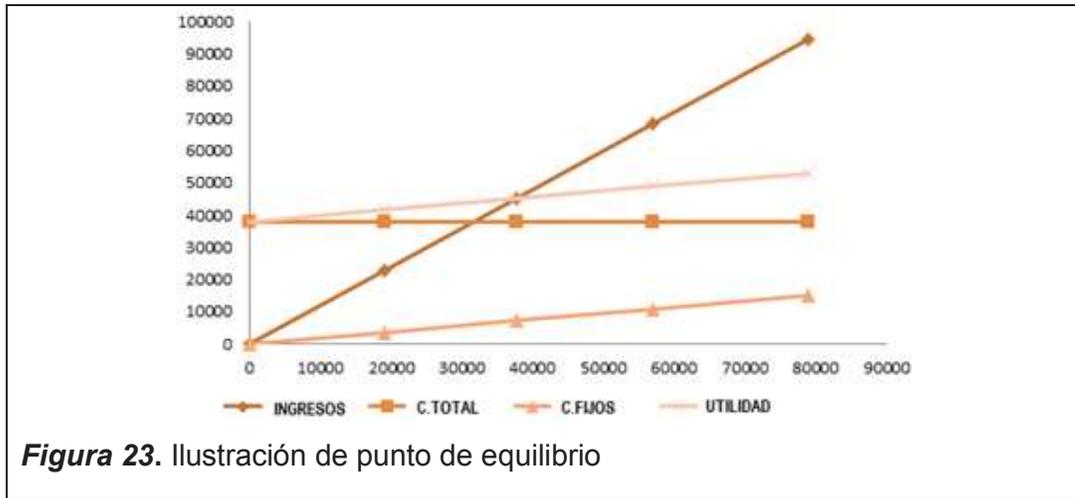


Tabla 16. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	
COSTOS TOTALES	18372.16
COSTOS FIJOS	13153.16
COSTOS VARIABLES DIFERIDOS	5219
PRECIO POR UNIDAD	3.87
Q DE UNIDADES PRDUCIDAS Y VENDIDAS	7426.7
VENTAS TOTALES	28741.329
UTILIDAD	10369.169

Nota 16. Cifras detalladas para encontrar el punto de equilibrio mensual

5.5 Precios de productos y costos

Tabla 17. Costos de producción y precios de venta

TABLA COSTOS DE PRODUCTOS									
#	POSTRE	Costo U. Neto	%Producción	Gastos Fijos 33 %	Precio	Ganancia	PVP	IVA	PVP Final
		Mano de Obra	Costos Directos	600% 300% 350%					
1	Espuma Quiteña	0.23	1	0.40	0.32	1.61	1.93	0.23184	2.16
2	Nogal	0.69	3	0.44	0.99	4.97	5.96	0.715392	6.68
3	Tika	0.49	2	0.35	0.66	3.31	3.97	0.47628	4.45
4	Miski	0.35	1	0.34	0.47	2.35	2.81	0.33768	3.15
5	Acineta	0.47	2	0.35	0.63	3.17	3.81	0.45684	4.26
6	Ada	0.46	2	0.35	0.62	3.11	3.73	0.44712	4.17
7	Andinia	1.37	6	0.39	1.90	9.52	11.43	1.371096	12.80
8	Barbosella	0.49	2	0.35	0.66	3.31	3.97	0.47628	4.45
9	Bollea	0.51	2	0.35	0.69	3.44	4.13	0.49572	4.63
10	Dichae	0.42	2	0.35	0.57	2.84	3.40	0.40824	3.81
11	Carolii	0.61	3	0.36	0.83	4.15	4.98	0.597312	5.57
12	Guacamayense	0.65	3	0.36	0.88	4.42	5.30	0.63648	5.94
13	Isis	1.68	7	0.40	2.35	11.76	14.11	1.69344	15.81
14	Lacustre	0.51	2	0.35	0.69	3.44	4.13	0.49572	4.63
15	Maculata	0.47	2	0.35	0.63	3.17	3.81	0.45684	4.26
CHOCOLATERIA									
1	Panecillo	0.14	1	0.34	0.19	0.38	0.56	0.067536	0.63
2	Basilica	0.23	1	0.34	0.31	0.62	0.92	0.110952	1.04
3	San Francisco	0.22	1	0.34	0.29	0.59	0.88	0.106128	0.99
4	Buen Pastor	0.2	1	0.34	0.27	0.54	0.80	0.09648	0.90
5	Colonial	0.16	1	0.34	0.21	0.43	0.64	0.077184	0.72
6	Catedral	0.2	1	0.34	0.27	0.54	0.80	0.09648	0.90
7	Ronda	0.21	1	0.34	0.28	0.56	0.84	0.101304	0.95
8	Independencia	0.19	1	0.34	0.25	0.51	0.76	0.091656	0.86
9	Compañía	0.13	1	0.34	0.17	0.35	0.52	0.062712	0.59
10	Cristal	0.23	1	0.34	0.31	0.62	0.92	0.110952	1.04
HELADERIA									
1	Puka	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
2	PassionKilu	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
3	Sisa Roja	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
4	Arte Shuyu	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
5	Nevado Yaku	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
6	Zarku Land	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
7	Allpa	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
8	Guanabana Mashi	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
9	Banana Yari	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
10	Mishki Alma	0.46	2	0.35	0.62	1.55	2.17	0.26082	2.43
BEBIDAS CLASICAS									
1	Colada Morada	0.16	1	0.34	0.21	0.54	0.75	0.090048	0.84
2	Yahuana	0.3	1	0.34	0.40	1.01	1.41	0.16884	1.58
3	Rosero	0.72	3	0.36	0.98	2.45	3.43	0.411264	3.84
4	Chocolate	1.36	6	0.39	1.89	4.73	6.62	0.793968	7.41
5	Canelazo Quiteno	1.12	5	0.38	1.55	3.86	5.41	0.649152	6.06
BEBIDAS ALCOHOLICAS									
1	Mitad el Mundo	1.86	8	0.41	2.62	5.25	7.87	0.944136	8.81
2	El Inca	1.4	6	0.39	1.95	3.89	5.84	0.70056	6.54
3	Picaflor	1.06	4	0.37	1.45	2.90	4.36	0.522792	4.88
	100% Producción	23.89			32.73	109.82	142.56	17.106624	159.66
					Precio + Costo de producción	Utilidad	PVP	IVA	PVP FINAL

5.6 Rol de Pagos

Tabla 18. Rol de Pagos YARI, Dulce Sentido

Area	#	Sueldo/mes	Total Mes	Total Año	Dec. 3	Dec.4	less	Fondos R	Alimentación	Total Prov.	Costo Total
ADMINISTRACION	2	1,500	1,500	18,000	1,500	850	2,187	1,500		6,157	24,157
Gerente General	1	800	800	9,600	800	450	1,166	800	60	3,276	12,936
Contador	1	700	700	8,400	700	400	1,021	700	60	2,881	11,341
OPERACIONES	8	2,800	3,600	43,200	3,600	2,688	5,249	3,600		15,497	58,697
Pasteleros	2	400	800	9,600	800	636	1,166	800	60	3,462	13,122
Supervisor	1	600	600	7,200	600	380	875	600	60	2,515	9,775
Saloneros	2	400	800	9,600	800	636	1,166	800	60	3,462	13,122
Bodequero	1	400	400	4,800	400	318	583	400	60	1,761	6,621
Cajero	1	400	400	4,800	400	318	583	400	60	1,761	6,621
Secretaria	1	600	600	7,200	600	400	875	600	60	2,535	9,795
TOTAL	10	4,300	5,100	61,200	5,100	3,538	7,436	5,100		21,654	82,854

Nota 18. Tabla referente al rol de pagos de los empleados, planificada a un año.

Tabla 19. Proyección de Ventas y producción

Proyección de Producción Mensual	CANTIDAD PRODUCCION	VALOR PROMEDIO	COSTO TOTAL
POSTRES	3229	5.16	16661.64
CHOCOLATERIA	323	0.76	245.404
HELADERIA	1615	2.17	3503.465
BEBIDAS CLASICAS	1292	3.52	4546.432
BEBIDAS ALCOHOLICAS	969	6.03	5841.261
TOTAL PROYECCION	7426.7	CANTIDAD \$	30798.202

Proyección de Producción a 8 años	CANTIDAD PRODUCCION	VALOR PROMEDIO	COSTO TOTAL
POSTRES	25832	5.16	133293.12
CHOCOLATERIA	2583	0.76	1963.232
HELADERIA	12916	2.17	28027.72
BEBIDAS CLASICAS	10333	3.52	36371.456
BEBIDAS ALCOHOLICAS	7750	6.03	46730.088
TOTAL PROYECCION	59413.6	CANTIDAD \$	246385.616

Nota 19. Detalla la proyección mensual y anual de cifras en producción y ventas.

5.7 Fuentes de Financiamiento

El financiamiento del proyecto YARI DULCE SENTIDO, se elaborará a través de un préstamo bancario al Banco Promérica.

Tabla 20. Préstamo Bancario

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	
Monto	62,887.00
Cuotas	\$5,552
Plazo	1 años
Taza de interés	10,78%
Total de interés	\$3,732

5.8 Calculadora de préstamos

Tabla 21. Tabla de calculadora de préstamo

Escriba los valores		Resumen del préstamo	
Importe del préstamo	62,887	Pago programado	\$5,552
Interés anual	10.78 %	# de pagos programados	12
Período del préstamo en años	1	Número real de pagos	12
Número de pagos anuales	12	Total de adelantos	\$0
Fecha inicial del préstamo	1/1/20015	Interés total	\$3,732
Pagos extra opcionales			

Entidad
financiera: BANCO PROMERICA

Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago total	Capital	Interés	Saldo final
1	2/1/2005	62,887	5,552	5,552	4,987	565	57,900
2	3/1/2005	57,900	5,552	5,552	5,031	520	52,869
3	4/1/2005	52,869	5,552	5,552	5,077	475	47,792
4	5/1/2005	47,792	5,552	5,552	5,122	429	42,670
5	6/1/2005	42,670	5,552	5,552	5,168	383	37,502
6	7/1/2005	37,502	5,552	5,552	5,215	337	32,287
7	8/1/2005	32,287	5,552	5,552	5,262	290	27,025
8	9/1/2005	27,025	5,552	5,552	5,309	243	21,717
9	10/1/2005	21,717	5,552	5,552	5,357	195	16,360
10	11/1/2005	16,360	5,552	5,552	5,405	147	10,955
11	12/1/2005	10,955	5,552	5,552	5,453	98	5,502
12	1/1/2006	5,502	5,552	5,502	5,453	49	0

Nota 21. Calculadora de préstamo que detalla el pago mensual e interés a la entidad financiera.

5.9 Depreciación de Activos Fijos

Es el valor depreciable que se otorga a un activo fijo a lo largo de su vida útil, por lo cual, en el siguiente cuadro se detalla la depreciación de nuestros muebles e inmuebles del establecimiento.

Tabla 22. Depreciación de Activos Fijos

Depreciación de Activos Fijos			
ACTIVOS	DESCRIPCION	VIDA UTIL	Tasa
Inmuebles	Infraestructura	20 años	5% anual
Muebles	Muebles, maquinaria, enseres de oficina y cocina	10 años	10% anual

Nota 22. Información tomada de la contadora Catalina Castell

6. Conclusiones y Recomendaciones VI

6.1 Conclusiones

- En conclusión el proyecto YARI Dulce Sentido, va a fortalecer la meta de aumentar en 1.4 millones de visitantes extranjeros del Ecuador.
- La atención a los turistas extranjeros proviene la mayor parte de visitantes de Colombia, Estados Unidos, Perú, España y Alemania. Lo cual es recomendable capacitar al personal, relacionando la cultura y lenguaje de dichos países para aumentar el nivel de servicio.
- La ventaja de la especialización de cocina dulce, es muy favorable ya que en el sector alimenticio existe poca competencia y no hay tanta demanda de este concepto cultural gastronómico.
- El consumo de nuestros productos emblemáticos tiene una gran acogida en el país tanto de turistas extranjeros como nacionales.
- Uno de los ingresos económicos al país es el TURISMO, una de las primeras fuerzas financieras.
- Las distintas estrategias para implementar el turismo cultural es una fortaleza del proyecto en sí, y ofrece la fidelidad del cliente.
- La organización de todo el personal es la clave para el funcionamiento correcto de procesos, siempre va a existir un control de calidad de atención al cliente.
- Las óptimas condiciones de los productos y servicios es un respaldo para que el turista extranjero y nacional se sienta orgulloso del Ecuador.
- El producto elaborado, tendrá un control de calidad constante para que el cliente obtenga su producto sin ningún problema.
- La higiene alimentaria es la clave para el proceso correcto del manejo de alimentos.
- La comunicación en el flujo de procesos es la clave para un desarrollo complementario.

6.2 Recomendaciones

- El mercado extranjero tiene su cultura más amplia, para este tipo de proyectos lo cual cómo va enfocado al turismo, es recomendable mejorar cada punto de calidad y precios.
- La innovación constante de postres es una recomendación clara para el beneficio de nuestro concepto cultural.
- Es recomendable fidelizar al cliente nacional, porque ellos serán nuestros clientes potenciales.
- Se necesita incrementar información local del establecimiento, para captar clientes extranjeros que visitan el lugar.
- La información turística adicional es el valor agregado del establecimiento, por lo cual incrementa ingresos por convenios turísticos.
- La ambientación temática del establecimiento cambiará conforme sean fechas festivas u homenajes culturales, se recomienda publicar y promocionar estos cambios, así generar visitas constantes.
- La recepción de la materia prima deberá ser controlada siempre, para mejorar las condiciones de procesos.
- Se recomienda tener personal bilingüe o capacitarlos para cuando existan visitas extranjeras, mejorando el servicio.
- Para el manejo de servicio al cliente, el personal será controlado por el supervisor, premiándolos con bonificación de acuerdo a su desempeño.
- Además, para controlar la calidad de servicio y productos, se recomienda realizar encuestas internas en el local o un buzón de sugerencias y recomendaciones.
- Para mejorar la vida útil de los activos fijos se exige una limpieza diaria de equipos controlado por el supervisor de área.
- La amabilidad por parte del personal de servicio es la base de un buen servicio, se recomienda generar capacitaciones.

REFERENCIAS

- Alcaide, C. y Martínez, E. *Marketing mix en el Sector de la Alimentación*. Recuperado el viernes 11 de octubre del 2013 de <http://www.marketing4food.com/marketing-mix-en-el-sector-de-la-alimentacion/>
- Delgado, P., Larco, A., García, C., Alcívar, R., Chilán, W. y Patiño, M., (2002). *Café en Ecuador*. Cali, Colombia: Feriva.
- Gonzales, J. (2011). *1,5 millones de turistas reciben Quito cada año*. Recuperado el viernes 11 de octubre del 2013 de <http://eluniverso.com/2011/11/30/1/1447/15-millones-turistas-recube-quito-cada-ano.html>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (11^a. ed.). México: PEARSON EDUCACION.
- Montes, E., Lloret, I., López, M. (2009). *Diseño Y Gestión de Cocinas*. (2^a. ed.). España: Ediciones Días de Santos.
- Nanclares, J. (2001). *Marketing y Planificación para Restaurantes*. Madrid, España: PARANINFO.
- relacioneslaborales. (s.f). Salarios 2013
Superintendencia de Compañías, folleto.
- Sánchez, C. (2005). *Cultivo y Producción de Plátanos*. Lima, Perú: Ediciones RIPALME
- UTEPI, (2007). *Cacao, Estudio Agroindustrial en el Ecuador: Competitividad de la Cadena de Valor y Perspectivas de Mercado*. Quito, Ecuador: Programa Integrado entre el Ministerio de Industrias y Competitividad y la Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial.

ANEXOS

Anexo 1: Minuta de Constitución
MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑIAS DE
RESPONSABILIDAD LIMITADA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen En el otorgamiento de esta escritura a la Srta. Jessica Carolina Chiluisa Segovia, cuyo domicilio ubicado en el Universo E9-52 y Shyris, de nacionalidad ecuatoriana y a la Sr. María del Carmen Segovia Cabrera cuyo domicilio ubicado en el Universo E9-52 y Shyris, de nacionalidad ecuatoriana, estado civil casado

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO I

Del Nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es YARI, Dulce Sentido.

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es Calle Chile 034-1 y Venezuela. Ciudad de Quito. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3º.- Objeto.- el objeto de la compañía consiste en la producción de postres y publicidad de información turística

*Dispuesto en el numeral 3º del Artículo 137 de la Ley de Compañías. Para la determinación de la afiliación de la compañía a la cámara de la producción respectiva, o para la obtención de uno o más informes previos favorables por parte de organismos públicos, ofrece una guía el folleto “**Instructivo para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías**” que puede solicitar en esta Institución.*

En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Art. 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 10 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II

Del Capital

Artículo 5º.- Capital y participaciones.- El capital social es de 8.000 *dólares de los Estados Unidos de América*, dividido en dos, participaciones sociales de 4.000 *dólares* de valor nominal cada una.

TITULO III

Del Gobierno y de la Administración

Artículo 6º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta (*En vez de la forma de convocatoria anterior, si se prefiere, podría adoptarse*

esta otra: La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella. El tiempo de intervalo entre la convocatoria y la junta, así como las demás precisiones son iguales a las ya indicadas).

Artículo 8º.- Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

Artículo 9º.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

Artículo 10º.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía de responsabilidad limitada.

Artículo 11º.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 12º.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período de un año, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;

- b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 13º.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período de un *año*, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

Disolución y Liquidación

Artículo 14º.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CUARTA.- APORTES.- *Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 137, numeral 7º, 103 ó 104, o uno y otro de estos dos últimos, según el caso. Si se estipulare*

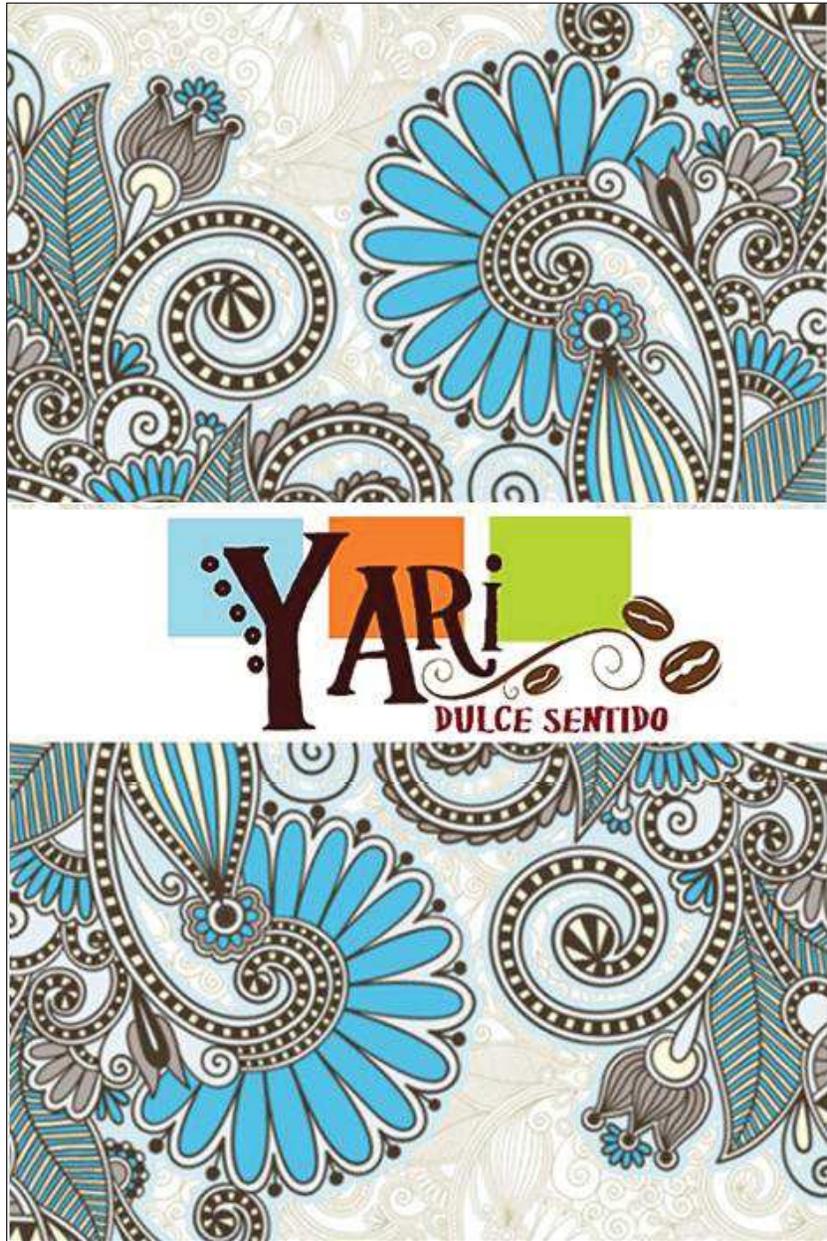
plazo para el pago del saldo deudor, este no podrá exceder de 12 meses contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 12º y 13º del estatuto, se designa como presidente (a) de la compañía al señor (o señora) *María del Carmen Segovia Cabrera*, y como gerente de la misma al (o a la) señor (o señora) *Jessica Carolina Chiluisa Segovia*, respectivamente.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor Áyax Suarez para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

Anexo 2: Diseño de Carta





Anexo 3 Menú

Menú

Yari, "Dulce Sentido" especializado en Alta Cocina Dulce, elabora postres con los más finos detalles, que harán de su paladar una experiencia única en sabor y textura.



Espuma Quiteña: Delicada espumilla perfumada en naranjilla.

Nogal: Delicioso dulce de higos en texturas.

Tika: Esponjoso de maracuyá perfumado con menta.

Miski: Tradicional torta de maqueño.

Acineta: Majestuoso arroz con leche y frutilla perfumadas.

Ada: Tersa torta de zapote perfumada con limón y frambuesa.

Andinia: Crujiente volteado de pina.

Barbosella: Delicada torta choco banana con aroma a menta.

Bollea: Tiernos pastelitos de zanahoria y canela.

Dichae: Delicada textura de chochos con quinua tostada.

Caroli: Dulce de babaco sobre una tierna textura de chocolate.

Guacamayense: Cremoso de ovito y chocolate.

Isis: Cautivador flan de uvillas perfumado en caramelo de vainilla y flores naturales.

Lacustre: Envoltura crujiente con toque a crema de almendras y tomate de árbol.

Maculata: Esponjoso chocolate ambateño con cristales de cereza perfumado en salsa de maracuyá.



Anexo 4 Publicidad



YARI
DULCE SENTIDO

● Esta noche gran presentación del grupo nacional instrumental "KUSICHA", y exhibición fotográfica "Montes y Valles" ●

Divierte en un ambiente cultural !!!



YARI
Dulce Sentido

Postre Ecuatoriano Gourmet
+ Jugo Natural = \$ 4,99

GRAN PROMOCIÓN



Comparta una experiencia
inolvidable!!

2x1 en cocteles y bebidas
acompañado de la mejor
música y los mejor en
Cocina Dulce





Gran Apertura



Exposicion fotografica

Orquideas

Muchas promociones

Sabor y Cultura



**Disfruta al ritmo
cultural del
Ecuador!!!**

Solo en



**La emocion de
sentir la fusion
de sabores**

y

texturas dulces

**Solo aqui
una experiencia
inolvidable!!**

Anexo 5 Recetas Estándares



Nombre de la receta:		Delicada espumilla perfumada en naranjilla		
No. Receta: 1		No. de porciones: 30 porciones	Peso por porción: 75 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
454	g	Azúcar	1. Hacer un almíbar punto hilo fuerte (agua y azúcar partes iguales). 2. Agregar la pulpa al almíbar y hervir 5 minutos más. 3. Batir las claras y agregar el almíbar en forma de hilo lentamente. 4. Para la tuile, mezclar homogéneamente los ingredientes, extender en un silpat y al horno 180 C por 15 minutos. 5. Decoración de chocolate.	0.45
250	ml	Agua		0
250	ml	pulpa de naranjilla		0.87
5	u	Claras		0.75
Tuile				
200	g	azúcar impalpable		0.2
200	g	Claras		0.3
200	g	Harina		0.39
200	g	mantequilla		1
Decoración				
300	g	chocolate	3	
2253	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
Costo Total Materia Prima			6.96	
Costo Porción			0.23	
P.V.P +IVA			2.16	



Nombre de la receta:		Delicioso dulce de higos en texturas		
No. Receta: 2		No. de porciones: 15 porciones	Peso por porción: 133 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
170	g	Azúcar en polvo	1. Batir queso crema, requesón,	0.58
350	g	requesón	Y azúcar.	2.5
250	g	queso crema	2. Incorporar los huevos uno por uno.	2.11
10	g	harina	3. Incorporar la crema de leche.	0.01
5	g	gelatina s/s	4. Agregar el harina, gelatina,	0.1
5	u	huevos	amaretto y vainilla.	0.75
250	ml	crema de leche	5. Hornear a 145 C por 45 min.	1.6
10	ml	amaretto		0.13
Decoración				
550	g	dulce de higos		2.1
0,100	g	queso fresco		0.5
1995	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	10.38
Costo Porción	0.69			
P.V.P +IVA	6.68			
Notas: Montaje base de cheesecake, higos gratinados, espuma de queso, menta y salsa.				



Nombre de la receta:		Esponjoso de maracuyá perfumado con menta		
No. Receta: 3		No. de porciones: 20 porciones	Peso por porción: 140 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
360	g	Pulpa de maracuyá	1. Realizar un sabayón	1.08
100	g	Mantequilla sin sal	Con los huevos, azúcar y	0.81
120	g	huevos	Mantequilla.	0.32
390	g	azúcar	2. Batir la crema $\frac{3}{4}$	0.27
30	g	Gelatina s/s	3. Hidratar la gelatina en	0.62
150	g	agua	La pulpa.	
1000	g	Crema de leche	4. Mezclar de forma	5.5
250	g	chocolate pastillas	Envolvente la pulpa al	1.25
			Sabayón y la crema.	
2760	g	PESO TOTAL	6. Refrigerar.	
Fotografía:				
			Costo Total	9.85
			Costo Porción	0.49
			P.V.P +IVA	4.45
Notas: Montaje base de bizcochuelo genoise, almíbar de menta, esponjoso de maracuyá, fresas y decoración de cono de chocolate.				



Nombre de la receta:		Torta de maqueño			
No. Receta: 4		No. de porciones: 15 porciones		Peso por porción: 100 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO	
6	u	maqueños	1. Hacer puré los maqueños	1.2	
6	u	yemas	2. Agregar las yemas, azúcar,	0.97	
185	g	azúcar	mantequilla, queso y vainilla	0.16	
45	g	mantequilla	3. Cernir el polvo de hornear y	0.36	
22	g	esencia de vainilla	La maicena y agregar la preparación	0.18	
150	g	queso fresco	4. Incorporar de forma	0.98	
45	g	maicena	Envolver las claras montadas	0.15	
22	g	polvo de hornear	5. En un molde con mantequilla	0.12	
6	u	claras	hornear a 350 F por 40 min.	1.2	
1509	g	PESO TOTAL			
Fotografía:					
				Costo Total	5.39
				Costo Porción	0.35
				P.V.P +IVA	3.15

Notas: Montaje disco de mini torta de maqueño, chocolate negro, crocante de maqueño y salsa de mora.



CANTIDAD		U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
210		g	arroz	1. Colocar la leche, canela,	0.4
1500		ml	Leche entera	Sal, piel de naranja y el	1.51
7		g	sal	Arroz bien lavado por 1hr.	0.1
20		g	Rama de canela	2. Realizar un almíbar para	0.42
30		g	Piel de naranja	las frutillas y perfumar en	0.16
125		g	azúcar	ron.	0.11
50		g	Pasas	3. Retirar la canela y piel	0.23
75		g	Frutillas	De naranja, agregar el	0.75
15		g	Mantequilla	Azúcar y pasas.	0.12
125		g	Leche condensada	4. Por último la leche	3
15		g	Esencia vainilla	Condensada y la vainilla.	0.12
15		g	ron	5. Decoración chocolate	0.21
2187		g	PESO TOTAL		
Fotografía:					
					Costo Total
Costo Porción	0.47				
P.V.P +IVA	4.26				
Notas: Montaje en shot, salseado de caramelo y fresas					



Nombre de la receta:		Helado de paila receta básica		
No. Receta: 6		No. de porciones: 10 porciones	Peso por porción: 113 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
300	g	pulpa	1. Realizar un almíbar e	0.45
150	g	azúcar almíbar	Incorporar la pulpa y el	0.3
150	g	agua almíbar	Azúcar.	
20	g	claras punto nieve	2. Mezclar la clara para dar	0.14
10	g	azúcar	mas cuerpo	0.12
250	g	chocolate	3. En la paila de bronce	3
250	g	bizcocho	Con hielo seco mover la	0.60
			Mezcla hasta obtener una	
			Textura semisólida y	
			Suave	
			4. Refrigerar.	
1130	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
				
			Costo Total	4.61
			Costo Porción	0.46
			P.V.P +IVA	2.43
Notas: Montaje sobre bizcochuelo genoise en almíbar de hierbabuena y frambuesas, decoración de chocolate, menta y fresas				



Nombre de la receta:		Tersa torta de zapote perfumada con limón y frambuesas		
No. Receta: 7		No. de porciones: 6	Peso por porción: 150g porciones	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Torta de Zapote				
2	u	huevos	1. Batir la mantequilla y el	0.15
72	g	harina	Azúcar hasta cremar.	0.11
72	g	azúcar	2. Mezclar los huevos uno	0.06
36	g	mantequilla	Por uno y la pulpa.	0.29
50	g	pulpa de zapote	3.Finalmente el harina y	2
250	g	Frambuesas	Hornear a 180 C.	2
100	ml	Almíbar de limón		0.2
300	g	chocolate		3.42
1000	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
				
		Costo Total		8.23
		Costo Porción		1.37
		P.V.P +IVA		4.17
Notas: Montaje disco de torta con crema de limón, frambuesas frescas y decoración hoja de chocolate.				



Nombre de la receta: Crujiente volteado de pina

No. Receta: 8 **No. de porciones:** 6 porciones **Peso por porción:** 137 g

CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	g	azúcar	1. Blanquear mantequilla	0.13
150	g	Mantequilla s/s	Y azúcar	1.22
180	g	Harina	2. Incorporar los huevos	0.29
270	g	Huevos	Uno por uno	0.8
50	g	Piña	3. Anadir los ingredientes	0.11
10	g	Polvo de hornear	Secos de forma envolvente.	0.2
15	ml	ron	4. Saltear la piña con	0.21
			Azúcar y ron	
			5. Cubrir la base del	
			Molde con las piñas y la	
			.mezcla.	
825	g	PESO TOTAL	6. Hornear por 45 min.	
Fotografía:			A 180C.	
			Costo Total	2.96
		Costo Porción	0.49	
		P.V.P +IVA	12.80	

Notas: Montaje sobre bizcochuelo y frutas maceradas en salsa de mora. Decoración de menta, chocolate y fresas.



Nombre de la receta:		Delicada torta choco banana con aroma a menta		
No. Receta: 9		No. de porciones: 7	Peso por porción: 159 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
200	g	bananos	1. Blanquear huevos y	0.16
200	g	Azúcar blanca	Azúcar.	0.18
150	g	harina	2. Mezclar leche, aceite y	0.24
8	g	bicarbonato	Los bananos aplastados.	0.02
100	ml	leche	3. Incorporar los	0.10
100	ml	Aceite	Ingredientes secos.	0.23
108	g	huevos	3. Hornear por 45 min.	0.32
50	g	Cocoa amarga	A 180C.	0.4
80	g	Frambuesas		0.8
100	g	Chocolate		0.91
20	g	Menta fresca		0.25
1116	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
				
			Costo Total	3.61
		Costo Porción	0.51	
		P.V.P +IVA	4.45	
Notas: Montaje del bizcochuelo cubierto de ganache, maracuyá y disco de chocolate blanco.				



Nombre de la receta:		Tiernos Pastelillos de zanahoria y canela		
No. Receta: 10		No. de porciones: 5 porciones		Peso por porción: 140g
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
150	g	Zanahoria	1. Blanquear yemas y	0.09
90	g	Aceite vegetal	Azúcar.	0.21
150	g	Harina	2. Agregar los ingredientes	0.24
150	g	Azúcar blanca	Secos y el aceite	0.13
9	g	Polvo de hornear	3. Incorporar la zanahoria	0.09
6	g	Canela molida	Nueces y pasas.	0.12
30	g	Pasas	4. Batir las claras y mezclar	0.14
30	g	Nueces	Envolvermente.	0.56
72	g	Huevos	4. Hornear por 45 min.	0.32
2	g	Sal	A 180C.	0.01
6	g	Ralladura de naranja		0.10
9	ml	coñac		0.13
705	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	2.14
Costo Porción	0.42			
P.V.P +IVA	4.63			



CANTIDAD		U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
125		g	Harina	1.Cremar mantequilla y	0.20
125		g	Harina de quinua	Panela.	0.25
125		ml	Leche	2.Anadir las yemas una	0.12
150		g	Huevos	Por una.	0.48
125		g	Mantequilla	3.Mezclar los secos	1.01
125		g	Cocoa	Intercalando con la leche.	0.9
125		g	Panela	5.Agregar los chochos y	0.26
125		g	Chocos picados	La esencia de vainilla.	0.4
15		g	Polvo de hornear	6.Por último las claras	0.3
10		g	Esencia de vainilla	montadas.	0.08
50		g	Quinoa tostada	7.Hornear 45 min a	0.27
1050			PESO TOTAL	180C.	
Fotografía:					
					
				Costo Total	4.27
Costo Porción	0.61				
P.V.P +IVA	3.81				
Notas: Montaje bizcochuelo rectangular, perfumada en almíbar de maracuyá, uvillas y menta fresca, decoración espiral de chocolate					



Nombre de la receta:		Cremosos de ovito y chocolate		
No. Receta: 13		No. de porciones: 5 porciones	Peso por porción: 160 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Cremoso de chocolate			1. Derretir el chocolate y	
80	g	Merengue italiano	Mezclar de forma	0.8
150	g	Chocolate	Envolvente con la crema	1.71
80	g	Crema 3/4	Y el merengue.	0.44
200	g	Chocolate blanco	2. Colocar en moldes y	2.38
Cremoso de ovito			Refrigerar.	
80	g	Merengue italiano	1. Hidratar la gelatina con	0.8
150	g	Pulpa de ovito	5 veces más de su peso en	2
80	g	Crema 3/4	Agua y mezclar a la pulpa	0.44
12	g	Gelatina s/s	2. Mezclar de forma	0.24
832	g	PESO TOTAL	Envolvente al merengue y	
			Crema.	
Fotografía:			3. En moldes refrigerar	
			Con el cremoso de	
			Chocolate	
			Costo Total	8.41
			Costo Porción	1.68
			P.V.P +IVA	5.94
Notas: Montaje circular de cremoso y decoración de chocolate.				



Nombre de la receta:		Cautivador flan de uvillas perfumado en caramelo de vainilla y flores naturales		
No. Receta: 14		No. de porciones: 10 porciones	Peso por porción: 165 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
750	g	Pulpa de uvilla	1.Batir las claras, añadir	2
250	g	Crema de leche	Las yemas el azúcar y	1.37
4	u	Huevos	La crema hasta tener una	0.64
30	g	Gelatina s/s	Textura napa.	0.62
125	g	Agua tibia	2.Agregar la pulpa y la	
250	g	Azúcar	Gelatina hidratada.	0.22
Caramelo de vainilla			3.Refrigerar	
150	g	azúcar	4.Hacer el caramelo de	0.13
50	g	Agua	Vainilla y decorar con	
8	g	glucosa	Flores naturales	0.08
5	g	Esencia de vainilla		0.04
1645	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
				
			Costo Total	5.14
		Costo Porción	0.51	
		P.V.P +IVA	15.81	
Notas: Montaje del flan en molde con decoración de caramelo y chocolate.				



Nombre de la receta:		Envoltura crujiente con toque a crema de almendras y tomate de árbol		
No. Receta: 15		No. de porciones: 10 porciones	Peso por porción: 148 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
300	g	Tomate árbol	1.Realizar una compota	0.48
300	g	azúcar	Con el tomate de árbol.	0.27
20	g	Canela	2.Para la crema de	0.42
8	g	Zumo de limón	Almendras batir los huevos	0.1
500	g	Masa de hojaldre	Y el azúcar agregar la	5
Crema de almendras			Leche y el polvo de	
200	g	Polvo de almendras	Almendras.	2.4
3	u	huevos	3.Para el armado estirar	0.48
50	g	azúcar	La masa de hojaldre y	0.04
100	ml	leche	Cortar en rectángulos,	0.10
			Llenar de la crema y la	
1480	g	PESO TOTAL	Compota.	
Fotografía:			4.Cubrir y humedecer	
			Con huevo.	
			5.Hornear 20 min a 145 C	
			Costo Total	4.79
			Costo Porción	0.47
			P.V.P +IVA	4.63
Notas: Montaje circular con una trufa blanca y decoraciones de chocolate.				

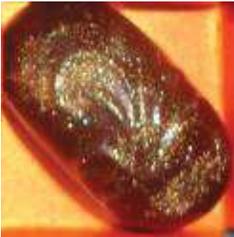


Nombre de la receta:		Esponjoso chocolate ambateño con cristales de cereza perfumado en salsa de maracuyá		
No. Receta: 16		No. de porciones: 8 porciones	Peso por porción: 150 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
300	g	Chocolate ambateño	1. Derretir el chocolate y	2
3	u	Yemas	Anadir las yemas.	0.48
100	g	Crema 3/4	2. Mezclar de forma	0.55
100	g	Merengue italiano	Envolver el merengue y	1
200	g	Cerezas frescas	La crema.	0.99
Caramelo			3. Colocar en tazas para	
150	g	azúcar	Tinto y refrigerar.	1.35
50	g	Agua	4. Cubrir las cerezas con	
8	g	glucosa	El caramelo y decorar	0.1
Salsa de maracuyá			Con chocolate blanco	
100	g	Pulpa de maracuyá		3
100	g	azúcar		0.09
1220	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	9.56
		Costo Porción	1.19	
		P.V.P +IVA	4.26	



Nombre de la receta:		Bombones de fondant y reducción de vinagre balsámico y frambuesas.		
No. Receta: 17		No. de porciones: 60 porciones	Peso por porción: 20 g	
CANTID	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Fondant			1.Realizar un sirope de	
300	g	azúcar	105C.	0.27
12	g	glucosa	2.Colocar en el mármol	0.09
100	ml	Agua	Y enfriarlo con técnica	
Coulis			De templado.	
300	g	Pulpa de frambuesas	4. Batir con escudo	3
50	ml	Vinagre balsámico	Hasta formar una masa	0.28
100	g	azúcar	Elástica.	0.09
Cubierta			1.Reducir el vinagre con el	
500	g	Chocolate semi amargo	Azúcar hasta la mitad,	4.88
			1. Rellenar los bombones	
1200	g	PESO TOTAL	Con el coulis y el fondant	
Fotografía			Cubrir con el chocolate	
			Semi amargo.	
		Costo Total	8.61	
		Costo Porción	0.14	
		P.V.P +IVA	0.63	
Notas: Montaje con técnica de color rosado sobre los moldes.				



CANTIDAD		U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Ganache de maracuyá				1. Derretir el chocolate	
400		g	Chocolate con leche	Y mezclar con la pulpa,	4.56
80		g	Pulpa de maracuyá	Mantequilla y albahaca	0.8
40		g	Mantequilla s/s	Finamente picada.	0.32
20		g	Albahaca fresca		0.20
Cobertura				1. Rellenar los bombones	
600		g	Chocolate con leche	Con el ganache.	6.84
110		g	PESO TOTAL		
Fotografía:					
					
				Costo Total	12.72
				Costo Porción	0.23
				P.V.P +IVA	1.04
Notas: Montaje con escarcha dorada comestible					



CANTIDAD		U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Nombre de la receta: Bombones de café y amaretto					
No. Receta: 19		No. de porciones: 55 porciones		Peso por porción: 20g	
Ganache de café					
400		g	Chocolate semi amargo	1.Disolver el café en la	3.9
160		g	Crema de leche	Crema de leche.	0.88
8		g	Café soluble	2.Derretir el chocolate	0.26
10		g	glucosa	Y mezclar con la	0.1
200		ml	Reducción de amaretto	Glucosa.	2.24
Cobertura					
500		g	Chocolate semi amargo	3.Rellenar los bombones	4.88
				Con reducción del	
				Licor y el ganache.	
1100		g	PESO TOTAL		
Fotografía:					
					
				Costo Total	12.26
				Costo Porción	0.22
				P.V.P +IVA	0.99
Notas: Montaje decoración escarcha comestible					



CANTIDAD		U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Nombre de la receta:		Bombones de limón y flores			
No. Receta: 20		No. de porciones: 55 porciones		Peso por porción: 20 g	
Ganache de limón					
400		g	Chocolate blanco	1.Derretir el chocolate y	4.76
80		g	Zumo de limón	Agregar el zumo, la	0.08
40		g	Mantequilla	Mantequilla derretida y	0.32
10		g	Flores orgánicas	Las flores picadas	0.5
Cobertura					
500		g	Chocolate blanco	2.Rellenar los bombones	
				Con el ganache.	5.62
1100		G	PESO TOTAL		
Fotografía:					
					
				Costo Total	11.28
				Costo Porción	0.20
				P.V.P +IVA	0.90
Notas: Montaje decoración labrado de chocolate negro.					



CANTIDAD		U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Nombre de la receta:		Trufas de praliné de maní y uvilla confitada			
No. Receta: 21		No. de porciones: 67 porciones		Peso por porción: 20 g	
Ganache				1.Hacer un caramelo	
400		G	Chocolate semi amargo	Y mezclar con el maní	3.9
200		G	Crema de leche	2.Enfriar el caramelo	1.10
50		G	azúcar	Y licuar.	0.04
4		G	glucosa	3.Mezclar la crema y	0.04
20		G	agua	El chocolate derretido	
70		G	maní	Emulsionando bien.	0.39
100		G	Uvilla confitada	4.Agregar el praliné	1
Cobertura				De maní y las uvillas.	
500		G	Chocolate semi amargo	5.Enfriar el ganache y	4.88
				Formar bolitas de 2cm	
1344		G	PESO TOTAL	De ancho aproximado.	
Fotografía: 				6.Bañar las trufas en la	
				Cobertura.	
				Costo Total	11.35
			Costo Porción	0.16	
			P.V.P +IVA	0.72	
Notas: Montaje decoración escarcha comestible.					



Nombre de la receta:		Bombones de praliné de tocte y arazá.		
No. Receta: 22		No. de porciones: 67 porciones	Peso por porción: 20 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Ganache			1.Hacer un caramelo y	
400	g	Chocolate semi amargo	Añadir el tocte , enfriar	3.90
100	g	Crema de leche	2. Licuar.	0.55
50	g	azúcar	3.Mezclar la crema y el	0.04
4	g	glucosa	Chocolate derretido con	0.04
20	g	agua	La pulpa, finalmente	
70	g	tocte	Agregar el praliné	1
100	g	Pulpa de arazá	4.Rellenar los bombones	3
Cobertura			Con el ganache.	
500	g	Chocolate semi amargo		4.88
1344	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	13.41
			Costo Porción	0.20
			P.V.P +IVA	0.90
Notas:				



Nombre de la receta:		Trufas de corte de guanábana y hierbabuena		
No. Receta: 23		No. de porciones: 60 porciones	Peso por porción: 20 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Ganache			1. Derretir el chocolate	
400	g	Chocolate blanco	Emulsionando con la	4.76
150	g	Pulpa de guanábana	Pulpa caliente y por	2
40	g	mantequilla	Ultimo la mantequilla y	0.32
5	g	Hierbabuena fresca	La hierbabuena picada.	0.03
			2. Colocar el ganache en	
Cobertura			Un molde y enfriar.	
600	g	Chocolate semi amargo	3. Cortar el ganache en	5.85
			Triángulos y bañar con	
			chocolate semi amargo.	
			4. Decorar con un	
			lineado	
1205	g	PESO TOTAL	De chocolate blanco	
Fotografía:			Muy fino.	
				
			Costo Total	12.96
			Costo Porción	0.21
			P.V.P +IVA	0.95
Notas: Montaje escarcha comestible azul.				



Nombre de la receta:		Trufas de crema de cacao y naranja		
No. Receta: 24		No. de porciones: 50 porciones	Peso por porción: 20 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Ganache				
400	g	Chocolate al 70 %	1.Fundir el chocolate y	4
150	g	Mantequilla sin sal	Agregar la crema de cacao	1.22
50	g	Crema de cacao	Por último la mantequilla y	0.59
5	g	Ralladura de naranja	La ralladura de naranja.	0.15
			2. Emulsionar.	
Cobertura				
400	g	Chocolate semi amargo	1.Formar bolitas con el ganache frio de 2cm.	3.90
			2.Bañar las trufas en el	
			Chocolate y decorar.	
1000	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
				
			Costo Total	9.86
		Costo Porción	0.19	
		P.V.P +IVA	0.86	
Notas: Montaje de escarcha comestible dorada y labrado de chocolate				



Nombre de la receta:		Deliciosos montoncitos de tocte, almendra y naranja		
No. Receta:25		No. de porciones: 32 porciones	Peso por porción: 25 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
300	g	Azúcar	1.Realizar un caramelo	0.27
12	g	Glucosa	Añadiendo la almendra,	0.12
100	g	Agua	El tocte pelado y picado	
75	g	Almendras	Conjunto con las	0.60
75	g	Tocte	Cascaras de naranja.	1
50	g	Cascaras de naranja confitada	2.Realizar montoncitos de 25 g y bañar con el	0.5
200	g	Chocolate semi amargo	Chocolate.	1.95
812	g	PESO TOTAL		
Fotografía: 				
			Costo Total	4.44
			Costo Porción	0.13
			P.V.P +IVA	0.59
Notas: Montaje simple				



Nombre de la receta:		Bombones de dulce de babaco y vainilla		
No. Receta: 26		No. de porciones: 60 porciones	Peso por porción: 25 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Compota				
200	g	Babaco picado	1.Realizar una compota	0.31
200	g	Azúcar	Con el babaco picado	0.18
3	g	Canela	En dado pequeño.	0.06
Ganache				
500	g	Chocolate con leche	2.Infusionar la vainilla	5.7
210	g	Crema de leche	En la crema de leche y	1.15
1	u	Vaina de vainilla	Mezclar con el chocolate	1
Cobertura				
600	g	Chocolate semi amargo	3.Formar los bombones	5.85
			Rellenando de un dado	
1500	g	PESO TOTAL	Pequeño de babaco y el	
Fotografía: 			Ganache de vainilla	
			Costo Total	14.25
			Costo Porción	0.23
		P.V.P +IVA	1.04	
Notas:				



Nombre de la receta:		Bebidas Clásicas Colada Morada		
No. Receta: 27		No. de porciones: 50 porciones	Peso por porción: 150 ml	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
3000	ml	agua	1.Cocinar todos los	
450	g	Pulpa de mora	Ingredientes durante 20	0.40
240	g	Pulpa de mortiño	Minutos.	0.30
480	g	Pulpa de naranjilla	2.Disolver en agua fría la	0.45
4	u	Clavo de olor	Maicena y verter en la	0.01
2	u	Rama de canela	Preparación anterior.	0.03
2	u	ishpingo	3.Anadir por último la	0.10
1	u	ataco	Fruta y dejar que se	0.15
6	u	cedrón	Ponga suave y servir	0.25
6	u	Hojas de naranja	Fría o caliente.	0.15
3	u	Hierbaluisa		0.30
480	g	Maicena		0.75
720	g	Azúcar		0.80
480	g	Babaco y pina		1.25
700	g	Duraznos y frutillas		3.50
7730	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	8.44
			Costo Porción	0.16
			P.V.P +IVA	0.84



Nombre de la receta:		Bebida clásica Yahuana de Frutas		
No. Receta: 28		No. de porciones: 22 porciones	Peso por porción: 150 ml	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
1500	ml	agua	1.Cocinar las ramas de	
500	g	azúcar	Ataco y mezclar al almíbar	0.50
1	u	Ishpingo y canela	De la preparación con las	0.03
3	u	Pimienta dulce	Especias.	0.03
3	u	Clavo de olor	2.Hacer una colada de	0.03
5	u	Ramas de ataco	Achira y extraer el jugo	0.05
250	g	Almidón de achira	De naranjilla.	0.80
250	g	Babaco maduro	3.Mezclar los jugos al	1.20
250	g	Pina madura	Almíbar y por ultimo	2.00
325	g	Naranjilla	las frutas	0.80
300	g	Jugo de naranja	4. Servir bien frio.	1.25
3375	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	6.69
			Costo Porción	0.30
			P.V.P +IVA	1.58
Notas:				



Nombre de la receta:		Bebida Clásica Rosero		
No. Receta: 29		No. de porciones: 20 porciones	Peso por porción: 200ml	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
450	g	Mote cocinado	1.Picar el mote en laminas	3.50
450	g	azúcar	Finas y cocinar en agua	0.70
3000	ml	Agua fría	Por 10 min.	
4	u	Clavo de olor	2.Realizar un sachet con	0.04
2	u	Ramas de canela	Todas las especias.	0.10
2	u	Hojas de naranja	3.Licuar la pulpa de	0.15
2	u	Hojas de arrayan	Naranja con la mitad de las	0.12
450	g	Pina y babaco	Frutas.	2.50
450	g	chamburo	4.Agregar las frutas a este	4.00
450	g	frutilla	Licuada con el mote y	2.30
240	g	Pulpa de naranja	Hervir por 5 min. mas	1.00
5490	g	PESO TOTAL	5. Servir frio.	
Fotografía:				
			Costo Total	14.41
			Costo Porción	0.72
			P.V.P +IVA	3.84
Notas:				



Nombre de la receta:		Bebida clásica Chocolate ambateño		
No. Receta: 30		No. de porciones:4	Peso por porción:120 ml	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
120	g	azúcar	1.Hervir la canela, clavo	0.80
5	u	Clavo de olor	De olor y el chocolate	0.05
5	u	Rama de canela	Disuelto en el agua.	0.10
150	ml	leche	2.Agregar la leche y dejar	1.50
120	g	Chocolate ambateño	Hervir 10 minutos más. Servir caliente con queso	3.00
120	ml	agua	Mozzarella.	
510	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	5.45
			Costo Porción	1.36
			P.V.P +IVA	7.41
Notas:				



Nombre de la receta:		Bebida clásica Canelazo quiteño frío y caliente		
No. Receta: 31		No. de porciones: 3 porciones	Peso por porción: 180 g	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
500	ml	agua	1. Infusionar los ingredientes	
2	u	naranjillas	Por 10 min.	0.80
30	g	azúcar	2. Licuar y colar.	0.10
1	u	Rama de canela	3. Servir caliente.	0.10
1	g	anís	Canelazo Frío	0.01
1	u	Clavo de olor	1. Congelar la preparación	0.05
30	g	Canela en polvo	Anterior.	0.30
20	ml	aguardiente	2. Licuar con aguardiente	2.00
			Y espolvorear canela en	
			Polvo.	
580	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	3.36
			Costo Porción	1.12
			P.V.P +IVA	6.06
Notas:				



Nombre de la receta:		Bebida Clásica Coctel Mitad del Mundo		
No. Receta: 32		No. de porciones: 3 porciones	Peso por porción: 100 ml	
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
60	ml	aguardiente	1.Mezclar en una coctelera	4.00
120	ml	Jugo de maracuyá	Los ingredientes con hielo	0.80
120	ml	Jugo de pina	Y servir en una copa de	0.80
			Martini escarchada	
300	g	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	5.60
			Costo Porción	1.86
			P.V.P +IVA	8.81
Notas: Montaje copa Martini escarchada con una tajada de limón de decoración.				



Nombre de la receta:		Bebida clásica Coctel El Inca		
No. Receta: 33		No. de porciones: 1 porción		Peso por porción: 90 ml
CANTIDAD	U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
30	ml	Aguardiente pájaro azul	1. Anadir el aguardiente	0.60
10	ml	tequila	Y el hielo picado.	0.40
3	ml	curacao	2. Remover y agregar	0.40
			El tequila y el toque	
			De curacao	
			3. Servir y decorar	
			Con limón.	
43	ml	PESO TOTAL		
Fotografía:				
			Costo Total	1.40
			Costo Porción	1.40
			P.V.P +IVA	6.54
Notas:				



CANTIDAD		U / M	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
Nombre de la receta:		Bebida clásica Coctel Picaflor			
No. Receta: 34		No. de porciones: 1 porción		Peso por porción: 100 ml	
30	ml	Pájaro azul	1.En una coctelera, meter los		0.80
60	ml	Té verde	Ingredientes, batir y servir		0.10
10	g	Hielo	Decorando con cascara de		0.10
1	u	Rodaja de limón	Limón y mortiño		0.01
5	g	azúcar			0.05
100	g	PESO TOTAL			
Fotografía:					
				Costo Total	1.06
				Costo Porción	1.06
				P.V.P +IVA	4.88
Notas:					

Anexo 6 Cotizaciones Generales

CORPORACION EL ROSADO S.A.

PROFORMA No. C-044624

ALMACEN: 0054 FERRISARIATO QUITO

NOMBRE DEL

CLIENTE: YARI. DULCE SENTIDO S.A

RUC: 1719046961

DIRECCION EL BATAN

TELEFONO: 98592065

FECHA DE

EMISION: SABADO 01 DE FEBRERO 2014928832

DETALLE:

ARTICULO	DESCRIPCION	MARCA	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
00X7363779	COMEDOR 5 PIEZAS CURVO MADERA CAFÉ		10	249.11	2491.1
94949170	TABURETE ALCATRAZ GR SURTIDO	SIN MARCA	10	37.41	374.1
94151526	SILLA SEVILLA CAFÉ	SIN MARCA	40	31.16	1246.4
00Z6264145	LAMP DE TECHO 3 LUCES BAS/CUADRADO	TINKO	5	35.7	178.5
94947391	ANAQUEL DOFICINA 3 PUERTAS	BRIKO	2	66.87	133.74
00X7212581	ESCRITORIO WENGUE 2 CAJONES	INVAL	2	178.56	357.12
00A69622725	TV 46 : TEKNO LED FULL HD	TEKNO	1	713.39	713.39
00Y2015930	TACHO ACE INOX 3 LITROS	ZHIYUE	4	8.92	35.68
SUBTOTAL					5530.03
IVA 12%					663.6
TOTAL					6193.63

TOTAL ITEMS: 74

LA EMPRESA SE RESEVA EL DERECHO DE VARIAR LOS PRECIOS SIN PREVIO AVISO

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

EMITIDO POR: NAVIAL



CONFECCIONAMOS UNIFORMES PARA INSTITUCIONES
HOTELERAS Y GASTRONOMICAS
CENTRO COMERCIAL UNICORNIO- LOCAL 309
Almacén: 593 2464-567
Fabrica: 593 2401-144
www.mychefcity.com
chefcity@gmail.com
chefcity2000@yahoo.com

COTIZACIÓN

FECHA: 17 de Julio del 2013
DE: Chef City Clothing
PARA: YARI DULCE SENTIDO
ATENCION: JESSICA CHILUISA
FAX
e-mail carito151515@hotmail.com

CANT.	ARTICULO PEDIDO	P. UNID.	TOTAL
10	Chaquetas narda, color a definir, bordado nombre	29,00	290,00
10	Chaquetas Suizas color definir	29,00	290,00
20	Pantalones tipo calentador negro americano raya gruesa	21,00	420,00
4	Delantales en V color a definir	9,00	36,00
50	Unidades de mallas importadas no descartables	1,50	75,00
1	Digitacion de logotipo (una sola vez)	10,00	10,00
1	Bordado logotipo por cotizar		
		TOTAL	1121,00
		ABONO	0,00
		SALDO	1121,00

CONDICIONES COMERCIALES

Validez: 30 DIAS CALENDARIO
Entrega: A convenir
Pago: 50% entrada 50% contra entrega

Patricio Sampedro
VENTAS
02 2401-144
09 8598-352

TERMALIMEX CIA. LTDA.

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

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

PROFORMA: 0018032

Cliente : YARI S.A

Quito, 04 de Julio del 2013

Contacto :

Dirección : UNIVERSO Y SHYRIS

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 1709055105001

TELEFONO : 2244026

Cod. Vendedor : MA

Pag. 1 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Batidora amasadora industrial THUNDERBIRD ARM-02 de fabricación Taiwanese, 20 cuartos de galón de capacidad, de tres velocidades, equipada con motor de 3/4 HP, tazón de acero inoxidable, un batidor globo de alambre, un batidor plano, y un batidor de gancho. Espec. eléctrica 115/60/1	1.758,24	0,00	1.758,24
2	1	Horno Industrial de convección IMPERIAL ICVGP de fabricación americana, un compartimento con capacidad para albergar entre 5 y 12 latas, unidad provista de cinco repisas. Operación a gas con capacidad de calentamiento de 70.000 BTU. Puerta frontal con una hoja de vidrio. Control de temperatura de 150 a 500°F. Motor de ventilación de 1/2 HP de dos velocidades. Dimensiones 96.5 x 102.2 x 152.4 cms. Espec. eléctrica 120/60/1	5.605,20	0,00	5.605,20
3	1	Cocina de fabricación nacional CO-3 provista de 3 quemadores de 40 x 40 cm cada uno y entrepaño	718,20	0,00	718,20
4	1	Dispensador refrigerado de agua y jugo CRATHCO D35-4, tres contenedores independientes con capacidad para cinco galones cada uno, sistema de refrigeración autocontenido, bomba independiente para recirculación del líquido. Especificaciones eléctricas 120/60/1.	1.437,50	0,00	1.437,50
5	1	Refrigerador Industrial TRUE T-23 de fabricación americana, un compartimento con capacidad para 23 pies cúbicos, sistema de refrigeración autocontenido de 1/3 HP, una puerta, tres repisas de alambre con recubrimiento en PVC, luz interior, termómetro exterior. Frente y piso interior de acero inoxidable, laterales, parte trasera y superior en aluminio anodizado. Interior en aluminio anodizado color blanco. Dimensiones 68.6x75.0x199.1 cms. Espec. eléctrica 115/60/1	4.355,97	0,00	4.355,97
6	1	Congelador Industrial TRUE T-23F de fabricación americana, un compartimento con capacidad para 23 pies cúbicos, sistema de refrigeración autocontenido de 1/2 HP, una puerta, tres repisas de alambre con recubrimiento en PVC, luz interior, termómetro exterior. Frente y piso interior de acero inoxidable, laterales, parte trasera y superior en aluminio anodizado. Interior en aluminio anodizado color blanco. Dimensiones 68.6x75.0x199.1 cms. Espec. eléctrica 115/60/1	5.714,88	0,00	5.714,88
7	1	Exhibidor refrigerado ANVIL DFC1200, capacidad 310 lts. Fabricación de acero inoxidable. Viene con 2 cajones ajustables, iluminación interior y en base. Display digital y control de temperatura, Defrost automático. Especificación eléctrica 120/60/1	2.927,34	0,00	2.927,34
8	3	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KP26, de 6 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 575 watts, espec elec 120/60/1	500,69	0,00	1.502,07
9	7	Tazón HALCO S779 fabricado de acero inoxidable de 13 Qt. de capacidad.	13,49	0,00	94,43
10	3	Tazón HALCO S781 fabricado de acero inoxidable de 20 Qt. de capacidad.	25,49	0,00	76,47
11	10	Tazón UPDATE U-MB-75 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3/4 Qt.	1,19	0,00	11,90
12	20	Bandeja para hornear ADVANCE 18-8A-26 fabricada de aluminio, calibre 18 de 45.7 x 66.0 cms.	16,02	0,00	320,40
13	5	Molde flexible de silicona SILIKOMART SF002/C en forma de media esfera. Soporta temperaturas de -60°C hasta 230°C. Contiene 6 unidades de 7cm de diámetro x 3.5cm de altura	10,41	0,00	52,05
14	5	MOLDE SILI MEDIA ESFERA 75 h X 40 mm SILIKOMART SF086/C	14,85	0,00	74,25

TERMALIMEX CIA. LTDA.

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

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA: 0018032**

Cliente : YARI S.A

Quito, 04 de Julio del 2013

Contacto :

Dirección : UNIVERSO Y SHYRIS

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 1709055105001

TELEFONO : 2244026

Cod. Vendedor : MA

Pag. 2 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
15	1	Molde chocolate tipo "cuadrado"JBP K501, unidad fabricada de policarbonato con capacidad para 28 figuras.	43,60	0,00	43,60
16	2	Brocha SILIKOMART ACC023/AR con cerdas de silicona, color tomate, resistente a temperaturas de hasta 230°C. Unidad de 21 cms	5,21	0,00	10,42
17	7	Espátula para alta temperatura UPDATE U-RSC-14HR, hoja de silicona resistente a temperaturas de hasta 500°F, mango de polipropileno. Longitud 14".	6,36	0,00	44,52
18	4	Espatula pastelera TRAMONTINA 24681/182 12" (30.8cms) mango plástico	7,24	0,00	28,96
19	2	Espátula de pastelería ATECO 1385, hoja curva de 4 1/2" x 3/4".	4,37	0,00	8,74
20	3	Espátula de pastelería ATECO 1314, hoja de 14" x 2", mango plástico.	17,13	0,00	51,39
21	1	Set de boquillas para pastelería ATECO 783 fabricadas de acero inoxidable, 55 piezas.	58,92	0,00	58,92
22	4	Cuchillo tipo sierra TRAMONTINA 24627/080 10" (25.4 cms.), mango plástico.	7,41	0,00	29,64
23	3	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24609/080 10" (25.4 cms.), mango plástico.	11,16	0,00	33,48
24	3	Puntilla TRAMONTINA 24625/084 4" (10.1 cms.), mango plástico.	2,21	0,00	6,63
25	5	Tabla de picar UPDATE U-CB-1520 fabricada en polietileno de 38.1 x 50.8 x1.3 cm., color blanco.	18,28	0,00	91,40
26	20	MANGA DESECHABLE ATECO 4685, LARGO 18", POLIETILENO, SET 10	5,95	0,00	119,00
27	1	Molde para chocolate "Tortuga" MATFER 382043 fabricado de policarbonato.	35,42	0,00	35,42
28	4	Esterilla antiadherente MATFER 321003, resistente desde -40°C hasta 300°C. Dimensiones 62 x 42 cm.	37,31	0,00	149,24
29	1	Batidor - dispensador de crema chantilly ISI 1703, recipiente s/s de 1 lts. de capacidad. Incluye tres boquillas plásticas, porta - cartucho, tapa y cepillo de limpieza.	139,91	0,00	139,91
30	1	Cápsula de gas para dispensadores de crema chantilly ISI 87, caja de 10 unidades.	7,19	0,00	7,19
31	2	Guante alta temperatura UPDATE U-TEC-17 de 17", resistentes a temperaturas hasta 600 grados F	4,42	0,00	8,84
32	2	Espátula raspadora de tazón ATECO 1320 fabricado en plástico color blanco. (13011)	1,46	0,00	2,92
33	5	Cacerola UPDATE U-ASP-7 fabricada en aluminio de 7 Qt de capacidad.	26,75	0,00	133,75
34	1	Sartén VOLLRATH 67912 fabricado de aluminio en acabado natural de 30.5 cm de diámetro, mango aislado.	40,49	0,00	40,49
35	2	Pinza utilitaria HALCO 3511EH, extra heavy fabricada en acero inoxidable de 24.1 cm. de longitud	2,18	0,00	4,36
36	5	Batidor frances VOLLRATH 47284 fabricado en acero inoxidable de 46 cm. longitud.	17,86	0,00	89,30
37	6	Cucharón de una pieza UPDATE U-LOP-60 fabricado de acero inoxidable de 6 onza de capacidad.	3,23	0,00	19,38

TERMALIMEX CIA. LTDA.

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

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA:

0018032

Cliente : YARI S.A

Quito, 04 de Julio del 2013

Contacto :

Dirección : UNIVERSO Y SHYRIS

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 1709055105001

TELEFONO : 2244026

Cod. Vendedor : MA

Pag. 3 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
38	6	Cuchareta sólida convencional de servicio HALCO 2770 fabricada de acero inoxidable pulido de 38.1 cms. de longitud.	2,41	0,00	14,46
39	2	Rodillo de aluminio UPDATE, U-RPA-3515, 8.89cm de diametro, 38 cm de longitud	40,24	0,00	80,48
40	1	Máquina de café expreso y/o capuchino NUOVA SIMONELLI OSCAR de fabricación italiana. Unidad de un grupo, tanque de agua para llenado manual con capacidad de 2.3 lts., unidad provista de tubo de vapor a 360°C y porta tazas superior para 12 tacitas, terminado en ABS extra resistente. Especific. eléctrica 115/60/1	988,21	0,00	988,21
41	100	Vaso LUMINARC 42441 fabricado de vidrio templado de 11-1/2 onz. de capacidad.	1,74	0,00	174,00
42	20	Jarro cervecero BORMIOLI 1.33430, de 12 3/4onz de capacidad, 37.9cl	3,28	0,00	65,60
43	30	Taza BORMIOLI 4.05824, color blanco de 2 3/4 onz de capacidad.	1,07	0,00	32,10
44	30	Plato para taza BORMIOLI 4.05843 de 11.0 cms. de diámetro, color blanco.	0,94	0,00	28,20
45	100	Plato Postre ARCOPAL H3658	6,67	0,00	667,00
46	30	Copa cervecera BORMIOLI 1.6270, de 13 onz de capacidad, 38.5Cl	2,96	0,00	88,80
47	100	Tenedor de mesa tipo europeo UPDATE U-RE-111 fabricado en acero inoxidable.	2,48	0,00	248,00
48	100	Cuchillo de mesa tipo europeo UPDATE U-RE-112 fabricado en acero inoxidable.	2,46	0,00	246,00
49	50	Cucharita café expreso UPDATE U-RE-100 fabricada en acero inoxidable.	1,14	0,00	57,00
50	30	Cuchara té UPDATE U-RE-101 fabricada en acero inoxidable.	1,39	0,00	41,70
			SUBTOTAL:		28.537,95
			DSCTO. :		0,00
			SUBTOTAL :		28.537,95
			TRANSPORTE:		0,00
			I.V.A. 12 %:		3.424,55
			TOTAL :		31.962,50

CONDICIONES DE COMPRA VENTA:

FORMA DE PAGO:

* A CONVENIR

PLAZO DE ENTREGA:

* INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA

LUGAR DE ENTREGA:

* BODEGAS DE TERMALIMEX QUITO.

VALIDEZ DE LA OFERTA:

* 15 DIAS A PARTIR DE LA PRESENTE

ATENTAMENTE,

MARIA AUGUSTA AMORES

DPTO.COMERCIAL

TERMALIMEX

TELF: 2275912

Anexo 7 Plano de Superficies













