



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

IMPLEMENTACIÓN DE UNA CHOCOLATERÍA ARTESANAL SOSTENIBLE DE BOMBONES
RELLENOS DE SABORES ECUATORIANOS, UBICADA EN EL SECTOR DEL CLUB TENIS
BUENA VISTA ENTRE LA CALLE FRANCISCO CAICEDO Y AV. EDMUNDO CARVAJAL

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

Profesora Guía
Gabriela Jácome

Autora
María Augusta Veintimilla Santos

Año
2015

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

Gabriela Jácome
Master en Socio Antropología de la Alimentación
C.C.0801646704

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

María Augusta Veintimilla Santos
C.C. 1716767718

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia por su Apoyo y paciencia, en especial a mí Madre quien ha sido mi pilar, Ha corregido mis errores y ha celebrado mis triunfos.

A Pepe por su comprensión, Apoyo y cariño incondicional.

De igual manera agradezco a mis Profesores por todas sus enseñanzas.

DEDICATORIA

Con mucho cariño para mis padres,
Este trabajo es gracias a ustedes.
Y para mi abuelito Nicolás, que aun
habiendo partido durante mi
formación profesional siempre me
lleno de bendiciones.

RESUMEN

El cacao ecuatoriano ha sido uno de los productos más importantes en la economía del Ecuador desde el primer “Boom” Cacaotero que fue entre 1840 – 1890 por cinco décadas se dio el auge en las exportaciones de cacao, lo que ayudo a fortalecer las plantaciones que se encontraban en la costa del Ecuador, en mayor cantidad en la cuenca del río Guayas. El origen de la planta cacaotera es atribuido a la región amazónica en la cuenca alta del río Amazonas, pero se considera que crece muy bien en la costa ecuatoriana.

XOCO 0° 0' 0" Chocolatería Artesanal, es una microempresa que está enfocada a ofrecer el servicio de venta de bombones rellenos con sabores característicos del Ecuador tanto dulces como salados y festivos. De manera indirecta se busca dar a los clientes que visiten XOCO 0° 0' 0", una concientización de consumir productos nacionales y artesanales, para poder desarrollar el concepto de sustentabilidad en el trabajar directamente con pequeños productores locales, así como presentar los diferentes métodos de transformación que tiene que pasar el cacao para poder ser un chocolate de buena calidad.

Para presentar a los clientes bombones con alta calidad, XOCO 0° 0' 0" se basa en el uso de recetas estándar, en las que se puede verificar la cantidad de ingredientes que se debe utilizar así como el procedimiento para cada distinto relleno.

A demás después de realizar todos los análisis financieros se concluye que el negocio es factible, el precio establecido cubre los costos de materia prima, mano de obra y costos fijos que son requeridos para realizar la producción de bombones.

ABSTRACT

Ecuadorian cacao has been one of the most important products in the economy of Ecuador since the first Cocoa “Boom” which was in the year 1840-1890 for five decades the rise in cocoa exports occurred, which helped strengthen the plantation that were on the coast of Ecuador, in greater quantity in the basin of the Guayas River. The origin of the cocoa plant is attributed to the Amazon region in the upper basin of the Amazon River, but it is considered that grow very well in the Ecuadorian coast.

XOCO 0° 0' 0" Artisan Chocolate is a small business that is focused on offering the service of selling chocolates filled with different flavors such as sweets, salty and the festivity one. Indirectly XOCO 0° 0' 0" seeks to give the customers that visit the establishment, an awareness of consuming national and craft products, to develop the concept of sustainability in working directly with small local producers, as well to present the different methods of transformation that cocoa passes to be a good quality chocolate.

To present customers high quality chocolates, XOCO 0° 0' 0", is based on the use of standard recipes, in which each employee can verify the amount of ingredients to be used and the procedure of the different fillings.

After making all financial analysis, can conclude that the business is feasible, the price set covers the cost of raw material, labor and overhead costs that are required for the production of chocolates.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO TEÓRICO	3
1.1 HISTORIA DEL CACAO	4
1.2 VARIEDADES DE CACAO ECUATORIANO	5
1.2.1 CACAO NACIONAL O FINO DE AROMA.....	5
1.2.1.1 DENOMINACIÓN DE ORIGEN.....	6
1.2.2 CACAO CCN-51 (COLECCIÓN CASTRO NARANJAL)	6
1.3 TRANSFORMACIÓN DE CACAO A CHOCOLATE	7
1.4 TÉCNICAS DE MANEJO DE CHOCOLATE	9
2. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	12
2.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	12
2.1.1 VISIÓN	12
2.1.2 MISIÓN	12
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO.....	13
2.2.1 NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	14
2.2.2 LOCALIZACIÓN.....	14
2.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO	14
2.3.1 FACTORES ECONÓMICOS.....	15
2.3.2 FACTORES CULTURALES	15
2.3.3 FACTORES NORMATIVOS.....	15
2.3.3.1 MARCO LEGAL	16
2.3.4 FACTORES TECNOLÓGICOS.....	16
2.4 MATRIZ FODA.....	17
2.4.1 ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD.....	18
2.4.2 VENTAJAS COMPETITIVAS.....	19
3. PLAN OPERATIVO	20
3.1 FASES DE PLANIFICACIÓN	20
3.1.1 PLAN TÉCNICO.....	20

3.1.1.1 LOGO.....	20
3.1.1.2 MARCA	21
3.1.1.3 CONCEPTO.....	21
3.1.1.4 RECETAS	22
3.1.1.5 MENÚ.....	23
3.1.2 DEFINIR LA CAPACIDAD INSTALADA.....	25
3.1.2.1 CUADRO DE INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS.....	26
3.1.2.2 DEFINIR TECNOLOGÍA Y EQUIPAMIENTO.....	28
3.1.2.3 DEFINIR LAS NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA	29
3.1.2.3.1 PLANO DE DISTRIBUCIÓN.....	30
3.1.2.4 DIAGRAMA DEL MACRO-PROCESO ACTUAL.....	31
3.1.2.5 CADENA DE VALOR	33
3.1.2.6 ANÁLISIS INTERNO	35
3.2 PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	35
3.2.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA	36
3.2.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	36
3.2.2.1 ORGANIGRAMA DEL PERSONAL.....	39
4. ESTUDIO DE MERCADO	40
4.1 ESTUDIO DE MERCADO	40
4.1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	41
4.1.1.1 OBJETIVOS	41
4.1.1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	41
4.1.2 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA.....	42
4.1.3 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA.....	42
4.1.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	43
4.1.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	46
5. PLAN DE MARKETING.....	51
5.1 PLAN DE MARKETING.....	51
5.1.1 OBJETIVOS.....	51
5.1.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	52

5.1.2.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO	52
5.1.2.2 ESTRATEGIA DE PRECIO	53
5.1.2.3 ESTRATEGIA DE PLAZA	55
5.1.2.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	56
5.1.2.5 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	57
5.1.2.6 ESTRATEGIA DE PERSONA	58
5.1.2.7 ESTRATEGIA DE PARTNERS	59
5.1.2.8 ESTRATEGIA DE PROCESOS	59
6. PLAN FINANCIERO	62
6.1 PLAN FINANCIERO	62
6.1.1 INVERSIÓN PROYECTADA PARA LA APERTURA DEL NEGOCIO	69
6.1.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	71
6.1.3 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	72
6.1.4 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
Conclusiones	85
Recomendaciones	86
REFERENCIAS	87
ANEXOS	91

INTRODUCCIÓN

Al considerar que el chocolate es uno de los productos de mayor consumo a nivel mundial, por su gran aceptación y su sabor incomparable es necesario promover el consumo de productos desarrollados con chocolate, principalmente de manera artesanal y sobre todo sostenible para lograr un posicionamiento a nivel nacional de lo que el Ecuador como principal productor de cacao tiene para ofrecer.

Al introducir bombones de chocolate artesanal con rellenos de sabores del Ecuador se pretende generar el consumo de productos de sal y dulces mezclados para causar sensaciones únicas. El concepto que se quiere manejar es único y original y la vez innovador, esto se reflejara en los sabores que se darán a los bombones con esta mezcla.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Definir qué tan atractivo es para el mercado objetivo tener como opción una chocolatería, que tenga una oferta de bombones con chocolate artesanal, rellenos de sabores del Ecuador; así como determinar cuál en que parte el producto cumpliría con las expectativas para ser una de las primeras opciones al momento de consumir bombones.

JUSTIFICACIÓN

Este es un proyecto innovador que va a ayudar de manera directa e indirecta a que el cacao ecuatoriano sea reconocido y acogido por los ecuatorianos así como por extranjeros. Esto con el fin de dar a conocer resultados de estudios recientes de que existen rastros de cacao en la población Mayo-Chinchipec, esto antes que los mayas. Con el chocolate artesanal, resultado de diversos procesos que se elaborarían a partir de la cosecha de cacao CCN – 51 se

elaboraran diversos tipos de bombones rellenos de sabores del Ecuador; que crearan una mezcla de sensaciones en quienes los prueben.

Esto con el fin de dar a conocer a quienes gustan del chocolate y sus variedades, una visión distinta al incorporar un chocolate artesanal a una elaboración de bombones de molde.

El fin adicional de este proyecto es poder ser de gran ayuda para los temas académicos referentes al cacao ecuatoriano en investigaciones dentro de la Universidad de las Américas; con el fin de dar a conocer niveles de exportación, sabores y temperaturas por los que el cacao ecuatoriano es considerado el mejor para el mundo al transformarlo en chocolate.

OBJETIVOS

GENERAL

Crear de una chocolatería artesanal y sustentable en la que se oferten bombones de chocolate rellenos de sabores del Ecuador.

ESPECÍFICOS

Determinar las características que debería tener el producto.

Investigar las preferencias del consumidor y la calidad del producto

Establecer que empresas son competencia y el posicionamiento de estas.

Identificar el precio que el mercado objetivo estaría dispuesto a pagar por un producto innovador ecuatoriano.

Utilizar métodos artesanales para la producción de los bombones de molde.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES

El cacao ecuatoriano ha sido uno de los productos más importantes en la economía del Ecuador desde el primer “Boom” Cacaotero que fue en el año 1840 – 1890 por cinco décadas se dio el auge en las exportaciones de cacao, lo que ayudo a fortalecer las plantaciones que se encontraban en la costa del Ecuador, en mayor cantidad en la cuenca del río Guayas. Con el aumento de la exportación la economía de la época creció considerablemente, esto dio lugar al inicio de la industrialización que marcaría la regionalización entre Costa y Sierra.

Durante las cinco décadas que duro el primer boom cacaotero la producción de cacao sobrepaso el millón de toneladas anuales, esto dio la oportunidad al Ecuador en convertirse en el principal productor mundial.

Para ubicar el segundo boom cacaotero del Ecuador durante los años 1890 – 1910, manteniendo un margen de 15 años para comprender la incorporación del cacao en el mercado mundial, en países como Alemania y Francia para posteriormente desplazarse a España y al norte Europa.

Ecuador exporta desde enero de 2012 hasta julio de 2014, según datos oficiales de Pro Ecuador en conjunto con el Ministerio de Comercio Exterior en el 2012 la exportación fue de 89, 545 toneladas alcanzando en el 2014 las 111, 206 toneladas de cacao y elaborados; alcanzando un elevado número 343, 046 FOB miles de dólares. Uno de los principales países destinos del cacao y sus elaborados es Estados Unidos, en segundo lugar se encuentra Malasia, tercero Alemania, cuarto los Países Bajos (Holanda) y México en quinto lugar; estos son considerados como lo más importantes.

Para (Castañeda, E. (s, f)) FOB o Free on Board, es el término utilizado en la cotización de los precios, significa que es el costo de la mercancía puesta a bordo en el barco, con todos los gastos, derechos, impuestos y riesgos a cargo del vendedor hasta el momento en que la mercancía ha pasado la borda del barco.

1.1 HISTORIA DEL CACAO

El cacao es perteneciente a la planta del *Theobroma cacao L*, planta que proviene de un árbol pequeño, que mide aproximadamente entre 4 y 8 metros de altura, este siendo referencia de un árbol cacaotero cultivado; mientras que el árbol silvestre de cacao puede alcanzar hasta los entre los 15 y 20 m de altura. El origen de esta planta es atribuido a la región amazónica en la cuenca alta del río Amazonas, y es predominante en África, de donde se cree que salió para México, Brasil y Centro América, lo que no se conoce con certeza es como esta planta llegó a Trinidad, de donde viene la variación de cacao trinitario, una de las variedades considerada como una de las mejores, esto porque tiene mayor resistencia a enfermedades, insectos y plagas que pueden dañar a las mazorcas de cacao, flores, árboles e incluso plantaciones.

Estos son árboles que no pueden desarrollarse en temperaturas superiores a los 20°C, en suelos húmedos con presencia de aire y sombra, la sombra es buscada por el mismo árbol cacaotero; como dice (Schuhmacher, K., Forsthofer, L., Rizzi, S. & Teubner, C. (1996, p.24)) ... “Sólo las plantas jóvenes, que no han desarrollado todavía su techo de hojas, necesitan acogerse a la sombra de otras plantas...y generalmente es una planta útil, como el plátano, el baobab y el limonero”. Los árboles cacaoteros empiezan a dar frutos o a florecer a partir del quinto año, llegando a ser plenamente productivo en el décimo año. Los frutos del árbol cacaotero son conocidos como “bayas” o “mazorcas”, según (Bau, F. (2006, p.24)) “... Con cada lluvia fuerte se produce una floración y, 6 meses más tarde, el árbol exhibe las mazorcas que han logrado desarrollarse y madurar.” Las mazorcas tienen un

peso aproximado de 300 gr y 500 gr, las cuales miden entre 15 y 30 cm de largo entre 7 a 10 cm de grosor; dentro de estas mazorcas existen por lo general entre 30 y 40 semillas con pulpa de cacao. Estas semillas son del tamaño de una almendra, tienen un largo aproximado de 2 a 3 cm, son consideradas amargas y con una pulpa de color blanco y cambiante al ser comido. Cada uno de los árboles cacaoteros tiene una producción aproximada anual de entre 2 y 3 kilos de granos de cacao.

1.2 VARIEDADES DE CACAO ECUATORIANO

Las variantes de cacao ecuatoriano son Nacional o Fino de Aroma, CCN – 51 (Colección Castro Naranjal) y Forastero, dentro de estas variantes, la gran mayoría son cultivadas en la parte costera del país, en lo que comprende a las provincias de Los Ríos, Guayas, El Oro, existen provincias de la Sierra ecuatoriana con sus partes más cálidas en donde también se cultiva cacao como Cotopaxi, Bolívar, Pichincha, entre otras; en el Anexo 1 - Mapa Cacaotero del Ecuador se podrá ubicar con mayor facilidad las provincias productoras de cacao.

Con últimos estudios se ha podido determinar la existencia de vestigios que datan de hace 4000 años, antes que los mayas, en donde la cultura Mayo Chinchipe ubicada en la zona actual de Zamora Chinchipe, ya habrían utilizado en cacao en sus comidas, como bebidas e incluso como parte de su alimentación. Para (Guerrero, G. (2014, Junio)): “En el país se cultivan dos tipos de cacao: el Cacao CCN-51 y el denominado Cacao Nacional. Es un Cacao Fino de Aroma y conocido como “**Arriba**”, desde la época colonial. Ecuador es el país con la mayor participación en este segmento el mercado mundial (un 63% de acuerdo con las estadísticas de Pro Ecuador)”.

1.2.1 CACAO NACIONAL O FINO DE AROMA

El cacao nacional o fino de aroma de nuestro país apenas llega a tener como lo dice Anecacao “únicamente 5% de la producción mundial”. Este tipo de cacao

es considerado como uno de los más refinados gracias a sus características distintivas en aroma y en sabor, es por esta razón que es utilizado para catas y para la elaboración de chocolates refinados.

En el 2008, Ecuador obtuvo la primera denominación de origen (DO), este es un reconocimiento que engrandece la calidad de un determinado producto que tiene características establecidas como lo viene siendo el Cacao Nacional.

1.2.1.1 DENOMINACIÓN DE ORIGEN

“Es una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado... Utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos”. (Benítez, A (2011))

La denominación de origen para (Benítez, A (2011)) es “una herramienta para conservar la calidad del cacao fino y de aroma y promover su comercio internacional”; las ventajas de esta denominación dará un valor agregado, un posicionamiento más que adecuado en el mercado internacional lo que generara un reconocimiento en los mercados que han considerado al cacao del Ecuador como uno de los más exclusivos y hará que su precio refleje la calidad y la originalidad de producto que se ofertara.

Para el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual “Las denominaciones de origen, son un tipo de signo distintivo. ...Ecuador tiene algunos de esos productos como por ejemplo, los mencionados sombreros de Montecristi, el Cacao de Arriba...”

1.2.2 CACAO CCN-51 (COLECCIÓN CASTRO NARANJAL)

El cacao de la Colección Castro Naranjal 51; el nombre de Colección Castro Naranjal se debe al agrónomo ecuatoriano Homero Castro quien realizo un

injerto con varias cepas de cacao intentando crear un cacao resistente a plagas y enfermedades comunes de esta planta, entre las cepas que se usaron para la creación de este injerto están “IQUITOS (Ecuatoriano-Peruano 45,4%), Criollo (Amazonía, 22,2%) y Amelonado (Ghana y Centroamérica 21,5%)”. Este tipo de cacao es considerado de alta productividad y gran rendimiento lo han hecho posicionarse en el mercado internacional, pues para muchos no tiene el aroma y el sabor del cacao de arriba pero tiene otras características. Se considera que la producción de este cacao se quintuplico entre los años 2005 y 2013, paso de 20 000 toneladas a 100 000 toneladas anuales de producción.

1.3 TRANSFORMACIÓN DE CACAO A CHOCOLATE

Los procesos de transformación de cacao a chocolate artesanal empiezan por la *cosecha*, en donde los frutos maduros se encuentran bajos, y pueden ser recogidos a mano o con la ayuda de una herramienta como el machete, en caso de que los frutos maduros no hayan bajado lo suficiente, se podría considerar que el fruto no se encuentra todavía lo suficiente maduro. Se debe tomar en cuenta que al momento de la recolección de los frutos, se debe garantizar el especial cuidado al realizar los cortes en la parte inicial de la mazorca, así como también se los examinara para eliminar los frutos que presenten algún tipo de enfermedad visible, o aquellos en los que la fruta por dentro se sienta “hueca”.

Para extraer las habas o almendras de cacao, se debe partir la mazorca con un golpe seco en el centro para que se pueda trocear y proceder a retirar a mano los granos, una vez que se ha realizado este proceso, se debe revisar que no existan fragmentos de mazorca puesto que podría alterar el sabor de los granos; para avanzar con el proceso de *fermentación* que es en donde las semillas, en algunos casos cubiertas por las hojas del mismo árbol o por las hojas del árbol de plátano, empezaran a fermentar su pulpa, mientras se la remueve diariamente por un período aproximado de cinco a siete días, entendiéndose que esto puede variar según el tipo de cacao y las condiciones

climáticas. En este proceso las semillas desarrollaran los principales aromas del cacao y suavizaran el amargo natural de la misma, cambiaran su color natural a uno marrón.

El *secado* es el siguiente proceso a seguir después de la fermentación, este cumple dos funciones específicas, ((Bau, F. (2006, p. 26)) ... “reducir el contenido en agua para permitir la conservación del cacao fermentado..., aportar el calor natural que favorecerá la creación de los aromas de tipo frutos secos o pan tostado a través de reacciones naturales y complejas.” Esto se puede realizar al aire libre y con directa relación a los rayos del sol. Las semillas fermentadas se deben estirar sobre mallas o esteras, en donde no pueden sobrepasar de ocho a diez centímetros de alto, las semillas deben ser removidas constantemente si esto no sucede, no correrá suficiente aire y dentro de las semillas existirá la posibilidad del crecimiento moho, lo que dañaría las semillas y por ende el producto; el tiempo adecuado para este proceso puede ser de una semana o semana y media. A partir del cumplimiento de este tiempo considerado apto se puede iniciar con la selección de granos de cacao, momento en el cual se inicia la *depuración* es decir se retiran palitos, piedras y demás impurezas.

Para continuar con el proceso de *torrefacción o tostado* en el cual los granos de cacao empezaran a desarrollar sus aromas propios y darán el sabor de lo que se conoce como <chocolate>, el proceso de torrefacción según (Bau, F. (2006, p. 28)) ... “torrefacción lenta a baja temperatura... torrefacción controlada de 45-50 minutos...”, una temperatura considera como baja e ideal para los granos de cacao va entre los 100°C y 150°C, una vez que se cumple el tiempo, se deben enfriar removiendo los granos para poder pelarlos. El siguiente proceso a cumplir es el *triturado* de los granos, en el que se eliminan las cascarras de los granos, y se los tritura, de la trituración se obtienen pequeñas pepitas de cacao; con las que se realizara la *mezcla* con lo componentes que se consideren brindaran mejor sabor y aroma a la pasta de cacao, aquí se puede incorporar azúcar, leche en polvo, y diversos ingredientes más, con lo

que el sabor será más parecido al chocolate. La mezcla que se obtiene será líquida y deberá poner sobre moldes para que se enfríe, tome forma y pueda ser utilizado, este último proceso es el de *moldeado*.

1.4 TÉCNICAS DE MANEJO DE CHOCOLATE

Para la elaboración de bombones, se debe tener en cuenta que el chocolate que se ha obtenido de manera artesanal tiene que ser almacenado en un lugar donde los aromas no puedan alterar el del chocolate, tiene que ser seco y sin humedad.

Para la elaboración de bombones lo primero que se debe realizar es el templado de chocolate que dos métodos distintos uno es el de tableo y el otro el de vacunación; el más utilizado es el de tableo como lo dice (Schuhmacher et al, (1996, p.52))

... “es el más común, pues es rápido... aproximadamente la mitad de la cobertura caliente y fundida (hasta 40°C) se tablea sobre una placa de mármol o acero (tablear: extender sobre una mesa o tablero), es decir, se remueve con una paleta o una espátula hasta que empieza a solidificarse. En ese momento hay que recurrir al resto de la cobertura caliente.”

La temperatura de templado de chocolate subirá hasta un punto máximo de entre 40 – 45°C donde después bajara a 28-29°C para volver a subir a 31°C, es en esta parte donde los cristales del chocolate generan brillo, se mantienen más en boca, es decir su sabor será más prolongado y serán más resistentes a los cambios de temperatura.

Los bombones rellenos o bombones de molde es un método también conocido como vaciado de bombones pues queda una capa muy fina de chocolate y en el vacío es donde el relleno debe ser el principal atractivo por su variedad de

sabores. Los utensilios que se utilizan para este tipo de bombones son moldes especiales de policarbonato, cuentan con mayor firmeza y brindan mayor estabilidad que los de plástico al momento de eliminar burbujas; las espátulas para templar son fundamentales así como mangas pasteleras para los distintos rellenos de ganache.

Las diferentes etapas o pasos a seguir en los bombones rellenos empiezan con el templado de chocolate, relleno del molde con chocolate, retirando el exceso con una espátula, dar ligeros golpes en los bordes del molde para eliminar burbujas que pueden quedar; voltear el molde y dejar que el exceso de cobertura caiga hasta que su goteo sea muy ligero y suave, esta primera capa se debe dejar enfriar hasta que este sólido. Una vez que la primera capa de bombones se ha enfriado se debe retirar el exceso de los bordes de cada bombón. El relleno se realizará con ayuda de una manga pastelera, para poder manejar de mejor manera la cantidad que se debe poner en cada cavidad de los bombones, se debe dejar enfriar el relleno y se procederá a cubrir los bombones con el resto de chocolate fundido, se retirara el exceso y se procederá a enfriar para posteriormente desmoldar.

El desmoldado de bombones se lo realiza con un ligero golpe en el borde del molde, así cada bombón ya frío caerá, los que no caigan tendrán que enfriarse un poco más.

Ganache como rellenos de los bombones de molde, es considerada una emulsión de dos ingredientes que por su composición no se mezclan; en este caso el líquido se debe añadir lentamente al chocolate fundido, los líquidos pueden ser según (Bau, F. (2006, p.45))... "leche, nata, pulpa de frutas, etc.". Se debe tener en cuenta que las todas las pulpas de frutas son diferentes, su fluidez o densidad no será igual y se deberá agregar mayor o menor cantidad de chocolate, para poder emulsionar correctamente.

Los ganache utilizados como relleno más comunes son los de crema de leche y mantequilla, los de pulpa de fruta son considerados difíciles de emulsionar por la cantidad de agua que las pulpas tienen.

La implementación de la chocolatería consiste en generar una producción de calidad con el chocolate artesanal, con el fin de comercializarlo en forma de bombones rellenos introduciéndolo al mercado nacional con el afán de llegar a posicionarse por el uso de productos netamente ecuatorianos como los son incluso la diversidad de sus rellenos.

Esta chocolatería buscará un nuevo concepto para que el chocolate, producto del cacao ecuatoriano, sea igual de importante como lo son los de marcas ya posicionadas por largos años.

CAPÍTULO II

2. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

2.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Después de la información recopilada es importante mencionar que el chocolate artesanal es un producto que requiere de mayor publicidad para ser reconocido dentro de un mercado, pues no tiene un reconocimiento como lo tiene uno que lleva una marca por años y ya se encuentra posicionado en la mente de los consumidores. La chocolatería artesanal es introducir a todos quienes gustan del chocolate a probar un nuevo producto sin conservantes y con sabor del Ecuador; entre el dulce y cítrico de las frutas, el picante del ají y el sabor único de las festividades ecuatorianas como lo son Colada Morada, Dulce de Higos con miel de panela y el tradicional canelazo.

2.1.1 VISIÓN

Ser la chocolatería artesanal sustentable líder de Ecuador dentro de cinco años, aportando a la comunidad con productos desarrollados a partir de materia prima netamente ecuatoriana, para ingresar al mercado con una oferta variada en cuanto a bombones rellenos, llegando a tener un fuerte posicionamiento en la mente del consumidor.

2.1.2 MISIÓN

Somos una empresa sostenible que desea promover el consumo de chocolate artesanal a través de bombones rellenos con sabores de todas las regiones del Ecuador, orientados a un amplio segmento de mercado, enfocados a ofrecer productos de calidad a través de procesos artesanales.

2.2 CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO

La chocolatería será un negocio enfocado a la venta únicamente de bombones rellenos, la elaboración de los mismos se realizara a base de la transformación de cacao en chocolate artesanal, como materia prima, al igual que los rellenos. Se ofertarán 14 variedades de bombones, que se deberán elaborar diariamente bajo estándares de calidad para poder satisfacer la demanda. Esta chocolatería buscará un nuevo concepto para que el chocolate, producto del cacao ecuatoriano, sea igual de importante como lo son los de marcas ya posicionadas por largos años.

Para la elaboración del producto se debe tomar en cuenta que la materia prima chocolate e ingredientes para los rellenos son fundamentales para presentar un producto de calidad, pero esto no sería del todo posible si se deja de lado los demás equipos que son igual de importantes en la producción, esto entendiéndose como moldes de policarbonato, mármol para templado de chocolate, espátulas para templar, mangas pasteleras (desechables), bandejas para el secado y posterior exhibición de los bombones.

Para poder realizar la venta de bombones, es necesario implementar vitrinas con bandejas en las que se exhibirán los bombones, refrigeradoras para la conservación de los bombones, así como envases (cajas con el logotipo de la empresa) en los que se venderán los bombones, para esto se implementara en la parte exterior de la bandeja de bombones la especificación de los rellenos que se presentan al cliente, todo esto utilizando los colores e imagen de la empresa.

Dentro de la chocolatería como tal, se podrá considerara la implementación de pocas mesas para permitir a los clientes sentarse a degustar los bombones dentro del mismo lugar. Para poder manejar un número adecuado en la oferta de bombones rellenos para los clientes, se exhibirán bombones de chocolate rellenos de 14 distintos sabores, entre dulces, aromáticos y de sal; entre estos

sabores también se han contemplados sabores festivos como es la Colada Morada, Dulce de Higos y Canelazo.

2.2.1 NATURALEZA DEL NEGOCIO

La implementación de la chocolatería consiste en generar una producción de calidad con el chocolate artesanal, con el fin de comercializarlo en forma de bombones rellenos introduciéndolo al mercado nacional con el afán de llegar a posicionarse por el uso de productos netamente ecuatorianos como los son incluso la diversidad de sus rellenos.

2.2.2 LOCALIZACIÓN

Para la implementación de este proyecto, es importante conocer que se pretende acercar el producto ofrecido a un mercado diverso en el que se pueda aplicar a corto, mediano y largo plazo el posicionamiento en la mente del consumidor, por la diversidad en los sabores utilizados. Para esto se realizarán encuestas para recaudar la información necesaria en cuanto a gustos y preferencias, tomando como muestra la población de la parroquia Rumipamba en la que se ubicará la Chocolatería.

El sector en el que se ubicará este negocio será entre la calle Francisco Caicedo y Av. Edmundo Carvajal este es considerado un sector privilegiado en cuanto a ubicación para viviendas, actualmente existe un número alto de edificios de apartamentos en construcción, a lo largo de la Av. Brasil existen diversos tipos de negocios como cafeterías, pizzerías, heladerías y pastelerías pero nada similar a una chocolatería artesanal sustentable.

2.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Para comprender el análisis del entorno se deben analizar los factores que representen tanto oportunidades como amenazas para el lugar y buen

desarrollo del proyecto, se deberá tener en cuenta que los factores son externos a lo que la empresa puede controlar, es decir se encuentran en el macro ambiente, entendiéndose estos como factores económicos, culturales, normativos y tecnológicos.

2.3.1 FACTORES ECONÓMICOS

En cuanto a los factores económicos que podrían afectar a la demanda de los bombones de chocolate artesanal, se debe considerar en cuanto una persona está dispuesta a pagar por una unidad o una caja de bombones; también se debe manejar de una manera muy especial el factor del precio justo, es decir el costo con el que se compensará lo que se ha utilizado, obteniendo una ganancia contra el precio considerado razonable para consumir un determinado producto.

2.3.2 FACTORES CULTURALES

Los factores culturales que deben ser considerados para poder desarrollar este proyecto son la tradición en el consumo de chocolate, es decir si se lo consume en su mayoría amargo, leche o blanco y que tipo de sabores el mercado está acostumbrado a consumir, y si existe o no la oportunidad para poder implementar nuevos sabores y si estos pueden tener o ser parte de los sabores que el mercado consumiría con bastante frecuencia. Dentro de este factor en específico se debe tener en cuenta como se realiza la compra, por unidad o por cajas.

2.3.3 FACTORES NORMATIVOS

Restricciones en importaciones en cuanto a maquinaria para la elaboración de los bombones, esto en lo que son moldes de policarbonato, siliconados o maquinas como mesas vibradoras, disolvedoras, y temperadoras de tazón.

Normas y reglamentos a cumplir para poder cumplir con el funcionamiento del establecimiento. Así como identificar la autenticidad del nombre y el logo de la empresa, teniendo en cuenta la búsqueda de nombres similares y el posterior registro.

2.3.3.1 MARCO LEGAL

Para el correcto funcionamiento de la Chocolatería se deberá cumplir con ciertos aspectos legales como lo son:

- Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI
- Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.
- Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario). Según acuerdo ministerial No. 00004907 publicado el 22 de Julio de 2014 en el Registro Oficial, No. 294 Art, 5; entre los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario se encuentran los establecimientos destinados a la elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería siendo industria, mediana industria, pequeña industria, microempresa o artesanal.
- Patente para registro del nombre y el logo en el IEPI.

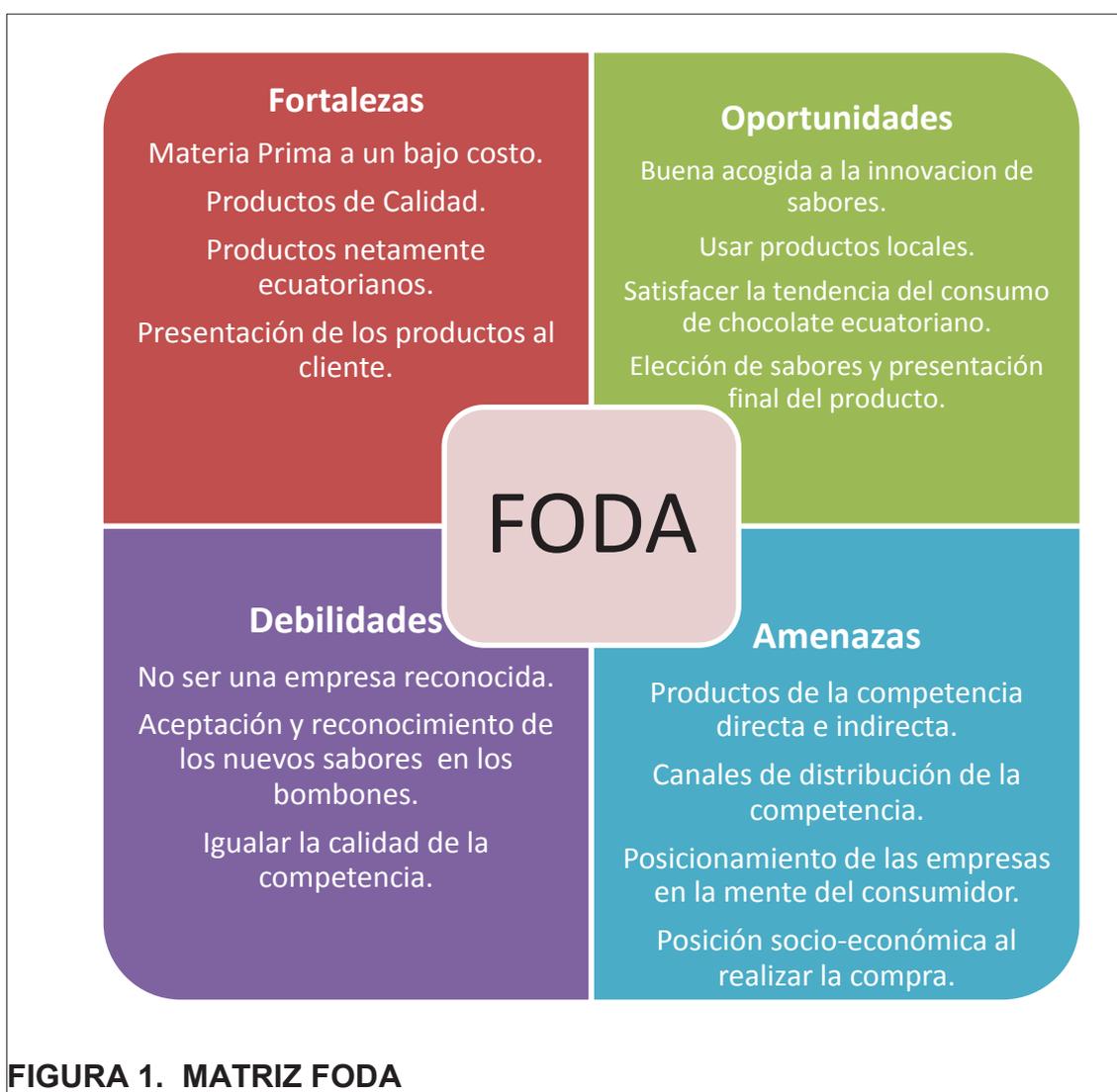
2.3.4 FACTORES TECNOLÓGICOS

Factores tecnológicos que podrían llegar a afectar a la implementación de este proyecto, podrían ser al no poder encontrar la maquinaria necesaria para la elaboración de productos por falta de fabricación o por restricciones de importaciones.

Aquí también se debe poner especial importancia en el software que se va a utilizar para realizar pedidos, compras, inventario (entrada y salida) y ventas.

2.4 MATRIZ FODA

La matriz de análisis FODA según Humberto Ponce (2006): “...instrumento viable para realizar análisis organizacional, en relación con los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de metas, es una alternativa que motivó a efectuar el análisis para su difusión y divulgación.”



2.4.1 ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD

Para definir la competitividad se deberá analizar la competencia y el concepto de la misma.

Para poder realizar un correcto análisis competitivo se identificaron los dos tipos de competencia que existe, directa e indirecta; el primer cuadro se encuentra el análisis de competitividad basándose en la competencia directa y en el segundo el mismo pero con la competencia indirecta.

TABLA 1. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD – COMPETENCIA DIRECTA

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD					
ATRIBUTOS DEL PRODUCTO	XOCO 0° 0' 0"	CYRIL	LA CASITA DEL CHOCOLATE	LA CHOCOLATECA	CONCLUSIÓN
Variedad de Sabores	F	F	F	F	CARACTERÍSTICA COMÚN
Presentación del Producto	F	F	F	D	AMENAZA
Sabor	F	F	F	D	AMENAZA
Producto Fresco	F	F	F	D	OPORTUNIDAD
Facilidad en el Servicio	F	F	D	D	FACTOR CRITICO DE ÉXITO
ATRIBUTO DE PRECIO					
Precio Justo	F	D	F	D	FACTOR CRITICO DE ÉXITO
Opción de Pago	D	F	F	D	FACTOR CRITICO DE ÉXITO
ATRIBUTO DE PLAZA					
Cercanía	D	F	F	F	AMENAZA
Fácil de Encontrar	D	F	F	F	AMENAZA
ATRIBUTOS DE PERSONALIZACIÓN					
Sabor a Elección	F	D	F	F	AMENAZA
Presentación final del Producto	D	F	D	F	OPORTUNIDAD

TABLA 2. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD – COMPETENCIA INDIRECTA

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD				
ATRIBUTOS DEL PRODUCTO	XOCO 0° 0' 0"	CYRANO	LA PETIT PATISSERIE	CONCLUSIÓN
Variedad de Sabores	F	D	D	FACTOR CRITICO DE ÉXITO
Presentación del Producto	F	F	D	OPORTUNIDAD
Sabor	F	F	D	OPORTUNIDAD
Producto Fresco	F	D	D	OPORTUNIDAD
Facilidad en el Servicio	F	F	D	FACTOR CRITICO DE ÉXITO
ATRIBUTO DE PRECIO				
Precio Justo	F	F	F	CARACTERÍSTICA EN COMÚN
Opción de Pago	F	D	D	OPORTUNIDAD
ATRIBUTO DE PLAZA				
Cercanía	F	F	D	FACTOR CRITICO DE ÉXITO
Fácil de Encontrar	F	F	D	FACTOR CRITICO DE ÉXITO
ATRIBUTOS DE PERSONALIZACIÓN				
Sabor a Elección	F	D	F	FACTOR CRITICO DE ÉXITO
Presentación final del Producto	F	F	D	OPORTUNIDAD

2.4.2 VENTAJAS COMPETITIVAS

Para lograr las ventajas competitivas, es importante identificar las fortalezas y debilidades que crearan posibles oportunidades y amenazas a XOCO 0° 0' 0".

Existen dos análisis de competitividad, el primero se realizó con la competencia directa (Cyril, La Chocolateca, La Casita del Chocolate) en el que se pudieron identificar ciertos factores con los que el factor de éxito sería un hecho como es la facilidad en el servicio esto se debe a que esto creara un factor diferencial para el cliente. Otros dos factores de éxito son los atributos del precio (precio justo y opciones de pago) para que el cliente tenga conocimiento de cómo se vende el producto, se informara el valor por peso (gramos) de chocolate, así como que puede elegir si desea sus bombones en caja o en fundas plásticas transparentes (con el logo de la empresa).

CAPITULO III

3. PLAN OPERATIVO

3.1 FASES DE PLANIFICACIÓN

Las fases de planificación son el proceso con el que se establecerán objetivos para poder definir de la forma correcta para que puedan ser alcanzados. Estas fases ayudan a que se cumplan las actividades y la toma de decisiones sea la adecuada para poder ser parte de los procedimientos que ayudaran a que los objetivos sean cumplidos.

3.1.1 PLAN TÉCNICO

Este plan técnico permitirá ver de mejor manera como se desarrollará de manera objetiva el producto, teniendo en cuenta los insumos, proveedores, maquinaria, procesos a realizar y el concepto que se entregará en cada uno de los bombones a los clientes.

3.1.1.1 LOGO



XOCO 0° 0' 0" en su logotipo se busca encerrar la esencia del cacao fino y de aroma con los sabores únicos del Ecuador, para brindar de manera artesanal y sustentable un producto innovador.

3.1.1.2 MARCA

Para el (INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI):
“Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marca”

En el caso de XOCO 0° 0' 0" es una combinación de palabras, números y un logotipo que se identificará como la imagen del mapa del Ecuador.

Se ha elegido el nombre de XOCO como abreviación de la palabra *xocolatl*, utilizada por los nahuas en México, misma que traducida al español quiere decir chocolate; este siendo el resultado de las semillas de cacao junto con azúcar, leche en polvo y demás ingredientes que darán un sabor único.

Al unir XOCO con la latitud 0° 0' 0" se crea de manera indirecta la identidad del cacao que se va a utilizar, siendo este el cacao ecuatoriano; al momento de utilizar el mapa del Ecuador, implícitamente se da a conocer que para la elaboración del relleno de los bombones se utilizará productos dulces y salados de todo el Ecuador creando como se muestra en el logotipo un círculo en el que la producción es totalmente ecuatoriana.

3.1.1.3 CONCEPTO

El concepto de Chocolatería Artesanal XOCO 0° 0' 0" es brindar un producto elaborado con ingredientes mayormente ecuatorianos, es decir se utilizarán de manera sustentable los recursos que se producen para innovar el concepto que el mercado tiene como bombones rellenos.

3.1.1.4 RECETAS

Para estandarizar la cantidad que se debe utilizar para la elaboración de los bombones, se deberá realizar recetas en las que cantidad, ingredientes, costo, proveedores, y métodos a seguir para que el producto tenga cualidades y características siempre de la misma manera.

Las recetas estandarizadas tienen una fórmula específica, esta es basando la cantidad de productos necesitados en kilos.

A continuación se verá un ejemplo de las recetas estándar que XOCO 0° 0' 0" utilizará.

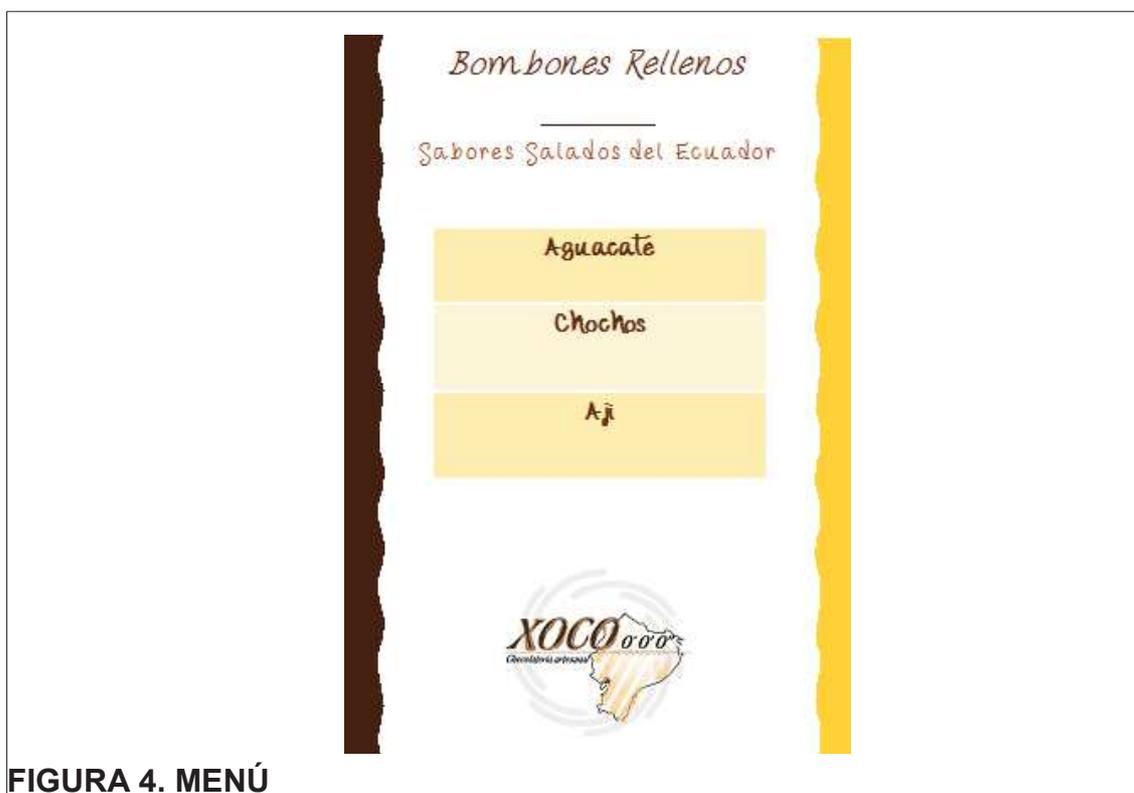
TABLA 3. RECETA ESTÁNDAR XOCO 0° 0' 0"

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Tomate de Árbol			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Tomate de Árbol				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Tomate de Árbol	1,94	0,13
0,006	k	Glucosa	1,70	0,01
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		6,81
<p>GANACHE: Calentar la pulpa de tomate de árbol. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y agregar la glucosa, retirar del fuego.</p> <p>COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

Adaptado de: Universidad de las Américas

Las recetas de XOCO 0° 0' 0" se podrán encontrar en forma de anexos, a partir del Anexo N° 8, hasta el Anexo N° 21.

3.1.1.5 MENÚ





3.1.2 DEFINIR LA CAPACIDAD INSTALADA

Para definir la capacidad instalada es necesario comprender que esta hace referencia a la infraestructura necesaria disponible para brindar tanto productos como servicios, esto en relación directa con el tiempo en el que se medirá la capacidad de producción más no de la venta del producto.

La capacidad instalada no se medirá en el espacio de sillas disponibles si no en cuanto se puede llegar a producir dentro de un día, una semana, un mes, etc. Para esto es necesario comprender que el sistema de producción está compuesto por recursos físicos, humanos, tecnológicos, maquinaria con los que se procesara la materia prima e insumos para su posterior transformación. (Mejía, C. (2013))

La fórmula que será utilizada para determinar la capacidad instalada en función de metros cuadrados, es la siguiente:

$$c = \frac{L(m) \times A(m)}{e(m) + 0,020m^2}$$

En donde,

C = Capacidad Instalada

L = Largo del Restaurante (metros)

A = Ancho del Restaurante (metros)

e = Espacio para el cliente (según el tipo de establecimiento)

0,20m² = Constante de espacio para servicio y mobiliario

Al momento de reemplazar la fórmula con la información del local dispuesto a arrendar en el sector de Quito Tennis, en la calle Mariano Echeverría y Av. Brasil con una superficie total de 66 mt², teniendo en cuenta que el área útil de servicio es de 39,6m^a

$$c = \frac{6,293(m) \times 6,293(m)}{0,65(m) + 0,20(m^2)}$$

$$c = 46,59$$

(Ecuación 1)

La capacidad instalada tiene como resultado 46,59 esto expresado en número de personas que pueden estar ubicadas dentro de XOCO 0° 0' 0".

3.1.2.1 CUADRO DE INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS

En insumos y materias primas se ha realizado una búsqueda exhaustiva para poder manejar productos que se encuentren durante toda la época del año, estos considerando que existen frutas estacionales.

También se tomó en consideración que existen ciertos productos que son indispensables para poder realizar los bombones y que se los debe tener en stock.

A continuación se podrá identificar los insumos y proveedores.

TABLA 4. LISTA DE INSUMOS – FRUTAS

 LISTA DE INSUMOS -FRUTAS	
INSUMOS	PROVEEDORES
AGUACATE	MEGAMAXI
AJÍ	MEGAMAXI
GUANABANA	MEGAMAXI
GUAYABA	MEGAMAXI
MARACUYÁ	MEGAMAXI
MADURO	MEGAMAXI
MORA	MEGAMAXI
NARANJILLA	MEGAMAXI
TOMATE DE ÁRBOL	MEGAMAXI
UVILLA	MEGAMAXI

TABLA 5. LISTA DE INSUMOS – HIERBAS AROMATIZANTES

	
LISTA DE INSUMOS - HIERBAS AROMATIZANTES	
INSUMOS	PROVEEDORES
ARRAYÁN	MERCADO SANTA CLARA
CHILLANGUA	MERCADO SANTA CLARA

TABLA 6. LISTA DE INSUMOS – LÁCTEOS

	
LISTA DE INSUMOS - LÁCTEOS	
INSUMOS	PROVEEDORES
CREMA DE LECHE	MEGAMAXI
MANTEQUILLA	LÍNEA EL MAESTRO

TABLA 7. LISTA DE INSUMOS – PRODUCTOS DE PASTELERÍA

	
LISTA DE INSUMOS - PRODUCTOS DE PASTELERÍA	
INSUMOS	PROVEEDORES
CHOCOLATE ARTESANAL	EL QUETZAL
CHOCOLATE CON LECHE	MEGAMAXI
GLUCOSA	GARCIA REINOSO

TABLA 8. LISTA DE INSUMOS – UTENSILIOS PARA BOMBONES

 LISTA DE INSUMOS - UTENSILIOS PARA BOMBONES	
INSUMOS	PROVEEDORES
ESPATULAS DE CODO	TERMALIMEX
ESPATULAS TRIANGULARES	TERMALIMEX
MANGAS DESCARTABLES GRANDES	TERMALIMEX
MOLDES DE POLICARBONATO	TERMALIMEX

TABLA 9. LISTA DE INSUMOS – CAJAS Y FUNDAS

 LISTA DE INSUMOS - CAJAS Y FUNDAS	
INSUMOS	PROVEEDORES
CAJAS PARA BOMBONES C/DIVISIONES	CAJAS Y DISEÑOS
CAJAS PARA PESO DE BOMBONES	CAJAS Y DISEÑOS
FUNDAS DE PAPEL TIPO KRAFT	BOGA

3.1.2.2 DEFINIR TECNOLOGÍA Y EQUIPAMIENTO

Para el correcto funcionamiento de XOCO 0° 0' 0" es necesario entender que existen equipos indispensables para la producción de bombones, estos son máquinas fundidoras de chocolate, mesas vibradoras de chocolate, estantería para los moldes de policarbonato, espátulas, cocina industrial de 3 a 4 hornillas con base para bowls y ollas; adicional al equipamiento básico se necesitara de un pozo para lavar los utensilios.

En cuanto a la parte que estará en contacto directo con el cliente se necesitaran exhibidores (vitrinas frigoríficas), una balanza de 15 kg, y computadora en con programa de apoyo de tipo (Camila o similar) para realizar la venta de los bombones.

3.1.2.3 DEFINIR LAS NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Para definir de manera óptima el espacio destinado al área de cocina o producción se ha considerado que el 40% de la superficie total sería la más adecuada y el 60%, sería el espacio destinado al servicio.

En el caso de XOCO 0° 0' 0" el área destinada para cocina corresponde a 26,4 m² y el área de servicio tiene un total de 39, 6 m².

En el área de servicio se encontrarán los exhibidores con los bombones, habrá un espacio destinado para la caja, y un espacio en el que se ubicará una única mesa para aquellos clientes que deseen quedarse en el local.

A continuación se podrá observar el detalle de los equipos que XOCO 0° 0' 0" necesitará para la adecuada producción de bombones rellenos.

TABLA 10. LISTA DE EQUIPOS – EQUIPOS PESADOS

 LISTA DE EQUIPOS - EQUIPOS PESADOS	
EQUIPOS	PROVEEDORES
TEMPORIZADOR DE CHOCOLATE	TERMALIMEX
DOSIFICADOR DE CHOCOLATE	TERMALIMEX
REFRIGERADOR INDUSTRIAL	TERMALIMEX
COCINA DE 3 QUEMADORES	TERMALIMEX
BACHA	TERMALIMEX
EXHIBIDOR REFRIGERADO	TERMALIMEX

TABLA 11. LISTA DE EQUIPOS – MENAJE DE COCINA

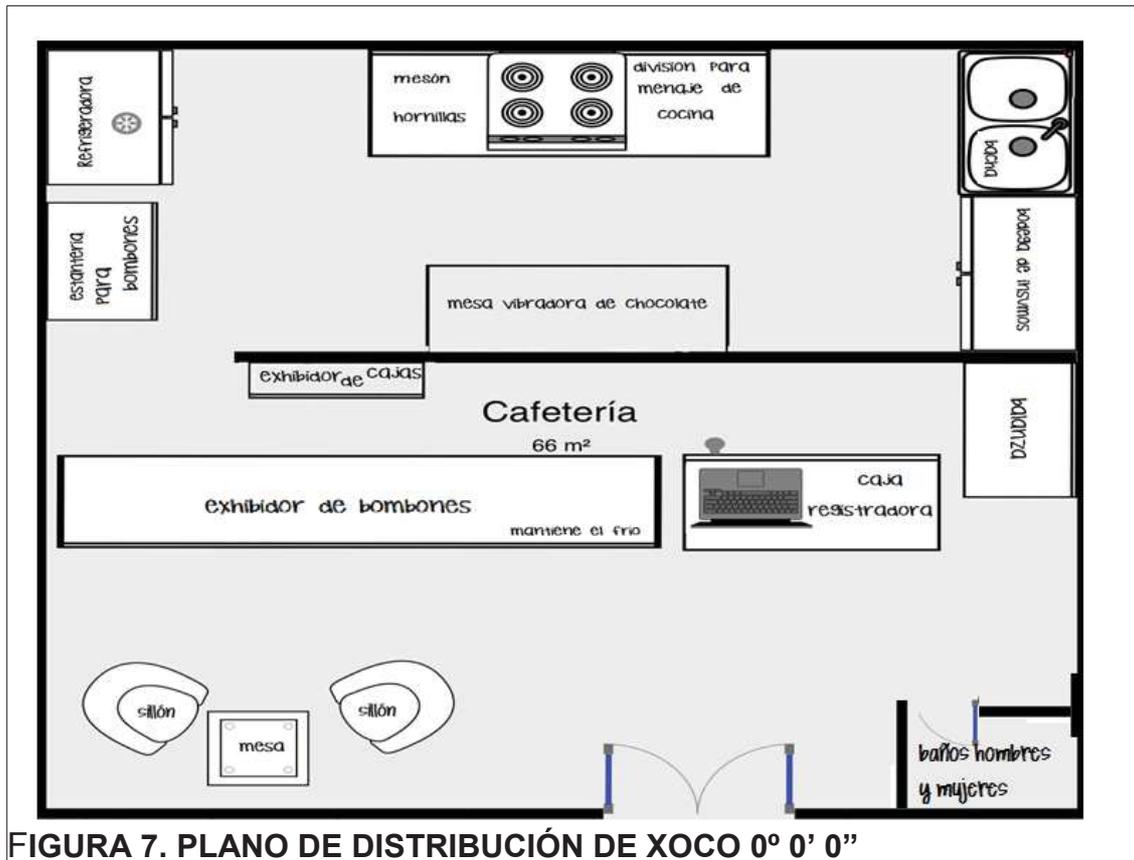
 LISTA DE EQUIPOS - MENAJE DE COCINA	
EQUIPOS	PROVEEDORES
OLLAS	TERMALIMEX
SARTENES	TERMALIMEX
JUEGO DE BOWLS	TERMALIMEX
ESPATULA DE CODO	TERMALIMEX
ESPATULA TRIANGULAR	TERMALIMEX
LICUADORA DE MANO	TERMALIMEX
BATIDOR FRANCÉS	TERMALIMEX
CUCHILLOS Y PUNTILLAS	TERMALIMEX
TABLAS PARA PICAR	TERMALIMEX
BANDEJAS	TERMALIMEX

TABLA 12. LISTA DE EQUIPOS – SERVICIO

 LISTA DE EQUIPOS - SERVICIO	
EQUIPOS	PROVEEDORES
COMPUTADORA + IMPRESORA	ARTEFACTA
EQUIPO DE SONIDO	ARTEFACTA
TELEVISION	ARTEFACTA
BALANZA DE 15 KG	TERMALIMEX

3.1.2.3.1 PLANO DE DISTRIBUCIÓN

A continuación se podrá observar cómo XOCO 0° 0' 0" distribuirá el área de cocina y el área de servicio, teniendo en cuenta equipos pesados de producción así como mostradores de exhibición para los clientes.



3.1.2.4 DIAGRAMA DEL MACRO-PROCESO ACTUAL

Los diferentes diagramas de procesos serán elaborados con el afán de mantener y cumplir rígidamente cada uno, pues estos tienen un papel importante al momento de entregar calidad a los clientes.

Los diagramas que se han elaborado y se muestran a continuación, corresponden al proceso de compras y adquisiciones, de BPM y al de la elaboración de bombones rellenos.

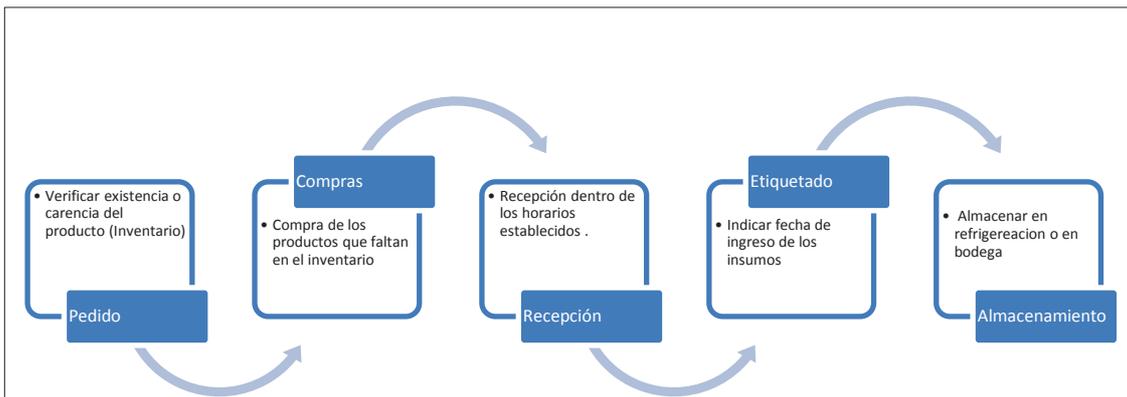


FIGURA 8. DIAGRAMA DE FLUJO PARA COMPRAS Y ADQUISICIONES

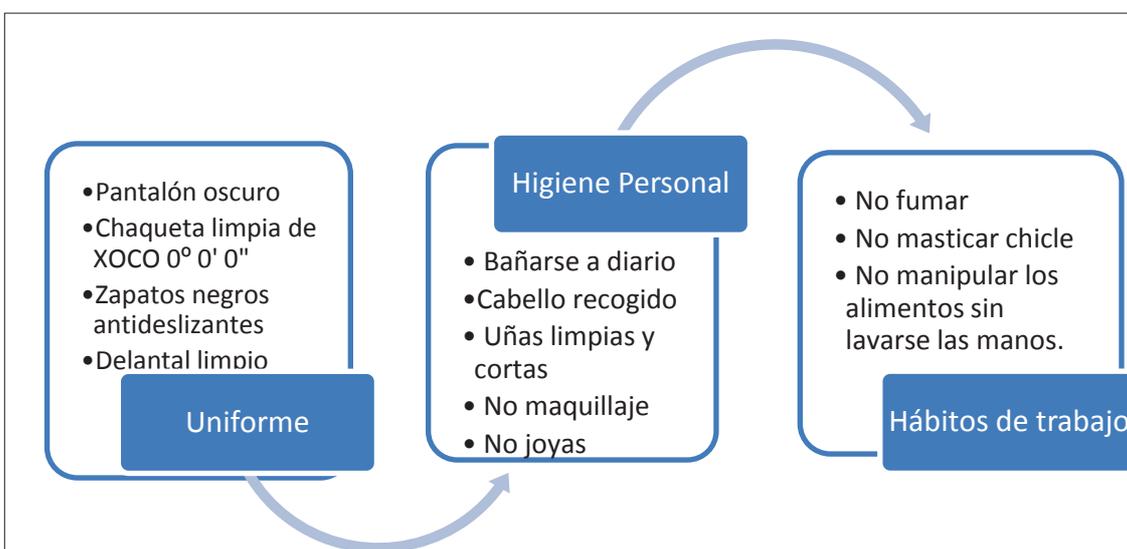


FIGURA 9. DIAGRAMA DE FLUJO PARA BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

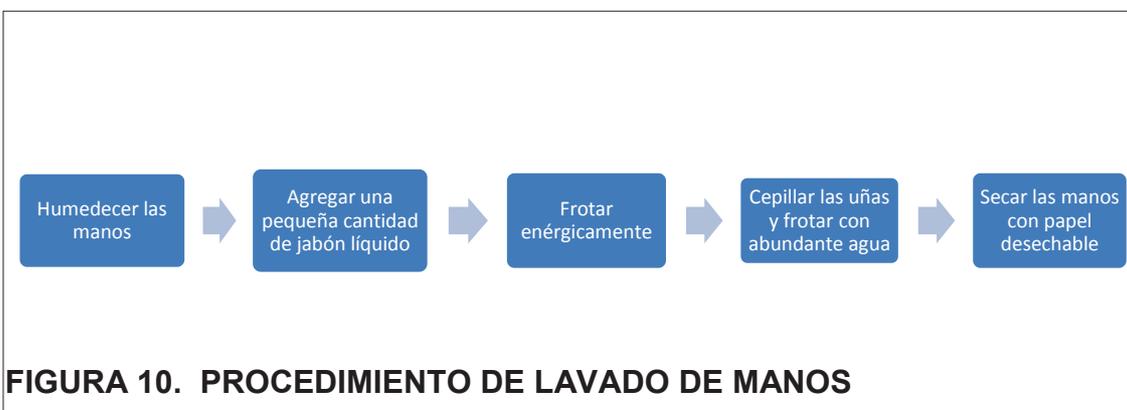
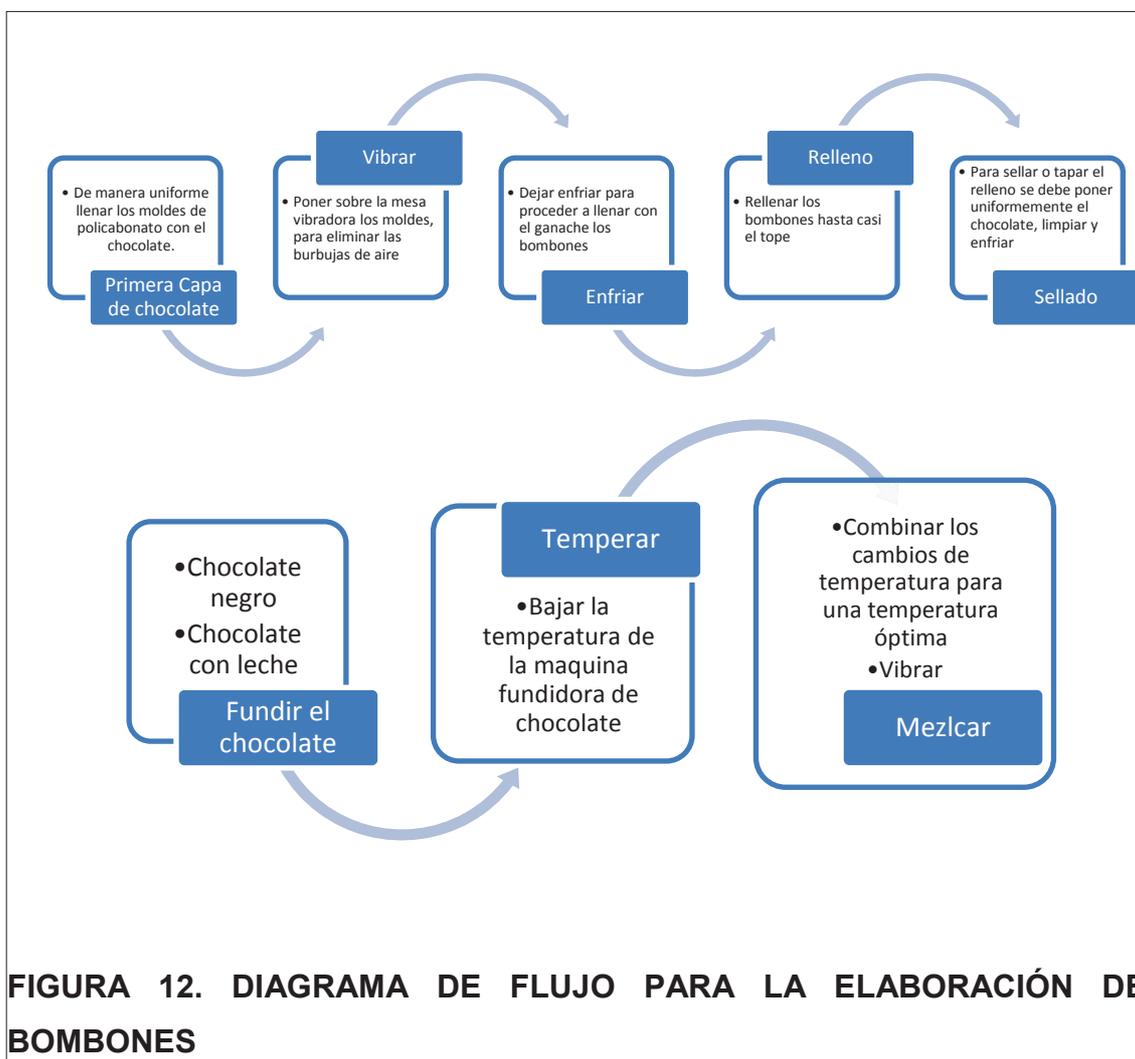


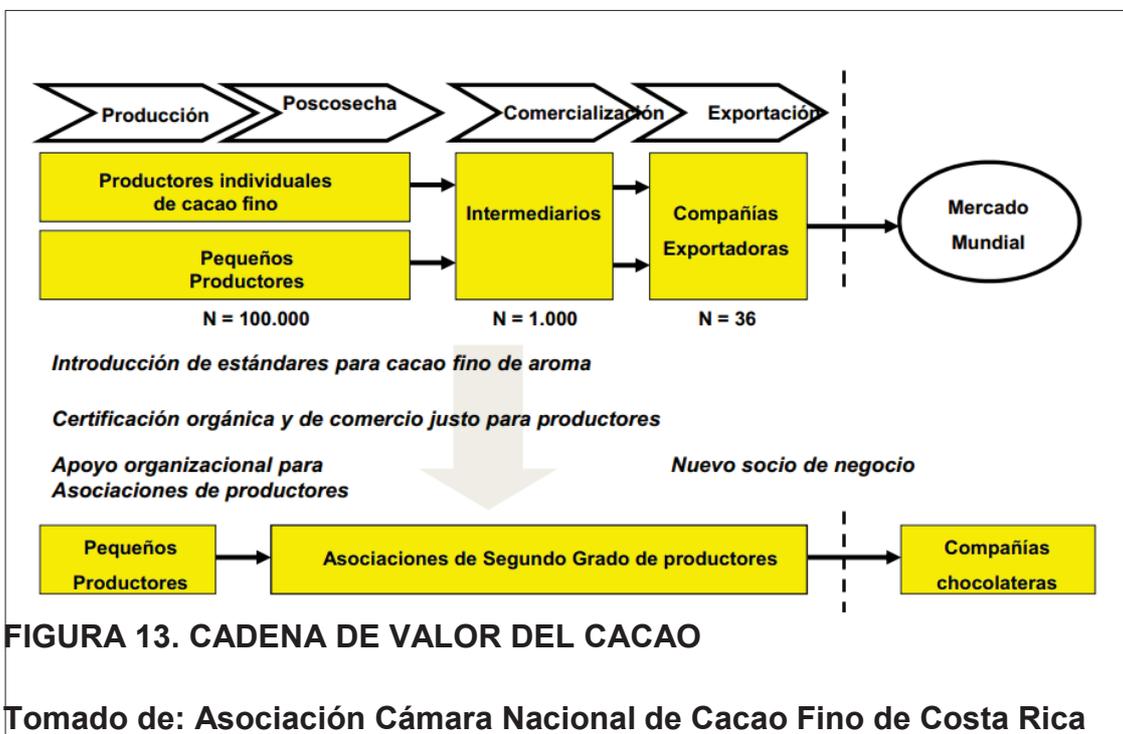
FIGURA 10. PROCEDIMIENTO DE LAVADO DE MANOS



3.1.2.5 CADENA DE VALOR

La cadena de valor del cacao se verá reflejada en la producción, post cosecha, comercialización y exportación; todo esto en cuanto a los productores

individuales y pequeños productores de cacao fino. (Asociación Cámara Nacional de Cacao Fino de Costa Rica, (s. f))



La sustentabilidad de la chocolatería se basará en las condiciones económicas, ecológicas y sociales que permitirán un trabajo en armonía.

La armonía con la que se desempeñe el trabajo de la chocolatería debe generarse entre el lugar del que se obtendrá la materia prima que es el chocolate artesanal y el lugar en donde la chocolatería funcionará, para esto es necesario entender que el trabajo se deberá ser de manera igualitaria, es decir no se buscará un beneficio exuberante sobre la oferta de bombones rellenos.

Es importante comprender que el cacao que se utilizará como materia prima para la elaboración de los bombones rellenos, es de Vines pero el cacao es transformado en chocolate en las instalaciones de El Quetzal, ubicado en Mindo; dentro de El Quetzal se pueden observar los distintos pasos, mencionados en el Capítulo I, que el cacao debe pasar para su transformación a chocolate, es aquí donde de manera artesanal y amigable al medio ambiente, las máquinas que utilizan han sido ajustadas a las necesidades.

El trato hacia el medio ambiente que El Quetzal como proveedor de materia prima de XOCO 0° 0' 0" mantiene con la localidad es amigable pues no se ha modificado la infraestructura para poder brindar un producto de calidad con el que se pueda reconocer que el trabajo realizado sin duda es de calidad.

El precio que El Quetzal ha fijado para proveer sus productos sin duda es un precio alto pero a la vez es parte del concepto orgánico que manejan, ya que todo lo que se produce en las instalaciones es utilizado para la elaboración de sus productos.

3.1.2.6 ANÁLISIS INTERNO

Los distintos procesos operativos con los que XOCO 0°0'0" trabajará se basan en establecer un día y el horario para los proveedores, así como el lugar en el que se deberá realizar la entrega de las compras; también se deberá establecer el horario del personal para realizar la producción de bombones.

Horario de Proveedores

Martes de 9 AM – 10 AM

Horario de entrada de personal de cocina

7 AM - 3 PM (miércoles – domingo)

Horario de entrada para cajeros

10 AM – 6 PM (miércoles – domingo)

3.2 PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Los departamentos en los que se dividirá XOCO 0° 0' 0" para el correcto funcionamiento de cada área y su personal, serán el Cocina y Servicio, esto se debe a que el modelo de negocio, hace que no se requiera de demasiado personal para que este pueda operar.

3.2.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

TABLA 13. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE XOCO 0° 0' 0"

 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	
PERSONAL	CANTIDAD
CHEF EJECUTIVO	1
COCINEROS POLIFUNCIONALES	2
CAJEROS	2

3.2.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Para los diferentes puestos dentro de los procesos operativos de XOCO 0° 0' 0" se necesitara de profesionales que cumplan con el perfil para el cargo que se le designara.

Chef Ejecutivo

Responsable de supervisar, organizar y dirigir de la mejor manera la cocina, teniendo en cuenta la misión de la empresa; administra los recursos materiales y humanos de la empresa. De manera indirecta es la persona que busca la satisfacción de los clientes.

Perfil:

Licenciado en Gastronomía.

Experiencia: 5 años en puestos relacionados.

Conocimiento de chocolatería, cacao; así también de higiene, calidad de servicio, recetas estándar, liderazgo y trabajo en equipo.

Funciones:

- Establecer la materia prima y utensilios que se deberán utilizar para la producción, teniendo en cuenta el costo que esto representa por producto elaborado.
- Responsable de la correcta preparación de alimentos, siguiendo cantidades y direcciones de la receta estándar.
- Establece la necesidad de personal por cada área de trabajo.
- Establece horarios y días de descanso.
- Supervisa la higiene de la cocina.
- Supervisa el cumplimiento de las reglas y normas establecidas para el personal.
- Encargado de realizar el inventario de materia prima y utensilios

Ayudante de Cocina

Responsable de apoyar en la producción de bombones rellenos. Garantizando eficiencia en su respuesta al momento de utilizar moldes, realizar ganaches, y utilizar los productos de manera consciente.

Perfil:

Egresado o Estudiante de último semestre de la carrera de gastronomía.

Experiencia: 2 años en trabajos relacionados al manejo y técnicas de chocolate.

Conocimiento de técnicas de manipulación de chocolate, técnicas de higiene y uso adecuado de la materia prima. Destreza en mantenimiento de utensilios de cocina. Así como poder establecer relaciones interpersonales.

Funciones:

- Realiza la preparación de los rellenos de los bombones, en base a diferentes técnicas.

- Ordena utensilios de cocina.
- Asea mesones, estanterías y piso.
- Mantiene limpio y en orden equipos y sitio de trabajo.
- Cumple con normas y procedimientos para las buenas prácticas de manufactura

Cajeros

Brindar a los clientes un servicio eficiente y de calidad, garantizando el correcto manejo de entrega de dinero, manejo adecuado de la caja, verificando conscientemente el dinero, cheques, firmas y tarjetas de crédito; para poder lograr de manera ágil la recaudación de dinero por concepto de ventas.

Perfil:

Título de Educación Superior

Experiencia mínima de 2 años

Dominar el sistema informático con que se trabaja, muestra agilidad en la atención a los requerimientos del cliente, conoce el sistema de tarjetas de crédito, atiende y resuelve dudas de los clientes, tiene seriedad y ética profesional.

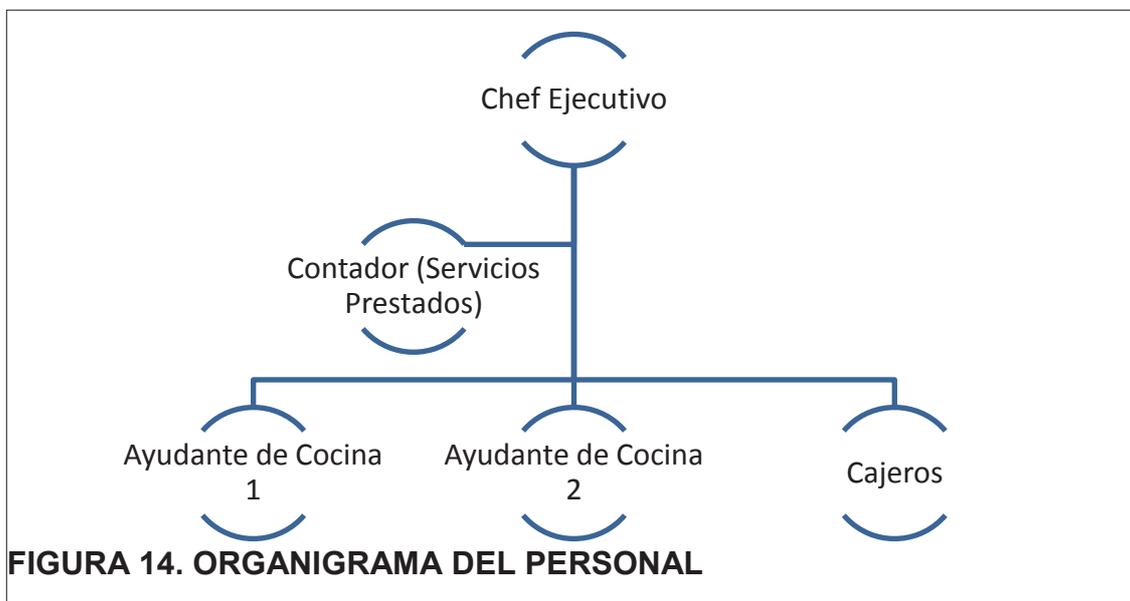
Funciones:

- Responsabilidad sobre los elementos como computadora, caja, data fast y balanza.
- Documentos personales y de crédito de los clientes.
- Responsable sobre el efectivo que se tiene en caja.

Dentro de la nómina salarial no se ha incluido a un contador puesto que no tendrá una función permanente dentro del establecimiento, para esto se ha

previsto contratar una persona que puede llevar la contabilidad mes tras mes, y realizar las declaraciones ante las distintas entidades públicas.

3.2.2.1 ORGANIGRAMA DEL PERSONAL



CAPITULO IV

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se basa en cuatro principales tipos de investigación que se deben desarrollar para poder realizar planes de acción con los que se podrán llevar a cabo diferentes estrategias empresariales.

Las *líneas de productos y servicios* se considera como el primer tipo de investigación, a través de este se puede conocer si se debe hacer o impulsar el desarrollo de nuevos productos o servicios, todo esto basándose en la demanda que existe y si la oferta que hay es lo suficientemente buena o reconocida para poder satisfacer las necesidades que se han creado con la ayuda de perfiles de los clientes. *Precio*, se debe identificar la forma y la cantidad que el consumidor está dispuesto a gastar en un determinado producto o servicio; los *canales de distribución* realizando este tipo de investigación se puede observar que el producto llega de una sola forma a los clientes y que si se busca otra manera de hacerlo la aceptación será mayor o puede ser un fracaso. La *promoción (ventas y publicidad)* es el último tipo de investigación con el que se puede determinar si se hace publicidad o promociones adecuadas las ventas suban o por el contrario al tener una publicidad que sea recordada no siempre se pueden realizar ventas.

El estudio de mercado permite visualizar de manera general como se puede llegar a trabajar con el producto que se está ofertando, es decir se puede determinar las características, precio, promoción y canales de distribución que deben desarrollarse para que el resultado sea atraer al cliente a realizar el consumo.

4.1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para (Hair, J., Bush, R. & Ortinau, D. (2009)) "...la investigación de mercado como la función que enlaza la organización con su mercado mediante la recopilación de información. Esta información facilita la identificación, definición de oportunidades y problemas de mercado, así como el desarrollo y la evaluación de acciones..."; con una investigación de mercado pertinente es posible identificar el comportamiento de los clientes ante un producto nuevo.

4.1.1.1 OBJETIVOS

Definir qué tan atractivo es para el mercado objetivo tener como opción una chocolatería, cuya oferta sea de bombones elaborados con chocolate artesanal y rellenos de diversos sabores del Ecuador.

Determinar en qué punto este producto sería una de las primeras opciones al momento de consumir bombones.

4.1.1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

El análisis del mercado objetivo se basa en recopilar información con la que se pueda identificar el segmento de mercado al que se desea ofertar el producto, de aquí también se puede determinar cómo se puede de manera eficiente brindar el servicio.

Al realizar una recopilación de datos adecuada sobre lo que puede pasar en el mercado; realizando una valoración de las oportunidades que puede tener un producto nuevo dentro de este mercado y ver el comportamiento de los posibles clientes frente al producto.

4.1.2 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

La identificación y caracterización de la demanda tiene su base en el análisis de competitividad realizado anteriormente en el Capítulo II, en el que se determina que los clientes buscan bombones rellenos en distintas presentaciones (cajas, fundas), los clientes buscan consumir bombones con sabores que puedan elegir y que sean un tanto reconocidos por el paladar, es difícil de decir que no hay bombones con sabores distintos o hasta cierto punto desconocidos, pero no causan igual impacto pues no se conoce tampoco el relleno del bombón, estos ya vienen preestablecidos en las cajas lo que genera molestias a los consumidores. Por otra parte se identifica que los lugares considerados como competencia directa ya se han posesionado en la mente del consumidor, y que conocen la ubicación de los mismo, lo que podría ser un problema pues el lugar en el que XOCO 0° 0' 0" se va a ubicar es un sector en el que los negocios relacionados a los Alimentos y Bebidas están empezando a crecer.

4.1.3 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA

La identificación y caracterización de la oferta se basa en el análisis de productos, que se lo conoce como un estudio en el que se identifica como seleccionan distintos productos de la competencia los consumidores, bajo ciertos criterios.

Para poder identificar adecuadamente la oferta, se debe ver el Análisis de Competitividad realizado en el Capítulo II, en el que se aprecia que los lugares considerados como competencia directa e indirecta ofertan de igual manera bombones de molde rellenos, los sabores son similares en un pequeño porcentaje en dos de las competencias, no así en uno pues los sabores no pueden ser elegidos por el cliente e incluso son sabores no muy reconocidos y agradables.

4.1.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Los instrumentos de recolección de la información, también conocidos como diseño de la investigación, muestran de forma específica los métodos que se utilizarán para la recolección y posterior análisis de los datos.

Para (Benassini, M. (2009)) “Todos los proyectos de investigación deben seguir un patrón, o estructura, que sirve para guiar a los responsables por el camino más seguro a fin de obtener la información que requieren.”

Existen tres tipos de investigación que tienen tres finalidades de estudio distintos.

- *Investigación Descriptiva* que tiene como objetivo definir de manera clara lo que está ocurriendo dentro de una empresa; basándose en tener respuestas a las siguientes preguntas: qué, cómo, cuándo y dónde.
- *Investigación Predictiva* tiene como objetivo pronosticar comportamientos y variaciones en la demanda de los bienes o servicio, busca también generar una proyección de ventas, un número de clientes basándose en el comportamiento de la competencia directa.
- *Investigación Casual* es aquella que busca identificar las fortalezas y debilidades que ayudarán a comprender de mejor manera el comportamiento del consumidor. Se considera como una investigación que ayuda también a comprender las fallas que puede llegar a tener una empresa y que puede generar un comportamiento negativo del consumidor hacia el producto.
- *Investigación Cualitativa* esta es un tipo de investigación en la que se pueden recolectar diferentes descripciones al realizar entrevistas, narraciones e incluso grabaciones en audio y vídeo. Esta investigación tiene cinco fases de trabajo, que empieza con la definición del problema, diseñar un plan de trabajo que se desarrollará para

posteriormente recolectar los datos adecuadamente; analizar los resultados y realizar un informe con los datos obtenidos. Existen diversos métodos o técnicas para poder realizar una recolección de datos adecuada, entre estas pueden estar entrevistas, focus group, observación y encuestas o cuestionarios.

Para desarrollar la recolección de información se han desarrollado diversas preguntas aplicadas en una encuesta, misma que será utilizada para que la muestra de la población objetivo entregue la información necesaria para poder desarrollar un producto adecuado en distintos ámbitos, como precio, sabores y presentaciones.

Para el plan de muestreo y la muestra (Hair, J. et al, (2009)), se debe seleccionar la población objetivo, que se define como un “grupo específico que se observará o al que se formularán las preguntas para obtener la información deseada.”, la muestra de la población objetivo define como el “grupo de personas u objetos tomado de la población objetivo”.

Para poder obtener información de alta calidad, se ha utilizado la fórmula del Departamento de Matemáticas de la Universidad de las Américas.

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

En donde,

n= Muestra de estudio

N= Población de Interés

Error (e) = Margen de error

Al momento de reemplazar la fórmula para poder realizar la recolección de datos, se lo hará reemplazando los datos con los de la población parroquial de Rumipamba, que consta en el Anexo N° 2 y Anexo N° 3.

n= muestra de estudio

N= 28134 personas (Total de población de la parroquia de Rumipamba)

Error (e) = 5%

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

$$n = \frac{28134}{0,05^2 (28134 - 1) + 1}$$

$$n = 394$$

(Ecuación 2)

La población muestra para realizar la encuesta dentro de la parroquia Rumipamba es de 394 personas.

Para (Hair, J. et al, (2009)), existen dos métodos para la recopilación de datos, el primero de estos se basa en realizar la entrevista a expertos en el tema que se está investigando, se debe elaborar un cuestionario en el que se integren preguntas sobre variables y posibles fenómenos del mercado.

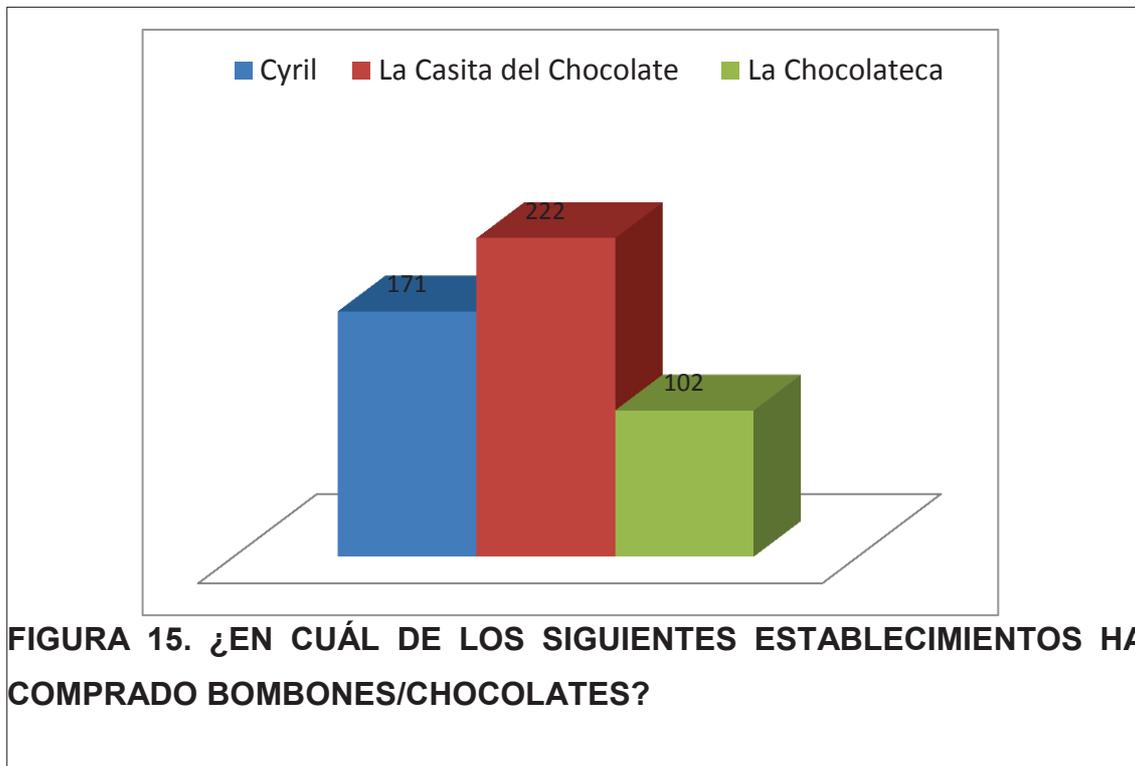
Para la recolección de datos de XOCO 0ª 0' 0" se han realizado entrevistas a expertos de la Universidad de las Américas, en el área de cacao y chocolatería, así como en el área de cocina nacional ecuatoriana. Las entrevistas realizadas a los expertos, se encuentran a partir del Anexo N° 22 hasta el Anexo N° 24.

Las encuestas entregan una amplia variedad de datos, es por esto que al momento de elaborar una encuesta se debe realizarla teniendo en cuenta que si existen preguntas de tipo abiertas, las respuestas serán diversas por lo que los resultados variarán. Mientras que las preguntas de tipo cerradas, permitirán respuestas únicas, que permitirán tener un resultado con mayor coherencia y direccionado a la investigación que se ha realizado. Las encuestas han sido enviadas por medio de SurveyMonkey y otras han sido contestadas manualmente, realizándolas en el sector en donde XOCO 0ª 0' 0" funcionará.

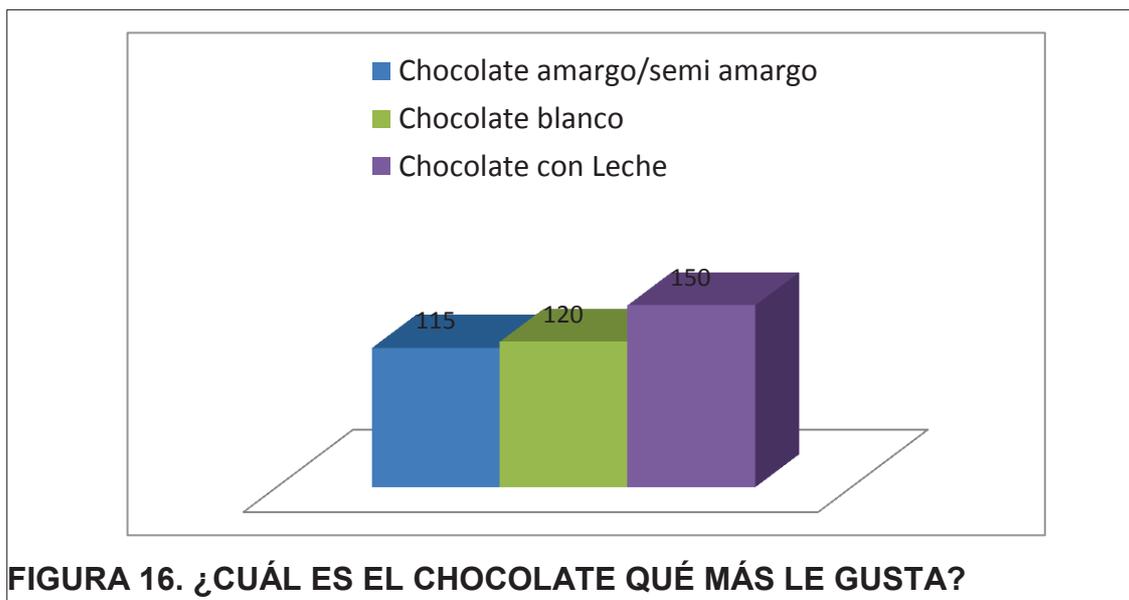
El segmento de personas con la que se han realizado las encuestas ha sido bastante amplio puesto que el consumo de bombones es para todos los rangos de edad. Un ejemplo del diseño de la encuesta que se ha sido realizada, se encuentra como Anexo N° 25.

4.1.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS

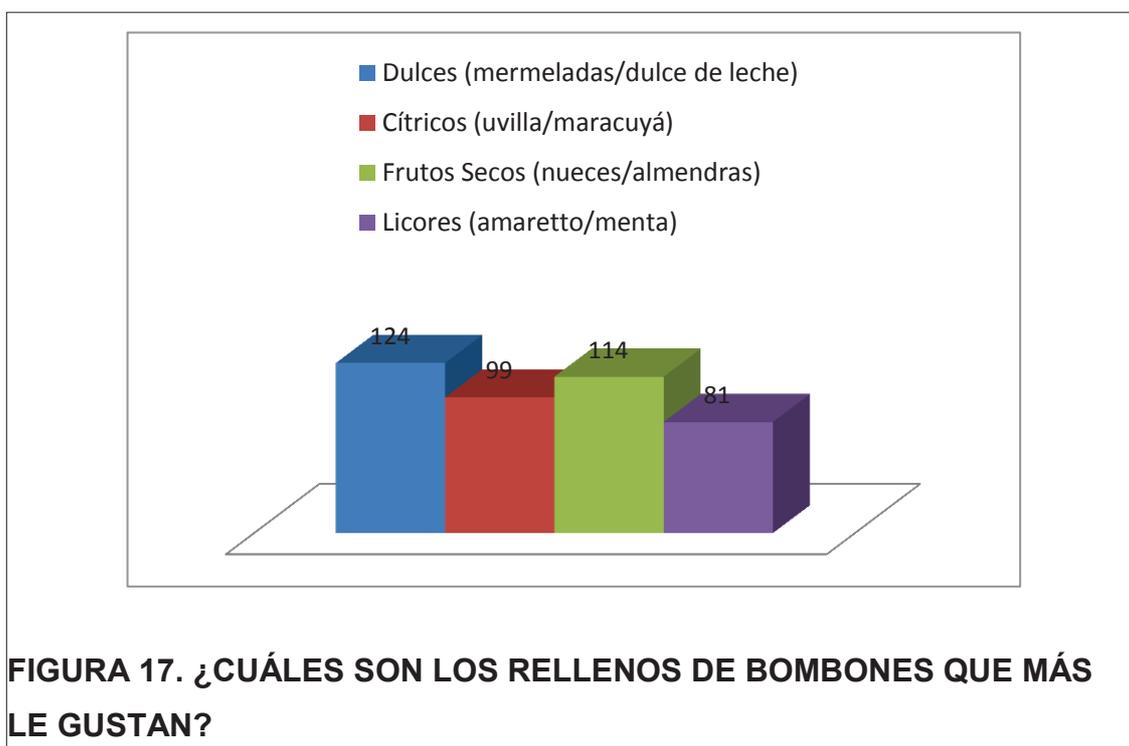
Tabulación de los resultados de las encuestas realizadas a la población muestra.



Entre las chocolaterías más destacadas se encuentra La Casita del Chocolate, aunque también se menciona como segunda chocolatería frecuentada Cyril.



El chocolate que se consume más es el chocolate con leche, mientras que le siguen el chocolate blanco y amargo con una diferencia casi mínima entre ambos.



Dentro de los sabores de rellenos más consumidos son los dulces, seguidos por los de frutos secos. En menor cantidad se consumen bombones con rellenos cítricos y licores.

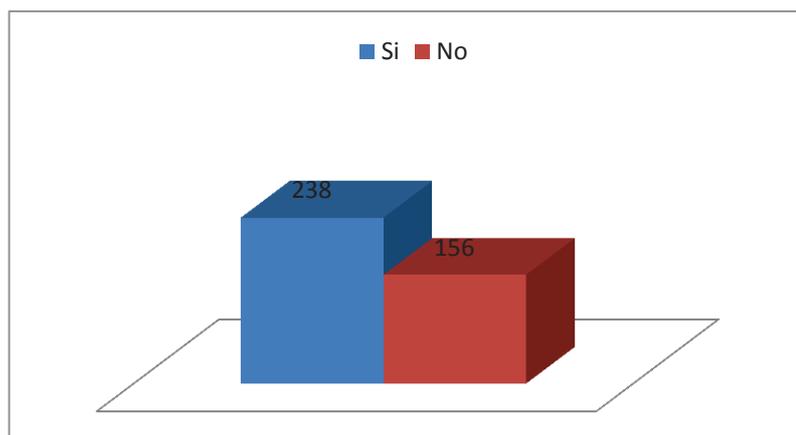


FIGURA 18. ¿SERÍA DE SU AGRADO PROBAR BOMBONES CON RELLENOS SALADOS? COMO AGUACATE, VARIEDADES DE AJÍ Y SAL PRIETA

A la mayor parte de los encuestados les gustaría probar bombones rellenos con sabores salados.

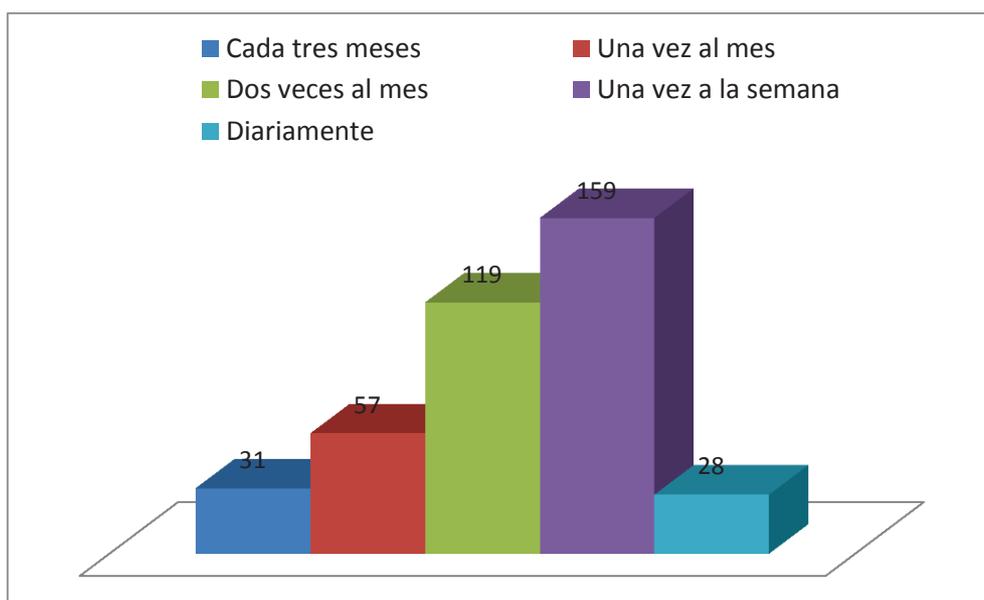


FIGURA 19 ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUME BOMBONES?

En el gráfico anterior, se puede observar que la mayor parte del segmento consume bombones rellenos una vez a la semana, le siguen el consumo de dos veces por semana y en un menor número una vez al mes.

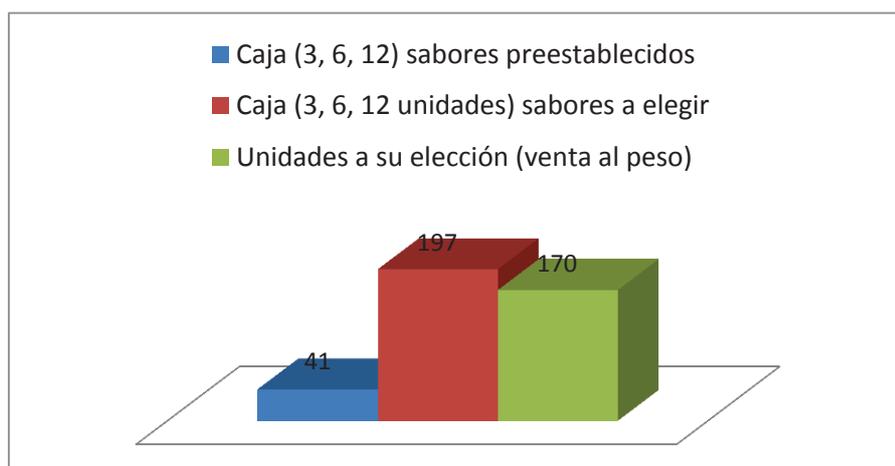


FIGURA 20. ¿CÓMO COMPRARÍA LOS BOMBONES?

La mayoría de consumidores, preferirían comprar los bombones rellenos en cajas de distintas unidades, con sabores a elección, pero también gustaría comprar los bombones al peso, es decir por unidades.

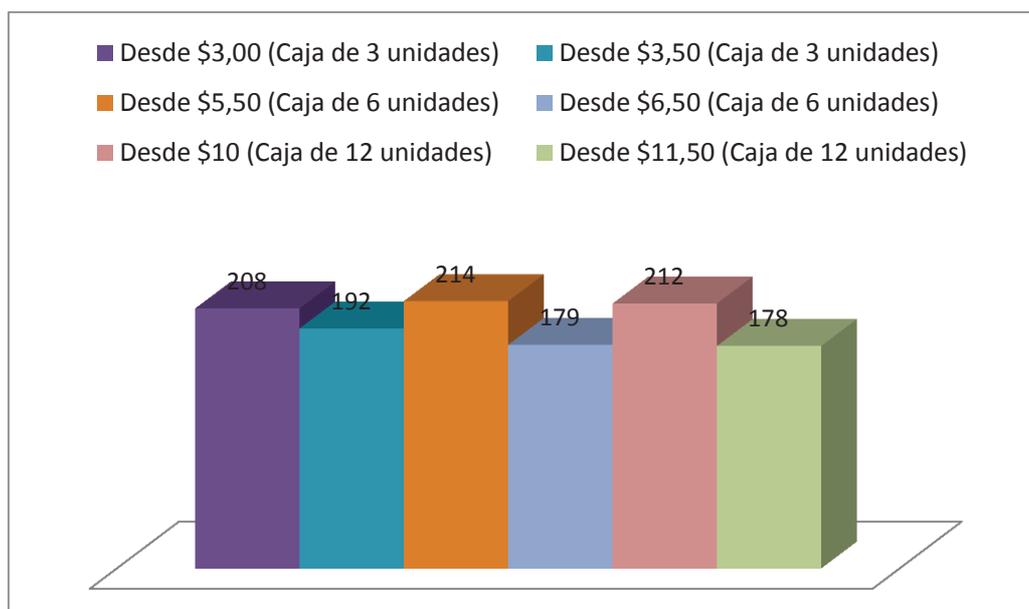
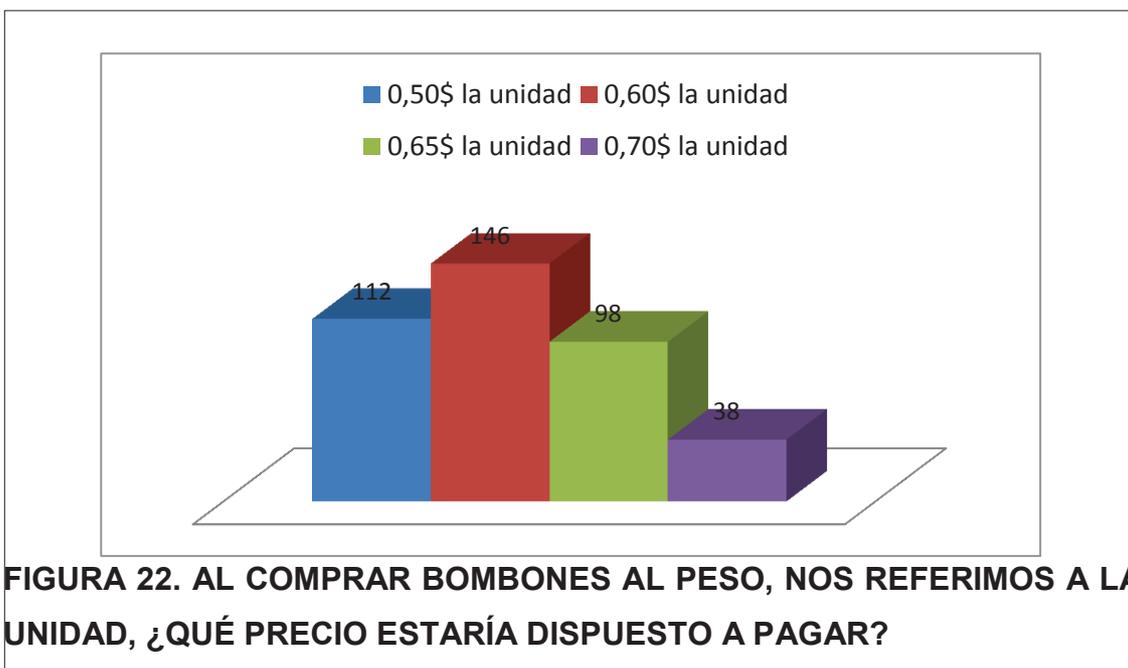


FIGURA 21. SI, USTED COMPRARÁ LOS BOMBONES EN CAJAS (3,6 Y 12 UNIDADES), ¿QUÉ PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR?

El precio que estarían dispuestos a pagar por cajas de 3 unidades de bombones rellenos es de: 3,50\$, por la caja de 6 unidades 6,50\$, mientras que por la caja de 12 unidades el precio que estarían dispuestos a pagar es de 10\$.



La mayor parte de consumidores, estarían dispuestos a pagar 0,60\$ por cada unidad de bombón.

Basándose en los gráficos anteriores en los que se pueden divisar las respuestas del segmento de mercado que ha sido encuestado, se puede concluir que:

Las encuestas reflejan que la gente compra en más cantidades bombones rellenos de chocolate con leche y los consumen una vez por semana. Dentro de las chocolaterías más visitadas, se destaca La Casita de Chocolate, en primer lugar de manera sumamente marcada.

La mayor parte de los consumidores prefiere rellenos dulces, pero también quisiera probar rellenos salados, manteniendo una capa externa con chocolate con leche.

El mercado está dispuesto a comprar bombones rellenos en dos presentaciones, la primera es a través de cajas con un número diferente de unidades, como son 3, 6 y 12; también les gustaría comprar bombones al peso, esto haciendo referencia a comprar por unidades. Los clientes buscan comprar bombones con sabores que ellos puedan elegir.

CAPÍTULO V

5. PLAN DE MARKETING

5.1 PLAN DE MARKETING

La finalidad de realizar un plan de marketing es atraer clientes al brindar un valor agregado, así como conservar los clientes entregando por medio del servicio satisfacción para mantener relaciones sólidas, con las que se puede llegar a fidelizar a los clientes. Es de vital importancia entender al mercado y las necesidades que los clientes tienen.

Kotler, J. & Armstrong, G. (2008): “Las necesidades humana son estados de carencia percibida. Incluyen necesidades *físicas* básicas de alimentos, ropa, calor y seguridad... Los mercadólogos no inventaron estas necesidades; son un componente básico del ser humano”.

5.1.1 OBJETIVOS

Después de analizar el resultado de las encuestas realizadas a la población muestra, es importante conocer que para poder atraer a los clientes es necesario identificar a la principal competencia, el precio que está dispuesto a pagar por los bombones, y los sabores con los que se el mercado objetivo se siente identificado.

Los principales objetivos considerados para poder desarrollar adecuadamente el plan de marketing, son los siguientes:

- Posicionar la marca XOCO 0° 0' 0" en la mente del consumidor.
- Prestar un valor agregado en el servicio de venta de bombones.
- Liderar la venta de bombones con chocolate artesanal.
- Presentar al consumidor una oferta variada de bombones
- Lograr fidelizar a los clientes por medio de precios y promociones.

5.1.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las estrategias de marketing conocidas como las 8 Ps, son la representación de los componentes con los que se desarrollarán estrategias con las que se puede lograr y generar éxito: precio, producto, plaza, promoción, publicidad, persona (personal de la empresa), partners (alianzas estratégicas) y procesos.

Estas estrategias serán aplicadas para que XOCO 0° 0' 0" pueda cumplir de manera adecuada con los objetivos propuestos anteriormente, se buscará exhaustivamente métodos distintos para poder cumplir.

5.1.2.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Lo que caracterizará a los bombones XOCO 0° 0' 0" es vender de manera implícita un producto ecuatoriano con un porcentaje mayor al 75 %, esto teniendo en cuenta que se utilizará chocolate artesanal para realizar los diversos rellenos; los sabores con los que se realizarán los diferentes ganaches también serán producción nacional.

Los bombones XOCO 0° 0' 0" tiene características únicas, es decir los sabores a ser utilizados serán de dulce y sal, se los combinará de manera especial para ofertar a los clientes una variedad adicional semanalmente aparte de las 11 ya existentes. En las diferentes festividades de Ecuador, el sabor de relleno de los bombones será distinto, en Semana Santa se presentará al cliente bombones rellenos de dulce de higos mientras que para Finados el sabor de temporada será el de Colada Morada y en Fiestas de Quito, será relleno de canelazo; al presentar estos sabores Festivos se intenta comunicar de manera más directa el concepto de XOCO 0° 0' 0" Chocolatería Artesanal.

Los bombones serán elaborados con dos tipos de chocolate, uno que ya ha pasado por procesos de refinado y conchado, para la capa externa y el chocolate artesanal para la elaboración de los rellenos. Los moldes que se

utilizarán serán en una gama que no pasen a ser bombones elaborados caseramente.

Las cajas en los que los bombones serán expendidos son elaboradas con cartulina italiana, los colores son acordes a los del logotipo (café, dorado y marrón), la caja tendrá en la parte exterior el logo de XOCO 0° 0' 0" grabado en relieve. Los bombones se podrán vender en cajas al peso con elección de sabores; mientras que habrá la opción de las cajas por unidades, desde 3 hasta 12 unidades en la que de igual manera el sabor podrá ser elegido.

Las cajas de bombones irán acompañadas de una funda con el logotipo de XOCO 0° 0' 0", está será entregada con la caja de bombones en la parte interior, el material será de papel tipo "kraft". Anexo 26

XOCO 0° 0' 0" busca explotar la combinación de sabores de sal con los de dulce, así como también entregar a los clientes un producto con el que se sientan identificados con el sabor y la presentación del producto.

5.1.2.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

La estrategia de precio debe basarse en el valor que representa la producción total del producto así como el precio con el que los clientes identificarán este nuevo producto. A través de esta estrategia de precio se busca hacer más fácil el intercambio del valor del precio con la confianza y fidelidad de los clientes.

La fijación de precio deber ser entendida como el nivel en el que el producto resulta resolver o cumplir con la demanda de los clientes así como con la disponibilidad, entrega y lugar en el producto será entregado con un servicio adecuado para el cliente, con el que este se sentirá a gusto y podrá diferenciar que no se encuentra pagando únicamente por un producto sino también por atención, eficacia en el servicio y experiencia en el servicio.

La primera estrategia es la de *penetración al mercado*, esta permite que la empresa pueda desarrollarse de mejor manera al entrar en el mercado, esto puede hacerse de dos maneras, disminución de precios o aumentando el nivel de esfuerzo del mercado, este último como ejemplo de aumentar los horarios de atención para que los clientes puedan comprar en mayor cantidad. La segunda estrategia es *el desceme* del mercado, hace referencia a poner un precio elevado para el producto, teniendo en cuenta que únicamente los consumidores más interesados serán los que con su capacidad económica puedan pagar este producto; una vez que la demanda ha sido cubierta y mientras el producto siga con su ciclo de vida, el precio de este va a ir disminuyendo poco a poco para que otros segmentos de mercado también puedan participar.

XOCO 0° 0' 0" optará por la estrategia de desceme de mercado, es decir el costo que los bombones tendrán, serán más elevados a los de la competencia para captar de mejor manera la atención del mercado objetivo al concepto de XOCO 0° 0' 0" Chocolatería Artesanal.

Para manejar los precios de los bombones se darán opciones de compra a los clientes, puede realizarse la venta al peso, en el que el valor de los bombones se conocerá al final o en cajas con un valor ya establecido. Las opciones de pago en el establecimiento serán efectivo y tarjeta de crédito.

En cuanto al pago con efectivo las políticas serán las siguientes:

- No aceptar billetes superiores a cincuenta dólares.
- Comprobar que los billetes entregados en caja no sean falsos.
- No recibir billetes deteriorados.

En lo que concierne al pago con tarjeta de crédito:

- Aceptar todas las tarjetas de crédito.

- Pedir la presentación de la cédula de identidad a los clientes.
- Tener como monto mínimo de consumo, el equivalente en precio a los 100 gr de bombones (\$ 6,75 dólares).

5.1.2.3 ESTRATEGIA DE PLAZA

Se debe entender que los factores importantes en la entrega de un producto o servicio como lo son la rapidez y comodidad de lugar, tanto en ubicación como en distribución del mismo; son la principal fuente de diferenciación así como de valor agregado de un establecimiento.

Es importante saber que el producto puede ser entregado por canales físicos o electrónicos, esto depende de la naturaleza del producto y servicio que se oferta al mercado.

El canal físico dependerá del personal a disposición en el establecimiento, su forma de atender y la agilidad de estos para que el cliente encuentre una experiencia distinta. Los canales electrónicos son aquellos en los que las herramientas como internet y redes sociales interactúan con el mercado objetivo, la información del producto es expuesta para captar la atención de los posibles potenciales clientes.

XOCO 0° 0' 0" tendrá como plaza un local ubicado en la calle Mariano Echeverría y Av. Brasil con una superficie total de 66 mt², en el que se distribuirá un espacio de 39,6 m para el área de servicio, en donde estará ubicada una mesa con dos sillones para aquellos clientes q busquen quedarse en el establecimiento, aquí también se contará con el mostrador en el que los bombones rellenos estarán exhibidos, junto con un mesón en el que se encontrará la computadora e impresora para realizar la debida facturación, y el "datafast" con el que se procederá al cobro con tarjetas de crédito, junto con los procesadores estará ubicada la balanza para pesar la cantidad que el cliente desea de bombones.

El cliente podrá elegir el diseño de la caja, en caso esta fuese para pedir bombones al peso esto se debe a que los diversos modelos estarán en exhibición.

5.1.2.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Esta estrategia tiene como objetivo proporcionar la información necesaria de lo que los clientes objetivo, persuadir sobre las características y cualidades del producto ofertado.

Para una correcta estrategia de promoción, se realizará una promoción inicial de XOCO 0° 0' 0" para atraer a los clientes potenciales entregando volantes con información sobre el concepto de chocolatería artesanal, la presentación de los bombones y los sabores de los mismos.

También se harán promociones especiales de acuerdo al calendario de festividades, como lo son San Valentín, Día de la Madre, Día del Padre, Halloween y Navidad fechas en las que se busca regalar productos como bombones en cajas diseñadas para estas ocasiones.

Para cada una de estas fechas XOCO 0° 0' 0" decorará el establecimiento con figuras y diseños acordes, que llamen la atención del cliente y los invite a comprar y realizar pedidos en este establecimiento. Las cajas de bombones que se ofertarán a los clientes serán de acuerdo al tema de cada festividad, estas incluirán tarjetas para agregar mensajes, de manera opcional.

En cuanto a promociones por medio de las redes sociales, se busca fidelizar a nuestros clientes ofertando un sabor diferente por semana, aquel cliente que pida el este sabor que no estará en el menú regular de bombones tendrá una caja de bombones de 3 unidades, sin ningún costo.

5.1.2.5 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Para una publicidad adecuada es fundamental tener en cuenta la localización del establecimiento, es decir ver el entorno físico tanto edificios, parques, y la parte exterior, como se encuentra decorado. En la parte interior debe elegirse un color que sea agradable a la vista del cliente, también debe crear armonía y comodidad con tal solo verlo, se debe también considerar que el espacio a disposición del cliente (mesas y sillones) debe ser cómodo y funcional; las imágenes pertinentes se encontrarán en el Anexo 28.

Para crear una publicidad apropiada XOCO 0° 0' 0" se ha enfocado en dar a sus empleados del área de cocina y servicio uniformes en los que el color y el logo se encuentren plenamente identificados por los clientes. El personal que se encuentra dentro de la cocina tendrá un uniforme completo de cocina (chaqueta suiza, pantalón cargo, safaris, delantales de pecheras, y zapatos antideslizantes; para la persona encargada de la bacha el delantal será impermeable); en lo que concierne al personal de servicio, el uniforme variará al tener un delantal estilo francés; las imágenes de referencia se encuentran en el Anexo 29.

Dentro del establecimiento se reproducirán videos en los que se pueda observar cómo se elabora el chocolate artesanal, de la misma manera se podrá observar mazorcas de cacao.

La publicidad mediante redes sociales (Facebook e Instagram) será un proceso en el que se busca interactuar con los clientes mediante la publicación de todos los productos que XOCO 0° 0' 0" tiene para ofrecer, así como promociones y sabores especiales para las festividades. Aquí también se pretende fidelizar a los seguidores de las páginas por medio de sorteos o promociones que se sabrán o serán publicadas por estas redes sociales.

5.1.2.6 ESTRATEGIA DE PERSONA

La naturaleza del plan de negocios de XOCO 0° 0' 0" requiere de la intervención de un personal calificado para poder dar un servicio de calidad a los clientes.

En cuanto al personal que XOCO 0° 0' 0" necesita para brindar a sus clientes atención personalizada y de calidad es necesario crear un perfil en que aquellas personas interesadas en el cargo puedan demostrar distintas aptitudes y actitudes en el servicio.

Es fundamental que el personal sepa manejar correctamente el software que XOCO 0° 0' 0" ha contratado pero también debe tener suficiente conocimiento como para poder realizar el proceso de facturación sin contar con este software, es decir realizar el proceso desde la parte básica; para lograr estos propósitos es necesario realizar capacitaciones desde los procesos de elaboración, receta estándar, costos, proveedores, y costos tanto por cajas como por peso.

El personal debe comprender y entender que el cliente es el mayor evaluador externo sobre la calidad de servicio ofrecido, así como de satisfacción o insatisfacción que este genere en cada uno de los clientes. Se exigirá a los empleados del área de servicio buena presencia y actitud positiva para crear un ambiente agradable en el que el cliente se sienta cómodo dentro del establecimiento.

El personal de servicio y cocina tendrán un uniforme plenamente identificado de acuerdo a dos delantales distintos en el caso del personal de cocina, el delantal de pechera en el que el logo XOCO 0° 0' 0" estará bordado en la parte frontal. En el caso del delantal de servicio de estilo francés el logo estará ubicado en el lado derecho del mismo; los safaris y chaquetas del personal de servicio tendrán el logo a vista del cliente.

5.1.2.7 ESTRATEGIA DE PARTNERS

La estrategia de partners o joint venturing es una estrategia utilizada para comercializar de mejor manera un producto o servicio. De esta manera la empresa que ha buscado conseguir este tipo de alianza venderá su producto por medio de la propaganda de otra empresa.

Por medio de esta estrategia XOCO 0° 0' 0" buscará formar alianza con su proveedor de chocolate artesanal, para poder dar a conocer mediante este el producto en la hacienda en la que se realiza todo el proceso de transformación de cacao.

Aquí se pretende mostrar a los turistas que visiten la hacienda como se usa el chocolate artesanal dándole nuevos sabores y presentaciones.

En cuanto a formar alianzas con otros proveedores es una estrategia con la que se busca ampliar el segmento de mercado para que los bombones XOCO 0° 0' 0" puedan ser conocidos completamente por lo que se buscará en lugares como García Reinoso y Servidisfraz, que venden productos para pastelería y repostería, aquí también se dictan cursos de chocolatería, pastillaje, de bocaditos; una publicidad con la que se puede enseñar a utilizar un producto que no tiene un proceso de refinado y conchado pero que da un aporte único de sabor a las preparaciones.

5.1.2.8 ESTRATEGIA DE PROCESOS

Para esta estrategia la prioridad de XOCO 0° 0' 0" es el poder apreciar y conocer que los procesos de producción así como de entrega del producto son igual de importantes, al tener una competencia que oferta un producto considerado como similar.

Al momento de realizar el análisis competitivo entre los negocios considerados como competencia, es importante reconocer que el producto oferta también cuenta con un servicio intangible que es el de recepción de pedido, entrega y presentación del mismo. Para XOCO 0° 0' 0" es importante que los clientes diferencien esto a través de los colores del logotipo, el nombre del establecimiento pero sobre todo del producto y la presentación que ha sido diseñada a medida para los bombones con rellenos de sabores del Ecuador; se busca crear una nueva forma de consumir bombones, esto a través de las papilas gustativas, utilizando sabores que generen diferentes sensaciones y experiencias.

Es importante buscar la manera en la que los procesos de elaboración de productos, servicio y despacho de los mismos sean funcionales, rápidos y que brinde una experiencia de consumo distinta a la que el cliente esta habitualmente acostumbrado. Así también se facilitará el trabajo del personal que ofrece el servicio, pues si brinda al cliente un servicio eficaz, este optará por trabajar productivamente.

El servicio que XOCO 0° 0' 0" ofrece a sus clientes es personalizado, los bombones estarán exhibidos de manera tal que los clientes puedan apreciar los diferentes sabores que existen así como la forma en la que desean que sus bombones sean empacados. El cliente será quien elija como quiere los bombones, en cajas de unidades establecidas con sabores a su elección o bombones al peso, con elección de diseño y sabores. El personal de XOCO 0° 0' 0" preguntará al cliente por las opciones de compra y los sabores, mismo que ira eligiendo de acuerdo a la cantidad y al gusto del cliente; al momento de finalizar el proceso, se pasará a realizar la facturación en el caso de que la compra sea de cajas de bombones, mientras que si la compra es al peso, se procederá a pesar la cantidad elegida por el cliente dentro de la caja para seguir con la facturación del mismo.

XOCO 0° 0' 0" se ha propuesto contratar personal calificado para tener un mejor proceso de atención hacia el cliente, pero también busca implementar en un largo plazo, de acuerdo a como el producto se vaya desarrollando en el mercado nacional, y que tan atractivo resulte para los turistas extranjeros la oferta de bombones rellenos con sabores del Ecuador, parte del personal de servicio bilingüe, para brindar mayor facilidad a este segmento de mercado.

Utilizando adecuadamente las ocho diferentes estrategias de marketing se podría decir que XOCO 0° 0' 0" ha buscado enfocarse por igual para poder llamar la atención de los potenciales clientes brindando un servicio personalizado, con especial atención en los detalles como lo son la selección de cajas. También se ha buscado la forma en la que este modelo de negocio sea amigable a través del concepto de sustentabilidad, por lo que se busca fomentar el uso del chocolate amargo instruyendo a los clientes a través de videos usados dentro de XOCO 0° 0' 0", así como realizando publicidad en tiendas especializadas de repostería y chocolatería.

CAPÍTULO VI

6. PLAN FINANCIERO

6.1 PLAN FINANCIERO

Por plan financiero se conoce la situación económica de la empresa, es decir en qué punto los precios que se han fijado al mercado pueden dar una ganancia, así como cuanto es el gasto neto mensual de los diversos factores que hacen posible tener una productividad, entendiéndose estos como materia prima, mano de obra y otros costos en los que se deberá incluir rubros que no dependen de como es el funcionamiento específico del negocio.

Para poder realizar un ticket promedio y saber la utilidad del mismo, es necesario conocer la capacidad instalada que XOCO 0° 0' 0" va a tener de manera mensual, para poder obtener como resultado 1374, se ha utilizado como referencia el consumo de bombones que se encuentra en la investigación de mercado.

La nómina salarial y el presupuesto de inversión que son la parte fundamental para poder iniciar este negocio son rubros que deben ser manejados con total cautela puesto que no se puede exceder en equipos y en contrataciones de personal para poder tener un negocio rentable, es decir que no se deberá buscar personal innecesario y tampoco equipos o materiales que no vayan a ser usados.

Es indispensable realizar la proyección de ventas, fijando en el caso de XOCO 0° 0' 0" un plazo de 5 años.

En las recetas elaboradas por XOCO 0° 0' 0", se ha podido evidenciar los costos de materia prima que se necesitarán para la producción de 600 gr de bombones rellenos. En la Tabla 14 se puede observar el valor de materia prima por 100 gr de bombones, esto se debe a que es de esta forma como se venderán las distintas variedades ofertadas por XOCO 0° 0' 0"; al valor antes mencionado se le han sumado dos rubros más, mano de obra y otros costos, que son necesarios para la correcta producción.

Para poder comprender adecuadamente de donde se obtiene el costo de materia prima, a continuación se muestra una receta estándar en la que se observan los costos por 600 gramos, el total del costo, se ha dividido para 100 gramos que es el gramaje por el que se venderán los bombones.

TABLA 15. RECETA ESTÁNDAR XOCO 0° 0' 0" – MATERIA PRIMA

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Tomate de Árbol			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Tomate de Árbol				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Tomate de Árbol	1,94	0,13
0,006	k	Glucosa	1,70	0,01
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		6,81
<p>GANACHE: Calentar la pulpa de tomate de árbol. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y agregar la glucosa, retirar del fuego.</p> <p>COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

Adaptado de: Universidad de las Américas

TABLA 16. PORCENTAJE DE CONSUMO MENSUAL

Ventas - Estado de Resultados Año 1		Ventas - Estado de Resultados Año 1		Ventas - Estado de Resultados Año 1								
\$ 5,18	TICKET PROMEDIO	ENERO		FEBRERO		MARZO						
\$ 4,29	COSTO MP PROMEDIO	(A) % Consumo Mensual 30%		(A) % Consumo Mensual 35%		(A) % Consumo Mensual 40%						
AÑO 1	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS	410		480		550						
	TICKET PROMEDIO	\$	5,18	TICKET PROMEDIO	\$	5,18	TICKET PROMEDIO	\$	5,18			
	FACTURACION	ENERO	\$	2.121,75	FACTURACION	FEBRERO	\$	2.484,00	FACTURACION	MARZO	\$	2.846,25
	COSTO MATERIA PRIMA	\$	4,29	COSTO MATERIA PRIMA	\$	4,29	COSTO MATERIA PRIMA	\$	4,29			
	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$	1.758,44	COSTO MATERIA PRIMA	\$	2.058,67	COSTO MATERIA PRIMA	\$	2.358,89			
	UTILIDAD BRUTA	\$	363,31	UTILIDAD BRUTA	\$	425,33	UTILIDAD BRUTA	\$	487,36			
	MANO DE OBRA	\$	2.847,42	MANO DE OBRA	\$	2.847,42	MANO DE OBRA	\$	2.847,42			
	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	\$	1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	\$	1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	\$	1.427,00			

En la Tabla 16 se puede observar cómo se ha realizado el cálculo de porcentaje de consumo mensual para XOCO 0° 0' 0", es aquí en donde se puede visualizar como mes a mes y dependiendo del porcentaje antes mencionado los costos de materia prima y la utilidad irán variando.

Es importante mencionar que se ha fijado un porcentaje de consumo mensual, teniendo en cuenta que no existe rotación por turnos o por asientos, dentro de XOCO 0° 0' 0" pues el modelo de negocio es similar al de comida rápida, pero se ha omitido el servir a los clientes en bandejas pues estos eligen los bombones que deseen, son empacados para llevar y los clientes se retiran del establecimiento.

Para completar la tabla con los salarios percibidos por el equipo de trabajo, se ha trabajado con las leyes y prestaciones laborales que deben ser pagadas tanto por empleadores como por empleados, esto en cuando a los aportes patronales al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los decimotercero y cuarto sueldo también han sido calculados.

El decimotercer sueldo es aquel que corresponde a la suma de los salarios nominales desde el mes de diciembre del año anterior hasta el mes de noviembre del año en curso, y debe ser pagado hasta el 15 de diciembre; mientras que el decimocuarto sueldo corresponde a un Salario Básico Unificado (SBU) a la fecha vigente, es decir cada empleado percibirá un sueldo más, teniendo en cuenta que el cálculo para este sueldo corresponde al período de trabajo entre agosto del año anterior a julio del presente año, debe ser pagado hasta el 15 de agosto.

Los empleadores deberán afiliar a sus empleados al IESS, realizando un aporte mensual, de ambos lados es decir (empleador y empleado). El pago de aportaciones patronales al IESS se realiza de la siguiente manera, el empleador debe pagar el 11,15% mientras que el empleado debe cancelar el 9,45% (ese rubro se descuenta mensualmente). Adicional a esto se debe realizar el pago de 0.5% del Sueldo Bruto, al Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo (IECE), y 0,5% del Sueldo Bruto, al Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP).

En las siguientes tablas se podrá observar la cantidad en dólares que percibirán los empleados de XOCO 0° 0' 0" de acuerdo con todas las prestaciones y beneficios de Ley.

TABLA 18. PRESTACIONES LABORALES Y BENEFICIOS DE LEY

(B) HORAS SUPLEMENTARIAS al 50% & al 100% Cuando pasan sus 8 horas de trabajo diarias; con un máximo de 4 horas por día, 12 horas por semana. Hasta las 12h00 de la noche tendrá un recargo del 50% en cada hora suplementaria Después de las 12h00 de la noche tendrá un recargo del 100% en cada hora suplementaria					(C) JORNADAS NOCTURNAS al 25% Jornada entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, que podrá durar igual que la jornada diurna de hasta 8 horas. Tendrá un recargo del 25%			(D) HORAS EXTRAS al 100% Cuando el empleado trabaja sábados, domingos (o sus días libres) o días feriados Tendrá un recargo del 100%		
(B1) Valor \$ Total a pagar x Horas Suplementarias al 50% y 100% (B2xB3 + B4xB5)	(B2) Q Horas Suplementarias (Hasta las 12h00) al 50% extra	(B3) Valor x Hora Suplementaria al 50% extra (A2 x 1,5)	(B4) Q Horas Suplementarias (Desde las 12h00 hasta las 06h00) al 100% extra	(B5) Valor x Hora Suplementaria al 100% extra (A2 x 2)	(C1) Valor \$ Total a pagar x Horas en Jornada Nocturna al 25% (C2 x C3)	(C2) Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	(C3) Valor x Hora en Jornada Suplementaria al 25% extra (A2 x 1,25)	(D1) Valor \$ Total a pagar x Horas Extras al 100% (D2 x D3)	(D2) Q Horas Extras (Días libres y feriados) al 100%	(D3) Valor x Hora Extra 100% (A2 x 2)
\$ -	0	\$ 4,38	0	\$ 5,83	\$ -	0	\$ 3,65	\$ -	0	\$ 5,47
\$ -	0	\$ 2,34	0	\$ 3,13	\$ -	0	\$ 1,95	\$ -	0	\$ 2,93
\$ -	0	\$ 2,34	0	\$ 3,13	\$ -	0	\$ 1,95	\$ -	0	\$ 2,93
\$ -	0	\$ 2,24	0	\$ 2,98	\$ -	0	\$ 1,86	\$ -	0	\$ 2,80
\$ -	0	\$ 2,24	0	\$ 2,98	\$ -	0	\$ 1,86	\$ -	0	\$ 2,80
\$ -	0	\$ 2,71	0	\$ 3,61	\$ -	0	\$ 2,26	\$ -	0	\$ 3,38
Valor Total a Pagar en Horas	TOTAL Q Horas Suplementarias (Hasta las 12h00)	Valor promedio Hora Suplementaria	TOTAL Q Horas Suplementarias (desde las 12h00)	Valor promedio Hora Suplementaria (desde las 06h00)	TOTAL a Pagar en Jornadas Nocturnas al 25%	TOTAL Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna al 25%	Valor Total a Pagar en Jornadas Nocturnas	Total Horas Jornada Nocturna	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna
TOTAL SUELDO BRUTO	Sueldo Bruto ÷ 12 Meses	Sueldo Básico ÷ 12 Meses	Sueldo Bruto ÷ 360 días x 15 días	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social						
(A1) Sueldo Bruto Base + (B1) H. Suplementarias + (C1) Horas J. Nocturna + (D1) Horas Extras				9,45% del sueldo Bruto (Paga el Empleado)	11,15% del Sueldo Bruto (Paga el Patrono)	SECAP 0,5% del Sueldo Bruto IECE				
(E) TOTAL SUELDO BRUTO	DTR Decimo Tercera Remuneración	DCR Decimo Cuarta Remuneración	Vacaciones 15 días al año	Aporte Empleado 9,45%	Aporte Patronal 11,15%	IECE 0,50% SECAP 0,50%	Sueldo Neto			
\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 29,50	\$ 29,17	\$ 66,15	\$ 78,05	\$ 7,00	\$ 902,05	Nombre 1		Chef
\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 29,50	\$ 15,63	\$ 35,44	\$ 41,81	\$ 3,75	\$ 496,94	Nombre 2		Cocinero Polifuncional
\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 29,50	\$ 15,63	\$ 35,44	\$ 41,81	\$ 3,75	\$ 496,94	Nombre 3		Cocinero Polifuncional
\$ 358,00	\$ 29,83	\$ 29,50	\$ 14,92	\$ 33,83	\$ 39,92	\$ 3,58	\$ 475,75	Nombre 4		Cajero 1
\$ 358,00	\$ 29,83	\$ 29,50	\$ 14,92	\$ 33,83	\$ 39,92	\$ 3,58	\$ 475,75	Nombre 4		
\$ 2.166,00	\$ 180,50	\$ 147,50	\$ 90,25	\$ 204,69	\$ 241,51	\$ 21,66				
TOTAL SUELDO BRUTO NOMINA	\$ 418,25			\$ 467,86			\$ 2.847,42			
	Previsión Mensual RRHH			Pago Mensual Aportes al IEES			Pago Mensual en Sueldos			

Dentro de *otros costos* – *costos fijos* se encontrarán rubros como el arriendo, luz, agua, teléfono, entre otros; mismos que deben ser pagados para poder facilitar la producción mensual aunque el consumo de bombones varíe.

A continuación se podrán observar detalladamente los costos antes mencionados.

TABLA 19. OTROS COSTOS – COSTOS FIJOS

OTROS COSTOS - COSTOS FIJOS		
Servicios Basicos		OBSERVACIONES
Agua	\$ 30,00	Consumo Básico
Luz	\$ 50,00	Consumo Básico
Teléfono	\$ 20,00	Linea Fija
Gas	\$ 27,00	Bombonas de Gas
Internet	\$ 35,00	Trabajo + Wifi Clientes
Servicios Complementarios		
Seguridad	\$ 75,00	Contrato Básico de Seguridad
Contabilidad	\$ 60,00	Facturación sobre los 100 mil
Asesoramiento Legal	\$ 50,00	Contratos, Permisos, MRL, Etc.
Equipos & Materiales		
Mantenimiento	\$ 120,00	Mantenimiento Equipo Pesado
Material de Oficina	\$ 75,00	Papel, tinta, esferos, rollo impresora, etc.
Otros Costos		
Alquiler Local	\$ 600,00	Asumiendo que no es propio o que pagamos una deuda de compra
Marketing& Publicidad	\$ 210,00	Manejo de Cuenta Publicitaria Básica
Materiales de Limpieza	\$ 75,00	Materiales de limpieza
Otros Costos COSTOS FIJOS	\$ 1.427,00	<i>Todos los costos que no dependen del giro específico del negocio Independientemente de si se generan mes a mes</i>

6.1.1 INVERSIÓN PROYECTADA PARA LA APERTURA DEL NEGOCIO

Para una inversión proyectada para la apertura del negocio, se han tomado en cuenta equipos pesados, menaje de cocina, equipos de servicio y menaje de servicio; para esto también se deben tomar en cuenta decoraciones, uniformes para el personal y el equipo o menaje de oficina. Todos estos han sido cotizados, los precios se encuentran detallados en la Tabla a continuación; y las respectivas cotizaciones se podrán encontrar a partir del Anexo 30.

A continuación se puede observar el gráfico en el que se ha detallado los equipos que se necesitarán con el costo de los mismos, y la suma de ítems para llegar al total de inversión inicial de XOCO 0° 0' 0".

TABLA 23. UNIFORMES RRHH

Uniformes RRHH					
Uniformes	Equipo	Destinatario	Cantidad		
	Chaquetas Suizas	Personal en general	8	\$ 30,00	\$ 240,00
	Safaris	Personal en general	4	\$ 4,24	\$ 16,96
	Delantales de Pechera	Personal Cocina	3	\$ 8,48	\$ 25,44
	Pantalones Cargo sin malla	Personal en General	8	\$ 25,00	\$ 200,00
	Delantal Impermeable	Bacha, limpieza	1	\$ 6,00	\$ 6,00
	Delantal Fránces	Cajero	1	\$ 14,00	\$ 14,00
TOTAL UNIFORMES				\$	502,40

TABLA 24. EQUIPO OFICINA & ADMINISTRACIÓN

Equipo Oficina & Administracion					
Equipo Oficina	Equipo	Destinatario	Cantidad		
	Computadora + Impresora	Administración	1	\$ 699,99	\$ 699,99
	Menaje de Oficina	Administración	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL EQUIPO OFICINA				\$	899,99

6.1.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para obtener las fuentes de financiamiento, es necesario comprender que es necesario tener un presupuesto de financiación; este hace referencia al capital que se necesitará para la apertura y la operación de XOCO 0° 0' 0".

Para la apertura de XOCO 0° 0' 0", se necesitará realizar una solicitud por un crédito bancario para cubrir el total de la inversión inicial, capital de materia prima, capital de mano de obra y capital de otros costos para el primer mes de producción. El monto a ser solicitado en el Banco del Pichincha mediante un crédito bancario es de \$ 20. 000,00 esto se debe a que los \$ 2.141, 47, serán de un capital propio de los propietarios de XOCO 0° 0' 0".

La entidad financiera con la que XOCO 0° 0' 0" ha buscado el financiamiento ha sido Banco Pichincha, se ha solicitado un crédito para inversión de microempresa, fijando un plazo de pago de 60 meses, teniendo en cuenta que el interés anual de esta entidad es de 15,18%.

A continuación se podrá observar la tabla con el financiamiento.

TABLA 25. PRESTAMO BANCARIO & INTERESES

Prestamo Bancario & Intereses		Sub Montos	Observaciones
	TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 16.108,61	Total de lo necesario a invertir en el inicio
	TOTAL Capital de Trabajo MP	\$ 1.758,44	Materia Prima del primer Mes de Trabajo
	TOTAL Capital de Trabajo MO	\$ 2.847,42	Mano de Obra del primer Mes de Trabajo
	TOTAL Capital de Trabajo OC	\$ 1.427,00	Otros Costos del primer Mes de Trabajo
	CAPITAL PROPIO	\$ 2.141,47	
	Otras Inversiones	\$ -	
	Otras Inversiones	\$ -	
	TOTAL Prestamo a Solicitar	\$ 20.000,00	Total a Solicitar al Banco
12	Meses	\$ 1.666,67	
24	Meses	\$ 833,33	
36	Meses	\$ 555,56	
48	Meses	\$ 416,67	
60	Meses	\$ 333,33	
		INTERÉS MENSUAL	
		1,265%	\$ 333,33
			\$ 4,217
			\$ 337,55

6.1.3 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias permite ver la relación clara y ordenada entre los ingresos, costos, gastos y la utilidad o pérdida de la empresa. Es una forma que ayuda a visualizar la situación económica de un negocio.

En el gráfico a continuación se podrá observar el estado de pérdidas y ganancias de XOCO 0° 0' 0".

TABLA 26. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 1

ENERO		FEBRERO		MARZO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.911,11)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.849,09)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.787,06)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.179,59)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.117,56)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.055,53)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.512,92)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.450,90)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.388,87)
Impuestos Taxes	\$ 227,33	Impuestos Taxes	\$ 266,14	Impuestos Taxes	\$ 304,96
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.740,25)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.717,04)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.693,82)
ABRIL		MAYO		JUNIO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.787,06)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.751,61)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.605,41)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.055,53)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.020,09)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.873,88)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.388,87)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.353,42)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.207,22)
Impuestos Taxes	\$ 304,96	Impuestos Taxes	\$ 327,13	Impuestos Taxes	\$ 418,62
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.693,82)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.680,56)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.625,84)
JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.543,38)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.423,75)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.423,75)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.811,85)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.692,23)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.692,23)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.145,19)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.025,56)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.025,56)
Impuestos Taxes	\$ 457,43	Impuestos Taxes	\$ 532,29	Impuestos Taxes	\$ 532,29
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.602,62)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.557,85)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.557,85)

OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.423,75)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.423,75)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.423,75)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.692,23)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.692,23)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.692,23)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.025,56)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.025,56)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.025,56)
Impuestos Taxes	\$ 532,29	Impuestos Taxes	\$ 532,29	Impuestos Taxes	\$ 532,29
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.557,85)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.557,85)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.557,85)

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$	(55.543,20)	-

TABLA 27. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2

ENERO		FEBRERO		MARZO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.606,00)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.606,00)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.606,00)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.874,48)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.874,48)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.874,48)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.207,81)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.207,81)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.207,81)
Impuestos Taxes	\$ 592,23	Impuestos Taxes	\$ 592,23	Impuestos Taxes	\$ 592,23
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.800,04)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.800,04)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.800,04)
ABRIL		MAYO		JUNIO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.606,00)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.606,00)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.478,55)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.874,48)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.874,48)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.747,03)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.207,81)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.207,81)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.080,36)
Impuestos Taxes	\$ 592,23	Impuestos Taxes	\$ 592,23	Impuestos Taxes	\$ 672,73
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.800,04)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.800,04)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.753,09)
JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.419,38)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.419,38)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.292,85)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.687,86)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.687,86)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.561,33)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.021,19)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.021,19)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (3.894,66)
Impuestos Taxes	\$ 710,10	Impuestos Taxes	\$ 710,10	Impuestos Taxes	\$ 790,02
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.731,29)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.731,29)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.684,68)

OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.292,85)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.292,85)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.292,85)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.561,33)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.561,33)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.561,33)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (3.894,66)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (3.894,66)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (3.894,66)
Impuestos Taxes	\$ 790,02	Impuestos Taxes	\$ 790,02	Impuestos Taxes	\$ 790,02
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.684,68)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.684,68)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.684,68)

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$ (56.954,60)		3%

TABLA 28. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 3

ENERO		FEBRERO		MARZO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.849,04)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.849,04)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.849,04)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.117,52)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.117,52)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.117,52)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.450,85)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.450,85)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.450,85)
Impuestos Taxes	\$ 620,06	Impuestos Taxes	\$ 620,06	Impuestos Taxes	\$ 620,06
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.070,92)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.070,92)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.070,92)
ABRIL		MAYO		JUNIO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.849,04)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.849,04)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.714,36)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.117,52)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.117,52)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.982,84)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.450,85)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.450,85)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.316,17)
Impuestos Taxes	\$ 620,06	Impuestos Taxes	\$ 620,06	Impuestos Taxes	\$ 704,34
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.070,92)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.070,92)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.020,52)
JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.651,83)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.518,11)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.518,11)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.920,31)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.786,59)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.786,59)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.253,64)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.119,92)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.119,92)
Impuestos Taxes	\$ 743,47	Impuestos Taxes	\$ 827,15	Impuestos Taxes	\$ 827,15
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.997,11)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.947,07)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.947,07)

OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.518,11)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.518,11)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.518,11)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.786,59)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.786,59)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.786,59)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.119,92)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.119,92)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.119,92)
Impuestos Taxes	\$ 827,15	Impuestos Taxes	\$ 827,15	Impuestos Taxes	\$ 827,15
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.947,07)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.947,07)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (4.947,07)

BDT Annual	AÑO	%	Crecimiento
	0		
\$	(60.107,58)	6%	

TABLA 29. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 4

ENERO		FEBRERO		MARZO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.937,30)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.937,30)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.937,30)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.205,77)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.205,77)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.205,77)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.539,11)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.539,11)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.539,11)
Impuestos Taxes	\$ 655,41	Impuestos Taxes	\$ 655,41	Impuestos Taxes	\$ 655,41
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.194,51)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.194,51)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.194,51)
ABRIL		MAYO		JUNIO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.937,30)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.937,30)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.775,38)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.205,77)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.205,77)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.043,86)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.539,11)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.539,11)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.377,19)
Impuestos Taxes	\$ 655,41	Impuestos Taxes	\$ 655,41	Impuestos Taxes	\$ 744,49
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.194,51)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.194,51)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.121,68)
JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.700,20)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.539,44)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.539,44)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.968,68)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.807,92)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.807,92)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.302,01)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.141,25)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.141,25)
Impuestos Taxes	\$ 785,85	Impuestos Taxes	\$ 874,30	Impuestos Taxes	\$ 874,30
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.087,87)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.015,55)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.015,55)

OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.539,44)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.539,44)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.539,44)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.807,92)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.807,92)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.807,92)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.141,25)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.141,25)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.141,25)
Impuestos Taxes	\$ 874,30	Impuestos Taxes	\$ 874,30	Impuestos Taxes	\$ 874,30
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.015,55)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.015,55)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.015,55)

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$	(61.259,88)	2%

TABLA 30. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 5

ENERO		FEBRERO		MARZO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (4.029,88)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (4.029,88)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (4.029,88)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.298,36)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.298,36)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.298,36)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.631,69)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.631,69)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.631,69)
Impuestos Taxes	\$ 692,77	Impuestos Taxes	\$ 692,77	Impuestos Taxes	\$ 692,77
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.324,46)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.324,46)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.324,46)
ABRIL		MAYO		JUNIO	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (4.029,88)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (4.029,88)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.838,65)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.298,36)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.298,36)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (4.107,13)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.631,69)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.631,69)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.440,46)
Impuestos Taxes	\$ 692,77	Impuestos Taxes	\$ 692,77	Impuestos Taxes	\$ 786,93
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.324,46)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.324,46)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.227,39)
JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.560,00)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.560,00)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.560,00)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.828,47)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.828,47)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.828,47)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.161,81)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.161,81)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.161,81)
Impuestos Taxes	\$ 924,14	Impuestos Taxes	\$ 924,14	Impuestos Taxes	\$ 924,14
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.085,94)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.085,94)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.085,94)

OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.560,00)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.560,00)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ (3.560,00)
Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 268,48
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.828,47)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.828,47)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ (3.828,47)
Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33	Intereses Bancarios Interests	\$ 333,33
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.161,81)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.161,81)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ (4.161,81)
Impuestos Taxes	\$ 924,14	Impuestos Taxes	\$ 924,14	Impuestos Taxes	\$ 924,14
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.085,94)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.085,94)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ (5.085,94)

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$	(62.365,32)	2%

En los distintos gráficos en los que se ha podido observar los estados de pérdidas y ganancias proyectados para cinco años, en los que se ha evidenciado un porcentaje de crecimiento bajo para el segundo y tercer año, mientras que para el cuarto año prácticamente el porcentaje de crecimiento se duplica para el quinto año vuelve a bajar. Viendo estos resultados de crecimiento proyectados de manera anual, se podría decir que el proyecto de implantación de XOCO 0° 0' 0" Chocolatería Artesanal, puede ser factible viendo ganancias que irán creciendo poco a poco mientras el posicionamiento en la mente de los consumidores del mercado nicho, a través de estrategias planteadas anteriormente.

6.1.4 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja es considerado como la acumulación total de activos dentro de un período determinado y por lo que es el indicador de la liquidez total de la empresa. Este servirá para analizar qué tan viable es realizar la inversión en el proyecto, así como para medir el crecimiento porcentual del mismo, dentro de un período que se delimitará a continuación.

El flujo de caja proyectado es calificado como un estado financiero establecido para poder determinar qué es lo que sucederá en un período de cinco años en cuanto al movimiento de efectivo, relacionado con la entrada, salida y el saldo final.

A continuación se podrá observar en los distintos gráficos el flujo de caja proyectado de XOCO 0° 0' 0" para un año.

TABLA 31. FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 1

AÑO 1	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18
	FACTURACION	ENERO	\$ 2.121,75	FACTURACION	FEBRERO	\$ 2.484,00	FACTURACION	MARZO	\$ 2.846,25
	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29
	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 1.758,44	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 2.058,67	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 2.358,89
	UTILIDAD BRUTA		\$ 363,31	UTILIDAD BRUTA		\$ 425,33	UTILIDAD BRUTA		\$ 487,36
	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42
	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00
	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18
	FACTURACION	ABRIL	\$ 2.846,25	FACTURACION	MAYO	\$ 3.053,25	FACTURACION	JUNIO	\$ 3.907,13
	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 2.358,89	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 2.530,44	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3.238,11	
UTILIDAD BRUTA		\$ 487,36	UTILIDAD BRUTA		\$ 522,81	UTILIDAD BRUTA		\$ 669,01	
MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	
TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	
FACTURACION	JULIO	\$ 4.269,38	FACTURACION	AGOSTO	\$ 4.968,00	FACTURACION	SEPTIEMBRE	\$ 4.968,00	
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3.538,33	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4.117,33	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4.117,33	
UTILIDAD BRUTA		\$ 731,04	UTILIDAD BRUTA		\$ 850,67	UTILIDAD BRUTA		\$ 850,67	
MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	
TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	TICKET PROMEDIO		\$ 5,18	
FACTURACION	OCTUBRE	\$ 4.968,00	FACTURACION	NOVIEMBRE	\$ 4.968,00	FACTURACION	DICIEMBRE	\$ 4.968,00	
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,29	
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4.117,33	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4.117,33	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4.117,33	
UTILIDAD BRUTA		\$ 850,67	UTILIDAD BRUTA		\$ 850,67	UTILIDAD BRUTA		\$ 850,67	
MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	MANO DE OBRA		\$ 2.847,42	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.427,00	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Después de haber realizado una investigación profunda y pertinente, se ha tomado en cuenta el estudio de mercado que se ha elaborado para poder determinar las tendencias actuales, necesidades y gustos de los potenciales clientes del sector del Quito Tenis Buena Vista, se ha concluido lo siguiente:

- XOCO 0° 0' 0" Chocolatería Artesanal es un proyecto factible, esto se debe a que puede llegar a satisfacer las nuevas tendencias en cuanto a sabores de rellenos de bombones. En el estudio de mercado el resultado obtenido permitió ver que la población está interesada en probar nuevos sabores, utilizando productos y sabores que se encuentran en el Ecuador, buscando marcar una identidad al utilizar productos dulces y salados así como combinados.
- De la recolección de datos que se ha obtenido como resultado del estudio de mercado, se puede concluir que la variedad de sabores para los diferentes bombones son fundamentales, esto se debe a que causa novedad el hecho de usar sabores salados junto con el chocolate siendo este amargo y cubierto de un chocolate con leche al que el paladar por lo general ya se encuentra familiarizado. Esto es importante ya que es una manera en la que los futuros potenciales clientes podrán compartir entre sabores dulces y salados con su familia, amigos, y con las personas que quieren compartir.
- Una vez realizado el plan financiero también se pudo comprobar la factibilidad de la apertura y puesta en marcha de XOCO 0° 0' 0" Chocolatería Artesanal, esto ya que la inversión inicial se recuperará en el primer año de funcionamiento.
- Se considera fundamental trabajar con un equipo dentro de la cocina y el servicio, totalmente calificado, para lograr esto el perfil de los empleados debe identificar plenamente sus distintas aptitudes y las

exigencias propias de cada puesto de trabajo. Enfocándose al personal de servicio, se debe tener en cuenta que deberán manejar como mínimo dos idiomas debido a la ubicación en que se encuentra XOCO 0° 0' 0" y el segmento de mercado al que se dirige.

- Otro punto importante dentro XOCO 0° 0' 0" es como estará decorado, esto se debe a que al tener un concepto de sustentabilidad y artesanal, la decoración debe ayudar a que los clientes a que se sientan identificados con los productos que se están trabajando, y con cómo se realiza la producción de chocolate artesanal, esto con la ayuda de vídeos o talleres mensuales en los que puedan participar y observar el proceso de elaboración.
- Se debe al concepto que XOCO 0° 0' 0" el que no haya rotación de asientos en el establecimiento, pues quienes acudan a comprar bombones lo harán y saldrán con sus productos, en el caso que se algún cliente decida quedarse, se ha dispuesto un lugar pequeño pero acogedor.

Recomendaciones

Como parte importante del desarrollo de la propuesta del plan de negocio de XOCO 0° 0' 0" Chocolatería Artesanal se consideran que se deben tomar en cuenta las siguientes recomendaciones, para mejorar su funcionamiento:

- Se considera que XOCO 0° 0' 0" deberá buscar asesoría legal en el futuro para conformar en un futuro como compañía, esto pues se busca que el crecimiento no se quede estacionado, si no que se pueda llegar a más clientes con esta gama de sabores de bombones.
- Una vez recuperada la inversión inicial para apertura, se puede considerar realizar diferentes asesoramientos para que XOCO 0° 0' 0" pueda trabajar directamente con operadoras turísticas, asegurando que turistas nacionales y extranjeros puedan conocer el concepto de Chocolatería Sustentable yendo a las instalaciones.

REFERENCIAS

- Asociación Cámara Nacional de Cacao Fino de Costa Rica (s, f) Modulo 3 Determinar la Estrategia de Mejoramiento – Estudio de Caso Cacao Fino de Aroma Ecuador, Recuperado el 1 de noviembre de 2014, de http://www.canacacao.org/uploads/smartsection/19_Estudio_de_Caso_Cacao_Ecuador.pdf
- Bau, F. (2006). *Chocolate Fusión*. Barcelona: Montagud Editores.
- Benassini, M. (2009) *Introducción a la Investigación de Mercados: Enfoque para América Latina*. México: Pearson Educación
- Benítez, A. (2011) Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Ecuador/ppp2/1-DO_Cacao_Arriba_FAO_talleres_locales_2011ANACARO.pdf
- Boyeras, D. (s, f) *La compraventa internacional de mercancías la modalidad FOB*. Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/107706/dbs1de1.pdf;jsessionid=69DFA27262643D1A4F959A3EB35CC169.tdx2?sequence=1>
- Cámara de Agricultura. (15 de 10 de 2012). Recuperado el 06 de Agosto de 2014, de <http://www.agroecuador.com/HTML/infocamara/2012/15102012/TABLA%20-%20CIRCUNSCRIPCIONES%20PICHINCHA.pdf>
- Castañeda, E. (s, f) *Glosario de Términos – Tesis UNMSM*, Recuperado el día 16 de octubre de 2014 de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/casta%C3%B1eda_ch_e/glosario.pdf
- Chef City. (s, f) *CATALOGO*, Recuperado el 14 de Enero de 2015, de <http://new.mychefcity.com/joomlaNew/images/productos/cata9.pdf>
- Consejo Nacional de Universidades. (s, f) *Identificación de los cargos del personal de restaurantes y hoteles*. Recuperado el 7 de Diciembre de 2014, de

<http://www2.ula.ve/personal2/index.php?option=content&task=view&id=278>

Cravens, D., & Piercy, N. (2007) *Marketing estratégico*. España; McGraw Hill.

Cuerpo de Bomberos de Quito. (s, f) Sistema declarativo de prevención de incendios LUAE. Recuperado el 21 de Octubre de 2014, de <http://portal.bomberosquito.gob.ec/autoinspeccion/CtrabajoVista.jsf>

Díaz, G., Larios, R., & Martínez, L. (2011). El flujo de caja proyectado. Recuperado el 01 de Febrero de 2015 de, http://ri.ues.edu.sv/1040/1/Trabajo_final_grupo_F32_07122011.pdf

El Comercio, (s, f) El cacao CCN-51 pasó de patito feo a cisne de la producción ecuatoriana. Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/cacao-ccn-51-paso-de.html>

Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas. La nueva nomenclatura se difunde a la comunidad (11 de Marzo de 2011). Recuperado el 11 de Octubre de 2014, de <http://www.epmmop.gob.ec/epmmop/index.php/sala-de-prensa/boletines-de-prensa/item/56-la-nueva-nomenclatura-se-difunde-a-la-comunidad>

Hair, J., Bush, R. & Ortinau, D. (2009) *Investigación de Mercado: En un ambiente de información digital*. México: McGraw-Hill

Hermé, Pierre. (2005) *El Chocolate*. Francia: Larousse.

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (s, f). *Denominación de Origen- Identidad Ecuatoriana en productos propios*. Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/denominacion-de-origen/>

Kotler, P & Armstrong, G. (2008) *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

Lovelock, C. (s,f) *Mercadotecnia de Servicios*. México: Pearson Prentice Hall

Lovelock, C., Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios personal, tecnología y estrategia*. México: Pearson Educación.

- Maiguashca, J. (Enero- Juino, 2012). *Revista Ecuatoriana de Historia: La incorporación del cacao ecuatoriano al mercado mundial entre 1840 y 1925, según los informes consulares*. Recuperado el 21 de Octubre de 2014, de http://www.uasb.edu.ec/UerFiles/384/File/Procesos/Procesos%2035/07_ESTUDIOS_IncorporacionCacaoMercado-JMaiguashca.pdf
- Manufacturers, A. (2001). *Chocology*. Berne: Chocosuisse.
- McDaniel, C. & Gates, R. (2011) *Investigación de Mercados*. México: Cengage Learning.
- Mejía, C. (2013) *El Concepto de la Capacidad Instalada*. Documentos Planning N°. 1307. Recuperado el 28 de Noviembre de 2014, de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf>
- Ministerio de Relaciones Laborales, Tablas de incrementos y tarifas, Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/tablas-de-incremento-para-la-remuneracion-minima-sectorial-y-tarifas/>
- Oliveras, J. M. (2007). La elaboración del chocolate, una técnica dulce y ecológica. *Técnica Industrial- La Revista de la Ingeniería Técnica Industrial*, 46-51.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (03 de Noviembre de 2010). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Recuperado el 06 de Agosto de 2014, de <http://www.fao.org/CB5A1463-FFC6-4E48-A083-21C3B7468B28/FinalDownload/DownloadId-F6993756E5C3CA81883841C9A6661BF2/CB5A1463-FFC6-4E48-A083-21C3B7468B28/fileadmin/templates/olq/documents/Ecuador/ppp/TALLER%20REGIONAL%20FAO%20nov%202010/Miercoles/6ECUADORCAC ac>
- Ortember, A. (2006). *Pasión por el chocolate*. España: Océano Ámbar.
- Paz y Miño, J. (marzo/abril 2011) *La época cacaotera en Ecuador*. BOLETÍN DEL THE - TALLER DE HISTORIA ECONÓMICA Pontificia

Universidad Católica del Ecuador – Facultad de Economía.
Recuperado de http://the.pazymino.com/JPyM-Epoca_Cacaotera_Ecuador.pdf

Ponce, H. (2006) *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. Recuperado el 21 de Octubre de 2014, de <http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>

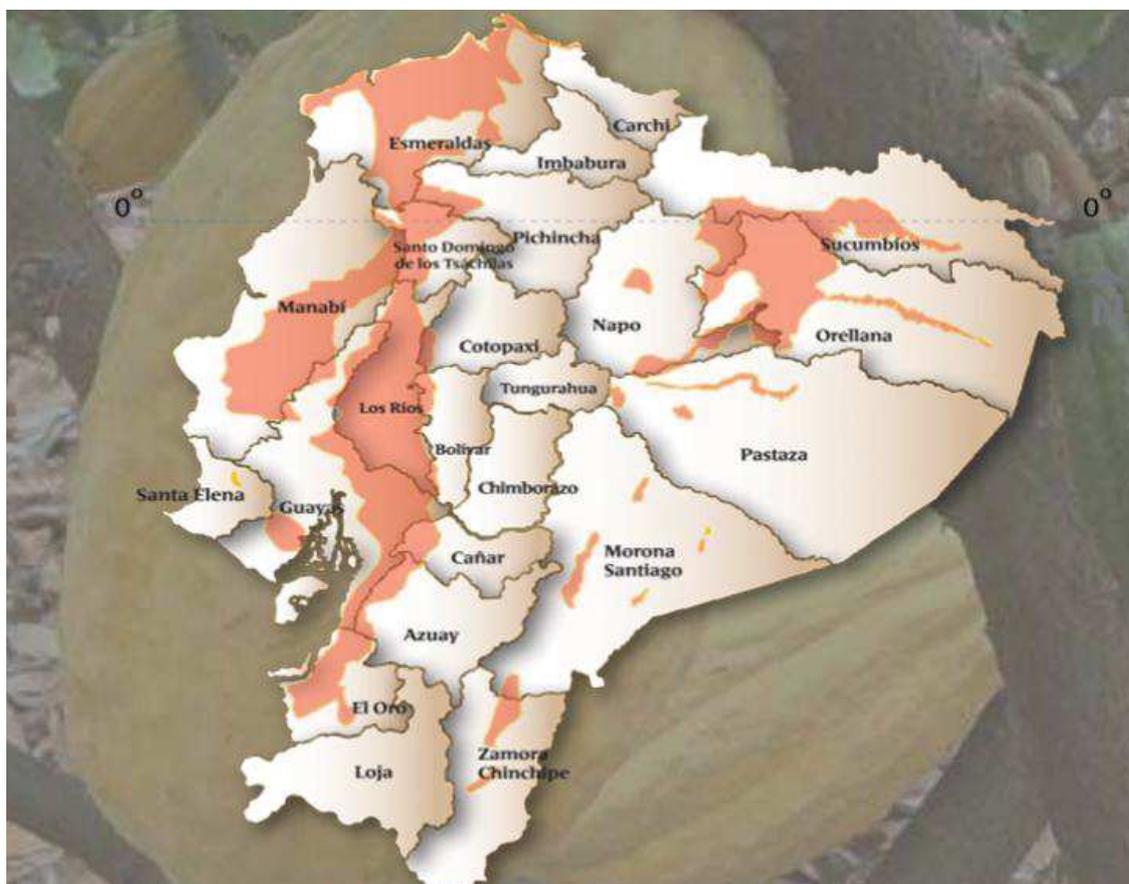
PRO ECUADOR. *Evolución de las exportaciones ecuatorianas Enero/Julio 2012-2014 (Septiembre de 2014)*. Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de [http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_eee2014_ene-sep/Registro Oficial \(22 de Julio de 2014\) Tabla de Establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario](http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_eee2014_ene-sep/Registro%20Oficial%20(22%20de%20Julio%20de%202014)%20Tabla%20de%20Establecimientos%20sujetos%20a%20vigilancia%20y%20control%20sanitario.pdf). Recuperado el 21 de Octubre de 2014, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/REGISTRO-OFICIAL-4907->

Torres, L. (2012) *Contabilidad en los Negocios*. Recuperado el 01 de Febrero de 2015, de http://www.cofide.com.pe/tabla_negocios/14/legal/pdf/Luis_Torres_Damas_Contabilidad_para_la_Toma_de_Decisiones.pdf

ANEXOS

ANEXO 1

MAPA CACAOTERO DEL ECUADOR



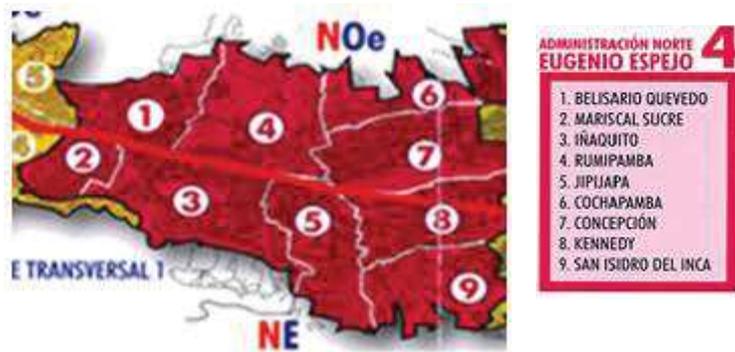
ANEXO 2

TABLA POBLACIÓN PARROQUIAL RUMIPAMBA – CIRCUNSCRIPCIÓN No. 1

CIRCUNSCRIPCIÓN No. 1					
C I R C U N S C R I P C I O N 1	CANTON	POBLACIÓN CANTONAL	PARROQUIA	TIPO PARROQUIA	POBLACION PARROQUIAL
	QUITO	2239191	BELISARIO QUEVEDO	U	48324
			CARCELEN		55301
			COCHAPAMBA		58004
			COMITE DEL PUEBLO		47421
			CONCEPCION		32269
			COTOCOLLAO		31263
			EL CONDADO		89558
			IÑAQUITO		42822
			ITCHIMBIA		35495
			JIJUAPA		34868
			KENNEDY		69484
			MARISCAL SUCRE		12976
			PONCEANO		54412
RUMIPAMBA			28134		
SAN ISIDRO DEL INCA	43603				
SAN JUAN	54831				
TOTAL CIRCUNSCRIPCIÓN 1					738765

ANEXO 3

MAPA DE NOMENCLATURA DE LAS PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE QUITO



ANEXO 4

TABLA DE RESUMEN DESEMPEÑO EXPORTACIONES NO PETROLERAS POR SECTOR

RESUMEN DESEMPEÑO EXPORTACIONES NO PETROLERAS POR SECTOR

SECTOR	Unidades	Ene-Jul			Variación		Part. 2013
		2012	2013	2014	2012 - 2013	2013 - 2014	
BANANO Y PLÁTANO	Fob Miles USD	1,299,837	1,406,567	1,531,291	8.21%	8.87%	22.79%
	Toneladas	3,245,568	3,358,073	3,551,220	3.47%	5.75%	65.59%
CAFÉ Y ELABORADOS	Fob Miles USD	135,424	128,834	94,031	-4.87%	-27.01%	2.09%
	Toneladas	28,032	21,616	17,320	-22.89%	-19.87%	0.42%
CACAO Y ELABORADOS	Fob Miles USD	232,688	244,404	343,046	5.03%	40.36%	3.96%
	Toneladas	89,545	99,569	111,206	11.19%	11.69%	1.94%
CUERO Y CALZADO	Fob Miles USD	19,883	27,891	27,390	40.21%	-1.79%	0.45%
	Toneladas	5,294	6,846	7,406	29.30%	8.18%	0.13%
FLORES	Fob Miles USD	458,699	504,296	550,983	9.94%	9.26%	8.17%
	Toneladas	72,642	89,387	93,341	23.05%	4.42%	1.75%
FRUTAS NO TRADICIONALES	Fob Miles USD	27,008	19,922	18,412	-26.24%	-7.58%	0.32%
	Toneladas	65,244	41,491	36,032	-36.41%	-13.16%	0.81%
PESCA FRESCA, CONGELADA Y EN CONSERVA	Fob Miles USD	689,453	951,910	817,516	38.07%	-14.12%	15.42%
	Toneladas	191,497	236,400	219,979	23.45%	-6.95%	4.62%
ACUACULTURA	Fob Miles USD	811,589	954,148	1,508,888	17.57%	58.14%	15.46%
	Toneladas	132,236	133,691	171,217	1.10%	28.07%	2.61%
AGROINDUSTRIAL	Fob Miles USD	344,456	269,982	275,297	-21.82%	1.97%	4.37%
	Toneladas	293,008	266,306	245,096	-9.11%	-7.96%	5.20%
ALIMENTOS PROCESADOS	Fob Miles USD	192,936	196,194	221,437	1.69%	12.87%	3.18%
	Toneladas	138,222	129,977	133,349	-5.96%	2.59%	2.54%
TEXTILES	Fob Miles USD	75,716	77,486	77,937	2.34%	0.58%	1.26%
	Toneladas	15,906	16,680	16,962	4.87%	1.69%	0.33%
ARTESANÍAS	Fob Miles USD	6,662	7,285	8,511	9.35%	16.83%	0.12%
	Toneladas	1,135	999	1,141	-11.94%	14.18%	0.02%
MADERA Y MUEBLES	Fob Miles USD	157,167	161,466	182,023	2.74%	12.73%	2.62%
	Toneladas	304,023	312,285	320,703	2.72%	2.70%	6.10%
FARMACÉUTICA	Fob Miles USD	21,654	10,390	18,196	-52.02%	75.03%	0.17%
	Toneladas	437	356	437	-18.39%	22.54%	0.007%
CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR	Fob Miles USD	32,343	28,010	30,333	-13.40%	8.30%	0.45%
	Toneladas	12,898	12,127	17,646	-5.98%	45.51%	0.24%
PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS	Fob Miles USD	101,324	104,010	101,445	2.65%	-2.47%	1.69%
	Toneladas	46,859	55,661	57,241	18.78%	2.84%	1.09%
METALMECÁNICA	Fob Miles USD	296,112	320,513	298,236	8.24%	-6.95%	5.19%
	Toneladas	98,951	105,177	102,142	6.29%	-2.89%	2.05%
AUTOMOTRIZ	Fob Miles USD	240,018	154,130	114,936	-35.78%	-25.43%	2.50%
	Toneladas	26,456	23,620	16,008	-10.72%	-32.23%	0.46%
DEMÁS SECTORES	Fob Miles USD	578,497	604,874	963,148	4.56%	59.23%	9.80%
	Toneladas	161,631	209,166	220,858	29.41%	5.59%	4.09%
TOTALES	Fob Miles USD	5,721,476	6,172,311	7,183,046	7.88%	16.38%	100.00%
	Toneladas	4,929,585	5,119,429	5,339,305	3.85%	4.29%	100.00%



Ministerio de Comercio Exterior



PRO ECUADOR
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

SECTOR	Unidades	Ene-Jul			Variación		Part. 2013
		2012	2013	2014	2012 - 2013	2013 - 2014	
CACAO Y ELABORADOS	Fob Miles USD	232,688	244,404	343,046	5.03%	40.36%	3.96%
	Toneladas	89,545	99,569	111,206	11.19%	11.69%	1.94%

ANEXO 5

REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS



TIPO DE PROCEDIMIENTO:		Emisión LUAE	Cambio de Actividad Económica
		Renovación LUAE	Cambio de Propietario
		Inclusión Autorización Administrativa	Cambio de dirección del establecimiento

Denominación o Nombre Comercial: _____ Patente actual No. _____

RUC No. _____ Fecha inicio actividad económica: dd/mm/aaaa Establecimiento No. _____

Predio No. _____ Licencia Única de Funcionamiento No. _____ Establecimiento: Principal

Actividad Económica: _____ Establecimiento: Sucursal

PERSONA NATURAL Nombres y Apellidos: _____ C.C. / Pasaporte: _____ Obligada a llevar contabilidad: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> PARA ARTESANOS CALIFICADOS: Acuerdo Ministerial No. _____ Calificación Artesanal No. _____ Fecha de expedición: dd/mm/aaaa	PERSONA JURÍDICA Razón Social: _____ Nombres y Apellidos del Repr. Legal: _____ No. C.I. o Pasaporte Representante Legal: _____ Fecha de nombramiento del representante legal: dd/mm/aaaa No. Resolución Super Intendencia de Compañías/Bancos (Si aplica): _____ Fecha Constitución: dd/mm/aaaa Fecha Resolución: dd/mm/aaaa Capital suscrito: _____
--	---

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

BOMBEROS (Factores riesgo) Área del local (m ²): _____ Nro. Personas que trabajan: _____ Material que utiliza o almacena: <input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares <input type="checkbox"/> Materiales y objetos explosivos <input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables <input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o cartón corugado. <input type="checkbox"/> GLP (Cilindro de gas) No. de 15kg _____ No. de 30kg _____ Total cilindros _____ TURISMO <input type="checkbox"/> Agencias de viaje <input type="checkbox"/> Transporte Turístico <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/> Casinos y Salas de juego <input type="checkbox"/> Intermediación <input type="checkbox"/> Recreación, diversión y esparcimiento Registro Turístico No: _____	AMBIENTE Escribir cantidades promedio de: Consumo de agua: _____ m ³ /mes Consumo de energía eléctrica: _____ kWh / mes Consumo de combustibles líquidos: _____ Gal / mes Diesel <input type="checkbox"/> Bunker <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Almacenamiento de combustibles líquidos: _____ Gal / mes Diesel <input type="checkbox"/> Bunker <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Escribir cantidades de residuos generados: Residuos Orgánicos: _____ Kg/año Aceites vegetales usados generados en procesos de frituras: _____ Gal / año Material retenido en trampas de grasa: _____ Kg / año Recipientes vacíos de sustancias químicas: _____ Kg / año Desechos bioinfecciosos generados en atención médica: _____ Kg/año Aceites, grasas, lubricantes usados: _____ Gal / año Escombros: _____ Kg / año Otros: _____ Kg / año Días de funcionamiento (marcar con una X): _____ Horario de funcionamiento (marcar con una X): _____
--	---

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)
 (Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento).

LEYENDA	Ubicación del rótulo	Local
Largo	Tamaño de la fachada _____ m ²	<input type="checkbox"/> Propio
Ancho	Adosado a la fachada frontal _____ m ²	<input type="checkbox"/> Arrendado
Altura sobre el nivel de la acera	Adosado a la pared medianera _____ m ²	
Tipo de material	Adosado a la pared lateral _____ m ²	

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Parroquia _____ Calle principal _____ Número _____ Calle secundaria _____

Edificio _____ Piso _____ Oficina / Departamento _____ Sector o Referencia para ubicación _____

Teléfono 1 _____ Teléfono 2 _____ e-mail _____ Horario de su preferencia para visita de inspecciones _____

* DECLARACIÓN JURADA / PETICIÓN DE INSPECCIÓN DECLARO BAJO JURAMENTO, que la información consignada es verídica y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que: (1) cumplo con la Ordenanza 308 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LUAE; (2) cumplo con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito licenciamiento; y, que constan determinadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 (en materia de compatibilidad y uso de suelo); 2 (en materia de sanidad); 3 (en materia de seguridad y prevención de incendios); 4 (en materia de publicidad exterior "rótulo"); 5 (en materia ambiental); 6 (en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico). Brindaré todas las facilidades necesarias a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades colaboradoras, para el ejercicio de las potestades de control, INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso adjuntaré información específica.	CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO Grafique con las mejores referencias posibles la ubicación del establecimiento, identifique calles, avenidas, edificios, etc.
---	--

Yo, _____ portador(a) del documento de identificación No. _____, por mis propios derechos (o en legal representación de la persona jurídica identificada líneas arriba) tengo conocimiento: (1) que la LUAE se entiende otorgada dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y, no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad en que hubiere incurrido en el ejercicio de la actividad económica autorizada; y, (2) que la LUAE podrá ser extinguida en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables; por lo cual, en caso de que se demuestre a través de los procedimientos de verificación y control de que he proporcionado información no verídica, la LUAE podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, independientemente de la imposición de sanciones a que hubiere lugar.

Nota. La información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.

ANEXO 6

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO CUERPO DE BOMBEROS DE ACUERDO A LA ACTIVIDAD

Permisos de Funcionamiento

Tamaño letra: **a⁺** **a** **a⁻**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

TIPO A

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

TIPO B

Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres.

TIPO C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos

1. Solicitud de inspección del local;
2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC; y,
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

ANEXO 7

REGISTRO DE LA MARCA EN EL INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

¿Quién puede registrar una marca?

Puede registrar una marca cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera.

¿Qué se puede registrar?

Constituye marca cualquier signo que pueda por sí sólo distinguir los productos o servicios que expende en el mercado, respecto de otros ya existentes, para lo cual deberá ser susceptible de representación gráfica.

Beneficios y Derechos que confiere el registro de una Marca

- Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.
- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.
- Desalienta el uso de su marca por los piratas.
- Protege su prioridad del registro de estas marcas en otras naciones.
- Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.
- Derecho de otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar su producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre su marca a terceros.
- Posibilidad de garantizar un crédito con su marca.
- Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.

Consejos para registrar una marca

Previo la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. El costo de la búsqueda fonética asciende a la suma de USD\$ 16

Procedimiento de registro

Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

Tasas por registro de marca

Trámite por solicitud de marca, nombre comercial, lema comercial, apariencia distintiva asciende a la suma de USD\$ 116

Trámite de solicitud de marcas colectivas, marcas de certificación, asciende a la suma de USD\$ 252

Trámite de solicitud de denominaciones de origen asciende a la suma de USD\$ 228

Trámite de registro de marca tridimensional, asciende a la suma de USD\$ 336.

¿Qué tipo de acciones existen para defender mi marca?

En caso de uso indebido de una marca, el titular puede iniciar acciones civiles, penales y administrativas.

Contacto

Dr. Humberto Mena Lascano hmena@iepi.gob.ec

ANEXO 8

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE TOMATE DE ÁRBOL



Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Tomate de Árbol			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porció	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Tomate de Árbol				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Tomate de Árbol	1,94	0,13
0,006	k	Glucosa	1,70	0,01
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		6,81
<p>GANACHE: Calentar la pulpa de tomate de árbol. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y agregar la glucosa, retirar del fuego.</p> <p>COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 9

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE GUAYABA

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Guayaba			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Guayaba				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Guayaba	1,93	0,13
0,006	k	Glucosa	1,70	0,01
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		6,81
<p>GANACHE: Calentar la pulpa de guayaba. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y agregar la glucosa, retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28º -29ºC regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31º-32º, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 10

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE GUANÁBANA

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Guanabana			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porció	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboraciòn				
Tècnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Guanabana				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Guanabana	2,09	0,14
0,006	k	Glucosa	1,70	0,01
Cobertura				
0,383	k	Chocolate con Leche	6,00	2,30
			Costo total:	6,82
Fotografia	Procedimiento			
<p>GANACHE: Calentar la pulpa de guanabana. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y agregar la glucosa, retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 11

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE MARACUYÁ



Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Maracuyá
Genero	Bombones
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Maracuyá				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Maracuyá	1,07	0,07
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
			Costo total:	6,75
Fotografía	Procedimiento			

GANACHE: Calentar la pulpa de maracuyá. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapan con el chocolate restante.

ANEXO 12

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE NARANJILLA

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Naranja			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Naranja				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Naranja	2,07	0,14
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
			Costo total:	6,81
Fotografía	Procedimiento			
<p>GANACHE: Calentar la pulpa de naranja. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 13

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE UVILLA

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Uvilla			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porció	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboraciòn				
Tècnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Uvilla				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Uvilla	3,54	0,24
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografia	Procedimiento	Costo total:		6,91
<p>GANACHE: Calentar la pulpa de uvilla. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28º -29ºC regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31º-32º, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 14

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE MADURO



Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Maduro
Genero	Bombones
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Maduro				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Maqueño	0,62	0,04
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
			Costo total:	6,71
Fotografía	Procedimiento			

GANACHE: Cocinar el maduro en agua, con canela y azúcar, retirar del fuego y cortar. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la pulpa, mezclar y retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28º -29ºC regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31º-32º, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.

ANEXO 15

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE CHOCHO

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Chocho			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Mani				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Chocho Tostado	4,62	0,31
0,006	k	Glucosa	1,70	0,01
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		7,00
<p>GANACHE: Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y mezclar y retirar del fuego. Incorporar los chochos tostados picados. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 16

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE AJÍ

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Ají			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Ají				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,010	k	Mantequilla	3,25	0,03
0,068	k	Ají Picado	4,15	0,28
0,016	l	Crema de Leche	3,22	0,05
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
			Costo total:	6,95
Fotografía	Procedimiento			
<p>GANACHE: Calentar la crema de leche con el ají picado. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y mezclar y retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28º -29ºC regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31º-32º, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 17

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE AGUACATE

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Aguacate			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Aguacate				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Mantequilla	3,25	0,08
0,068	k	Aguacate	1,62	0,11
0,006	k	Glucosa	1,70	0,01
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		6,79
<p>GANACHE: Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y glucosa, mezclar y retirar del fuego, agregar el aguacate picado. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28º -29ºC regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31º-32º, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 18

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE CHILLANGUA

				
Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Chillangua			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Chillangua				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,050	k	Chillangua	10,00	0,50
0,068	l	Crema de Leche	3,22	0,22
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		7,31
<p>GANACHE: Calentar la crema de leche junto con la chillangua hasta que hierva, retirar. Derretir el chocolate a baño maría, mezclar con la crema de leche y retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28º -29ºC regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31º-32º, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 19

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE COLADA MORADA



Nombre de la receta	Bombones Rellenos Colada Morada (Mora/Arrayan)			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Mortiño				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,026	k	Crema de Leche	3,22	0,08
0,026	k	Mora	3,74	0,10
0,016	k	Arrayán	2,00	0,03
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		6,80
<p>GANACHE: Calentar la pulpa de mora y arrayán, con la crema de leche. Derretir el chocolate a baño maría, agregar la mantequilla y la mezcla que se ha realizado en la crema de leche, retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28º - 29ºC regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31º-32º, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el</p>				

ANEXO 20

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE HIGOS CON MIEL



Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Higos
Genero	Bombones
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Higos con Miel de Panela				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,068	k	Higos	3,56	0,24
0,050	l	Crema de Leche	3,22	0,16
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		6,99

GANACHE: Calentar la crema de leche junto con los higos hasta que hierva, retirar. Derretir el chocolate a baño maría, mezclar con la crema de leche y retirar del fuego.

COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.

ANEXO 21

RECETA ESTÁNDAR BOMBONES RELLENOS DE CANELAZO



Nombre de la receta	Bombones Rellenos de Canelazo			
Genero	Bombones			
Porciones/Peso porción	60 unidades/10 gr			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x	Costo Ind.
Ganache de Canelazo				
0,195	k	Chocolate al 67%	22,00	4,29
0,008	k	Canela en Rama	21,66	0,17
0,075	k	Naranja	2,07	0,16
0,010	l	Zhumir Pecho Amarillo	7,76	0,08
0,026	l	Mantequilla	3,25	0,08
Cobertura				
0,383	k	Chocolate Semi amargo	6,00	2,30
Fotografía	Procedimiento	Costo total:		7,08
<p>GANACHE: Calentar la naranja junto con la canela, agregar el zhumir.. Derretir el chocolate a baño maría, mezclar con la mantequilla y retirar del fuego. COBERTURA: Picar el chocolate finamente, derretir a baño maría, sobre el mármol verter 2/3 del chocolate y templar hasta que llegue a 28° -29°C regresar al tazón y calentar con 1/3 restante a 31°-32°, verter en los moldes y vibrar para eliminar burbujas. Regresar el chocolate al tazón, girar el molde para que caiga el exceso de chocolate dejar enfriar boca abajo, rellenar con el ganache y tapar con el chocolate restante.</p>				

ANEXO 22

ENTREVISTA CHEF LUIS NARVÁEZ

NOMBRE: Luis Narváez

EDAD: 43

EMPRESA Y CARGO: UDLA Gerente de A&B Facultad de Gastronomía

EXPERIENCIA LABORAL: 25 años

TELÉFONO: 0987109195 CI : 1711189116

1.- En base a su conocimiento en los sabores tradicionales del Ecuador, considera que la implementación de estos sabores pueden resultar atractivos al mezclarlos con productos de chocolatería.

Totalmente puesto que las nuevas variantes desconocidas para un mercado internacional y valorizado en un propio pueden tener excelente acogida.

2.- De los sabores para relleno de los bombones como tomate de árbol, uvilla, taxo, maduro, coco, naranjilla, chillangua, ají aguacate, sal prieta, Colada Morada, entre otros; ¿cuál o cuáles cree usted que serían los sabores a destacarse?

Todos los sabores son únicos y de una valía importante, pero creo que los frutales, picante y aromáticos siempre darán un realce a cualquier preparación.

3.- ¿Cuál es su opinión sobre la identidad gastronómica ecuatoriana (en cuanto al uso de cacao y chocolate)?

Tenemos que posicionar de manera diferente total a estos productos e insertarlos totalmente en la retina, paladar y memoria de todo comensal en Ecuador y proyectado hacia afuera.

4.- Considera que a través de la oferta de bombones con sabores del Ecuador la identidad de nuestros productos puedan ser más apreciados.

Definitivamente esto generará un giro importante de la demanda hacia una oferta diferente, consolidando de manera inmediata a la nueva oferta definitivamente obtenida por la valorización de los nuevos sabores involucrados.

5.- Considera atractivo este modelo de negocio, teniendo en cuenta que también se maneja el concepto de sustentabilidad desde la parte económica (haciendo uso eficiente de los recursos, fomentando la producción nacional y regional), social (mantener niveles de capacitación, promoviendo el consumo de los pequeños productores de cacao) y ecológica (garantizando el uso de productos regionales).

Definitivo la proyección económica y reactivación de muchos sectores que se involucran en su proceso de principio a fin mejorarán la calidad de vida directa e indirectamente, generando mano de obra, comercio, capacitación, inversionistas, entre otros, dando como resultado final una relación amigable con el medio ambiente a su alrededor.

ANEXO 23

ENTREVISTA CHEF ESTEFANIA MONGE

NOMBRE: ESTEFANÍA MONGE

EDAD: 30

EMPRESA Y CARGO: DOCENTE UDLA

EXPERIENCIA LABORAL: 8 AÑOS

1.- Cree usted que la región en la que se ha sembrado el cacao y por ende el chocolate artesanal influirán en el sabor final del producto.

Sí, porque cada región tiene distintas características de suelo, clima y condiciones externas que dan un sabor diferente al producto en este caso el chocolate artesanal, puede ser que el mismo cacao sea sembrado en varias regiones del Ecuador pero en cada una, se desarrollan distintos sabores.

2.- Cuál cree que sería el cacao con el que se debe elaborar el chocolate artesanal para realizar bombones.

Se puede realizar chocolate artesanal con cualquier cacao, en mi opinión el mejor es nuestro cacao fino de aroma, con este los bombones tendrán un valor adicional, pues el sabor que aporta y el hecho de utilizarlo crearan para mí un bombón bastante singular.

3.- Considera que el chocolate artesanal es un producto adecuado para la elaboración de bombones rellenos.

Considero que la mejor opción para trabajar el chocolate artesanal es en el relleno, pues se utilizarán dos distintos tipos de chocolate (esto en cuanto a su origen) por qué se puede usar negro o con leche para la parte externa o para el relleno.

4.- Cree usted qué en la elaboración de los diferentes ganaches, el resultado sería de calidad si se utiliza chocolate artesanal o chocolate que tiene procesos de refinado y conchado.

Para un mejor acabado en los bombones es mejor utilizar chocolate que haya tenido el proceso de refinado y conchado, este le aporta una textura a la que como profesionales llamamos brillo en el bombón, después de realizar el proceso de templado que como sabemos es el que da como resultado un chocolate duro y brillante.

5.- ¿Qué opina sobre la oferta de bombones con rellenos de sabores típicos del Ecuador? (uvilla, taxo, chirimoya, naranjilla, ají, sal prieta, aguacate, chillangua y Colada Morada).

Personalmente me gusta mucho utilizar materia prima ecuatoriana, tenemos mucha variedad para poder combinar sabores dulces y salados, se pueden realizar rellenos que no han sido imaginados todavía, como el de ají con tomate de árbol y chocho, de plátano verde con maní, este es mi preferido puedes usar mantequilla de maní o si optas por algo más nuestro, puede ser maní tostado o pasta de maní.

6.- En base a su experiencia en los productos relacionados con cacao, cree usted qué este concepto de chocolatería estaría considerada como una tendencia atractiva para el consumidor.

Creo que es una buena idea utilizar chocolate artesanal, no solo para bombones, sino también para otros productos de pastelería; sin duda al usar un producto en el que participan personas que tienen o cosechan cacao se los está ayudando a crecer. También se puede explotar la experiencia de hacer chocolate dentro de la chocolatería, las personas de aquí y los turistas se sentirán más atraídos a este producto. En lo personal debo decirte que existen grandes chocolateros que jamás han visto una mazorca de cacao, y esto puede resultar muy interesante se pueden hacer degustaciones de cacao o a su vez demostraciones de cómo preparar chocolate artesanal.

ANEXO 24

ENTREVISTA CHEF JAVIER LASLUIZA

NOMBRE: JAVIER LASLUIZA

EDAD: 42

EMPRESA Y CARGO: DOCENTE UDLA

EXPERIENCIA LABORAL: 15 AÑOS

1.- Cree usted que la región en la que se ha sembrado el cacao y por ende el chocolate artesanal influirán en el sabor final del producto.

Entendamos que es artesanal, artesanal es que no está sometido bajo ningún aspecto en la parte mecánica también en la forma de cultivar, ahora esto lógicamente esto influye directamente porque nuestro país tiene o esta cruzado por la Cordillera de los Andes por lo cual todos nuestros ríos bajan de las montañas y riegan por todas las regiones además de esto Ecuador está en la Mitad del Mundo y el sol cae perpendicularmente a la Tierra, entonces se logra tener un muy buen organismo mesófilo, que ayuda a tener un chocolate de mejor calidad.

2.- Cuál cree que sería el cacao con el que se debe elaborar el chocolate artesanal para realizar bombones.

Bueno, depende del tipo de mercado que se va a tener porque no olvidemos que el ecuatoriano o en si el Ecuador está acostumbrado a comer o consumir el chocolate dulce o con leche, entonces ese es el mercado que actualmente se tiene aún no se ha desarrollado o cambiado para que se pueda consumir un chocolate un poco más fuerte con un 75% o un 85%. En el Ecuador el nicho de mercado que consume este tipo de chocolate amargo es muy reducido para realizar bombones con ese tipo de materia prima. Pero si se va a dirigir la producción en cuanto a los gustos de los ecuatorianos habría favorecer a lo que se ha venido consumiendo.

3.- Considera que el chocolate artesanal es un producto adecuado para la elaboración de bombones rellenos.

Mira, siempre he dicho el valor agregado es importante si es artesanal tendremos que venderlo como tal; es como comprar un tomate un orgánico al que tu compraste como tal y si es pequeño pues sabemos que lógicamente no tiene químicos ni conservantes pero de sabor va a ser agradable, es lo mismo que va a pasar con el cacao, pues se siembra de esta manera completamente orgánica, al tenerlo como chocolate va a ser igual.

El chocolate artesanal lógicamente se debe vender como tal como un producto que fue elaborado manualmente, si hay que vender con ese valor agregado que ya te había hablado.

4.- Cree usted qué en la elaboración de los diferentes ganache, el resultado sería de calidad si se utiliza chocolate artesanal o chocolate que tiene procesos de refinado y conchado.

Algo que iba a decirte, porque realmente se debe entender que es el procesado, emulsionado o conchado al producto le da mayor cremosidad, le da mayor refinado y es mucho más fino, esto como resultado de lo que ha sufrido un proceso.; mientras que el otro, es decir el chocolate artesanal es un poco más tosco, ahí se necesitaría como ya te dije anteriormente venderlo como artesanal, con ese valor agregad.

Desde el punto de vista de sabor si difiere mucho el chocolate artesanal con el que ya ha sufrido un proceso de refinado y conchado

5.- ¿Qué opina sobre la oferta de bombones con rellenos de sabores típicos del Ecuador? (uvilla, taxo, chirimoya, naranjilla, ají, sal prieta, aguacate, chillangua y Colada Morada).

Bueno, en Ecuador te cuento que esos sabores ya se han vuelto bastante comerciales los podemos encontrarlos en cualquier parte; pero Ecuador es un país mega diverso y hay muchas cosas, no solo tiene esos sabores.

Se debe pensar en muchos sabores más que se pueden tomar para fusionarlos teniendo ventaja de que no sean muy conocidos si no que den y aporten un sabor único al producto que estas desarrollando.

6.- En base a su experiencia en los productos relacionados con cacao, cree usted qué este concepto de chocolatería estaría considerada como una tendencia atractiva para el consumidor.

Bien, si sabemos venderlo si, si lo vendemos como artesanal, vender al producto como ya te lo explique. Porque si no sabemos cómo venderlo, va a ser complicado ya que el cliente no va a entender porque es así el producto o no es tan refinado si se utiliza un chocolate artesanal. A diferencia que si utilizas un chocolate ya con procesos de refinado y conchado se podrá igualar o llegar a lo que el cliente tiene como concepto de bombones y que hasta cierto punto sería más recomendado, porque así el cliente estaría probando dos tipos de chocolate y pues simplemente se daría cuenta que por lo que ha pagado pues vale la pena.

Desde luego hay que trabajar y enseñar a la gente a probar cosas diferentes, enseñar a que su paladar puede aceptar un producto que no ha sufrido transformaciones o cambios, si no que el sabor es totalmente natural.

ANEXO 25

MODELO DE ENCUESTA

1. ¿En cuál de los siguientes establecimientos ha comprado bombones/chocolates?

- Cyril
- La Casita del Chocolate
- La Chocolateca

2. ¿Cuál es el chocolate que más le gusta? Siendo 3 el que más 1 el que menos

Chocolate amargo / semi amargo

Chocolate con leche

Chocolate blanco

3. ¿Cuáles son los rellenos de bombones que más le gustan? Siendo 4 el que más y 1 el que menos

Dulces (mermeladas/manjar)

Cítricos (maracuyá, uvilla, limón)

Licores (amaretto, menta, curaçao)

Frutos secos (nueces, pistachos, almendras, maní)

4. ¿Sería de su agrado probar bombones con rellenos salados? como aguacate, variedades de ají y sal prieta

- Si
- No

5. ¿Con qué frecuencia consume bombones?

- Cada 3 meses
- Una vez al mes
- Dos veces al mes
- Una vez a la semana
- Diariamente

6. ¿Cómo compraría los bombones?

- Cajas (3,6,12 unidades) sabores preestablecidos
- Cajas (3,6,12 unidades) sabores a su elección
- Unidades a su elección (bombones al peso)

7. Si, usted comprara los bombones en cajas (3,6, 12 unidades), ¿qué precio estaría dispuesto a pagar? Elige 3 respuestas (1 x cada caja de bombones)

- Desde \$ 3,00 caja de 3 unidades
- Desde \$ 3,50 caja de 3 unidades
- Desde \$ 5,50 caja de 6 unidades
- Desde \$ 6,50 caja de 6 unidades
- Desde \$ 10,00 caja de 12 unidades
- Desde \$11,50 caja de 12 unidades

8. Al comprar bombones al peso, nos referimos a la unidad, ¿qué precio estaría dispuesto a pagar?

- 0,50 \$ la unidad
- 0,60 \$ la unidad
- 0,65 \$ la unidad
- 0,70 \$ la unidad

ANEXO 26

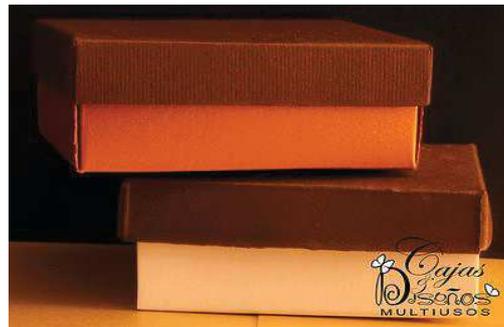
CAJAS Y FUNDAS PARA BOMBONES RELLENOS XOCO 0° 0' 0"



FUENTE: Cajas y Diseños



FUENTE: Cajas y Diseños



FUENTE: Boga Shopping Bags

ANEXO 27

CONTRATO DE AFILIACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS



CONTRATO DE AFILIACION DE ESTABLECIMIENTOS

En la ciudad de _____, el ____ de _____ del año _____, celebran el presente Contrato de Afiliación de Establecimientos al Sistema de Tarjetas de Crédito y Débito al que está autorizado DATAFAST S.A., debidamente representada para este acto por el señor (a-ita) _____, en su calidad de _____, autorizado(a) por los representantes legales de la empresa, a quien en lo sucesivo y para efectos de este Contrato se lo(a) denominará simplemente "DATAFAST y/o LA RED"; y, por otra el (la) Señor. (a-ita) _____ representante del comercio _____ quien en adelante se podrá denominar "EL ESTABLECIMIENTO", cuya actividad habitual principal es la _____ al tenor de las declaraciones y estipulaciones contenidas en las cláusulas siguientes:

PRIMERA: ANTECEDENTES.-

EL ESTABLECIMIENTO ha convenido de manera libre y voluntaria suscribir el presente contrato de afiliación con los emisores y/o administradores de tarjetas de crédito y débito asociados a DATAFAST, esto es, *Diners Club del Ecuador S.A. Sociedad Financiera, Banco de Guayaquil S.A., Banco del Pacífico S.A., Pacificard S.A., Banco Pichincha C.A., Interdin S.A. Emisora y Administradora de Tarjetas de Crédito, Banco General Rumiñahui, Banco de Loja y Banco Comercial de Manabí*, en adelante mencionados como "ENTIDADES EMISORAS ASOCIADAS" o simplemente "ENTIDAD(ES)", para poder realizar sus ventas con las siguientes tarjetas de crédito y/o débito emitidas en Ecuador o en cualquier otro país del mundo:

- | | | |
|---|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> AMERICAN EXPRESS | <input type="checkbox"/> DINERS CLUB | <input type="checkbox"/> DISCOVER |
| <input type="checkbox"/> MASTERCARD | <input type="checkbox"/> VISA | <input type="checkbox"/> VISA ELECTRON |
| | <input type="checkbox"/> MAESTRO | |

Con este objetivo mediante este instrumento EL ESTABLECIMIENTO manifiesta su voluntad de utilizar la tecnología del Sistema de Terminales de Punto de Venta, que en adelante se denominará P.O.S. y cualquier otro equipo de conexión de los cuales DATAFAST es la única propietaria y está debidamente facultada y autorizada por las ENTIDADES EMISORAS ASOCIADAS, para la instalación de los mismos en los comercios afiliados al sistema de tarjetas de crédito y/o débito emitidas y/o administradas por la(s) ENTIDADES(ES).

SEGUNDA: OBLIGACIONES DEL ESTABLECIMIENTO.-

Con estos antecedentes EL ESTABLECIMIENTO se compromete a:

- Respetar y cumplir con todas las normas operativas que cada una de las ENTIDADES EMISORAS ASOCIADAS tienen para sus respectivas tarjetas de crédito y débito, las mismas que serán entregadas por DATAFAST, así como cumplir con la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, su Reglamento y las Resoluciones de los Órganos de Control que norman el uso regular de tarjetas de crédito y/o débito a nivel nacional e internacional como forma de pagos de bienes y servicios; así como también el estándar de la Seguridad de datos para la industria de tarjetas de crédito.
- Comunicar por escrito a DATAFAST inmediatamente de haber ocurrido, los cambios que sufre en EL ESTABLECIMIENTO en cuanto a: razón social, denominación, propietario, representante legal o administrador, direcciones y teléfonos de su(s) local(es), en su actividad comercial y RUC, y el cierre parcial o definitivo de operaciones comerciales.
- Dar las facilidades técnicas y físicas que DATAFAST solicite, para la instalación y correcto funcionamiento de los P.O.S. y/u otros equipos de conexión electrónica de propiedad de DATAFAST instalados única y exclusivamente para facturar electrónicamente, los mismos que no podrán ser trasladados a otra ubicación sin la autorización expresa de DATAFAST.
- Aceptar y utilizar los equipos y servicio de captura electrónica proporcionados por DATAFAST, en todas sus transacciones de venta a través de P.O.S. cuando los tarjetahabientes presenten como medio de pago por compra

ANEXO 28

MESA Y SILLONES



FUENTE: Milton's Muebles

ANEXO 29

DISEÑO DE UNIFORMES PERSONAL DE COCINA Y SERVICIO XOCO 0° 0' 0''

UNIFORME PERSONAL DE COCINA

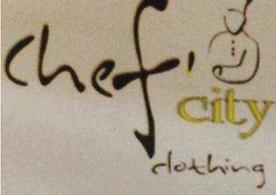


UNIFORME PERSONAL DE SERVICIO



ANEXO 30

COTIZACIÓN CHEF CITY



**CONFECCIONAMOS UNIFORMES PARA INSTITUCIONES
HOTELERAS, GASTRONOMICAS
Y MEDICAS**

CONFECCIONAMOS UNIFORMES PARA INSTITUCIONES
HOTELERAS Y GASTRONOMICAS
CENTRO COMERCIAL UNICORNIO- LOCAL 309
Almacén: 593 2464-567
Fabrica: 593 2403-144
www.mychefcity.com
chefcity@gmail.com
chefcity2000@yahoo.com

COTIZACION

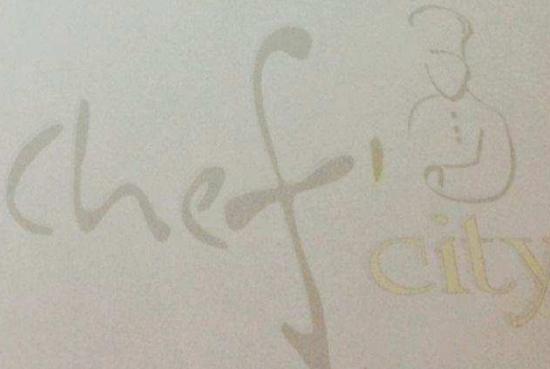
FECHA: 12 de Enero del 2015
DE: Chef City Clothing
PARA:
ATENCIÓN: Srta. Ma Augusta Veintimilla
FAX: 984426743
e-mail: magusvs@hotmail.com

CANT.	ARTICULO MESEROS	UNIDAD	TOTAL
5	Chaqueta Suiza	30,00	150,00
5	Safaris	4,24	21,20
4	Delantales de pechera	8,48	33,92
5	Pantalon cargo	25,00	125,00
1	Delantal Impermeable	6,00	6,00
1	Delantal Frances	14,00	14,00
		sub	350,12
		IVA 12%	42,01
		total	392,13

CONDICIONES COMERCIALES

Validez: 30 días calendario
Plazo: A convenir
Forma: 50% entrada 50% contra entrega
DEPOSITOS: Bco. Plchlucha Cta. Cte. # 3367319804 Gladys Iza
confirmar depósitos o transferencias a chefcity.contaulo@yahoo.com

Magali Merchán
Ventas Almacén Quito
02 2464-567



ANEXO 31

COTIZACIÓN MEGAMAXI

CORPORACION FAVORITA C.A. - 711 6 DE DICIEMBRE Ruc: 1790016919001

COTIZACIÓN (válida por 6 días)

No. de pedido: 7113915341622

Datos del cliente: **Datos del contacto:**

Documento: CI: 1716767718 **SIN CONTACTO**

Nombre: VEINTIMILLA SANTOS
MARIA AUGUSTA

Teléfono: TD: 2443318 - TT: SN - TC:
084426743

Email: magusvs@hotmail.com

Lugar y fecha: QUITO, 2015-02-03 Elaborado en: 711 - 6 DE DICIEMBRE

Teléfono local: 2462705 Administrador local: ALEJANDRO IBARRA - SUSANA CEVALLOS - LUIS TORO G

Detalle del pedido (1: valor aplicado el IVA)

No	Código barras	Artículo	Cant.	Peso KG.	V.unit.	V.unit.IVA	Tot. bruto Inc. IVA	Tot. neto Inc. IVA	
1	60341	AGUACATE GRANEL, KILO, 1		1.0	1.62	1.62	1.62	1.62	
2	60518	MAQUENO GRANEL, KILO, 18		1.0	0.62	0.62	0.62	0.62	
3	60521	MARACUYA GRANEL, KILO, 1		1.0	1.07	1.07	1.07	1.07	
4	60541	NARANJILLA GRANEL., KILO, 1		1.0	2.07	2.07	2.07	2.07	
5	60639	TOMATE DULCE GRANEL, KILO, 1		1.0	1.94	1.94	1.94	1.94	
6	60678	UVILLA TARRINA, KILO, 1		1.0	3.54	3.54	3.54	3.54	
7	63275	GUANABANA GRANEL, KILO, 1		1.0	2.09	2.09	2.09	2.09	
8	7861000252539	EL GRANERO CHOCHOS, 350g, 24	1		1.45	1.62	1.62 I	1.62	
9	7861017300445	D YAKA CLAVO OLOR, 20 g, 50	1		0.68	0.68	0.68	0.68	
10	7861037300135	AROMA NAT CANELA, 30 g, 50	1		0.76	0.76	0.76	0.76	
11	7861037300289	AROMA NAT PIMIENTA, 30 g, 50	1		0.45	0.45	0.45	0.45	
12	7861042508601	DULCE HIGOS C.ARBOLEDA, 550g, 28	1		1.96	2.20	2.20 I	2.20	
13	7861042512479	AJI EMPACADO 200GR., 200g, 12	1		0.83	0.83	0.83	0.83	
14	7861042512899	SX.CREMA DE LECHE., 500g, 20	1		1.61	1.80	1.80 I	1.80	
15	7861042521372	SX.MANTEQUILLA S/SAL, 250g, 36	1		1.77	1.98	1.98 I	1.98	
16	7861042522317	SX.PULPA MORA, 500g, 15	1		1.87	1.87	1.87	1.87	
17	7861042522324	SX.PULPA NARANJILLA, 500g, 15	1		1.49	1.49	1.49	1.49	
18	7861042522331	SX.PULPA TOMATE D ARBOL, 500g, 15	1		1.37	1.37	1.37	1.37	
19	7861045712081	PULPA GUAYABA MARIA MORENA, 500g, 20	1		1.42	1.42	1.42	1.42	
20	7861091194961	NESTLE CHOC FAMILIAR, 200g, 44	1		2.08	2.33	2.33 I	2.33	
21	794166000010	ZHUMIR AGUARDIENTE, 750 ml, 12	1		5.82	6.52	6.52 I	6.52	
TOTAL A PAGAR:							38.27		

(-) El descuento se aplica sobre el precio del artículo sin IVA

RESUMEN TRIBUTARIO

SUBTOTAL BRUTO SIN IVA: 36.51
(-)DESCUENTO: 0.00

SUBTOTAL NETO: 36.51
TARIFA 0%: 21.82
TARIFA 12%: 14.69
12% IVA: 1.76

COSTO FLETE: 0.00

TOTAL: 38.27

ANEXO 32

COTIZACIÓN MILTON'S MUEBLES

 **MILTON'S MUEBLES** *Calidad que se impone...* **PRESUPUESTO**

1 juego de Sola Modular
XL con perf. y Mesa
C. y 6 copies pequeños
Costo 1100 IVA
Costo 1108.80 ya con IVA
incluido

Dora
(2) 566341

Av. América N29-36 y Las Casas • Telf.: 2566-341
info@miltonmuebles.com • www.miltonmuebles.com
www.facebook.com/miltonmuebles

ANEXO 34

COTIZACIÓN ARTEFACTA

artefacta facilita tu vida **COTIZACIÓN** El presente documento no constituye comprobante de pago **TOTAL** Tranquilidad asegurada

Fecha: 21-0-2015 Nombre: Maria Veintimilla
 Dirección: _____
 Telf. oficina: _____ Telf. casa: _____
 Cédula: _____ Crédito Contado Tarjeta de Crédito

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
92996	Tu led Sony	324400L	\$ 419 ⁹⁹
	Combo Q Computadora + Monitor		\$ 699 ⁹⁹
			Total Inicial
			Saldo a financiar ¹⁽¹⁻²⁾
			Interés ⁴
			Cuotas
			Total a pagar ⁽²⁾⁺⁽³⁾⁺⁽⁴⁾

Vendedor: Hugo Davalos
 Almacén: _____
 Vigencia: 0993173798

regalos en todas tus compras PRECIOS Y CUOTAS INCLUYEN I.V.A. SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO **Llama gratis 1800 artefacta responde!**

artefacta facilita tu vida **Cotización** El presente documento no constituye comprobante de pago **Garantía TOTAL** Tranquilidad asegurada

Fecha: 21-01-2015 Nombre: Maria Veintimilla
 Dirección: _____
 Telf. oficina: _____ Telf. casa: _____
 Cédula: _____ Crédito Contado Tarjeta de Crédito

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
9N517	Memories Sony		\$ 259 ⁵⁸
			Total Inicial
			Saldo a financiar ¹⁽¹⁻²⁾
			Interés ⁴
			Cuotas
			Total a pagar ⁽²⁾⁺⁽³⁾⁺⁽⁴⁾

Vendedor: _____
 Almacén: _____
 Vigencia: _____

regalos en todas tus compras PRECIOS Y CUOTAS INCLUYEN I.V.A. SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO **Llama gratis 1800 artefacta responde!**

ANEXO 35

COTIZACIÓN CAJAS Y DISEÑOS



Cajas & Diseños

para mí ▾

Saludos cordiales.

los precios de las cajas de chocolates:

4 chocolates usd 0.50

6 chocolates usd 0.60

9 chocolates usd 0.80

12 chocolates usd 1

estas son con divisiones.

las cajas sin divisiones :

1 chocolate usd 0.25

4 chocolates usd 0.50

6 chocolates usd 0.75 tipo bolso

12 chocolates usd 1 dolar base y tapa.

le sugiero que venga con su producto, quedamos a sus ordenes.

atte

Karina

0995275650

ANEXO 36

COTIZACIÓN TERMALIMEX

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: 0031449

Cliente : MA. AUGUSTA VEINTIMILLA Quito, 20 de Enero del 2015
Contacto :
Dirección : QUITO
Ciudad : QUITO **Email :**
R.U.C. : 999999999 **TELEFONO :** 0984426743 **Cod. Vendedor :** CSA Pag. 1 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Espatula pastelera TRAMONTINA 24681/182 12" (30.8cms) mango plástico	7.24	0.00	7.24
2	1	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	6.36
3	1	Embudo automático MATFER 258825, fabricado en acero inoxidable 18-8 con capacidad para 1.9L.	247.71	0.00	247.71
4	1	Dosificador para chocolate SILIKOMART ACC086/C, capacidad 1 lt.	54.54	0.00	54.54
5	1	TEMPORIZADOR DE CHOCOLATE MATFER 260433, 3.5 L, 25-90 C, HECHO EN ACERO INOXIDABLE, 110/60	756.06	0.00	756.06
6	1	Bandeja para hornear ADVANCE 18-8A-26 fabricada de aluminio, calibre 18 de 45.7 x 66.0 cms.	16.02	0.00	16.02
7	1	Porta bandejas UPDATE, U-APR-10HD, fabricado en aluminio con 10 repisas	147.50	0.00	147.50
8	1	Cobertor para portabandejas UPDATE, U-APR-10CVR	22.05	0.00	22.05
9	1	Manga plástica desechable MATFER 165016, cartón con 100 unidades	35.24	0.00	35.24
10	1	Mangas desechables numero 10 ATECO 460 set de 10.	3.92	0.00	3.92
11	1	MANGA DESECHABLE ATECO 4685, LARGO 18" , POLIETILENO, SET 10	5.82	0.00	5.82
12	1	Cacerola VOLLRATH 67307 fabricada de aluminio de 6.6 lts. de capacidad.	43.18	0.00	43.18
13	1	Cacerola VOLLRATH 67304 fabricada de aluminio de 4.3 lts. de capacidad.	32.83	0.00	32.83
14	1	Sartén VOLLRATH 67112 fabricado de aluminio en acabado natural de 30.5 cmde diámetro.	43.21	0.00	43.21
15	1	Batidor frances LUMI L-WW-2016, fabricado en acero inoxidable de 40 cm. longitud.	5.66	0.00	5.66
16	1	MOLDE CHOCOLATE "ROSACE" MATFER 380152	36.22	0.00	36.22
17	1	Molde para chocolate MATFER 380108 fabricado de policarbonato.	36.27	0.00	36.27
18	1	Molde para chocolate redondo MATFER 380164	35.63	0.00	35.63
19	1	Molde para chocolate rectangular MATFER 380162	35.69	0.00	35.69
20	1	Molde chocolate MATFER 380161, 28 unidades de forma ovalada.	38.35	0.00	38.35
21	1	Espatula metálica recta ATECO 1319, hoja 4" X 3/4", mango plastico color negro.	9.50	0.00	9.50
22	1	Juego de colorantes vegetal de 12 piezas ATECO 1112.- Negro, Azul, Amarillo, Verde, Rosado, Rojo, Pizarra, Naranja, Fuccia, Violeta, Celeste, Café, capacidad de 0.75 Oz. por color	27.09	0.00	27.09
23	1	Colorante vegetal ATECO 10401 color Negro, capacidad 13.5 oz	13.90	0.00	13.90
24	1	Colorante vegetal ATECO 10419 color Rojo Rojo , capacidad 13.5 oz	13.90	0.00	13.90

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: 0031449****Ciente :** MA. AUGUSTA VEINTIMILLA

Quito, 20 de Enero del 2015

Contacto :**Dirección :** QUITO**Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 999999999**TELEFONO :** 0984426743**Cod. Vendedor :** CSA

Pag. 2 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
25	1	Colorante vegetal ATECO 10427 color Fucsia , capacidad 13.5 oz	13.90	0.00	13.90
26	1	Peine para decoración en pastelería UPDATE U-TDC-AL, fabricado en aluminio	2.31	0.00	2.31
27	1	Tabla de picar UPDATE U-CB-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm., color blanco.	13.01	0.00	13.01
28	1	Tazón UPDATE U-MB-75 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3/4 Qt.	1.19	0.00	1.19
29	1	Tazón UPDATE U-MB-150 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 1.5 Qt.	1.93	0.00	1.93
30	1	Tazón UPDATE U-MB-300 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 3 Qt.	2.98	0.00	2.98
31	1	Tazón UPDATE U-MB-500 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 5 Qt.	4.42	0.00	4.42
32	1	Tazón UPDATE U-MB-800 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 8 Qt.	6.65	0.00	6.65
33	1	Tazón UPDATE U-MB-1300 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 13 Qt.	8.42	0.00	8.42
34	1	Tazón UPDATE U-MB-1600 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 16 Qt.	13.96	0.00	13.96
35	1	Bandeja para servicio CARLISLE CT1418-05 fabricada de polipropileno de 45.72 x 35.56 cms., color roja.	7.20	0.00	7.20
36	1	Balanza automática CONCASSE BPP30, indica precio de acuerdo al peso en libras del artículo. División máxima 5 gr, display led de alta luminosidad. Función de caja registradora con 6 memorias de precio, cálculo de total a pagar y cambio. Registra hasta 35 sumas por cliente. Protección contra humedad e insectos. Operación con batería recargable hasta por 300 h.continuas, no requiere estar apagada para recargar la batería.	178.57	0.00	178.57
37	1	Cuchillo fiambre TRAMONTINA 24627/088 8" de longitud	6.35	0.00	6.35
38	1	Chaira de 8" TRAMONTINA 22969/188	4.42	0.00	4.42
39	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24609/080 10" (25.4 cms.), mango plástico.	10.69	0.00	10.69
40	1	Puntilla TRAMONTINA 24625/084 4" (10.1 cms.), mango plástico.	2.21	0.00	2.21
41	1	Licuada de mano KITCHEN AID, KHB2351CU, de inmersión, color cromo, incluye batidor globo, mixer y picatodo. Espec. Elec. 115/60/1	124.62	0.00	124.62
42	1	Rallador grueso WESTMARK 14262270, fabricado en acero inoxidable con mango plástico.	14.77	0.00	14.77
43	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	2,935.76	0.00	2,935.76
44	1	Refrigerador industrial TERMAL CWR700, 665 litros de capacidad, compuesto de un cuerpo puerta sólida, sistema de refrigeración ventilada que garantiza la distribución del aire frío en el espacio interno y sistema de evaporación que elimina la condensación, 3 parrillas, compresor LG de 1/4 HP, refrigerante R134a, 2.3 amperios, 338 watts. Medidas 73x78x198 cms. Especificación eléctrica 115/60/1.	2,333.23	0.00	2,333.23
45	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
46	1	Fregadero industrial de dos compartimientos sin planos escurridores, de fabricación nacional, TERMAL F-2-0000 de 2 pozos profundos de 24" x 24" x 11 1/2", fabricados de acero inoxidable 304 tipo 18-8, calibre 16. Unidad montada sobre patas tubulares de tubo de acero inoxidable con regatones de altura regulable.	836.00	0.00	836.00
47	1	Grifo oscilante de 12" de pared para instalación en fregaderos FISHER 98094.	114.21	0.00	114.21
48	2	Contradrenaje de palanca para desagües de fregaderos FISHER 24732.	67.26	0.00	134.52
			SUBTOTAL:		9,163.41
			DSCTO. :		0.00
			SUBTOTAL :		9,163.41
			TRANSPORTE:		0.00
			I.V.A. 12 %:		1,099.61
			TOTAL :		10,263.02

ANEXO 37

COTIZACIÓN BOGA



AV. CORUÑA E12-103 Y TOLEDO TEL: 5222887 099721664

Fecha: Quito, 4 Febrero del 2015

Atención: María Augusta

Telf. Fax:

Referencia: **PROFORMA**

Gracias por su interés en nuestro acertado trabajo de elaboración de fundas shopping. De papel. Estamos seguros de nuestra calidad y atención, por eso queremos entregarle a usted nuestro mejor precio y con ello un 100% de servicio, seguimiento, asesoramiento, búsqueda de soluciones rápidas con profesionalismo, para su empresa y sus clientes. Si usted tiene cotizaciones mas bajas, no dude en comunicarnos
A continuación sírvase encontrar la cotización del siguiente producto.

1.- FUNDAWIND

Tamaño: Alto 15.5x Ancho 12 x 5 fuelle.

Incluye: Material, Entrega. Quito.

Material: KRAFT RECICLADO 110 GR.

LIBRE DE ARBOLES – 100% Ecológico y 100% Biodegradable
full COLORES

Colores: full COLORES

Unidades: 1000uni. Precio unitario. USD 0.584 + IVA

1 COLOR: \$ 0.478 +iva.

2.- FUNDA CLIP

Tamaño: Alto 13x Ancho 13 x 8.5 fuelle.

Incluye: Material, Entrega. Quito.

Material: KRAFT RECICLADO 110 GR.

LIBRE DE ARBOLES – 100% Ecológico y 100% Biodegradable
full COLORES

Colores: full COLORES

Unidades: 1000uni. Precio unitario. USD 0.584 + IVA

1 COLOR: \$ 0.478 +iva.