



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS  
Laureate International Universities

## ESCUELA DE GASTRONOMÍA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UNA CASA DE TÉ – PASTELERÍA, EN LA CIUDAD DE QUITO, ESPECIALIZADA EN LA VENTA DE *CHEESECAKES* E INFUSIONES FRÍAS Y CALIENTES, ENDULZADAS NATURALMENTE.

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

Profesor Guía

Lcdo. Gabriel Mena Salgado

Autora

Johanna Lizette Vinueza Unda

Año

2015

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, 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”.

---

Gabriel David Mena Salgado  
Licenciado  
C.I.: 1716376940

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA 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”.

---

Johanna Lizette Vinueza Unda  
C.I.: 1718551250

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, agradezco a Dios por guiar mi camino y permitirme concluir una etapa muy importante en mi vida.

A mi familia por su apoyo absoluto, especialmente a mi madre Carmita por su amor incondicional, firme esfuerzo y abnegación y a mi hermano Miguel por ser como un padre para mí.

A mi novio Israel por sostener siempre mi mano, por ser mi mejor amigo, mi compañero, mi soporte diario, por todo su amor y paciencia, a los abuelitos de mi hijo Elenita y Luis por su constante soporte y cariño, y a mis amigas cercanas por su tiempo.

Finalmente, a mis profesores por darme la mano a lo largo de mi vida universitaria.

## **DEDICATORIA**

“Los hijos son las anclas que  
atan a la vida a las madres”

Sófocles

A mi amado hijo Juan José, por  
ser mi inspiración, mi razón de  
ser, mi motivo de lucha y la luz  
que ilumina mi vida en todo  
momento.

A Dios, por su infinito amor.

A mi tía Yolita, mi ángel de la  
guarda.

## RESUMEN

El presente proyecto consiste en la creación de una Casa de Té llamada Siguiendo la Luna, cuyo propósito será la producción y venta de dos principales productos que son las infusiones y los cheesecakes. Las infusiones pueden ser nacionales e importadas y se pueden servir frías o calientes. Igualmente, se ofertará una amplia variedad de *cheesecakes*, se pueden elegir tanto sabores exóticos como de frutas de la temporada, también de chocolate y de galletas. Además se ofertarán platillos de sal como sánduches y ensaladas para que los clientes tengan más alternativas en el menú.

En Siguiendo la Luna además se ofrecerá un ambiente tranquilo y acogedor para que los clientes compartan con amigos o compañeros un momento agradable y relajante. Es por esto que se manejará un lema anti estrés, el cual consistirá en tener cancelas a la entrada para que los clientes dejen sus pertenencias, especialmente sus dispositivos móviles y se desconecten del mundo mientras sus sentidos se enamoran de los aromas y sabores exquisitos de las infusiones y de los *cheesecakes*.

Por otra parte, se contará con personal altamente capacitado en el manejo y servicio de alimentos y bebidas, es por eso que se desea superar las expectativas del cliente en todo sentido, lo que llevará a un aumento en la demanda de los productos.

En conclusión, se presenta este proyecto con el objetivo de solucionar la escasez de este concepto de negocio en el sector centro- norte de la ciudad de Quito. A pesar de que ya existen en la ciudad negocios con este enfoque, estos no tienen mayor oferta de postres.

## ABSTRACT

This project involves the creation of a Tea House named *Siguiendo la Luna*, whose purpose is the production and sale of two major products that are infusions and cheesecakes. Infusions can be local and imported and can be served hot or cold. Also it will be offered a widespread variety of cheesecakes, exotic flavors or fruit of the season, also chocolate and wafers. In addition, dishes of salt like sandwiches and salads will be offered so that the clients have more alternatives on the menu.

*Siguiendo la Luna* also will offer also a quiet and cozy atmosphere, so customers can share with friends or colleagues a time pleasant and relaxing. It is for this reason that it is handled a slogan anti stress, which consists of having lockers at the entrance so that customers leave their belongings, especially their mobile devices in order to be disconnected from the world while their senses fall for the scents and flavors of infusions and cheesecake pastry.

On the other hand, we will have supported by a highly trained staff in the management and service of food and beverages, is why that is probable to exceed the expectations of the customer in every way, which will lead to an increase in demand for the products.

All in all, this project is presented in order to solve the shortage of this business concept in the north -central area of Quito city. Although existing business in town with this approach, you do not have greater choice of desserts.

# ÍNDICE

1. MARCO TEÓRICO .....	1
1.1. Introducción .....	1
1.2. Marco Teórico .....	2
1.2.1. Infusiones .....	2
1.2.2. El té.....	2
1.2.3. Origen del té .....	3
1.2.4. Historia del té en el Ecuador.....	4
1.2.5. El té y sus variedades.....	5
1.2.6. El té y sus propiedades.....	6
1.2.7. Aguas aromáticas .....	6
1.2.8. Frutas deshidratadas .....	6
1.2.9. Hojas de estevia .....	7
1.2.10. Cheesecake.....	7
1.2.11. Origen del Cheesecake .....	7
1.2.12. Variedades de Cheesecake en el mundo .....	8
1.2.13. Tiendas de té en el mundo .....	9
1.2.14. Tiendas de té en el Ecuador .....	10
1.2.15. Lugares especializados en Cheesecakes en el mundo .....	11
1.2.16. Lugares especializados en Cheesecakes en el Ecuador.....	12
1.3. Planteamiento del problema.....	13
1.4. Justificación .....	13
1.5. Objetivos .....	14
1.5.1. General.....	14
1.5.2. Específicos .....	14
2. PLAN DE NEGOCIO.....	15
2.1. Misión.....	15
2.2. Visión .....	15
2.3. Características del negocio.....	15

2.3.1. Naturaleza del negocio .....	15
2.3.2. Localización .....	16
<b>2.4. Análisis del entorno .....</b>	<b>18</b>
2.4.1. Macroentorno.....	18
2.4.1.1. Factores Económicos .....	19
2.4.1.2. Factores Culturales .....	20
2.4.1.3. Factores Normativos.....	21
2.4.1.4. Factores Tecnológicos .....	22
<b>2.5. Matriz FODA.....</b>	<b>24</b>
2.5.1. Análisis de Competitividad.....	24
2.5.2. Análisis FODA.....	25
2.5.2.1. Fortalezas.....	25
2.5.2.2. Oportunidades .....	25
2.5.2.3. Debilidades.....	26
2.5.2.4. Amenazas.....	26
2.5.3. Ventajas Competitivas .....	26
<b>3. PLAN OPERATIVO .....</b>	<b>27</b>
3.1. Fases de planificación.....	27
3.1.1. Plan técnico operacional.....	27
3.1.1.1. Definir la capacidad instalada.....	27
3.1.1.2. Duración de servicio o Tiempo de ciclo y Cálculo de la capacidad máxima de asiento .....	28
3.1.1.3. Menú.....	29
3.1.1.4. Receta Estándar .....	31
3.1.1.5. Cuadro de insumos y materia prima .....	36
3.1.1.6. Cuadro de tecnología y equipamiento .....	37
3.1.1.7. Infraestructura física .....	38
3.1.1.7.1. Tipo de construcción .....	39
3.1.1.7.2. Tamaño de construcción .....	39
3.1.1.7.3. Características de la edificación.....	39
3.1.1.7.4. Plano Arquitectónico .....	41

3.1.1.8. Diagrama de macro proceso actual .....	42
3.2. Plan de Organización y Recursos Humanos .....	44
3.2.1. Departamentos Funcionales .....	44
3.2.3. Organigrama .....	46
3.2.4. Descripción de funciones .....	46
<b>4. PLAN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....</b>	<b>53</b>
4.1. Investigación de mercados .....	53
4.1.1. Objetivos .....	53
4.1.1.1. Objetivo general .....	53
4.1.1.2. Objetivos específicos .....	54
4.1.2. Análisis de mercado .....	54
4.1.2.1. Investigación preliminar .....	55
4.2. Metodología de la investigación .....	57
4.2.1. Tipo de investigación .....	57
4.2.1.1. Investigación exploratoria .....	57
4.2.1.2. Investigación descriptiva .....	57
4.3. Identificación y caracterización de la demanda .....	57
4.4. Identificación y caracterización de la oferta .....	60
4.4.1. Competencia .....	60
4.5. Instrumentos de recolección de la información .....	61
4.5.1. Entrevistas .....	61
4.5.2. Encuestas .....	61
4.6. Análisis de Resultados .....	66
4.7. Conclusiones del plan de mercado .....	76
4.8. Recomendaciones del plan de mercado .....	76
<b>5. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>78</b>
5.1. Segmentación .....	78
5.1.1. Segmentación Geográfica .....	78
5.1.2. Segmentación Demográfica .....	78
5.2. Producto .....	78

5.2.1. Diseño del menú .....	82
5.3. Logo.....	84
5.4. Manual de identidad corporativa.....	84
5.4.2. Marca Siguiendo la Luna .....	85
5.4.3. Área de seguridad y reductibilidad.....	86
5.4.4. Colores corporativos .....	86
5.4.6. Tipografía corporativa .....	88
5.4.7. Aplicaciones de la marca .....	88
5.5. Servicio .....	89
5.6. Estrategias de marketing.....	90
5.6.1. Estrategia de precio .....	90
5.6.2. Estrategia de distribución.....	90
5.6.3. Estrategia de producto.....	91
5.6.4. Estrategia de comunicación.....	91
6. PLAN FINANCIERO.....	92
6.1. Receta estándar con costos .....	92
6.2. Inversión Inicial y Fuentes de Financiamiento .....	96
6.3. Ticket promedio y utilidad.....	106
6.4. Rotación en ventas y estado de resultados .....	107
6.5. Nómina salarial .....	109
6.5.1. Jornadas de trabajo .....	109
7. PLAN LEGAL.....	118
7.1. Constitución de la empresa .....	118
7.2. Documentación necesaria para inicio de operaciones.....	121
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	126
8.1. CONCLUSIONES .....	126
8.2. RECOMENDACIONES.....	127
REFERENCIAS .....	128
ANEXOS .....	131

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO

#### 1.1. Introducción

“Un antiguo refrán dice:  
Un vaso de té es nada. Dos son de pobre.  
Tres van bien. Cuatro son placenteros.  
Cinco prohibidos. Seis, mejor que tres”.  
(Tea Shop, s.f.).

Por generaciones la ingesta de té ha sido considerada como un ritual, como un momento en el que las personas se desconectan del mundo exterior para conectarse en un mundo de aromas y sabores que provienen de una taza de té, la misma que contiene un sinfín de variedades de infusiones a base de plantas, hierbas, flores y frutos. Es una bebida capaz de ofrecer sensaciones agradables al cuerpo, la más importante es la sensación de bienestar.

Por otro lado, el cheesecake o tarta de queso al igual que el té tiene una historia milenaria por ser un postre que nació en la antigua Grecia, y que fue considerado en aquella época como una fuente innegable de energía (Crownover, 2005). La mezcla de sabores de este postre, sin duda, invade el paladar de las personas amantes del queso, las galletas, las mermeladas, frutos secos y entre otros ingredientes que hacen del cheesecake un postre único.

Adicionalmente, se habla de que el índice de estrés en Ecuador ha incrementado en los últimos años (Expreso, 2012). Es por eso que a más de la propuesta gastronómica se promete un ambiente acogedor y relajante, planteando la idea de ubicar cancelas a la entrada, para que los clientes tengan la opción de dejar sus cosas, especialmente sus celulares; de esta manera se

forjará una experiencia lo más placentera posible y se sentirá como “regresar en el tiempo” en el que el respeto y el verdadero significado de la comunicación no se veía amenazado por el uso indiscriminado de equipos móviles.

Con estos antecedentes se ha creado la necesidad de abrir una Casa de Té – Pastelería en la ciudad de Quito, debido a que en la ciudad no se evidencia un proyecto que conjuga la pasión por el té y el deleite que ofrece cada bocado de cheesecake, de igual manera debido al ambiente acogedor y libre de estrés.

## **1.2. Marco Teórico**

### **1.2.1. Infusiones**

Según Gallego (2003, pp. 90-92), las infusiones son productos que en unión con agua caliente, transmiten a éste ciertas sustancias orgánicas solubles con el fin de obtener una bebida aromática que muchas veces se toma como remedio para sanar malestares del organismo.

En el mercado existen un sinnúmero de infusiones a base de hierbas, flores, frutas, y plantas aromáticas, las cuales casi siempre tienen un enfoque medicinal, siendo el té la infusión más importante. (Karolys, 2005, pp. 15).

Se cree que el té es “el rey de las infusiones”, debido a que es consumido en muchos países que lo consideran como una bebida nacional. (Gallego, 2003, pp.90).

### **1.2.2. El té**

“El té es agua embrujada”.

(The Company, s.f.).

Según Karolys (2005, pp. 15-16), el té proviene de las hojas de varios miembros de la familia de las camelias (*Camellia Sinensis*). Es una bebida caliente, la más consumida a nivel mundial. Entre los tés más importantes y

con un alto porcentaje de consumo se encuentran: el té negro (que es muy popular en el Occidente) y el té verde (que se consume en su mayoría en Asia, en países como: China, Japón e India). Asimismo, el té es de consumo frecuente en Europa, especialmente en Inglaterra, y una parte de la producción de este es netamente producida en Ecuador.

### **1.2.3. Origen del té**

El té tiene una antigüedad de más de 5000 años y es originario de China. En este país se lo conoce como “cha”. Se descubrió fortuitamente cuando el emperador Shen-Nung se encontraba hirviendo agua a la sombra de un árbol, del cual cayeron unas hojas al agua en ebullición. El emperador tomó la infusión e inmediatamente sintió las propiedades curativas del té. (Tea Shop, s.f.).

Se piensa que se expandió a Japón aproximadamente 780 años DC. En India fue cultivado en los años 40s y en Ceylon, lo que ahora se conoce como Sri Lanka, la primera plantación de té tiene origen en 1867. (Harvey, 1998, pp.1068). En el siglo 17, los holandeses introducen el té a Europa y llega a Inglaterra en 1644. Desde ese entonces se ha convertido en una bebida tan popular en Londres como en Pekín, capaz de unir a Oriente y Occidente. (Murdoch Books, 2003, pp. 427).

Según Harvey (1998, pp. 1068 - 1069), al principio se consideró al té principalmente como una bebida medicinal, tiempo después, tomar té era muy popular en las familias de élite, pero con el pasar del tiempo se volvió profuso en todos los estratos sociales. Hoy en día, los principales productores de té son: India, Sri Lanka, China, Japón, Indonesia, África del Este, América Latina y la Unión Soviética.

En Francia y en Gran Bretaña, donde el té se ha convertido en la bebida nacional, las variedades más populares son las que vienen de Sri Lanka. En

China y Japón, el hábito de tomar té es muy importante, tanto así que se realiza una ceremonia llamada “Kaiseki”, la cual ha influenciado en la vida social, la religión, el arte y la filosofía de esta nación. (Harvey, 1998, pp. 1068 – 1069).

#### **1.2.4. Historia del té en el Ecuador**

Según Gómez (2013), en Ecuador no existían plantas de té hasta 1960, cuando el suizo Leo Hamburger trajo semillas de té de la variedad *Camellia Sinensis*, (variedad que está apropiada del mercado inglés). Estas semillas fueron sembradas en Morona Santiago, en un lugar que hoy en día se lo conoce como Palora; en ese entonces no eran más que terrenos baldíos, que en el gobierno de José María Velazco Ibarra fueron donados a Hamburger y a su equipo con el propósito de que se siembre y cultive té.

“Hamburger fundó la Sociedad Ecuatoriana de Industriales Agrícolas (Sedia) y el 29 de julio de 1964, otro grupo de ingleses le compró 2000 de sus 5000 hectáreas, en donde ya se habían sembrado 850.000 matas de té negro. Este segundo grupo fundó la Compañía Ecuatoriana del Té C.A. (Cetca)”. (Gómez, 2013).

Según Gómez (2013), en 1975, se exportó a granel la hoja de té negro de Palora a Londres. Cetca comenzó a producir té empacado para el consumo local, bajo la marca Hornimans, más conocida como el "té del dragón rojo", por su logo. En el año 2007 Cetca cambió de propietario al otavaleño Fernando Castillo, quien tomó control de la empresa y sus cultivos; de esta manera inicia una nueva etapa de Cetca. En el 2010, esta nueva empresa comienza a exportar té negro empacado. La venta a granel continúa de la misma manera y se exporta a los Estados Unidos, Puerto Rico, Alemania y Holanda; y a partir de enero de este año se exporta también a Malasia.

Tiempo después se concibe una nueva marca para exportación: “El Estado del Té”, que va a Canadá y EE.UU. La firma procesa un promedio de 700 toneladas anuales de hojas de té y hierbas aromáticas: el 10% es de consumo nacional; el 60% se exporta a los EE.UU. y el 30% a Colombia, Uruguay, Malasia. Prodispo comercializa los productos de Cetca a partir del año 2000, y asegura que el consumo de té en el país es cada vez mayor, siendo los hogares son los principales consumidores, así como en hoteles y restaurantes. (Gómez, 2013).

### 1.2.5. El té y sus variedades

Hay dos variedades de la planta de té: de China y de India, con numerosas variedades locales e híbridos. Los factores que afectan el crecimiento y la calidad de las plantas son el clima, el suelo, la altitud y la orientación, por lo tanto estos también afectan al color, al aroma y al sabor de las hojas de té. Los mejores té se cultivan a una altitud de 2000 metros y se recolectan en primavera. Las áreas de cultivo se localizan a una latitud de 42° N y 31°S, en regiones donde el clima es caliente y húmedo. (Harvey, 1998, pp.1070 - 1071).

Según Harvey (1998, pp. 1071), los cinco tipos de té que existen, dependiendo del trato que se les dé a las hojas son:

- **Té Verde:** Sin fermentar y tostado inmediatamente después de la cosecha. Es de un fuerte amargor, a pesar de que el color de la infusión es un poco claro.
- **Té Negro:** El más común de los té. Se fermenta y seca.
- **Té Oolong:** Este té es semi-fermentado y es un té intermedio, entre el té negro y el verde.

- **Té Blanco:** Es el té menos procesado.
- **Té Rojo:** Conocido como “pu-erh”, las hojas de este té se fermentan en barricas de bambú de dos a sesenta años, es por esa razón que sus hojas son de color cobrizo.

#### **1.2.6. El té y sus propiedades**

Las cualidades del té se reconocen desde tiempos ancestrales. Se conoce que estimula el sistema nervioso, gracias a su contenido en cafeína, que es un alcaloide similar al que contiene el café, conocido también como teína. También ayuda a la digestión, estimula la circulación, y a los latidos del corazón. Es diurético, rico en magnesio y cobre. (Harvey, 1998, pp. 1072).

#### **1.2.7. Aguas aromáticas**

Son bebidas que en la actualidad se las consume frías o calientes y son las más consumidas a nivel de Latinoamérica, dejando en segundo lugar al té. Además en Ecuador se pueden aprovechar las ventajas productivas de los trópicos, para crear bebidas aromáticas a base de frutas exóticas nunca antes vistas. Sin duda, existe un movimiento interesante en cuanto al consumo de bebidas aromáticas y frutas tropicales en Ecuador, ahí es cuando las bebidas aromáticas a base de frutas desarrollan un papel novedoso e importante por ser un producto saludable y natural. (Karolys, 2005, pp. 15-16).

#### **1.2.8. Frutas deshidratadas**

Son productos que se obtienen de las frutas, las cuales se someten a un proceso de deshidratación. Este proceso tiene como objetivo principal eliminar los altos porcentajes de agua que tienen las frutas, lamentablemente con este procedimiento se pierden vitaminas provenientes de las frutas, pero de todas maneras se conservan características originales. (Karolys, 2005, pp. 13).

### **1.2.9. Hojas de estevia**

Conocida científicamente como “Stevia Rebaudiana Bertoni”, la estevia es una planta que se originó en América del Sur, en la actualidad se la encuentra también en extremo Oriente, y se caracteriza por tener hojas dulces, de las cuales se puede obtener estevósido, que es un edulcorante que endulza trecientas veces más que un azúcar común sin aportar calorías. (Jordá, 2007, pp. 414).

### **1.2.10. Cheesecake**

El cheesecake o tarta de queso es un postre o “pastel horneado con una base de galleta triturada, cubierta con una mezcla procesada de queso crema o requesón, mezclada con huevos, azúcar, mantequilla, jugo y ralladura de limón, vainilla, harina de maíz y crema”. (Sinclair, 1998, pp. 115).

### **1.2.11. Origen del Cheesecake**

Según Crowover (2005), la historia del cheesecake es más antigua que la del queso en sí, pero esta tarta no era tal como se lo conoce en la actualidad, debido a que los ingredientes de ese entonces eran nada más que harina, trigo, queso y miel. Gracias a excavaciones realizadas, dónde se encontraron moldes de queso, se presume que el primer cheesecake se elaboró en la isla griega de Samos hace 3.000 años. Además, se evidenció que los griegos utilizaban este postre como pastel para bodas y también lo consideraban como una fuente rica en energía, es por eso que los atletas de los Juegos Olímpicos se alimentaban con este nutritivo postre.

La primera receta de cheesecake fue creada por el escritor Athenaeus, 230 años d.C., la cual era muy simple y se trataba de: “machacar el queso hasta que este esté suave, mezclarlo en una sartén con la harina y el trigo, calentar el pastel de queso en una masa, dejar enfriar y servir”. (Cheesecake, 2014).

Cuando los romanos conquistaron Grecia, el cheesecake fue un botín de guerra. Estos modificaron la receta, agregándole huevo y queso aplastado, lo servían en ocasiones especiales inmediatamente después de sacarlo de abajo de un ladrillo caliente, donde lo cocinaban. (Cheesecake, 2014).

Según Clemente (2014), cuando los romanos extendieron su imperio hacia Europa, cada país de este continente empezó a modificar la receta del cheesecake, utilizando ingredientes propios de cada región y de esta manera este postre fue adoptando nuevas y diferentes formas culturales. Para el año de 1545, se imprime el primer libro que tenía la receta de la tarta de queso, descrita como una comida dulce hecha a base de harina y queso, siendo Henry VIII, el chef que describe el procedimiento para realizar este postre:

“Cortar el queso en pequeñas porciones, y remojarlos en leche por tres horas. Para la masa, agregar huevos, mantequilla y azúcar”.

No fue sino hasta el siglo XVII, que el cheesecake empezó a tener el aspecto que tiene en la actualidad. (Clemente, 2014).

#### **1.2.12. Variedades de Cheesecake en el mundo**

Según Cheesecake (2014), cada lugar del mundo tiene su manera de preparar ciertos alimentos. En el caso del cheesecake en Italia, se lo prepara con queso ricotta, mientras que en Grecia se utiliza “mizithra” o feta. Por otro lado, en Alemania usan queso “cottage”, y en Japón hacen una mezcla de claras de huevo con maicena. También existen recetas que incluyen queso azul, mariscos y chiles muy picantes. A pesar de todas las variaciones que se le hagan a este postre, el ingrediente principal siempre va a ser el queso.

En el año 1872, gracias a la receta que llevaron los europeos cuando migraron a Estados Unidos, nace en Filadelfia el queso crema, ingrediente que se

aportaría después de un tiempo a la receta del cheesecake con el objetivo de que sea un postre mucho más ligero y cremoso. Tiempo más tarde se elaboraría el “New York Cheesecake”, en cuya receta original no se añade ningún tipo de cobertura, se sirve únicamente la tarta de queso, que tiene extra yemas de huevo para hacer una mezcla más compacta. Y por último, al cheesecake de Chicago se le añade crema agria para darle un aspecto más consistente. (Cheesecake, 2014).

### **1.2.13. Tiendas de té en el mundo**

- **The East West Company**

Según Tea Shop, (s.f.), en el año 1657 el empresario Thomas Garraway, convierte a su negocio “El café Garraway”, en el primer establecimiento dónde se sirve té en el Imperio Británico. El empresario puso un letrero afuera del lugar, en el cual había escrito los beneficios de esta bebida exótica: “Activa el cuerpo, alivia dolores de cabeza y la pesadez, depura los riñones y es beneficioso para los cálculos, facilita la respiración, protege de los sueños pesados, alerta el cerebro y refuerza la memoria”. Al pasar el tiempo, el té formó parte fundamental de la cotidianidad de los británicos.

En España, la empresa “East West Company”, es la que está a la cabeza en la venta de té a granel desde 1991, se da apertura a la primera tienda de té o “tea shop” en Barcelona, en el antiguo barrio de Gracia, conocida con el nombre de: “The Tea Centre of Barcelona”. (Tea Shop, s.f.).

- **The East Indian Company**

Se dice que “The East Indian Company” es la casa de té más antigua de Gran Bretaña, y la encargada de introducir delicias exóticas a esta nación. Su historia empieza cuando ésta compañía introduce el té a Inglaterra como un regalo para el rey Carlos II. Posteriormente, la esposa de este, Catalina de

Braganza, se haría cargo de las hojas de esta bebida para introducirlas en las sociedades aristocráticas y de esta manera empezar una tradición que duraría siglos. Adicionalmente, esta compañía introdujo la moda de consumo de azúcar en las bebidas que ofrecía, lo que ocasionó el incremento en las importaciones de este producto. En el siglo XVIII, el consumo de té era demasiado alto por lo que llegó a representar el 60% del comercio total de la compañía. (The Company, s.f.).

- **Mariage Frères**

Según Reig (2010), en el siglo XVII los hermanos Mariage, Nicolas y Pierre, mercaderes franceses que se dedicaban a hacer viajes a la india oriental, formaron parte de un congregado para comercializar con Shah de Persia, viajaron a Madagascar como representantes de la “Compañía Indias Orientales”; es en ese momento que conocen el té y por ende las propiedades del mismo, posteriormente nace el negocio familiar que ha perdurado generación tras generación. Abren su primera tienda en París en el año 1854.

El negocio continuo intacto hasta el día de hoy, tal y como la primera tienda de la familia Mariage, de la misma manera continua su pasión por el té. Es así que un pariente de los hermanos Mariage, Mariage Frères, continúa con la tradición y en la actualidad es un excelente catador de té; siempre experimentando con los distintos olores y sabores del mismo. Cada año visita distintas plantaciones de té para seleccionar su mejor producto. Una de sus tiendas, la más importante, se encuentra en Marais en Paris, que es catalogada como un auténtico salón de té, siendo la casa de té más antigua de París, y la primera de té de lujo en el mundo. (Reig, 2010).

#### **1.2.14. Tiendas de té en el Ecuador**

- **TippyTea Blends**

Esta Casa de Té se encuentra ubicada en la ciudad de Quito en el Mall el Jardín desde el año 2013, y está a cargo del Sommelier de té, Guillermo Jarrín,

quien descubrió su pasión por el té cuando decidió viajar a Chile. Después de un tiempo de involucrarse en el mundo del té, se encuentra con una empresa argentina, “El Club del Té”, esta empresa es líder en el mercado de su país desde el año 2011. Más tarde, Guillermo empieza a apasionarse por este arte y a medida que su conocimiento aumenta, crece también su interés por abrir una empresa dedicada a la venta de té en su país.

Es de esta manera que en el año 2013 le dio vida a “Tippytea Blends”, que oferta cuarenta variedades de té, más mezclas. Además de tener un lugar acogedor donde el cliente puede disfrutar esta bebida, también cuenta con la opción de comprar té a granel y accesorios adicionales. (Revista Líderes, s.f.).

- **Amatea Tea Shop**

En la ciudad de Quito, en el sector del Valle de Cumbayá existe un “Tea Shop” o Casa de té que oferta las cinco variedades de té en ochenta sabores diferentes y novedosos como: café latte, strudel de manzana, tiramisú, piña colada, entre otros. Su propietaria, Jennifer King es una apasionada y conocedora del té; gracias a que vivió en España, en la ciudad de Barcelona, pudo recibir cursos y conocer más acerca de esta bebida. (Zauzich, 2013).

- **Camellias Tea**

La Casa de Té más conocida en este campo poco explotado en el país es “Camellias Tea”, que se encuentra ubicado en Guayaquil. A la cabeza de este establecimiento se encuentra Betsy Buitrón (Sommelier de té), quien es una especialista en el ámbito de las infusiones. Este lugar ofrece una serie de productos naturales, al mismo tiempo que se pueden degustar infusiones frías o calientes, cócteles y galletería, todo a base de té. (El Emprendedor, 2014).

#### **1.2.15. Lugares especializados en Cheesecakes en el mundo**

- **Cheesecake Factory**

En Detroit en el año de 1940, Evelyn Overton inauguró un pequeño local de venta de cheesecakes. Más tarde, movería su local al sótano de su propia casa con el propósito de seguir distribuyendo sus cheesecakes a algunos de los mejores restaurantes del sector. En el año 1972, la familia Overton decide mudarse a Los Ángeles para abrir ahí un local, al cual llamarían “Cheesecake Factory”. Fue un reto muy grande para los Overton, pero la pareja supo trabajar muy duro y en equipo para sacar adelante al negocio.

En el año de 1978, David, hijo de los Overton, fundó el Restaurante “Cheesecake Factory” en Beverly Hills, California. Este restaurante tuvo gran éxito gracias al conocimiento que sus padres le heredaron, a más de la calidad de sus productos y el ambiente agradable que ofrecía a sus consumidores. Treinta años más tarde, con cerca de ciento setenta locales a nivel nacional e internacional, el éxito de los Overton sobrepasó su más grande sueño. (The Cheesecake Factory, 2002).

#### **1.2.16. Lugares especializados en Cheesecakes en el Ecuador**

- **Cassolette**

En la ciudad de Quito la empresa que lleva la delantera en cuanto a la elaboración de cheesecakes se llama “Cassolette”. Escrito en idioma francés y traducido al español significa “cazuela”. Esta empresa aparece en Quito hace once años y en la actualidad ya cuenta con cuatro locales en toda la ciudad. Cassolette inicia con la idea de dos hermanos Juan Cristóbal y María Pía, quienes pensaban que las recetas caceras de su madre tenían un potencial verdadero para poder comercializarlos. Con una inversión de \$16.000 dólares estos dos hermanos adquieren los equipos necesarios y la materia prima para empezar su negocio en un pequeño local en la ciudad de Cumbayá. Juan Cristóbal, María Pía un amigo cercano y un empleado eran los encargados de todo el negocio. (Revista Líderes, 2013).

Según la Revista Líderes (2013), el objetivo del negocio principalmente era entregar los pedidos para llevar, su target estaba dirigido a personas de clase media alta de Quito. Se hicieron populares rápidamente gracias a sus postres. En el año 2004, un amigo y colaborador de Juan Cristóbal y María Pía, Dumet se hace socio de Cassolette, él era publicista de profesión y decide unirse al emprendimiento con el único objetivo de expandir esta marca. Para el año 2005, ya se encontraban en Quito en el sector de la González Suárez, al norte de la ciudad. En ésta implementaron el servicio a domicilio y también agregaron mesas.

En el año 2006, abren un nuevo local en el sector del Quito Tennis, y en el año 2007 se constituyó como compañía anónima, de igual manera el Mall El Jardín le presentó una propuesta para estar en su patio de comidas y abrieron el local exprés. Ahora cuentan con una planta en Tumbaco, donde se realizan las preparaciones de todas las cadenas. Semanalmente se cocinan 5.000 porciones de postre y 1.500 alimentos de sal. Hoy en día Cassolette está posicionado y es un restaurante – cafetería muy conocido en la capital. (Revista Líderes, 2013).

### **1.3. Planteamiento del problema**

En la actualidad existe un muy alto nivel de estrés en la ciudad de Quito, por esta razón se presenta una propuesta diferente, una alternativa para mejorar los hábitos, y la calidad de vida de los habitantes de la ciudad.

### **1.4. Justificación**

Implementación de un plan de negocio, una Casa de Té - Pastelería, con el objetivo de solucionar la escasez de este concepto de negocio en el sector centro- norte de la ciudad de Quito.

Existen ya en la ciudad negocios con este enfoque, pero no tienen mayor oferta de postres.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. General**

Elaborar un proyecto de factibilidad de una Casa de Té – Pastelería, enfocada a la venta de cheesecakes e infusiones a base de plantas, hierbas y frutas deshidratadas, endulzadas naturalmente, en el centro – norte de Quito, que abarque un nicho de mercado entre los 26 a los 80 años de edad.

### **1.5.2. Específicos**

- Desarrollar la descripción del negocio, enfocada a la visión, misión y característica del negocio, con la finalidad de que el negocio tenga todas las directrices para que sea un negocio estable.
- Establecer las fases de planificación para el giro del negocio, tomando en cuenta también el plan de organización y de recursos humanos, el plan de mercado, de marketing, en plan financiero y legal.
- Realizar una investigación de mercado, estableciendo el mercado objetivo, al cual irá dirigido el plan de negocio.
- Definir conclusiones y recomendaciones del proyecto en base a la investigación realizada y así determinar su factibilidad y viabilidad.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE NEGOCIO**

#### **2.1. Misión**

Ser una empresa especializada en el campo de alimentos y bebidas que tiene como objetivo disminuir el nivel de estrés de los clientes, brindando un espacio acogedor que se fusione con el aroma del té y de un postre delicioso y nutritivo como es el cheesecake. De igual manera brindar un excelente servicio, gracias a un personal altamente capacitado, a la mejora de procesos y a la innovación constante de productos, siempre buscando satisfacer al cliente.

#### **2.2. Visión**

Para el año 2020, ser reconocidos y preferidos por los clientes potenciales como la principal Casa de Té de la ciudad de Quito. Igualmente, extendernos a sectores estratégicos para el desarrollo de la empresa como al Valle de Cumbayá y al Valle de los Chillos, manteniendo estándares altos en cuanto a procesos que aseguren un óptimo producto final.

#### **2.3. Características del negocio**

##### **2.3.1. Naturaleza del negocio**

Siguiendo la Luna es un plan de negocio de una Casa de Té – Pastelería, la cual estará ubicada en el centro- norte de la ciudad de Quito, en una zona ejecutiva y donde ya existen restaurantes y cafeterías, por ende hay gran afluencia de gente.

Primeramente, estará diseñado para ser un lugar acogedor, con un fondo musical suave, dónde los clientes se sientan relajados gracias al lema anti –

estrés que se manejará, el cual consiste en tener cancelas a la entrada para que los clientes dejen sus pertenencias, especialmente sus celulares y se desconecten del mundo mientras sus sentidos se enamoran de aromas y sabores exquisitos.

Por lo tanto, Siguiendo la Luna ofrecerá un servicio y productos de primera calidad. Primeramente, en la oferta gastronómica se podrá encontrar una gran variedad de infusiones frías y calientes a base de plantas, flores y frutas, la especialidad de la casa que serán los cheesecakes, y platos un poco más elaborados como: ensaladas, sánduches, entre otros. Siempre ofreciendo productos de calidad, preparaciones del día, e incluso promociones. Del mismo modo el servicio será excelente, la atención será cálida e íntegra, gracias al personal que estará altamente capacitado.

Finalmente, el mercado objetivo estará constituido por personas mayores de 18 años, de un estrato social medio alto, ejecutivos, y residentes de la zona, en general, personas que tengan ingresos estables y puedan darse el gusto de ir por lo menos una vez a la semana.

### **2.3.2. Localización**

Tomando en cuenta las características del negocio, se han elegido dos sectores para hacer el análisis comparativo de localización:

- Centro – Norte de Quito, Portugal y Shyris.
- Valle de Cumbayá, Parque de Cumbayá.

Tabla 1 Estudio comparativo de localización

PONDERACIÓN	FACTORES	CENTRO-NORTE UIO (Portugal y Shyris)		CUMBAYÁ (Parque de Cumbayá)	
25%	CLIENTES (De lunes a viernes)	5	1.25	3	0.75
20%	CLIENTES (Fines de semana)	3	0.6	4	0.8
15%	INFRAESTRUCTURA (Arriendo)	2	0.3	4	0.3
10%	MATERIA PRIMA	4	0.4	5	0.5
5%	COMPETENCIA	1	0.5	4	0.2
10%	MEDIOS DE TRANSPORTE	5	0.5	4	0.4
5%	SERVICIOS	5	2.5	5	2.5
10%	MANO DE OBRA	5	0.5	5	0.5
100%			<b>6.55</b>		<b>5.95</b>

*Nota:* Calificación: Excelente = 5, Muy bueno = 4, Bueno = 3, Regular = 2, Malo = 1

Después de efectuar el estudio comparativo de localización, gracias al resultado que se obtuvo, se determina que la zona óptima para la creación del negocio es en el Centro – Norte de Quito (Portugal y Shyris), debido a que obtuvo un puntaje de 6.55 sobre el 5.97 que obtuvo Cumbayá (Parque de Cumbayá).



Figura 1. Localización de la calle Portugal y Av. De los Shyris (Centro-Norte de Quito).

Tomada de Google Maps, 2014.

## 2.4. Análisis del entorno

Según Kotler (2013, pp. 66), el análisis del entorno de marketing de una empresa está formado *“por actores y fuerzas externas que afectan la capacidad de la dirección de marketing para generar y mantener relaciones exitosas con los clientes meta”*. El entorno lo conforman el microentorno y el macroentorno.

### 2.4.1. Macroentorno

*“El macroentorno consiste en fuerzas más amplias que afectan a los actores en el microentorno. (Kotler, 2013, pp. 70).*

Además según Kotler (2013, pp.66) *“se define al macroentorno como las grandes fuerzas que afectan el microentorno”*. Las principales fuerzas en el macroentorno son: demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

#### **2.4.1.1. Factores Económicos**

Se han analizado los factores económicos en el ámbito nacional en el cual se desenvolverá la empresa.

- **Análisis del PIB (Producto Interno Bruto) del Ecuador**

Para este año la expectativa de que la economía del país incremente es de un 5%, a causa de la demanda interna, principalmente de la inversión, la refinación del petróleo, incremento en la inflación y la deuda pública. El banco central del Ecuador mantendrá informado al país acerca de esta situación para que se conozca de manera clara y transparente como se distribuye la ganancia del país cada año, como en salarios, ingreso de capital, entre otros.

El gobierno espera que el PIB del país sea del 4,5 al 5 % al finalizar el año, debido a que en el primer trimestre se expuso un incremento del 4.9, por este motivo el ámbito económico del país se ve prometedor para el crecimiento de pequeñas empresas. (El Telégrafo, 2014).

- **Balanza Comercial**

La balanza comercial de este año dejó un saldo positivo de \$81.2 millones de dólares, un 200% mayor que en el año 2013, y a diferencia de años anteriores que solo presentaba pérdidas. Esto se debe al incremento de exportaciones y principalmente del petróleo. (El Telégrafo, 2014).

- **Crecimiento de la Actividad Comercial por sectores**

En los años 2007 y 2008 el IPP (Índice de Precios al Productor) mostró una tendencia a la baja con variaciones; la inflación depende de las secciones de alimentos, bebidas, tabaco y textiles, además de la agricultura, silvicultura y pesca que representan el 50% a la canasta del IPP. (BCE, 2014).

Tabla 2 Matriz de Impacto – Aspecto Económico

MATRIZ DE IMPACTO						
Implementación de un plan de negocio: Casa de Té – Pastelería						
ASPECTO ECONÓMICO		PROBABILIDAD DE QUE OCURRA				
		0 - 20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
MAGNITUD DE IMPACTO	Alto		1	3		
	Medio		2			
	Bajo					
Aspectos Económicos	PIB	1	Balanza Comercial	2	Actividad Comercial	3

*Nota:* En la Matriz de Impacto según el Aspecto Económico se analizan las magnitudes de impacto del PIB, Balanza Comercial y Actividad Comercial y el porcentaje de probabilidades de que ocurra.

#### 2.4.1.2. Factores Culturales

Se han analizado los siguientes factores culturales en el ámbito nacional en el cual se desenvolverá la empresa.

- **Tradición de Consumo**

Según la Revista Líderes (s.f.), el consumo de té en el país es cada vez mayor, además segura que la demanda crece y que los hogares ecuatorianos son los principales consumidores de té. Asimismo, el té está conquistando a industrias como hoteles y restaurantes.

- **Modas de Consumo**

El té y las infusiones, en la actualidad se han convertido en bebidas líderes en el mercado ecuatoriano, de igual manera muy populares en el mundo por

considerarse una opción mucho más saludable y natural, además por tener muchos beneficios para la salud, gracias a sus propiedades antioxidantes, adelgazantes, entre otras. En el Ecuador, el té listo para beber lleva la delantera en cuanto a las tendencias de consumo de alimentos y bebidas fuera de casa. (Revista Líderes, s.f.).

Tabla 3 Matriz de Impacto – Aspecto Cultural

MATRIZ DE IMPACTO						
Implementación de un plan de negocio: Casa de Té – Pastelería						
ASPECTO CULTURAL		PROBABILIDAD DE QUE OCURRA				
		0 - 20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
MAGNITUD DE IMPACTO	Alto			1	2	
	Medio					
	Bajo					
Aspectos Culturales	Tradición de Consumo	1	Modas de Consumo	2		

*Nota:* En la Matriz de Impacto según el Aspecto Cultural se analizan las magnitudes de impacto de la Tradición de Consumo y de la Modas de Consumo, además el porcentaje de probabilidades de que ocurra.

#### 2.4.1.3. Factores Normativos

Se han analizado los siguientes factores normativos en el ámbito nacional en el cual se desarrollará la empresa.

- **Permisos de entidades reguladoras**
  - Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; o LUAE dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

- Certificado de categorización emitido por el Ministerio de Industrias y Productividad.
- Certificado de categorización emitido por el Ministerio de Turismo.
- Obtención de la patente municipal.
- Pago de uso de suelo.
- Obtención del permiso único de funcionamiento.
- Obtención del permiso de salud.
- Obtención del permiso de ambiente.

Tabla 4 Matriz de Impacto – Aspecto Normativo

<b>MATRIZ DE IMPACTO</b>						
Implementación de un plan de negocio: Casa de Té – Pastelería						
<b>ASPECTO NORMATIVO</b>		<b>PROBABILIDAD DE QUE OCURRA</b>				
		0 - 20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<b>MAGNITUD DE IMPACTO</b>	Alto		1	3		
	Medio		2			
	Bajo					
Aspectos Normativos	Municipio	1	Cuerpo de Bomberos	2	Ministerio de Salud Pública	3

*Nota:* En la Matriz de Impacto según el Aspecto Normativo se analizan las magnitudes de impacto de los permisos de ciertas identidades reguladoras que permitirán el correcto funcionamiento del negocio. Se escogieron tres: Municipio, Cuerpo de Bomberos y Ministerio de Salud Pública, con el fin de analizar la magnitud de impacto de las mismas sobre el giro de negocio y el porcentaje de probabilidades de que ocurra.

#### **2.4.1.4. Factores Tecnológicos**

Se han analizado los factores tecnológicos en el ámbito nacional en el cual se desenvolverá la empresa. Se pueden tomar en cuenta algunos puntos como: la

mecanización de procesos productivos, el uso de tecnologías de información para operaciones administrativas y productivas, además el uso de redes sociales para publicidad.

- **Internet**

Redes sociales como: Facebook, Twitter, Instagram.

- **Software**

Programas de software enfocados a la administración de insumos, suministros, y para la eficiencia en el servicio.

Tabla 5 Matriz de Impacto – Aspecto Tecnológico

MATRIZ DE IMPACTO						
Implementación de un plan de negocio: Casa de Té – Pastelería						
ASPECTO TECNOLÓGICO		PROBABILIDAD DE QUE OCURRA				
		0 - 20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
MAGNITUD DE IMPACTO	Alto			1		
	Medio			2		
	Bajo					
Aspecto Tecnológico	Redes sociales	1	Software	2		

*Nota:* En la Matriz de Impacto según el Aspecto Tecnológico se analizan las magnitudes de impacto de las tecnologías como Redes Sociales (Internet) y un Software que permita llevar a cabo una mejor organización en el giro de negocio. De igual manera se analiza la magnitud de impacto de las tecnologías y el porcentaje de probabilidades de que ocurra.

## 2.5. Matriz FODA

### 2.5.1. Análisis de Competitividad

Tabla 6 Análisis de Competitividad

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD					
	CASSOLETTE	BIGOTÉ	AMATEA TEA SHOP	SIGUIENDO LA LUNA	CONCLUSIÓN
<b>ATRIBUTOS DE PRODUCTO</b>					
Variedad	D	F	F	F	DEBILIDAD
Presentación	D	F	F	F	DEBILIDAD
Facilidad de servicio	F	D	F	F	DEBILIDAD
Producto fresco	D	D	D	F	FACTOR CRÍTICO ÉXITO
<b>ATRIBUTOS DE PRECIO</b>					
Precio Justo	D	D	D	D	OPORTUNIDAD
Opciones de pago	F	F	F	F	CARACTERÍSTICA COMÚN +
<b>ATRIBUTOS DE PLAZA</b>					
Cercanía (Centro-Norte)	F	D	D	F	CARACTERÍSTICA COMÚN +
Fácil de encontrar	F	D	F	D	DEBILIDAD
<b>ATRIBUTOS DE PROMOCION</b>					
Descuentos	D	D	D	F	FACTOR CRÍTICO ÉXITO
Promociones	D	D	D	F	FACTOR CRÍTICO ÉXITO
	CASSOLETTE	BIGOTÉ	AMATEA TEA SHOP	SIGUIENDO LA LUNA	CONCLUSIÓN
<b>ATRIBUTOS DE PERSONALIZACIÓN</b>					
Opción nutricional	D	D	D	D	OPORTUNIDAD

Sabor excelente	F	F	F	F	CARACTERÍSTICA COMÚN +
No uso de aditivos	F	F	F	F	CARACTERÍSTICA COMÚN +
<b>COMPARTO UNA F</b>	CARACTERÍSTICA COMÚN POSITIVA				
<b>TODOS TIENEN F</b>	CARACTERÍSTICA COMÚN POSITIVA				
<b>SOLO NOSOTROS TENEMOS F</b>	FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO (C/P)		VENTAJA COMPETITIVA (L/P)		
<b>COMPARTO UNA D</b>	DEBILIDAD				
<b>SOLO NOSOTROS TENEMOS D</b>	AMENAZA				
<b>TODOS TIENEN D</b>	OPORTUNIDAD				

*Nota:* En este cuadro se analizan Atributos de Producto, Precio, Plaza, Promoción y Personalización de la competencia versus Siguiendo la Luna. Se analiza cada uno para obtener características comunes positivas, ventajas competitivas, debilidades, amenazas u oportunidades.

## 2.5.2. Análisis FODA

### 2.5.2.1. Fortalezas

- Excelente ambiente laboral gracias a la continua motivación que recibe el personal de trabajo.
- Conocimiento del mercado objetivo: gustos, tendencias, entre otros.
- Equipamiento de alta calidad y última tecnología.
- Calidad de los productos, debido al cuidado en los procesos.

### 2.5.2.2. Oportunidades

- La competencia no ofrece amplia variedad de producto.
- La tendencia en cuanto al consumo de té y postres ha aumentado en la ciudad.
- Alto poder adquisitivo del mercado objetivo.
- Mayor incremento de personas que buscan comer o beber fuera de casa.

### 2.5.2.3. Debilidades

- En el sector donde va a funcionar el negocio, existe una gran oferta de negocios con un enfoque similar.
- No se ofrece un ambiente acogedor para niños.
- Negocio nuevo y pequeño en el mercado que puede fracasar por la falta de posicionamiento, barreras de entrada que se imponen e inexperiencia.

### 2.5.2.4. Amenazas

- Alza de precios de materia prima, debido a un posible aumento en la inflación.
- Competencia consolidada en el mercado.
- Control en la regulación de impuestos y permisos.
- Dificultad de importación de productos, debido a nuevas leyes gubernamentales.

### 2.5.3. Ventajas Competitivas

Según Porter (2007), *“la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”*, lo que quiere decir que la estrategia competitiva toma acciones defensivas u ofensivas para afrontar con éxito a las fuerzas competitivas y de esta manera crear un retorno sobre la inversión.

La competencia hoy en día es extensa, el mercado se encuentra muchas veces saturado de cientos de negocios que se dedican a lo mismo. La ventaja competitiva que diferencia a la casa de té “Siguiendo la Luna” de otros proyectos similares es la diferenciación por variedad de producto y servicio personalizado para satisfacer las necesidades o exigencias del cliente.

## CAPÍTULO III

### 3. PLAN OPERATIVO

#### 3.1. Fases de planificación

##### 3.1.1. Plan técnico operacional

El objetivo del desarrollo de un plan técnico permite tener una idea clara del proyecto, detallando la cantidad de bienes a producir, los procesos que se requieren para hacerlo y los equipos, las instalaciones y mano de obra necesarias, el volumen en cuanto a los pedidos con los que se va a trabajar en el nuevo local, entre otras cosas, es decir, es el plan que indica cómo va a ir organizada una empresa.

##### 3.1.1.1. Definir la capacidad instalada

Según Gestión Restaurantes (s.f.), capacidad instalada es la máxima cantidad de servicio o producto que se puede ofrecer a una persona en un tiempo y espacio determinado.

Cuando se conocen las dimensiones del espacio que ocupará el área de salón se puede aplicar el método del cálculo del área y determinar la cantidad de comensales que se pueden asumir en un momento de máxima carga. (Gestión Restaurantes, s.f.).

- 1.20m<sup>2</sup> por persona.
- El rango estándar que ocupa un cliente en una cafetería es de: 85cm<sup>2</sup>-100cm<sup>2</sup>

(Ecuación 1)

Capacidad instalada

$$C = \frac{L(m) \times A(m)}{e(m) + 0.20m^2}$$

Tomado de [www.ema.org.mx](http://www.ema.org.mx)

Donde:

- C = Capacidad instalada.
- L = Largo del restaurante (metros).
- A = Ancho del restaurante (metros).
- E = Espacio que ocupa el cliente según el tipo de establecimiento.
- 0,20 m<sup>2</sup> = Constante de espacio para servicio y mobiliario.

$$C = \frac{11 \times 14}{1 + 0,20} = \frac{154}{1,20} = 128,33$$

$$C = 128,33$$

Después de aplicar la fórmula, se ha determinado que la capacidad instalada es de 128,33 unidades.

### 3.1.1.2. Duración de servicio o Tiempo de ciclo y Cálculo de la capacidad máxima de asiento

El ciclo de servicio es el tiempo que transcurre desde que el cliente arriba a la instalación, es ubicado en una mesa hasta que es despedido. La medición del mismo es sustancial para establecer acciones con un doble efecto sobre la demanda, ajustando éste acorde a las necesidades del cliente.

Tabla 7. Ciclo de servicio

ACCIÓN	TIEMPO
Arribo del cliente, saludo y ubicación en la mesa	2 min
Entrega de la carta menú y toma de orden de la bebida	2 min
Servicio de la bebida y toma de la orden de la comida	5 min
Servicio de la comida y cliente solicita la cuenta	35 min
Dependiente solicita cuenta en caja y entrega al cliente	5 min
Cliente revisa la cuenta, efectúa el pago y dependiente ingresa en caja	5 min
Dependiente realiza devolución y despide al cliente	2 min
Desbarace de la mesa y remonta para atender a un nuevo cliente	2 min
<b>Duración total</b>	<b>58 min</b>

*Nota:* El Ciclo de Servicio sirve para calcular el tiempo total de servicio desde que el cliente arriba al establecimiento, hasta que se va.

Este cálculo se utiliza para determinar la capacidad máxima de asientos que tiene el establecimiento.

(Ecuación 2)

Capacidad máxima de asientos

$$\text{Capacidad máxima de asientos} = \frac{\# \text{ de asientos} \times \text{horas del servicio}}{\text{Tiempo del ciclo de servicio}}$$

Tomado de [www.gestionrestaurantes.com](http://www.gestionrestaurantes.com)

$$\text{CMA} = 46 \times 480 / 58 = 380,68$$

Después de realizar el cálculo, se determina que la capacidad máxima de asientos es igual a 380,68 asientos por día. Esto significa que diariamente se puede atender a 380 clientes que cada 58 minutos (ciclo de servicio) ocupen los 46 asientos instalados en el establecimiento.

### 3.1.1.3. Menú

En el establecimiento se manejarán dos tipos de menú, uno de alimentos y otro de bebidas. En primer lugar, el menú de alimentos se dividirá en tres partes que son:

- Ensaladas
- Sánduches
- *Cheesecakes*

Por otro lado, el menú de bebidas se manejará a parte del de alimentos por el hecho de que es una Casa de Té principalmente y debe existir una amplia variedad de infusiones frías y calientes.

Tabla 8 Menú

<b>ENSALADAS</b>	<b>SANDUCHES</b>	<b>CHEESECAKES</b>	<b>INFUSIONES (frías o calientes)</b>
<b>Especiales de Siguiendo la Luna</b>	<b>Especiales de Siguiendo la Luna</b>	<b>Especiales del huerto de Siguiendo la Luna</b>	<b>Especiales de Siguiendo la Luna</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frutal de Siguiendo la Luna</li> <li>• Al gratin de Siguiendo la Luna</li> <li>• Del huerto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especial de atún con huevo</li> <li>• Especial de pollo y huevo</li> <li>• Especial de champiñones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zanahoria</li> <li>• Coco</li> <li>• Higo</li> <li>• Mortiño (Temporada)</li> <li>• Calabaza (Temporada)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guayusa y jengibre</li> <li>• Cedrón, hierba luisa, menta</li> <li>• Frutas deshidratadas</li> </ul>
<b>Tradicionales</b>	<b>Tradicionales</b>	<b>Clásicos de frutas</b>	<b>Especiales afrutadas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Cherry</i></li> <li>• Pepinillo y albahaca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediterráneo</li> <li>• Pernil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maracuyá</li> <li>• Fresa</li> <li>• Guanábana</li> <li>• Taxo</li> <li>• Mora</li> <li>• Frutos rojos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Bom Banana</i></li> <li>• <i>Caprice</i></li> <li>• <i>Cocktail</i> de frutas</li> <li>• <i>Delicia Golden</i></li> <li>• Frutas del bosque</li> </ul>
		<b>Especiales de chocolate</b>	<b>Especiados</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• M&amp;M's</li> <li>• Nutella y Ferrero</li> <li>• Kinder Huevo</li> <li>• ChocoMenta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canela</li> <li>• Indian Chai</li> <li>• Indian Yogui</li> </ul>

		<b>CHEESECAKES</b>	<b>INFUSIONES (frías o calientes)</b>
		<b>Clásicos de galletas</b>	<b>Mentolados</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Oreo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menta y chocolate</li> <li>Mojito tea</li> <li>Moruno</li> </ul>
			<b>Floral</b>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Especial</li> <li>Jazmín</li> <li>Siesta</li> </ul>
			<b>Dulce</b>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>ChocFresa</li> <li>Naranja bombón</li> <li>1001 Noches</li> </ul>

*Nota:* Esta tabla divide por secciones a los alimentos y bebidas que se ofertarán en el Menú.

#### **3.1.1.4. Receta Estándar**

Según la ESPE (2013), la receta estándar se basa en un formato, que sirve para registrar datos relevantes de una receta como:

- Nombre del Plato
- Pax (Porciones)
- Cantidades
- Medidas
- Observaciones
- Puntos críticos de control
- Costos individuales y totales (si es una receta estándar costeadada).

A continuación se exponen cuatro Recetas Estándar de las respectivas secciones del menú con el formato de la Universidad de las Américas.

Tabla 9 Receta estándar ensalada del huerto

 Nombre de la receta    ENSALADA DEL HUERTO DE SIGUIENDO LA LUNA Género Porciones/Peso porción    1 pax Fecha de elaboración Técnicas aplicadas Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
0,025	K	Espinaca		
0,025	K	Berros		
0,025	K	Lechuga morada		
0,005	K	Perejil		
0,025	K	Tomates		
0,02	K	Chochos		
0,025	K	Aguacate		
0,002	K	Mostaza		
0,015	Lt	Yogurt		
0,005	K	Miel		
<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>			

Tabla 10 Receta estándar sánduche de atún y huevo

 <small>INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS</small>				
Nombre de la receta		SÁNDUCHE DE ATÚN Y HUEVO		
Género				
Porciones/Peso porción		1 pax		
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
				Puntos críticos de control
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	
3	u	Pan tajado sin corteza		
0,05	k	Atún		
0,015	k	Apio		
0,015	k	Pepinillo		
0,015	k	Tomate		
0,015	k	Cebolla perla		
1	u	Huevos		
0,015	k	Aguacate		
Fotografía		Procedimiento		

Tabla 11 Receta estándar cheesecake frutos rojos

 UNIVERSIDAD DE LA MERCED				
Nombre de la receta	CHEESECAKE FRUTOS ROJOS			
Género				
Porciones/Peso porción	10 pax			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
0,3	k	Galletas María		
0,1	k	Mantequilla sin sal		
0,7	k	Queso crema		
0,17	k	Azúcar		
0,06	k	Maicena		
0,125	k	Crema agria		
4	u	Huevos		
0,02	k	Zumo de limón		
0,005	k	Ralladura de limón		
0,005	k	Esencia de vainilla		
0,085	k	Frambuesas		
0,1	k	Frutillas		
Fotografía		Procedimiento		

Tabla 12 Receta estándar infusión de guayusa y jengibre

Nombre de la receta	Infusión de Guayusa y Jengibre			
Género				
Porciones/Peso porción	1 pax			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
6	u	Limón meyer		
0,015	k	Guayusa		
0,01	k	Jengibre		
0,06	k	Agua		
0,01	k	Hojas de estevia		
Fotografía	Procedimiento			

Ver Anexo 1: Recetas estándar

### 3.1.1.5. Cuadro de insumos y materia prima

Tabla 13 Insumos y materia prima

INSUMOS	MATERIA PRIMA
<b>Insumos cocina</b>	<b><i>Cheesecakes</i></b>
Papel cera	Queso crema
Papel absorbente	Galletas María
Plástico <i>film</i>	Galletas de chocolate
Papel aluminio	Huevos
Jabón o lavaplatos	Azúcar
<b>Insumos servicio</b>	Maicena
Empaques o cajas para <i>cheesecakes</i> o sánduches enteros e individuales.	Frutas: cerezas, frutillas, higos.
Vasos para bebidas frías para llevar	<b>Sánduches</b>
Servilletas	Verduras y hortalizas: Lechuga, rúcula, diente de león, apio, pepinillo, zanahoria.
<b>Insumos baños</b>	Pan tajado integral, pan artesanal.
Papel higiénico	Atún, pernil, pollo.
Jabón tocador	<b>Infusiones</b>
Desinfectante para manos	Agua
Papel toalla	Estevia
<b>Insumos limpieza</b>	Guayusa, jengibre, frutilla, naranja, limón, mortiño, hierba luisa, manzanilla, canela, clavo de olor, pimienta dulce.
Cloro	
Desinfectante	

### 3.1.1.6. Cuadro de tecnología y equipamiento

Tabla 14 Tecnología y Equipamiento

TECNOLOGÍA	EQUIPAMIENTO
<b>Software para facturación y comandas.</b>	<b>Equipamiento Pesado Cocina</b>
	Cocina cuatro quemadores (Inducción)
	Horno a convección para 10 bandejas (Eléctrico)
	Frigorífico vertical
	Mesa de trabajo de acero inoxidable
	Batidora 20 litros
	Lavabo de 1 pozo + escurridor
	<b>Menaje Cocina</b>
	Tazón acero inoxidable
	Cuchillos
	Tablas
	Cacerolas
	Palas hielo
	Pinzas
	Cucharones
	Licuadaora
	Escurridor
	Colador
	Dispensadores de condimentos
	Organizador para aderezos
	Moldes desmontables
	Exprimidor eléctrico
	Cortador pasteles
	Manga pastelera más espátula
	Boquillas
	Espátulas de silicona
	Pirex mediano
	<b>EQUIPAMIENTO</b>
	<b>Menaje Cocina</b>
	Bandeja para cocina
	<b>Equipo Pesado Servicio</b>
	Cafetera acero inoxidable

<b>EQUIPAMIENTO</b>
Mesas
Sillas
Frigorífico con vidrio
Exhibidor pasteles
<b>Menaje Servicio</b>
Tenedores de mesa
Cuchillos de mesa
Cuchara postre
Tenedor postre
Cuchara té
Plato base trincherero
Plato de postre
Ensaladera
Tazas
Copa de capuchino
Copa cervecera
Dispensador de sal
Dispensador de pimienta
Jarras de té
Pozuelos pequeños
Vaso trago largo
Bandejas antideslizantes
Platos base para tazas
<b>Equipo Oficina</b>
Escritorio
Computadora
Impresora
Impresora de facturas
Caja registradora
Menaje oficina

### 3.1.1.7. Infraestructura física

El diseño arquitectónico está plasmado en un plano, donde se aprecia la distribución de las áreas del establecimiento con sus debidas adecuaciones.

#### **3.1.1.7.1. Tipo de construcción**

El tipo de construcción se relaciona con el tipo de arquitectura utilizado; en este caso ya está establecida una arquitectura de tipo Neoclásica.

Como su nombre lo indica, neo: nuevo, esto quiere decir que es la conjugación de la arquitectura clásica con la arquitectura nueva.

#### **3.1.1.7.2. Tamaño de construcción**

El área de construcción del local es de 140 metros cuadrados.

#### **3.1.1.7.3. Características de la edificación**

Las características de la edificación se plasman en un plano, que da a conocer la distribución de las áreas del establecimiento con sus respectivas adecuaciones.

El establecimiento se encontrará en la planta baja. En la parte exterior de la entrada principal se ubicarán rampas para personas discapacitadas, cuatro mesas de cuatro asientos cada una, así como calentadores y lámparas. Asimismo, en el comedor o área de servicio se ubicarán cuatro mesas de cuatro asientos cada una y siete mesas para dos personas cada una. Se colocarán también detectores de humo y ventiladores. Se contará con una barra - mostrador que será la principal atracción del lugar, debido a que ahí se exhibirán los *cheesecakes*, de igual manera se exhibirán y prepararan los diferentes tipos de té. Tanto en la parte interior como en la exterior se colocará señalización. Los baños para los clientes se ubicarán al fondo del lado izquierdo del comedor; se dividirán en dos, uno para mujeres y otro para hombres, los mismos que contarán con extractor de olores y estarán adecuados para personas discapacitadas. En el lado derecho del fondo del comedor se encontrará el área de cocina, con todas las adecuaciones

necesarias como mesones, estanterías, lavaplatos, una cocina, un frigorífico, campanas, extractores de olores, señalética, y un extintor. De igual manera se adecuará una pequeña bodega, y oficina. También se instalará un baño para personal, dónde se encontrará un botiquín de primeros auxilios.

### 3.1.1.7.4. Plano Arquitectónico

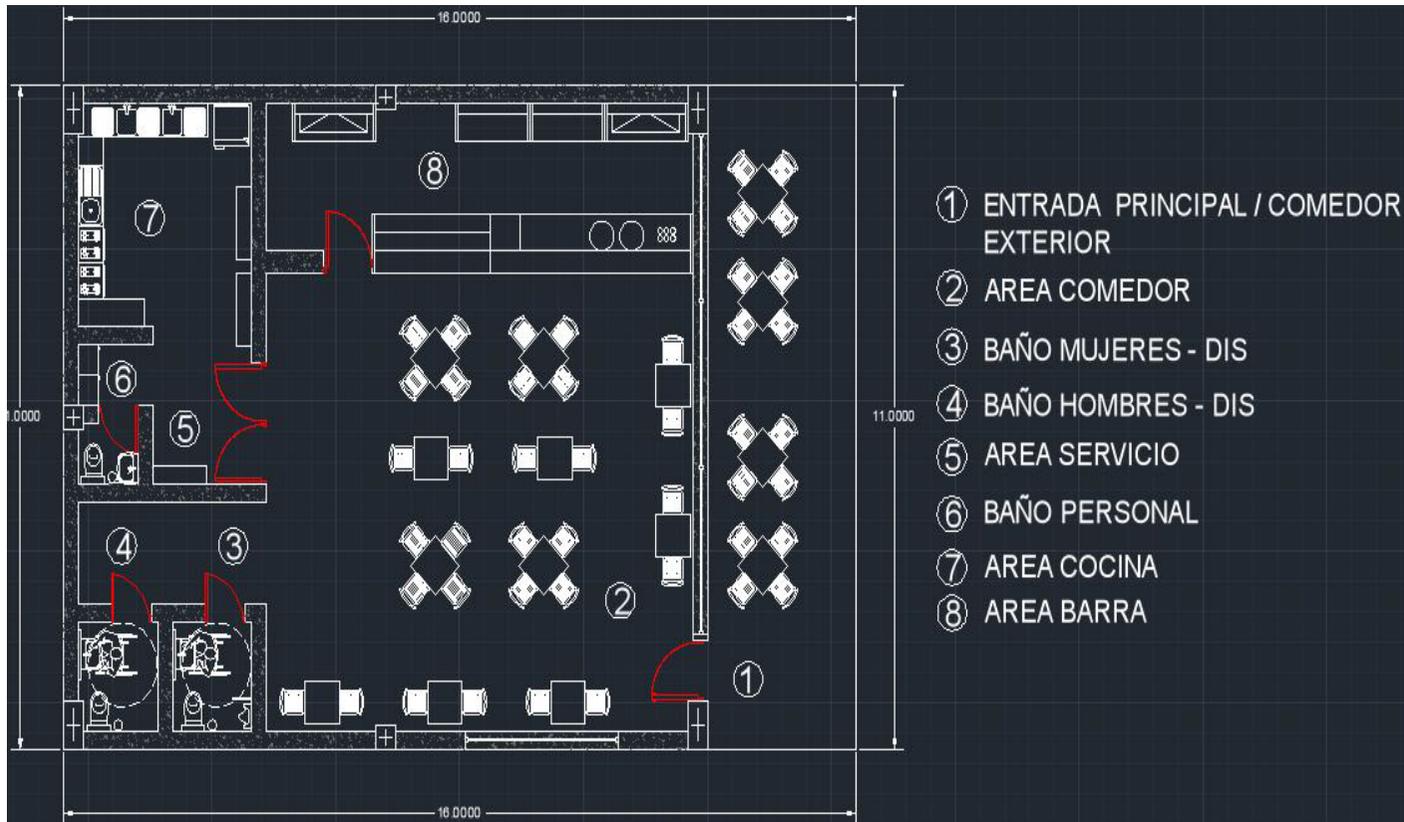


Figura 2. Plano Arquitectónico.

### **3.1.1.8. Diagrama de macro proceso actual**

Se hace uso de diagramas de macro proceso para designar actividades y tareas de manera lógica, de esta forma se busca mejorar procesos, efectivizar tiempo y eliminar errores.

En este caso se detallará el proceso de servicio al cliente, y elaboración de ciertos productos en la cocina o barra para garantizar un control adecuado de dichos procesos.

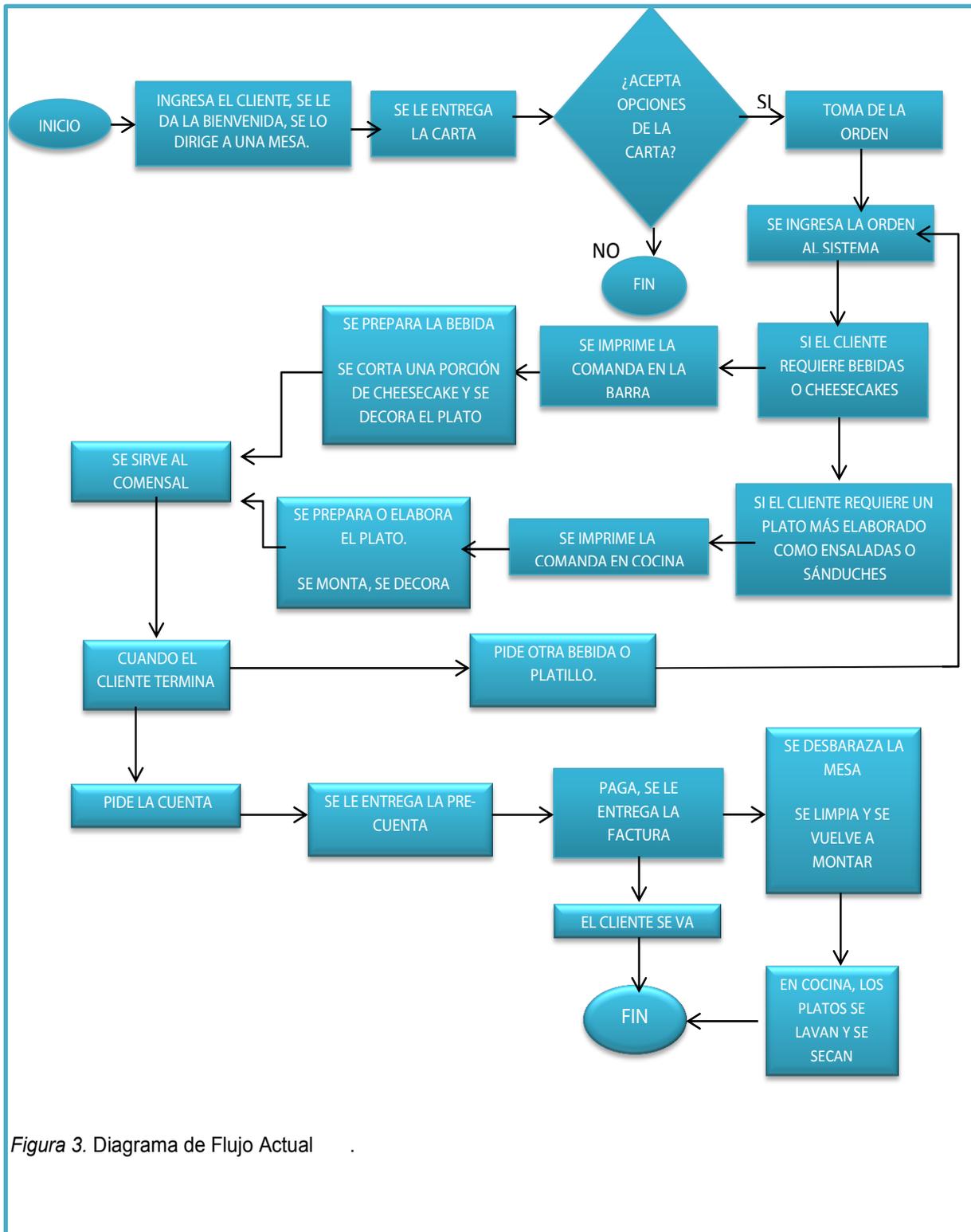


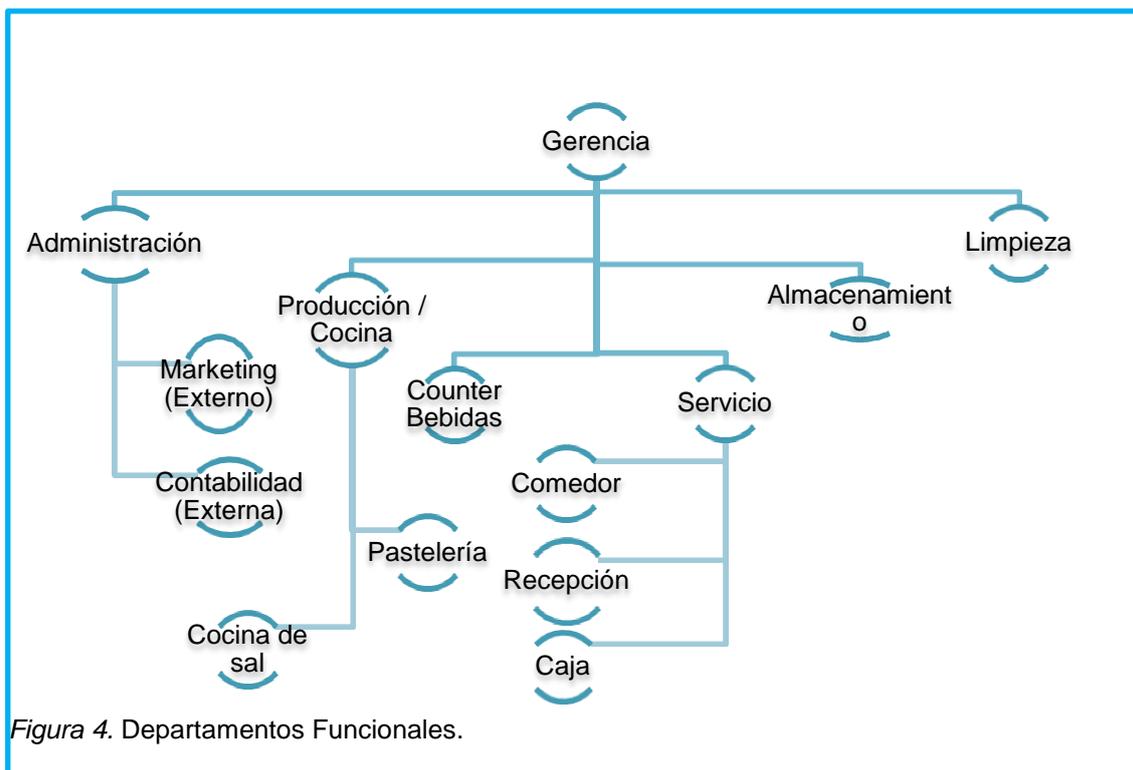
Figura 3. Diagrama de Flujo Actual

## 3.2. Plan de Organización y Recursos Humanos

### 3.2.1. Departamentos Funcionales

En base a la naturaleza del negocio de la empresa se han determinado que las principales áreas funcionales son:

- **Área administrativa:** Debido a que es un constituyente esencial para el correcto funcionamiento de la empresa. Se incluyen actividades como: organización, control, planificación y dirección. Además se contará con asesoría contable y de mercadeo externos por el hecho de que son procesos que no se realizan a diario y por ende no se necesitan áreas con estos fines dentro de la empresa.
- **Área de producción (cocina):** Debido a que es el área donde la materia prima se transforma para obtener como producto final los platos que se ofertan en la carta. Este espacio se divide en: área de pastelería, área de cocina de sal, y área de despacho.
- **Área de preparación de bebidas (counter bebidas):** Debido a que este es un espacio exclusivo para preparar las infusiones que se ofertan en la carta.
- **Área de servicio:** Debido a que es un factor fundamental para la atención al cliente. En este espacio se incluyen la recepción, el comedor o barra y la caja.
- **Área de almacenamiento:** Debido a que se necesita un área con estanterías donde se puedan almacenar los productos y utensilios que se van a utilizar posteriormente en la producción.
- **Área de Limpieza:** Debido a que es un factor fundamental para que el lugar sea agradable a la vista, debe mantenerse limpio y en orden tanto en el área de cocina como en el área de servicio (se incluyen los baños dirigidos a los clientes).



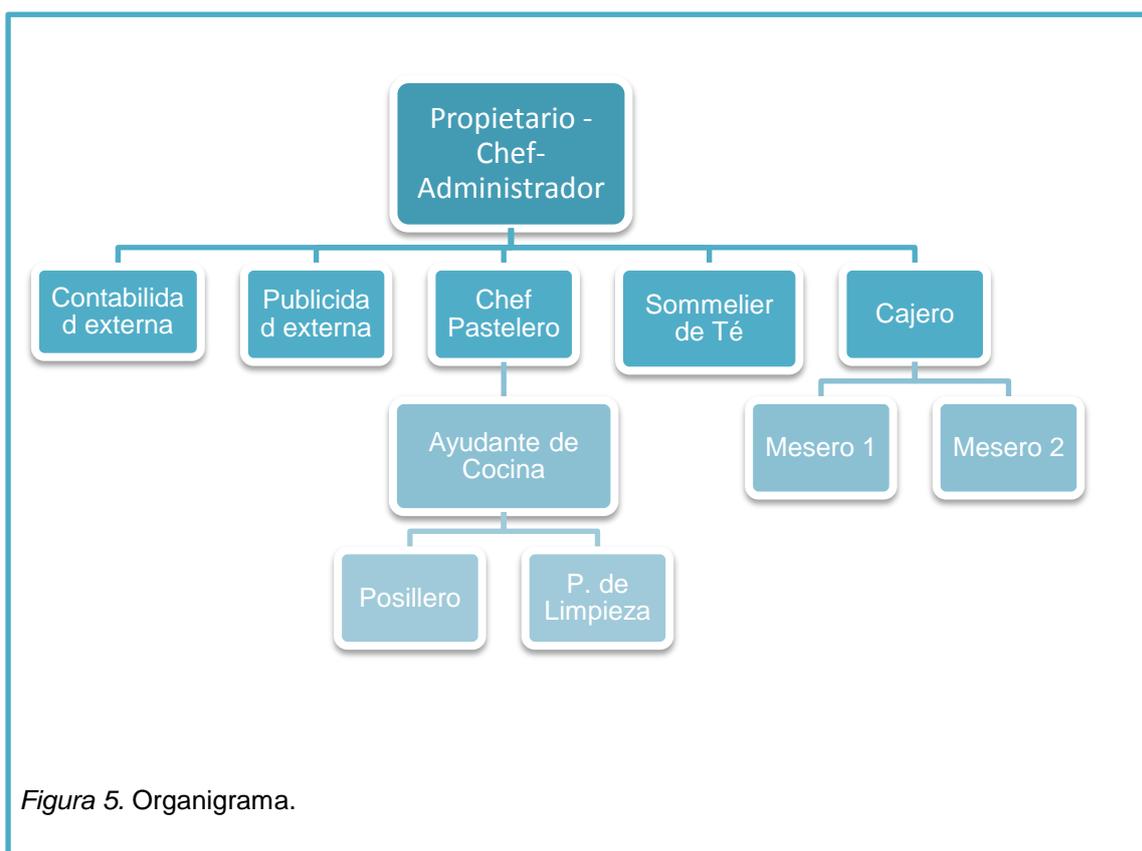
### 3.2.2. Inventario de Recursos Humanos

Tabla 15 Inventario R.R.H.H.

CARGO	CANTIDAD
Propietario - Chef-Administrador	1
Chef-Pastelero	1
Sommelier de té	1
Ayudante de cocina	1
Posillero	1
Meseros	2
Cajero	1
Personal de limpieza	1

### 3.2.3. Organigrama

En el organigrama se da a conocer a la brigada de trabajo, un grupo de personas de distintas cualidades profesionales con la misión de desempeñar a cabalidad su trabajo, especialmente si de servir al cliente se trata. (Bach, Herrero, Vives, 2001, pp. 45).



### 3.2.4. Descripción de funciones

Según Bach, Herrero, Vives (2001, pp. 46-48), se detallan las funciones de cada miembro de la brigada de trabajo, tomando en cuenta que las responsabilidades dependerán del tipo de establecimiento y de la dirección del mismo.

**Propietario - Chef Administrador:**

Según Bach, Herrero, Vives (2001, pp. 46-48), es el encargado del establecimiento y principal responsable. Debe destacarse por su calidad humana en el excelente trato a sus subordinados y principalmente a los clientes. Asimismo, debe poseer aptitudes y conocimientos profesionales como:

- Dominio de idiomas
- Conocimiento de logística (servicio y productos).
- Conocimiento de los platillos y bebidas que se ofrecen.

Sus principales funciones son:

- Aporte del capital.
- Toma de decisiones de manejo de capital.
- Presentación de informes financieros a los accionistas
- Informes mensuales de cartera recuperada o pendiente
- Cumplir los presupuestos de ventas decidido por la gerencia
- Planeación y control de metas de la empresa
- Informe anual o mensual de labores
- Atiende comentarios, sugerencias y quejas de clientes.
- Toma de decisiones delicadas.
- Autorización de pagos
- Designación de carga de trabajo en el área
- Control de calidad
- Recepción de órdenes de compras
- Autorización de órdenes de compra
- Cumplimiento de fechas y cantidades de pedido
- Búsqueda constante de proveedores
- Calificación de proveedores
- Revisión de kardex e inventarios

- Compra y stock de productos
- Despacho de materiales
- Control de estado de equipos y suministros de toda la empresa
- Registro del libro diario de la compañía
- Revisar que la contabilidad se mantenga al día
- Entrevista y contratación de personal
- Programa y supervisa el trabajo del personal a su cargo.
- Encargado de la capacitación continua del personal.
- Promoción interna de puestos de trabajo
- Medición de satisfacción en el ambiente laboral
- Control de personal en sus tareas
- Control de asistencias
- Control de multas y sanciones

#### **Contador (asesoría externa):**

Las funciones del contador son las siguientes:

- Registro de asientos contables
- Emisión de estado de pérdidas y ganancias
- Emisión del balance general
- Declaración mensual IVA
- Revisa retenciones
- Anexos transaccional
- Anexo de accionistas, administradores
- Anexo del ICE
- Prepara pagos de servicios públicos y nómina

#### **Marketing y publicidad (asesoría externa)**

Las funciones de la persona a cargo del marketing de la empresa son las siguientes:

- Buscar nuevos clientes
- Potenciar clientes
- Estar pendiente de las necesidades de los clientes
- Analizar nuevos mercados

**Chef Pastelero:**

- Encargado del área de la cocina
- Encargado de elaborar los productos de pastelería.
- Innovación de postres
- Mejora de procesos
- Aplicación FIFO (*First In First Out*)
- Control de estado de equipos y utensilios de la cocina

**Sommelier de Té:**

- Encargado de proporcionar información a los consumidores acerca de los téis más idóneos para su paladar.
- Responsable de la gestión del servicio de té.
- Responsable de armar las cartas e innovación periódica en función de las necesidades de la Casa de Té.

**Ayudante de cocina:**

- Encargado de la elaboración y cocción de alimentos de los platillos de sal.
- Está siempre atento a las órdenes del Chef Pastelero.

**Meseros:**

Según Bach, Herrero, Vives (2001, pp. 46-48), la persona que esté a cargo de la atención y servicio al cliente debe poseer ciertas cualidades profesionales como conocimiento de idiomas (mínimo dos idiomas), conocimiento de arte y

dominio de la bandeja, además conocimiento de las distintas ofertas gastronómicas del establecimiento, platos especiales y promociones del día.

Entre sus funciones se encuentran:

- Servicio y atención al cliente.
- Verifican la preparación o mise en place previo al servicio.
- Supervisión del buen estado de todo el material necesario para el servicio y limpieza del mismo.

### **Cajero:**

Según Bach, Herrero, Vives (2001, pp. 46-48), la persona encargada de caja o de facturar las ventas del día tiene las siguientes funciones:

- Cobro de facturas de todos los servicios efectuados
- Verificar el fondo de caja al recibirlo y antes de entregarlo
- Cierre de caja una vez terminado su turno
- Recibir documentos de valor.
- Debe manejar cambio suficiente para todas las transacciones.
- Mantener su espacio de trabajo limpio y ordenado.

### **Posillero:**

- Encargado de la limpieza de todo el material sucio que esté dentro de la cocina y del orden de los utensilios dentro de la misma. (Bach, Herrero, Vives, 2001, pp. 46-48).

### **Personal de limpieza:**

- Encargados de la limpieza de las distintas áreas del establecimiento.

### **3.2.5. Relacionados**

#### **Entes Fiscales**

- Servicio de rentas internas
  - Declaraciones mensuales
  - Envío de anexos
  - Actualización del RUC
  - Confirmación de no tener obligaciones pendientes en el SRI

#### **Entes de Seguridad Social y Trabajadores**

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
  - Afiliación de nuevos trabajadores
  - Desafiliación de ex trabajadores
  - Planillas laborales
  - Comunicación de enfermedades laborales y permisos médicos
- Ministerio de Relaciones Laborales
  - Registro de contratos de trabajo
  - Registro de décimos y utilidades
  - Registro de actas de finiquito

#### **Órganos de control**

- Superintendencia de Compañías
  - Informes anuales
  - Presentación de los estados financieros
  - Pago de la contribución anual

#### **Permisos para operación y usos de suelo**

- Municipio
  - Obtención de la patente municipal
  - Pago de uso de suelo
  - Obtención del permiso único de funcionamiento
- Bomberos
  - Permiso del cuerpo de bomberos
- Ministerio de Salud Pública
  - Obtención del carnet de manipulación de alimentos
  - Obtención del permiso de salud
- Ministerio de Ambiente
  - Obtención del permiso de ambiente

### **Proveedores**

- Agrytec (Productos orgánicos)
- Toni (Productos lácteos)
- MaxiPan

### **Competencia**

- Identificación de competidores
- Cuantificación de posicionamiento de competidores
- Nivel de ventas de competidores
- Estrategias y promociones de la competencia
- Estrategias para competir en el mercado

## CAPÍTULO IV

### 4. PLAN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El plan de mercadeo del proyecto se enfocará en obtener un análisis del mercado lo más apegado a la realidad en las preferencias del consumidor final respecto al té y al *cheesecake*, principales productos que se ofertarán en “Siguiendo la Luna”.

#### 4.1. Investigación de mercados

Según Malhotra (2004, pp. 4), la investigación de mercados es la *“identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing”*.

La Investigación de Mercados también surge como una herramienta para lograr el buen funcionamiento de la mercadotecnia, identificando los problemas y posibles soluciones, a fin de tomar las decisiones adecuadas para alcanzar las metas o fines deseados; por lo que, es muy importante en este proyecto, lo cual ayudará a definir la situación del mercado actual y estrategias a futuro.

##### 4.1.1. Objetivos

Según Malhotra (2004, pp. 41), los objetivos son *“metas que la organización y quien toma las decisiones deben considerar para realizar exitosamente una investigación de mercados”*.

##### 4.1.1.1. Objetivo general

Realizar una investigación de mercado, mediante la aplicación de herramientas tales como: entrevistas, encuestas, y entrevistas a expertos para determinar las

necesidades del consumidor y el mercado potencial al cual está dirigido este proyecto, en el periodo del 1 al 31 de diciembre de 2014.

#### **4.1.1.2. Objetivos específicos**

- Determinar las necesidades del consumidor final, hábitos de consumo, oferta y demanda entorno a las Casas de Té.
- Determinar el grado de preferencia y aceptación entre los consumidores de té y *cheesecake*.
- Determinar la situación financiera de los consumidores a los cuales estará dirigido este proyecto.
- Identificar la competencia directa, indirecta, productos similares y productos sustitutos.
- Determinar la situación financiera de los consumidores a los cuales estará dirigido este proyecto.
- Obtener información que servirá como base, a fin de establecer el plan de marketing.
- Determinar la adecuada planificación, organización, control de los recursos y elementos que el proyecto necesita a fin de llegar al consumidor final.

#### **4.1.2. Análisis de mercado**

Primeramente, antes de realizar la investigación de mercado es importante que se defina el mercado objetivo al cual está enfocada la investigación.

El estudio de mercado al que la “Siguiendo la Luna” dirigirá su oferta, estará enfocado principalmente a productos como té e infusiones de frutas deshidratadas, flores secas, hierbas frescas; y *cheesecakes* de sabores tradicionales y no tradicionales.

#### 4.1.2.1. Investigación preliminar

##### Población

El proyecto está dirigido a las personas del centro – norte de Quito, de estrato social medio alto y alto. Para el desarrollo del presente proyecto se ha identificado la siguiente población.

Tabla 16 Población según nivel socioeconómico en Quito

<b>POBLACIÓN SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO EN QUITO (170150)</b>		
		Quito
<b>Nivel socioeconómico</b>	D (bajo)	119.940
	C- (Medio bajo)	799.325
	C+ (Medio típico)	540.542
	B (Medio alto)	336.698
	A (alto)	54.064

Tomado de: Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico (NSE 2011).  
Adaptado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Tabla 17 Población según nivel socioeconómico, por sexo, ciudades auto representadas

<b>Quito</b>		
<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
<b>57.810</b>	62.130	119.940
<b>384.082</b>	415.243	799.325
<b>260.659</b>	279.883	540.542
<b>160.183</b>	176.514	336.698
<b>25.216</b>	28.848	54.064
887.951	<b>962.618</b>	<b>1.850.569</b>

Tomado de: Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico (NSE 2011).  
Adaptado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

## **Comportamientos de consumo**

Los datos serán confirmados con la aplicación de las herramientas de investigación.

## **Segmentación**

“La segmentación permite obtener el perfil del mercado objetivo al que se orientará el negocio y a quién se aplicará la investigación primaria”. (González, 2009 pp. 56)

- **Geográfica:**
  - País: Ecuador
  - Región: Sierra
  - Provincia: Pichincha
  - Ciudad: Quito
  - Densidad: urbana
  
- **Demográfica:**
  - Género: femenino y masculino.
  - Edad: de 18 años en adelante.
  
- **Psicográfica:**
  - Clase social: media alta, alta.
  - Cultura: consumidores regulares de té y postres.
  - Motivación de compra: esparcimiento, desestrés, calidad de productos y servicio.
  
- **Conductista:**
  - Frecuencia de uso: diaria, semanal.
  - Status: consumidores potenciales.

## **4.2. Metodología de la investigación**

### **4.2.1. Tipo de investigación**

Para elaborar el análisis del mercado se realizarán el tipo de investigación que se va a realizar es de tipo exploratoria - descriptiva con métodos cualitativos y de observación, debido a que este método de investigación recolecta datos, ya sean imágenes o texto, que contengan preguntas abiertas, observación o datos "hallados". (Bush, Hair y Ortinau, 2009, pp. 144-147)

#### **4.2.1.1. Investigación exploratoria**

Según Malhotra (2004, pp. 137), esta investigación consiste en un estudio cualitativo, basado en muestras simples que proporcionan puntos de vista y comprensión de los problemas. donde se realizarán entrevistas a expertos en el área de pastelería y bebidas, con el fin de conocer su opinión, realizando preguntas asociadas a los objetivos específicos de este proyecto, las mismas que servirán de base de la elaboración del cuestionario de la encuesta de campo.

#### **4.2.1.2. Investigación descriptiva**

Según Malhotra (2005, pp. 137), este tipo de investigación consiste en un estudio que busca cuantificar los datos y aplicar alguna forma de análisis estadístico. Se diseñará una encuesta con el fin de tener en cuenta los objetivos específicos planteados, tomando como base la investigación exploratoria. La encuesta será aplicada en una muestra de la ciudad de Quito, sector centro norte, para tener un conocimiento más detallado de las preferencias reales del consumidor final.

## **4.3. Identificación y caracterización de la demanda**

Para el siguiente análisis, en primer lugar se busca delimitar el mercado en el cual se desarrollará la Casa de Té, de cual se derivarán importantes

conclusiones y recomendaciones con el fin de que el proyecto sirva de base para el establecimiento de esta idea de negocio.

El estudio se centrará en:

- Determinar el volumen y composición de la demanda.
- Establecer la mejor ubicación geográfica para el establecimiento dentro del sector centro- norte de la ciudad de Quito.
- Determinar el mercado objetivo.
- Identificar el mercado real y potencial.

#### 4.3.1. Cálculo de la muestra

Para determinar el número de encuestas a realizar, se obtiene la fórmula del Departamento de Matemáticas de la Universidad de las Américas.

Debido a la premura del tiempo, se trabaja con un error mayor, hasta de 6 % y con una población sesgada, según un nivel socioeconómico medio alto, alto de los habitantes del centro norte de Quito, obtenida de la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico hecha por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el 2011.

(Ecuación 3.)

Cálculo de la muestra

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

Tomado del Departamento de Matemáticas de la Universidad de las Américas Quito

**Donde:**

n= Muestra

N= Población

E<sup>2</sup>= Error al cuadrado (entre 3 y 5% es lo recomendado).

**Reemplazando:**

N= 390.762

E<sup>2</sup>= (0.06)<sup>2</sup>

$$n = \frac{390.762}{(0.06)^2 (390.762-1)+1}$$

$$n = \frac{390.762}{0.0036 (389.762) +1}$$

$$n = \frac{390.762}{2.4031432}$$

$$n = 162 \text{ encuestas}$$

A pesar de que el total del cálculo de la muestra es de 162 encuestas a realizar, debido a la premura del tiempo se realizan 33 encuestas únicamente y posteriormente los resultados que se analizarán serán de las 33 encuestas realizadas.

#### 4.4. Identificación y caracterización de la oferta

##### 4.4.1. Competencia

- Competencia directa: dentro de la competencia directa se han identificado cinco, dos en la ciudad de Quito y tres en la parroquia de Cumbayá:
- Le Thé
- Tippy Tea
- Bigoté
- Amatea Tea Shop
- Maharani Tea Boutique

Además se han identificado como competencia directa las cafeterías donde se expenden tés y postres como son:

- *Cassolette*
- Le Petite Patisserie
- La Caperuza
- *Sorbetto*
- El Español
- *Cyrano Corfú*
- *Sweet and Coffee*
- Juan Valdez.
- Las Medias Lunas del Abuelo.
- *Honey and Honey*
  
- Competencia indirecta: dentro de este tipo de competencia se destacan principalmente:
- Restaurantes
- Lugares de comida rápida
- Hoteles, etc.

## **4.5. Instrumentos de recolección de la información**

Con el fin de obtener la mayor cantidad de información útil para el proyecto se han utilizado los siguientes instrumentos de información:

### **4.5.1. Entrevistas**

Previo a las encuestas, se realizaron entrevistas que nos permitieron determinar el tipo de preguntas a realizar en las encuestas de investigación de mercado.

Las entrevistas fueron realizadas a 10 personas y se formularon 15 preguntas.

Ver Anexo 2: Tabulación de las entrevistas

### **4.5.2. Encuestas**

Según Malhotra (2004, pp. 168), el método de la encuesta se define como un “cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que se diseña para obtener información específica”.

Según Kotler, y Armstrong (2013, pp. 96), se trata de la “recopilación de datos primarios mediante preguntas hechas a las personas acerca de sus conocimientos, actitudes, preferencias y comportamientos de compra”.

Se utiliza ésta herramienta con la finalidad de recolectar datos primarios que pueden incluir: profundidad y alcance del conocimiento, actitudes, interés, y opiniones, además comportamiento del sujeto y variables de clasificación como medidas demográficas, socioeconómicas, entre otras. (Aaker y Day, 1989, pp.151).

Las encuestas se aplicaron a hombres y mujeres mayores de 18 años, de estrato social medio alto, alto, que residen o trabajan en el centro - norte de Quito. El horario en que se realizaron las encuestas fue de acuerdo a horarios en que los encuestados podían acceder al *link* de la encuesta de *Google Drive* proporcionado en una red social por 5 días consecutivos.

#### 4.5.2.1. Diseño de la encuesta

### ENCUESTA

**Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta que tiene como objetivo determinar el nivel de aceptación de las Casas de Té y de *Cheesecakes* en la ciudad de Quito, Sector centro - norte. Les agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo para responder las siguientes preguntas:**

#### 1. Sexo

- Femenino
- Masculino

#### 2. Edad

- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 45 años
- De 46 años en adelante

#### 3. ¿Consume usted té o infusiones?

- Sí
- No (Si no consume té o infusiones, pase a la pregunta N° 5)

**4. ¿Qué tipo de té o infusión es de su preferencia?**

- Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)
- A base frutas
- A base de hierbas
- A base de flores

**5. ¿Consume postres?**

- Sí
- No (Si no consume postres, gracias por su tiempo)

**6. ¿Cuál de los siguientes postres es de su preferencia?**

- Cheesecake de frutos rojos
- Torta de chocolate
- Mousse de chocolate
- Torta de zanahoria

**7. ¿En cuál de estos lugares, usualmente consume té o infusiones?**

- Casa
- Oficina
- Casas de Té
- Otros:

**8. ¿En cuál de estos establecimientos, usualmente consume postres?**

- Cyrano
- Sweet and Coffee
- Juan Valdéz
- Otros:

**9. ¿Con qué frecuencia visita usted estos establecimientos?**

- Una vez a la semana
- Dos veces a la semana
- Más de dos veces a la semana

**10. ¿A qué momento del día prefiere visitar este tipo de establecimientos?**

- Mañana
- Medio día
- Tarde
- Noche

**11. ¿Cuál de estos servicios solicitaría en este tipo de establecimientos?**

- Para llevar
- Domicilio
- Consumo en el establecimiento

**12. ¿Cuál es el tiempo estimado que usted dispone para el consumo de té y postres en el lugar de compra?**

- Treinta minutos
- Una hora
- Más de una hora

**13. ¿En qué presentación compra sus postres?**

- Porciones
- Entero

**14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una porción de *cheesecake* en una cafetería?**

- \$2,50 - \$3,00
- \$3,50 - \$4,00
- \$4,50 - \$5,00

**15. ¿Cuál de estas variedades de *cheesecake* le gustaría encontrar en una pastelería?**

- Frutas
- Chocolates
- Galletas
- Otros:

**16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un té o una infusión en una Casa de Té?**

- \$1,50 - \$2,00

\$2,50 - \$3,00

\$3,50 - \$4,00

**17. ¿Cómo se entera de nuevos establecimientos de comida o cafeterías?**

Redes sociales

Recomendaciones de amigos/as

Radio/TV

Correo/Estados de cuenta

Otros:

**18. Dentro de Quito, ¿En cuál de estos lugares le gustaría poder encontrar una Casa de Té?**

Av. González Suárez

Av. República del Salvador

Av. Amazonas y Mariana de Jesús

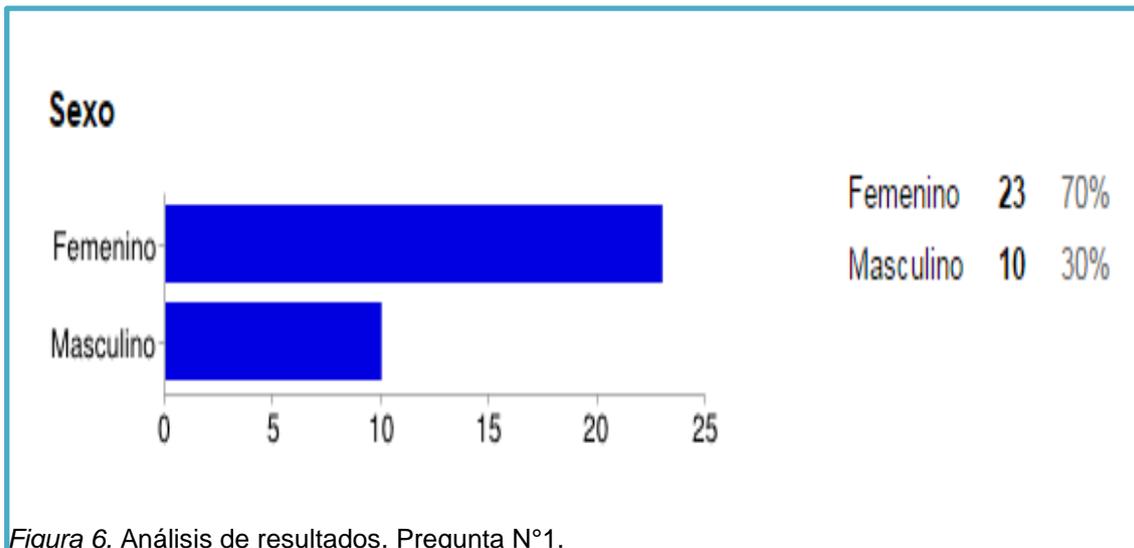
Otros:

#### **4.6. Análisis de Resultados**

Las encuestas fueron realizadas por medio de una aplicación de *Google Drive* a 33 personas, ciertas preguntas tenían la opción de respuesta múltiple, es por ese motivo que la sumatoria de los porcentajes de las respectivas respuestas puede ser mayor al 100%.

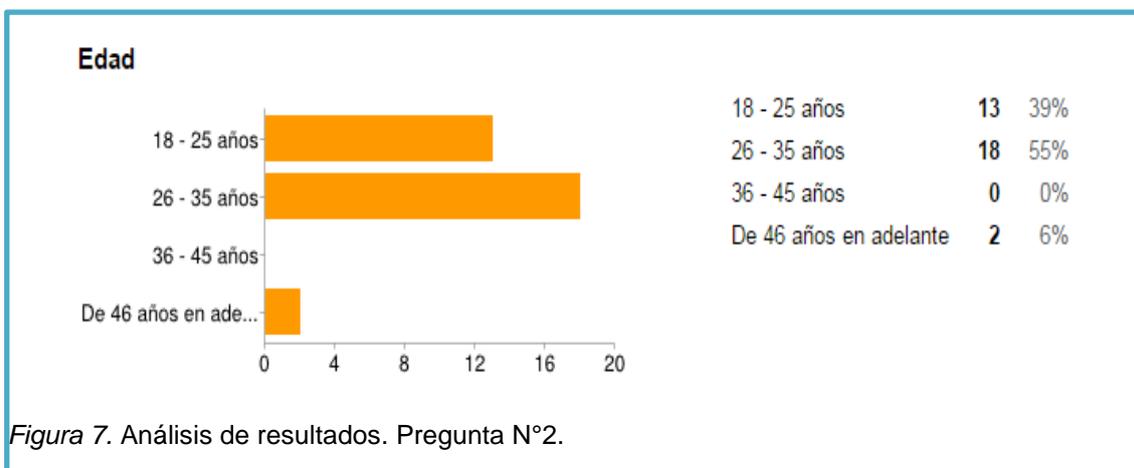
Ver Anexo 3: Respuestas de las encuestas

### a. Género



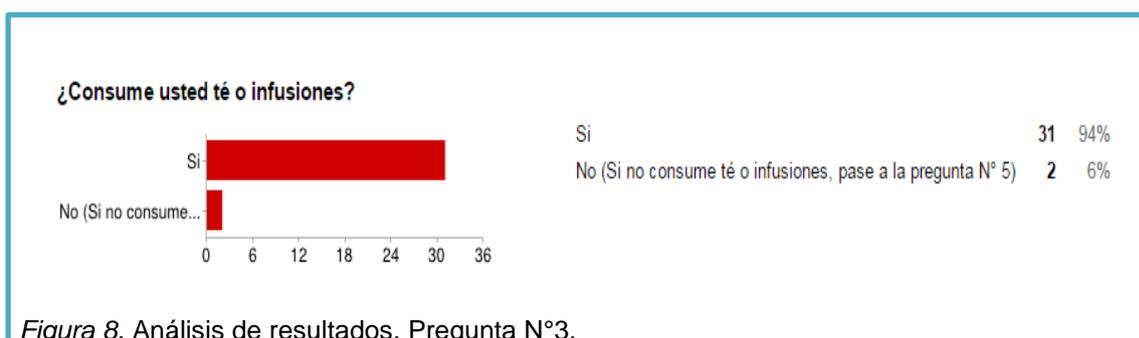
- Del total de encuestados la mayoría son de género femenino.

### b. Grupos de edad



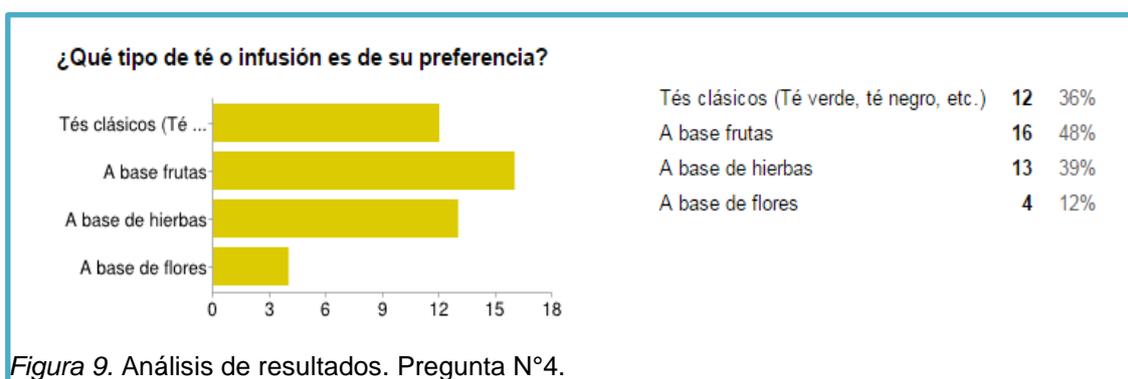
- El grupo que predomina con un 55% es el de rango de 26 – 35 años, seguido por el rango de 18 – 25 años con un 39% y finalmente el grupo de 46 años en adelante con un 6%.

### c. Consumo de té o infusiones



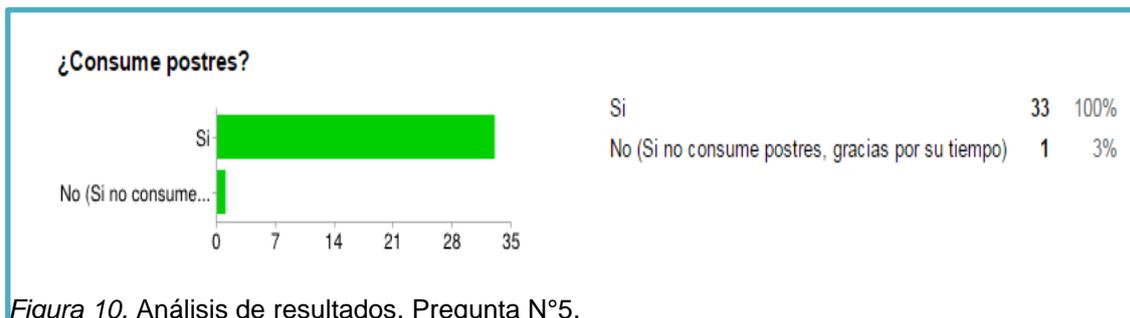
- Las personas que consumen té o infusiones están a la cabecera con un 94%, mientras que las personas que no tienen esa costumbre o simplemente no les gusta ocupan el 6%.

### d. Tipos de té o infusiones de preferencia



- En este caso la respuesta es de opción múltiple, es por ese motivo que la suma de todos los porcentajes sobrepasa el 100%. El 48% de los 33 encuestados gusta de tés o infusiones a base de frutas, el 39% de los mismos 33 encuestados que pueden estar dentro del grupo del 48% gustan de infusiones a base de hierbas, el 36% consume tés clásicos (té verde, té negro, etc.), y el 12% a base de flores.

### e. Consumo de postres



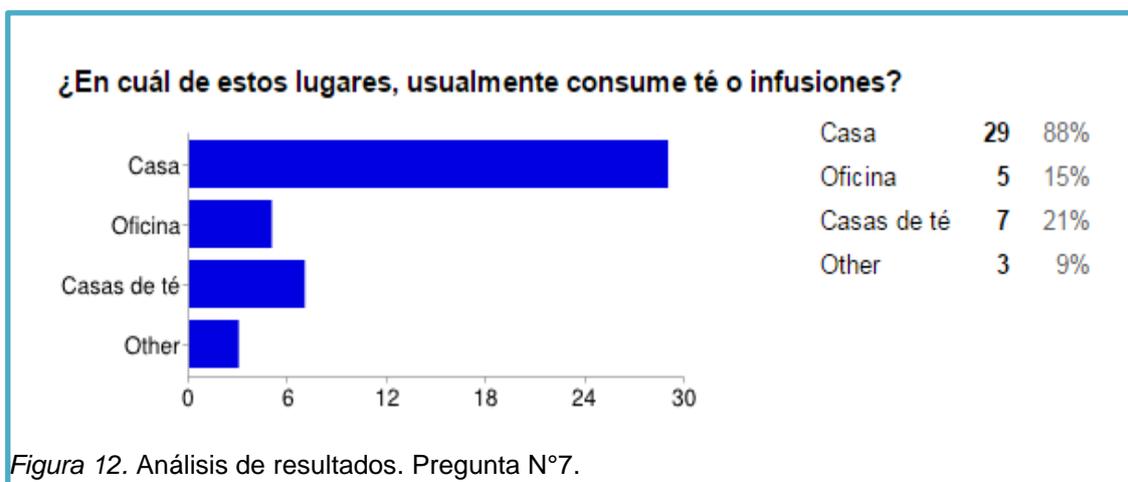
- De las personas encuestadas, el 100% consume postres.

### f. Postres de preferencia



- Las respuestas en esta pregunta también son de opción múltiple. El *cheesecake* de frutos rojos es el favorito entre los encuestados, siendo el líder con un 64% de respuestas a favor. La torta de chocolate es el segundo postre favorito con el 45%. Le siguen el *mousse* de chocolate y la torta de zanahoria.

### g. Lugares de consumo de té o infusiones



- También se puede observar que las respuestas de esta pregunta son de opción múltiple. La mayoría de encuestados consume té o infusiones en sus casas con el 88% de respuestas a favor, le siguen las Casas de Té con el 21%.

### h. Establecimientos de consumo de postres



- Asimismo, esta pregunta tiene respuestas de opción múltiple. *Sweet and Coffee* lleva la delantera con un 52%, le sigue *Cyrano* con un 48%. Por otro lado, Juan Valdéz con el 27% y el otro 27% pertenece a otros establecimientos.

### i. Frecuencia de visita



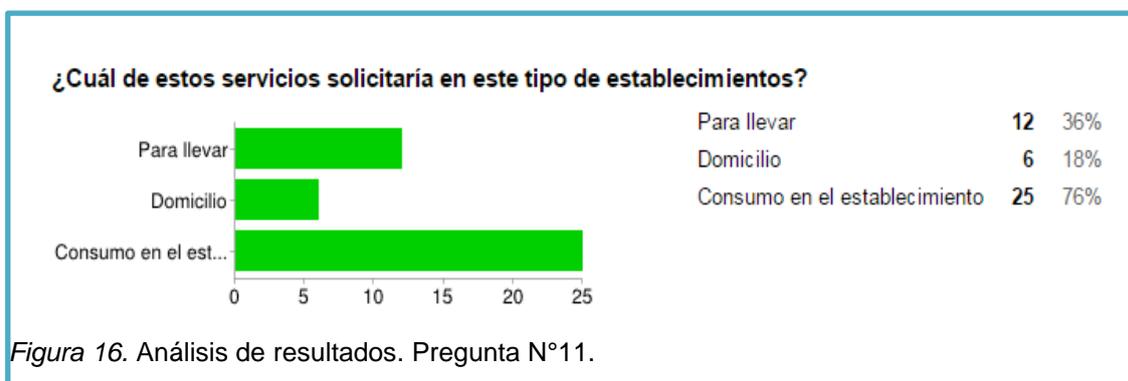
- La gran mayoría de encuestados consume una vez a la semana en este tipo de establecimientos, reflejando en las respuestas el 91% de respuestas a favor.

### j. Momento del día



- Respuestas con opción múltiple. Algunos encuestados prefieren visitar estos establecimientos en la tarde, siendo la tarde el favorito con un 79% de respuestas. Por otro lado, la noche tiene el 36%.

### k. Servicio solicitado



- La mayoría de los encuestados prefiere consumir en los establecimientos, mientras que otros prefieren la opción para llevar.

### l. Tiempo estimado de consumo de té y postres en los establecimientos



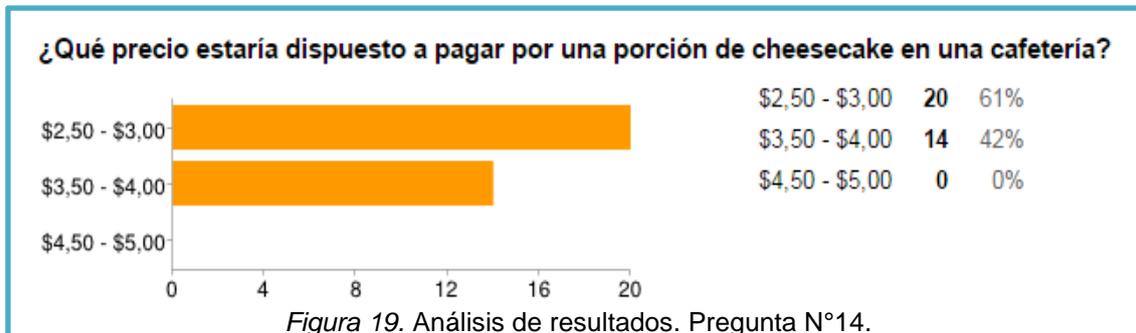
- El 48% de encuestados dispone de una hora para el consumo de infusiones, tés y postres, mientras que el 36% dispone de media hora y el 15% dispone de más de una hora.

### m. Presentación de compra de postres



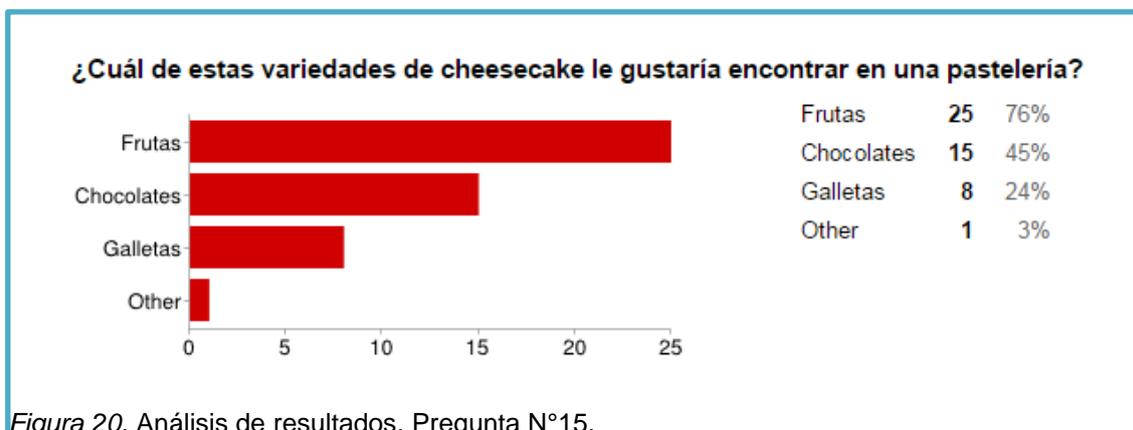
- La mayoría de encuestados prefiere comprar sus postres en porciones, la minoría prefiere comprar los postres enteros.

### n. Precio que pagaría por una porción de *cheesecake*



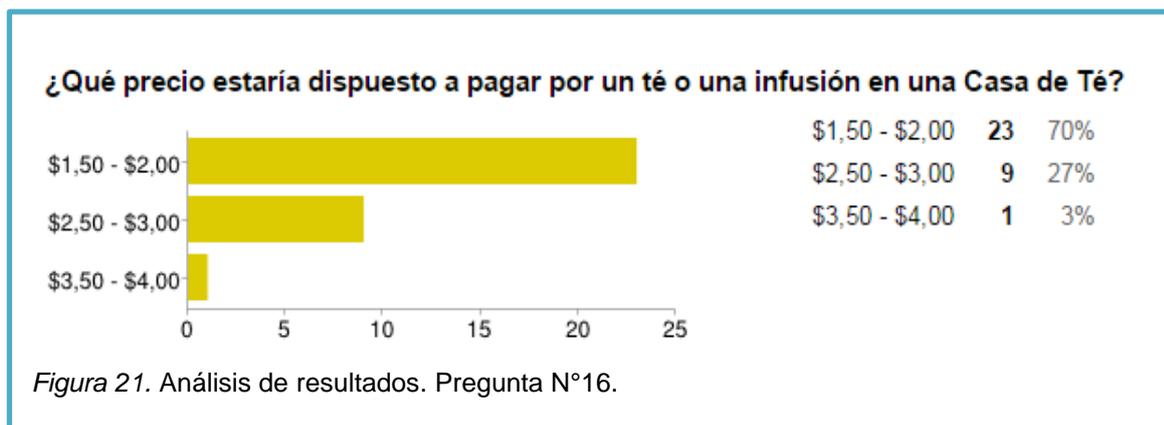
- La mayoría de encuestados no pagaría más de tres dólares por una porción de *cheesecake*. Por otro lado el 42% de encuestados si pagaría más de tres dólares por la porción de *cheesecake*.

### o. Variedades de *cheesecakes*



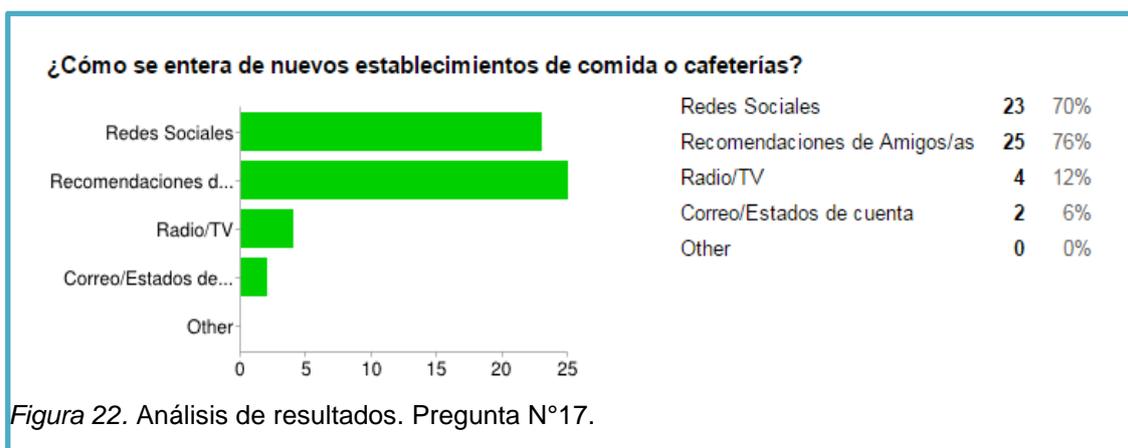
- Esta pregunta también tiene respuestas con opción múltiple, es por eso que algunos encuestados prefieren *cheesecakes* de frutas con un 76% de respuestas a favor, mientras que el 45% prefiere *cheesecakes* de chocolate, el 24% los prefiere de galletas y el resto de: caramelo, canela y menta.

### p. Precio que pagaría por una infusión o té



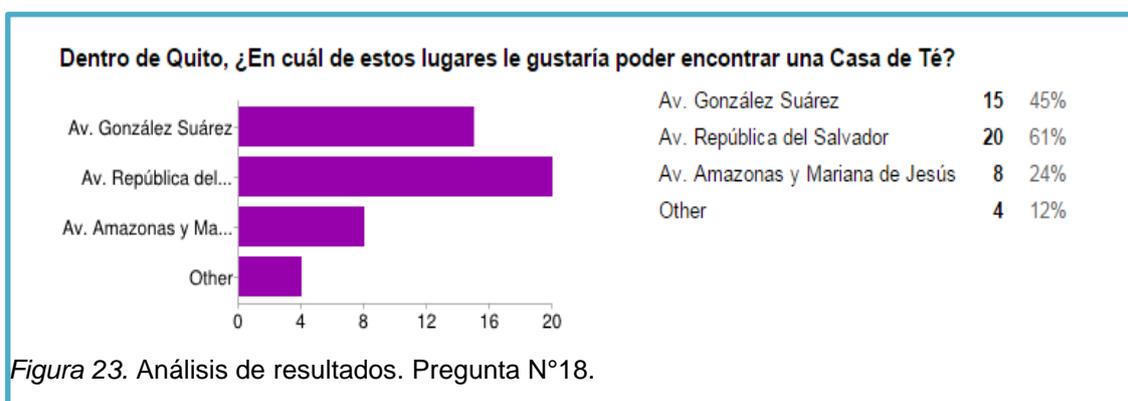
- El 70% estaría dispuesto a pagar de \$1.50 a \$2.00 por una infusión o té, mientras que el 27% pagaría de \$2.50 a \$3.00 y el 3% de \$3.50 a \$4.00.

#### q. Manera en que se entera de nuevos establecimientos



- De igual manera esta pregunta tiene opción múltiple es por eso que el 76% de los encuestados se entera de nuevos establecimientos por medio de recomendaciones de amigos, y el 70% lo hace en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

#### r. Ubicación de su preferencia dentro del centro norte de Quito



- Esta pregunta también se puede responder de manera múltiple. Es por eso que a algunos encuestados les gustaría encontrar una Casa de Té en la República del Salvador con el 61%, mientras que el 45% en la González Suarez. El 24% en la Av. Amazonas y Mariana de Jesús y el

12% en otros lugares como: Guápulo, Av. Eloy Alfaro y Portugal y Valle de los Chillos.

#### **4.7. Conclusiones del plan de mercado**

- Se realizó la investigación de mercado utilizando como herramienta la encuesta y por medio de ésta se pudo evidenciar que el consumo de té en la ciudad de Quito tiene un 94% de aceptación por lo que se justifica la creación de una Casa de Té en el sector centro – norte de Quito.
- Por otro lado, el consumo de postres tiene una aceptación del 100%, y la aceptación de *cheesecakes* un 64% por lo que también se justifica que la Casa de Té sea también una pastelería especializada en la venta de estos postres.
- El 70% de los encuestados estarían dispuestos a pagar hasta \$2.00 dólares por una taza de té o una infusión y por una porción de *cheesecake* el 61% de los encuestados pagaría hasta \$3.00 dólares.
- Por medio de la encuesta también pudimos evidenciar que la competencia directa de la Casa de Té es una pastelería antes que una propia Casa de Té, debido a que el 88% de encuestados consume té o infusiones en sus casas y postres en *Sweet and Coffee*, establecimiento que tiene un 52% de aceptación por parte de las personas encuestadas.

#### **4.8. Recomendaciones del plan de mercado**

- Debido a las condiciones presentes y futuras del mercado actual y potencial entorno en cuanto al consumo de té y postres se recomienda el establecimiento de una Casa de Té.

- Debido al constante cambio en las tendencias del mercado, se presentarán productos innovadores con el fin de mantener la demanda actual e incrementar la demanda potencial.
- Se debe tomar en cuenta y tener muy claro cuáles son las tendencias y costumbres de los consumidores, por medio de un análisis exhaustivo de la competencia para saber en qué debemos centrar mayor atención y cuál es la manera correcta de ofrecer nuestro producto, el mismo que debe ser de calidad y debe sobrepasar las expectativas de los clientes, de esta manera seremos mucho más competitivos.

## CAPÍTULO V

### 5. PLAN DE MARKETING

#### 5.1. Segmentación

La segmentación se enfoca en el mercado al cual va dirigido el producto en relación al resultado de las encuestas realizadas.

##### 5.1.1. Segmentación Geográfica

- **País:** Ecuador
- **Ciudad:** Quito (centro- norte)
- **Parroquia:** Iñaquito
- **Dirección:** Av. República del Salvador

##### 5.1.2. Segmentación Demográfica

- **Sexo:** Hombres y mujeres. En las encuestas realizadas, el 70% corresponde al sexo femenino, esto quiere decir que la mayoría de personas que frecuentan este tipo de establecimientos son mujeres.
- **Edad:** De 18 a 60 años, con énfasis en el rango de edad entre 26 a 30 años, debido a que en las encuestas realizadas, este es el rango de edad que presenta mayor aceptación y requieren frecuentemente este tipo de servicio.

#### 5.2. Producto

Los principales productos que se ofrecerán en “Siguiendo la Luna” son:

Tabla 18 Producto Principal: *Cheesecakes*

<b>CHEESECAKES</b>
Especiales del Huerto de Siguiendo la Luna
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Zanahoria</b></li><li>• <b>Coco</b></li><li>• <b>Higo</b></li><li>• <b>Mortiño (temporada)</b></li><li>• <b>Calabaza (temporada)</b></li></ul>
Clásicos de Frutas
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Maracuyá</b></li><li>• <b>Fresa</b></li><li>• <b>Guanábana</b></li><li>• <b>Taxo</b></li><li>• <b>Mora</b></li><li>• <b>Frutos rojos</b></li></ul>
Especiales de Chocolate
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>M&amp;M's</b></li><li>• <b>Nutella y Ferrero</b></li><li>• <b>Kinder huevo</b></li><li>• <b>ChocoMenta</b></li></ul>
Clásicos de Galletas
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Oreo</b></li></ul>

Tabla 19 Producto Principal: Infusiones

INFUSIONES (frías o calientes)
<b>Especiales de Siguiendo la Luna</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Guayusa y jengibre</b></li> <li>• <b>Cedrón, hierba luisa, menta</b></li> <li>• <b>Frutas deshidratadas</b></li> </ul>
<b>Especiales Afruitadas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Bom Banana</b></li> <li>• <b>Caprice</b></li> <li>• <b>Cocktail de frutas</b></li> <li>• <b>Delicia Golden</b></li> <li>• <b>Frutas del bosque</b></li> </ul>
<b>Especiados</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Canela</b></li> <li>• <b>Indian Chai</b></li> <li>• <b>Indian Yogui</b></li> </ul>
<b>Mentolados</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Menta y chocolate</b></li> <li>• <b>Mojito tea</b></li> <li>• <b>Moruno</b></li> </ul>
<b>Floral</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Especial</b></li> <li>• <b>Jazmín</b></li> <li>• <b>Siesta</b></li> </ul>
<b>Dulce</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ChocFresa</b></li> <li>• <b>Naranja bombón</b></li> <li>• <b>1001 noches</b></li> </ul>

Otros Productos:

Tabla 20 Productos Secundarios: Ensaladas

ENSALADAS
Especiales de Siguiendo la Luna
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Frutal de Siguiendo la Luna</b></li> <li>• <b>Al gratin de Siguiendo la Luna</b></li> <li>• <b>Del huerto</b></li> </ul>
Tradicionales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cherry</li> <li>• Pepinillo y albahaca</li> </ul>

Tabla 21 Productos Secundarios: Sánduches

SÁNDUCHES
Especiales de Siguiendo la Luna
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Especial de atún con huevo</b></li> <li>• <b>Especial de pollo y huevo</b></li> <li>• <b>Especial de champiñones</b></li> </ul>
Tradicionales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mediterráneo</b></li> <li>• <b>Pernil</b></li> </ul>

### 5.2.1. Diseño del menú

#### SÁNDUCHES

**Especiales de Siguiendo la Luna**

**\*Especial de atún y huevo..... \$3.75**  
Pan tajado sin corteza, atún (preparado con tomate, apio y cebolla), huevo duro y aguacate, acompañado de una salsa de mayonesa especial.

**\*Especial de pollo y huevo..... \$3.75**  
Pan tajado sin corteza, pollo (preparado con pepinillo, cebolla, mayonesa especial), aguacate y huevo duro, acompañado de una salsa de mayonesa especial.

**\*Especial de champiñones..... \$3.75**  
Pan artesanal o de agua, champiñones al ajillo, tomate y queso feta.

**Tradicionales**

**\*Mediterráneo..... \$3.50**  
Pan artesanal o de agua, jamón serrano, tomate deshidratado y rúcula, acompañado con salsa tártara.

**\*Pernil..... \$3.50**  
Pan artesanal o de agua, pernil, tomate y cebolla, acompañada con una salsa de ají (opcional).

#### ENSALADAS

**Especiales de Siguiendo la Luna**

**\*Frutal de Siguiendo la Luna..... \$4.75**  
Lechuga fresca, espinaca, tomate cherry, mango, fresas, aguacate, cebolla roja, acompañada de una vinagreta de fresas.

**\*Al gratin de Siguiendo la Luna..... \$4.75**  
Espárragos, brócoli, zanahoria, choclo dulce, salteados y gratinados con queso mozzarella.

**Tradicionales**

**\*Del huerto..... \$3.75**  
Espinaca, berros, lechuga morada, tomate, chochos, aguacate, perejil, acompañada de una vinagreta de yogurt natural, mostaza y miel.

**\*Cherry..... \$3.75**  
Rúcula, tomate cherry, palmito, aceitunas, acompañada de una vinagreta de balsámico.

**\*Pepinillo y albahaca..... \$3.75**  
Tres tipos de lechuga, pepinillos, pimientos, zucchini, albahaca, acompañada de una vinagreta tradicional con orégano.

**...Dulces creaciones que consienten tu paladar**

#### CHEESECAKES

**Especiales del Huerto de Siguiendo la Luna..... \$4,50**  
Zanahoria  
Calabaza (temporada)  
Mortino (temporada)  
Coco  
Higo

**Clásicos de frutas..... \$4,00**  
Maracuyá  
Fresa  
Guanábana  
Taxo  
Mora  
Frutos rojos

**Especiales de chocolate..... \$4,50**  
M&M's  
Nutella y Ferrero  
Kinder huevo  
Chocomenta

**Clásicos de galletas..... \$4,00**  
Oreo

**PRECIOS INCLUYEN IVA**

Figura 24. Diseño del menú snacks y postres.

# INFUSIONES FRÍAS O CALIENTES

## Especiales de Siguiendo la Luna

### \*Guayusa y jengibre \$3,50

Limonada con infusión de hojas de guayusa y jengibre, endulzada con hojas de stevia.

### \*Cedrón, hierba luisa, menta \$3,50

Infusión de las hojas, canela y frutas deshidratadas, endulzada con hojas de stevia.

### \*Frutas deshidratadas \$3,75

Infusión de frutas deshidratadas (mango, manzana, uvilla, fresa, naranja), endulzada con hojas de stevia.

## Especial floral \$3,75

### \*Especial

Magnífica mezcla de té negro con aroma de bergamota de Sicilia, corteza de naranja, hoja de limón, flores de jazmín y de aciano.

### \*Jazmín

Té Oolong de oxidación ligera, perfumado con flores de jazmín.

### \*Siesta

Manzanilla, menta dulce y piperita, lavanda, salvia, flores de lima y hojas de aciano y fresal.

## Especial dulce \$3,75

### \*Chocfresa

Mezcla de té verde con pepitas de chocolate, cacao, trozos de fresas y aroma.

### \*Naranja bombón

Té negro con trozos de chocolate y cacao, corteza de naranja y flores de cártamo.

### \*1001 noches

Mezcla de té verde y té negro con flores de jazmín, pétalos de rosa, flores de girasol y de cártamo con aroma de frutas exóticas.

## Especial mentolado \$3,75

### \*Menta y chocolate

Té negro con aceite de cacao y menta.

### \*Mojito tea

Mezcla de té verde, lima, menta verde, aroma de ron y pétalos de flores.

### \*Moruno

En una excelente base de gunpowder se combinan la intensidad de este té con el frescor de las hojas de menta, hierba buena y aceite de menta.

## Especiales afrutadas \$3,75

### \*Bom banana

Té verde con trozos de plátano y pera, pétalos de caléndula y aroma.

### \*Caprice

Té verde aromatizado con hojas y trocitos de fresa, corteza de naranja y aroma.

### \*Cocktail de frutas

Los sabores del trópico, hibisco, rosa mosqueta, trozos de piña y papaya, pasas y corteza de naranja.

### \*Delicia golden

Tónica y digestiva tisana de canela, trocitos de manzana y manzanilla.

### \*Frutas del bosque

Té negro combinado con una caprichosa mezcla de frutas silvestres: arándano y fresa, hojas de fresal y aroma.

## Especiales especiados \$3,75

### \*Canela

Té negro con trocitos de canela y aroma.

### \*Indian Chai

Tradicional mezcla hindú de té negro de Assam y especias; trozos de canela, jengibre, cardamomo, corteza de naranja y polen de miel.

### \*Indian Yogui

Con canela, jengibre, clavo y cardamomo.



PRECIOS INCLUYEN IVA

Figura 25. Diseño del menú bebidas.

### 5.3. Logo



### 5.4. Manual de identidad corporativa

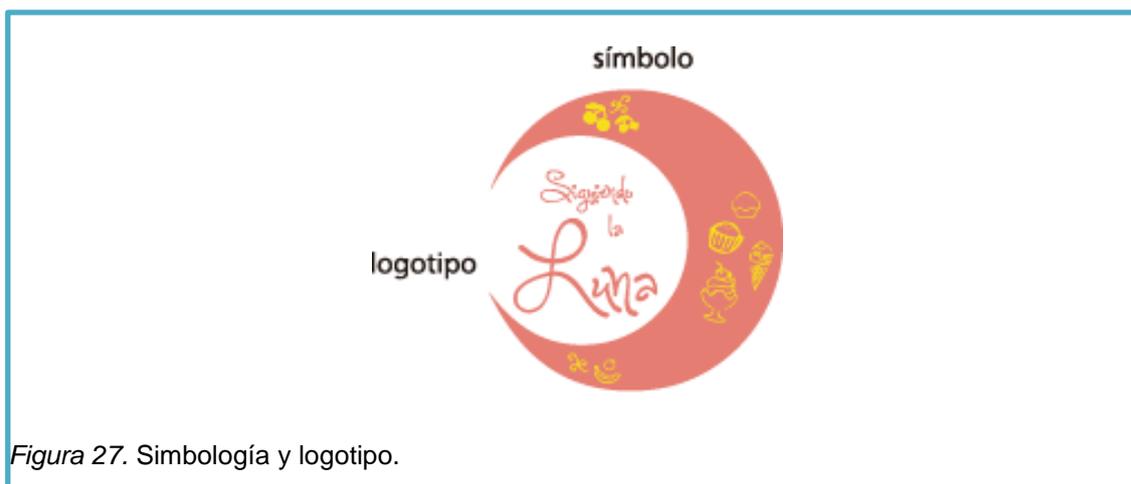
Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Siguiendo la Luna en todas sus posibles expresiones. El uso consistente de la marca contribuirá a conseguir los objetivos de identificación de la misma.

Siguiendo la luna, nace de la idea de crear una casa de té donde cada paladar se deleite por los exquisitos sabores de un *cheesecake*, y se deje llevar por la tentación de dulces creaciones.

### 5.4.1. Simbología básica y logotipo corporativo

La marca Siguiendo la Luna está construida a base de un símbolo, un logotipo, y colores corporativos que deberán respetarse para su correcto uso.

El logotipo es el identificador de la tienda de té y *cheesecakes*.



### 5.4.2. Marca Siguiendo la Luna

La marca de Siguiendo la Luna conforma toda su arquitectura. Ésta es la marca para la tienda en el correcto idioma (inglés).



### 5.4.3. Área de seguridad y reductibilidad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción de la marca, se ha establecido un área de seguridad que dispone una distancia mínima de acercamiento a textos y otros elementos.

Las dimensiones mínimas a las que puede ser reducida la marca son a 3 cm de ancho por su proporción.



Figura 29. Área de seguridad y reductibilidad.

### 5.4.4. Colores corporativos

Los colores corporativos de la marca son los pantones especificados. En caso de que no puedan ser utilizados en impresión, se puede usar los colores en blanco o negro, así como para contrastar con distintos fondos según sea el caso. De lo contrario, la cromática original no podrá ser modificada por ningún motivo.

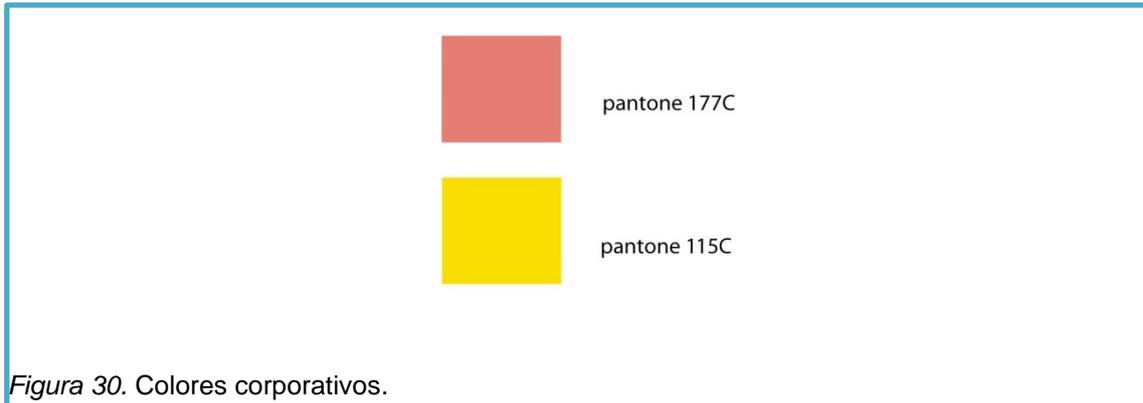


Figura 30. Colores corporativos.

#### 5.4.5. Normas para el buen uso de la marca



Figura 31. Uso correcto de la marca.



Figura 32. Uso incorrecto de la marca.

#### 5.4.6. Tipografía corporativa

La tipografía de la marca Siguiendo la Luna expresa imaginación y tentación al momento de escoger algo más que una comida. Siguiendo la Luna ofrece recuerdos y experiencias.

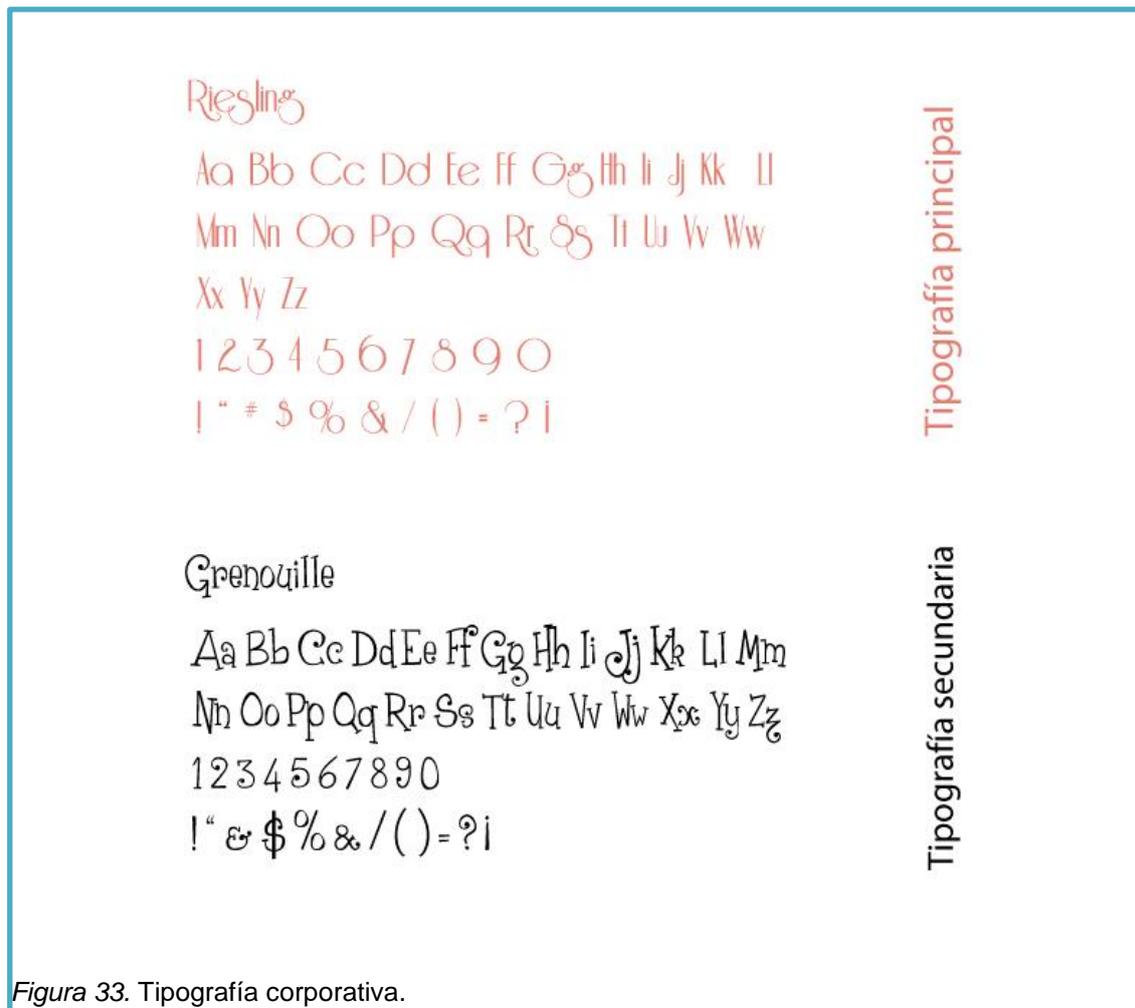


Figura 33. Tipografía corporativa.

#### 5.4.7. Aplicaciones de la marca

La marca Siguiendo la Luna puede ser utilizada en todos los artículos o utensilios que la tienda considere necesarios, siempre manteniendo la identidad corporativa.

Algunas aplicaciones de la marca:



## 5.5. Servicio

En “Siguiendo la Luna”, el servicio será personalizado.

- Habrán casilleros donde los clientes podrán dejar sus pertenencias, con esto se busca que el cliente se relaje y evite preocupaciones.
- Parqueadero permanente.

- No existirá área wi-fi porque lo que se busca es que los clientes se liberen del estrés y que sean más comunicativos unos a otros, tanto entre clientes, como empleado - cliente.

## 5.6. Estrategias de marketing

### 5.6.1. Estrategia de precio

La estrategia de precio que se utilizará en “Siguiendo la Luna”, está basada en parte a los precios de la encuesta realizada que tuvieron mayor aceptación y en su mayoría en el análisis de costos del Plan Financiero. Se hará uso de decimales para que el precio no se vea muy elevado en la mayoría de productos.

Ejemplo: \$2,75 dólares

Tabla 22 Estrategia de Precio

<b>ENSALADA</b>	<b>DEL HUERTO</b>	<b>\$ 3,75</b>
<b>SÁNDUCHE</b>	<b>MEDITERRÁNEO</b>	<b>\$ 3,50</b>
<b>CHEESECAKE</b>	<b>CHOCOLATE Y MENTA</b>	<b>\$ 4,50</b>
<b>INFUSIONES</b>	<b>GUAYUSA Y JENGIBRE</b>	<b>\$ 3,50</b>

### 5.6.2. Estrategia de distribución

El lugar de venta es en el local que está ubicado en la Av. República del Salvador.

No existen canales, ni sub distribuidores, por lo pronto será del fabricante al consumidor final.

### 5.6.3. Estrategia de producto

Se trabajará con promociones tales como:

- Por la compra de dos porciones de *cheesecake*, lleva el tercero a mitad de precio.
- Por la compra de dos jarras de té, se obsequiará una porción de *cheesecake*.

### 5.6.4. Estrategia de comunicación

- Publicidad en Facebook y más redes sociales como *Instagram* y *Twitter*, con el objetivo de que la marca llegue a más personas y se posicione de una manera más rápida, sin necesidad de tener gastos adicionales muy elevados como cuando se contrata Radio y TV.
- Publicidad en el local, posicionando la marca en todo el restaurante como parte de la decoración.
- Volanteo, entregando volantes en puntos estratégicos de la ciudad.

## CAPÍTULO VI

### 6. PLAN FINANCIERO

En este capítulo se realiza el análisis financiero del proyecto por medio del estudio de indicadores y estados financieros, los cuales van a permitir que se conozcan los resultados de viabilidad y factibilidad del proyecto de la Casa de Té “Siguiendo la Luna”.

#### 6.1. Receta estándar con costos

La receta estándar con costos sirve para saber el valor que se gasta en una receta, y dependiendo de eso, se analizan porcentajes extras y utilidades para colocar el precio de venta al público.

Tabla 23 Receta Estándar Costeada

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	INFUSIÓN DE GUAYUSA Y JENGIBRE			
Género				
Porciones/Peso porción				
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
6	U	Limón meyer	\$ 0,05	\$ 0,30
0,015	K	Guayusa	\$ 3,00	\$ 0,05
0,01	K	Jengibre	\$ 8,00	\$ 0,08
0,06	K	Agua	\$ -	\$ -
0,01	K	Hojas de Stevia	\$ 3,50	\$ 0,04
Fotografía	Procedimiento	<b>Costo total:</b>		<b>\$ 0,46</b>

Tabla 24 Receta estándar costeada

Nombre de la receta	CHEESECAKE FRUTOS ROJOS			
Género				
Porciones/Peso porción	10			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,3	K	Galletas María	\$ 4,24	\$ 1,27
0,1	K	Mantequilla sin sal	\$ 8,68	\$ 0,87
0,7	K	Queso crema	\$ 6,58	\$ 4,61
0,17	K	Azúcar	\$ 0,88	\$ 0,15
0,06	K	Maicena	\$ 4,00	\$ 0,24
0,125	K	Crema agria	\$ 7,63	\$ 0,95
4	U	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,60
0,02	K	Zumo de limón	\$ 0,05	\$ 0,00
0,005	K	Ralladura de limón	\$ 0,05	\$ 0,00
0,005	K	Esencia de vainilla	\$ 9,06	\$ 0,05
0,085	K	Frambuesas	\$ 3,00	\$ 0,26
0,1	K	Frutillas	\$ 2,98	\$ 0,30
		<b>Costo total:</b>		<b>\$ 0,93</b>
Fotografía	Procedimiento			

Tabla 25 Receta Estándar Costeada

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	ENSALADA DEL HUERTO			
Género				
Porciones/Peso porción	1			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,025	K	Espinaca	\$ 5,50	\$ 0,14
0,025	K	Berros	\$ 4,00	\$ 0,10
0,025	K	Lechuga morada	\$ 5,00	\$ 0,13
0,005	K	Perejil	\$ 3,50	\$ 0,02
0,025	K	Tomates	\$ 1,15	\$ 0,03
0,02	K	Chochos	\$ 2,00	\$ 0,04
0,025	K	Aguacate	\$ 3,00	\$ 0,08
0,002	K	Mostaza	\$ 5,45	\$ 0,01
0,015	Lt	Yogurt	\$ 3,00	\$ 0,05
0,005	K	Miel	\$ 8,00	\$ 0,04
				\$ -
				\$ -
			<b>Costo total:</b>	<b>\$ 0,62</b>
Fotografía	Procedimiento			



## 6.2. Inversión Inicial y Fuentes de Financiamiento

El Proyecto fue planteado con una inversión inicial de USD 37.045,38 dólares americanos, distribuidos de la siguiente manera:

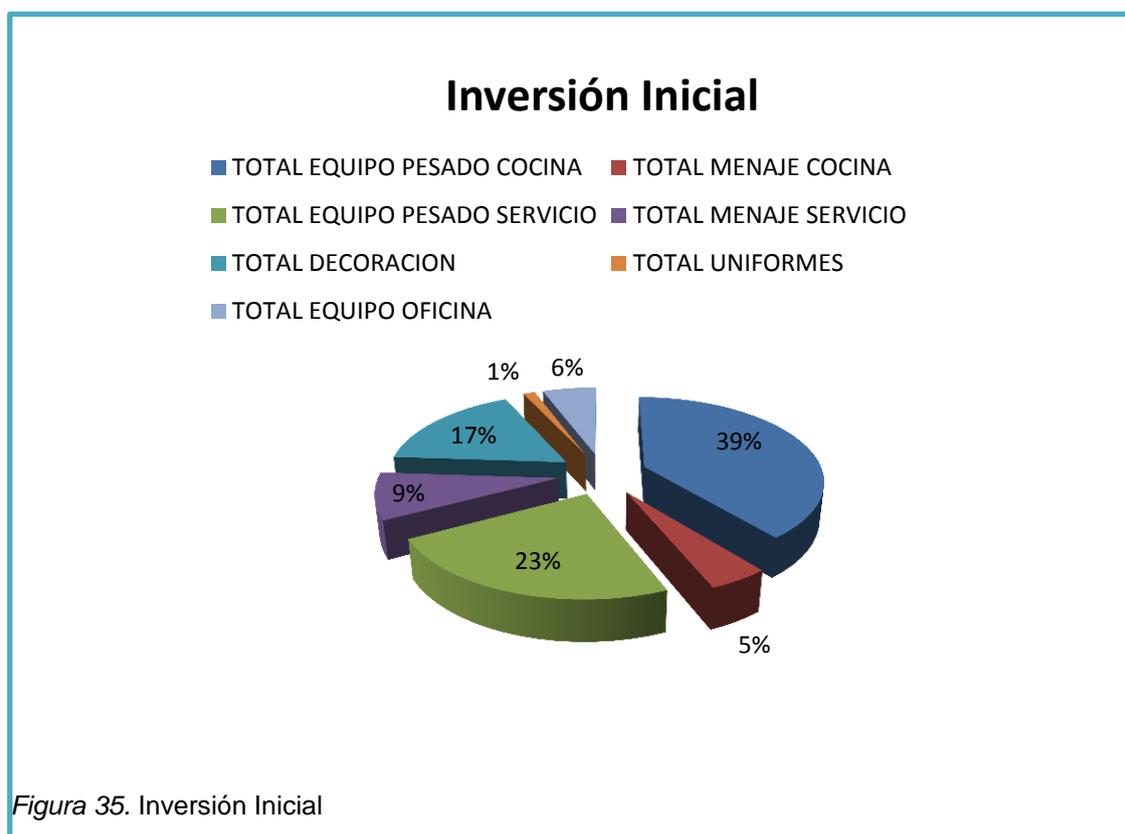


Tabla 27 Costos de equipos, menajes, decoraciones, equipo de oficina y uniformes

Capacidad Instalada		46	PAX			
<b>Equipo Cocina</b>						
	<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio x Unid.</b>	<b>Sub Total</b>	<b>Observaciones</b>
	Cocina cuatro quemadores (Inducción)	Salsas para <i>cheesecakes</i> , infusiones, sánduches	1	\$ 980,00	\$ 980,00	
	Horno a convección para 10 bandejas (Eléctrico)	<i>Cheesecakes</i>	1	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00	
	Frigorífico vertical	Trabajo general	1	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	
	Mesa de trabajo de acero inoxidable	Trabajo general	1	\$ 800,00	\$ 800,00	
	Batidora 20 litros	<i>Cheesecakes</i>	1	\$ 1.024,00	\$ 1.024,00	
	Lavabo de 1 pozo + escurridor	Trabajo general	1	\$ 588,00	\$ 588,00	
<b>Pesado</b>	<b>TOTAL EQUIPO PESADO COCINA</b>				<b>\$ 10.072,00</b>	
	<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>			<b>Observaciones</b>
<b>Menaje Cocina</b>	Tazón acero inoxidable	Trabajo general	10	\$ 2,82	\$ 28,20	
	Cuchillos	Trabajo general	6	\$ 9,83	\$ 58,98	
	Tablas	Trabajo general	4	\$ 7,00	\$ 28,00	
	<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>			<b>Observaciones</b>
	Cacerolas	Trabajo general	4	\$ 34,38	\$ 137,52	

Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
Palas Hielo	Infusiones	2	\$ 4,10	\$ 8,20	
Pinzas	Trabajo general	4	\$ 1,73	\$ 6,92	
Cucharones	Trabajo general	2	\$ 3,67	\$ 7,34	
Licudadora	Trabajo general	1	\$ 312,49	\$ 312,49	
Escurridor	Trabajo general	2	\$ 22,44	\$ 44,88	
Colador	Trabajo general	2	\$ 2,70	\$ 5,40	
Dispensadores de condimentos	Trabajo general	5	\$ 3,16	\$ 15,80	
Organizador para aderezos	Trabajo general	1	\$ 31,89	\$ 31,89	
Moldes desmontables	<i>Cheesecakes</i>	10	\$ 16,58	\$ 165,80	
Exprimidor eléctrico	Trabajo general	1	\$ 222,32	\$ 222,32	
Cortador pasteles	<i>Cheesecakes</i>	1	\$ 9,16	\$ 9,16	
Manga pastelera más espátula	<i>Cheesecakes</i>	2	\$ 8,73	\$ 17,46	
Boquillas	<i>Cheesecakes</i>	1	\$ 15,07	\$ 15,07	Set de 6 boquillas
Espátulas de silicona	<i>Cheesecakes</i>	5	\$ 1,44	\$ 7,20	
Pirex mediano	Sánduches	2	\$ 8,37	\$ 16,74	
<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>			<b>Observaciones</b>
Bandeja para cocina	Trabajo general	2	\$ 19,95	\$ 39,90	Dos sets
<b>TOTAL MENAJE COCINA</b>				<b>\$ 1.179,27</b>	

<b>Equipo Servicio</b>							
	<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>			<b>Observaciones</b>	
<b>Pesado</b>	Cafetera acero inoxidable	Infusiones	2	\$ 60,00	\$	120,00	
	Mesas	Comensal	15	\$ 74,00	\$	1.110,00	
	Sillas	Comensal	46	\$ 60,00	\$	2.760,00	
	Frigorífico con vidrio	<i>Cheesecakes</i>	1	\$ 1.980,00	\$	1.980,00	
	Exhibidor pasteles	<i>Cheesecakes</i>	5	\$ 9,00	\$	54,00	
	<b>TOTAL EQUIPO PESADO SERVICIO</b>					<b>\$ 6.024,00</b>	
<b>Menaje Servicio</b>	<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>			<b>Observaciones</b>	
	Tenedores de mesa	Ensaladas y sánduches	8	\$ 9,05	\$	72,40	Por 12 unidades Doble de la capacidad instalada
	Cuchillos de mesa	Ensaladas y sánduches	8	\$ 9,05	\$	72,40	Por 12 unidades Doble de la capacidad instalada
	Cuchara postre	<i>Cheesecakes</i>	8	\$ 6,37	\$	50,96	Por 12 unidades Doble de la capacidad instalada
	Tenedor postre	<i>Cheesecakes</i>	8	\$ 7,92	\$	63,36	Por 12 unidades Doble de la c. i.

Equipo	Destinatario	Cantidad				Observaciones
Cuchara té	Infusiones	8	\$ 6,37	\$	50,96	Por 12 unidades Doble de la capacidad inst.
Plato de postre	<i>Cheesecakes</i>	16	\$ 14,34	\$	229,44	Por 6 Unidades Doble de la c. i.
Ensaladera	Ensaladas	16	\$ 15,94	\$	255,04	Por 6 Unidades Doble de la capacidad Instalada
Salón comedor	Salón comedor	Salón comedor	Salón comedor	Salón comedor	Salón comedor	Salón comedor
Tazas	Té	7	\$ 14,34	\$	100,38	Por 6 Unidades Doble de la capacidad Instalada
Copa de capuchino	Infusiones con frutas deshidratadas	46	\$ 4,89	\$	224,94	Cantidad Necesaria Capacidad Instalada
Copa cervecera	Infusiones frías	92	\$ 0,64	\$	58,88	Doble de la capacidad Instalada
Dispensador de sal	Mesas	10	\$ 1,98	\$	19,80	Cantidad Necesaria
Dispensador de pimienta	Mesas	10	\$ 1,98	\$	19,80	Cantidad Necesaria
Jarras de té	Té	15	\$ 19,13	\$	286,95	Cantidad Necesaria
Pozuelos pequeños	Mesas	15	\$ 8,93	\$	133,95	Cantidad necesaria
Vaso trago largo	Agua	92	\$ 0,61	\$	56,12	Doble de la capacidad Ins.

<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>				<b>Observaciones</b>	
Bandejas antideslizantes	Servicio general	6	\$		\$	93,00	Cantidad Necesaria
				15,50			
Platos base para tazas	Té	16	\$		\$	155,04	Por 6 Unidades Doble de la capacidad Instalada
				9,69			
<b>TOTAL MENAJE SERVICIO</b>					<b>\$</b>	<b>2.280,06</b>	
<b>Decoración &amp; Adecuaciones</b>							
<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>				<b>Observaciones</b>	
Cuadros	Salón comedor	4	\$		\$	120,00	Uno por pared
				30,00			
Luces	Salón comedor	1	\$	500,00	\$	500,00	Un solo set
Pintura	Salón comedor	1	\$	300,00	\$	300,00	Un solo trabajo
Plantas	Salón comedor	15	\$		\$	75,00	Una por mesa y para decorar el salón
				5,00			
Porta menús	Salón comedor	46	\$		\$	230,00	Igual a la capacidad de PAX Instalada
				5,00			
Porta cuentas	Salón comedor	20	\$		\$	100,00	Doble de la capacidad de mesas Instaladas
				5,00			
Letrero	Calle principal	2	\$	500,00	\$	1.000,00	Unidad o dos
Baños	Servicios primarios	2	\$	500,00	\$	1.000,00	Adecuaciones H. M.
Alfombra	Entrada principal	1	\$		\$	90,00	Cantidad Necesaria
				90,00			
Lockers	Entrada	2	\$		\$	100,00	12 puertas c/u
				50,00			

	<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>			<b>Observaciones</b>
	Equipo de sonido	Entretenimiento	1	\$ 850,00	\$ 850,00	Sistema de Sonido Integral
	<b>TOTAL DECORACION</b>				<b>\$ 4.365,00</b>	
<b>Uniformes RRHH</b>						
	<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>			<b>Observaciones</b>
	Uniforme cocina 2	Chef pastelero	1	\$ 45,00	\$ 45,00	
	Uniforme de cocina 3	Ayudante de cocina	1	\$ 45,00	\$ 45,00	
	Uniforme servicio 1	Sommelier de té	1	\$ 40,00	\$ 40,00	
	Uniforme servicio 3	Meseros	2	\$ 40,00	\$ 80,00	
	Uniforme administrativo	Cajero	1	\$ 40,00	\$ 40,00	
	Uniforme steward 1	Posillero	1	\$ 35,00	\$ 35,00	
	Uniforme varios	Personal de limpieza	1	\$ 35,00	\$ 35,00	
	<b>TOTAL UNIFORMES</b>				<b>\$ 320,00</b>	
<b>Equipo Oficina &amp; Administración</b>						
	<b>Equipo</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Cantidad</b>			<b>Observaciones</b>
	Escritorio	Administración	1	\$ 135,00	\$ 135,00	
	Computadora	Administración	1	\$ 475,00	\$ 475,00	
	Impresora	Administración	1	\$ 255,00	\$ 255,00	
	Impresora de Facturas	Caja Cobros	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
	Caja Registradora	Caja Cobros	1	\$ 150,00	\$ 150,00	

Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones	
Mensaje Oficina	Administración y Caja	1	\$	200,00	\$ 200,00	
<b>TOTAL EQUIPO OFICINA</b>					<b>\$ 1.465,00</b>	
<b>OTROS</b>						
Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones	
		0	\$	-	\$ -	
		0	\$	-	\$ -	
<b>TOTAL OTROS</b>					<b>\$ -</b>	
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>					\$25.705,33	Total de lo necesario a invertir en el inicio
<b>Amortización de Equipos</b>					\$ 428,42	60 Meses promedio de duración equipos

Ver Anexo 5: Proforma equipos y menaje

Una vez sumado el valor del inventario de equipos y menaje (inversión inicial), se adiciona a este resultado valores del primer mes de:

- Materia prima
- Mano de obra
- Costos fijos

De esta suma se obtiene el valor neto de la inversión; la suma se distribuye de la siguiente manera:

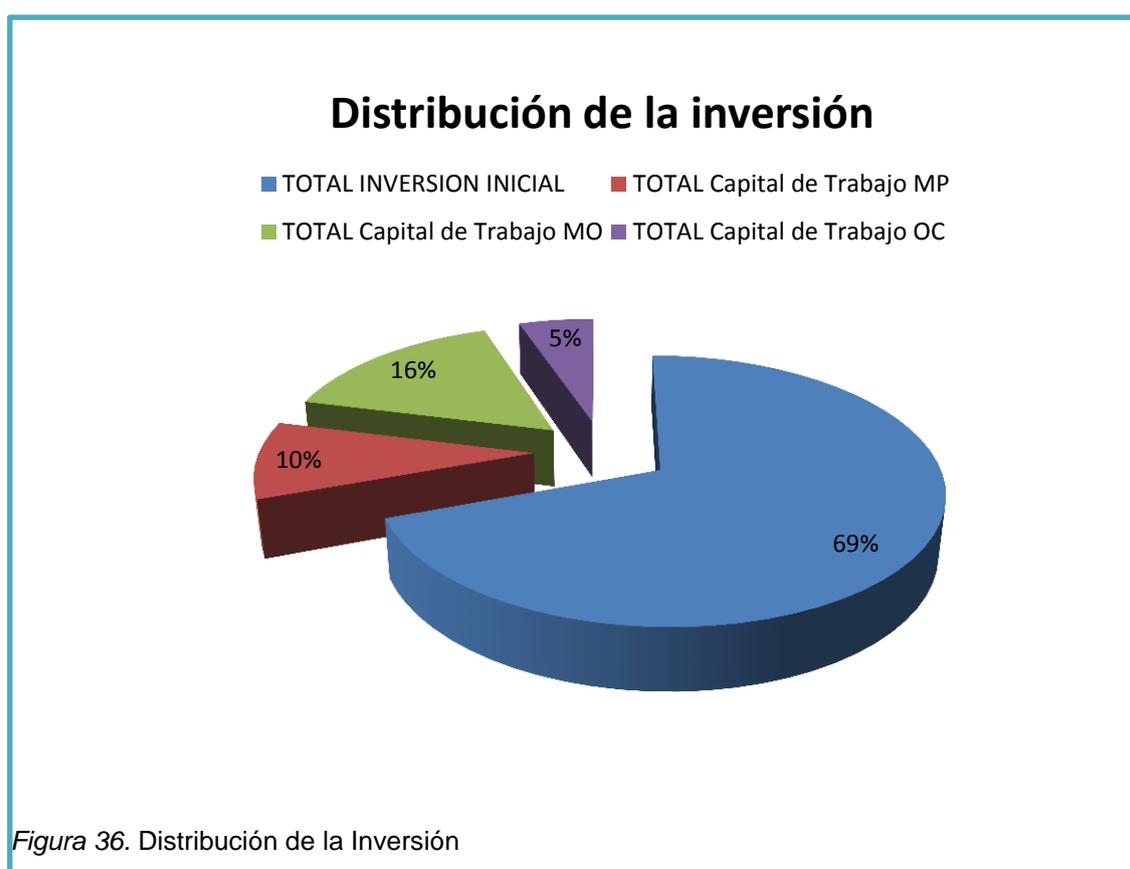


Tabla 28 Valor Neto de la Inversión

Préstamo	Sub Montos	Observaciones
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 25.705,33	Total de lo necesario a invertir en el inicio
<b>TOTAL Capital de Trabajo MP</b>	\$ 3.546,03	Materia Prima del primer Mes de Trabajo
<b>TOTAL Capital de Trabajo MO</b>	\$ 5.874,22	Mano de Obra del primer Mes de Trabajo
<b>TOTAL Capital de Trabajo OC</b>	\$ 1.920,00	Otros Costos del primer Mes de Trabajo
Posibles Meses en Contra	\$ -	1,2,3 Primeros meses a perdida
Otras Inversiones	\$ -	
Otras Inversiones	\$ -	
<b>TOTAL Préstamo a Solicitar</b>	<b>\$37.045,58</b>	<b>Total a Solicitar</b>

Ver Anexo 6: Costos materia prima, mano de obra y costos fijos del primer mes de trabajo

### 6.3. Ticket promedio y utilidad

Tabla 29 Ticket promedio y utilidad

TICKET PROMEDIO & UTILIDAD					
RUBRO DE COSTOS	COSTOS TOTALES MENSUALES MAXIMOS	CAPACIDAD PAX INSTALADA	Costo de Rubro por PAX	BEBIDAS 30%	ALIMENTOS 30%
MP	\$3.546,03	989	\$3,59	\$1,08	\$1,08
OC-CF	\$1.920,00	989	\$1,94	\$0,58	\$0,58
MANO DE OBRA	\$5.874,22	989	\$5,94	\$1,78	\$1,78
<b>GASTO TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$11.340,25</b>	<b>989</b>	<b>\$11,47</b>	<b>\$3,44</b>	<b>\$3,44</b>

Ver Anexo 7: Ticket promedio

#### 6.4. Rotación en ventas y estado de resultados

##### Primer Año:

Tabla 30 Estado de resultados del primer año

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$ 46.561,31		-

Ver Anexo 8: Estado de resultados detallado del primer año

##### Segundo Año:

Tabla 31 Estado de resultados del segundo año

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$ 87.106,94		87%

Ver Anexo 9: Estado de resultados detallado del segundo año

**Tercer Año:**

Tabla 32 Estado de resultados del tercer año

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$ 89.438,40		3%

Ver Anexo 10: Estado de resultados detallado del tercer año

**Cuarto Año:**

Tabla 33 Estado de resultados del cuarto año

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$ 93.742,60		5%

Ver Anexo 11: Estado de resultados detallado del cuarto año

**Quinto Año:**

Tabla 34 Estado de resultados del quinto año

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$ 95.449,40		2%

Ver Anexo 12: Estado de resultados detallado del quinto año

**6.5. Nómina salarial**

Según el CEDE (s.f.), *“el recibo de salarios o la nómina es más que un justificante de cobro. En ella se reflejan datos tan importantes como la aportación del trabajador al Seguro Social, entre otros”*.

**6.5.1. Jornadas de trabajo**

- **Jornada ordinaria o diurna:**

En el caso del Ecuador es de cinco días a la semana (lunes a viernes), ocho horas diarias, cuarenta horas semanales y dos días de descanso.

Tabla 35 Jornada ordinaria

(A)			
<b>JORNADA ORDINARIA</b>			
40 Horas semanales, 5 días a la semana, dos días de descanso			
CARGO	NÓMINA	(A1) Sueldo bruto base	(A2) Valor x hora ordinaria Jornada de 8 horas ( A1 ÷ 30 días ÷ 8 horas )
<b>Propietario - chef administrador</b>	<i>Nombre 1</i>	\$ 1.000,00	\$ 4,17
<b>Chef Pastelero</b>	<i>Nombre 2</i>	\$ 600,00	\$ 2,50
<b>Sommelier de té</b>	<i>Nombre 3</i>	\$ 600,00	\$ 2,50
<b>Ayudante de cocina</b>	<i>Nombre 3</i>	\$ 400,00	\$ 1,67
<b>Posillero</b>	<i>Nombre 4</i>	\$ 354,00	\$ 1,48
<b>Mesero 1</b>	<i>Nombre 5</i>	\$ 400,00	\$ 1,67
<b>Mesero 2</b>	<i>Nombre 6</i>	\$ 400,00	\$ 1,67
<b>Cajero</b>	<i>Nombre 6</i>	\$ 400,00	\$ 1,67
<b>Personal de limpieza</b>	<i>Nombre 7</i>	\$ 354,00	\$ 1,48
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 4.508,00</b>	<b>\$ 2,09</b>
		<b>Valor total a pagar en sueldos brutos</b>	<b>Valor promedio hora ordinaria</b>

- **Jornada nocturna:**

La jornada nocturna, es la que se realiza entre las 19:00 y las 06:00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinte y cinco por ciento.

Tabla 36 Jornadas nocturnas

(C)		
<b>JORNADAS NOCTURNAS al 25%</b>		
Jornada entre las 19:00 y las 06:00 del día siguiente, que podrá durar igual que la jornada diurna de hasta 8 horas. Tendrá un recargo del 25%		
(C1)	(C2)	(C3)
Valor \$ Total a pagar x horas en jornada nocturna al 25% ( C2 x C3 )	Q horas en jornada nocturna al 25%	Valor x hora en jornada suplementaria al 25% extra ( A2 x 1,25 )
\$ -	0	\$ 5,21
\$ -	0	\$ 3,13
\$ -	0	\$ 3,13
\$ -	0	\$ 2,08
\$ -	0	\$ 1,84
\$ -	0	\$ 2,08
\$ -	0	\$ 2,08
\$ -	0	\$ 2,08
\$ -	0	\$ 1,84
\$ -	0	\$ 2,61
<b>TOTAL a pagar en jornadas nocturnas al 25%</b>	<b>TOTAL Q horas en jornada nocturna al 25%</b>	<b>Valor promedio hora en jornada nocturna al 25%</b>

- **Horas suplementarias:**

Después de la jornada ordinaria, máximo cuatro horas al día y doce horas a la semana. Existe un recargo del cincuenta por ciento hasta las 24:00, cien por ciento desde 01:00 a 06:00.

Tabla 37 Horas suplementarias

(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 12:00 de la noche tendrá un recargo del 50% en cada hora suplementaria				
Después de las 12:00 de la noche tendrá un recargo del 100% en cada hora suplementaria				
(B1)	(B2)	(B3)	(B4)	(B5)
Valor \$ total a pagar x horas suplementarias al 50% y 100% ( B2xB3 + B4xB5 )	Q horas suplementarias (hasta las 12:00) al 50% extra	Valor x hora suplementaria al 50% extra ( A2 x 1,5 )	Q horas suplementarias (desde las 12:00 hasta las 06:00) al 100% extra	Valor x hora suplementaria al 100% extra ( A2 x 2 )
\$ -	0	\$ 6,25	0	\$ 8,33
\$ -	0	\$ 3,75	0	\$ 5,00
\$ -	0	\$ 3,75	0	\$ 5,00
\$ -	0	\$ 2,50	0	\$ 3,33
\$ -	0	\$ 2,21	0	\$ 2,95
\$ -	0	\$ 2,50	0	\$ 3,33
\$ -	0	\$ 2,50	0	\$ 3,33
\$ -	0	\$ 2,50	0	\$ 3,33
\$ -	0	\$ 2,21	0	\$ 2,95
\$ -	0	\$ 3,13	0	\$ 4,17
Valor total a pagar en horas extraordinarias	TOTAL Q horas suplementarias (hasta las 12:00)	Valor promedio hora suplementaria	TOTAL Q horas suplementarias (desde las 12:00)	Valor promedio hora suplementaria (desde las 06:00)

- **Horas extras:**

Cuando el empleado trabaja sábados, domingos o días feriados se debe realizar un recargo del cien por ciento.

Tabla 38 Horas extras

(D)		
<b>HORAS EXTRAS al 100%</b>		
Cuando el empleado trabaja sábados, domingos (o sus días libres) o días feriados Tendrá un recargo del 100%		
(D1)	(D2)	(D3)
Valor \$ total a pagar x horas extras al 100% ( D2 x D3 )	Q horas extras (Días libres y feriados) al 100%	Valor x hora extra 100% (A2 x 2)
\$ -	0	\$ 8,33
\$ -	0	\$ 4,69
\$ -	0	\$ 4,69
\$ -	0	\$ 3,13
\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 3,13
\$ -	0	\$ 3,13
\$ -	0	\$ 3,13
\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 3,97
Valor total a pagar en jornadas nocturnas	Total horas jornada nocturna	Valor promedio hora en jornada nocturna

- **Total sueldo bruto:**

Para sacar el total del sueldo bruto se hace una suma de lo siguiente:

- Sueldo bruto base
- Horas suplementarias
- Horas de jornada nocturna
- Horas extras

Tabla 39 Total sueldo bruto

(E)	
TOTAL SUELDO BRUTO	
(A1) Sueldo bruto base	
+(B1) H. suplementarias	
+(C1) Horas j. nocturna	
+(D1) Horas extras	
-----	
(E) TOTAL SUELDO BRUTO	
	\$ 1.000,00
	\$ 600,00
	\$ 600,00
	\$ 400,00
	\$ 354,00
	\$ 400,00
	\$ 400,00
	\$ 400,00
	\$ 354,00
	\$ 4.508,00
TOTAL SUELDO BRUTO NÓMINA	

- **Décimo tercera remuneración:**

Se divide el sueldo bruto para doce meses. Se entrega el mes de diciembre, por ese motivo es conocido también como “*Bono Navideño*”.

- **Décimo cuarta remuneración:**

Se lo conoce también como "*Bono Escolar*", se divide el sueldo básico para doce meses. En la Sierra y Oriente se entrega en el mes de agosto y en la Costa en el mes de marzo.

- **Vacaciones:**

Se divide el sueldo bruto para treientos sesenta días y se multiplica por quince días.

- **Aportes al IESS (Instituto ecuatoriano de seguridad social):**

Existen las siguientes aportaciones al IESS:

- Aportación por parte del empleado que equivale al 9,45% del sueldo bruto.
- Aportación por parte del empleador que equivale al 11,15% del sueldo bruto.
- Aportación al SECAP (Servicio ecuatoriano de capacitación profesional).
- Aportación al IECE (Instituto ecuatoriano créditos y becas estudiantiles).

Tabla 40 DTR, DCR, vacaciones, aportes al IESS, sueldo neto

Sueldo bruto ÷ 12 meses	Sueldo básico ÷ 12 meses	Sueldo bruto ÷ 360 días x 15 días	APORTES al IESS Instituto ecuatoriano de seguridad social			Sueldo neto
			9,45% del sueldo bruto (Paga el empleado)	11,15% del Sueldo bruto (Paga el patrono)	SECAP 0,5% del Sueldo bruto IECE 0,5% del Sueldo bruto	
DTR Décimo tercera remuneración	DCR Décimo cuarta remuneración	Vacaciones 15 días al año	Aporte empleado 9,45%	Aporte patronal 11,15%	IECE 0,50% SECAP 0,50%	
\$ 83,33	\$ 28,33	\$ 41,67	\$ 94,50	\$ 111,50	\$ 10,00	\$ 1.274,83
\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 25,00	\$ 56,70	\$ 66,90	\$ 6,00	\$ 776,23
\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 25,00	\$ 56,70	\$ 66,90	\$ 6,00	\$ 776,23
\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93
\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59
\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93
\$ 33,33	\$ 28,33	\$	\$	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93

		16,67	37,80			
\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93
\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59

DTR Décimo tercera remuneración	DCR Décimo cuarta remuneración	Vacaciones 15 días al año	Aporte empleado 9,45%	Aporte patronal 11,15%	IECE 0,50% SECAP 0,50%	Sueldo neto
\$ 375,67	\$ 255,00	\$ 187,83	\$ 426,01	\$ 502,64	\$ 45,08	\$5.874,22
\$818,50			\$973,73			

Previsión Mensual RRHH

Pago Mensual Aportes al IESS

Pago  
Mensual en  
Sueldos

**\$5.874,22** TOTAL COSTO MANO  
DE OBRA

## CAPÍTULO VII

### 7. PLAN LEGAL

#### 7.1. Constitución de la empresa

Procedimiento de constitución:

Según Lexis (s.f.), hay que tomar en cuenta que en el Ecuador existen cinco tipos de compañías:

- Compañía en comandita simple y dividida en acciones
- Compañía en nombre colectivo
- Compañía de responsabilidad limitada
- Compañía de sociedad anónima
- Compañía de economía mixta

De estas compañías, las que más se utilizan en el Ecuador son las compañías de responsabilidad limitada y las compañías de sociedad anónima.

#### **Compañías de responsabilidad limitada:**

Estas son compañías en las que dos o más personas responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y que realizan actividades económicas bajo una razón social o denominación objetiva.

Este tipo de compañías pueden constituirse para todo tipo de actividades mercantiles, menos para bancos, seguros (en general actividades financieras, seguros y mercados de valores; estas solo las pueden llevar a cabo las sociedades anónimas). Puede tener un número máximo de quince socios, si

tiene más de los establecidos debe transformarse en otra clase de compañía o disolverse (por lo general a una anónima).

No se puede constituir una compañía de responsabilidad limitada entre padres e hijos no emancipados o entre cónyuges. Sin embargo, luego de la constitución, a través de una cesión de participaciones sociales, los cónyuges pueden llegar a ser socios de una misma compañía de responsabilidad limitada.

El capital mínimo para constituir una compañía de este tipo es de 400 dólares (esto se determina por resolución de la Superintendencia de Compañías). Al constituirse la compañía debe estar suscrita y pagada al menos el cincuenta por ciento del capital. Se pueden aportar recursos en numerosos activos fijos, incluyendo derechos patrimoniales de cualquier tipo, siempre que guarden relación con el objeto social de la compañía.

#### **Proceso de constitución:**

En primer lugar, luego de la reforma a la ley de compañías realizada por la Ley de Fortalecimiento al sector societario y bursátil, publicada en el Registro Oficial, Suplemento doscientos cuarenta y nueve, de 20 de mayo de 2014, lo que debe hacerse es la declaración juramentada de los socios fundadores de la compañía que depositarán el capital suscrito y pagado en una institución bancaria. (Lexis, s.f.).

La escritura de constitución de la compañía debe contener al menos:

- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
- El objeto social, debidamente concretado.
- La duración de la compañía.

- El domicilio de la compañía.
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
- La indicación de las participaciones que cada socio suscribe y pagará en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo; y la declaración juramentada, que deberán hacer los socios, sobre la correcta integración del capital social, conforme lo establecido en el art. 103 de la Ley de Compañías.
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiese acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal, así como la designación de los primeros administradores, con capacidad de representación legal.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la.
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta ley (Ley de Compañías).

### **Compañías de sociedad anónima:**

El procedimiento de constitución es el mismo, sin embargo, en este caso el capital mínimo es de ochocientos dólares y los miembros se llaman accionistas.

Según la Superintendencia de Bancos (s.f.), para constituir una empresa se requieren los siguientes documentos:

Tabla 43 Documentos para constituir una empresa

<b>PERSONA NATURAL</b>	• Cédula de ciudadanía o de Identidad
	• Certificado de votación o equivalente
<b>PERSONA NATURAL REPRESENTANTE LEGAL</b>	• Cédula de Identidad o pasaporte
	• Certificado de votación o equivalente
	• Nombramiento de representante legal o constancia de otro tipo de representación legal
<b>PERSONA NATURAL APODERADO</b>	• Cédula de identidad
	• Certificado de votación o equivalente
	• Poder
<b>PERSONA JURÍDICA EXTRANJERA</b>	• Certificado de existencia legal otorgado por el país de origen
	• Lista completa de los socios de la compañía del extranjero certificada ante notario público y apostillada. (En caso de que en la nómina de socios o accionistas constaren personas jurídicas deberá proporcionarse igualmente la nómina de sus integrantes, y así sucesivamente hasta determinar o identificar a la correspondiente persona natural)
<b>COMPAÑÍAS QUE SE VAN A DEDICAR AL TRANSPORTE</b>	• Informe favorable emitido por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial

Tomado de: Superintendencia de Bancos

## 7.2. Documentación necesaria para inicio de operaciones

Para iniciar las operaciones en un establecimiento, en este caso en el área de Alimentos y Bebidas, se toman en cuenta los requisitos que algunas instituciones exigen.

- **Registro turístico**

Según Quito Turismo (s.f.), *“el Certificado de Registro Turístico es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales, jurídicas o comunidades que realicen actividades turísticas”*.

- **Licencia anual de funcionamiento (LUAF)**

- **Permiso sanitario**

Según Ávila (2011), “sirve para autorizar el funcionamiento del establecimiento sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por el Ministerio de Salud, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas”.

- **Rótulos y publicidad exterior**

Sirve para colocar mensajes publicitarios (rótulos, letreros, etc.) en espacios públicos o inmuebles de propiedad privada o en los exteriores del negocio.

Pagar el permiso por la instalación de rótulos o cualquier medio de publicidad al Municipio.

- **Permiso de bomberos**

Permiso anual de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. Los establecimientos del Cantón Quito pueden acceder a la Ventanilla Única Turística. Según la Ley de Defensa contra incendios (Art. 35) y su Reglamento (Art.40).

- **Patente**

- Formulario de inscripción de patente
- RUC (original y copia)
- Cédula de identidad (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación (últimas elecciones)
- Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año)

- **Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador SAYCE**

- Se debe pagar a SAYCE los derechos por difusión pública de música.

- **Entes fiscales**

- Servicio de Rentas Internas
- Declaraciones mensuales
- Envío de anexos
- Actualización del RUC
- Confirmación de no tener obligaciones pendientes en el SRI

- **Entes de seguridad social y trabajadores**

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- Afiliación de nuevos trabajadores
- Desafiliación de ex trabajadores
- Planillas laborales
- Comunicación de enfermedades laborales y permisos médicos

- **Ministerio de Relaciones Laborales**

- Registro de contratos de trabajo
- Registro de décimos y utilidades
- Registro de actas de finiquito

- **Órganos de Control**

- Superintendencia de Compañías
- Informes anuales
- Presentación de los estados financieros
- Pago de la contribución anual

- **Permisos para operación y usos de suelo**
- Municipio
- Obtención de la patente municipal
- Pago de uso de suelo
- Obtención del Permiso Único de Funcionamiento
  
- Bomberos
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
  
- Ministerio de Salud Pública
- Obtención del carnet de manipulación de alimentos
- Obtención del permiso de salud
  
- Ministerio de Ambiente
- Obtención del permiso de ambiente

### **7.3. Contrato de trabajo**

Según la Escuela Julián Besteiro (2001), un contrato de trabajo es un convenio entre el empleador y el trabajador, que una vez firmado no puede romperse. En el contrato de trabajo ambas partes llegan a un acuerdo; el trabajador se compromete voluntariamente a cumplir disposiciones y a prestar sus servicios para el empleador, a cambio de que este le entregue en un cierto periodo de tiempo (puede ser diario, semanal, quincenal o mensual) su salario. Según el CEDE (s.f.), *“la ley define el salario como la totalidad de las percepciones económicas de los trabajadores, en dinero o en especie, por la prestación profesional de los servicios laborales por cuenta ajena, ya retribuyan el trabajo efectivo, cualquiera que sea la forma de remuneración, o los períodos de descanso computables como de trabajo”*.

Por otra parte, existe el periodo de prueba que no deberá ser mayor a tres meses y se realizará una vez en la iniciación de la relación laboral, además

sólo el 15% de los trabajadores podrán ser sometidos a este periodo de prueba. (Cámara de Industrias de Guayaquil, s.f.).

### **7.3.1. Tipos de contrato de trabajo**

Según la Cámara de Industrias de Guayaquil, (s.f.), en el Ecuador los contratos de trabajo pueden ser:

- Expresos: Cuando existe un contrato escrito o de palabra.
- Tácitos: Cuando no existe algún contrato que lo respalde.

Además existen diferentes tipos de contratos de trabajo como:

- Tiempo fijo
- Tiempo indefinido
- Temporal
- Eventual
- Ocasional
- Jornada parcial

Ver Anexo 13: Formato de contrato laboral

## CAPÍTULO VIII

### 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1. CONCLUSIONES

- Se presenta este plan de negocio con el objetivo de solucionar la escasez de este concepto de negocio en el sector centro - norte de la ciudad de Quito. A pesar de que ya existen en la ciudad negocios con este enfoque, estos no tienen mayor oferta de postres, es por eso que se ve un escenario provechoso para la puesta en marcha de este proyecto.
- La Casa Té – Pastelería estará ubicada en una zona estratégica residencial y comercial, situada en el centro – norte de la ciudad. Esto significa que por la gran afluencia de personas que viven y trabajan en el sector, existe un alto porcentaje de que el proyecto tenga una gran acogida.
- Mediante la elaboración del presente proyecto se pudieron analizar las distintas etapas que sirven para dar importancia al mismo. De esta manera, por medio de un buen estudio de mercado, la elaboración del plan de marketing y un estudio financiero se pudieron obtener datos relevantes para comprobar la viabilidad y factibilidad del negocio.
- Por medio de una herramienta de investigación como la encuesta, se pudo determinar que existe una aceptación del noventa y cuatro por ciento sobre cien por parte de las personas que viven en el centro norte de Quito para la creación de una Casa de Té - Pastelería, por lo que se justifica la creación de este proyecto.

## 8.2. RECOMENDACIONES

- Debido al estudio de las condiciones del mercado actual y potencial, se ha demostrado que existe aceptación de los productos ofrecidos, por lo que se recomienda establecer la idea de la Casa de Té – Pastelería en el centro – norte de la ciudad de Quito.
- Debido a que las exigencias de control de calidad y sanidad dentro de la industria alimenticia cada día son más rigurosas, se van a realizar permanentes controles de normas HACCP. Esto permite que exista un correcto cumplimiento de estas normas con la finalidad de garantizar un excelente servicio y producto al consumidor.
- De igual manera, se realizarán continuas capacitaciones al personal de servicio especialmente, para corregir y mejorar faltas en la atención al cliente. Lastimosamente, en nuestro país el concepto de atención al cliente está totalmente errado, es por eso que en la mayoría de lugares donde se ofrece este tipo de servicio, las personas pueden experimentar malos momentos porque el personal que está a cargo de la atención al cliente no ha recibido una correcta capacitación.
- Se deberán realizar continuamente estudios de mercado tanto internos como externos para estar siempre al tanto de las necesidades y requerimientos de los clientes. Debido a que las tendencias del mercado están en constante cambio.

## REFERENCIAS

- Armstrong, G. y Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (11.ªed.). México: Pearson Education.
- Bachs, J., Herrero, G. y Vives, R. (2001). *Servicio de Cafetería y Bar*. España: Síntesis S.A.
- Bush, R., Hair, J. y Ortinau, D. (2009). *Investigación de Mercados*. (4.ªed.). México: McGrawHill.
- Cámara de Industrias de Guayaquil. (s.f.). *Contratos de Trabajo*. Recuperado el 30 de enero de 2015 de [http://www.industrias.ec/archivos/documentos/\\_\\_\\_\\_tipos\\_de\\_contratos.pdf](http://www.industrias.ec/archivos/documentos/____tipos_de_contratos.pdf)
- Centro de Documentación de Estudios y Oposiciones. (s.f.). *Nómina*. Recuperado el 02 de enero de 2015 de [https://www.serina.es/empresas/cede\\_muestra/306/TEMA%20MUESTRA.pdf](https://www.serina.es/empresas/cede_muestra/306/TEMA%20MUESTRA.pdf)
- Centro de Documentación de Estudios y Oposiciones. (s.f.). *Salario*. Recuperado el 02 de enero de 2015 de [https://www.serina.es/empresas/cede\\_muestra/306/TEMA%20MUESTRA.pdf](https://www.serina.es/empresas/cede_muestra/306/TEMA%20MUESTRA.pdf)
- Cheesecake, (2014). *History of cheesecake*. Recuperado el 02 de octubre de 2014 de <http://www.cheesecake.com/History-of-Cheesecake.asp>.
- Cheesecakefactory*, (2002). *About us*. Recuperado el 03 de octubre de 2014 de <http://www.thecheesecakefactory.com/>.
- Clemente, E. (2013). *Edulcorante natural*. Recuperado el 02 de octubre de 2014 de <http://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/como-hacer-stevia-liquida-casera>.
- Clemente, E. (2014). *El pastel de queso en la Antigua Grecia*. Recuperado el 02 de octubre de 2014 de <http://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/conoces-el-origen-del-cheesecake>.
- Crownover, M. (2005). *I Love Cheesecake*. EUA: Taylor Trade.

- El Emprendedor. (2014). *Camellias tea, una casa de té en Guayaquil*. Recuperado el 02 de octubre de 2014 de <http://www.emprendedor.ec/camellias-tea/>.
- Escuela Julián Besteiros. (2001). *Contratos de Trabajo*. Recuperado el 30 de enero de 2015 de <http://white.lim.ilo.org/spanish/260ameri/oitreg/actividad/proyectos/atrav/edob/expeduca/pdf/0600101.pdf>
- Escuela Politécnica del Ejército. (2013). *Receta Estándar*. Recuperado el 06 de febrero de 2015 de <http://gastronomia-el.espe.edu.ec/2013/07/receta-estandar/>
- Expreso. (2012). *En Ecuador el 10% de la población tiene estrés*. Recuperado el 02 de octubre de 2014 de [http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota\\_print.aspx?idArt=3645226&tipo=2](http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota_print.aspx?idArt=3645226&tipo=2)
- Gallego, J. (2003). *Manual Práctico de Cafetería y Bar*. (10.ªed.). España: Paraninfo, S.A.
- Gestión de Restaurantes. (s.f.). *Capacidad Instalada de un Restaurante*. Recuperado el 02 de octubre de 2014 de [http://www.gestionrestaurantes.com/llegir\\_article.php?article=658](http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=658)
- Gómez, L. (2013). *CETCA, la hora del té inglés tiene sello ecuatoriano*. Recuperado el 30 de septiembre de 2014 de [http://www.revistalideres.ec/empresas/Empresa-Cetca-Ecuador-te-exportacion\\_0\\_935306467.html](http://www.revistalideres.ec/empresas/Empresa-Cetca-Ecuador-te-exportacion_0_935306467.html).
- González, G. (2009). *Plan de negocios para la creación de una cafetería especializada en el segmento ejecutivo en la ciudad de Quito*. Tesis de grado. Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.
- GoogleMaps. (2014). Imágenes. Recuperado el 11 de octubre de 2014 de <https://www.google.com.ec/maps/search/quito+portugal+y+shyris/@0.1815943,-78.481225,201m/data=!3m1!1e3?hl=es>.
- Harvey, J. (1998). *La Rousse Gastronomique*. Nueva York, EUA: Crown, INC.
- Jordá, M. (2007). *Diccionario práctico de gastronomía y salud*. España: Díaz de Santos.

- Karolys, L. (2005). *Estudio de prefactibilidad para la obtención de bebidas aromáticas calientes, a base de zumo de frutas tropicales*. Tesis de grado. Quito, Ecuador: Universidad San Francisco de Quito.
- Lexis. (s.f.). *Ley de Compañías*. Recuperado el 20 de diciembre de 2014 de <http://www.lexis.com.ec/website/content/servicio/esilec.aspx>
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados*. (4.ªed.). México: Pearson Education.
- Murdoch Books. (2003). *Toda la Gastronomía de la A a la Z*. (1.ª ed.). León, España: Evergráficas, S.A.
- Porter, M. (2007). *Competitive Strategy*. Recuperado el 21 de diciembre de 2014 de <http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf>
- Revista Líderes. (2013). *Cassolette aplica un toque gourmet a los alimentos*. Recuperado el 02 de octubre de 2014 de [http://www.revistalideres.ec/empresas/empresa-cassolette-gourmetalimentos-caseros-Quito\\_0\\_981501852.html](http://www.revistalideres.ec/empresas/empresa-cassolette-gourmetalimentos-caseros-Quito_0_981501852.html).
- Revista Líderes. (s.f.). *El té listo para beber se mantiene como líder*. Recuperado el 02 de octubre de 2014 de <http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/141000004ca059ad-c4d6-466d-b49b-57cc6ff9283e>
- Revista Líderes. (s.f.). *En un local con un toco retro se prepara té de alta calidad*. Recuperado el 04 de octubre de 2014 de <http://www.revistalideres.ec/lideres/local-toque-retro-prepara-alta.html>
- Sinclair, C. (1998). *International Dictionary of Food and Cooking*. (1.ª ed.). Gran Bretaña: Petter Collin.
- Zauzich, I. (2013). *La vuelta al té en 80 sabores*. Recuperado el 04 de octubre de 2014 de <http://www.revistafamilia.com.ec/articulos-vida-practica/5481-la-vuelta-al-te-en-80-sabores>

## **ANEXOS**

## ANEXO 1: Recetas estándar

### 1. Infusiones

#### a) Infusión de cedrón, hierba luisa y menta

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	INFUSIÓN CEDRÓN, HIERBA LUISA Y MENTA			
Género				
Porciones/Peso porción	1 pax			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
5	GR	Cedrón		
5	GR	Hierba luisa		
5	GR	Menta		
10	GR	Hojas de estevia		
60	ML	Agua		
5	GR	Canela		
20	GR	Frutas deshidratadas		
Fotografía	Procedimiento			

**b) Infusión de frutas deshidratadas**



Nombre de la receta	INFUSIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS			
Género				
Porciones/Peso porción	1 pax			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
50	UN	Frutas deshidratadas		
10	GR	Hojas de estevia		
60	GR	Agua		
Fotografía	Procedimiento			

**c) Infusión de Bom Banana**



Nombre de la receta	INFUSION DE BOM BANANA			
Género				
Porciones/Peso porción	1 pax			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
50	GR	Mezcla de té verde con trozos de plátano y pera, pétalos de caléndula y aroma.		
80	ML	Agua		
Fotografía	Procedimiento			

**d) Infusión de menta y chocolate**



Nombre de la receta Género Porciones/Peso porción Fecha de elaboración Técnicas aplicadas Batería a ocupar	INFUSIÓN DE MENTA Y CHOCOLATE  1 pax				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control	
50	GR	Mezcla de té negro con aceite de cacao y menta			
80	ML	Agua			
Fotografía		Procedimiento			

## 2. Cheesecakes

### a) Cheesecake de maracuyá

Nombre de la receta	CHEESECAKE MARACUYÁ			
Género				
Porciones/Peso porción	10 pax			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
300	GR	Galletas María		
100	GR	Mantequilla sin sal		
700	GR	Queso crema		
170	GR	Azúcar		
60	GR	Maicena		
125	GR	Crema agria		
4	UN	Huevos		
20	ML	Zumo de limón		
5	GR	Ralladura de limón		
5	GR	Esencia de almendra		
50	ML	Pulpa de maracuyá		
1	UN	Maracuyá		
Fotografía	Procedimiento			

**b) Cheesecake de chocolate y menta**



Nombre de la receta	CHEESECAKE CHOCOLATE Y MENTA
Género	
Porciones/Peso porción	10 pax
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
300	GR	Galletas oreo		
100	GR	Mantequilla sin sal		
700	GR	Queso crema		
170	GR	Azúcar		
60	GR	Maicena		
125	GR	Crema agria		
4	UN	Huevos		
100	ML	Crema de menta		
100	ML	Crema de cacao		
5	GR	Esencia de vainilla		
100	GR	Chocolate en barra		
50	GR	Hojas de menta		
<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>			

c) **Cheesecake** de zanahoria



Nombre de la receta	CHEESECAKE ZANAHORIA
Género	
Porciones/Peso porción	10 pax
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
150	GR	Galletas María		
150	GR	Nueces tostadas		
700	GR	Queso crema		
170	GR	Azúcar		
60	GR	Maicena		
125	GR	Crema agria		
4	UN	Huevos		
20	ML	Zumo de naranja		
10	GR	Canela en polvo		
5	GR	Esencia de vainilla		
110	GR	Zanahoria rallada		

Fotografía	Procedimiento
------------	---------------


**d) Cheesecake de galletas oreo**



Nombre de la receta **CHEESECAKE GALLETAS OREO**  
 Género  
 Porciones/Peso porción **10 pax**  
 Fecha de elaboración  
 Técnicas aplicadas  
 Batería a ocupar

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
385	GR	Galletas oreo		
100	GR	Mantequilla sin sal		
700	GR	Queso crema		
200	GR	Azúcar		
60	GR	Maicena		
125	GR	Crema agria		
4	UN	Huevos		
100	ML	Crema de cacao		
200	GR	Chispas de chocolate		
5	GR	Esencia de vainilla		
50	MI	Crema de leche		
<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>			



**b) Ensalada *Cherry***



Nombre de la receta	ENSALADA CHERRY			
Género				
Porciones/Peso porción	1 pax			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
80	GR	Rúcula		
25	GR	Tomate <i>cherry</i>		
25	GR	Palmito		
15	GR	Aceitunas		
15	ML	Vinagre balsámico		
Fotografía	Procedimiento			

**c) Ensalada de pepinillo y albahaca**



Nombre de la receta	ENSALADA DE PEPINILLO Y ALBAHACA
Género	
Porciones/Peso porción	1 pax
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
120	GR	Tres tipos de lechuga		
30	GR	Pepinillo		
20	GR	Pimiento morrón		
20	GR	Pimiento verde		
20	GR	Pimiento amarillo		
30	GR	Zuquini		
10	GR	Albahaca		
15	ML	Aceite de oliva		
5	ML	Limón		
10	GR	Orégano		
<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>			

**d) Ensalada al gratín**



Nombre de la receta	ENSALADA AL GRATÍN
Género	
Porciones/Peso porción	1 pax
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

--	--

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos de control	Puntos críticos de control
0,06	K	Brócoli		
0,04	K	Espárragos		
0,3	K	Zanahoria		
0,045	K	Choclo Dulce		
0,05	K	Queso mozzarella		
0,05	Lt	Crema de leche		

Fotografía	Procedimiento	










## **Anexo 2: Tabulación de las entrevistas**

Las entrevistas fueron realizadas en el sector del centro norte de Quito a diez personas y se formularon quince preguntas para determinar el tipo de preguntas que se realizarían posteriormente en la encuesta de Investigación de Mercado.

TABULACIÓN ENTREVISTA												
#	PREGUNTA	ENTREVIST A 1	ENTREVIST A 2	ENTREVIST A 3	ENTREVIST A 4	ENTREVIST A 5	ENTREVIST A 6	ENTREVIST A 7	ENTREVIST A 8	ENTREVIST A 9	ENTREVIST A 10	ANÁLISIS
1	¿Consumen usted té?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	Si
2	¿Qué tipo de tés de su preferencia?	Frutales	Frutales	Chai	Frutales	Verde	Hierbas naturales	No	Frutal	No	Té Negro	Frutal
3	¿Consumen postres?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	Si
4	<b>Nombre 5 postres de su preferencia</b>	Cheesecake de higo, helado de vainilla, torta opera, decadense, mousse de maracuyá.	Torta mojada de chocolate, cheesecake e frutos rojos, pie de nuez, alfajor, torta de tres leches.	Decadense, Cheesecake de frambuesas, Mousse de caramelo, Torta de café, Mousse de Maracuyá	Torta de chocolate, torta de zanahoria, tartaletas, cupcakes, helado	Tiramisú, torta de chocolate, carlota de limón, cheesecake e frutos rojos, helado	Pie de manzana, Torta de chocolate, cheesecake e de frutos rojos, torta zanahoria, cheesecake e de maracuyá	No	Cheesecake e frutos rojos, Mousse de chocolate, helado, torta de chocolate, pie de limón	No	Torta tres leches, Merengón, Pastas, Flan Helado	Cheesecake frutos rojos, Torta de chocolate, Mousses, Helados
5	¿En dónde, usualmente consume té?	Casa	Oficina, Tippy Tea, Swiss Corner	Casa	Casa	Casa	Casa, Sweet and Coffee, La cosecha y el Almendro	No	Casa, oficina	No	Casa	Casa, Oficina
6	¿En dónde, usualmente consume postres?	Cyrano, Sweet and coffee, Hansel y Gretel	Cyrano, Juan Valdez, Cassolette	Cyrano, Honey and Honey	Pastelerías	Sweet and Coffee	Sweet and Coffee, El Almendro y la Cosecha	No	Sweet and Coffee, Juan Valdez, Europa Café	No	Restaurantes	Sweet and Coffee, Cyrano, Juan Valdez

7	<b>¿Con qué frecuencia visita usted estos lugares?</b>	Una vez al mes	Dos veces al mes	Dos veces a la semana	Tres veces al mes	Tres veces a la semana	Tres veces a la semana	No	Una vez por semana	No	Una vez por semana	Una vez por semana, Tres veces por semana
8	<b>¿A qué momento del día prefiere visitar este tipo de establecimientos?</b>	Medio día	Tarde	Tarde	Medio día	Tarde	Media mañana, media tarde	No	Tarde	No	Almuerzo, cena	Tarde, Medio día
9	<b>¿Cuál es el tiempo estimado que usted dispone para el consumo de té y postres?</b>	Una hora	30 minutos	Una hora	45 minutos	Una hora	30 minutos	No	Dos horas	No	Una o dos horas	Una hora, 30 minutos
10	<b>¿En que presentación compra sus postres?</b>	Porciones	Porciones	Porciones	Entero	Porciones	Porciones	No	Porciones	No	Porciones	Porciones
11	<b>¿Para cuántas personas usualmente compra sus postres?</b>	Una	Una	Una	Cuatro	Una	Una	No	Seis	No	Seis	Una
12	<b>¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una porción de <i>cheesecake</i> en una cafetería?</b>	\$ 3,00	\$ 3,50	\$ 2,50	\$ 4,00	\$ 3,50	\$ 3,50	No	\$ 3,00	No	\$ 2,50	\$3,50; \$3,00; \$2,50

1 3	<b>¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una bebida caliente en una casa de té?</b>	\$ 2,50	\$ 3	\$ 3	\$ 3,50	\$ 1,50	\$ 2,25	No	\$ 2,50	No	\$ 2,00	\$3,00; \$2,50
1 4	<b>¿Cómo se enteraría de nuevos establecimientos de comida y cafeterías?</b>	Redes sociales (Facebook)	Amigos	Amigos	Amigos	Redes sociales (Facebook)	Amigos, estados de cuenta	No	Redes Sociales (Facebook)	No	Redes Sociales, TV	Redes Sociales (Facebook), Recomendaciones de Amigos
1 5	<b>¿Le gustaría poder encontrar en la ciudad una casa de té? ¿Dónde?</b>	Si, República del Salvador	Si, Gonzales Suarez	Si, Whympers	Si, Amazonas y Mariana de Jesús	Si, González Suarez	Si, Naciones Unidas	No	Si, República del Salvador, González Suárez	No	Amazonas y Mariana de Jesús	González Suárez, República del Salvador, Amazonas y Mariana de Jesús

### **Anexo 3: Respuestas de las encuestas**

Las encuestas fueron realizadas por medio de una aplicación de Google Drive a treinta y tres personas, ciertas preguntas tenían la opción de respuesta múltiple, es por ese motivo que la sumatoria de los porcentajes de las respectivas respuestas puede ser mayor al cien por ciento.

Times tamp	1	2	3	4	5	6	7	8	9
12/6/2 014 23:30: 41	Fe me nin o	26 - 35 años	Si	A base frutas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casa, Casa s de té	Sweet and Coffee	Una vez a la semana
12/6/2 014 23:32: 37	Fe me nin o	18 - 25 años	Si	A base frutas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casa	Juan Valdéz	Una vez a la semana
12/6/2 014 23:32: 49	Fe me nin o	18 - 25 años	Si	A base frutas, A base de hierbas	Si	Mousse de chocolate	Casa	Cyrano	Una vez a la semana
12/7/2 014 0:05:3 7	Fe me nin o	18 - 25 años	Si	A base frutas, A base de hierbas, A base de flores	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Tarta de chocolate	Casa	Cyrano, Sweet and Coffee	Una vez a la semana
12/7/2 014 0:11:3 4	Ma sc uli no	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Tarta de chocolate	Casa	Sweet and Coffee	Una vez a la semana
12/7/2 014 0:23:1 6	Ma sc uli no	26 - 35 años	Si	A base de hierbas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Tarta de chocolate	Casa, Casa s de té	Cyrano, Sweet and Coffee	Una vez a la semana
12/7/2 014 0:51:2 7	Fe me nin o	26 - 35 años	Si	A base frutas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Tarta de zanahoria	Casa, Oficin a	Sweet and Coffee, cyril	Una vez a la semana
12/7/2 014 1:46:1 1	Fe me nin o	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casa	Cyrano, Sweet and Coffee, Juan Valdéz	Una vez a la semana

12/7/2 014 1:56:56	Masculino	26 - 35 años	Si	A base frutas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casa	Juan Valdéz	Una vez a la semana
12/7/2 014 2:17:27	Femenino	18 - 25 años	Si	A base de hierbas	Si	Torta de chocolate	Casa	Cyrano	Una vez a la semana
12/7/2 014 3:20:21	Masculino	18 - 25 años	Si	A base frutas	Si, No (Si no consume postres, gracias por su tiempo)	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casas de té	Cyrano	Una vez a la semana
12/7/2 014 3:41:21	Femenino	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Torta de zanahoria	Casa, Casas de té	Cyrano, Sweet and Coffee, Juan Valdéz, ciry	Una vez a la semana
12/7/2 014 7:08:52	Femenino	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.), A base de hierbas	Si	Torta de chocolate, Mousse de chocolate	Casa, Oficina	Juan Valdéz	Una vez a la semana
12/7/2 014 7:39:05	Femenino	18 - 25 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)	Si	Torta de chocolate	Casa	cafemare	Una vez a la semana
12/7/2 014 8:19:03	Femenino	26 - 35 años	Si	A base frutas, A base de hierbas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Torta de chocolate, Mousse de chocolate	Casa	Cyrano, lucia pie house, crepes& waffles	Una vez a la semana
12/7/2 014 8:36:31	Femenino	26 - 35 años	Si	A base frutas	Si	Torta de chocolate	Casas de té	Sweet and Coffee, Juan	Una vez a la semana

								Valdéz	
12/7/2 014 8:57:00	Masculino	De 46 años en adelante	Si	A base de hierbas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Tarta de chocolate	Casa	Casa	Una vez a la semana
12/7/2 014 10:12:34	Masculino	26 - 35 años	No (Si no consume té o infusiones, pase a la pregunta N° 5)	A base de hierbas	Si	Tarta de chocolate	Casa	Cyrano	Una vez a la semana
12/7/2 014 10:28:00	Femenino	18 - 25 años	Si	A base de hierbas	Si	Tarta de chocolate	Casa	Sweet and Coffee	Dos veces a la semana
12/7/2 014 11:19:52	Femenino	18 - 25 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casa	sa honore	Dos veces a la semana
12/7/2 014 11:27:55	Masculino	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casa, Casas de té	Cyrano, Sweet and Coffee	Una vez a la semana
12/7/2 014 14:44:20	Masculino	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casa	Cyrano	Una vez a la semana
12/7/2 014 15:12:53	Masculino	18 - 25 años	Si	A base frutas	Si	Mousse de chocolate	Casa	Cyrano	Una vez a la semana
12/7/2 014 16:38:05	Femenino	26 - 35 años	Si	A base de hierbas	Si	Mousse de chocolate	Casa	Cyrano, Sweet and Coffee,	Una vez a la semana

								Los Alpes	
<b>12/7/2 014 18:20: 00</b>	Femenino	26 - 35 años	Si	A base frutas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Oficina	Cyrano	Una vez a la semana
<b>12/7/2 014 19:26: 29</b>	Masculino	18 - 25 años	No (Si no consume té o infusiones, pase a la pregunta N° 5)	A base de hierbas	Si	Mousse de chocolate		Sweet and Coffee	Una vez a la semana
<b>12/7/2 014 22:04: 07</b>	Femenino	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.), A base frutas, A base de hierbas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Torta de chocolate, Torta de zanahoria	Casa, Oficina	Juan Valdéz, Cassolette	Una vez a la semana
<b>12/7/2 014 23:19: 35</b>	Femenino	18 - 25 años	Si	A base frutas	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos	Casa	Sweet and Coffee	Una vez a la semana
<b>12/8/2 014 7:06:2 9</b>	Femenino	18 - 25 años	Si	A base frutas, A base de flores	Si	Mousse de chocolate	Casa	Sweet and Coffee	Una vez a la semana
<b>12/8/2 014 12:04: 26</b>	Femenino	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.)	Si	Torta de chocolate	Casa	Sweet and Coffee	Una vez a la semana
<b>12/8/2 014 12:45: 30</b>	Femenino	De 46 años en adelante	Si	A base frutas, A base de flores	Si	<i>Cheesecake</i> de frutos rojos, Torta de chocolate, Torta de zanahoria	Casa, Oficina, Casa	Cyrano, Juan Valdéz	Dos veces a la semana

							s de té		
<b>12/9/2014 9:39:38</b>	Femenino	26 - 35 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.), A base frutas, A base de hierbas	Si	Cheesecake de frutos rojos, Torta de chocolate	Casa, cafeterias	Cyrano, Sweet and Coffee	Una vez a la semana
<b>12/10/2014 20:39:22</b>	Femenino	18 - 25 años	Si	Tés clásicos (Té verde, té negro, etc.), A base de flores	Si	Cheesecake de frutos rojos	Casa, Juan Valdez, sweet and coffee	Sweet and Coffee, Juan Valdéz, Europa Café	Una vez a la semana

10	11	12	13	14	15	16	17	18
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas	\$2,50 - \$3,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. González Suárez, Av. República del Salvador
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales	Av. González Suárez, Av. Amazonas y Mariana de Jesús
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales	Av. González Suárez
<b>Mañana, Noche</b>	Para llevar, Domicilio, Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas, Chocolates, Galletas	\$1,50 - \$2,00	Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador

<b>Tarde</b>	Domicilio	Treinta minutos	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador
<b>Tarde, Noche</b>	Para llevar, Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas	\$3,50 - \$4,00	Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador
<b>Mañana</b>	Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador
<b>Tarde, Noche</b>	Consumo en el establecimiento	Más de una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$2,50 - \$3,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as, Radio/TV, Correo/Estados de cuenta	Av. González Suárez, Av. República del Salvador
<b>Noche</b>	Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Galletas	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales	Av. Amazonas y Mariana de Jesús
<b>Tarde</b>	Domicilio	Treinta minutos	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Chocolates	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador
<b>Medio día</b>	Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas, Chocolates	\$2,50 - \$3,00	Redes Sociales	Av. González Suárez
<b>Tarde, Noche</b>	Para llevar, Consumo en el establecimiento	Más de una hora	Porciones, Entero	\$3,50 - \$4,00	Frutas, Chocolates	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. González Suárez, Av. República del Salvador

<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas, Chocolates, Galletas	\$2,50 - \$3,00	Recomendaciones de Amigos/as	Av. González Suárez, Av. República del Salvador
<b>Noche</b>	Para llevar	Una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Recomendaciones de Amigos/as	Guápulo
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas, Galletas	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador, Av. Amazonas y Mariana de Jesús
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas, Chocolates	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Eloy Alfaro y Portugal
<b>Mañana</b>	Consumo en el establecimiento	Más de una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Chocolates	\$1,50 - \$2,00	Recomendaciones de Amigos/as	Av. Amazonas y Mariana de Jesús
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Chocolates	\$2,50 - \$3,00	Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales	Av. González Suárez
<b>Tarde</b>	Domicilio	Más de una hora	Entero	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Recomendaciones de Amigos/as	Av. Amazonas y Mariana de Jesús
<b>Tarde, Noche</b>	Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas	\$2,50 - \$3,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador, Av. Amazonas y Mariana de Jesús
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$3,50 - \$4,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales	Av. González Suárez, Av. República del

Salvador

<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Chocolates, Galletas	\$1,50 - \$2,00	Recomendaciones de Amigos/as, Radio/TV	Av. González Suárez
<b>Tarde, Noche</b>	Para llevar, Domicilio, Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00, \$3,50 - \$4,00	Frutas, Chocolates	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as, Radio/TV	Av. González Suárez, Av. República del Salvador, Av. Amazonas y Mariana de Jesús
<b>Tarde</b>	Para llevar	Treinta minutos	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Chocolates	\$2,50 - \$3,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. González Suárez
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Chocolates	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. Amazonas y Mariana de Jesús
<b>Tarde, Noche</b>	Para llevar, Domicilio, Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones, Entero	\$2,50 - \$3,00	Frutas, Chocolates, Galletas, caramelo, canela, menta, calabaza, maple	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. González Suárez, Av. República del Salvador, sector Cinemark
<b>Tarde</b>	Para llevar	Una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Recomendaciones de Amigos/as	Av. González Suárez

								Amigos/as
<b>Tarde</b>	Consumo en el establecimiento	Más de una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Chocolates	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales	Av. República del Salvador
<b>Noche</b>	Para llevar	Una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas	\$1,50 - \$2,00	Recomendaciones de Amigos/as	Av. República del Salvador
<b>Tarde, Noche</b>	Para llevar, Consumo en el establecimiento	Una hora	Porciones, Entero	\$3,50 - \$4,00	Frutas, Galletas	\$2,50 - \$3,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as, Radio/TV	Av. República del Salvador, Valle de los Chillos
<b>Tarde, Noche</b>	Para llevar, Consumo en el establecimiento	Treinta minutos	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas, Chocolates	\$1,50 - \$2,00	Redes Sociales, Correo/Estados de cuenta	Av. República del Salvador
<b>Tarde</b>	Para llevar	Una hora	Porciones	\$2,50 - \$3,00	Frutas, Galletas	\$2,50 - \$3,00	Redes Sociales, Recomendaciones de Amigos/as	Av. González Suárez, Av. República del Salvador

## Anexo 4: Recetas estándar costeadas

### 1. Infusiones

#### a) Infusión de cedrón, hierba luisa y menta

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	INFUSIÓN DE CEDRÓN, HIERBA LUISA Y MENTA			
Género				
Porciones/Peso porción				
Fecha de elaboración				
técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,005	k	Cedrón	\$ 3,00	\$ 0,02
0,005	k	Hierba luisa	\$ 3,00	\$ 0,02
0,005	k	Menta	\$ 3,00	\$ 0,02
0,01	k	Hojas de estevia	\$ 3,50	\$ 0,04
0,06	k	Agua	\$ -	\$ -
<b>Fotografía</b>		<b>Procedimiento</b>		<b>Costo total: \$ 0,08</b>

**b) Infusión de frutas deshidratadas**



Nombre de la receta	INFUSIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS
Género	
Porciones/Peso porción	
Fecha de elaboración	
técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,03	k	Frutas deshidratadas	\$ 30,00	\$ 0,90
0,01	k	Hojas de estevia	\$ 3,50	\$ 0,04
0,06	k	Agua	\$ -	\$ -
				\$ -
				\$ -

<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Costo total: \$ 0,94</b>

c) Infusión de Bom Banana



Nombre de la receta	INFUSIÓN DE BOM BANANA
Género	
Porciones/Peso porción	
Fecha de elaboración	
técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,03	k	Mezcla de té verde con trozos de plátano y pera, pétalos de caléndula y aroma.	\$ 45,00	\$ 1,35
0,08	k	Agua	\$ -	\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -

		<b>Costo total: \$ 1,35</b>
Fotografía	Procedimiento	

d) Infusión de menta y chocolate



Nombre de la receta	INFUSIÓN DE MENTA Y CHOCOLATE
Género	
Porciones/Peso porción	
Fecha de elaboración	
técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,03	k	Mezcla de té negro con aceite de cacao y menta	\$ 35,00	\$ 1,05
0,08	k	Agua	\$ -	\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -

Fotografía	Procedimiento	<b>Costo total: \$ 1,05</b>

## 2. Cheesecakes

### a) Cheesecake de maracuyá

Nombre de la receta	CHEESECAKE DE MARACUYÁ			
Género				
Porciones/Peso porción	10			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,3	k	Galletas María	\$ 4,24	\$ 1,27
0,1	k	Mantequilla sin sal	\$ 8,68	\$ 0,87
0,7	k	Queso crema	\$ 6,58	\$ 4,61
0,17	k	Azúcar	\$ 0,88	\$ 0,15
0,06	k	Maicena	\$ 4,00	\$ 0,24
0,125	k	Crema agria	\$ 7,63	\$ 0,95
4	u	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,60
0,02	k	Zumo de limón	\$ 0,05	\$ 0,00
0,005	k	Ralladura de limón	\$ 0,05	\$ 0,00
0,005	k	Esencia de vainilla	\$ 9,06	\$ 0,05
0,05	k	Pulpa de maracuyá	\$ 2,88	\$ 0,14
1	u	Maracuyá	\$ 0,33	\$ 0,33
<b>Fotografía</b>		<b>Procedimiento</b>		<b>Costo total: \$ 0,92</b>

b) *Cheesecake* de chocolate y menta



Nombre de la receta	CHEESECAKE DE CHOCOLATE Y MENTA
Género	
Porciones/Peso porción	10
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,3	K	Galletas oreo	\$ 5,65	\$ 1,70
0,1	K	Mantequilla sin sal	\$ 8,68	\$ 0,87
0,7	K	Queso crema	\$ 6,58	\$ 4,61
0,17	K	Azúcar	\$ 0,88	\$ 0,15
0,06	K	Maicena	\$ 4,00	\$ 0,24
0,125	k	Crema agria	\$ 7,63	\$ 0,95
4	u	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,60
0,1	lt	Crema de menta	\$ 14,14	\$ 1,41
0,1	lt	Crema de cacao	\$ 14,14	\$ 1,41
0,005	k	Esencia de vainilla	\$ 9,06	\$ 0,05
0,1	k	Chocolate en barra	\$ 12,06	\$ 1,21
3	u	Hojas de menta	\$ 0,01	\$ 0,03

<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Costo total: \$ 1,32</b>

c) **Cheesecake** de zanahoria



Nombre de la receta	CHEESECAKE DE ZANAHORIA
Género	
Porciones/Peso porción	10
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,15	K	Galletas María	\$ 4,24	\$ 0,64
0,15	K	Nueces tostadas	\$ 24,25	\$ 3,64
0,7	K	Queso crema	\$ 6,58	\$ 4,61
0,17	K	Azúcar	\$ 0,88	\$ 0,15
0,06	K	Maicena	\$ 4,00	\$ 0,24
0,125	K	Crema agria	\$ 7,63	\$ 0,95
4	U	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,60
1	U	Zumo de naranja	\$ 0,25	\$ 0,25
0,01	K	Canela en polvo	\$ 4,00	\$ 0,04
0,005	K	Esencia de vainilla	\$ 9,06	\$ 0,05
0,11	K	Zanahoria rallada	\$ 1,25	\$ 0,14
0,1	k	Mantequilla sin sal	\$ 8,68	\$ 0,87

Fotografía	Procedimiento	<b>Costo total: \$ 1,22</b>

d) **Cheesecake** de galletas oreo



Nombre de la receta	CHEESECAKE DE GALLETAS OREO
Género	
Porciones/Peso porción	10
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,385	k	Galletas oreo	\$ 5,65	\$ 2,18
0,1	k	Mantequilla sin sal	\$ 8,68	\$ 0,87
0,7	k	Queso crema	\$ 6,58	\$ 4,61
0,2	k	Azúcar	\$ 0,88	\$ 0,18
0,06	k	Maicena	\$ 4,00	\$ 0,24
0,125	k	Crema agria	\$ 7,63	\$ 0,95
4	u	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,60
0,1	lt	Crema de cacao	\$ 14,14	\$ 1,41
0,02	k	Chispas de chocolate	\$ 13,00	\$ 0,26
0,005	k	Esencia de vainilla	\$ 9,06	\$ 0,05
0,05	lt	Crema de leche	\$ 2,50	\$ 0,13
				\$ -

			<b>Costo total:</b>	<b>\$ 1,15</b>
Fotografía	Procedimiento			

### 3. Ensaladas

#### a) Ensalada frutal

Nombre de la receta	ENSALADA FRUTAL			
Género				
Porciones/Peso porción	1			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,06	k	Lechuga crespá	\$ 5,00	\$ 0,30
0,06	k	Espinaca	\$ 5,50	\$ 0,33
0,015	k	Tomate <i>cherry</i>	\$ 5,00	\$ 0,08
0,015	k	Mango	\$ 2,00	\$ 0,03
0,015	k	Fresas	\$ 2,98	\$ 0,04
0,015	k	Cebolla perla	\$ 1,40	\$ 0,02
0,015	k	Aguacate	\$ 3,00	\$ 0,05
0,02	lt	Vinagreta de fresas	\$ 4,00	\$ 0,08
				\$ -
<b>Fotografía</b>		<b>Procedimiento</b>		<b>Costo total: \$ 0,93</b>

**b) Ensalada *cherry***



Nombre de la receta	ENSALADA CHERRY
Género	
Porciones/Peso porción	1
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,08	k	Rúcula	\$ 5,00	\$ 0,40
0,025	k	Tomate <i>cherry</i>	\$ 5,00	\$ 0,13
0,025	k	Palmito	\$ 2,00	\$ 0,05
0,015	k	Aceitunas	\$ 5,50	\$ 0,08
0,015	lt	Vinagre balsámico	\$ 9,00	\$ 0,14
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -

Fotografía	Procedimiento	<b>Costo total: \$ 0,79</b>

c) Ensalada de pepinillo y albahaca



Nombre de la receta	ENSALADA DE PEPINILLO Y ALBAHACA
Género	
Porciones/Peso porción	1
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,12	K	Tres tipos de lechuga	\$ 5,00	\$ 0,60
0,03	K	Pepinillo	\$ 1,25	\$ 0,04
0,02	K	Pimiento morrón	\$ 1,15	\$ 0,02
0,02	K	Pimiento verde	\$ 1,15	\$ 0,02
0,02	k	Pimiento amarillo	\$ 1,15	\$ 0,02
0,03	k	Zuquini	\$ 1,50	\$ 0,05
0,01	k	Albahaca	\$ 5,70	\$ 0,06
0,015	k	Aceite de oliva	\$ 9,00	\$ 0,14
1	u	Limón	\$ 0,05	\$ 0,05
0,01	k	Orégano	\$ 4,00	\$ 0,04
				\$ -
				\$ -

<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Costo total: \$ 1,03</b>

d) Ensalada al gratín



Nombre de la receta	ENSALADA AL GRATÍN
Género	
Porciones/Peso porción	1
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,06	k	Brócoli	\$ 5,00	\$ 0,30
0,04	k	Espárragos	\$ 8,00	\$ 0,32
0,3	k	Zanahoria	\$ 1,25	\$ 0,38
0,045	k	Choclo dulce	\$ 4,00	\$ 0,18
0,05	k	Queso mozzarella	\$ 10,00	\$ 0,50
0,05	lt	Crema de leche	\$ 2,50	\$ 0,13
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -

		<b>Costo total: \$ 1,80</b>
Fotografía	Procedimiento	

## 4. Sánduches

### a) Sánduche Mediterráneo

Nombre de la receta	SÁNDUCHE MEDITERRÁNEO			
Género				
Porciones/Peso porción	1			
Fecha de elaboración				
Técnicas aplicadas				
Batería a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	u	Pan integral	\$ 0,25	\$ 0,25
0,015	k	Jamón serrano	\$ 12,00	\$ 0,18
0,015	k	Tomate deshidratado	\$ 6,25	\$ 0,09
0,02	k	Rúcula	\$ 5,00	\$ 0,10
0,015	lt	Salsa tártara	\$ 5,00	\$ 0,08
		<b>Costo total: \$ 0,70</b>		
Fotografía	Procedimiento			

**b) Sánduche de pollo y huevo**



Nombre de la receta	SÁNDUCHE DE POLLO Y HUEVO
Género	
Porciones/Peso porción	1
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
3	u	Pan tajado sin corteza	\$ 0,13	\$ 0,39
0,05	k	Pechuga de Pollo	\$ 10,15	\$ 0,51
0,015	k	Pepinillo	\$ 1,25	\$ 0,02
0,015	k	Aguacate	\$ 3,00	\$ 0,05
1	u	Huevos	\$ 0,15	\$ 0,15
0,015	k	Cebolla	\$ 1,40	\$ 0,02
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -

		<b>Costo total: \$ 1,13</b>
Fotografía	Procedimiento	

c) Sánduche de champiñones



Nombre de la receta	SÁNDUCHE DE CHAMPIÑONES
Género	
Porciones/Peso porción	1
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	u	Pan integral	\$ 0,25	\$ 0,25
0,05	k	Champiñones	\$ 4,00	\$ 0,20
0,015	k	Queso feta	\$ 8,00	\$ 0,12
0,02	k	Tomate	\$ 1,15	\$ 0,02
0,05	k	Ajo	\$ 2,50	\$ 0,13
0,05	k	Perejil	\$ 3,50	\$ 0,18
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -

<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Costo total: \$ 0,89</b>

d) Sánduche de Pernil



Nombre de la receta	SÁNDUCHE DE PERNIL
Género	
Porciones/Peso porción	1
Fecha de elaboración	
Técnicas aplicadas	
Batería a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	u	Pan campesino	\$ 0,25	\$ 0,25
0,05	k	Pernil	\$ 6,50	\$ 0,33
0,015	k	Tomate	\$ 1,15	\$ 0,02
0,015	k	Cebolla perla	\$ 1,40	\$ 0,02
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -

<b>Fotografía</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Costo total: \$ 0,61</b>

## Anexo 5: Proforma equipos y menaje

### 1. Equipos

La proforma de los equipos fue adquirida de Medra Equipos y Maquinaria.



<b>CLIENTE</b>	JOHANNA VINUEZA	<b>C.I.</b>	1718551250
<b>TELEFONO</b>	0996374564	<b>FECHA</b>	14/01/2015
<b>DIRECCION</b>	CASA DE LA CULTURA		

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO U	PRECIO TOTAL
1	HORNO A CONVECCION PARA 10 BANDEJAS FABRICADO EN ACERO INOXIDABLE, CONTROL DIGITAL DE TIEMPO, TEMPERATURA, INYECCION A VAPOR E ILUMINACION PROGRAMADA	\$4.700,00	\$4.700,00
1	COCINA DE 4 QUEMADORES FABRICADA EN ACERO INOXIDABLE, PARRILLAS DE HIERRO FUNDIDO, PATAS CON REGATONES REGULABLES	\$980,00	\$980,00
1	FRIGORIFICO VERTICAL DE UNA PUERTA FABRICADO EN ACERO INOXIDABLE, CONTROL DIGITAL DE TEMPERATURA 70*70*190cm	\$1.980,00	\$1.980,00
1	FRIGORIFICO CON VIDRIO CURVO FABRICADO EN ACERO INOXIDABLE, CONTROL DIGITAL DE TEMPERATURA 150cm ANCHO	\$1.980,00	\$1.980,00
1	MESA DE TRABAJO FABRICADO EN ACERO INOXIDABLE MATE AISI 304 DE 1,5mm GRADO ALIMENTICIO EN LA PARTE POSTERIOR, Y ACERO INOXIDABLE AISI 430 EL LA PARTE INFERIOR, PATAS CON REGATONES IMPORTADOS REGULABLES MEDIDAS 150cm*90cm	\$550,00	\$550,00
1	BATIDORA DE 20 LITROS, 3 VELOCIDADES, 220V	\$1.250,00	\$1.250,00

1	LAVABO DE 1 POZO+ESCURRIDERO, FABRICADO EN ACERO INOXIDABLE AISI 430, POZO TEKA ESPAÑOL DE 42*46*25cm FONDO	\$588,00	\$588,00
<b>GARANTIA</b> Todos nuestros productos tienen 12 meses de garantía y le ofrecemos un asesoramiento integral en la línea de panadería. Servicio técnico locales y repuestos		<b>SUBTOTAL</b>	\$12.028,00
		<b>DESCUENTO</b>	
		<b>IVA</b>	1443,36
		<b>TOTAL</b>	\$13.471,36

**NOTA:** EL PRECIO DEL HORNO ES VALIDO HASTA EL 31 DE DICIEMBRE 2014

**FORMAS DE PAGO:**

EN EFECTIVO 60% A LA FIRMA DEL CONTRATO Y 40% CONTRA ENTREGA  
DIFERIDO HASTA 24 MESES CON INTERESES CON TARJETAS DE CRÉDITO DEL BANCO PICHINCHA, GUAYAQUIL Y PACIFICO.

**TIEMPOS DE ENTREGA:** 3 DIAS LABORABLES A PARTIR DE LA FIRMA DEL CONTRATO EN EQUIPOS LISTOS Y 20 DIAS LABORABLES EN EQUIPOS A FABRICARSE

Cordiales saludos.

DIRECCION: Antonio Ante Oe2-17 y Manuel Larrea (Sector Santa Prisca)  
TELEFONOS: (593-2) 251-1111 / 2951111  
E-MAIL: pabloutreras@yahoo.com  
QUITO - ECUADOR



**ELEM. DE LA COTIZ.**

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	UM	CANTIDAD	VARIANZA	DESCUENTO	RECARGO	TOTAL
GAS1101030003314	CORON ACTUA PIMENTERO ACTUALITE		15.00	1.98	0.00	0.00	33.18
GAS0404070002822	SUNNE JARRA DE ACERO INOXIDABLE 1		30.00	19.13	0.00	0.00	642.87
GAS0601010002595	LUMIN BOWL SET.6pz EMPILABLE 7cm.		5.00	7.44	0.00	0.00	41.66
GAS1101020000678	BO.RO PERFO CEVICHERO DULCERO 10		5.00	8.93	0.00	0.00	49.98
GAS0602030004573	CRIST VASO AV LISO LEXINGTON ROCK		92.00	0.61	0.00	0.00	63.34
GAS0402010000545	SUNNE BANDEJA RECTANGULAR ANTIDE		4.00	15.50	0.00	0.00	69.43
GAS0904020004839	HENG BATIDORA 20LT SISTEMA DE BAN		1.00	1,024.44	0.00	0.00	1,147.37
GAS0307060007769	WIKIN BHALA BOWL ABIERTO PARA ME		10.00	2.82	0.00	0.00	31.53
GAS0307060007857	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRAI		10.00	7.55	0.00	0.00	84.56
GAS0307060007685	WIKIN BHALA BOWL ABIERTO PARA ME		10.00	3.78	0.00	0.00	42.28
GAS0307060007809	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRAI		10.00	6.53	0.00	0.00	73.13
GAS0307060007811	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRAI		10.00	8.69	0.00	0.00	97.30
GAS0307060007812	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRAI		10.00	14.61	0.00	0.00	163.67
GAS0703010005317	TRAMO MASTE CUCHILLO CHEF CEBOLL		6.00	9.83	2.95	0.00	62.77

**ELEM. DE LA COTIZ.**

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	UM	CANTIDAD	VARIANZA	DESCUENTO	RECARGO	TOTAL
GAS1002010000173	WIKIN CACEROLA DE 1.9 LT DE ACERO I		4.00	34.38	0.00	0.00	154.00
GAS1002010000174	WIKIN CACEROLA DE 2.4 LT ACERO INO		4.00	37.46	0.00	0.00	167.80
GAS0307120007829	WIKIN BHALA PALA PARA HIELO 2 PULG		2.00	4.10	0.00	0.00	9.18
GAS0307250007724	WIKIN BHALA PINZA MULTIUSO 0.9MM		2.00	2.10	0.00	0.00	4.70
GAS0307250007725	WIKIN BHALA PINZA MULTIUSO 0.9MM		2.00	1.73	0.00	0.00	3.87
GAS0307120007823	WIKIN BHALA CUCHARON PROFESIONAL		2.00	3.67	0.00	0.00	8.21
GAS0307120007700	WIKIN BHALA CUCHARON PROFESIONAL		2.00	4.31	0.00	0.00	9.67
GAS0901010004978	MONTE 3HPTW LICUADORA FRAPEADOF		1.00	312.49	0.00	0.00	349.99
GAS0304040003506	SUNNE PLATERO PLEGABLE EN ACERO I		2.00	16.58	0.00	0.00	37.14
GAS0307080007788	WIKIN BHALA COLADOR CHINO DE LUJC		2.00	22.44	0.00	0.00	50.26
GAS0307090000998	ONIX CERNIDOR 22cm. DE ACERO INOX		2.00	2.70	0.00	0.00	6.04
GAS0307100007789	WIKIN BHALA ESPOLVOREADOR 16 OZ C		1.00	4.85	0.00	0.00	5.44
GAS0307100007790	WIKIN BHALA ESPOLVOREADOR ORIFIC		1.00	3.16	0.00	0.00	3.54
GAS0307100007792	WIKIN BHALA ESPOLVOREADOR DE MAL		1.00	4.60	0.00	0.00	5.16

**ELEM. DE LA COTIZ.**

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	UM	CANTIDAD	VARIANZA	DESCUENTO	RECARGO	TOTAL
GAS0307100007793	WIKIN BHALA ESPOLVOREADOR 10OZ O		1.00	3.34	0.00	0.00	3.75
GAS0307100007790	WIKIN BHALA ESPOLVOREADOR ORIFIC		1.00	3.16	0.00	0.00	3.54
GAS0307100007792	WIKIN BHALA ESPOLVOREADOR DE MAL		1.00	4.60	0.00	0.00	5.16
GAS0307100007791	WIKIN BHALA ESPOLVOREADOR ORIFIC		1.00	3.16	0.00	0.00	3.54
GAS0402020001618	SUNNE CAJA DISPENSADORA X 6		2.00	31.89	0.00	0.00	71.43
GAS0901040004992	MONTE ME.SI EXPRIMIDOR DE CITRICO		1.00	222.32	0.00	0.00	249.00
GAS0703010002156	TRAMO MASTE CUCHILLO FIAMBRES		1.00	9.16	0.00	0.00	10.26
GAS1201010005848	BAKEW MANGA PASTELERA MAS ESPATU		2.00	8.73	0.00	0.00	19.56
GAS1203030005843	BAKEW DECORADOR DE PASTELES SET		1.00	15.07	0.00	0.00	16.87
GAS0601040005419	UM.EC SET DE FUENTE RECTANGULAR F		2.00	19.95	0.00	0.00	44.68
GAS0601040006728	UM.EC FUENTE RECTANGULAR PYREX O		2.00	8.37	0.00	0.00	18.76

**Anexo 6: Costos materia prima, mano de obra y costos fijos del primer mes de trabajo**

ENERO				
	(A)	50%		
	% Consumo Mensual			
	(B)	TURNOS		
	Capacidad Instalada			
	46	PAX	MAÑANA (M) 8:00 – 12:00	TARDE (T) 13:00 – 18:00
	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	75%	17,25	40,25
	N	100%	23	
MIE	T	75%	17,25	40,25
	N	100%	23	
JUE	T	75%	17,25	40,25
	N	100%	23	
VIE	T	75%	17,25	40,25
	N	100%	23	
SAB	T	100%	23	46
	N	100%	23	
DOM	T	100%	23	40,25
	N	75%	17,25	
TOTAL SEMANA PROMEDIO			ENERO	247,25
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				989
TICKET PROMEDIO				\$ 14,37
FACTURACION PROMEDIO MES			ENERO	\$ 14.208,63
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,59
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA				\$ 3.546,03
UTILIDAD BRUTA				\$ 10.662,60
MANO DE OBRA				\$ 5.874,22
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.920,00





**Anexo 8: Estado de resultados detallado del primer año**

ENERO			FEBRERO			MARZO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ENERO	247,25	TOTAL SEMANA PROMEDIO	FEBRERO	346,15	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MARZO	321,425
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		989	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1384,6	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1285,7
TICKET PROMEDIO		\$ 14,37	TICKET PROMEDIO		\$ 14,37	TICKET PROMEDIO		\$ 14,37
FACTURACION PROMEDIO MES	ENERO	\$ 14.208,63	FACTURACION PROMEDIO MES	FEBRERO	\$ 19.892,09	FACTURACION PROMEDIO MES	MARZO	\$ 18.471,22
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,59	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,59	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,59
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 3.546,03	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 4.964,44	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 4.609,84
UTILIDAD BRUTA		\$ 10.662,60	UTILIDAD BRUTA		\$ 14.927,64	UTILIDAD BRUTA		\$ 13.861,38
MANO DE OBRA		\$ 5.874,22	MANO DE OBRA		\$ 5.874,22	MANO DE OBRA		\$ 5.874,22
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.920,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.920,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.920,00
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 2.868,38	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 7.133,42	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 6.067,16
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 2.439,96	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 6.705,00	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 5.638,74
Intereses Préstamo		\$	Intereses Préstamo		\$	Intereses Préstamo		\$

Interests		617,43	Interests		617,43	Interests		617,43
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 1.822,53	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 6.087,57	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 5.021,31
Impuestos Taxes		\$ 1.522,35	Impuestos Taxes		\$ 2.131,30	Impuestos Taxes		\$ 1.979,06
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes		\$ 300,18	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes		\$ 3.956,28	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes		\$ 3.042,25
ABRIL			MAYO			JUNIO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ABRIL	321,425	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MAYO	370,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	JUNIO	346,15
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1285,7	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1483,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1384,6
TICKET PROMEDIO		\$ 14,37	TICKET PROMEDIO		\$ 14,37	TICKET PROMEDIO		\$ 14,37
FACTURACION PROMEDIO MES	ABRIL	\$ 18.471,22	FACTURACION PROMEDIO MES	MAYO	\$ 21.312,95	FACTURACION PROMEDIO MES	JUNIO	\$ 19.892,09
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,59	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,59	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,59
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4.609,84	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 5.319,05	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4.964,44
UTILIDAD BRUTA		\$ 13.861,38	UTILIDAD BRUTA		\$ 15.993,90	UTILIDAD BRUTA		\$ 14.927,64
MANO DE OBRA		\$ 5.874,22	MANO DE OBRA		\$ 5.874,22	MANO DE OBRA		\$ 5.874,22
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.920,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.920,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.920,00

<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 6.067,16	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 8.199,68	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 7.133,42
<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42	<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42	<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 5.638,74	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 7.771,26	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 6.705,00
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 5.021,31	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 7.153,83	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 6.087,57
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 1.979,06	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.283,53	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.131,30
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 3.042,25	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 4.870,30	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 3.956,28

JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	JULIO	370,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	AGOSTO	370,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	SEPTIEMBRE	346,15
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1483,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1483,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1384,6

<b>TICKET PROMEDIO</b>		\$ 14,37	<b>TICKET PROMEDIO</b>	\$ 14,37	<b>TICKET PROMEDIO</b>	\$ 14,37		
<b>FACTURACION PROMEDIO MES</b>	<b>JULIO</b>	\$ 21.312,95	<b>FACTURACION PROMEDIO MES</b>	<b>AGOSTO</b>	\$ 21.312,95	<b>FACTURACION PROMEDIO MES</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	\$ 19.892,09
<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 3,59	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 3,59	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 3,59
<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 5.319,05	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 5.319,05	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 4.964,44
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 15.993,90	<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 15.993,90	<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 14.927,64
<b>MANO DE OBRA</b>		\$ 5.874,22	<b>MANO DE OBRA</b>		\$ 5.874,22	<b>MANO DE OBRA</b>		\$ 5.874,22
<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>		\$ 1.920,00	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>		\$ 1.920,00	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>		\$ 1.920,00
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 8.199,68	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 8.199,68	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 7.133,42
<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>		\$ 428,42	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>		\$ 428,42	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>		\$ 428,42
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 7.771,26	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 7.771,26	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 6.705,00
<b>Intereses Préstamo</b> Interests		\$ 617,43	<b>Intereses Préstamo</b> Interests		\$ 617,43	<b>Intereses Préstamo</b> Interests		\$ 617,43
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 7.153,83	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 7.153,83	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 6.087,57
<b>Impuestos</b> Taxes		\$ 2.283,53	<b>Impuestos</b> Taxes		\$ 2.283,53	<b>Impuestos</b> Taxes		\$ 2.131,30

OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes			<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes			<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes		
\$ 4.870,30			\$ 4.870,30			\$ 3.956,28		
<b>TOTAL SEMANA PROMEDIO</b>	<b>OCTUBRE</b>	346,15	<b>TOTAL SEMANA PROMEDIO</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	370,875	<b>TOTAL SEMANA PROMEDIO</b>	<b>DICIEMBRE</b>	370,875
<b>TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</b>		1384,6	<b>TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</b>		1483,5	<b>TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</b>		1483,5
<b>TICKET PROMEDIO</b>		\$ 14,37	<b>TICKET PROMEDIO</b>		\$ 14,37	<b>TICKET PROMEDIO</b>		\$ 14,37
<b>FACTURACION PROMEDIO MES</b>	<b>OCTUBRE</b>	\$ 19.892,09	<b>FACTURACION PROMEDIO MES</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	\$ 21.312,95	<b>FACTURACION PROMEDIO MES</b>	<b>DICIEMBRE</b>	\$ 21.312,95
<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 3,59	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 3,59	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 3,59
<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 4.964,44	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 5.319,05	<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>		\$ 5.319,05
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 14.927,64	<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 15.993,90	<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 15.993,90
<b>MANO DE OBRA</b>		\$ 5.874,22	<b>MANO DE OBRA</b>		\$ 5.874,22	<b>MANO DE OBRA</b>		\$ 5.874,22
<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>		\$ 1.920,00	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>		\$ 1.920,00	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>		\$ 1.920,00
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 7.133,42	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 8.199,68	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 8.199,68
<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>		\$ 428,42	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>		\$ 428,42	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>		\$ 428,42
<b>BAIT</b> Earnings Before		\$ 6.705,00	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations,		\$ 7.771,26	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations,		\$ 7.771,26

<b>Amortizations, Interests and Taxes</b>		<b>Interests and Taxes</b>		<b>Interests and Taxes</b>	
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 6.087,57</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 7.153,83</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 7.153,83</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.131,30</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.283,53</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.283,53</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 3.956,28</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 4.870,30</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 4.870,30</b>

**Anexo 9: Estado de resultados detallado del segundo año**

ENERO			FEBRERO			MARZO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ENERO	420,325	TOTAL SEMANA PROMEDIO	FEBRERO	442,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MARZO	420,325
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1681,3	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1771	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1681,3
TICKET PROMEDIO		\$ 14,89	TICKET PROMEDIO		\$ 14,89	TICKET PROMEDIO		\$ 14,89
FACTURACION PROMEDIO MES	ENERO	\$ 25.041,15	FACTURACION PROMEDIO MES	FEBRERO	\$ 26.377,14	FACTURACION PROMEDIO MES	MARZO	\$ 25.041,15
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 6.249,49	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.582,91	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.249,49
UTILIDAD BRUTA		\$ 18.791,66	UTILIDAD BRUTA		\$ 19.794,23	UTILIDAD BRUTA		\$ 18.791,66
MANO DE OBRA		\$ 6.314,79	MANO DE OBRA		\$ 6.314,79	MANO DE OBRA		\$ 6.314,79
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.990,46	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.990,46	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.990,46
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 10.486,41	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 11.488,98	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 10.486,41
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 10.057,99	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 11.060,55	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 10.057,99
Intereses Préstamo		\$	Intereses Préstamo		\$	Intereses Préstamo		\$

Interests	617,43	Interests	617,43	Interests	617,43
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 9.440,56	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 10.443,13	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 9.440,56
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.682,98	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.826,12	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.682,98
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 6.757,58	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 7.617,01	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 6.757,58

ABRIL			MAYO			JUNIO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ABRIL	420,325	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MAYO	442,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO	JUNIO	420,325
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1681,3	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1771	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1681,3
TICKET PROMEDIO		\$ 14,89	TICKET PROMEDIO		\$ 14,89	TICKET PROMEDIO		\$ 14,89
FACTURACION PROMEDIO MES	ABRIL	\$ 25.041,15	FACTURACION PROMEDIO MES	MAYO	\$ 26.377,14	FACTURACION PROMEDIO MES	JUNIO	\$ 25.041,15
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.249,49	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.582,91	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.249,49
UTILIDAD BRUTA		\$ 18.791,66	UTILIDAD BRUTA		\$ 19.794,23	UTILIDAD BRUTA		\$ 18.791,66
MANO DE OBRA		\$ 6.314,79	MANO DE OBRA		\$ 6.314,79	MANO DE OBRA		\$ 6.314,79

<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 1.990,46</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 1.990,46</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 1.990,46</b>
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 10.486,41</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 11.488,98</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 10.486,41</b>
<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 10.057,99</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 11.060,55</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 10.057,99</b>
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 9.440,56</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 10.443,13</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 9.440,56</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.682,98</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.826,12</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.682,98</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 6.757,58</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 7.617,01</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 6.757,58</b>

JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	JULIO	420,325	TOTAL SEMANA PROMEDIO	AGOSTO	442,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO	SEPTIEMBRE	442,75
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1681,3	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1771	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1771
TICKET PROMEDIO		\$ 14,89	TICKET PROMEDIO		\$ 14,89	TICKET PROMEDIO		\$ 14,89
FACTURACION PROMEDIO MES	JULIO	\$ 25.041,15	FACTURACION PROMEDIO MES	AGOSTO	\$ 26.377,14	FACTURACION PROMEDIO MES	SEPTIEMBRE	\$ 26.377,14
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.249,49	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.582,91	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.582,91
UTILIDAD BRUTA		\$ 18.791,66	UTILIDAD BRUTA		\$ 19.794,23	UTILIDAD BRUTA		\$ 19.794,23
MANO DE OBRA		\$ 6.314,79	MANO DE OBRA		\$ 6.314,79	MANO DE OBRA		\$ 6.314,79
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.990,46	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.990,46	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.990,46
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 10.486,41	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 11.488,98	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 11.488,98
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 10.057,99	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 11.060,55	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 11.060,55
Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43	Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43	Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43

<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>9.440,56</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>10.443,13</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>10.443,13</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>2.682,98</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>2.826,12</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>2.826,12</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>6.757,58</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>7.617,01</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>7.617,01</b>

OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	OCTUBRE	420,325	TOTAL SEMANA PROMEDIO	NOVIEMBRE	442,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO	DICIEMBRE	465,175
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1681,3	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1771	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1860,7
TICKET PROMEDIO		\$ 14,89	TICKET PROMEDIO		\$ 14,89	TICKET PROMEDIO		\$ 14,89
FACTURACION PROMEDIO MES	OCTUBRE	\$ 25.041,15	FACTURACION PROMEDIO MES	NOVIEMBRE	\$ 26.377,14	FACTURACION PROMEDIO MES	DICIEMBRE	\$ 27.713,12
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,72
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.249,49	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.582,91	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.916,33
UTILIDAD BRUTA		\$ 18.791,66	UTILIDAD BRUTA		\$ 19.794,23	UTILIDAD BRUTA		\$ 20.796,79
MANO DE OBRA		\$ 6.314,79	MANO DE OBRA		\$ 6.314,79	MANO DE OBRA		\$ 6.314,79
COSTOS FIJOS - GASTOS		\$	COSTOS FIJOS - GASTOS		\$	COSTOS FIJOS - GASTOS		\$

<b>OPERATIVOS</b>	<b>1.990,46</b>	<b>OPERATIVOS</b>	<b>1.990,46</b>	<b>OPERATIVOS</b>	<b>1.990,46</b>
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 10.486,41</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 11.488,98</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 12.491,54</b>
<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 10.057,99</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 11.060,55</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 12.063,12</b>
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 9.440,56</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 10.443,13</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 11.445,69</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.682,98</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.826,12</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.969,26</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 6.757,58</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 7.617,01</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 8.476,43</b>

**Anexo 10: Estado de resultados detallado del tercer año**

ENERO			FEBRERO			MARZO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ENERO	395,6	TOTAL SEMANA PROMEDIO	FEBRERO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MARZO	418,025
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1582,4	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1672,1
TICKET PROMEDIO		\$ 15,44	TICKET PROMEDIO		\$ 15,44	TICKET PROMEDIO		\$ 15,44
FACTURACION PROMEDIO MES	ENERO	\$ 24.433,10	FACTURACION PROMEDIO MES	FEBRERO	\$ 28.588,14	FACTURACION PROMEDIO MES	MARZO	\$ 25.818,11
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 6.097,74	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.134,71	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.443,39
UTILIDAD BRUTA		\$ 18.335,36	UTILIDAD BRUTA		\$ 21.453,43	UTILIDAD BRUTA		\$ 19.374,72
MANO DE OBRA		\$ 6.788,40	MANO DE OBRA		\$ 6.788,40	MANO DE OBRA		\$ 6.788,40
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.063,51	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.063,51	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.063,51
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 9.483,45	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 12.601,52	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 10.522,80
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 9.055,02	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 12.173,10	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 10.094,38
Intereses Préstamo		\$	Intereses Préstamo		\$	Intereses Préstamo		\$

Interests	617,43	Interests	617,43	Interests	617,43
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 8.437,60	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 11.555,67	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 9.476,96
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.617,83	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 3.063,02	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.766,23
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 5.819,77	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 8.492,66	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 6.710,73

ABRIL			MAYO			JUNIO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ABRIL	418,025	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MAYO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	JUNIO	440,45
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1672,1	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8
TICKET PROMEDIO		\$ 15,44	TICKET PROMEDIO		\$ 15,44	TICKET PROMEDIO		\$ 15,44
FACTURACION PROMEDIO MES	ABRIL	\$ 25.818,11	FACTURACION PROMEDIO MES	MAYO	\$ 28.588,14	FACTURACION PROMEDIO MES	JUNIO	\$ 27.203,13
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.443,39	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.134,71	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.789,05
UTILIDAD BRUTA		\$ 19.374,72	UTILIDAD BRUTA		\$ 21.453,43	UTILIDAD BRUTA		\$ 20.414,08

<b>MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 6.788,40</b>	<b>MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 6.788,40</b>	<b>MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 6.788,40</b>
<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.063,51</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.063,51</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.063,51</b>
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 10.522,80</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 12.601,52</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 11.562,16</b>
<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones&amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 10.094,38</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 12.173,10</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 11.133,74</b>
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 9.476,96</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 11.555,67</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 10.516,32</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.766,23</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.063,02</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.914,62</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 6.710,73</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 8.492,66</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 7.601,69</b>

JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE				
TOTAL SEMANA PROMEDIO	JULIO	418,025	TOTAL SEMANA PROMEDIO	AGOSTO	440,45	TOTAL SEMANA PROMEDIO	SEPTIEMBRE	418,025
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1672,1	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1672,1
TICKET PROMEDIO		\$ 15,44	TICKET PROMEDIO		\$ 15,44	TICKET PROMEDIO		\$ 15,44
FACTURACION PROMEDIO MES	JULIO	\$ 25.818,11	FACTURACION PROMEDIO MES	AGOSTO	\$ 27.203,13	FACTURACION PROMEDIO MES	SEPTIEMBRE	\$ 25.818,11
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.443,39	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.789,05	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.443,39
UTILIDAD BRUTA		\$ 19.374,72	UTILIDAD BRUTA		\$ 20.414,08	UTILIDAD BRUTA		\$ 19.374,72
MANO DE OBRA		\$ 6.788,40	MANO DE OBRA		\$ 6.788,40	MANO DE OBRA		\$ 6.788,40
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.063,51	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.063,51	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.063,51
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 10.522,80	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 11.562,16	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 10.522,80
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 10.094,38	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 11.133,74	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 10.094,38
Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43	Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43	Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43

<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 9.476,96	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 10.516,32	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 9.476,96
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.766,23	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.914,62	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.766,23
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 6.710,73	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 7.601,69	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 6.710,73

OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	OCTUB RE	440,45	TOTAL SEMANA PROMEDIO	NOVIEM BRE	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	DICIEM BRE	462,875
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5
TICKET PROMEDIO		\$ 15,44	TICKET PROMEDIO		\$ 15,44	TICKET PROMEDIO		\$ 15,44
FACTURACION PROMEDIO MES	OCTUB RE	\$ 27.203,13	FACTURACION PROMEDIO MES	NOVIEM BRE	\$ 28.588,14	FACTURACION PROMEDIO MES	DICIEM BRE	\$ 28.588,14
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,85
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.789,05	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.134,71	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.134,71
UTILIDAD BRUTA		\$ 20.414,08	UTILIDAD BRUTA		\$ 21.453,43	UTILIDAD BRUTA		\$ 21.453,43
MANO DE OBRA		\$	MANO DE OBRA		\$	MANO DE OBRA		\$

	6.788,40		6.788,40		6.788,40
<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.063,51</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.063,51</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.063,51</b>
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 11.562,16</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 12.601,52</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 12.601,52</b>
<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 11.133,74</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 12.173,10</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 12.173,10</b>
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 10.516,32</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 11.555,67</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 11.555,67</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.914,62</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.063,02</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.063,02</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 7.601,69</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 8.492,66</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 8.492,66</b>

**Anexo 11: Estado de resultados detallado del cuarto año**

ENERO		ENERO		FEBRERO		FEBRERO		MARZO		MARZO	
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ENERO	395,6		TOTAL SEMANA PROMEDIO	FEBRERO	462,875		TOTAL SEMANA PROMEDIO	MARZO	440,45	
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1582,4		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8	
TICKET PROMEDIO		\$ 15,90		TICKET PROMEDIO		\$ 15,90		TICKET PROMEDIO		\$ 15,90	
FACTURACION PROMEDIO MES	ENERO	\$ 25.166,09		FACTURACION PROMEDIO MES	FEBRERO	\$ 29.445,79		FACTURACION PROMEDIO MES	MARZO	\$ 28.019,22	
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96	
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 6.262,38		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.327,34		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.972,36	
UTILIDAD BRUTA		\$ 18.903,71		UTILIDAD BRUTA		\$ 22.118,44		UTILIDAD BRUTA		\$ 21.046,86	
MANO DE OBRA		\$ 7.297,53		MANO DE OBRA		\$ 7.297,53		MANO DE OBRA		\$ 7.297,53	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.119,23		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.119,23		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.119,23	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 9.486,96		EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 12.701,69		EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 11.630,11	
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	
BAIT Earnings Before Amortizations,		\$ 9.058,53		BAIT Earnings Before Amortizations,		\$ 12.273,26		BAIT Earnings Before Amortizations,		\$ 11.201,69	

Interests and Taxes		Interests and Taxes		Interests and Taxes	
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 8.441,11</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 11.655,84</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 10.584,26</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 2.696,37</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.154,91</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.002,06</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 5.744,74</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 8.500,93</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 7.582,20</b>

ABRIL			MAYO			JUNIO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ABRIL	418,025	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MAYO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	JUNIO	440,45
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1672,1	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8
TICKET PROMEDIO		\$ 15,90	TICKET PROMEDIO		\$ 15,90	TICKET PROMEDIO		\$ 15,90
FACTURACION PROMEDIO MES	ABRIL	\$ 26.592,65	FACTURACION PROMEDIO MES	MAYO	\$ 29.445,79	FACTURACION PROMEDIO MES	JUNIO	\$ 28.019,22
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96
COSTO MATERIA PRIMA		\$	COSTO MATERIA PRIMA		\$	COSTO MATERIA PRIMA		\$

	6.617,37		7.327,34		6.972,36
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 19.975,29	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 22.118,44	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 21.046,86
<b>MANO DE OBRA</b>	\$ 7.297,53	<b>MANO DE OBRA</b>	\$ 7.297,53	<b>MANO DE OBRA</b>	\$ 7.297,53
<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	\$ 2.119,23	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	\$ 2.119,23	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	\$ 2.119,23
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 10.558,53	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 12.701,69	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 11.630,11
<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 10.130,11	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 12.273,26	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 11.201,69
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 9.512,68	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 11.655,84	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 10.584,26
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.849,21	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 3.154,91	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 3.002,06
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 6.663,47	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 8.500,93	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 7.582,20

JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	JULIO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	AGOSTO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	SEPTIEMBRE	440,45
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8
TICKET PROMEDIO		\$ 15,90	TICKET PROMEDIO		\$ 15,90	TICKET PROMEDIO		\$ 15,90
FACTURACION PROMEDIO MES	JULIO	\$ 29.445,79	FACTURACION PROMEDIO MES	AGOSTO	\$ 29.445,79	FACTURACION PROMEDIO MES	SEPTIEMBRE	\$ 28.019,22
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.327,34	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.327,34	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.972,36
UTILIDAD BRUTA		\$ 22.118,44	UTILIDAD BRUTA		\$ 22.118,44	UTILIDAD BRUTA		\$ 21.046,86
MANO DE OBRA		\$ 7.297,53	MANO DE OBRA		\$ 7.297,53	MANO DE OBRA		\$ 7.297,53
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.119,23	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.119,23	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.119,23
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 12.701,69	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 12.701,69	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 11.630,11
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 12.273,26	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 12.273,26	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 11.201,69
Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43	Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43	Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43

<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>11.655,84</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>11.655,84</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>10.584,26</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>3.154,91</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>3.154,91</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>3.002,06</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>8.500,93</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>8.500,93</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>7.582,20</b>

OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	OCTUBRE	440,45	TOTAL SEMANA PROMEDIO	NOVIEMBRE	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	DICIEMBRE	462,875
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5
TICKET PROMEDIO		\$ 15,90	TICKET PROMEDIO		\$ 15,90	TICKET PROMEDIO		\$ 15,90
FACTURACION PROMEDIO MES	OCTUBRE	\$ 28.019,22	FACTURACION PROMEDIO MES	NOVIEMBRE	\$ 29.445,79	FACTURACION PROMEDIO MES	DICIEMBRE	\$ 29.445,79
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,96
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.972,36	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.327,34	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.327,34
UTILIDAD BRUTA		\$ 21.046,86	UTILIDAD BRUTA		\$ 22.118,44	UTILIDAD BRUTA		\$ 22.118,44
MANO DE OBRA		\$	MANO DE OBRA		\$	MANO DE OBRA		\$

	7.297,53		7.297,53		7.297,53
<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.119,23</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.119,23</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.119,23</b>
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 11.630,11</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 12.701,69</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 12.701,69</b>
<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 11.201,69</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 12.273,26</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 12.273,26</b>
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 10.584,26</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 11.655,84</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 11.655,84</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.002,06</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.154,91</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.154,91</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 7.582,20</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 8.500,93</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 8.500,93</b>

**Anexo 12: Estado de resultados detallado del quinto año**

ENERO			FEBRERO			MARZO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ENERO	395,6	TOTAL SEMANA PROMEDIO	FEBRERO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MARZO	440,45
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1582,4	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8
TICKET PROMEDIO		\$ 16,49	TICKET PROMEDIO		\$ 16,49	TICKET PROMEDIO		\$ 16,49
FACTURACION PROMEDIO MES	ENERO	\$ 26.097,23	FACTURACION PROMEDIO MES	FEBRERO	\$ 30.535,28	FACTURACION PROMEDIO MES	MARZO	\$ 29.055,93
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 6.431,46	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.525,18	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.160,61
UTILIDAD BRUTA		\$ 19.665,77	UTILIDAD BRUTA		\$ 23.010,10	UTILIDAD BRUTA		\$ 21.895,32
MANO DE OBRA		\$ 7.844,84	MANO DE OBRA		\$ 7.844,84	MANO DE OBRA		\$ 7.844,84
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.176,45	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.176,45	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.176,45
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 9.644,48	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 12.988,81	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 11.874,03
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 9.216,06	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 12.560,38	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 11.445,61
Intereses Préstamo		\$	Intereses Préstamo		\$	Intereses Préstamo		\$

Interests	617,43	Interests	617,43	Interests	617,43
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 8.598,63	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 11.942,96	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 10.828,18
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.796,13	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 3.271,64	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 3.113,14
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 5.802,50	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 8.671,32	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 7.715,05

ABRIL			MAYO			JUNIO		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	ABRIL	440,45	TOTAL SEMANA PROMEDIO	MAYO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	JUNIO	440,45
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8
TICKET PROMEDIO		\$ 16,49	TICKET PROMEDIO		\$ 16,49	TICKET PROMEDIO		\$ 16,49
FACTURACION PROMEDIO MES	ABRIL	\$ 29.055,93	FACTURACION PROMEDIO MES	MAYO	\$ 30.535,28	FACTURACION PROMEDIO MES	JUNIO	\$ 29.055,93
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.160,61	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.525,18	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.160,61
UTILIDAD BRUTA		\$ 21.895,32	UTILIDAD BRUTA		\$ 23.010,10	UTILIDAD BRUTA		\$ 21.895,32

<b>MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 7.844,84</b>	<b>MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 7.844,84</b>	<b>MANO DE OBRA</b>	<b>\$ 7.844,84</b>
<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.176,45</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.176,45</b>	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 2.176,45</b>
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 11.874,03</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 12.988,81</b>	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	<b>\$ 11.874,03</b>
<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	<b>\$ 428,42</b>
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 11.445,61</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 12.560,38</b>	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	<b>\$ 11.445,61</b>
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	<b>\$ 617,43</b>
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 10.828,18</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 11.942,96</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	<b>\$ 10.828,18</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.113,14</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.271,64</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	<b>\$ 3.113,14</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 7.715,05</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 8.671,32</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	<b>\$ 7.715,05</b>

JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	JULIO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	AGOSTO	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	SEPTIEMBRE	440,45
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1761,8
TICKET PROMEDIO		\$ 16,49	TICKET PROMEDIO		\$ 16,49	TICKET PROMEDIO		\$ 16,49
FACTURACION PROMEDIO MES	JULIO	\$ 30.535,28	FACTURACION PROMEDIO MES	AGOSTO	\$ 30.535,28	FACTURACION PROMEDIO MES	SEPTIEMBRE	\$ 29.055,93
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.525,18	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.525,18	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.160,61
UTILIDAD BRUTA		\$ 23.010,10	UTILIDAD BRUTA		\$ 23.010,10	UTILIDAD BRUTA		\$ 21.895,32
MANO DE OBRA		\$ 7.844,84	MANO DE OBRA		\$ 7.844,84	MANO DE OBRA		\$ 7.844,84
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.176,45	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.176,45	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 2.176,45
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 12.988,81	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 12.988,81	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 11.874,03
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 428,42
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 12.560,38	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 12.560,38	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 11.445,61
Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43	Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43	Intereses Préstamo Interests		\$ 617,43

<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>11.942,96</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>11.942,96</b>	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ <b>10.828,18</b>
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>3.271,64</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>3.271,64</b>	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ <b>3.113,14</b>
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>8.671,32</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>8.671,32</b>	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ <b>7.715,05</b>

OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
TOTAL SEMANA PROMEDIO	OCTUB RE	418,025	TOTAL SEMANA PROMEDIO	NOVIEM BRE	462,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO	DICIEM BRE	462,875
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1672,1	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		1851,5
TICKET PROMEDIO		\$ 16,49	TICKET PROMEDIO		\$ 16,49	TICKET PROMEDIO		\$ 16,49
FACTURACION PROMEDIO MES	OCTUB RE	\$ 27.576,58	FACTURACION PROMEDIO MES	NOVIEM BRE	\$ 30.535,28	FACTURACION PROMEDIO MES	DICIEM BRE	\$ 30.535,28
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 4,06
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6.796,03	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.525,18	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 7.525,18
UTILIDAD BRUTA		\$ 20.780,55	UTILIDAD BRUTA		\$ 23.010,10	UTILIDAD BRUTA		\$ 23.010,10
MANO DE OBRA		\$	MANO DE OBRA		\$	MANO DE OBRA		\$

	7.844,84		7.844,84		7.844,84
<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	\$ 2.176,45	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	\$ 2.176,45	<b>COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</b>	\$ 2.176,45
<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 10.759,26	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 12.988,81	<b>EBIDTA</b> Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations	\$ 12.988,81
<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42	<b>Amortizaciones &amp; Depreciaciones</b>	\$ 428,42
<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 10.330,84	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 12.560,38	<b>BAIT</b> Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes	\$ 12.560,38
<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43	<b>Intereses Préstamo</b> Interests	\$ 617,43
<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 9.713,41	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 11.942,96	<b>BAT</b> Earnings Before Amortizations and Taxes	\$ 11.942,96
<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 2.954,63	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 3.271,64	<b>Impuestos</b> Taxes	\$ 3.271,64
<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 6.758,77	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 8.671,32	<b>BDT</b> Earnings Before Depreciations and Taxes	\$ 8.671,32

## Anexo 13: Formato de Contrato

Este contrato de trabajo fue realizado por el Abogado Lenín Estrella.

### **CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO CON PERIODO DE PRUEBA**

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte \_\_\_\_\_, a través de su representante legal \_\_\_\_\_, en su calidad de EMPLEADOR y por otra parte el \_\_\_\_\_ portador de la cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_, en su calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Quito y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a prueba con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y el TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

#### **PRIMERA.- ANTECEDENTES.-**

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de \_\_\_\_\_, revisados los antecedentes del \_\_\_\_\_, éste declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, EL EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

#### **SEGUNDA.- OBJETO.**

El TRABAJADOR se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR en calidad de \_\_\_\_\_, quien por la naturaleza propia del trabajo se compromete a realizar su actividad laboral con la mayor responsabilidad que exige el puesto,

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Adicionalmente el trabajador se desempeñará con responsabilidad, esmero y de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de

sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

#### **TERCERA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-**

El TRABAJADOR se obliga y acepta, por su parte, a laborar de lunes a viernes, 8 (ocho) horas diarias, con horario \_\_\_\_\_, incluida 1 (una) hora de almuerzo. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR, para lo cual se pagará conforme a lo establecido en los Arts. 52 y 55 del Código de Trabajo.

#### **CUARTA.- REMUNERACIÓN.-**

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR por la prestación de sus servicios la suma de \_\_\_\_\_.

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

#### **QUINTA.- DURACIÓN.-**

El tiempo de duración del presente contrato será por un período probatorio de noventa (90) días en el que, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente en cualquier momento; vencido dicho período se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el año.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo.

#### **SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO.-**

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado, siendo el objeto principal \_\_\_\_\_, por consiguiente en razón de su oficio el trabajador tendrá que presentarse diariamente en las instalaciones de la empresa ubicadas en \_\_\_\_\_, sector \_\_\_\_\_, de esta ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

#### **SÉPTIMA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:**

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y del trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato, que en caso de infringirlas o no acatarlas se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral entre las partes.

### **OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE.-**

En todo lo no previsto en este contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

### **NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

### **DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN.-**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de Quito el día \_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

Las partes firman por triplicado el presente contrato con igual valor y tenor literal.

**Atentamente.-**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**EMPLEADOR**

**TRABAJADOR**