



FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA LIBRO
EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

Autora

Dayana Lisbeth Ostaiza Vizuite

Año
2017



FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA LIBRO
EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniera de Administración de Empresas Hoteleras
y Turísticas

Profesor Guía
Agurtzane Goyarzu

Autora
Dayana Lisbeth Ostaiza Vizuite

Año
2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el 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”

Agurtzane Goyarzu
C.C. 1754521050

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro (amos) haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Caroline Frey
C.C 0910874759

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Dayana Lisbeth Ostaiza Vizuete
C.C. 0502874282

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser mi guía y fortalecerme a diario.

A mis padres y hermanas, por su amor, apoyo y ser el pilar fundamental en mi vida, también a mi abuelita Blanca, por velar por mí todos estos años.

A mi tutora guía Agurtzane Goyarzu y correctora Caroline Frey, por su paciencia y ayuda para culminar mi proyecto.

De igual manera, merece mi admiración, cariño y agradecimiento mi mejor amigo, “mi vieras” Bryan Márquez, por ser mi soporte a diario.

A mi amiga incondicional Ana Karen Borja, gracias por tu granito de arena que ha sido tan importante para culminar este proyecto.

A todos ellos, gracias, su apoyo ha sido fundamental.

DEDICATORIA

Con el amor más puro e infinito dedico este proyecto a mis padres, Orley y Carmita por su amor, dedicación y esfuerzo, ustedes que han sido mi inspiración. A mis hermanas, Jhoana y Grace por ser las mejores cómplices y amigas de mi vida, les amo.

RESUMEN

El siguiente proyecto de titulación consiste en el desarrollo de un plan de negocios para la creación de una cafetería libro en la ciudad de Latacunga, con el nombre de “Libros libres Coffee Shop”. El objetivo de este trabajo es comprobar la aceptación, factibilidad y rentabilidad del plan de negocio.

En el primer capítulo se realiza el marco teórico el cual abarca los conceptos principales, así como datos de donde surgen las cafeterías temáticas, posibles competencias mediante el catastro del año 2016, la reglamentación acerca de las cafeterías que se encuentra a nivel nacional y la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros dentro de la ciudad.

En el segundo capítulo para comprobar la aceptación de la idea, se desarrolla una investigación cualitativa y cuantitativa, usando las herramientas como encuestas y *focus group* en la ciudad de Latacunga, proceso en el cual se puede evidenciar la oportunidad de mercado al realizar este negocio en la ciudad antes mencionada.

El tercer capítulo se plantea la planeación estratégica para el negocio. Además de establecer la misión, visión y objetivos empresariales; se desarrolló el FODA cruzado. A su vez, se elaboró una tabla de *benchmarking*, en donde se pudo comparar la competencia que existe en la actualidad con la propuesta de negocios para poder establecer una ventaja competitiva. Finalmente se desarrolló el plan de marketing teniendo en cuenta el modelo de las 4P's.

En el cuarto capítulo, se realizó el plan operativo, el cual cuenta con un *Blueprint* de procesos con la finalidad de dar a conocer los procedimientos tanto dentro y fuera del negocio.

Finalmente, en el último capítulo se desarrolló el plan financiero en donde se contempla la inversión inicial, el punto de equilibrio y se proyectan los resultados a 5 años en tres escenarios: optimista, realista y pesimista, de esta manera se ha podido analizar si el proyecto es viable.

ABSTRACT

The following work consists of the development of a business plan for the creation of a book coffee shop in the city of Latacunga, with the name "Libros libres Coffee Shop", the purpose of this project is to check the acceptance, feasibility and profitability of the business plan.

In the first chapter, the theoretical framework was elaborated, covering the main concepts, as well as details of the thematic coffee shops, possible competitions through the 2016 information, the national regulation for the coffee competitors and the visit of both domestic and foreign tourists within the city.

In the second chapter to verify the acceptance of the idea, a qualitative and quantitative research was developed, using tools such as surveys and focus groups in the city of Latacunga, a process in which the market opportunity can be shown when starting this business in the previously mentioned city.

The third chapter discusses strategic planning for the business. In addition to establishing the mission, vision and business objectives; a cross SWOT was developed. At the same time, a *benchmarking* table was created, comparing the current competition with the business proposal in order to establish a competitive advantage. Finally, the marketing plan was developed taking into account the 4P's model.

In the fourth chapter, an operational plan was designed, which includes a processes *blueprint* in order to know the procedures inside and outside the business.

Finally, in the last chapter, the financial plan was developed considering the initial investment, the break-even point, and the results projected to 5 years in three scenarios: optimistic, realistic and pessimistic, to be able to analyze the viability of the project.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Objetivos	2
Objetivo General.....	2
Objetivos Específicos	2
Justificación del Trabajo	2
Metodología	3
1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	4
2. CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE MERCADO.....	9
2.1 Población y Muestra	9
2.2 Objetivo del estudio de mercado	10
2.3 Investigación cuantitativa-encuestas	10
2.4 Investigación cualitativa - Focus Group	12
2.5 Perfil del Cliente.....	13
3. CAPÍTULO III. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	14
3.1 Misión – Visión.....	14
3.2 Objetivos empresariales	14
3.2.1 Objetivos a corto plazo	14
3.2.2 Objetivos a Mediano plazo.....	14
3.3 Estructura Organizacional	15
3.4 Análisis FODA.....	17
3.5 FODA cruzado	17
3.6 Análisis Benchmarking.....	18
3.7 Ventaja Competitiva.....	19
3.8 Plan Integral de Marketing	19
3.8.1 Producto	19
3.8.1.1 Logotipo	20

3.8.1.2 Slogan:	20
3.8.2 Precio.....	20
3.8.3 Plaza.....	21
3.8.4 Promoción.....	21
4. CAPÍTULO IV. PLAN OPERATIVO	23
4.1 Localización	23
4.2 Plano Cafetería	23
4.3 Mapa de procesos (Blueprint)	25
5. CAPÍTULO V. PLAN FINANCIERO.....	26
5.1 Inversión Inicial	26
5.2 Costos fijos y costos variables	30
5.3 Proyección de estado de resultados.....	31
5.3.1 Estado de pérdidas y ganancias.....	30
5.3.2 Flujo de efectivo.....	34
5.3.3 Balance General	35
5.4 Punto de Equilibrio.....	37
5.5 Índices financieros	38
CONCLUSIONES.....	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perfil del cliente	13
Tabla 2. Funciones de cada empleado	16
Tabla 3. Análisis FODA	17
Tabla 4. FODA cruzado.....	17
Tabla 5. Análisis de benchmarking.....	18
Tabla 6. Aforo.....	24
Tabla 7. Horarios de atención cafetería	24
Tabla 8. Plan de inversión inicial.....	26
Tabla 9. Estructura de capital.....	27
Tabla 10. Presupuesto de financiación	27
Tabla 11. Nómina Salarial	28
Tabla 12. Costos fijos y variables.....	29
Tabla 13. Estado de pérdidas y ganancias	30
Tabla 14. Flujo de efectivo	33
Tabla 15. Balance general	34
Tabla 16. Punto de equilibrio.....	36
Tabla 17. Índices financieros.....	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1. Fórmula muestra.....	9
Figura 2. Datos relevantes de preferencia del consumidor	11
Figura 3. Resumen general de la investigación Cualitativa.....	12
Figura 4. Estructura Organizacional “Libros libres Coffee Shop”.....	15
Figura 5. Logotipo Libros libres Coffee shop	20
Figura 6. Promociones	22
Figura 7. Ubicación cafetería Libros libres Coffee shop	23
Figura 8. Plano Cafetería	23
Figura 9. Blueprint de cafetería	25

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Latacunga se caracteriza por ser una ciudad colonial y acogedora, es por eso que hoy en día el sector de alimentos y bebidas ha tenido bastante acogida en la ciudad. Específicamente las cafeterías, que según el catastro del 2016 emitido por el GAD Municipal de Latacunga, cuenta con 23 locales que han sido catastrados (GAD Municipal del Cantón de Latacunga , 2016). Debido a la falta de lugares innovadores se crea la necesidad de la apertura de una cafetería temática en donde los ciudadanos puedan tener un intercambio cultural, así como promover la lectura mediante la creación de una cafetería libro, en donde haya intercambio de los mismos de forma gratuita.

Según el Ranking realizado por el portal de universidades Universia España, existe una nueva tendencia en ciudades europeas, en donde promueven la alfabetización intercambiando libros de manera gratuita, para las personas que les gusta la lectura y de esta forma fomentar este tipo de costumbres. Se ha podido observar mediante varias visitas realizadas que, en la ciudad de Latacunga existen cafeterías, pero la mayoría cuenta con una mala atención tanto en servicio como en calidad y no existe ninguna cafetería que permita hacer este tipo de intercambio, siendo así innovador y atractivo tanto para las personas locales como extranjeros.

Para este plan de negocios de una cafetería libro, será un lugar que ofrezca tanto servicio de cafetería como de pastelería, además de tener una biblioteca libre tanto virtual, como física, con el fin de generar una nueva tendencia en la ciudad y cumplir con las expectativas de los posibles clientes.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la creación de una cafetería libro en la ciudad de Latacunga.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado con el objetivo de conocer el comportamiento de preferencia y hábitos de consumos en la población latacungueña.
- Delimitar estrategias para Producto, Precio, Plaza y Promoción, con el fin de precisar la ventaja competitiva que se manejará en la cafetería.
- Definir la estructura organizacional que se adapte a un restaurante temático para poder tener un mejor control y supervisión del negocio.
- Determinar la inversión necesaria para la creación de la cafetería temática, las fuentes de financiamiento mediante el plan financiero y de esta manera determinar la viabilidad del negocio.

Justificación del Trabajo

Debido al crecimiento anual de la población del 2,65% según la cámara de comercio de Latacunga, se puede constatar el crecimiento comercial constante que ha tenido la ciudad, sin embargo, las opciones en cuanto a restaurantes, cafeterías, así como lugares de entretenimiento son bastante limitadas. En la ciudad se puede encontrar una gran variedad de establecimientos de alimentos y bebidas, pero son escasos los lugares que cuentan con alguna temática especial.

La información que se encuentra en el catastro del 2016 según el GAD Municipal de Latacunga, se puede observar que cuenta tan solo con 23 cafeterías y no existe ninguna cafetería libro en la ciudad, es por eso que surge

la necesidad de desarrollar un plan de negocios para la creación de una cafetería libro, con el fin de poder ofrecerle a la comunidad laticungueña un intercambio cultural, una experiencia diferente y sobre todo, promover la lectura a través del intercambio de libros de manera gratuita, con la mejor variedad y servicio de cafetería tanto para los clientes locales, como turistas nacionales y extranjeros.

Metodología

El plan de negocios para la creación de una cafetería libro, utilizará principalmente una investigación cuantitativa que se caracteriza por ser un método estadístico que sirve para comparar una teoría a partir de la hipótesis, y sus resultados son controlados, objetivos y numéricos (Guerrero, 2014). Las herramientas que se utilizarán serán encuestas en forma de sondeo de opinión y, por otro lado, un *focus group*. En primera instancia, se encuentran las encuestas ya que son consideradas como una de las principales técnicas de investigación, mediante la cual se obtiene información por parte de los encuestados a través de preguntas abiertas o cerradas en donde las personas pueden expresar su opinión (Bernal, 2010).

Para el mismo proyecto se realizará una investigación cualitativa que se caracteriza por analizar los hechos indicativos e interactivos la cual percibe a lo social como una realidad, y para este tipo de investigación es necesario observar cómo se define un método subjetivo (Guerrero, 2014). La segunda herramienta que se utilizará será el *focus group*, mediante las conversaciones y entrevistas realizadas a los ciudadanos quienes podrán opinar mediante varias preguntas abiertas o cerradas, con el fin de encontrar la factibilidad y acogida que tendría la apertura de una cafetería libro en la ciudad de Latacunga.

1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

El proyecto contempla un plan de negocios para la creación de una cafetería libro, por tal motivo es importante comenzar conociendo acerca del concepto de cafetería. Autores como Ballesteros y Denia, entre otros, 2011 en su libro “Camarero servicio de bar”.

La ordenación turista de cafeterías define que en el concepto de cafetería, quedan comprendidos aquellos establecimientos, cualquiera sea su denominación, que, además de helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, sirvan al público, mediante precio, principalmente en la barra o mostrador, a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto el establecimiento, platos fríos y calientes, simples y combinados, confeccionados de ordinario a la plancha para un refrigerio rápido (Ballesteros Gozalo, Denia Valera, Guerrero Moreno, & Jiménez Jiménez, 2011).

Por otro lado, según la resolución Nro. 172 emitido por el Director Ejecutivo de la Corporación Ecuatoriana de turismo y que se encuentra vigente para la clasificación, registro, funcionamiento y control de las actividades turísticas en el punto 2.37, las cafeterías de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías deben contar con sus instalaciones respectivamente por categoría, así como los servicios a la carta en cuanto a platos y bebidas deberá englobar a todos los servicios que presenten, ya sea platos fríos, calientes, simples o combinados, así como toda clase de bebidas ya sean alcohólicas o no alcohólicas, además su clasificación en cuanto a cafeterías de primera, deberá incluir como mínimo seis platos; para las cafeterías de segunda, cinco platos; para las cafeterías de tercera, cuatro platos y para las cafeterías de cuarta, tres platos (Ministerio de Turismo, 2017).

Específicamente la ciudad de Latacunga no maneja un reglamento en concreto para cafeterías, pero según el reglamento que maneja Quito Turismo cuenta

con las reglas técnicas en las zonas especiales turísticas a nivel nacional, los establecimientos de cafetería pueden preparar alimentos tanto fríos como calientes, el cual incluye servicio a la mesa para el consumo inmediato en el establecimiento. El número de sillas y mesas de la misma deben acoger el 100% de la capacidad máxima de los comensales, y puede contar con un área exclusiva para presentaciones de artistas en vivo, para ser considerado cafetería no está condicionado una especialidad, sino depende de los servicios, la calidad en función de los cuales se determinará la categoría a la que pertenece. En cuanto a criterios y normas debe contener las siguientes especificaciones: identificación externa; las mismas que deben incluir el nombre comercial, tipo de actividad turística y la categoría del establecimiento. Debe contar con un área de recepción y sala de espera con información del aforo, así como la oferta gastronómica, los horarios de atención y las licencias de funcionamiento. Finalmente, el establecimiento debe tener ingresos tanto para los clientes, como el personal, así como accesos para personas con discapacidad, contar con un equipamiento adecuado, señalización, personal y área administrativa y legal (Quito Turismo, 2017).

Las cafeterías empiezan a surgir sobre 1650, en Inglaterra, siendo una opción más sobria, convirtiéndose en lugares de discusión, debates políticos e intrigas. En el siglo XVII, los temas principales que se discutían era sobre los conflictos políticos que se estaban dando en la Revolución Francesa, en 1789 (Museo del Café). Las cafeterías comenzaron a expandirse alrededor de las ciudades europeas, en donde circulaba todo tipo de información de carácter político sobre todo y obras artísticas, ya que las frecuentaban mercaderes, científicos, académicos, filósofos y poetas. Sin embargo, en la década de 1930 las cafeterías fueron perdiendo espacio como un lugar de socialización (Museo del Café). En la actualidad, se han ido modernizando y hoy en día encontramos una gran variedad de cafeterías con diferentes estilos y temáticas, es por eso que cuando se habla de cafeterías temáticas se refiere a establecimientos específicos los cuales además de ofrecer un servicio, tienen un diseño y ambiente peculiar, que viene dado por un tema como, por ejemplo, cafeterías

libro, cafeterías vintage, cafeterías bar, entre otras. Para que una cafetería sea temática es fundamental la ambientación de la misma, de este modo los clientes pueden percibir y disfrutar su permanencia en el local, además de tener en cuenta los detalles y decoración (La franquicia, 2007).

En Ecuador, específicamente en la ciudad de Quito, existen diferentes tipos de cafeterías como *Cafelibro*, siendo una de las cafeterías – restaurantes con más antigüedad en la ciudad, que ofrece todo tipo de libros para todos los estándares de edad, además de exhibiciones de pintura y música en vivo (Cafelibro, 2016). *Metro café* es la única cafetería que abre las 24 horas del día, ofrece comida internacional y nacional, el lugar ofrece 27 diferentes tipos de cafés entre fríos y calientes; además de tener un ambiente urbano y moderno (MetroCafé, 2012). *Omama Coffee Shop y Sweet and Coffee*, son otras de las alternativas en cuanto a cafeterías se trata en la ciudad de Quito. En lo que se refiere a la ciudad de Latacunga, según “TripAdvisor” en el año 2015 se encuentran cinco cafeterías categorizadas como las mejores, como lo son: *Cunani, El Gringo y La Gorda, Pepas, Classic Rock Café, A lo Montubio*.

Los tipos de cafetería que se encuentran hoy en día, varían en cuanto a estilos y temáticas, pero en concreto las cafeterías libro según “La Voz de Houston” de la autora Candance Webb el ambiente de una librería invita a que el cliente se relaje, explore los estantes y al añadirle a esto una taza de café caliente, convertirás a tus futuros visitantes en clientes fijos de por vida. (Webb, 2016). Es por eso que para que la cafetería libro sea un lugar ideal para los posibles clientes, debe tener un ambiente con áreas iluminadas y espacios tranquilos. Además, se debe tener claro si se van a tener libros nuevos, usados o una combinación, por lo tanto, es importante establecer relaciones con proveedores (Webb, 2016). Es imprescindible que existan áreas cómodas, en donde los clientes puedan navegar a través de libros y sientan tranquilidad, así también debe existir una variedad de cafés, pasteles y servicios que haga de la cafetería un lugar acogedor con un servicio de calidad. (Webb, 2016).

Finalmente, se debe tener en cuenta a la ciudad de Latacunga en donde será la apertura del establecimiento, concretamente en el centro de la ciudad, según el catastro de Latacunga y turismo en cifras del MINTUR, podemos encontrar que Latacunga tiene una tasa de ocupación del 14% en la categoría de primera (Ministerio de Turismo, 2017). El lugar escogido para la realización de este proyecto se debe a que, las instituciones públicas y privadas se encuentran ubicadas en el centro de la ciudad, y es por esta razón que la mayor actividad se concentra en el centro de la ciudad, se conserva un centro histórico privilegiado, el cual fue declarado como "Patrimonio Cultural del Estado" emitido por el Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2017). La ciudad de Latacunga es colonial y acogedora para cualquier tipo de emprendimiento que aporte a la ciudad más cultura, además de conservar sus iglesias, construcciones históricas, lo que hacen de la misma una urbe de destino turístico relevante. La ciudad se sitúa en las faldas del volcán activo más alto del mundo "El Cotopaxi", se ha constituido en su actualidad como uno de los principales iconos del país, además de contar con fiestas culturales como la conocida "Mama Negra" también declarado en el año 2005 como Patrimonio Cultural Intangible (GAD Municipal del Cantón de Latacunga , 2016).

Específicamente en la zona urbana, en cuanto a la población de escasos recursos cuenta con 44.849 mil habitantes que es al segmento de mercado local al que está dirigido, este proyecto (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). Según el MINTUR, la concentración de la demanda extranjera en turismo, Cotopaxi tiene el 4,5%. Por otro lado, también se ha tomado en cuenta el ingreso de turistas al Parque Nacional Cotopaxi hasta el año 2012, los mismo que el 73% equivale a turistas extranjeros y el 27% son nacionales, el número de turistas comparado con el año 2011 ha obtenido un incremento del 9,7% con un promedio de estadía de uno a dos días en la ciudad de Latacunga, debido a la falta de emprendimientos y atractivos que hagan su estadía más larga (GAD Municipal de Latacunga , 2014-2015). Para concluir, debido a todas las características encontradas en la ciudad y según el último

catastro realizado en la ciudad de Latacunga, la falta de emprendimientos innovadores crea la necesidad de la realización de este plan de negocios para la apertura de la cafetería libro, con la finalidad de ofrecerle a la comunidad Latacungueña una experiencia diferente, con una variedad de servicio de cafetería, así como ofreciendo un valor agregado que es promover la lectura. Es por eso que la realización de la cafetería sería una buena alternativa en cuanto a establecimientos de alimentos y bebidas, además de ser un aporte para el desarrollo de la ciudad.

2. CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 Población y Muestra

Para este proyecto, se realizarán encuestas de análisis de mercado para poder determinar de manera cualitativa, así como cuantitativa la aceptación para conocer las preferencias y gustos de los clientes dentro de la zona donde se va a desarrollar la cafetería libro a manera de sondeo de opinión. Mediante una fórmula muestral se podrá obtener la muestra para el número de población que se realizará las encuestas ya sea vía web o físicas. La población de Latacunga de estrato social bajo de la zona urbana cuenta con una población 44.849 mil habitantes en total (Instituto Nacioanal de Estadísticas y Censos, 2010). Se aplicó la siguiente fórmula de cálculo, tomada del departamento de matemáticas de la Universidad de las Américas:

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

Figura 1. Fórmula muestra

Tomado de departamento de matemáticas
de la Universidad de las Américas, 2017

Dónde:

N: población

n: muestra

e²: margen de error (recomendable entre 3 y 5%)

Despejando fórmula:

$$n = \frac{44.849}{(0.05)^2 (44849-1) + 1}$$

$$n = \frac{44849}{(0.0025) (44849) + 1}$$

$$n = \frac{44850}{112.12}$$

$$n = 400$$

El resultado de la muestra es de 400 encuestas, teniendo en cuenta un margen de error del 0.05%, sin embargo, al ser encuestas piloto, solo se tomará en cuenta 20 personas para la realización de las mismas y es necesaria para determinar la viabilidad del proyecto.

2.2 Objetivo del estudio de mercado

El objetivo del estudio de mercado es para conocer si es factible la creación de una cafetería libro, ya que de esta manera permitirá saber si los consumidores estarán dispuestos a adquirir el servicio de la cafetería libro, además de conocer el comportamiento de preferencia y hábitos de consumo en la población latacungeña. Las encuestas ayudarán a conocer el perfil del cliente y el focus group permitirá conocer más acerca de los gustos y preferencias de los ciudadanos de la zona.

2.3 Investigación cuantitativa – encuestas:

Para esta investigación se desarrolló un banco de 17 preguntas, las mismas que se enfocan en definir el mercado meta, el comportamiento de compra y los hábitos de consumo en los ciudadanos. Las encuestas se realizaron a veinte personas (10 hombres y 10 mujeres), residentes y no residentes. Las encuestas fueron realizadas a hombres y mujeres, la mayoría de ellos tiene entre 25 a 33 años. Se determinó que la mayoría son solteros con un 81.8%, el 13.6% casados y el 5% divorciados, además el 65% de encuestados reside en la ciudad de Latacunga. Analizando estos factores se deben implementar estrategias para este segmento de mercado.

Al 95,5% de los encuestados les gusta el café y la lectura, lo que hace que pueda tener acogida la creación de la cafetería libro. La ciudad de Latacunga cuenta con cafeterías que han sido calificadas como buenas con un 54,5% ya que para los participantes es importante la calidad y servicio a la hora de acudir a una cafetería. Además, un 100% de encuestados cree que es importante

fomentar más la lectura en la ciudad. Hay que tomar en cuenta los establecimientos de la competencia clasificados como buenos y tenerlos presente en el Benchmarking.

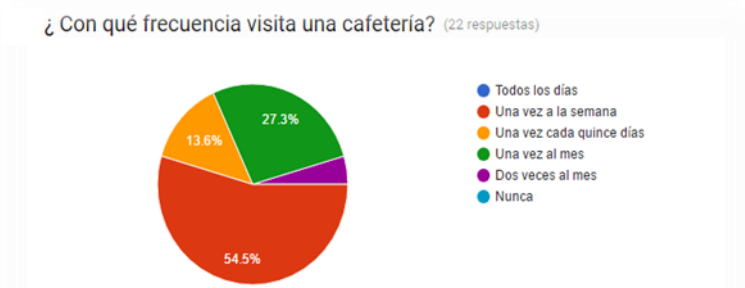


Figura 2. Dato relevante de preferencia del consumidor

Para concluir, se debe tener en cuenta que no existe ninguna cafetería libro en la ciudad de Latacunga y a gran parte de los encuestados les gustaría que existiera una cafetería libro en la ciudad, el 54,5% estaría dispuesto a ir una vez a la semana mientras que tan solo un 13,6% iría una vez cada quince días. A su vez, el 54,6% estaría dispuesto a pagar entre 1 a 3 dólares por el servicio de cafetería, uno de los servicios que ofrecerá la cafetería son los libros, el 36,4% asistiría a la cafetería por el servicio gratuito de libros dentro de la cafetería, seguido del 31,8% que acudiría por el servicio y la calidad. Al 80% de los clientes les gustaría que la cafetería se encuentre ubicada en el centro de la ciudad debido a su potencial cultural e histórico. Finalmente se puede observar que existe una oportunidad de negocio y mediante el plan financiero se podrá obtener sí es factible o no la realización de este proyecto.

2.4 Investigación cualitativa – Focus Group

Para el desarrollo de este *focus group* se realizó una entrevista a 8 personas, 6 mujeres y 2 hombres mayores de 18 años de edad, que gustan de las cafeterías. La fecha de la realización de esta focus group fue el 27 de marzo

del 2017 en la ciudad de Quito, con un tiempo de duración de 50 minutos mediante una grabación visual realizada en el departamento de la interesada junto con los encuestados. Además, se realizaron tanto preguntas cerradas como abiertas en donde se pudo observar y tener en cuenta las diferentes preferencias y gustos por parte de los entrevistados. Las preguntas fueron estructuradas teniendo en cuenta la encuesta física realizada anteriormente, además, de preguntas para poder conocer a profundidad más el mercado meta.

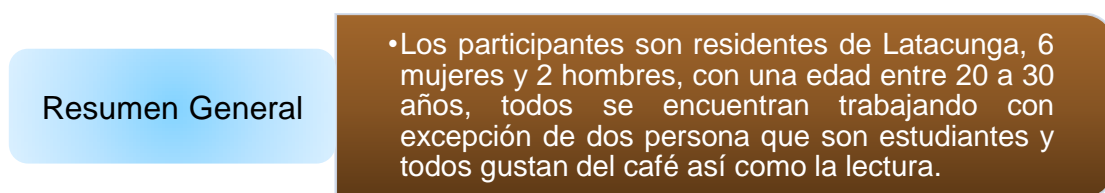


Figura 3. *Resumen general de la investigación Cualitativa*

Se pudo concluir que a 7 de los 8 participantes les gusta el café y la lectura, pero cuentan con pocas opciones en donde además de recibir una buena atención, tengan una variedad de cafés, así como la posibilidad de realizar un intercambio de libros, por lo tanto, les gustaría acudir a una cafetería libro en la ciudad de Latacunga.

A demás, los participantes opinaron que les gustaría tener opción de comprar libros nuevos, así como tenerlos de manera virtual vía tablets y no solo físicos. Y a su vez estarían interesados que en el establecimiento se ofrezca conferencias de escritores de interés. Los participantes desean poder intercambiar opiniones y preferencias con otros lectores, así como recibir recomendaciones.

Las instalaciones deberán ser cómodas y acogedoras para que pueda existir un mayor confort a la hora de ir a leer un libro dentro de la cafetería.

La mayoría de los participantes creen que un lugar estratégico para la ubicación de la cafetería libro sería, el centro de la ciudad, debido a su patrimonio y cultura dentro de esta zona, además de, ser de fácil acceso y en una zona segura, finalmente que cuente con parqueaderos.

En el Anexo 2 se encuentran las preguntas formuladas para la obtención de los resultados del focus group.

2.5 Perfil del Cliente

De acuerdo a los resultados obtenidos, se ha definido como perfil de consumidor para el negocio de una cafetería libro, al siguiente:

Tabla 1.
Perfil del cliente

Género:	Hombres y mujeres
Estado civil:	Solteros/as
Rango de edad:	De entre 18 a 33 años
Ocupación:	Estudian y trabajan
Gasto promedio:	De \$3
Factores de influencia al momento de ir a una cafetería:	calidad, servicio y ambiente

Para concluir, se dice que el perfil del cliente serían hombres y mujeres solteros/as de entre 18 a 33 años de edad, que estudian y trabajan con un gasto promedio de 3\$ por persona.

Los factores de mayor influencia al momento de acudir a una cafetería son la calidad, servicio y ambiente, es por eso, que se debe tener en cuenta estos factores que son los primordiales para tener unos posibles clientes fieles.

3. CAPÍTULO III. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

3.1 Misión – Visión

Misión

Ofrecer un servicio de cafetería de calidad en donde los clientes puedan disfrutar de un buen café y un buen libro, además de promover la lectura en la ciudad de Latacunga, en un ambiente agradable con instalaciones de primera proporcionando una grata experiencia.

Visión

Ser la primera y mejor cafetería libro en la ciudad de Latacunga ofreciendo un nuevo concepto de cafeterías en donde poder disfrutar de los mejores libros de manera gratuita acompañado de un buen café.

3.2 Objetivos empresariales

3.2.1 Objetivos a corto plazo

- Realizar promociones, descuentos para captar clientes.
- Crear un ambiente de trabajo comprometido y de calidad.
- Conseguir fidelización por parte de los clientes en el primer año de funcionamiento del negocio.

3.2.2 Objetivos a Mediano plazo

- Recuperar el total del capital invertido en un período de 3 años y medio.
- Promover la lectura mediante presentaciones de autores de libros nuevos o nacionales, de esta manera atraer a los clientes que gustan de la lectura.
- Conseguir un 10% de crecimiento mínimo en ventas a partir del primer año.

3.3 Estructura Organizacional

Un organigrama es una representación gráfica de la estructura orgánica que refleja de manera esquemática, la posición de todas las áreas que integran la empresa, sus niveles jerárquicos y las líneas de autoridad y asesoría (Fleitman, 2000).

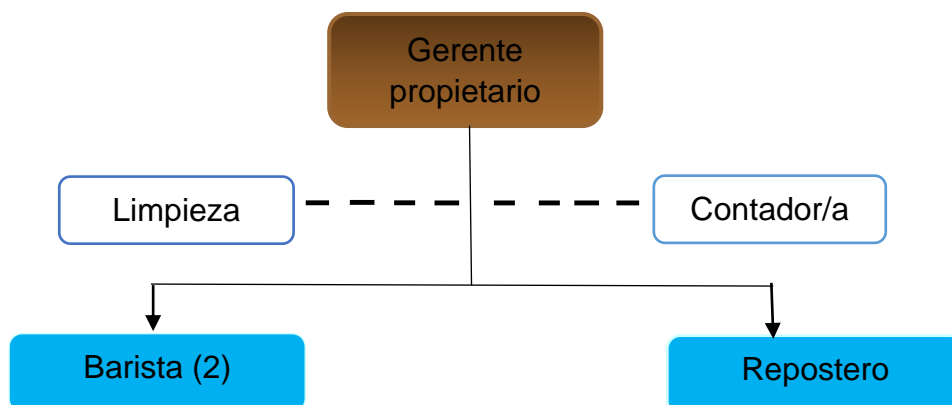


Figura 4. Estructura Organizacional "Libros libres Coffee Shop"

Funciones de cada empleado

Tabla 2.
Funciones de cada empleado

Cargo	Funciones
Gerente Propietario	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de alianzas estratégicas con escritores y proveedores • Desarrollo de promociones • Manejo de Redes Sociales • Asignación de rangos del personal • Atención del cliente • Toma de comanda • Cierre de caja • Cobrar y facturar • Supervisión de las compras y productos • Toma de decisiones y control de procesos • Gestión del personal
Contador/a	<ul style="list-style-type: none"> • SRI • Realización y manejo de contratos • Información contable y tributaria • Roles de pago
Limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener las instalaciones en buen estado de limpieza • Cuidado y limpieza de todas las zonas de la cafetería.
Barista	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega del servicio solicitado en barra • Limpieza de su área de trabajo • Recoger bandejas y limpieza de mesas • Preparación de bebidas • Servir repostería • Preparación de cafés tanto fríos como calientes • Inventarios de su área de trabajo • Lista de compras
Repostero	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de la mise en place • Elaboración de todo tipo de productos que se ofrecerán en la cafetería, como postres, sandwiches, etc. • Mantener limpia su zona de trabajo • Clasificar, ordenar y guardar la materia prima

3.4 Análisis FODA

Tabla 3.
Análisis FODA

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe ninguna cafetería libro en la ciudad de Latacunga. - Infraestructura cómoda y moderna - Libros gratuitos tanto virtuales como físicos - Servicio innovador - Personal capacitado 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe una cafetería libro con las características que ofrece “Libros libres Coffee shop” - Acogida por parte de los posibles clientes, mediante las encuestas realizadas -Concepto innovador no implementado en el sector - Ubicación estratégica, junto a lugares turísticos - Alto porcentaje de ciudadanos que gustan de la lectura y el café
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser nuevo en el mercado - Falta de experiencia y práctica en el mercado - Marca nueva -Existencia de cafeterías y restaurantes alrededor que brindan servicio de cafetería, alimentos y bebidas -Se enfoca a un segmento de mercado en concreto con un nivel económico medio – alto 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estado activo del volcán Cotopaxi - Presencia de cafeterías posicionadas en la zona - Consumidores poco leales - Incremento de impuestos hacia productos - Crisis económica en el país





3.5 FODA cruzado

Tabla 4.
FODA cruzad

<p style="text-align: center;">Fortaleza/Oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al ser la primera cafetería libro se ofrecerá un servicio innovador ofreciendo un nuevo concepto de cafeterías 	<p style="text-align: center;">Debilidad/Oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explotar la ubicación estratégica de la cafetería en una zona turística para ofrecer publicidad de la misma
<p style="text-align: center;">Fortaleza/Amenaza</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diferenciarnos de las cafeterías que están posicionadas en la zona, ofreciendo instalaciones de primera con productos de calidad, de esta manera hacer que nuestros futuros clientes nos prefieran 	<p style="text-align: center;">Debilidad/Amenaza</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear un plan de contingencia en caso de una posible erupción del volcán Cotopaxi, además de

3.6 Análisis Benchmarking

Tabla 5.
Análisis de benchmarking

Información general	Logotipo				
	Página Web/Facebook	SI	SI	SI	SI
	Tipo de establecimiento	Cafetería	Cafetería	Cafetería	Cafetería
	Ubicación	Latacunga	Latacunga	Latacunga	Latacunga
	Precio promedio	4\$	4\$	4\$	6\$
Infraestructura	Parqueadero	SI	SI	SI	SI
	Capacidad	50 pax	30 pax	30 pax	30 pax
Características del establecimiento y servicio	Concepto de cafetería	Internacional	Nacional	Nacional	Internacional
	Menú variado	SI	SI	SI	SI
	Tipo de servicio	Americano	Americano	Americano	Americano
	Temática	SI	NO	NO	SI
	Brinda experiencia	SI	NO	NO	SI

Analizando el cuadro de Benchmarking se han podido determinar las diferentes características que posee la cafetería libro, Libros libres Coffee Shop frente a sus principales competidores. En cuanto a la información general y la infraestructura los establecimientos comparten similitudes, sin embargo, en las características del establecimiento Libros libres Coffee shop se encuentra por encima de su competencia en cuanto a los productos y servicios que ofrece, ya

que cumple los requerimientos establecidos de este plan de negocios con la temática de cafetería libro siendo única en la zona, brindando una experiencia nueva a los clientes, ofreciendo un concepto de cafetería internacional, además de contar con un amplio local para que los clientes se sientan cómodos a la hora de visitar Libros libres Coffee shop.

3.7 Ventaja Competitiva

Es una característica diferente o única que posee una empresa en comparación a otra del mismo sector o mercado, quien desarrolla un mejor desempeño (Crece negocios , 2017).

Libros libres Coffee shop se diferencia de su competencia por el manejo de un concepto nuevo e único en su modelo de negocio, a su vez ofrece una experiencia diferente ya que podrá contar con libros gratuitos, así como de presentación de autores nuevos o nacionales, además de recibir un producto de calidad y con muy buena atención al cliente. La cafetería servirá cafés nacionales de alta calidad, también ofrecerá servicio de pastelería y repostería.

3.8 Plan Integral de Marketing

3.8.1 Producto

La cafetería tiene una temática de librería, se buscará fomentar la lectura mediante la innovación.

Libros libres Coffee shop ofrecerá productos, los cuales serán:

- Servicio de cafetería y librería: el servicio de cafetería será de miércoles a viernes en horario de 12:00 a 20:00, sábado de 07:00 a 20:00 y domingos de 07:00 a 14:00, ofrecerá prestaciones de librería gratuita tanto físicos como virtuales, además del servicio de cafetería ofreciendo café nacional de alta calidad, desayunos, pastelería y repostería tanto

nacional como internacional. La cafetería también contará con una zona de biblioteca en donde se encontrarán libros tanto virtuales mediante las tablets instaladas, libros físicos gratuitos y de venta.

- El Menú constará de desayunos, cafés 100% ecuatorianos y repostería, dirigirse al Anexo 12 para poder apreciarlo.

3.8.1.1 Logotipo:



Figura 5. Logotipo Libros libres Coffee shop

3.8.1.2 Slogan:

Hoy es un buen día para un buen libro.

3.8.2 Precio

Existen tres estrategias para la fijación del precio: costos, valor para el cliente y competencia. Después de haber sido analizadas, se estableció que todas son importantes para poder establecer el precio:

- La estrategia de fijación de precios se basa en la competencia debido a que en la ciudad de Latacunga actualmente ya existen cafeterías posicionadas en el mercado y el precio no podrá ser mayor al de la competencia principal, ya que el precio elevado para una ciudad pequeña podría reducir el mercado objetivo.

- Se debe tratar de optimizar los costos, ya que los cafés que ofrecerá son de una alta calidad es por eso que se deberá contar con proveedores fijos.
- El valor percibido para cada cliente será conforme a lo que piensa que va a recibir versus lo que el cliente recibe.

El precio ticket es de 4 dólares, además el precio establecido se lo puede encontrar en el capítulo 5 y anexo 12 del presente proyecto

3.8.3 Plaza

La ubicación del establecimiento va acorde con la temática de la cafetería, debido a que se encuentra en la zona centro de la ciudad, la misma que está rodeada de patrimonio cultural, iglesias y parques emblemáticos que será de atracción para turistas extranjeros permitiendo visitar la ciudad y aprender de la cultura.

Para llegar al consumidor se utilizará la venta directa, es decir que el cliente adquiere el producto directamente en barra, en el establecimiento, además se realizarán eventos con auspicios de librerías o autores para fomentar la lectura, así como para quienes gustan de la lectura.

3.8.4 Promoción

Las herramientas que se usarán para incentivar la compra serán la venta personal, la publicidad y la promoción en redes sociales. Se buscará atraer a los futuros clientes con eventos y promociones para de esta manera llamar la atención de los mismos. Los eventos que se realizarán dentro de la cafetería serían presentaciones de libros con la participación de autores nuevos en el ámbito nacional.

Los medios publicitarios a utilizar serán digitales, como las redes sociales, ofreciendo promociones y descuentos, información acerca de las

presentaciones de libros, el manejo de una página web y mantener alianzas estratégicas con proveedores de café de alta calidad.

Promociones

- Se aprovechará el uso de redes sociales para dar a conocer el establecimiento
- De lunes a jueves de 16:00 a 20:00 horas, que serían de menor afluencia turística según las encuestas realizadas, ofrecer promociones en cuanto a cafés y postres
- En eventos, regalo de libros y firma de los mismos por parte de los autores que visiten la cafetería.



Figura 6. Promociones

Aforo

Tabla 6.
Aforo

Área	Descripción	Dimensiones
Restaurante	Capacidad para 38 personas	7.39 m de largo por 15 m de ancho: 110.85 m ²
Barra	1 Barra	2.28 m de ancho por 4.90 m de largo: 11.17 m ²
Cocina	1 Cocina	3.49 m de largo por 5.26 m de ancho: 18.35 m ²
Biblioteca	1 Biblioteca capacidad para 12 personas	4.11 m de ancho por 6.95 m de largo: 28.56m ²
Baños	2 baños	4.70 m de ancho por 1.79 m de largo: 8.41 m ²
Área Verde	1 Jardín	6.42 m de ancho por 3.20 m de largo: 20.54 m ²

Horarios de atención

Tabla 7.
Horarios de atención cafetería

Lunes – Viernes	12:00 – 20:00
Sábados	7:00 – 20:00
Domingos	7:00 – 14:00

4.3 Mapa de Procesos (*Blueprint*)

En una organización se requiere tener todos los procesos claros tanto para los empleados como los clientes, ya que de esta manera se puede optimar los tiempos y entregar al cliente un mejor servicio.

Es necesario adaptar el modelo de *Blueprint* para que se lleve a cabo una correcta entrega del servicio al cliente, debe incluir la identificación de tareas, se debe contar con la evidencia física, las acciones que realiza el cliente, las acciones visibles del empleado, las acciones tras bastidores y los procesos de soporte. (Bitner, Ostrom, & Morgan, 2008).

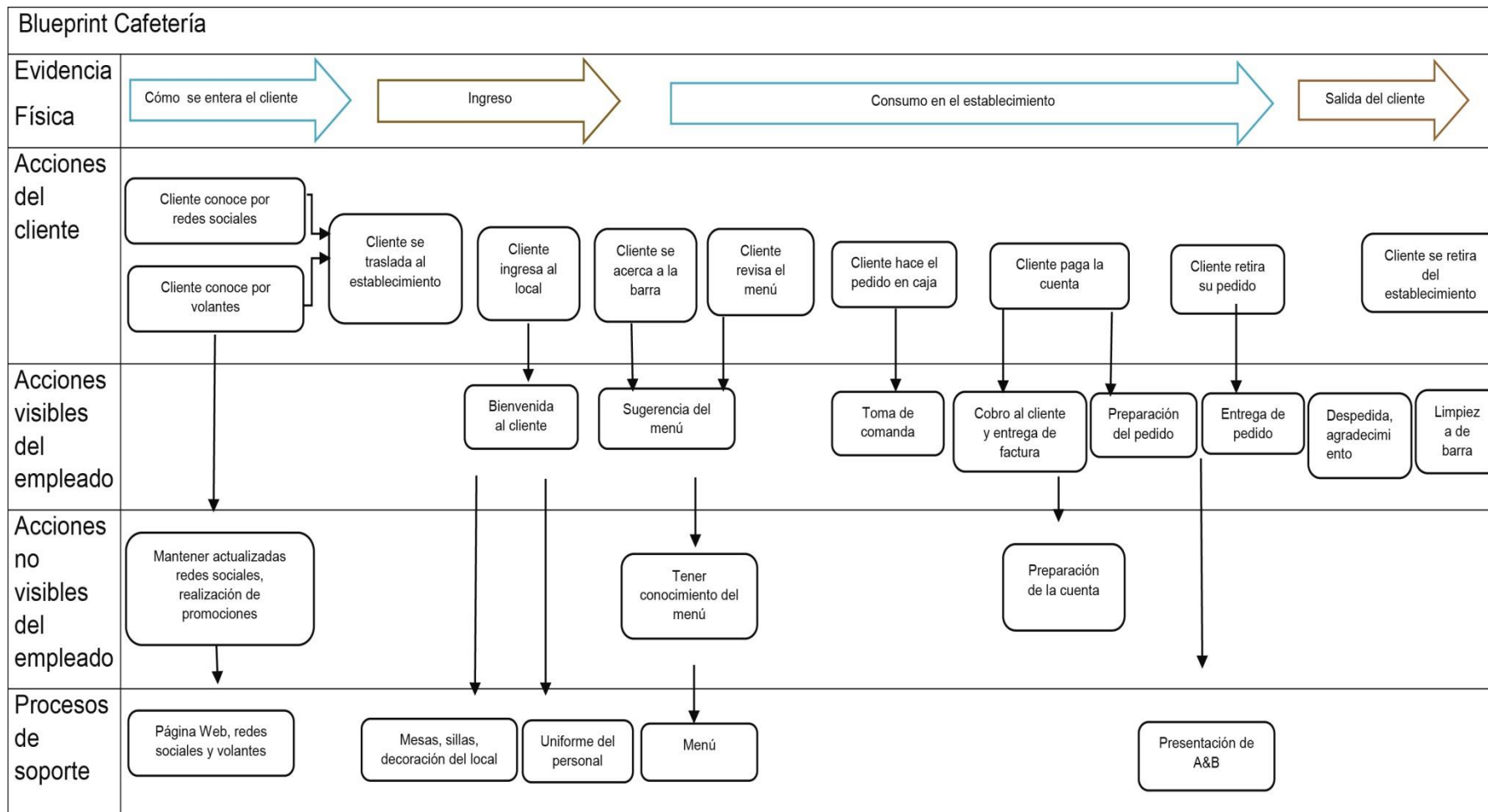


Figura 9. Blueprint de cafetería

5. CAPÍTULO V. PLAN FINANCIERO

5.1 Inversión Inicial

Tabla 8.
Plan de inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Detalle	Valor
Mobiliario	\$ 9.016,56
Maquinaria y Equipo	\$ 30.956,15
Equipos informáticos	\$ 3.045,00
Capital de trabajo	\$ 7.082,97
Total	\$ 50.100,68

Se establece en la tabla 8 el detalle de la inversión inicial, la cual contempla los rubros necesarios para la puesta en marcha de la cafetería libro. Se puede observar que el capital de trabajo inicial cubre los primeros gastos de la inversión, ya que los rubros más elevados son el mobiliario (USD. 9.016,56) y la maquinaria y equipo (USD 30.956,15) las cuales sirven para el funcionamiento y adecuación de la cafetería.

Las cotizaciones para el plan de inversión inicial se encuentran detalladas en el Anexo 3 y se adjunta las cotizaciones en los Anexos 4, 5, 6 y 7

Estructura de capital

Tabla 9.

Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Capital propio	35,00%	\$ 17.535,24
Financiamiento	65,00%	\$ 32.565,44
Total	100,00%	\$ 50.100,68

En la estructura del capital se puede contemplar un total de USD 50.100,68, el cual se divide en el capital propio que va por parte del inversionista y el financiamiento de USD 32.565,44 por parte de la entidad bancaria Banco del Pichincha en donde se realizará el crédito.

Presupuesto de financiación

Tabla 10.

Presupuesto de financiación

AMORTIZACIÓN DEUDA	
Deuda	\$ 32.565,44
Tasa anual (Banco Pichincha)	11,83%
Tiempo años	5
Cuota anual	\$ 8.995,95

En la tabla 10 se puede observar la tabla de amortización del financiamiento que se realizará para el actual proyecto. Se contempla que el 65% de la inversión será financiada a través de un préstamo bancario.

Se ha escogido Banco del Pichincha como la entidad bancaria para el financiamiento del proyecto. Esta entidad otorga una tasa de interés del 11,83% para un préstamo de USD 32.565,44, proyectado hasta cinco años de plazo, sin embargo, la inversión se recupera en 3 años y medio.

Para ver toda la tabla de amortización dirigirse al Anexo 8.

Nómina Salarial

Tabla 11.
Nómina Salarial

Rol de pagos								
Detalle	Sueldo	13ro	14to	F. reserva	vacaciones	less 12.15%	Mes 1	Año 1
Baristas (2)	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 31,25	\$ 62,50	\$ 31,25	\$ 91,13	\$ 966,13	\$ 11.593,50
Limpieza	\$ 180,00	\$ 15,00	\$ 31,25	\$ 15,00	\$ 7,50	\$ 21,87	\$ 255,62	\$ 3.067,44
Repostero	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 529,85	\$ 6.358,20
Contador	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 45,56	\$ 498,69	\$ 5.984,25
Total Mano de obra	\$ 1.705,00	\$ 142,08	\$ 125,00	\$ 142,08	\$ 71,04	\$ 207,16	\$ 2.250,28	\$ 27.003,39

Rol de Pagos Personal administrativo								
Detalle	Sueldo	13ro	14to	F. reserva	vacaciones	IESS 12.15%	Mes 1	Año 1
Gerente	\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 31,25	\$ 83,33	\$ 41,67	\$ 121,50	\$ 1.361,08	\$ 16.333,00
Total Mano de obra	\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 31,25	\$ 83,33	\$ 41,67	\$ 121,50	\$ 1.361,08	\$ 16.333,00

Se ha establecido el rol de pagos para los cinco primeros años que se podrán observar en los anexos 9. Sin embargo, en la tabla 11 se puede apreciar el rol de pagos hasta el primer año de funcionamiento.

5.2 Costos fijos y costos variables

Tabla 12.
Costos fijos y variables

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de la materia prima	\$ 21.127,27	\$ 22.081,12	\$ 23.078,04	\$ 24.119,97	\$ 25.208,94
Mano de obra	\$ 31.602,98	\$ 32.870,47	\$ 34.014,36	\$ 35.198,06	\$ 36.422,95
Costos indirectos	\$ 15.438,22	\$ 15.705,48	\$ 15.982,05	\$ 16.034,90	\$ 16.331,05
Costo total de producción	\$ 68.168,46	\$ 70.657,07	\$ 73.074,45	\$ 75.352,93	\$ 77.962,94
Gastos operacionales	\$ 24.382,00	\$ 22.569,31	\$ 23.354,72	\$ 24.167,46	\$ 25.008,49
Total costos y gastos	\$ 92.550,46	\$ 93.226,38	\$ 96.429,17	\$ 99.520,39	\$ 102.971,43

DETERMINACION DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	\$ 24.382,00	\$ 22.569,31	\$ 23.354,72	\$ 24.167,46	\$ 25.008,49
Costos variables	\$ 68.168,46	\$ 70.657,07	\$ 73.074,45	\$ 75.352,93	\$ 77.962,94
Costo Total	\$ 92.550,46	\$ 93.226,38	\$ 96.429,17	\$ 99.520,39	\$ 102.971,43

En la tabla 12, se encuentra establecido tanto los costos fijos como los costos variables. Los costos variables son más elevados que los costos fijos, siendo USD 68.168,46 y USD 24.382,00 respectivamente. El valor más alto de los costos variables son la mano de obra sumando un total de USD 31.602,98. En los costos fijos incluye los gastos operacionales.

5.3 Proyección de estado de resultados

5.3.1 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 13.

Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO REALISTA					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 105.457,25	\$ 110.218,43	\$ 115.194,57	\$ 120.395,38	\$ 125.830,99
(-) Costo de producción y ventas	\$ 68.168,46	\$ 70.657,07	\$ 73.074,45	\$ 75.352,93	\$ 77.962,94
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 37.288,79	\$ 39.561,36	\$ 42.120,13	\$ 45.042,45	\$ 47.868,05
(-) Gastos operacionales	\$ 24.382,00	\$ 22.569,31	\$ 23.354,72	\$ 24.167,46	\$ 25.008,49
(=) utilidad operacional	\$ 12.906,79	\$ 16.992,05	\$ 18.765,41	\$ 20.874,98	\$ 22.859,56
Intereses	\$ 3.852,49	\$ 3.244,02	\$ 2.563,57	\$ 1.802,61	\$ 951,64
Utilidad después de interés	\$ 9.054,29	\$ 13.748,03	\$ 16.201,84	\$ 19.072,37	\$ 21.907,92
15% participación trabajadores	\$ 1.358,14	\$ 2.062,20	\$ 2.430,28	\$ 2.860,86	\$ 3.286,19
Utilidad antes de impuestos	\$ 7.696,15	\$ 11.685,83	\$ 13.771,56	\$ 16.211,51	\$ 18.621,73
22% impuesto a la renta	\$ 1.693,15	\$ 2.570,88	\$ 3.029,74	\$ 3.566,53	\$ 4.096,78
Utilidad neta	\$ 6.003,00	\$ 9.114,95	\$ 10.741,82	\$ 12.644,98	\$ 14.524,95

ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO OPTIMISTA					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 116.002,97	\$ 121.240,28	\$ 126.714,03	\$ 132.434,92	\$ 138.414,09
(-) Costo de producción y ventas	\$ 71.576,88	\$ 74.189,92	\$ 76.728,17	\$ 79.120,58	\$ 81.861,09

(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 44.426,09	\$ 47.050,35	\$ 49.985,86	\$ 53.314,34	\$ 56.553,00
(-) Gastos operacionales	\$ 24.382,00	\$ 22.569,31	\$ 23.354,72	\$ 24.167,46	\$ 25.008,49
(=) utilidad operacional	\$ 20.044,09	\$ 24.481,04	\$ 26.631,14	\$ 29.146,88	\$ 31.544,51
Intereses	\$ 3.852,49	\$ 3.244,02	\$ 2.563,57	\$ 1.802,61	\$ 951,64
Utilidad después de interés	\$ 16.191,60	\$ 21.237,02	\$ 24.067,58	\$ 27.344,26	\$ 30.592,87
15% participación trabajadores	\$ 2.428,74	\$ 3.185,55	\$ 3.610,14	\$ 4.101,64	\$ 4.588,93
Utilidad antes de impuestos	\$ 13.762,86	\$ 18.051,47	\$ 20.457,44	\$ 23.242,62	\$ 26.003,94
22% impuesto a la renta	\$ 3.027,83	\$ 3.971,32	\$ 4.500,64	\$ 5.113,38	\$ 5.720,87
Utilidad neta	\$ 10.735,03	\$ 14.080,15	\$ 15.956,80	\$ 18.129,25	\$ 20.283,07

ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO PESIMISTA					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 94.911,52	\$ 99.196,59	\$ 103.675,12	\$ 108.355,84	\$ 113.247,89
(-) Costo de producción y ventas	\$ 64.760,04	\$ 67.124,22	\$ 69.420,72	\$ 71.585,28	\$ 74.064,79
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 30.151,48	\$ 32.072,37	\$ 34.254,39	\$ 36.770,56	\$ 39.183,10
(-) Gastos operacionales	\$ 24.382,00	\$ 22.569,31	\$ 23.354,72	\$ 24.167,46	\$ 25.008,49
(=) utilidad operacional	\$ 5.769,48	\$ 9.503,06	\$ 10.899,67	\$ 12.603,09	\$ 14.174,61
Intereses	\$ 3.852,49	\$ 3.244,02	\$ 2.563,57	\$ 1.802,61	\$ 951,64
Utilidad después de interés	\$ 1.916,99	\$ 6.259,04	\$ 8.336,11	\$ 10.800,48	\$ 13.222,96
15% participación trabajadores	\$ 287,55	\$ 938,86	\$ 1.250,42	\$ 1.620,07	\$ 1.983,44
Utilidad antes de impuestos	\$ 1.629,44	\$ 5.320,19	\$ 7.085,69	\$ 9.180,41	\$ 11.239,52
22% impuesto a la renta	\$ 358,48	\$ 1.170,44	\$ 1.558,85	\$ 2.019,69	\$ 2.472,69
Utilidad neta	\$ 1.270,97	\$ 4.149,75	\$ 5.526,84	\$ 7.160,72	\$ 8.766,82

El estado de pérdidas y ganancias muestra todos los gastos necesarios para el funcionamiento de la cafetería libro en tres escenarios; el realista, optimista y pesimista. Además, el ingreso total por ventas de cada año. Se puede observar también que la utilidad percibida para los cinco años es positiva siendo el escenario realista el más óptimo para la recuperación de la inversión. Se debe tener en cuenta que a en esta utilidad incluye el impuesto a la renta del 22% y la participación laboral del 15%.

Se incluye receta estándar de lo que se ofrecerá en la cafetería teniendo un ticket medio en base al menú de la cafetería, observar Anexo 10 y 11.

5.3.2 Flujo de efectivo

Tabla 14.
Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Actividades de operación		\$ 16.812,51	\$ 18.454,95	\$ 19.326,97	\$ 21.137,24	\$ 23.005,41
Utilidades netas		\$ 6.003,00	\$ 9.114,95	\$ 10.741,82	\$ 12.644,98	\$ 14.524,95
Depreciaciones		\$ 7.758,22	\$ 7.758,22	\$ 7.758,22	\$ 7.524,89	\$ 7.524,89
Incremento de pasivos a corto plazo		\$ 1.358,14	\$ 704,06	\$ 368,07	\$ 430,58	\$ 425,33
Incremento de impuestos por pagar		\$ 1.693,15	\$ 877,73	\$ 458,86	\$ 536,79	\$ 530,25
Actividades de inversión	\$ (43.017,71)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos fijos	\$ (43.017,71)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de financiamiento	50.100,68	-5.143,46	-5.751,93	-12.435,39	-16.308,29	-18.786,13
Deuda a largo plazo	32.565,44	-5.143,46	-5.751,93	-6.432,39	-7.193,34	-8.044,31
Dividendos		\$ (6.003,00)	\$ (9.114,95)	\$ (10.741,82)	\$ (12.644,98)	\$ (14.524,95)
Aporte de capital	\$ 17.535,24	\$ 6.003,00	\$ 9.114,95	\$ 4.738,82	\$ 3.530,04	\$ 3.783,13
Incremento de efectivo	\$ 7.082,97	\$ 11.669,05	\$ 12.703,02	\$ 6.891,59	\$ 4.828,95	\$ 4.219,28
Efectivo inicial	0	\$ 7.082,97	\$ 18.752,02	\$ 31.455,04	\$ 38.346,62	\$ 43.175,57
Efectivo final (flujo)	\$ 7.082,97	\$ 18.752,02	\$ 31.455,04	\$ 38.346,62	\$ 43.175,57	\$ 47.394,85

El flujo de efectivo es la entrada y salida de dinero de la cafetería, en cuanto al efectivo debe permanecer en caja después de realizar todos los gastos que se tengan en la inversión. En todos los años de funcionamiento el flujo de caja neto es positivo y va incrementando en los años posteriores.

5.3.3 Balance General

Tabla 15.

Balance general

BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	\$ 50.100,68	\$ 54.011,51	\$ 58.956,31	\$ 58.089,68	\$ 55.393,74	\$ 52.088,13
Corrientes	\$ 7.082,97	\$ 18.752,02	\$ 31.455,04	\$ 38.346,62	\$ 43.175,57	\$ 47.394,85
Efectivo	\$ 7.082,97	\$ 18.752,02	\$ 31.455,04	\$ 38.346,62	\$ 43.175,57	\$ 47.394,85
No Corrientes	\$ 43.017,71	\$ 35.259,49	\$ 27.501,27	\$ 19.743,05	\$ 12.218,17	\$ 4.693,28
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 43.017,71	\$ 43.017,71	\$ 43.017,71	\$ 43.017,71	\$ 43.017,71	\$ 43.017,71
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 7.758,22	\$ 15.516,44	\$ 23.274,66	\$ 30.799,54	\$ 38.324,43
Intangibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Amortización acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PASIVOS	\$ 32.565,44	\$ 30.473,27	\$ 26.303,13	\$ 20.697,67	\$ 14.471,70	\$ 7.382,97
<i>Corrientes</i>	\$ -	\$ 3.051,30	\$ 4.633,09	\$ 5.460,02	\$ 6.427,39	\$ 7.382,97
15% Trabajadores		\$ 1.358,14	\$ 2.062,20	\$ 2.430,28	\$ 2.860,86	\$ 3.286,19
Impuestos por pagar		\$ 1.693,15	\$ 2.570,88	\$ 3.029,74	\$ 3.566,53	\$ 4.096,78
<i>No Corrientes</i>	\$ 32.565,44	\$ 27.421,98	\$ 21.670,04	\$ 15.237,65	\$ 8.044,31	\$ (0,00)
Deuda a largo plazo	\$ 32.565,44	\$ 27.421,98	\$ 21.670,04	\$ 15.237,65	\$ 8.044,31	\$ (0,00)
PATRIMONIO	\$ 17.535,24	\$ 23.538,23	\$ 32.653,18	\$ 37.392,00	\$ 40.922,04	\$ 44.705,17
Capital	\$ 17.535,24	\$ 17.535,24	\$ 17.535,24	\$ 17.535,24	\$ 17.535,24	\$ 17.535,24
Utilidades retenidas	\$ -	\$ 6.003,00	\$ 15.117,94	\$ 19.856,77	\$ 23.386,80	\$ 27.169,93
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 50.100,68	\$ 54.011,51	\$ 58.956,31	\$ 58.089,68	\$ 55.393,74	\$ 52.088,13
<i>Comprobación</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valoración Empresa	50.100,68	54.011,51	58.956,31	58.089,68	55.393,74	52.088,13

En este balance general se presentan todos los activos y pasivos del proyecto, el total de los activos al iniciar el negocio es de 50.100,68 que contempla todo lo que posee como inversión la cafetería, el total de pasivos y patrimonio va aumentando desde el primer año puesto que el negocio ya comienza a percibir las utilidades.

5.4 Punto de Equilibrio

Tabla 16.
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	51168	51680	52196	52718	53246
Precio de venta Promedio	\$ 1,95	\$ 2,01	\$ 2,08	\$ 2,16	\$ 2,23
Costo Variable Promedio	\$ 0,41	\$ 0,42	\$ 0,44	\$ 0,45	\$ 0,47
Costos Fijos	\$ 24.382,00	\$ 22.569,31	\$ 23.354,72	\$ 24.167,46	\$ 25.008,49
Margen de contribución	\$ 1,54	\$ 1,59	\$ 1,65	\$ 1,70	\$ 1,76
PEQ unidades	15853	14181	14181	14181	14181

En la tabla 16 se aprecia el punto de equilibrio está proyectado a cinco años que dura el proyecto, se puede apreciar que se necesita vender 15.853 unidades al año para cubrir los costos, pero a partir del segundo año se debe vender 14.181 unidades proyectados a los cinco años para llegar al punto de equilibrio.

5.5 Índices financieros

Tabla 17.
Índices financieros

Escenarios	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VAN	TIR
Realista	\$ (50.100,68)	\$ 11.669,05	\$ 15.754,32	\$ 17.527,67	\$ 19.403,92	\$ 26.081,77	\$ 13.434,59	20,44%
Optimista	\$ (50.100,68)	\$ 18.806,35	\$ 23.243,31	\$ 25.393,41	\$ 27.675,81	\$ 34.766,72	\$ 41.951,94	37,97%
Pesimista	\$ (50.100,68)	\$ 4.531,75	\$ 8.265,33	\$ 9.661,94	\$ 11.132,02	\$ 17.396,82	\$ (15.082,75)	0,49%

En la tabla 17 podemos observar los índices financieros calculados en distintos escenarios, como lo son el realista, optimista y pesimista. El Valor Actual Neto (VAN) calcula la inversión en estos distintos escenarios para determinar la rentabilidad del proyecto y se proyecta netamente con las ventas en este caso a cinco años, el proyecto es viable en el escenario realista con un VAN de USD 13.434,59.

Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es la valoración de invertir los bienes y ver los frutos obtenidos con un porcentaje de crecimiento, en este caso en el escenario realista obtiene un 20,44% y en el optimista un 37,97%. Por lo tanto, en vista que tanto el VAN como la TIR es positivo, por lo tanto, este proyecto es factible y viable para su inversión con un periodo de recuperación de 3 años y medio en el escenario realista que es en donde se está realizando la evaluación.

CONCLUSIONES

Se pudo concluir que, el perfil del cliente son hombres y mujeres entre 18 a 33 años de edad, solteros. La investigación de mercado realizada pudo determinar que la mayoría consume café y existe un gran interés por parte de la población en que se promueva la lectura y exista un establecimiento con dichas características, además de que se ofrezca un servicio de cafetería, siendo el producto principal los libros tanto virtuales como físicos. Libros libres Coffee shop se diferencia de su competencia ofreciendo servicio de cafetería de alta calidad acompañado de repostería fresca, en un ambiente único con una temática diferente como lo es una librería gratuita.

Entre los objetivos principales del proyecto de la cafetería Libros libres Coffee Shopes promover la lectura mediante presentaciones de actores nuevos o nacionales y de esta manera atraer a los clientes que gustan de la lectura. En el FODA cruzado, las estrategias que se priorizarán serán, al ser la primera cafetería libro dentro de la ciudad de Latacunga se debe ofrecer un servicio único e innovador aplicando siempre el concepto de innovaciones para diferenciarse de los competidores de la zona, así como aprovechar ser nuevos en el mercado y de esta manera generar una expectativa en los cliente, así como la explotación de la cercanía de los lugares turísticos para dar a conocer y generar impacto en los futuros clientes. Para conseguir posicionamiento la cafetería Libros libres Coffee Shop utilizará redes sociales y volantes.

Finalmente, la evaluación financiera dio como resultado que se necesita una inversión inicial del proyecto de USD 50.100,68. El capital del accionista será de USD 17.535,24 siendo el establecimiento propio del accionista. El proyecto generará una utilidad a partir del tercer año en el escenario realista e irá incrementando constantemente, se debe tener en cuenta que para llegar a un escenario optimista se debe trabajar en el área de ventas, con la finalidad de tener mayores ingresos que egresos. El VAN en el escenario realista es de USD 13.434,59, lo que hace que el proyecto sea viable, el TIR por su parte en el escenario realista es de 20,44% por lo tanto este proyecto es factible de realizar con la recuperación de la inversión en tres años y medio.

REFERENCIAS

- MetroCafé*. (2012). Recuperado el 22 de 11 de 2016, de <http://www.metrocafe.com.ec/content/about.php>
- Cafelibro*. (22 de 11 de 2016). Recuperado el 2016, de <http://www.cafelibro.com/>
- Portal de Turismo Latacunga*. (2016). Obtenido de <http://www.vivelatacunga.com/info-basica/>
- Ballesteros Gozalo, A., Denia Valera, I., Guerrero Moreno, C., & Jiménez Jiménez, J. A. (2011). *Camarero servicio de bar*. Málaga: Vértice.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación tercera edición*. Colombia: Pearson Educación.
- Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). *Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation*. Obtenido de <http://files.g51studio.com/parsons/ServiceBlueprinting.pdf>
- Cámara Zaragoza . (2008). *Guía de trámites y requisitos para la puesta en marcha de cafeterías*. Obtenido de <http://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Cafeteria.pdf>
- Canizares, F. R. (s.f.). *Ánalysis de Vulnerabilidad de la ciudad de Latacunga*. Latacunga.
- Crece negocios . (2017). *Crece Negocios*. Recuperado el 18 de 04 de 2017, de <http://www.crecenegocios.com/que-es-una-ventaja-competitiva/>
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- GAD Municipal de Latacunga . (2014-2015). *Diagnostico del Plan de Desarrollo del Cantón Latacunga*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0560000380001_Dignostico%20PDyOT%20Latacunga%202016%20-%202019%20PDF_19-04-2015_23-48-13.pdf
- GAD Municipal del Cantón de Latacunga . (2016). *GAD Municipio del Cantón de Latacunga*. Obtenido de <http://www.latacunga.gob.ec/>
- Guerrero, G. D. (2014). *Metodología de la investigación*. México, DF: Grupo Editorial Patria.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Población y Demografía*. Recuperado el 11 de Octubre de 2016, de Fascículo Provincial Cotopaxi: www.ecuadorencifras.gob.ec
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2017). *Instituto Nacional de Patrimonio Cultural*. Obtenido de <http://www.inpc.gob.ec/>
- Kaufer, S. (2000). *TripAdvisor*. Obtenido de https://www.tripadvisor.co/Restaurants-g1202652-c8-Latacunga_Cotopaxi_Province.html
- La franquicia. (2007). *Gestión 365 Franquicias*. Recuperado el 23 de 11 de 2016, de <http://www.lafranquicia.es/>
- Ministerio de Turismo. (2017). *MINTUR*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Resolución Nro. 172*. Recuperado el 2017, de <file:///C:/Users/d/Downloads/RESOLUCION%20172-2.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/entradas-y-salidas-internacionales/3>
- Museo del Café. (s.f.). *La historia de las cafeterías*. Obtenido de <http://www.museudocafe.org.br/es/cafeteria-es/la-historia-de-las-cafeterias/>
- Perfectura de Cotopaxi. (2016). *Camara de Comercio de Latacunga*. Obtenido de <http://cotopaxi.gob.ec/index.php/noticias/item/1117-camara-de-comercio-de-latacunga-cumple-179-anos>
- Quito Turismo. (s.f.). *Reglas técnicas en las Zonas Especiales Turísticas*. Obtenido de <file:///C:/Users/d/Downloads/Reglas%20Tecnicas%20Cafeter%20C3%ADa.pdf>
- Sampieri. (2010). *Metodología de la investigación*. (5.^a.ed).
- Sánchez, G. M. (2013). *Control de la actividad económica en el bar y cafetería*. IC.
- Secretaría Nacional del Desarrollo y Buen Vivir. (2013). *Plan del Buen Vivir*. Recuperado el 11 de Octubre de 2016, de www.buenvivir.gob.ec
- Universidad de las Américas. (2015). *Líneas de investigación: Creación de una empresa de hospitalidad (Salud y Bienestar)*.

Webb, C. (2016). *La Voz Houston*. Recuperado el 23 de 11 de 2016, de <http://pyme.lavoztx.com/cmo-iniciar-una-cafetera-libreria-5093.html>

ANEXOS

Anexo 1.

Encuesta de investigación de mercado

1. Género

- Hombre
- Mujer

2. Edad

- 18 – 24
- 25 – 33
- 34 – 40
- 41 – 47
- 48 – 55 en adelante

3. Estado Civil

- Soltero/a
- Casado/a
- Divorciado/a

4. Lugar de residencia

Tu respuesta

5. ¿Usted consume café? (Si su respuesta es NO, finalice la encuesta)

- Sí
- No

6. ¿Cómo calificaría usted las cafeterías en la ciudad de Latacunga?

- Excelentes
- Buenas
- Regulares
- Malas

7. ¿Cree usted que el servicio, calidad y el ambiente son importantes?

- Sí
- No

8. ¿Le gusta la lectura?

- Sí
- No

9. ¿Cree usted que sería importante fomentar más la lectura en la ciudad?

- Si
- No

10. ¿Conoce alguna cafetería libro en la ciudad Latacunga?

- Sí
- No

11. ¿Le gustaría que hubiese una cafetería libro en la ciudad de Latacunga?

- Sí
- No

12. ¿Con qué frecuencia visita una cafetería?

- Todos los días
- Una vez a la semana
- Una vez cada quince días
- Dos veces al mes
- Una vez al mes
- Nunca

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por tomar un café?

- Menos de 1\$
- Entre 1 - 3\$
- Entre 3 - 5\$
- Más de 5 \$

14. ¿Por qué razón frecuentaría una cafetería libro?

- Por el Sabor
- Por la buena atención
- Por el precio
- Servicio de Librería gratis

15. ¿En qué lugar de Latacunga le gustaría que esté ubicada la cafetería libro?

- Centro
- Sur
- Norte
- No sabe, no contesta

16. ¿Le gustaría intercambiar libros de manera gratuita en una cafetería?

- Sí
- No

17. ¿En qué horarios prefieres visitar una cafetería?

- 07:00 a 10:00
- 11:00 a 14:00
- 15:00 a 18:00
- 19:00 a 22:00

Anexo 2.

Preguntas Focus Group

1. ¿Cuál es su profesión?
2. ¿Le gusta el café y con frecuencia lo consume?
3. ¿Con que frecuencia acude usted a una cafetería?
4. ¿Cómo calificaría usted las cafeterías en la ciudad de Latacunga?
5. ¿Conoce una cafetería temática en Latacunga?
6. ¿Cuál es la temática de la cafetería?
7. ¿Cree usted que el servicio, calidad y ambiente es importante en una cafetería?
8. ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por un buen café?
9. ¿Cree usted que sería factible la creación de una cafetería libro en la ciudad de Latacunga?
10. ¿Conoce alguna cafetería libro en la ciudad de Latacunga?
11. ¿Le gusta la lectura?
12. ¿Intercambiarían libros dentro de la cafetería?
13. ¿Le gusta la idea de que haya libros gratis dentro de la cafetería?
14. ¿Cuál sería un valor agregado que le gustaría que la cafetería tenga?
15. ¿En qué lugar le gustaría que se encuentre ubicada la cafetería?
16. ¿Con qué frecuencia acudiría a Libros libres Coffee Shop?
17. ¿En qué horarios frecuentaría la cafetería Libros libres Coffee Shop?

Anexo 3.

Inversión Inicial

Detalle	Cantidad	Costo	Total	Vida útil	Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total depreciación	Valor en libros
Mobiliario												
Mesas para 4 personas	17	\$ 58,92	\$ 1.001,64	10,00	\$ 100,16	\$ 100,16	\$ 100,16	\$ 100,16	\$ 100,16	\$ 100,16	\$ 500,82	\$ 500,82
Mostrador / Refrigeradora pastelería	1	\$ 1.068,00	\$ 1.068,00	10,00	\$ 106,80	\$ 106,80	\$ 106,80	\$ 106,80	\$ 106,80	\$ 106,80	\$ 534,00	\$ 534,00
Barra de 7 m2	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Sofas individuales	4	\$ 120,00	\$ 480,00	10,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 48,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Sofas triples	4	\$ 160,00	\$ 640,00	10,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Lamparas de pie	2	\$ 26,31	\$ 52,62	10,00	\$ 5,26	\$ 5,26	\$ 5,26	\$ 5,26	\$ 5,26	\$ 5,26	\$ 26,31	\$ 26,31
Lamparas colgantes	19	\$ 14,90	\$ 283,10	10,00	\$ 28,31	\$ 28,31	\$ 28,31	\$ 28,31	\$ 28,31	\$ 28,31	\$ 141,55	\$ 141,55
Cuadros	5	\$ 90,00	\$ 450,00	10,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Sillas individuales	68	\$ 45,00	\$ 3.060,00	10,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 1.530,00	\$ 1.530,00
Mesa de centro	4	\$ 122,80	\$ 491,20	10,00	\$ 49,12	\$ 49,12	\$ 49,12	\$ 49,12	\$ 49,12	\$ 49,12	\$ 245,60	\$ 245,60
Estanterías	3	\$ 150,00	\$ 450,00	10,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Basureros (contenedores)	6	\$ 90,00	\$ 540,00	10,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Total mobiliario			\$ 9.016,56		\$ 901,66	\$ 901,66	\$ 901,66	\$ 901,66	\$ 901,66	\$ 901,66	\$ 4.508,28	\$ 4.508,28
Equipos, sistemas y paquetes informáticos												
Laptop	1	\$ 700,00	\$ 700,00	3,00	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ -	\$ -	\$ 700,00	\$ -
Telefonos IP	1	\$ 30,00	\$ 30,00	5,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ -
Impresora Lexmark	1	\$ 320,00	\$ 320,00	5,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 64,00	\$ 320,00	\$ -
Libros digitales	500	\$ 3,25	\$ 1.625,00	5,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 1.625,00	\$ -
Sistema de facturación	1	\$ 320,00	\$ 320,00	10,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Facturas	2	\$ 25,00	\$ 50,00	10,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Total equipos informáticos			\$ 3.045,00		\$ 665,33	\$ 665,33	\$ 665,33	\$ 665,33	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 2.860,00	\$ 185,00
Maquinaria y Equipo												
Refrigeradora industrial	1	\$ 690,00	\$ 690,00	5,00	\$ 138,00	\$ 138,00	\$ 138,00	\$ 138,00	\$ 138,00	\$ 138,00	\$ 690,00	\$ -
Refrigeradora vertical	1	\$ 2.180,00	\$ 2.180,00	5,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 2.180,00	\$ -
Licuada industrial 300	1	\$ 766,63	\$ 766,63	5,00	\$ 153,33	\$ 153,33	\$ 153,33	\$ 153,33	\$ 153,33	\$ 153,33	\$ 766,63	\$ -
Licuada	2	\$ 80,00	\$ 160,00	5,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 32,00	\$ 160,00	\$ -
Molino para almacenar el café	1	\$ 790,00	\$ 790,00	5,00	\$ 158,00	\$ 158,00	\$ 158,00	\$ 158,00	\$ 158,00	\$ 158,00	\$ 790,00	\$ -
Tostadora	1	\$ 89,79	\$ 89,79	5,00	\$ 17,96	\$ 17,96	\$ 17,96	\$ 17,96	\$ 17,96	\$ 17,96	\$ 89,79	\$ -
Caja registradora	1	\$ 400,00	\$ 400,00	5,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 400,00	\$ -
Congeladores	1	\$ 730,00	\$ 730,00	5,00	\$ 146,00	\$ 146,00	\$ 146,00	\$ 146,00	\$ 146,00	\$ 146,00	\$ 730,00	\$ -
Cafeteras industriales	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	5,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 4.000,00	\$ -
Cocina industrial	1	\$ 569,00	\$ 569,00	5,00	\$ 113,80	\$ 113,80	\$ 113,80	\$ 113,80	\$ 113,80	\$ 113,80	\$ 569,00	\$ -
Tamaleras	1	\$ 82,00	\$ 82,00	5,00	\$ 16,40	\$ 16,40	\$ 16,40	\$ 16,40	\$ 16,40	\$ 16,40	\$ 82,00	\$ -
Horno giratorio electrico industrial	1	\$ 16.129,00	\$ 16.129,00	5,00	\$ 3.225,80	\$ 3.225,80	\$ 3.225,80	\$ 3.225,80	\$ 3.225,80	\$ 3.225,80	\$ 16.129,00	\$ -
Tablets	3	\$ 115,99	\$ 347,97	5,00	\$ 69,59	\$ 69,59	\$ 69,59	\$ 69,59	\$ 69,59	\$ 69,59	\$ 347,97	\$ -
Microondas	1	\$ 220,00	\$ 220,00	5,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 220,00	\$ -
Batidora industrial	1	\$ 407,70	\$ 407,70	5,00	\$ 81,54	\$ 81,54	\$ 81,54	\$ 81,54	\$ 81,54	\$ 81,54	\$ 407,70	\$ -
Balanza	6	\$ 120,00	\$ 720,00	5,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 720,00	\$ -
Mesa industrial	1	\$ 350,00	\$ 350,00	5,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 350,00	\$ -
Menaje	1	\$ 2.324,06	\$ 2.324,06	5,00	\$ 464,81	\$ 464,81	\$ 464,81	\$ 464,81	\$ 464,81	\$ 464,81	\$ 2.324,06	\$ -
Total maquinaria y equipo			\$ 30.956,15		\$ 6.191,23	\$ 6.191,23	\$ 6.191,23	\$ 6.191,23	\$ 6.191,23	\$ 6.191,23	\$ 30.956,15	\$ -
Total activos fijos			\$ 43.017,71		\$ 7.758,22	\$ 7.758,22	\$ 7.758,22	\$ 7.758,22	\$ 7.524,89	\$ 7.524,89	\$ 38.324,43	\$ 4.693,28

Anexo 4.

Cotización Mobiliario

CORPORACION EL ROSADO S. A.

PROFORMA No. C-051203

ALMACEN.....: 0077 FERRISARIATO QUICENTRO
NOMBRE DEL CLIENTE: 928401 ELECTRICIDAD
CELULA / R.U.C.....: 000002858
DIRECCION.....: 1
TELEFONO.....:
FECHA DE EMISION...: Mar 23/Mayo/2017
DETALLE.....: 928401

PAG.: 1

ARTICULO	DESCRIPCION	COLOR	REFERENCIA	MARCA	TAMANO	U/C	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
0028890347	LAMP DULG PODERNA IX BLANCO		7988-11	HELITE DE		1	20.00	14.90	298.00 I
0026168431	LAMP PIE DEXZ 4W ACAN/GRIS	472 47	08989-41	HELITE DE		1	2.00	26.31	52.62 I
No. ITEMS:	2	TOTAL ITEMS:	22	SUBTOTAL:					350.62
<N>				IVA 14.00%					49.09
				TOTAL:					399.71

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

SONDS CONTINUAMENTE EFECTIVAS

EMITIDO POR: FANLINA

Anexo 5.

Cotización Mobiliario

CORPORACION EL ROSADO S. A.

PROFORMA No. C-051202

ALMACEN.....: 0077 FERRISARIATO QUICENTRO
NOMBRE DEL CLIENTE: 930881 CLIENTE FERRI
CEDULA / R.U.C.....: 1708800311
DIRECCION.....: 0
TELEFONO.....: 0
FECHA DE EMISION.: Mar 23/Mayo/2017
DETALLE.....: 930881

PAG.: 1

ARTICULO	DESCRIPCION	COLOR	REFERENCIA	MARCA	TAMANO	UVC	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
0094039639	MESA ANDREA BOOM TUEV/CORPE		ANDREA		BOOM	1	16.00	58.92	942.72 I
0002444351	TABURETE CON RESPALDO Y ELFVADO		SI-8005-B ACK			1	5.00	39.46	197.30 I
0094035391	MESA DE CAFE IRIS		20001571	IRIS		1	1.00	122.80	122.80 I
No. ITEMS:	3	TOTAL ITEMS:	22	SUBTOTAL:					1,262.82
<N>				IVA 15.00%					176.79
				TOTAL:					1,439.61

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

SINUS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

EMITIDO POR: PAULINA

Anexo 6.

Cotización Facturas



Mario Enrique Mogollón Cepeda

Dir.: Páez N22-66 y Ramírez Dávalos
 Telefax: 2908 274 Telf.: 2544 949
 Quito - Ecuador

Calificación Artesanal Número 84510

R.U.C.: 1714864889001

FACTURA S 001-003

000007027

AUT. S.R.I.: 1120657372

Válido Hasta el 02 de Mayo del 2018

Fecha: 23/5/2017 RUC/C.I.: A20051460001

Cliente: _____

Dirección: Quito

Nº de Orden: _____ Telf.: _____

FORMA DE PAGO

Efectivo _____ Dinero Electrónico _____ Tarjeta de Crédito / Débito _____ OTROS _____

CANT	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL
2	Facturas en Polks		50
SUBTOTAL			50
IVA 0%			50
IVA %			-
TOTAL			50

FIRMA AUTORIZADA

FIRMA CLIENTE

MEGA SOLUCIONES TRIBUTARIAS - MOGOLLON CEPEDA MARIO ENRIQUE - RUC: 1714864889001 - AUT. 3326
 Tel.: 2 544-949 - Fecha de Aut. 02/Mayo/2017 - Del 06921 Al 07920 - ORIGINAL: ADQUIRIENTE * COPIA: EMISOR

Anexo 7.

Cotización Maquinaria y Equipo



Quote

05/29/2017

Project:
Dayana Ostaiza
Coffee Station
0987111703

From:
Equindecas
Juana Idrovo
Mariscal Lamar 24-205 y
Ave. de las Americas
Cuenca, AZ E0010150
+59372825555 (Contact)

Job Reference Number: JL17.05.74

Item	Qty	Description	List	List Total
1	1 ea	FRY PAN Vollrath Model No. 68530 Packed 6 ea Griddle, 12" dia., Aluminum with SteelCoat x3™ non-stick coating, riveted wire handle, 8 ga., NSF, Made in USA COD. 172338 STOCK	\$61.88	\$61.88
2	1 ea	INDUCTION SAUTE PAN Vollrath Model No. 77746 Tribute® 3-Ply Saute Pan, 6 quart, featuring permanently bonded TriVent® silicone insulated handle, handle rated at 450° for stovetop or oven use, 3 layer construction: 18/8 stainless steel interior, 10 gauge 3004 aluminum core, & 18-0 exterior, induction, gas, electric, ceramic cooktops, 12" dia, NSF COD. 172345 2 STOCK	\$225.22	\$225.22
3	1 ea	INDUCTION SAUTE PAN Vollrath Model No. 77747 Tribute® 3-Ply Saute Pan, 7-1/2 quart, featuring permanently bonded TriVent® silicone insulated handle, handle rated at 450° for stovetop or oven use, 3 layer construction: 18/8 stainless steel interior, 10 gauge 3004 aluminum core, & 18-0 exterior, induction, gas, electric, ceramic cooktops, 14" dia, NSF COD. 172346 IMPORTACION	\$288.76	\$288.76
4	1 ea	FRENCH WHIP / WHISK Packed 12 ea Vollrath Model No. 47091 French Whip, 12" long, one-piece, aqua nylon handle, heat resistant up to 475° F (246° C), textured handle with end knob, 18-8 type 304 stainless wires with center reinforcement wire, NSF, imported, Jacob's Pride® Collection, Limited Lifetime Warranty COD. 172702 STOCK	\$15.74	\$15.74
5	1 ea	LADLE	\$5.66	\$5.66

Dayana Ostaiza

Initial: _____
Page 1 of 11

Item	Qty	Description	List	List Total
		Vollrath Model No. 46906 Packed 12 ea Ladle, 6 oz., stainless, with hooked grooved 15" handle, imported COD. 172607 STOCK		
6	1 ea	LADLE Vollrath Model No. 46908 Packed 12 ea Ladle, 8 oz., stainless, with hooded grooved 13-1/4" handle, imported COD. 172608 STOCK	\$7.26	\$7.26
7	1 ea	UTILITY TONGS Vollrath Model No. 47113 Packed 12 ea Utility Tong, 12", standard, stainless, imported COD. 172803 STOCK	\$4.30	\$4.30
8	1 ea	SLOTTED TURNER Vollrath Model No. 46934 Packed 12 ea Pancake Turner, stainless steel, slotted, 14-1/4" long, imported COD. 172815 STOCK	\$6.75	\$6.75
9	1 ea	SPATULA Vollrath Model No. 52009 Packed 6 ea Spatula/Scraper, 9 5/8" white with thermoplastic blade, polypropylene I-beam handle, dishwasher safe, NSF, Made in USA COD. 172830 STOCK	\$1.88	\$1.88
10	1 ea	SPATULA Vollrath Model No. 52013 Packed 6 ea Spatula/Scraper, 13 5/8", white with thermoplastic blade & polypropylene I-beam handle, dishwasher safe, NSF, Made in USA COD. 172831 STOCK	\$3.85	\$3.85
12		SPARE NO.		
11	1 ea	ESPATULA REPOSTERIA Tramontina Model No. 24671/182 30.48 cm. CODIGO: 212804 STOCK	\$5.57	\$5.57
13		SPARE NO.		
14	1 ea	GRATER, MANUAL	\$9.48	\$9.48

Dayana Ostaiza

Initial: _____
Page 2 of 11

		Equindec	05/29/2017	
Item	Qty	Description	List	List Total
		Thunder Group Model No. SLGR025 Packed 24 ea Grater, free-standing, durable top handles, four-sided grate options, stainless steel COD. 822964 STOCK		
15	1 ea	SHAKER / DREDGE Thunder Group Model No. SLRDH001 Packed 72 ea Dredge/Shaker, 10 oz. capacity, with handle, stainless steel (12 each minimum order) COD. 822955 IMPORTACION	\$2.92	\$2.92
				
16	1 ea	CUTTING BOARD Vollrath Model No. 5200300 Packed 6 ea Cutting Board, WHITE, 18" x 24" x 1/2" (45.7x60.9cmx12.7mm), for HACCP Program (Dairy Products), heat resistant to 185° F, non- absorbent high density Polyethylene, stain resistant, non skid sandblast finish, dishwasher safe, USA, NSF COD. 172922 IMPORTACION	\$50.67	\$50.67
				
17	1 ea	CUTTING BOARD Vollrath Model No. 5200270 Packed 6 ea Cutting Board, GREEN, 15" x 20" x 1/2" (38.1x50.8cmx12.7mm), for HACCP Program (Fruits/Vegetables), heat resistant to 185° F, non- absorbent high density Polyethylene, stain resistant, non skid sandblast finish, dishwasher safe, USA, NSF COD. 172928 STOCK	\$50.29	\$50.29
				
18	1 ea	TIMER, ELECTRONIC Winco Model No. TIM-85D Packed 144 ea Digital Timer, 20 hours, with 20 minute stopper, LCD, large, hour/minute (Qty Break = 12 each) COD. 99823012 IMPORTACION	\$5.04	\$5.04
				
19	1 ea	CUCHILLO SIERRA PASTELERO Custom Model No. 293625 Cuchillo Sierra Pastelero Hoja de acero inoxidable Medida: 35 cm. CODIGO: 2131143 STOCK	\$19.01	\$19.01
				
20	1 ea	CUCHILLO COCINERO Custom Model No. 290825 Marca: ARCOS Modelo: 290825 Hoja de acero inoxidable Medida: 25 cm. Color Negro COD. 2131126 STOCK	\$20.61	\$20.61
				

Dayana Ostáiz

Initial: _____
Page 3 of 11

		Equindec	05/29/2017	
Item	Qty	Description	List	List Total
21	1 dz	TUMBLER Thunder Group Model No. PLTHB012C Packed 6 dz Tumbler, 12 oz., textured exterior, scratch and impact resistant, stackable, dishwasher safe, plastic, clear (6 dozen minimum order) COD 824311 STOCK	\$0.90	\$0.90
				
22	1 ea	MOP BUCKET WRINGER COMBINATION Winco Model No. MPB-36 Mop Bucket, with wringer, 36 quart, yellow (Qty Break = 1 each) COD. 99828811 STOCK	\$85.05	\$85.05
				
23	1 ea	WET MOP HEAD Winco Model No. MOP-32W Packed 20 ea Wet Mop Head, 32 oz., (800g), loop end, 1-1/4" band, 4-ply poly cotton blend yarn, white (Qty Break = 20 each) COD. 99828805 STOCK	\$7.09	\$7.09
				
	1 ea	MOPH-7P Mop Handle, side release, 57" metal handle with plastic side release (Qty Break = 6 each) COD. 99828803 STOCK	\$8.50	\$8.50
24	1 ea	HORNO ROTATIVO - LEUDADOR FIORINI Model No. BABY HORNO ROTATIVO - LEUDADOR Marca: FIORINI Modelo: BABY. HORNO ROTATORIO PARA PANADERIAS Y PASTERIAS Extraordinariamente compacto y versátil, el horno giratorio modelo BABY es ideal para las pequeñas panaderías y pastelerías. Cara frontal y paneles internos de la cámara de cocción de acero de gran espesor Paneles externos de acero Intercambiador de calor de acero inox refractario para la versión de gas, el calor se genera mediante baterías con resistencias blindadas inox. Generador de vapor Campana con aspirador de acero Rotación del carro mediante motorreductor con limitador de par Carro de cocción extraíble Doble termostato de seguridad, en la cámara de cocción y en la chimenea de evacuación de humos Puerta con doble cristal Panel de control electromecánico provisto de termostato digital, temporizador de cocción con sonería y temporizador vapor Empalme carro en alto con gancho El horno puede apoyar sobre una encimera de trabajo, sobre una celda de leudado o sobre un soporte barnizado Capacidad de 10 bandejas. Dimensiones de bandejas: 46 x 66 cm. Dimensiones exteriores: 110 x 150 x 127 cm.	\$16,129.00	\$16,129.00
				

Dayana Ostáiz

Initial: _____
Page 4 of 11

		Equindeca	05/29/2017	
Item	Qty	Description	List	List Total
IMPORTACION				
25	1 ea	BATIDORA 5 LTS. C/NEGRO C/PROTECTOR(325W) KitchenAid Commercial Model No. KSM150PSOB  Emblema de diseño y rendimiento, fue creada para alcanzar una impecable performance gracias a sus 67 puntos de contacto y su sistema de mezcla de acción planetaria. Poderosa y silenciosa, de comodo manejo y fácil limpieza gracias a su diseño liso y redondeado. Potencia: 325 Vatios Velocidades: 10 Más Características: Capacidad 4.7 Litros Recipiente de Acero Inoxidable Cabeza Inclinable Alto: 35.30cm Ancho: 22.10cm Profundidad: 35.80cm COD. 737903 IMPORTACION	\$407.70	\$407.70
26	1 ea	CAKE STAND Winco Model No. CKS-13 Packed 12 ea Cake Stand, 13" dia., 6-1/10"H, round, stainless steel (Qty Break = 6 each) cod. 99827703 IMPORTACION	\$16.02	\$16.02
	1 ea	CKS-13C Cake Stand Cover, 12" dia., 6-4/5"H, round, plastic (recommended to purchase in full cases only) (Qty Break = 6 each) COD. 99827704 STOCK	\$10.14	\$10.14
27	1 ea	PASTRY BRUSH Thunder Group Model No. WDPB005N Packed 240 ea Pastry Brush, 4" wide, flat, sterilized nylon bristles, bound by brown plastic ferrule, wood handle (12 each minimum order) COD. 827744 STOCK	\$7.93	\$7.93
28	1 st	CAKE DECORATING SET Winco Model No. CDT-24 Packed 60 st Cake Decorating Tip set, 24-piece, includes storage box, stainless steel (Qty Break = 12 set) COD. 99827720 STOCK	\$18.74	\$18.74
29	1 ea	PASTRY BAG Winco Model No. PBC-12 Packed 576 ea Pastry bag, 12", cotton outside, plastic coated inside (Qty Break = 12 each) COD. 99827738 STOCK	\$2.22	\$2.22
30	1 ea	PASTRY BAG	\$2.89	\$2.89


Dayana Ostáiz

Initial: _____
Page 5 of 11

		Equindeca	05/29/2017	
Item	Qty	Description	List	List Total
		Winco Model No. PBC-18 Packed 576 ea Pastry bag, 18", cotton outside, plastic coated inside (Qty Break = 12 each) COD. 99827710 STOCK		
31	1 ea	PASTRY BAG Winco Model No. PBC-24 Packed 288 ea Pastry bag, 24", cotton outside, plastic coated inside (Qty Break = 12 each) COD. 99827711 STOK	\$4.21	\$4.21
32		SPARE NO.		
33		SPARE NO.		
34	1 ea	ROLLING PIN Thunder Group Model No. ALRNP015 Packed 6 ea Rolling Pin, 15", 3-1/2" dia. barrel, non-stick surface, contoured handles, aluminum, silver COD. 827782 STOCK	\$48.73	\$48.73
35	1 ea	MEASURING SPOON Vollrath Model No. 47118 Packed 12 ea Measuring Spoon Set, four-piece, 18-8 stainless, capacities stamped in teaspoons & milliliters, set contains: 1-tbl., 1-tsp., 1/2-tsp., 1/4-tsp., packaged in individual blister pack, imported COD. 172915 STOCK	\$8.16	\$8.16
36		SPARE NO.		
37		SPARE NO.		
38	1 ea	Tramontina Model No. 20057/024 Diametro de 24cm CODIGO: 217812 2 STOCK	\$6.27	\$6.27
39	1 ea	BAR CADDY Thunder Group Model No. PLB0006 Packed 12 ea Bar Caddy, 6-compartment, dishwasher safe, plastic, black COD. 827039 STOCK	\$6.06	\$6.06
40	1 ea	BEVERAGE DISPENSER, ELECTRIC (COLD) Grindmaster-Cecilware Model No. D25-4 Crathco® Classic Bubble™ Pre-Mix Cold Beverage Dispenser, double, electric, (2) 5 gallon clear polycarbonate bowls, 2-piece stainless steel dripless dispense valves, 35° to 41°F temperature range, 8-1/4" cup clearance, includes spray & agitate circulation options, plastic side panels & drip tray, R134a, 1/5 HP, cULus, NSF, (Grindmaster) 1 ea 120v/60/1-ph, 660 watts, 6.0 amps, NEMA 5-15P, standard	\$1,211.91	\$1,211.91


Dayana Ostáiz

Initial: _____
Page 6 of 11

		Equindecas		05/29/2017	
Item	Qty	Description	List	List Total	
		Vollrath Model No. 96120 Packed 12 ea Fast Food Tray, rectangular, 14" x 18", polypropylene, red, NSF, imported cod. 174006 stock			
48	1 dz	DEMITASSE SPOON Oneida Model No. T0155ADF Packed 1 dz A.D. Coffee Spoon, 4-1/2", 18/10 stainless steel, NEW RIM (Open-stock item, minimum = case quantity) cod. 2241805 stock	\$1.63	\$1.63	
					
49	1 dz	COFFEE / TEASPOON Oneida Model No. T0155TSF Packed 1 dz Teaspoon, 6-3/8", 18/10 stainless steel, NEW RIM (Open-stock item, minimum = case quantity) cod. 2241800 stock	\$1.96	\$1.96	
					
50	1 dz	FORK, DINNER EUROPEAN Oneida Model No. T015FDIF Packed 1 dz European Table Fork, 8-1/4", 18/10 stainless steel, NEW RIM (Open- stock item, minimum = case quantity) cod. 2241808 stock	\$3.59	\$3.59	
					
51	1 dz	DESSERT KNIFE Oneida Model No. T015KDEF Packed 1 dz Dessert Knife, 8-1/4", 1-piece, 18/10 stainless steel, NEW RIM (Open- stock item, minimum = case quantity) cod. 2241813 stock	\$3.21	\$3.21	
					
52	1 ea	BASKET, TABLETOP Vollrath Model No. 47208 Packed 12 ea Cracker Basket, oval, black vinyl with gold color trim, 9" x 6-1/4" x 2- 3/8", imported cod. 174101 importacion	\$4.65	\$4.65	
					
53	1 ea	BREAD BASKET / CRATE Thunder Group Model No. PLBB1107 Packed 36 ea Basket, 11" x 7" x 3-1/2", oval, woven, break-resistant, stackable, plastic, natural tan COD. 824101 STOCK	\$7.23	\$7.23	
					
54	1 dz	MUG Cardinal Model No. 37684 Packed 2 dz Irish Coffee Mug, 8-1/2 oz., fully tempered, glass, Arcoroc, (H 5-1/2"; T 3"; B 2-11/16"; M 3-1/2") COD. 2342867 STOCK	\$5.66	\$5.66	
					
55	1 ea	PYREX	\$8.39	\$8.39	Initial:

Dayana Ostaza

Page 8 of 11

Item	Qty	Description	List	List Total	
		Custom Model No. G4033 PYREX SET RAMEQUIN 8 OZ.(2UNID. COD. 234272 STOCK			
56	1 ea	JARRA ARC Custom Model No. 53061 Jarra en vidrio templado, Capacidad de 1.6 lts. 54 OZ. Marca ARC. Modelo: 53061 CODIGO: 2342927 STOCK	\$6.52	\$6.52	
					
57	1 ea	PLATO POSTRE Custom Model No. E8310 PLATO POSTRE 19 CM. LOONA T color blanco codigo 2344553 STOCK	\$3.44	\$3.44	
58	1 ea	PLATO TAZA CAFE Custom Model No. E8317 PLATO TAZA CAFE 14CM. LOONA T Marca:ARCOROC Modelo: E8317 Linea:Loona CODIGO: 2344558 STOCK	\$2.42	\$2.42	
59	1 dz	GLASS CUP Cardinal Model No. 22662 Packed 4 dz Cup, 2-3/4 oz., fully tempered, microwave safe, glass, Arcoroc, Opal*, Restaurant White COD. 234418 STOCK	\$1.72	\$1.72	
					
60	1 dz	GLASS CUP Cardinal Model No. 25269 Packed 4 dz Cup, 7-1/2 oz., 2-7/8"H, tall, stackable, fully tempered, microwave safe, glass, Arcoroc, Opal*, Restaurant White COD. 234416 STOCK	\$2.25	\$2.25	
					
61	1 ea	MIXER, DRINK / BAR Vitamix Model No. 5086 (LATAM) Drink Machine Advance*, high-impact, 32 oz. (0.9 liter) capacity, stackable, includes: stainless steel hammermill blade assembly, lid, (6) programs, automatic shut-off, pulse control, fully programmable (software kit #15606 needed for customized programming), silver base, BPA-free Eastman Tritan Copolyester, clear, 2-peak HP, 11.5 amps, 120v/50/60/1-ph, RoHS compliant, cULus, CE, NSF (NOT AVAILABLE IN THE U.S. OR CANADA) COD. 341613 STOCK	\$766.73	\$766.73	
					
62	1 ea	SANDWICH / PANINI GRILL	\$711.56	\$711.56	

Dayana Ostaza

Initial: _____
Page 9 of 11

63	1 ea	GLASS RACK Vollrath Model No. 52780 Packed 3 ea Signature Compartment Rack, full size, (36) compartments, Tall plus, 19-3/4"W x 19-3/4"D x 7-3/4"H, (compartment size 2-7/8"W x 2-7/8"D x 6-1/4"H), polypropylene, specify color, NSF, Made in USA	\$50.37	\$50.37
	1 ea	Green - color #1 COD. 171716 STOCK		
64	1 ea	OPEN DISHWASHER RACK Vollrath Model No. 52895 Packed 5 ea Signature Plate Rack, full size, extended, 1-9/16" between pegs, 19- 3/4"W x 19-3/4"D x 4-7/8"H (compartment size 18"W x 18"D x 3-1/4"H), polypropylene, specify color, NSF, Made in USA	\$35.97	\$35.97
	1 ea	Green - color #1 COD. 171721 STOCK		
65		SPARE NO.		
66		SPARE NO.		
			Total	\$37,837.53

CONDICIONES GENERALES

- Precios en dólares.
- Validez de la oferta 15 días.
- Stock y precios sujetos a cambios.
- Forma de Pago: A CONVENIR
- Oferta NO incluye costos de transporte hasta sus instalaciones.
- Materiales de instalación corren a cargo del cliente.
- Garantía de los equipos de un año contra defectos de fábrica.
- Entrega de equipos bajo importación: 45 días laborales.

Atentamente:

Juana Idrovo
VENTAS EQUINDECA.
ventas@equindeca.com
Tel: +593 7282 55 55 Ext. 25
Cel: +593 984366133

Anexo 8.

Tabla de Amortización

Tabla de amortización				
Periodos	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 32.565,44
1	\$ 8.995,95	\$ 3.852,49	\$ 5.143,46	\$ 27.421,98
2	\$ 8.995,95	\$ 3.244,02	\$ 5.751,93	\$ 21.670,04
3	\$ 8.995,95	\$ 2.563,57	\$ 6.432,39	\$ 15.237,65
4	\$ 8.995,95	\$ 1.802,61	\$ 7.193,34	\$ 8.044,31
5	\$ 8.995,95	\$ 951,64	\$ 8.044,31	\$ (0,00)
Total	\$ 44.979,77	\$ 12.414,33	\$ 32.565,44	

Anexo 9.

Nómina Salarial

Mano de obra	
Detalle	Sueldo
Baristas (2)	\$ 750,00
Limpieza	\$ 180,00
Repostero	\$ 400,00
Contador	\$ 375,00
Total Mano de obra	\$ 1.705,00

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 11.593,50	\$ 12.059,45	\$ 12.479,12	\$ 12.913,40	\$ 13.362,78
\$ 3.067,44	\$ 3.189,19	\$ 3.300,17	\$ 3.415,02	\$ 3.533,86
\$ 6.358,20	\$ 6.612,80	\$ 6.842,92	\$ 7.081,06	\$ 7.327,48
\$ 5.984,25	\$ 6.223,75	\$ 6.440,34	\$ 6.664,46	\$ 6.896,39
\$ 27.003,39	\$ 28.085,19	\$ 29.062,56	\$ 30.073,93	\$ 31.120,51

Personal administrativo	
Detalle	Sueldo
Gerente	\$ 1.000,00
Total Mano de obra	\$ 1.000,00

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 16.333,00	\$ 16.901,39	\$ 17.489,56	\$ 18.098,19	\$ 18.728,01
\$ 16.333,00	\$ 16.901,39	\$ 17.489,56	\$ 18.098,19	\$ 18.728,01

Anexo 10.

Receta estándar

CAFETERIA

expresso			
CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
10	gr		0,2
			0,2
3,00%			0,01
			0,21

Plato: Chocolate caliente				
Pax: 1				
INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
chocolate en pastillas	50	gr	10	0,5
leche	6	Oz	1,25	0,24
				0,74
SUBTOTAL				0,74
MARGEN ERROR	3,00%			0,02
TOTAL				0,76

americano			
CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
10	gr		0,2
			0,2
3,00%			0,01
			0,21

Plato: Te chai				
Pax: 1				
INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
bolsa de te	1	unidad		0,25
leche	3	Oz	1,25	0,12
				0,37
SUBTOTAL				0,37
MARGEN ERROR	3,00%			0,01
TOTAL				0,38

latte			
CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
10	gr		0,2
3	Oz	1,25	0,12
			0,32
3,00%			0,01
			0,33

Plato: te english breakfast tea (te en general)				
Pax: 1				
INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
bolsa de te	1	unidad		0,15
				0,15
SUBTOTAL				0,15
MARGEN ERROR	3,00%			0,00
TOTAL				0,15

capuccino			
CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
10	gr		0,2
3	Oz	1,25	0,12
			0,32
3,00%			0,01
			0,33

Plato: Iced Coffee				
Pax: 1				
INGREDIENTE	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
café molido	10	gr		0,2
leche	3	Oz	1,25	0,11
jarabe de azucar	2		2,5	0,15
esencia de vainilla				0,03
SUBTOTAL				0,50
MARGEN ERROR	3,00%			0,01
TOTAL				0,51

mokaccino			
CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO X KG	X PLATO
10	gr		0,2
3	Oz	1,25	0,12
1	Oz	9	0,45
			0,77
3,00%			0,02
			0,79

Anexo 12.

Menú

MENU CAFETERIA

CAFETERIA	PVP
expreso	\$ 1,35
americano	\$ 1,75
expreso doble	\$ 1,75
ristretto	\$ 1,35
latte	\$ 2,10
capuccino	\$ 2,10
mocaccino hersheys	\$ 2,20
chocolate caliente	\$ 2,20
<i>Put flavor on your coffee (caramelo, vainilla, majar)</i>	
Infusiones y tè	\$ 1,75
Te Chai	\$ 1,75
BEBIDAS FRIAS	
Iced tea	\$ 3,00
Vainilla Iced coffee	\$ 2,50
Jugos naturales (<i>frutilla, mora, guanabana, tomate, coco, naranjilla</i>)	\$ 2,50
Batidos naturales (<i>frutilla, mora, guanabana, tomate, coco, naranjilla</i>)	\$ 3,00
Smoothies:	
Passion (Maracuya , frutilla, piña)	\$ 3,50
Marmoleado (Mora, coco, guanabana)	\$ 3,50
Fantasia (Naranja,frutilla, banana)	\$ 3,50
BEBIDAS	
Gaseosa (Pequeña) 350ml	\$ 1,00
Gaseosa (Mediana)	\$ 1,50
Cerveza- Club	\$ 2,50
Cerveza Pilsener	\$ 2,50
Agua con Gas	\$ 1,00
Agua sin Gas	\$ 1,00
PASTELERIA Y CHOCOLATERIA (por confirmar con proveedores)	
TODO ESTO VA EN DISPLAY DE FRIGORIFICO	
Tres leches	2,25
Humitas	1,50
Quimbolitos	1,50
Brownies	2,50
Torta de zanahoria	2,25
Milhojas	1,75
Quishe	3,00
Croissant	0,70
Pan de yuca	
Empanadas chilenas (carne)	3,00
Empanadas chilenas (pollo)	2,50
Torta de Banana	2,50
SANDUCHERIA	
Philly cheese steak	\$ 3,75
Pollo BBQ	\$ 3,75
Club sandwich	\$ 3,75

DESAYUNOS	
Express	
batido de fruta y tostada mixta	\$ 3,75
Continental	
cafe o te, croissant, mantequilla, mermelada, jugo del dia	\$ 4,00
Americano	
cafe o te, jugo de fruta, croissant, mantequilla, mermelada, jamón, huevos a lección	\$ 4,75
Croque italiano	
cafe o te, jugo de fruta, tostada con pesto, tomate y mozzarella	\$ 4,75
Croque mesieur	
cafe o te, jugo de fruta, tostada con jamon, queso y mantequilla	\$ 4,75
Croque madamme	
cafe o te, jugo de fruta, tostada con jamon, queso y mantequilla y huevo frito	\$ 4,99
<i>agrega fruta fresca picada a tu desayuno por \$1</i>	\$ 1,00
<i>agrega huevos a tu elección por \$1,25</i>	\$ 1,25
<i>agrega tocino crocante a tu desayuno por \$1</i>	\$ 1,50

PRECIO PROMEDIO: \$ 3,00

PRECIO TICKET POR PERSONA: \$ 4,00

