

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Plan de Negocios: Gourmet Coffee Shop La Tertuliana

Pamela Alejandra Boada Benavides

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Licenciatura en Marketing

Quito, 24 de Mayo 2012

© Derechos de autor

Pamela Alejandra Boada Benavides

Año: 2012

Dedicatoria

Después de varios años de esfuerzo, dedicación y constancia quisiera dedicar de hoy en adelante mis logros y éxitos a Dios, por darme la sabiduría, la seguridad y la fuerza para seguir cada paso que doy, por ser quién a guiado todo mi camino y me a bendecido hasta donde hoy me encuentro.

Igualmente todo este arduo esfuerzo lo dedico a mis padres por ser pilares fundamentales en mi vida, por ser mi apoyo y mi ejemplo; a pesar de haber pasado por momentos difíciles en este transcurso de mi vida, han sido incondicionales y sin ustedes nada de esto hubiera sido posible.

Agradecimientos

Agradezco a mi madre por todo el amor incondicional, por su apoyo constante y sus ánimos de hacerme seguir adelante siempre, por sus mejores consejos, por escucharme siempre que lo necesito. Gracias ma eres la mejor.!

Agradezco igualmente a mi padre por ser quien hizo todo esto posible, por confiar en mi y darme esta gran oportunidad. Por ser la persona que siempre me motiva a querer ser grande y a alcanzar los mas altos éxitos. Gracias pa eres muy especial.

Igualmente quiero agradecer a mi hermana por ser un apoyo incondicional en mi vida, que pesar de ser menor a sabido darme los mejores consejos para seguir adelante en esta etapa de mi vida, y simplemente por estar ahí siempre, te adoro Eri.!

También quiero agradecer a mi novio, por siempre estar a mi lado dándome su apoyo y demostrando su interés siempre por todo lo que hago. Por ayudarme a crecer y ser mejor persona cada día. Te amo lindo.!

Finalmente quiero agradecer a toda mi familia y amigos, que ya sea de cerca o a la distancia me han demostrado su cariño y siempre me han dado palabras de aliento para luchar por mis sueños. Gracias por sus consejos, sus ánimos e incondicional apoyo.

Gracias Totales!!

Resumen

El siguiente proyecto detalla información original e inédita de la creación de un Plan de Negocios de una cafetería gourmet para la ciudad de Quito, denominada Gourmet Coffee Shop La Tertuliana. Este plan de negocios incluye aspectos clave para la creación de la cafetería, como la idea del negocio, como se lo va a desarrollar, cuando y donde tomará ubicación la cafetería, para que segmento objetivo estará dirigida, etc.

Gourmet coffee shop La Tertuliana ofrecerá una nueva tendencia en el mercado de cafeterías de la ciudad de Quito. Aparece con una idea innovadora para satisfacer las nuevas necesidades del consumidor, ofreciendo una repostería cien por ciento saludable, a base de frutas naturales, baja en calorías. Además de brindar un ambiente moderno y exclusivo donde el consumidor sea capaz de experimentar situaciones agradables y placenteras con familia o amigos.

Se considera un proyecto con un alta viabilidad ya que hoy en día la sociedad ha desarrollado diferentes tendencias de consumo, enfocándose en una alimentación más saludable que prevenga enfermedades y ayude al cuidado y mantenimiento de su figura.

Se desarrollaran diferentes planes de creación y control para manejar el negocio de la manera más adecuada para garantizar su viabilidad y su rentabilidad en el mercado.

Abstract

The next project includes original and unpublished information detailing the creation of a Business Plan for a gourmet coffee shop in Quito, called Gourmet Coffee Shop La Tertuliana. This business plan includes key aspects for the creation of the cafeteria, as the business idea, as how it will be develop, when and where will the cafeteria take place, which will be the target focus on the coffee shop central idea, etc.

Gourmet coffee shop La Tertuliana offers a new trend in the coffee shops market in the city of Quito. It appears with an innovative idea for satisfied the new consumer needs, offering a one hundred percent healthy desserts, made of natural fruit, low in calories. In addition we will provide a modern and exclusive place where the consumer will be able to experience pleasant and enjoyable situations with family or friends.

It is considered a project with a high viability because today the market has developed several consumer trends, focusing on a healthier diet to prevent diseases and help the care and maintenance of their figure.

I develop different plans of the creation idea and control plans to manage the business in the most appropriate way to ensure its viability and profitability in the market.

Tabla de Contenido

Capítulo 1

Resumen Ejecutivo.....	1
-------------------------------	----------

Capítulo 2

Idea de negocio.....	3
2.1 Introducción.....	3
2.2 Qué ofrecer al mercado.....	3
2.3 A Quién ofrecer	4
2.4 Cómo ofrecer el producto/servicio.....	5
2.5 Por Qué ofrecer el producto/servicio	6
2.6 Donde ofrecer el producto/servicio.....	6

Capítulo 3

Análisis del entorno y de la industria.....	7
3.1 Industria Gastronómica.....	7
3.2 Mercado Actual	8
3.3 Análisis de la Competencia.....	9

Capítulo 4

Plan Estratégico.....	11
4.1 Análisis de la situación	11
4.1.1 Mercado Objetivo.....	11
4.1.2 Recursos de la Empresa	12
4.2 Diagnóstico de la situación.....	13

4.3 Declaración de objetivos corporativos	15
4.3.1 Misión.....	15
4.3.2 Visión.....	15
4.3.3 Ventaja Competitiva	16
4.4 Estrategias corporativas	16

Capítulo 5

Plan de Marketing	17
5.1 Objetivos.....	17
5.1.1 Objetivos Específicos.....	17
5.1.2 Objetivos a Mediano Plazo.....	18
5.1.3 Objetivos a Largo Plazo.....	18
5.2 Análisis FODA.....	18
5.3 Marketing Mix.....	20
5.3.1 Producto.....	20
5.3.2 Precio.....	21
5.3.3 Plaza.....	21
5.3.4 Promoción	22

Capítulo 6

Plan de Operaciones	22
6.1 Descripción del local.....	22
6.2 Descripción del proceso productivo	25
6.3 Tecnología a utilizar	26
6.4 El volumen de actividad.....	27

Capítulo 7

Organigrama y política de Recursos Humanos	30
7.1 Organización de los Recursos Humanos.....	30
7.2 Política de los Recursos Humanos.....	30

Capítulo 8

Plan Financiero	33
8.1 Plan de Inversión.....	33
8.2 Proyección de Ventas.....	35
8.3 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	38
8.4 Estado de Situación.....	41
8.5 VAN / TIR.....	44

Capitulo 9

Conclusiones	45
---------------------------	----

Capitulo 10

Recomendaciones	46
------------------------------	----

Capitulo 11

Material de Referencia	47
11.1 Referencias Electrónicas.....	47
11.2 Anexos.....	48

Lista de Figuras

1.- Tabla de Competencia.....	10
2.- Tabla de Estimación de Gastos	13
3.- Objetivo en Ventas.....	17
4.- Producto: Menú.....	20
5.- Diagrama Proceso Productivo.....	26
6.- Gráfico Organización de los Recursos Humanos.....	30
7.- Gastos de Inversión.....	33
7.1. Tabla 1.....	33
7.2. Tabla 2.....	34
7.3 Tabla 3.....	35
8.- Proyección de Ventas.....	35
9.- Estado de Perdidas y Ganancias.....	38
10.- Estado de Situación.....	41
11.- VAN/TIR.....	44

Capitulo 1.

1.1 Resumen Ejecutivo

Vivimos en una sociedad cambiante que mientras pasa el tiempo adopta nuevas tendencias y nuevos estilos de vida debido a la globalización. Por esta razón nos encontramos en un mercado evolutivo que día a día debe satisfacer nuevas necesidades desarrolladas por los consumidores e implementar nuevos productos y servicios que estén acorde a estas necesidades, para continuar con un proceso evolutivo del mercado.

Es así que este proyecto plasma una idea innovadora dentro de la industria gastronómica para la Ciudad de Quito, con el fin de dar respaldo a esas nuevas tendencias que se han ido adaptando en nuestra sociedad y satisfacer lo que nuestros consumidores necesitan, de acuerdo a sus necesidades empíricas.

Hoy en día cuidar de nuestra salud y alimentación va mas allá de una moda, el hacer ejercicio y mantener una dieta nutritiva se ha convertido en un hábito que las personas han decidido llevar a lo largo de sus vidas. Es por esto que ahora el mercado ofrece un sin número de opciones para seguir una dieta saludable; ya sea con productos light y restaurantes light o vegetarianos. Sin embargo, a pesar de que las opciones son muchas e encontrado un nicho de mercado el cual no ha sido explotado dentro de nuestra sociedad; por el mismo hecho de mantener una dieta saludable y nutritiva, muchas personas han eliminado de ella los alimentos dulces o postres.

La idea de este proyecto dará la oportunidad a los consumidores de poder incluir en sus dietas una repostería fina y cien por ciento natural, baja en calorías; con el fin de darse un gusto sin sentir culpa y sin descuidar la salud y figura. Además, de ofrecer productos de alta calidad enfocados al cuidado de la salud interna y externa de los consumidores, incluimos un plus basado en generar experiencias agradables a nuestros clientes, a través de la creación de una Cafetería Gourmet, con un ambiente moderno, cálido y exclusivo.

Capitulo 2.

Idea de Negocio

2.1 Introducción

Con el transcurso de los años hemos visto que la industria del sector gastronómico ha ido adquiriendo bastante acogida en nuestro país y se ha convertido en un mercado altamente rentable y competitivo. Este mercado brinda la oportunidad de crear diferentes ideas para satisfacer varias necesidades y en especial el paladar del consumidor; lo cuál ha permitido una gran expansión, amplia variedad y diferentes tendencias gastronómicas para desarrollarse en nuestro país. Por esta razón e decidido desarrollar una idea de negocio dentro de esta industria, que hoy en día brinda varias oportunidades de emprender.

2.2 ¿Qué ofrecer al consumidor?

Actualmente, los consumidores son cada vez más exigentes y buscan un producto de alta calidad, que especialmente en este sector, incluya un buen servicio. Por esta razón, la idea de negocio que e escogido, es crear una cafetería gourmet, que especialmente este enfocada en ofrecer repostería saludable, sin perder el gusto de saborear un platillo dulce. Donde a la ves, el

ambiente sea parte esencial de nuestro servicio, para que de esta manera brindemos además de un producto de alta calidad, una experiencia agradable para el consumidor; que desee volver a repetirla.

Los principales productos a encontrarse en la cafetería serán los postres naturales y bajos en calorías, jugos naturales, infusión o té de frutas, mate y café orgánico. En un futuro y dependiendo de la demanda que tengamos optaremos por incluir bocaditos de sal.

El objetivo fundamental es adoptar la tendencia de la comida saludable y baja en calorías e incluirla en la repostería, que muchas veces es eliminada de la dieta diaria de una persona, por no incluir opciones saludables que ayuden a mantener una alimentación sana y que ayude al cuidado de la figura.

2.3 ¿Quién consume?

Con esta idea busco dirigirme especialmente a personas que cuiden de su salud y de su figura, sin dejar de darse un gusto repentino. Que aprecien de una buena gastronomía y de los buenos momentos. Es decir, mi grupo objetivo son personas de un nivel socio económico medio alto, alto; de todas las edades, que compartan en familia, con los amigos, reuniones, etc.

El perfil sicográfico del consumidor, como lo mencioné anteriormente incluye a hombres y mujeres, que hagan ejercicio, cuiden su salud y mantengan una alimentación saludable y nutritiva, que a la vez ayude al cuidado de su figura estética. Personas que busquen momentos de placer ya sea después del trabajo u obligaciones, así también como en fines de semana;

donde su principal exigencia sea un servicio personalizado, de alta calidad, en ambientes modernos y exclusivos.

En el perfil demográfico se incluyen jóvenes desde los 20 años de edad, hasta adultos de 50-60 años, que vivan cerca de la zona de la cafetería o en sectores aledaños, dentro del Norte de la ciudad de Quito; sin limitar la opción de recibir consumidores de los valles de la ciudad.

2.4 ¿Cómo ofrecer el producto y servicio?

Lo fundamental para dar pie a esta idea de negocio y esperar su surgimiento es crear una gran campaña de comunicación, donde se plasme claramente la nueva tendencia de consumir comida saludable y así presentar una idea innovadora que ofrece repostería natural, baja en calorías dentro una cafetería Gourmet. No es difícil transmitir esta idea, pues la tendencia ya a sido adoptada en nuestra sociedad hace algún tiempo atrás; por lo que más bien el consumidor hoy en día, anda en búsqueda de una gastronomía que incluya opciones saludables que ayuden a cuidar la salud y mantenimiento de su figura. Para estas necesidades entrará en el mercado Gourmet Coffee Shop.

2.5 ¿Por qué ofrecer el producto?

Es sumamente importante conocer las necesidades que va desarrollando el consumidor y buscar la manera de satisfacerlas. Actualmente nuestra sociedad a dado un giro completo con respecto a los estilos de vida; nuestro consumidor potencial se encuentra en una búsqueda de un estilo de vida saludable, donde la comida y el ejercicio son una parte fundamental para optar por una vida sana. Este es el por qué de desarrollar esta idea de negocio, ofrecer una idea innovadora que nuestro consumidor esta buscando sin necesidad de decirlo. Poder darte un gusto, sin dejar el estilo de vida saludable que llevas, y a la ves experimentar una repostería nueva y natural.

2.6 ¿Donde ofrecer el producto?

La Cafetería Gourmet se llevará a cabo en la ciudad de Quito, al norte de la ciudad. En un sector apropiado para el target al cual el negocio esta enfocado. A futuro (en un periodo de 3 a 5 años), se buscará el crecimiento y expansión del negocio para que pueda ser ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Capítulo 3.

Análisis del Entorno y de la Industria

3.1 Industria Gastronómica

*“Las opciones para disfrutar de la **gastronomía en Quito** se han multiplicado en los últimos años, y el sector de los restaurantes está más boyante que nunca.” (1)* Claramente se puede apreciar que la industria gastronómica en nuestra ciudad ha crecido indudablemente y en la actualidad ofrece un sin número de opciones para todos los gustos.

En la ciudad de Quito se puede encontrar diferentes tipos de gastronomía, como por ejemplo; la cocina ecuatoriana que no puede faltar y se ofrece un sin número de opciones para poder degustar de los mejores platos típicos. Igualmente, la cocina internacional se encuentra en un amplio crecimiento, debido a la importante influencia extranjera que tenemos en nuestro país, que aporta de manera significativa en esta gastronomía. Por esta razón se ha creado varios restaurantes tipo fusión que incluyen gastronomía local y extranjera, los cuales son la tendencia de último momento y han tenido gran acogida.

En lo que a cafeterías respecta, existen un sin número de estos establecimientos en la ciudad de Quito, enfocados a diferentes segmentos socio-económicos, para todos los gustos y en diferentes ubicaciones. Varias de ellas cuentan con una gran trayectoria en la ciudad como son “CafeLibro”, “Cafetería Monserrat”, etc.

3.2 Mercado Actual

La salud y el cuidado de la figura es fundamental hoy en día en las personas, por lo que en la ciudad de Quito se han creado diferentes tipos de negocio que ofrecen una opción diferente en el mercado de restaurantes. Se ofrece una gastronomía saludable, baja en grasas y calorías, comida vegetariana, entre otras.

Aquí un ejemplo de los restaurantes vegetarianos en Quito, que demuestran su crecimiento en los últimos años:

- Bhakti
- Formosa
- Manantial
- El Maple
- Restaurant Quinoa
- Sakti
- Veglife

Actualmente en la ciudad de Quito existen 1509 establecimientos que constan entre restaurantes, cafeterías y bar-restaurante. Esto representa un 58.0% en lo que respecta a establecimientos comerciales en la ciudad de Quito. *(Ceplaes)*

En cuanto a cafeterías, únicamente, se encuentran 109 establecimientos, lo que representa un 5% dentro de los establecimientos comerciales que aportan actividades turísticas en la ciudad.

Estos datos nos reflejan el crecimiento de la industria, por lo que confirmamos la efectividad de este mercado en la actualidad; ofreciendo un establecimiento de este tipo, sin embargo incluyendo una idea innovadora que nos proporcione una ventaja competitiva frente al resto de locales que ya existen.

3.3 Competencia de Cafeterías

Nuestra competencia consideramos que son las cafeterías en la ciudad de Quito, enfocadas en un nivel socio económico medio alto, alto; a pesar que no ofrezcan la misma tendencia en productos y servicio. Los establecimientos a nombrarse a continuación forman parte únicamente de servicios de cafetería. Además de ubicar a los más cercanos a la zona donde estará ubicada nuestra cafetería Gourmet Coffee Shop.

La siguiente tabla representa todas las cafeterías consideradas competencia, ubicadas en el centro-norte de la ciudad de Quito, se enfocan a consumidores de un nivel socio económico medio-alto, alto, jóvenes y adultos. Ofrecen productos como cafés, repostería, bocaditos de sal, jugos, helados y snacks.

Tabla de Competencia.-

Cafetería	Café	Repostería	Helados	Jugos	Comida	Snacks	Cocteles
Caffeto	*	*	*	*	*		
Cafetería Omi	*	*		*	*		*
Juan Valdez	*	*		*	*	*	
El Español	*	*		*	*	*	
Bocatto	*	*		*	*		*
Honey & Honey	*	*	*	*	*		
Cyril	*	*	*				
DiSergio	*	*	*	*	*		*

Capítulo 4.

Plan Estratégico

4.1 Análisis de la Situación

4.1.1 Mercado Objetivo

Como sabemos el perfil de nuestro consumidor meta serán personas (hombres y mujeres) que sean parte de un estilo de vida saludable y gusten del ejercicio. Sin dejar de lado el consumo casual de ciertos placeres de la gastronomía, como los postres. Serán personas de un nivel socio económico medio-alto, alto; que cuiden de su salud y figura, prefiriendo siempre los alimentos naturales.

Donde se adopte la tendencia de consumir alimentos bajos en calorías sin perder su sabor original. Tendencia la cual se ha desarrollado debido a la existencia de diferentes enfermedades, como la obesidad debido a la mala alimentación y sedentarismo. *“La prevalencia de Obesidad en el Ecuador en el año 2005 fue de: 16.7% para el sexo femenino y 6.7% para el sexo masculino, con una ponderación para el año 2015 de 21.7% y 18.9% respectivamente.”* (1)

Se considera que actualmente este mercado ha tenido bastante acogida en la ciudadanía ecuatoriana. *“La comercialización de los productos light se incrementó entre un 10% y 15% desde el año 2009”* (2)

(1) <http://www.cirugia.com.ec/obesidad-ecuador.html>

(2) <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/alimentos-light-ganan-terreno-luego-de-seis-meses-347375.html>

Como podemos ver los ecuatorianos han ido adoptando esta tendencia y así mismo, aumentando el consumo de productos y alimentos saludables desde hace varios años atrás. Por lo que el 10% del consumo total de los ecuatorianos se lo destina al consumo de productos light según un estudio de IPSA GROUP. Esto nos da una justificación de que este mercado es bastante rentable actualmente, pues busca satisfacer una necesidad clara en los consumidores hoy en día.

4.1.2 Recursos de la empresa

Actualmente la empresa cuenta con una inversión inicial para poder poner en marcha el negocio en la ciudad de Quito. Esta inversión servirá para crear la decoración de las instalaciones de la cafetería gourmet ya que el local es propio, para la adquisición de insumos y contratación de proveedores, promoción necesaria y contratación de personal, además de mantener un porcentaje para mantener la liquidez del negocio.

En el siguiente cuadro se presenta una estimación de gastos de iniciación del negocio, por los primeros dos meses en ciertos ítems pues otros son a largo plazo.

Tabla de Estimación de Gastos.-

Instalaciones y decoración	\$ 20,000
Proveedores e Insumos	\$ 15,000
Publicidad y campaña de comunicación	\$ 10,000
Personal	\$ 2,000
Liquidez	\$ 10,000
Total Inversión	\$ 60,000

4.2 Diagnostico de la Situación

La cafetería gourmet estará ubicada en un sector comercial de la ciudad de Quito, en la Av. 6 de Diciembre y Portugal. En esta zona encontramos diferentes negocios comerciales, como principalmente restaurantes y cafeterías, además de estar cerca del Banco de Pichincha y el autoservicio Megamaxi. Al igual que diferentes empresas privadas.

La competencia es una situación fundamental en nuestra situación de mercado, pues en esta zona se encuentra diferentes cafeterías las cuales representan una competencia directa para mi negocio. Por ejemplo, en la zona esta ubicada la cafetería Honey & Honey, La Suiza, Cyril (más lejano), Di Sergio, ChicBerry. Estos establecimientos representan una alta competencia, sin embargo ninguno de ellos ofrece la idea innovadora de ofrecer postres

clásicos a base de frutas naturales y bajos en calorías, tés orgánicos, jugos naturales y café orgánico. (los cuales los presentaré más adelante detalladamente.)

La situación económica que se refleja en este sector es considerada alta, pues el segmento de mercado que habita en esta zona es de un nivel socio económico medio alto - alto, por lo que en este punto la Cafetería Gourmet se encuentra bien ubicada.

Un problema importante que podemos encontrar en esta zona es el constante tráfico en las horas pico al igual que la falta de parqueaderos públicos y la situación de estrés que se puede desarrollar en estos momentos para los consumidores, lo cual es fundamental desarrollar estrategias para evitar este tipo de situaciones.

A pesar de los pros y los contras que se puedan desarrollar, tengo la confianza en la situación actual de este mercado, el cual se esta expandiendo constantemente y refleja altos porcentajes de rentabilidad y aceptación a los diferentes servicios dentro del área gastronómica light. Este negocio con la correcta percepción puede llegar bastante lejos, siempre ofreciendo al consumidor productos de alta calidad y un servicio altamente personalizado.

4.3 Objetivos Corporativos

4.3.1 Misión

Ofrecer un servicio alimenticio enfocado en la repostería light de alta calidad, diferenciándonos por un servicio gourmet que sea del agrado de personas que gusten de una alimentación saludable y deliciosa, consumiendo postres cien por ciento naturales y bajos en calorías, donde estos puedan satisfacer las necesidades y los impredecibles antojos de nuestros consumidores; en un ambiente sobrio, moderno y vanguardista.

4.3.2 Visión

Liderar el mercado de Cafeterías en consumo de repostería Light mediante una constante implementación tecnológica y capacitación humana, que nos permita brindar servicios y productos únicos de alta calidad; con el fin de satisfacer y conservar la tendencia del consumo de alimentos bajos en calorías, y así ofrecer una mejor calidad de vida hacia nuestros consumidores.

4.3.3 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva de la Cafetería Gourmet esta definida por la innovación de ofrecer repostería cien por ciento natural a base de frutas típicas del ecuador, siendo postres bajos en calorías, para que se pueda disfrutar de los placeres sin culpa. Agregando un servicio personalizado de alta calidad con un ambiente que marque un experiencia en nuestro consumidor.

4.4 Estrategia Corporativa

De acuerdo a la zona en la cual se ubicará la Cafetería Gourmet nos representa una estrategia importante, pues será el único establecimiento que brinde los servicios gastronómicos de repostería fina, cien por ciento natural y baja en calorías; a diferencia de las cafeterías existentes.

Además se utilizará una estrategia competitiva genérica, la cual estará enfocada en la Especialización, debido a que nos enfocaremos a un segmento de mercado específico dentro de la zona en la que estaremos ubicados; personas que cuiden su dieta y deseen consumir postres naturales bajos en calorías, de un nivel socio económico medio-alto, alto.

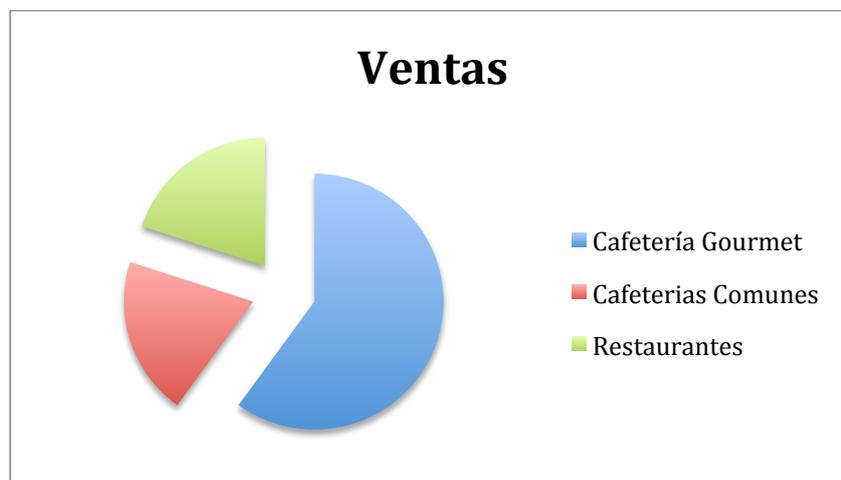
Capitulo 5.

Plan de Marketing

5.1 Objetivos

5.1.1 Objetivos Específicos

- Obtener al menos el 60% de market share del mercado meta en el primer año. Mediante justificación de ventas y mercado meta explicado en el capitulo financiero.



- Obtener posicionamiento mediante una campaña publicitaria completa con el objetivo de implementar la comunicación con el consumidor.

5.1.2 Objetivos a mediano plazo

- Crear lealtad y fidelidad en nuestros clientes.
- Ser reconocidos en el mercado
- Aumentar la participación de mercado en un 5% por año.

5.1.3 Objetivos a largo plazo

- Ser una marca posicionada en el mercado de la repostería.
- Obtener un franquicia en la ciudad de Guayaquil.
- Consolidarnos como empresa y líderes en el mercado de alimentos bajos en calorías en el país.

5.2 Análisis FODA

FORTALEZAS

- Idea innovadora
- Local propio
- Disponibilidad constante de insumos y proveedores.
- Requerimiento mínimo de personal
- Únicos en el mercado

OPORTUNIDADES

- Crecimiento de la industria/mercado.
- Zona estratégica.
- Adoptar nuevas tendencias.
- No hay competencia directa actualmente
- Franquicias

DEBILIDADES

- Inversión
- Procesos largos de preparación
- Costos altos de proveedores o insumos
- Primera vez en el mercado

AMENAZAS

- Situación Económica
- Competencia
- Nuevos negocios con la misma ideología

5.3 Marketing Mix

5.3.1 Producto

El producto principal de la Cafetería Gourmet estará basado en la repostería, dicho anteriormente, la idea que se desea plasmar es ofrecer postres cien por ciento hechos a base de frutas naturales, en especial típicas del Ecuador, que además que sean bajos en calorías. Para esto presentaré una lista de los postres principales que se encontraran en el menú, el menú en su tamaño original lo podrán encontrar en los anexos.

REPOSTERIA		CAFÉ ORGANICO	
Mousse de Chocho, Limón, Mora	4,00	Espresso	3,00
Flan de Higo, Uvilla	4,00	Cappuccino	5,00
Cheesecake de Chamburo, Maracuyá	7,00	Mocaccino	5,00
Torta de Plátano y nuez	4,00	Americano	3,00
Tartaleta de Guanábana	4,00	BEBIDAS	
Tiramisú de Café Orgánico	7,00	Infusión de frutos secos	3,00
Manzanas Flambeadas	4,00	Té de Coca	5,00
Copa de helado de Pitajaya	5,00	Té de frutas	3,00
		Mate	5,00
		Jugos de Frutas naturales	3,00
		Smoothies de Frutas naturales	3,00
		Agua con gas/ sin gas	1,50



La Tertuliana
 Av. 6 de Diciembre y Portugal
 2482-275

5.3.2 Precio

El precio de nuestros diferentes productos, será determinado de acuerdo a sus ingredientes, producción, elaboración, servicio y presentación.

Además de ser bajos en calorías, lo que incluye un porcentaje extra al precio, al utilizar endulzantes light como splenda pues su costo es mas alto que los endulzantes comunes.

- Los precios de la repostería fina variarán entre \$4,00 dólares los más sencillos hasta \$7,00 los que necesiten mayor cantidad de ingredientes.
- Los precios de los cafés variarán de \$ 3,00 a \$ 5,00.
- Bebidas y tés variarán entre \$3,00 a \$ 5,00

5.3.3 Plaza

- El local estará ubicado entre la Av. 6 de Diciembre y Portugal.
- La cafetería abrirá de Lunes a Sábado, en horario de 9:00am a 21:00pm.
Domingos de 10:00am a 18:00pm.
- Ofrecemos un servicio personalizado, donde el consumidor experimente una experiencia de sabor y placer, con un ambiente adecuado, divertido y vanguardista.
- Se ofrecerá servicio de host y merceros.

5.3.4 Promoción

- Se realizará un campaña de comunicación masiva con pautaaje en los medios de comunicación más utilizados en el país.
- Uso de redes sociales, Facebook y Twitter.
- Publi reportajes
- Pautaje en revistas Cosas, Caras, Soho, etc.
- Inauguración de la Cafetería Gourmet, con invitaciones a personas líderes de opinión, para generar una estrategia de boca a boca.

Capitulo 6.

Plan de Operaciones

6.1 Descripción del Local

El local donde se ubicaran las instalaciones de Gourmet Coffee Shop es en la Av. 6 de Diciembre y Portugal frente al Banco del Pichincha. El local es de una planta, tiene el área de cocina, baños uno para mujeres y otro para hombres, y finalmente el área de mesas en un ambiente interno y externo.

La distribución del local será la siguiente, tomando en cuenta la buena distribución y aprovechamiento del espacio.

- Como nuestro producto es dentro del mercado de comida es importante que el consumidor pueda ver los diferentes productos que tenemos para que el gusto entre por los ojos, por esta razón contaremos con un counter transparente que mantenga los postres en una temperatura adecuada y así el cliente pueda elegir cual postre desea degustar.



- Las mesas que usaremos serán cuadradas con asientos cómodos para que el cliente pueda relajarse y disfrutar el momento. Dentro del local entran alrededor de unas 8 mesas y en el exterior tres mesas con calentador para los días fríos.



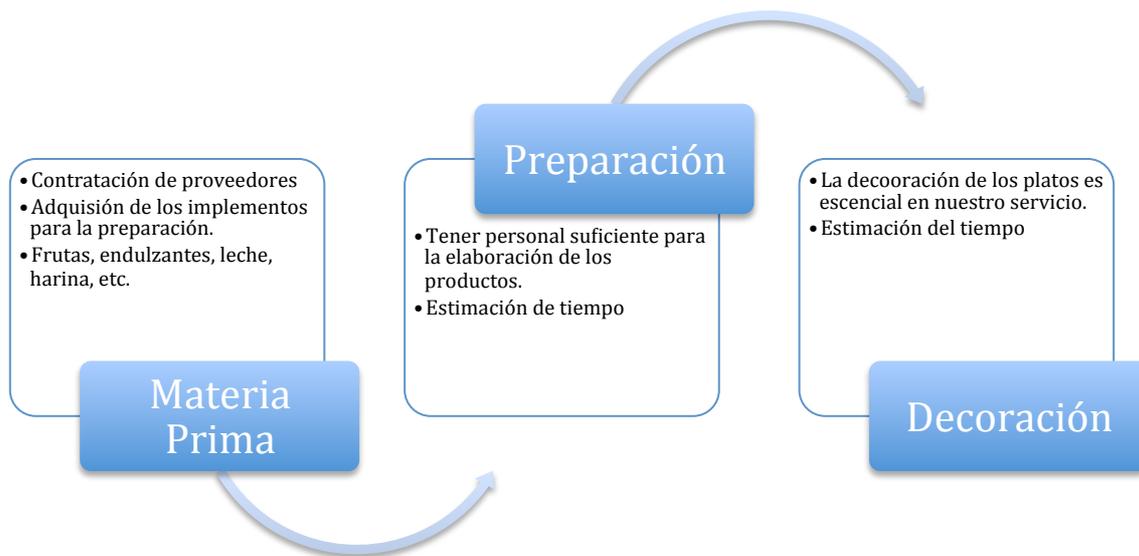
- La decoración del local será acorde a un ambiente exclusivo, moderno y vanguardista, usando colores adecuados que den la sensación de relajación y una buena experiencia al consumidor. A continuación, se muestran algunas imágenes de posibles decoraciones para el local.





6.2 Descripción del proceso productivo

A continuación se detallará un flujo grama donde se presente todas las actividades que se deberán seguir para la elaboración de postres y bebidas dentro de Gourmet Coffee Shop.



6.3 Tecnología a Utilizar

La tecnología a utilizarse en la elaboración de mis productos es relativamente básica, pues lo fundamental es obtener la maquinaria necesaria para la producción de postres y bebidas como las siguientes:

- Batidoras y Licuadoras
- Hornos
- Maquina de Café profesional
- Refrigeradora
- Microondas
- Extractor de olores

6.4 Volumen de Actividad

Este punto es sumamente importante dentro del plan de operaciones de Gourmet Coffee Shop, pues el volumen de productos que se vaya a producir es importante conocerlo diariamente y tomando en cuenta la demanda que se tenga dentro de la cafetería y además los diferentes días, pues uno puede generar mayor demanda que otro; como son los fines de semana.

- ¿Cuanto se va a producir?

Considero que basare el volumen de la producción en mínimos y máximos por día. En cuanto a los postres es mas sencillo pues la elaboración es por unidades, es decir un flan de higo que da 8 unidades. Por esta razón considero que el volumen mínimo a producir será 5 postres por día (aproximadamente 40 unidades) y máximo 6 postres por día (aproximadamente 48 unidades). El volumen máximo de producción será puesto en marcha de acuerdo a una observación de los días de mayor consumo.

En cuanto a las bebidas considero que no es óptimo realizar una producción diaria sino más bien realizarlas por pedido, es decir según la demanda que tengamos, pues los jugos y cafés deben ser frescos y preparados ese mismo momento.

- Para dicha producción, ¿podremos comprar toda la materia prima que se estima?

Considero que la producción que pondremos en marcha diariamente es una meta bastante real, por lo que el acceso a la materia prima no resulta un problema. Será bastante factible obtener la materia prima que se vaya a utilizar por día, ya que diariamente se producirán postres diferentes, de frutas e ingredientes distintos, lo que genera una rotación de los insumos; siendo un factor positivo pues se rotarán entre costos altos y bajos, hasta conocer cuales son los productos que más gustan al cliente y así reorganizar la producción.

Además, en un inicio, la cantidad a producirse diariamente no es alta, estará dentro del presupuesto para evitar cualquier tipo de pérdida.

- ¿Cuál es nuestra capacidad de almacenamiento? Calcular los stocks que se van a tener.

En nuestro caso el almacenamiento es un factor que debe ser bien analizado, pues al ser un negocio de comida todos los productos que se ofrezcan deben ser frescos y mantener los estándares de calidad. Por esta razón, los productos como postres serán almacenados tan solo por dos días, el día de la preparación hasta el siguiente día. En cuanto a las bebidas no habrá ningún tipo de stock disponible ya que estas serán preparadas en el momento del pedido.

Lo que tendremos almacenado serán las diferentes frutas e ingredientes para la preparación de los productos. Las frutas serán almacenadas únicamente por una semana, es decir el stock disponible será para una semana. Igualmente la capacidad de almacenamiento no es problema, pues las cantidades serán pequeñas que requiere grandes espacios.

- ¿Podemos procesar ese volumen? ¿Con la calidad necesaria?

Cada producto será realizado con los más altos estándares de calidad, pues al no ser tan grande el volumen de producción, se pondrá todo el esfuerzo, los mejores ingredientes y la atención requerida a cada postre y bebida que se produzca dentro de Gourmet Coffee Shop.

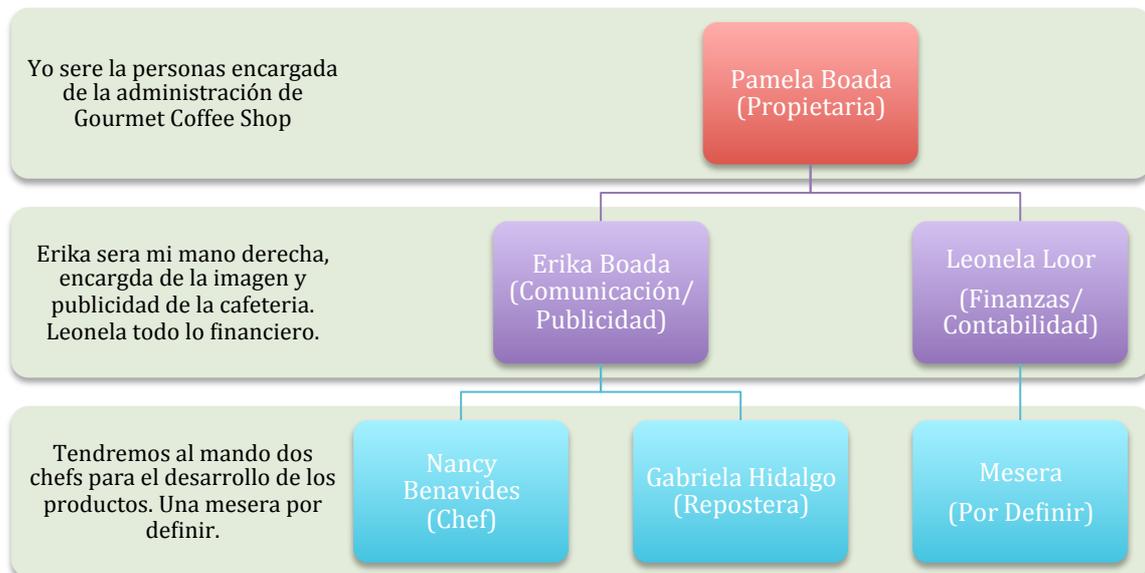
- ¿Y capacidad de gestión?

Para producir los productos se necesitará al menos una persona por postre, por un lapso de 1 a 2 horas para su preparación, por lo que el personal dedicado a la producción de la repostería esta dentro de los parámetros a cumplirse dentro de la gestión que cada uno deberá realizar. Se estima que haya dos personas encargadas de la preparación de los productos en un inicio.

Capitulo 7.

Organigrama y Política de Recursos Humanos

7.1 Organización de los Recursos Humanos



7.2 Política de Recursos Humanos

Al ser un negocio nuevo dentro del mercado, el personal escogido para realizar las diferentes funciones en las áreas pertinentes serán elegidos estratégicamente; manteniendo una visión y ciertos valores corporativos como liderazgo, innovación y pro actividad. Sin importar en que departamento estén operando serán bienvenidos a dar ideas y buscar soluciones para los diferentes problemas o situaciones diversas que se presenten día a día.

El local será administrado por mi, considero que además de ser la creadora de la idea y ejecutora de la misma, tengo los conocimientos determinados para poder manejar este tipo de negocios. Además, de la administración estaré a cargo de todos los aspectos administrativos, marketing, presupuestos, etc. como propietaria de Gourmet Coffee Shop.

He visto la necesidad de tener en el equipo de trabajo una persona que se encargue específicamente de la imagen de Gourmet Coffee Shop y de su publicidad en sí. Además, de generar diferentes campañas de comunicación para irnos relacionando con nuestro clientes de manera permanente y así generar un impacto positivo en ellos. Para este trabajo he considerado que mi hermana puede desempeñar un buen papel, pues estudió publicidad y sabe manejar correctamente este campo, con ideas creativas e innovadoras; lo cual es nuestra filosofía corporativa. Además, el negocio es considerado familiar.

En lo que concierne al área administrativa también está incluida Leonela Loor, la persona encargada de manejar toda la actividad contable de la cafetería, específicamente control de las ventas, gastos y manejo de presupuestos. Actividades fundamentales para el funcionamiento de este nuevo negocio.

Igualmente, el área de producción es sumamente importante para hacer de esta idea un éxito, por lo que he decidido contar con dos personas que sean las responsables de la preparación de todos los postres y bebidas que se

vendan dentro de Gourmet Coffee Shop. Serán dos personas con alta experiencia en el área gastronómica, específicamente en preparación de cocina gourmet. Nancy Benavides - Chef y Gabriela Hidalgo - Repostera, una combinación perfecta para crear deliciosos postres de la forma más sana y natural.

En cuanto al servicio, es un área que esta por determinarse aún, pues considero que en un inicio contaremos con una mesera que se encargue de tomar pedidos y servirlos. Sin embargo, la contratación de personal extra será una decisión que se tome dentro de los tres primeros meses de apertura del local, ya que será muy importante ver como se desarrolla la demanda dentro de la Cafetería. Además, el trabajo no es pesado ya que los postres estarán ya hecho y solo hay que servirlos, mientras que las bebidas tienen un tiempo corto de preparación, por lo que el servicio debe ser ágil, rápido y sencillo. El perfil de esta persona deberá ser una mujer joven con energía, proactiva, buena imagen, carismática, amable, ágil ,entre otras.

Capitulo 8.

Plan Financiero

8.1 Plan de Inversión

Requerimiento de Maquinaria y Equipos

Tabla 1.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
Hornos	2	\$400 c/u
Batidora	2	\$110 c/u
Licuadaora	2	\$120 c/u
Máquina de Café	1	\$5000
Refrigeradora Industrial	1	\$1500
Microondas	1	\$200
Vitrina de vidrio	1	\$ 1700
Cocina	1	\$400
TOTAL		\$10,060

Requerimiento de Muebles y equipos de Computación

Tabla 2.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR
Mesas	8	\$80 c/u
Sillas/Sillones	32	\$60 c/u
Computadora	1	\$800
Caja Registradora	1	\$400
TOTAL		\$3760

A esto le sumamos los respectivos Gastos de Decoración y mantenimiento del local, trámites de papeleos y adquisición de materia prima para empezar la elaboración de los diferentes productos. Además de una respectiva campaña de comunicación. Estos gastos están cubiertos dentro de la Inversión inicial de \$60,000, la cual es el fondo previsto para iniciar el funcionamiento del local.

AUXILIAR DE INVERSION

Tabla 3.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Maquinas	10060	10060	10060	10060	10060	10060	10060
Depreciación	1006	1006	1006	1006	1006	1006	1006
Muebles	3760	3760	3760	3760	3760	3760	0
Depreciación	752	752	752	752	752	752	0
TOTAL ACT	13820	13820	13820	13820	13820	13820	10060
TOTAL DEP	1758	1758	1758	1758	1758	1758	1006
Dep. Acumulada	0	1758	3516	5274	7032	8790	9054
Neto	13820	12062	10304	8546	6788	5030	1006

8.2 Proyección de Ventas.-

Se suponen 300 días laborables al año.

Tabla 1.

	reposte ría fina		caf é		bebida s y tés		
ventas mínimas y máximas	20		50	20	70	30	70 unid ades
ventas promedio	10500		135 00		15000		unid ades

crecimiento real	10%	anual					
precio venta inicial mínimo y máximo	\$ 4,00	\$ 7,00	\$ 3,00	\$ 5,00	\$ 3,00	\$ 5,00	
precio de venta inicial promedio	\$ 5,50		\$ 4,00		\$ 4,00		
Market share	10%						
tasa de inflación	3%						
costo de ventas	60%	ventas					
Gastos administrativos	20%	ventas					
tasa marginal de impuestos	25%						
costos fijos	\$ 60.000,00	inicial					
tasa de interés	15%						
Caja mantener	2%	ventas					
inventarios	15 días		4,17%				
cuentas por cobrar	1 días		0,28%				
cuentas por pagar	30 días		8,3%				

			3%				
Maquinas	10060						
depreciación lineal 1	10	años					
valor salvamiento1	0						
valor mercado final1	4000						
muebles	3760						
depreciación lineal 2	5	años					
valor salvamento 2	0						
Valor mercado final 2	1000						
Tiempo proyecto	7	años					
inversión Inicial	60000	incluyendo los activos de arriba					
costos fijos anuales	25000	anuales					
aporte capital	40000						

8.3 Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas							
repostería							
unidades	10500	11550	12705	13976	15373	16910	18601
Ventas cafés							
unidades	13500	14850	16335	17969	19765	21742	23916
Ventas bebidas y							
tés unidades	15000	16500	18150	19965	21962	24158	26573
crecimiento	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
producción	%	%	%	%	%	%	%
precio repostería	\$ 5,50	\$ 5,67	\$ 5,83	\$ 6,01	\$ 6,19	\$ 6,38	\$ 6,57
precio cafés	\$ 4,00	\$ 4,12	\$ 4,24	\$ 4,37	\$ 4,50	\$ 4,64	\$ 4,78
precio bebidas y							
tés	\$ 4,00	\$ 4,12	\$ 4,24	\$ 4,37	\$ 4,50	\$ 4,64	\$ 4,78
PVP repostería	\$ 5,50	\$ 5,70	\$ 5,90	\$ 6,10	\$ 6,20	\$ 6,40	\$ 6,60
PVP cafés	\$ 4,00	\$ 4,20	\$ 4,30	\$ 4,40	\$ 4,60	\$ 4,70	\$ 4,80
PVP bebidas y							
tés	\$ 4,00	\$ 4,20	\$ 4,30	\$ 4,40	\$ 4,60	\$ 4,70	\$ 4,80
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Ventas en USD	57.750,	65.835	74.959	85.250	95.312	108.22	122.76
repostería	00	,00	,50	,55	,91	6,27	9,18

	0	00	00	00	00	00	00
	(\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Utilidad	27.408,	49.934	59.249	69.787	82.751	96.303	112.33
Operativa	00)	,00	,00	,58	,78	,84	9,36
		\$	\$	\$			\$
		6.624,	1.584,	1.170,	\$	\$	(208,2
gasto de Interés		58	19	34	737,98	269,54	3)
	(\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Utilidad antes	27.408,	43.309	57.664	68.617	82.013	96.034	112.54
de Impuestos	00)	,43	,81	,24	,80	,31	7,59
		\$	\$	\$	\$	\$	\$
Impuestos		10.827	14.416	17.154	20.503	24.008	28.136
pagados	\$ -	,36	,20	,31	,45	,58	,90
	(\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Utilidad Neta	27.408,	32.482	43.248	51.462	61.510	72.025	84.410
	00)	,07	,61	,93	,35	,73	,69

8.4 Estado de Situación.-

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activos corrientes							
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3.435,	32.48	43.248	51.462	61.510	72.025	84.410
caja y bancos	00	2,07	,61	,93	,35	,73	,69
		\$					\$
	\$	548,6	\$	\$	\$	\$	1.014,
cuentas por cobrar	477,08	3	620,13	700,44	797,93	899,87	22
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	7.156,	8.229,	9.301,	10.506	11.969	13.498	15.213
Inventarios	25	38	88	,58	,02	,09	,28
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total de activos	11.068	41.26	53.170	62.669	74.277	86.423	100.63
corrientes	,33	0,07	,61	,95	,31	,69	8,19
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	13.820	13.82	13.820	13.820	13.820	13.820	10.060
Activo fijo bruto	,00	0,00	,00	,00	,00	,00	,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	46.180	46.18	46.180	46.180	46.180	46.180	46.180
inversión Inicial	,00	0,00	,00	,00	,00	,00	,00

	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Depreciación	1.758,	3.516,	5.274,	7.032,	8.790,	9.054,	
Acumulada	\$ - 00	00	00	00	00	00	00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	60.000	58.24	56.484	54.726	52.968	51.210	47.186
Activos netos	,00	2,00	,00	,00	,00	,00	,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	71.068	99.50	109.65	117.39	127.24	137.63	147.82
TOTAL ACTIVOS	,33	2,07	4,61	5,95	5,31	3,69	4,19
Pasivo							
Corrientes							
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	14.312	16.45	18.603	21.013	23.938	26.996	30.426
Cuentas por pagar	,50	8,75	,75	,16	,04	,17	,56
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total Pasivos	14.312	16.45	18.603	21.013	23.938	26.996	30.426
corrientes	,50	8,75	,75	,16	,04	,17	,56
Pasivos de Largo							
plazo							
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	44.163	10.56	7.802,	4.919,	1.796,	(1.388,	(7.013,
Deuda	,83	1,25	25	86	92	21)	06)

	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total Pasivo de	44.163	10.56	7.802,	4.919,	1.796,	(1.388,	(7.013,
Largo plazo	,83	1,25	25	86	92	21)	06)
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	58.476	27.02	26.406	25.933	25.734	25.607	23.413
TOTAL PASIVOS	,33	0,00	,00	,02	,95	,96	,50
Patrimonio							
Perdida o	(\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
ganancia del año	27.408	32.48	43.248	51.462	61.510	72.025	84.410
anterior	,00)	2,07	,61	,93	,35	,73	,69
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	40.000	40.00	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Capital social	,00	0,00	,00	,00	,00	,00	,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	12.592	72.48	83.248	91.462	101.51	112.02	124.41
Total patrimonio	,00	2,07	,61	,93	0,35	5,73	0,69
TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
PATRIMONIO Y	71.068	99.50	109.65	117.39	127.24	137.63	147.82
PASIVOS	,33	2,07	4,61	5,95	5,31	3,69	4,19

8.5 VAN Y TIR

	1	2	3	4	5	6	7	
Utilidad neta	(\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
mas	25.650	34.240	45.00	53.22	63.26	73.78	85.41	
depreciación	,00)	,07	6,61	0,93	8,35	3,73	6,69	
tasa a								
descontar	12%							
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	(22.90	27.295	32.03	33.82	35.90	37.38	38.63	
valor anual	1,79)	,97	4,82	2,86	0,16	1,13	8,17	
	\$							
	182.17							
VAN	1,34							
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	(60.00	(22.90	27.29	32.03	33.82	35.90	37.38	38.63
VALORES	0,00)	1,79)	5,97	4,82	2,86	0,16	1,13	8,17
TIR	25%							

Capitulo 9.

Conclusiones

De acuerdo al mercado al cual este proyecto quiere ingresar, considero que la idea esta bien estructurada, se sabe a ciencia cierta lo que se quiere lograr con este negocio y que impacto se quiere ofrecer al consumidor. Después de realizar los diferentes análisis de mercado, la demanda, análisis administrativo y financiero he podido observar los pros y contras que lleva consigo el proyecto, su viabilidad y en efecto si será rentable o no dentro de la industria. Considero que los objetivos son claros y específicos, por lo que las metas que se desea alcanzar con la apertura de una Cafetería Gourmet son reales y totalmente alcanzables; se cuenta con una inversión significativa para poner en marcha la apertura del negocio y la idea innovadora nos dará una ventaja competitiva que hará que los consumidores nos prefieran. Por lo tanto, el lanzamiento de la Cafetería Gourmet La Tertuliana, en la ciudad de Quito será un negocio totalmente viable y rentable, mediante el sustento de los análisis financieros previamente hechos.

Es así que poder llevar a cabo este proyecto me llena de ilusión, todo a sido planeado y estructurado a la perfección. Sin embargo, lo principal es poder ofrecer algo diferente al consumidor, una idea innovadora y original que marque una diferencia en el mercado, que además ofrezca calidad y un alto nivel en el servicio; deleitar los paladares mediante una repostería fina y delicada, deliciosa pero saludable, y lo que hoy en día todos buscan no aumentar esos kilos de más.

Capitulo 10.

Recomendaciones

Para poder estructurar este tipo de proyectos, dentro de una industria la cual es bastante competitiva, se necesita desarrollar algún factor que te diferencie del resto, que de un valor agregado a tu negocio y que sea la razón por la cual los consumidores te prefieran a ti que al resto. Por esto es importante desarrollar bien la idea de negocio, usar mucha innovación y creatividad para poder ofrecer algo que sea importante y del agrado del consumidor.

Es importante también tener bien estructurados los objetivos, sean específicos o a largo plazo, para tener constancia de a donde se quiere llegar con el negocio, analizar si son objetivos alcanzables y reales dentro de nuestro mercado; para poder llevar un análisis detallado de la viabilidad del proyecto y cuan rentable resultará en la industria.

Finalmente es esencial contar con asesoría o tener conocimientos claros de cómo crear un plan de negocios para usarlo en la apertura de un negocio, trabajar con personal capacitado y tener las ganas de alcanzar el éxito a través de nuestra propias ideas.

Capitulo 11.

Material de Referencia

11.1 Referencias Electrónicas

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-comida-saludable-ayuda-a-prevenir-el-estres-334887.html> (Consulta: 5/04/2012)

<http://www.cirugia.com.ec/obesidad-ecuador.html> (Consulta: 5/04/2012)

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3783/1/6310.pdf>
(Consulta: 15/04/2012)

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/alimentos-light-ganan-terreno-luego-de-seis-meses-347375.html> (Consulta: 30/03/2012)

<http://www.ceplaes.org.ec/pdf/Boletin%20N%2017bis%20La%20oferta%20turistica%20en%20Quito.pdf> (Consulta: 8/05/2012)

11.2 ANEXOS

A1. Menú



REPOSTERIA		CAFÉ ORGANICO	
Mousse de Chocho, Limón, Mora	4,00	Espresso	3,00
Flan de Higo, Uvilla	4,00	Cappuccino	5,00
Cheesecake de Chamburo, Maracuyá	7,00	Mocaccino	5,00
Torta de Plátano y nuez	4,00	Americano	3,00
Tartaleta de Guanábana	4,00	BEBIDAS	
Tiramisú de Café Orgánico	7,00	Infusión de frutos secos	3,00
Manzanas Flambeadas	4,00	Té de Coca	5,00
Copa de helado de Pitajaya	5,00	Té de frutas	3,00
		Mate	5,00
		Jugos de Frutas naturales	3,00
		Smoothies de Frutas naturales	3,00
		Agua con gas/ sin gas	1,50





La Tertuliana

Av. 6 de Diciembre y Portugal
2482-275

