



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO**

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

TÍTULO: INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA VEGANA Y  
VEGETARIANA UBICADO EN LA VÍA SAMBORONDÓN”

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:**

Doménica Gabriela Torres Norero

**NOMBRE DEL TUTOR:**

Fanny Manner

SAMBORONDÓN, 15 DE SEPTIEMBRE, 2017

## Índice

1.	JUSTIFICACIÓN.....	4
2.	PROBLEMA A RESOLVER.....	6
3.	OBJETIVO GENERAL.....	9
4.	RESUMEN EJECUTIVO.....	10
5.	MISIÓN Y VISIÓN.....	12
6.	METAS.....	12
7.	VIABILIDAD LEGAL.....	13
8.	ANÁLISIS DE MERCADOS.....	18
	8.1 MERCADO OBJETIVO.....	18
	8.2 ANÁLISIS PESTAL.....	18
	8.1 ANÁLISIS FODA.....	23
	8.2 ANÁLISIS DE LAS 4 PS.....	25
	8.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA.....	30
	8.4 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN.....	43
	8.5 ACCIONES DE PROMOCIÓN.....	43
	8.6 CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	44
9.	ANÁLISIS OPERATIVO.....	44
	9.1 LOCALIZACIÓN, DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	44
	9.2 MÉTODOS DE PRODUCCIÓN.....	45
	9.3 CAPACIDAD INSTALADA.....	46
	9.4 CADENA DE ABASTECIMIENTO, DIAGRAMAS DE FLUJO DE PROCESOS.....	52
	9.5 OTIDA.....	54
	9.6 RECURSOS HUMANOS.....	55
10.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	59

10.1	ESTADO DE RESULTADO.....	59
10.2	FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS.....	61
10.3	ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	62
10.4	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	63
10.5	ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.....	64
11.	VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	65
12.	BIBLIOGRAFÍA.....	67
13.	ANEXOS.....	71

## 1. Justificación

“La grandeza de una nación y su progreso moral pueden ser juzgados por la manera en que ellos tratan a sus animales. Yo siento que el progreso espiritual requiere que en algún momento dejemos de matar a nuestras criaturas hermanas para la satisfacción de nuestros deseos corporales” (Gandhi, 1869-1948).

El propósito de esta cafetería vegana y vegetariana es tratar de motivar a la población de Samborondón y Guayaquil para brindar este tipo de alimentación y también darle una opción diferente a las personas que buscan algo saludable y rico.

Es importante también lo que dice la ONU (Organización de Naciones Unidas) sobre la producción de alimentos y el consumo sostenible: “las inversiones propuestas deberían contribuir a reducir las pérdidas en la producción y procesamiento, a modificar las preferencias de dietas alimentarias no sostenibles, a reducir los niveles de desperdicio alimentario en el consumo, y a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en la agricultura y los demás sectores, con el fin de mitigar el cambio climático y garantizar la seguridad alimentaria para las generaciones futuras” (ONU, 2015).

La alimentación saludable es algo que se está fomentando mundialmente, ya que el consumo de carnes rojas y procesadas es dañino para la salud y es por esto que es muy importante que la población tenga conocimiento de esto y cuáles son las alternativas saludables que tiene a su disposición. Ser vegano significa abstener de cualquier producto que sea de origen animal. También se evita utilizar productos que han sido testeados en animales, tampoco se puede utilizar prendas de ropa con pieles de animales y por último no se puede acudir a ningún

show donde haya animales involucrados. Dicha práctica es más ética que cualquier otra cosa, ya que se basa mucho en el respeto a los animales. En el año 1944 se dio a conocer por primera vez sobre el veganismo cuando Donald Watson fundó la Vegan Society (sociedad vegana) pero en 1949 se definió por primera vez este estilo de vida y tipo de alimentación por Leslie J Cross: “Buscar el fin de la utilización de animales por el hombre para alimentos, materias primas, el trabajo, la caza, la vivisección, y por todos los otros usos que implican la explotación de la vida animal por el hombre” (Cross, 1946).

Pero hay evidencias de esta práctica en la antigua Grecia e India. En el año 500 AC, el conocido filósofo y matemático Pitágoras fue considerado como el padre del vegetarianismo ya que él creó una nueva moral filosófica donde su deseo era el de abstenerse de matar criaturas vivas y a la desagradable matanza. Más evidencia del veganismo surge a partir de la misma época donde Buddha enseñó el primer precepto ético que era “no dañar la vida de otros seres”.

También es importante saber qué significa ser vegetariano, esto tiene como principio el dejar de comer cualquier tipo de carne. Dentro de este régimen, existen diferentes tipos de vegetarianos, estos pueden ser vegetarianos puros, los cuales no consumen productos derivados de los animales, ya sea leche o huevo. Luego están los lacto vegetarianos, los cuales si consumen lácteos y por último los ovo vegetarianos, los cuales consumen huevo.

Hay diferentes motivos por los cuales las personas se convierten en vegetarianas o veganas, según una encuesta realizada en el 2002, a nivel mundial, por la revista Times y CNN, el mayor porcentaje de personas (32%) se vuelve vegetariano por razones de salud, un 21% por defensa y respeto a los animales, un 15% por la presencia de aditivos y hormonas en las carnes,

un 13% por rechazo al sabor de la carne, un 6% por razones religiosas y un 4% por preocupación hacia el planeta (@Urdesacom, n.d.).

La oferta de comida vegana es mínima en Ecuador, pero poco a poco esta dieta está siendo cada vez más conocida.

## **2. Problema a resolver**

La gastronomía en la ciudad de Guayaquil es muy variada y es algo que llama mucho la atención al turista al llegar a la ciudad.

Sin embargo no hay muchas opciones para las personas que son vegetarianas, ya sean turistas o guayaquileños, tampoco se cuenta con una promoción de los lugares ya existentes para que los clientes tengan conocimiento de que existen estos establecimientos.

Hoy en día en el Ecuador existe La Red Vegana de Guayaquil, Veganos y Vegetarianos en Ecuador y Vegetarianos de Quito, estos son los que se encargan de difundir información sobre el veganismo y el vegetarianismo y también promocionan esta dieta mediante redes sociales como Facebook.

A medida que en el mundo entero hay más personas que se hacen veganas y vegetarianas, esta tendencia también ha llegado a Samborondón y Guayaquil, por lo que hay más productos que se ofrecen que son a base de vegetales y frutas. Por ejemplo, en los supermercados se puede encontrar leche de almendras, de coco, de soya; así también como quesos de estos mismos. Por otro lado hay personas que se han propuesto a elaborar productos 100% veganos y estos los venden mediante redes sociales.

Debido a la última alerta que la Organización Mundial de Salud (OMS) lanzó al mundo entero sobre como las carnes procesadas y como estas pueden afectar a la salud de las personas causándoles cáncer (Garde, 2015). Esto fue algo muy importante para la comunidad vegana ya que se pudo aprovechar para promocionar las motivaciones que tiene esta comunidad, también para ofrecer cursos de comida vegana. Pero hay una preocupación, se piensa que la población en general sólo opte por esta modalidad como una moda pasajera, volviendo luego al consumo habitual de carne.

De acuerdo a una encuesta realizada por Nielsen para saber los hábitos alimenticios de los latinoamericanos se pudo apreciar lo siguiente:

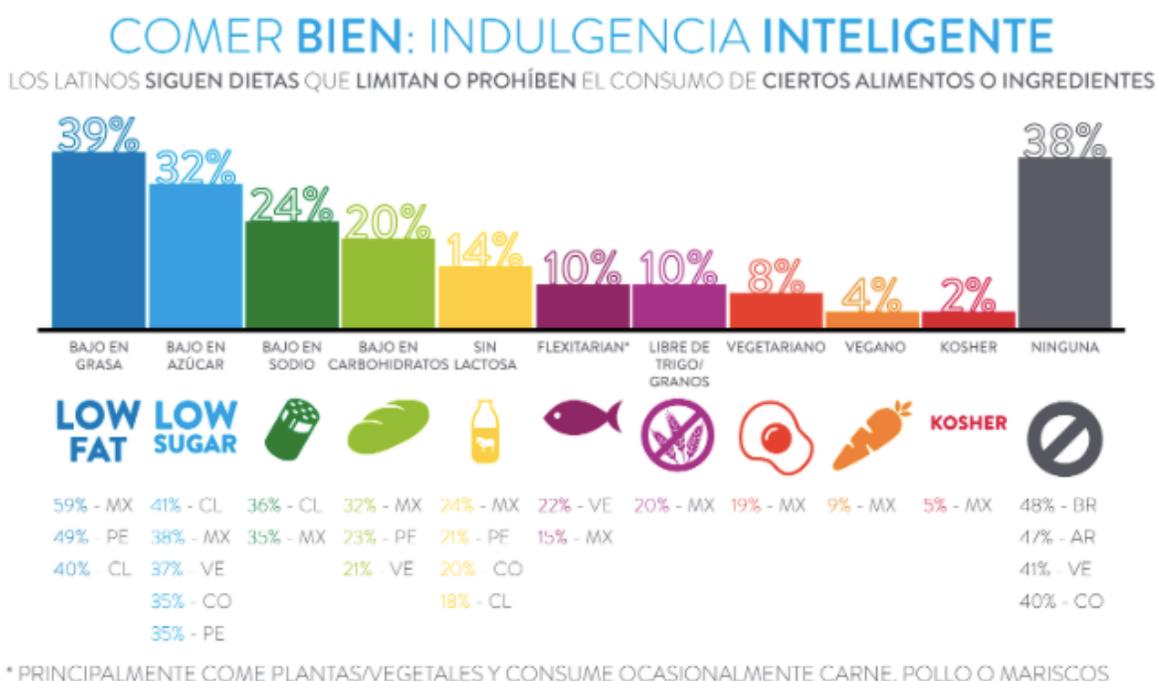


Figura 1. Gráfico de barras de los hábitos alimenticios de los latinoamericanos.

Fuente: (Nielsen, 2016)

En el gráfico, se puede ver que el 8% de los latinos tienen una alimentación vegetariana, el 4% son veganos, mientras que los otros porcentajes siguen una dieta saludable, ya sea baja en grasa, en azúcar, carbohidratos, sin lactosa, etc.

Como se dijo anteriormente, en el mundo, el veganismo cada vez está ganando más popularidad, se indica que la cadena de supermercados Carrefour lanzó una línea de sustitutos de la carne junto a la Asociación Vegetariana de Francia. Estos preparan hamburguesas, nuggets, filetes, croquetas, falafels a base de proteína vegetal.

También, según una investigación sueca, se estima que la mayoría de la población mundial en el año 2050, va a ser vegetariana debido a la escasez de agua y al aumento demográfico. Los investigadores aseguraron en la Conferencia Mundial del Agua, que para evitar el hambre se debe de dejar de consumir carne. Esto se debe a la cantidad de personas que se estiman que aumente en las próximas cuatro décadas, según la ONU, la población pasará de 7 mil millones de personas a 9 mil millones. En el 2012, se sabía que 900 millones de personas iban a dormir con hambre y 2 mil millones están desnutridas. Se debe de consumir un 5% o menos de proteínas obtenidas por animales ya que la producción de estas consume entre 5 y 10 veces más que la producción de comida vegetariana. Por lo tanto si se consume menos carne, se necesitaría menos agua y se tendría más tierra para otros usos agrícolas (Franceschini, 2012).

Debido a la poca oferta y a la demanda que va aumentando, es necesario crear un lugar donde las personas que necesiten este tipo de alimentación vegana y vegetariana puedan ir.

### **3. Objetivo general**

Elaborar un plan de negocio para la creación y apertura de un establecimiento de restauración especializado en comida 100% vegana y vegetariana, dedicado al servicio al cliente con el objetivo de brindar un tipo de comida más sana y dietética, consiguiendo con ello un mejor estilo de vida.

#### *Objetivos específicos*

- Realizar un estudio de mercado para detectar las necesidades de consumo de la población.
- Plasmar un análisis operativo.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto
- Aportar conclusiones sobre la viabilidad el negocio.

### **4. Resumen Ejecutivo**

El siguiente plan de negocio consiste en la creación de una empresa de sociedad anónima llamada "Happy Cow". El tipo de negocio es de servicios para el mercado nacional la cual tiene como propósito satisfacer necesidades de una alimentación sana totalmente vegana y vegetariana dedicándose a los clientes que tengan una dieta de este tipo o que esté interesado en probar algo nuevo.

El presente negocio se trata de una cafetería de comida y bebida 100% vegana/vegetariana y saludable, proveniente de productos totalmente naturales. Las fortalezas con la que

cuenta la empresa, son la originalidad del producto que se va a ofrecer y la alimentación sana. La clientela objetiva son las personas que no consumen carne ni ningún otro producto de origen animal. Este tipo de personas llevan esta dieta ya sea por salud, calidad de vida o simplemente por amor y respeto a los animales. El mercado se va a sentir atraído debido a que, más personas se están uniendo a este mundo de una alimentación saludable, lo cual se convertiría en una oportunidad ya que los productos que se ofrecerán son originales y difíciles de encontrar dentro de Samborondón y de la ciudad de Guayaquil. Los veganos se encuentran alrededor de todo el mundo y cada día son más, a causa de que cada vez los medios difunden los daños que pueden causar el consumo excesivo de carne y hasta la crueldad de los mataderos. No se cuenta con mucha competencia en la ciudad de Guayaquil y Samborondón, puesto que todavía el tema del veganismo no es muy común. Sus principales competidores, son Camellias Tea, donde su producto principal es la comida orgánica, también Green Deli, que ofrecen una comida saludable con muchas opciones veganas y vegetariana. Camellias Tea se encuentra en una parte muy concurrida de la ciudad de Guayaquil, que es Urdesa, y son muy conocidos en la comunidad vegana y vegetariana de la ciudad, lo cual estarían representados como una amenaza para nuestra empresa. Por otro lado, Green Deli se encuentra en el Centro Comercial La Torre en Samborondón, y tiene una oferta variada como jugos detox, desayunos, almuerzos, cenas y postres. Todos estos platos son saludables pero no todos son vegetarianos o veganos, por lo tanto eso diferenciará el negocio de Green Deli.

El propósito de la cafetería se trata de ofrecer platos no muy elaborados pero que sean ricos y saludables al mismo tiempo. Para esto, se va a necesitar a un chef especializado en cocina vegana, con sus respectivos ayudantes. Por otro lado para servir a la clientela, se cree que es importante que sean vegetarianos o veganos, pero no es un requisito. Esto es dado a que se cree

que para que un negocio tenga éxito, todos sus integrantes deben de tener un mismo pensamiento y eso es lo que crearía la diferencia a los demás. Aparte de la elaboración de los platos, se piensa vender leche y queso de almendras para todas aquellas personas que les guste su sabor, visto que no necesariamente deben de ser veganos

La razón de este negocio es algo que va más allá de lo económico. Se quiere hacer un cambio en la vida de las personas, ofrecer algo más allá de solo comida, se quiere enseñar a los clientes sobre el sufrimiento de los animales, que tengan conocimiento de dónde viene toda la comida que consumen. Se quiere y se piensa ser un lugar donde sea primordial el amor y respeto hacia los animales, y eso es lo que crearía la diferencia también.

## **5. Misión y Visión**

### *Misión*

Proponerle a la población de Samborondón la opción de una cafetería vegano y vegetariano, donde el amor y respeto a los animales es esencial, como un lugar de alimentación nutritiva, de buen comer, de calidad e innovador, y así posicionarnos como un establecimiento reconocido por nuestro valor agregado.

### *Visión*

Convertirnos en la opción número uno de la comunidad vegana y vegetariana del cantón Samborondón. Ser reconocidos por nuestra originalidad y amor hacia los animales, ofreciendo un producto diferente y delicioso, haciendo del servicio y la calidad de nuestros productos esencial para nuestra empresa.

## 6. Metas

### *Objetivo general de la cafetería*

Promover una alimentación saludable, fomentando el consumo de productos de origen vegetal y al mismo tiempo dar a conocer y enseñar al público sobre los derechos de los animales. Contar con un excelente equipo de trabajo, donde podamos ofrecer el mejor servicio posible a nuestros clientes.

### *Objetivos específicos*

- Servir productos alimenticios de calidad, nutritivos y 100% veganos.
- Motivar a la población de Samborondón y Guayaquil a consumir alimentos saludables y naturales.
- Fomentar el amor y respeto a los animales.
- Posicionarnos como una excelente cafetería/restaurante de productos únicos que nos diferencien de los demás.
- Promover la alimentación vegana.

## 7. Viabilidad Legal

Todo establecimiento de alimentos y bebidas deberá de cumplir con varios requisitos, los cuales son:

- *Reserva del nombre de la cafetería en la Superintendencia de Compañías.*

En este primer paso, se debe de efectuar la reserva de denominación, la razón social, la expresión peculiar y el tipo de compañía, que en el caso de este negocio será una compañía de

Responsabilidad Limitada (CIA. LTDA.; C. LTDA.; C.L) (Cámara de la pequeña industria del Guayas, 2012).

Una vez que la reserva de denominación haya sido aprobada a través del portal web [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec), esta tendrá la firma electrónica del Secretario General de la Superintendencia de Compañías y Valores.

- *Elaborar el estatuto social de nuestra empresa*

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

- *Abrir una cuenta de integración de capital*

Esta consiste en abrir una cuenta de inversión en un banco, mediante el cual los accionistas o socios aportan y pagan el mínimo del capital suscrito y se inscriben el nombre de todos los socios.

Los documentos que requiere el banco para poder continuar con este trámite son:

Certificado original de la reserva del nombre emitido por la Superintendencia de Compañías, copia de la cédula de identidad de los accionistas y carta del representante legal dirigida al banco solicitando la apertura de la cuenta e indicando el monto de la aportación.

- *Redacción de la minuta, Derechos notariales de la minuta (escritura de constitución)*
- *Eleva a escritura pública.*
- *Aprobar el estatuto*

Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días. Una vez obtenida la escritura de constitución de compañía se ingresan mínimo tres testimonios certificados de la escritura en Superintendencia de Compañías para su aprobación.

Una vez que ya hayamos constituido nuestra empresa legalmente, debemos de registrar el nombre de nuestro negocio en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

- *Registro mercantil*

Se ingresan los testimonios de las escrituras en el Registro Mercantil, después de registrados se procede a realizar e ingresar en dicha institución los nombramientos respectivos del representante legal de la compañía. Luego de esto se deberá de elegir a los representantes de la empresa. Una vez inscrito en el registro mercantil, la Superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el RUC de la empresa.

- *Inscribir el nombramiento del representante*

Nuevamente en el Registro Mercantil, debemos de inscribir el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

- *Obtención del RUC*

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copias de cédula y papeleta de votación del representante legal y gerente general.

Para la verificación del lugar donde se realiza la actividad económica, se debe presentar Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro

Adicional a esto, en personas naturales que cumplan actividades específicas se debe de entregar Copia del título universitario o copia de la cédula de identidad en la que conste la profesión (SRinforma, 2017).

- *Permiso de bomberos*
  - ✓ RUC actualizado original y una copia,
  - ✓ Una copia de la escritura de constitución de la empresa,
  - ✓ Una copia del nombramiento del representante legal de la compañía,
  - ✓ Una copia a color de la cédula de identidad y una copia del certificado de votación del representante legal de la empresa y la
  - ✓ Factura original de la compra de los extintores de incendios, los cuales deben ser recargados anualmente y cuya factura es indispensable para obtener la renovación de este permiso.
- *Tasa por Servicios Contra Incendios*

✓ Solicitud de Inspección del local para la obtención de la Tasa por Servicios Contra Incendios, Dirigida al Crnl. Jaime Cucalón de Ycaza Primer Jefe del Cuerpo de Bomberos de Samborondón / Se deberá indicar la dirección exacta con referencias de ubicación y un número telefónico de contacto.

- ✓ Copia de cédula de ciudadanía del Representante Legal
- ✓ Copia de certificado de votación del Representante Legal
- ✓ Copia de RUC actualizado con la dirección exacta
- ✓ Copia de Patente Municipal
- ✓ Copia de la factura de compra / recarga de extintores

(Cuerpo de bomberos Samborondón, 2014).

Una vez que se haya cumplido con estos requisitos, para poder registrar el establecimiento en el Ministerio de Turismo se debe cumplir con la siguiente documentación (en el anexo 1 se encuentra el formulario correspondiente):

- ✓ Registro único de contribuyentes (R.U.C.).
- ✓ Cédula de identidad.
- ✓ Papeleta de votación.
- ✓ Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- ✓ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual ( IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo

Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif.

Acrópolis

- ✓ Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- ✓ Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- ✓ Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- ✓ Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Un funcionario revisará los requisitos uno por uno y se coordinará una fecha para hacer la evaluación del establecimiento en donde se verificará la actividad turística, tipo capacidad, categoría, dirección, nombre del propietario.

Luego de la inspección, se otorga la clasificación y la categoría y se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la actividad turística, tipo y categoría en la que se registra el establecimiento (Ministerio de Turismo, 2015).

Finalmente, se deberá obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento del Municipio de Samborondón (anexo 3), el permiso del letrero del local y uso de suelo.

## **8. Análisis de mercado**

### *8.1 Mercado objetivo*

La encuesta planteada se dirigió a todas aquellas personas que están dispuestas a probar una opción más saludable, no necesariamente vegetariano o vegano ya que se busca ampliar lo

más posible el mercado. De acuerdo a censos vegetarianos hechos en Chile en el año 2013 y Costa Rica en el 2016, donde se obtuvo que el 89% de los encuestados comprenden el rango de edad de 19-50 años en Chile y en Costa Rica el 63% entre el rango de edad de 18 a 48 años edad (ver anexo 4 y 5), por lo tanto se eligió el rango de edad de 15 a 50 años ya que se considera que este tipo de alimentación es más popular entre las personas jóvenes, por lo general los niños comen lo que sus padres le dicen, y el pensamiento de las personas mayores es muy difícil de tratar de cambiarlo a algo que no están acostumbrados, como en este caso que sería una propuesta 100% vegana y vegetariana.

## 8.2 Análisis PESTAL

### *Político*

El Ministerio de Turismo ha creado el programa de Apoyo a la microempresa turística sostenible y cadenas de valor en el PLANDETUR 2020, donde se busca impulsar las microempresas, dando asistencia, en gestión de crédito y empresarial. También cuenta con un Convenio de Cooperación Interinstitucional entre Estado-MINTUR, Fundación Turismo sostenible a favor de la reducción de la pobreza (ST-EP) de la Organización Mundial de Turismo (OMT)

Conquito, PROIMBABURA, RAINFOREST, Y UNDP para el fomento de la Estrategia de Microempresas turísticas, microcrédito y reducción de la pobreza (MET), donde el objetivo principal es *“Contribuir a la dinamización del turismo a través del impulso a las microempresas turísticas en condiciones favorables como una oportunidad para la generación de empleo y autoempleo productivo incluyente, especialmente para la participación de mujeres y jóvenes”* (PLANDETUR 2020, 2007).

El Ministerio de Industria y Productividad, presentó el proyecto de Fomento Productivo de las MIPYMES Ecuatoriana en el año 2013 donde se apoyará a la inversión para incrementar productividad y competitividad, también Generar MIPYMES capaces de desarrollar innovaciones en sus procesos o productos finales, mediante la incorporación de tecnología adecuada, mediante proyectos o por bienes públicos enfocados al proceso de tecnología y desarrollo a nivel sectorial (PROYECTO: FOMENTO DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS, 2013).

### *Económico*

El Banco Central del Ecuador anunció que hubo un aumento del PIB en un 2,6% en el primer trimestre del 2017, en comparación con el mismo período del 2016, por lo que se espera que la economía en el país mejore en un 1% al final del año. Este porcentaje, se lo considera muy difícil por Jaime Carrera, el secretario ejecutivo del Observatorio de la Política Fiscal, ya que dice que habrá una baja de gasto público, debido a la falta de crédito. También el Fondo Monetario Internacional y JP Morgan prevén un decrecimiento a la economía ecuatoriana por falta de acceso a crédito (El Universo, 2017).

Desde el 1 de enero del 2017, rige el acuerdo comercial con la Unión Europea en donde se espera que el 76% de más de 2 500 productos y grupos de productos, entre los que están licores, ingresen a Ecuador sin cancelar aranceles. También en junio de este año se vio la reducción de dos puntos al IVA, volviendo nuevamente al 12%, lo cual beneficia a los negocios de la ciudad ya que el costo a pagar por los clientes es menor (El Comercio, 2017).

El gobierno del presidente Lenin Moreno propone nuevas líneas de financiamiento con tasas de interés competitivas para sectores productivos, microcréditos, emprendimiento y para los programas de interés social. Se busca usar un 20% del crédito de BanEcuador para el sector comercial. El presidente de dicha institución, Rubén Flores, dice que “desde que inició el mandato del Presidente Moreno, se ha entregado una suma mayor a los \$138 millones de los cuales sólo en Guayaquil hemos entregado más de \$2,8 millones y con tasas de interés muy competitivas” (El Universo, 2017).

### *Sociocultural*

De acuerdo a la encuesta global realizada sobre Salud y Sentimiento de Ingredientes, que se realizó del 1 al 23 de marzo de 2016 y donde los encuestados eran usuarios de Internet en 63 países, por Nielsen (Nielsen, 2016), se puede conocer que el 62% de los latinos está dispuesto a pagar más por alimentos y bebidas que no contengan ingredientes indeseables. También concluyeron que los latinos siguen dietas que limiten o prohíban el consumo de ciertos alimentos o ingredientes, ellos desean que hubiera productos con más atributos como, por ejemplo: 100% natural, orgánico, libre de azúcar. También se obtuvo información que el 41% de los latinos sale más de una o dos veces a la semana para comer. Por lo tanto, si hay demanda se puede ofrecer un producto y así también plazas de trabajo en estos momentos que el país está pasando por una crisis económica y donde muchas personas han perdido su trabajo.

De acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir, el cual se enfoca al bienestar de la sociedad civil, tiene ciertos objetivos que se preocupa del sector laboral, los cuales son:

- Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad.

- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.
- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía
- Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

### *Tecnológico*

La cafetería brindará a los clientes wifi gratis, ya que, hoy en día es primordial que un local de alimentos y bebidas cuente con este servicio extra para los comensales. Habrá una cámara de seguridad que abarcará el espacio de la cafetería para que los clientes y empleados tengan una mayor confianza en el servicio. También se usará las redes sociales, donde se informará constantemente de promociones nuevas y al mismo tiempo para dar a conocer más sobre los productos que se ofertarán.

También se implantarán sistemas que ayuden a agilizar el trabajo en cocina para un servicio más rápido y con excelente calidad. Sistemas que ayudan a agilizar la compra de materia prima, inventarios, control de costos y reportes financieros.

### *Ecológico*

Se utilizarán productos 100% naturales, orgánicos y libres de crueldad. La cafetería servirá los productos y platos y vasos no desechables, ya que esto ahorra el desperdicio y el desecho sólido y ayuda al medio ambiente. Se implementará también el uso de focos ahorradores de energía.

Hay que tener en cuenta uno de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, en donde su principal enfoque es el ambiente: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. Este objetivo "apuesta por la transformación productiva bajo un modelo eco eficiente con mayor valor económico, social y ambiental. En este sentido, se plantean como prioridades la conservación y el uso sostenible del patrimonio natural y sus recursos naturales, la inserción de tecnologías ambientalmente limpias, la aplicación de la ciencia energética y una mayor participación de energías renovables, así como la prevención, el control y la mitigación de la contaminación y la producción, el consumo y el pos consumo sustentables" (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

### *Legal*

La cafetería cumplirá con todos los requisitos legales acorde a la protección y prevención de incendios, industria y consumidor. También se deberá cumplir con todos los requisitos legales del empleado, de acuerdo al Código Laboral del Ecuador, estos son:

- Afiliación a la Seguridad Social desde el primer día de trabajo.
- A percibir horas extras y suplementarias en el caso que se necesite.
- A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas establecidas.
- A percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo.

- A un periodo de vacaciones laborales remuneradas.
- A recibir una compensación por el salario digno.
- A un periodo de licencia por paternidad.
- A un periodo de licencia por maternidad.
- Al subsidio por maternidad para la nueva madre.
- Solicitar certificados relativos a su trabajo.
- A recibir un pago por concepto de utilidades. (Ministerio del Trabajo, 2012).

La cafetería también contará con las normativas sanitarias y con la accesibilidad a los distintos espacios.

### 8.3 Análisis FODA

#### *Fortalezas:*

- La cafetería vegana y vegetariana ofrecerá un producto nuevo a la demanda, lo cual hará diferencia de la competencia.
- Se ofrecerá comida totalmente saludable y 100% vegana y vegetariana, lo cual no es dañino para la salud de la sociedad.
- La infraestructura del establecimiento brinda un ambiente relajado, fresco y rústico.
- Ubicación estratégica: se encontrará localizado en una zona bastante comercializada, y será la única cafetería vegana de la zona.

#### *Oportunidades:*

- Gran porcentaje de personas que están dispuestos a probar nuestros productos.

- Un número alto de personas ha pensado en convertirse en vegetariano o vegano.
- De los encuestados, 217 pensaron que la comida vegana es de mejor calidad y buena.
- Hoy en día existen más personas que desean consumir comida sana.

#### *Debilidades*

- Ser nuevos en el mercado.
- Falta de parqueos en la zona donde estará ubicado el restaurante.
- Costos de producción.
- Limitados proveedores de productos orgánicos y naturales.

#### *Amenazas*

- Actual crisis económica.
- Posibles nuevos competidores y competencia de la zona.
- Creciente delincuencia en sector de Entre Ríos.
- Alto porcentaje de personas no vegetarianas en la ciudad de Guayaquil.

#### *8.4 Análisis de las 4P*

**Plaza:** La cafetería “HappyCow” estará ubicado en Samborondón en el sector de La Puntilla en Entre Ríos, a 10 minutos de la ciudad de Guayaquil, este sector es una zona bastante comercial y con diversos establecimientos de comida, ciudadelas alrededor y con alto poder adquisitivo para poder degustar de los productos ofrecidos. Debido a que es una zona comercial hay un gran movimiento de personas, aparte de contar con parqueos.



Figura 2. Sector la Puntilla- calle Entre Ríos

Fuente: (Aguirre, 2011)

**Precio:** El precio de los productos varía desde \$1.25 hasta \$9.50. Entre algunos de los precios de los cafés tenemos el café americano con un precio de \$1.25, el Cappuccino a \$1.93 y el Caramel Macciato a \$2.60. Dentro de los precios de algunos platos fuertes y sandwiches tenemos el Sanduche Italiano a \$7.22, la Hamburguesa Vegana con un precio de \$7.01 y la Lasagna Vegana a \$8.56. El costeo de recetas por cada plato se realizó en base a los gastos directos e indirectos de la preparación de la misma.

**Producto:** Servicio de comida 100% vegetariana/vegana, con productos naturales con un toque gourmet. El establecimiento estará diseñado en conjunto y relación a los productos, con un estilo rústico y armonioso; mediante acabados y pisos de madera. También habrá un pequeño librero donde los clientes podrán coger un libro pero al mismo tiempo dejar otro. La cafetería

contará con un pequeño menú variado con diferentes tipos de café veganos y sánduches, ensaladas, hamburguesas, postres y entre otras comidas vegetarianas con un toque de estilo gourmet. Por otro lado, la cafetería tendrá horarios de atención de 2:00 pm a 10:00 pm de lunes a domingo.



Figura 3. Logo de la cafetería

Fuente: Elaboración propia

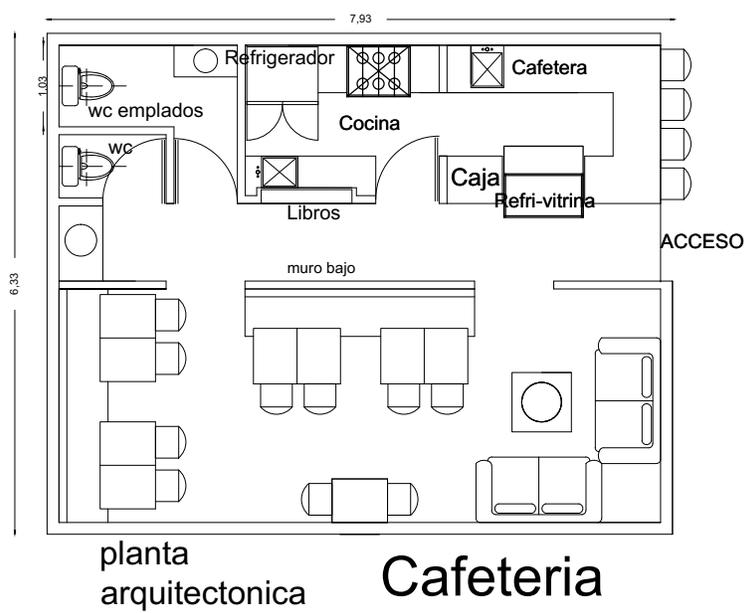


Figura 4. Diseño de las instalaciones de Happy Cow

Fuente: Elaboración propia

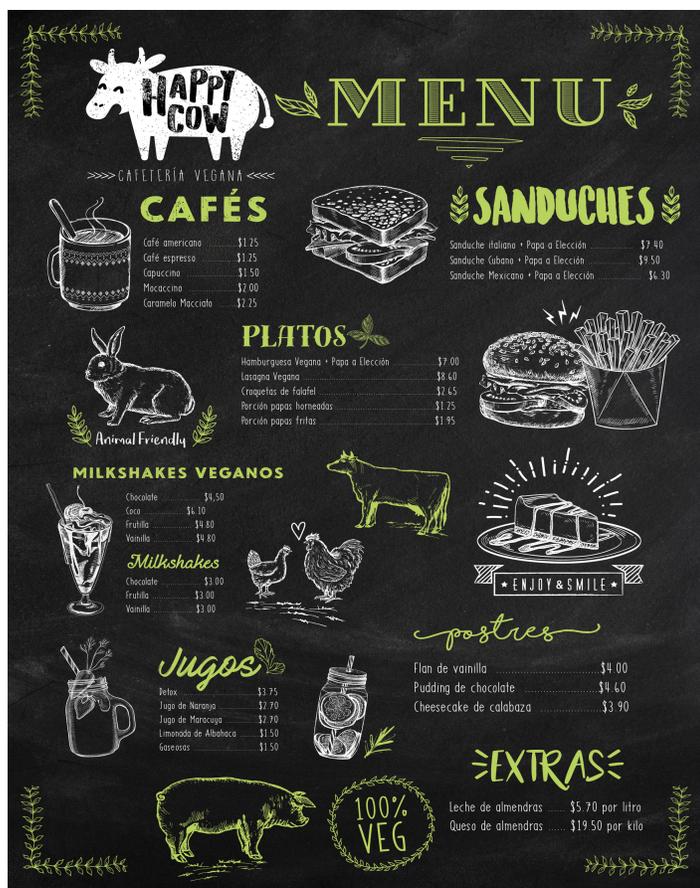


Figura 5. Diseño del menú de la cafetería Happy Cow

Fuente: Elaboración propia.

**Promoción:** La promoción se hará principalmente por medio de redes sociales como Instagram, Twitter y Facebook. También se promocionará en periódicos, revistas y emisoras de radio cada cierto tiempo para estar constantemente en la mente del consumidor. Se utilizará la estrategia de boca a boca, una vez que la cafetería este en funcionamiento.



Figura 6. Look & Feel de la cafetería en Facebook.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 7. Promoción 2x1 de la cafetería.

Fuente: Elaboración propia.

## *8.5 Análisis de la Demanda y Oferta*

### *Demanda*

En el presente estudio de mercado se seleccionó a la población de Samborondón, ya que este es el lugar donde se pretende establecer el negocio. Su población de acuerdo al último censo población (INEC, 2010) es de 67,590 habitantes, lo que representa el 1.85% de la población del Guayas, donde el 34% son personas de 15 a 24 años de edad, el 31% de 25 a 34 años de edad y el 35% de 35 a 49 años de edad. Para saber el número exacto de encuestas por realizar se obtuvo la tabla de proyección de la población por zona del Municipio de Samborondón (GAD Municipio de Samborondón, 2016). En esta se puede apreciar que la población en la zona de La Puntilla para el año 2017 es de 55185.

Para la muestra se optó por el método de muestreo por cuotas debido a que la muestra obtenida representa la misma proporción que toda la población con respecto al tema fijado. Se decidió hacerlas de manera digital, enviando mediante el correo electrónico y redes sociales. La encuesta realizada consta de 15 preguntas de opción múltiple. Con estas 15 preguntas se pretende saber qué es lo que el usuario conoce sobre el veganismo/vegetarianismo, su estilo de vida, cuántas veces come fuera de casa y si está dispuesto a probar el tipo de comida que se va a ofrecer.

Tabla N° 12: Proyección de la población por Zonas

AÑO	2010	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Z-1, SAMBORONDON - Urbano</b>	12834	13729	13962	14200	14441	14687	14936
<b>Z-2, LA PUNTILLA - Urbano Satélite</b>	29803	42379	46278	50536	55185	60262	65806
<b>TOTAL URBANA</b>	<b>42637</b>	<b>56108</b>	<b>60241</b>	<b>64736</b>	<b>69626</b>	<b>74949</b>	<b>80743</b>
<b>Z - 3, SAMBORONDON - Rural disperso</b>	8997	13029	14293	15680	17201	18869	20699
<b>Z - 4, TARIFA - Rural amanzanado</b>	6510	6937	7048	7161	7275	7392	7510
<b>Z - 5, TARIFA - Rural disperso</b>	9446	9001	8893	8786	8680	8576	8473
<b>TOTAL RURAL</b>	<b>24953</b>	<b>28967</b>	<b>30234</b>	<b>31626</b>	<b>33156</b>	<b>34837</b>	<b>36683</b>
<b>TOTAL</b>	<b>67590</b>	<b>85075</b>	<b>90474</b>	<b>96362</b>	<b>102782</b>	<b>109786</b>	<b>117425</b>

Fuente: Proyecciones GAD Municipal de Samborondón.

Tabla #1: Proyección de la población por Zonas en Samborondón.

Fuente: (GAD Municipio de Samborondon, 2016)

Para poder tener el número de encuestas se realizó la fórmula de población finita:

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

N= 55185

Z= 1.96

P= 0.5

Q= 0.5

e= 0.05

Por lo tanto se obtuvo un número de 381 encuestas que se deben realizar para cumplir con el nivel de confianza establecido que es 1.96 equivalente al 95% con un error muestral de 0.05 equivalente al 5% restante.

Analizar la demanda y conocer el comportamiento de los consumidores da paso a buenos resultados al plan de negocio. Debido a que el presente negocio no solo estará dirigido para la población en general en el sector de Samborondón, sino también para la población en Guayaquil, por medio de un artículo académico se pudo obtener datos de que en la ciudad de Guayaquil tan solo el 11% son vegetarianos, y el 89% restante no lo son (Salazar, 2013). Es por eso que el negocio no solo estará dirigido para las personas vegetarianas, más bien es un medio de incentivo a las personas a que puedan comer saludable fuera de sus casas.

#### Resultado de las encuestas

Opción	Cantidad
<b>De 15 a 24 años</b>	69
<b>De 25 a 35 años</b>	139
<b>De 36 a 50 años</b>	124
<b>Más de 50 años</b>	50

Tabla #2: Edad de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia.

La encuesta fue hecha por personas de 15 a 50 o más años de edad. Se puede ver en la tabla anterior que la mayoría de encuestas realizadas fue de las personas de un rango de edad de 25 a 35 años de edad, con 139 encuestas completadas. Estas son seguidas por el rango de 36 a 50 años, con 124 encuestas realizadas. Estas personas son, por lo general, económicamente activas.

Esto quiere decir que tienen sus propios ingresos y estás dispuestos a gastar un poco más de dinero.

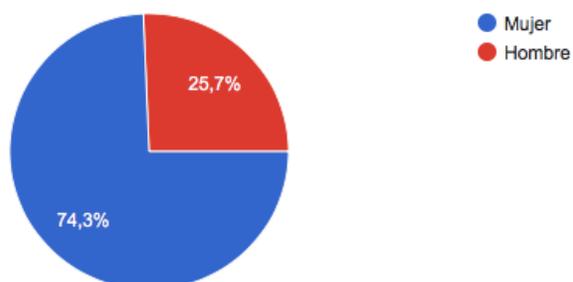


Figura 8. Gráfico de la tabulación del género de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados, 284 personas fueron mujeres, lo que representa el 74,3% del universo y 98 personas fueron hombres, que representa el 25,7%.

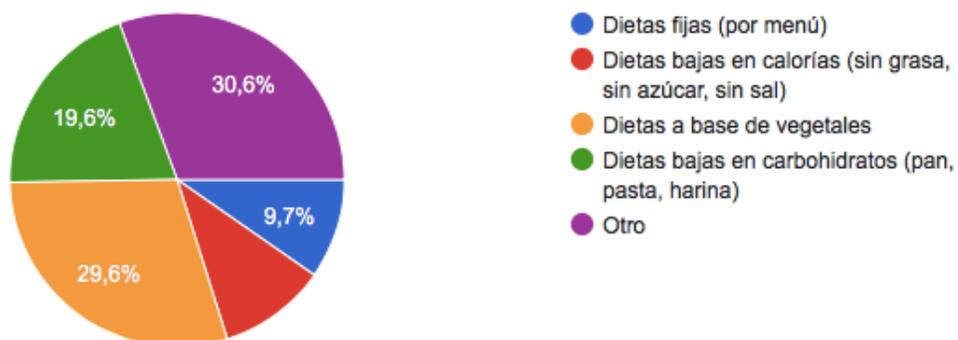


Figura 9. Gráfico de la tabulación del género de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta se buscó saber el tipo de alimentación o dieta que las personas siguen. Se obtuvo 113 respuestas de personas que siguen una dieta a base de vegetales, lo que representa el 29,6%. Seguido por 75 personas que dicen seguir una dieta baja en carbohidratos, 37 siguen una dieta fija y 40 una dieta baja en calorías. También se obtuvo la respuesta de 117 personas que siguen otro tipo de dieta.

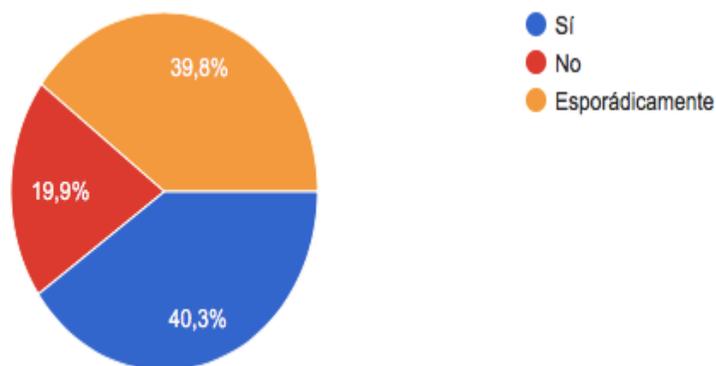


Figura 10. Gráfico de la tabulación de pregunta ¿Se ejercita usted regularmente?

Fuente: Elaboración propia

El número de personas encuestadas que si se ejercitan fueron 154, las que se ejercitan esporádicamente fueron 152, seguidas por 76 personas que dicen no ejercitarse.

<b>El lugar (localización del restaurante)</b>	24
<b>Calidad de los platos</b>	199
<b>Variedad de los platos</b>	76
<b>Precios</b>	51
<b>Ambiente (aspecto del restaurante)</b>	32

Tabla #3: Descripción de lo que las personas tienen más en cuenta a la hora de comer fuera.

Fuente: Elaboración propia.

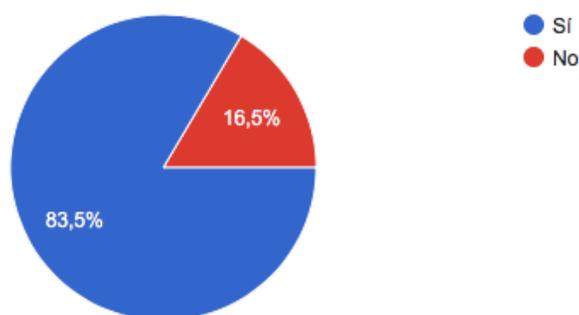


Figura 11. Gráfico de la tabulación de la pregunta ¿Ha probado anteriormente la comida vegana/vegetariana?

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a esta pregunta, se pudo obtener la información de que 319 personas si han probado la comida vegana o vegetariana, con una diferencia de 63 personas que no lo han hecho, lo que representa el 16,5%.

La siguiente pregunta consistía en que si la persona contestaba sí, que indique si le gustó o no, lo cual 304 personas dijeron que si y 37 personas que no. A las personas que dijeron que no, se les preguntó que indiquen el por qué, para lo cual se obtuvo alguna de las siguientes respuestas: *No habido la oportunidad, no me gustan mucho los vegetales, no me llama mucho la atención, me gustan las carnes, no conozco un lugar para comer, porque no se la verdad que es.*

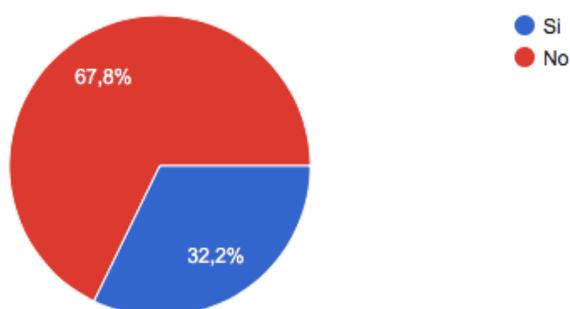


Figura 12. Gráfico de la tabulación sobre si la persona es vegetariana o vegana.

Fuente: Elaboración propia.

Se obtuvo 259 respuestas de personas que no son vegetariana o veganas y 123 que, si son, lo cual representa el 67,8% y 32,2% respectivamente.

Si la persona respondía que no, se le pedía que continúa con la siguiente pregunta, en la cual se pregunta cada cuánto tiempo consume productos animales (res, pollo, pescado, entre otros) caso contrario, se pidió que avance con la pregunta 13.

<b>Todos los días</b>	129
<b>Más de una vez a la semana</b>	69
<b>Una vez a la semana</b>	14
<b>Muy poco</b>	31
<b>Nunca</b>	27

Tabla #4: Descripción de veces de consumo de productos animales.

Fuente: Elaboración propia

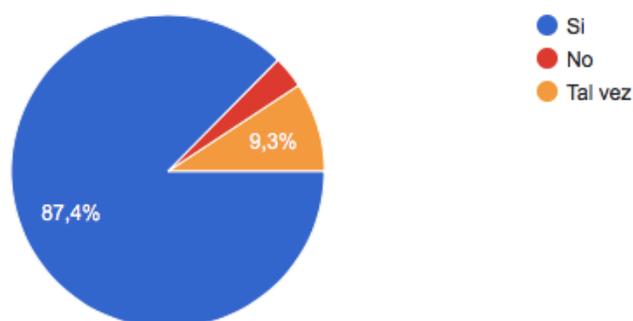


Figura 13. Gráfico de tabulación de la pregunta: ¿Estaría usted dispuesto a probar la comida vegetariana/vegana?

Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta, se obtuvo un total de 270 respuestas, de los cuales 236 dijeron que, si estarían dispuestos a probar la comida vegetariana/vegana, lo que representa el 87,4%. Por otro lado, 25 personas dijeron que tal vez lo probarían y 9 personas dijeron que no.

Esta respuesta de los encuestados favorece al negocio, ya que son personas que comen productos animales y están dispuestos a comer algo diferente a lo que siempre comen. Se puede ver, que tanto, personas vegetarianas como no, pueden consumir un producto 100% vegano y vegetariano.

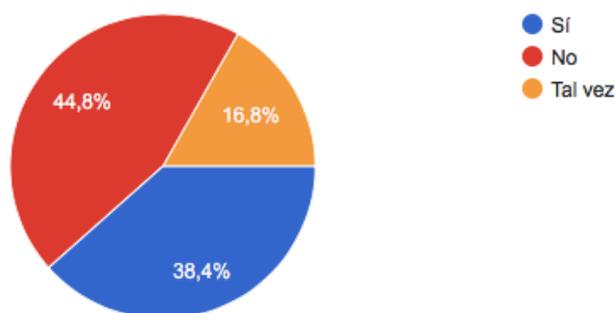


Figura 14. Gráfico de la tabulación de la pregunta: ¿Ha pensado usted en la posibilidad de volverse vegetariano/vegano?

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta, 120 personas dijeron que no han pensado en volverse vegetarianos y 103 dijeron que sí. Por último, 45 personas que dijeron que tal vez podrían ser vegetarianos.

En la siguiente pregunta, se pedía saber si tenía conocimiento de las cualidades alimenticias de una persona vegana/vegetariana, para lo cual respondieron así:

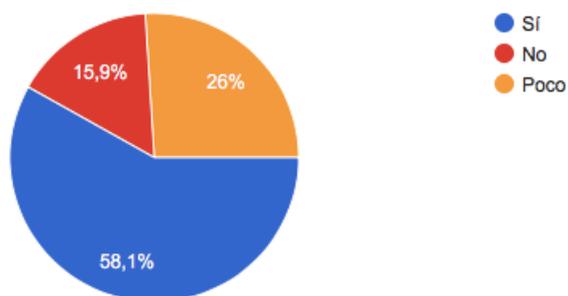


Figura 15. Gráfico de la tabulación de la pregunta ¿Tiene usted conocimiento de las cualidades alimenticias de una persona vegana?

Fuente: Elaboración propia.

El 58,1% si tiene conocimiento de las cualidades alimenticias, el 26% sabe poco, solo el 15,9% no tiene conocimiento.

Cabe recalcar que, dentro de los objetivos del plan de negocio, es promover la alimentación vegana, por lo tanto, se dará a conocer más sobre las cualidades alimenticias de este estilo de vida.

<b>Si</b>	251
<b>No</b>	38
<b>No estoy seguro</b>	93
<b>Total</b>	382

Tabla # 5 ¿Cree usted que la alimentación vegana/vegetariana es buena para la salud?

Fuente: Elaboración propia

La siguiente pregunta es sobre si la persona conoce a alguien que sea vegetariano o vegano. Aquí se obtuvo un total de 345 personas que, si conocen a alguien, lo que representa el 90,3%. Y 37, dijeron que no conocen a nadie que sea vegetariano o vegano, representando al 9,7%

Por último, se les preguntó a los encuestados lo siguiente: ¿Según usted, la comida vegana/vegetariana es?

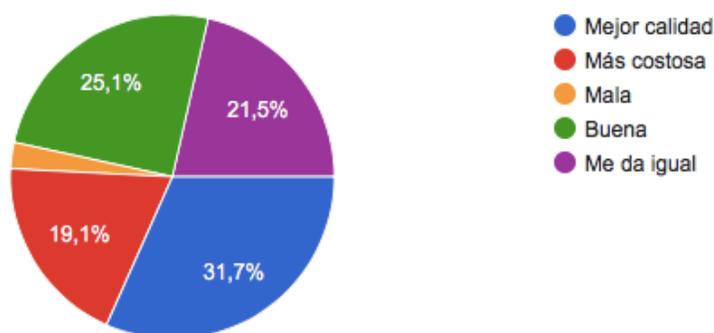


Figura 16. Gráfico de la tabulación de la pregunta: ¿Según usted, la comida vegana/vegetariana es?

Fuente: Elaboración propia.

121 personas piensan que la comida vegana/vegetariana es mejor calidad, 96 personas piensan que es buena, a 82 personas les da igual, 73 personas piensan que es más costosa, y solo 10 personas piensan que la comida vegana/vegetariana es mala.

### *Oferta*

Hoy en día Guayaquil es una de las ciudades con más establecimientos de comida dentro del país, y se encuentra en constante crecimiento. La mayoría de sus locales de comida son por lo general de comida típica o rápida, y muy pocos establecimientos de comida saludable. Según datos de la (INEC, 2015), en Guayaquil actualmente existen 7632 establecimientos de comida, en el sector de Samborondón en donde estará ubicado el presente negocio existen 300 establecimientos de comida. Actualmente no existen restaurantes dedicados al 100% de servicio de comida vegetariana o vegana en el sector de Samborondón, pero si existen ciertos locales que se dedican a producir platos saludables y algunos con muchas características veganas, pero no todo su menú es así, como Green Deli, mencionado anteriormente y Free Life.

Green Deli se encuentra ubicado en el centro comercial La Torre, donde su especialidad son los jugos verdes o desintoxicantes, cuentan con desayunos, almuerzos, cenas, snacks, batidos y cafés, estos siendo preparados sin lácteos ni azúcar. Sus horarios de atención son de lunes a sábado, y sus precios varían entre \$5.00 a \$11.00

Free Life, ubicado en la Piazza, es un restaurante que también cuenta con un área de mercado donde se pueden adquirir productos saludables como bebidas, harinas, fréjol, harina, granola, entre otros. El menú del restaurante ofrece desayunos, ensaladas, cenas y postres.

Se considera también que en la ciudad de Guayaquil si existen restaurantes de comida vegetariana, pero muy pocos. Uno de estos es Lorenabo, que cuenta con un menú vegano y saludable, pero no se lo consideraría una competencia directa para la cafetería ya que se encuentra fuera del sector del establecimiento, también su enfoque son las ventas de almuerzos

vegetarianos, su horario de atención es de 12h00-17h00 y se encuentra en P. Icaza 429 y General Córdova en el centro de la ciudad de Guayaquil.

Otro restaurante es Mr. Wang Ho, ubicado en Urdesa, donde ofrecen platos chinos fusionados a la comida ecuatoriana, pero todos sus platos son vegetarianos. Al igual que Lorenabo, se dedican fundamentalmente a la venta de almuerzo, pero también cuentan con otra variedad de platos.

Otro establecimiento dedicado a la venta de platos vegetarianos y veganos con un toque gourmet, es el restaurante Amaranto, el cual también se encuentra en Urdesa Central en la av. Victor Emilio Estrada entre Higueras e Ilanes. Sus horarios de atención de 11h30 a 21h00 de lunes a domingo.

Se conoce que en el país y dentro de nuestra cultura no existe un gran índice de personas veganas o vegetarianas lo cual los establecimientos de comida vegetariana en Samborondón y Guayaquil es bastante escaso. Pero se considera que los clientes de Guayaquil que no quieran ir a un lugar lejos como es Samborondón y decidan ir a alguno de estos restaurantes en la ciudad podría afectar a la cafetería.

Por otro lado, en Samborondón se tendría competencia pero muy poca ya que solo los dos restaurantes mencionados ofrecen productos vegetarianos y veganos, pero no al 100%. Estos serían una competencia indirecta, ya que la experiencia y el servicio que la cafetería pretende dar al cliente va a ser muy diferente a estos dos restaurantes, a parte que el menú será 100% vegano y vegetariano.

La competencia complementaria son los hoteles cerca de la zona, como lo es por ejemplo el Hotel Boutique “Orilla del Río” ubicado en la zona de entre ríos. Y la competencia sustitutiva son los diferentes establecimientos de comida que existen en la zona de entre ríos, los cuales son bastantes numerosos y variados.

#### *8.6 Estrategia de diferenciación*

Dentro de la estrategia de diferenciación, se va a enseñar al cliente lo que pasan los animales en la industria alimentaria mediante cuadros y mensajes que se pondrán alrededor de la cafetería, como datos curiosos que por lo general no muchas personas lo saben. Por ejemplo, se podría poner un mensaje que diga cuantos animales se pueden salvar adoptando una alimentación vegetariana, esto es 23 animales al año. Se concientizará al cliente de la realidad en el mundo, es así como se quiere que la cafetería se haga conocida y lo que la diferenciará de los demás establecimientos puesto que no hay otro lugar donde se trate de dar un mensaje así. Por otro lado, también se brindará un excelente servicio a la clientela y se aceptarán recomendaciones y sugerencias de su parte para que su experiencia en nuestra cafetería sea de lo más placentera. Se mantendrá una comunicación con los clientes mediante redes sociales para darles a conocer de nuevas promociones o diferentes noticias respecto al establecimiento.

#### *8.7 Acciones de promoción*

La cafetería se promocionará principalmente mediante las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, ya que el mercado al que se dirige es relativamente joven y están constantemente usando el internet.

Se promocionarán los productos 100% veganos y vegetarianos y se dará a conocer lo saludables que son para toda la comunidad. Se harán concursos para que los clientes se ganen

algo especial, esto se daría a conocer pidiendo a los clientes que compartan las noticias en Facebook y la persona que tenga más likes en su publicación se ganaría el premio. También se pondrán cupones en el periódico o en alguna revista cada cierto tiempo para que el consumidor tenga la cafetería en mente y puedan ir al establecimiento. Estos cupones se tratan de un límite de orden que tendrá el cliente para poder ordenar gratis en el local.

También se dará a conocer noticias sobre el establecimiento, así también como nuevas promociones, como por ejemplo un día se ofrecerá la promoción de 2x1 de un producto en particular, otro ejemplo es de adquirir leche o queso de almendras en nuestro local y así poder darse a conocer en todo Guayaquil y Samborondón.

### *8.8 Canal de distribución*

La manera en que los clientes obtendrán los productos de la cafetería, será de manera directa, mediante el contacto con la cajera al momento de hacer la orden y de recibir su pedido cuando se llame el nombre del cliente, ya que es una manera más personal de tratar con el cliente. Luego de unos meses, dependiendo de la demanda que tenga la cafetería, se considerará poner el servicio a domicilio para los consumidores de Samborondón.

## **9. Análisis Operativo**

### *9.1 Localización y descripción de las instalaciones*

La cafetería se encontrará ubicada en Samborondón, Entre Ríos calle principal. El local es de una superficie de 50m<sup>2</sup> con una capacidad de 22 personas dentro del local y cuatro en el área del bar que da hacia la calle. El local cuenta con una cocina, un baño para los clientes y otro

para los empleados. Cuenta con espacio tanto dentro como fuera del local donde los clientes pueden sentarse y esperar por la comida. El local cuenta con vitrina y opción a letrero, también tiene todo el espacio necesario para poder realizar todas las funciones que se necesita en la cafetería.

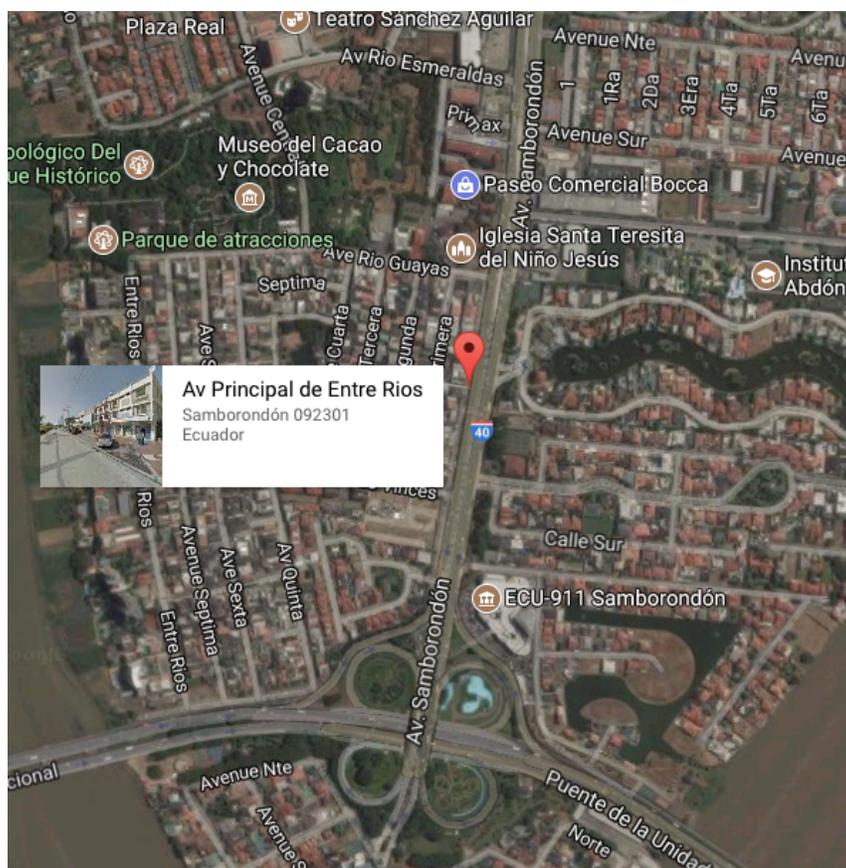


Figura 17. Ubicación Satelital de la Vía Samborondón y zona Entre Ríos

Fuente: Google Maps

## 9.2 Métodos de producción

La producción de ciertos productos será diaria a diferencia de otros que dependerá del movimiento de la cafetería.

El método de producción inicia desde el momento en que se hace el pedido al proveedor y se recibe la materia prima para la elaboración de los diferentes productos en el menú, y culmina en la entrega del producto final al cliente.

### *9.3 Capacidad instalada*

La cafetería tiene una capacidad de 22 personas dentro del local y cuatro fuera. Este cálculo, se sacó mediante la National Fire Protection Association (NFPA), norma utilizada por los bomberos del Ecuador para poder dar los permisos de funcionamiento. En la sección 7.3 se indica que: ``La carga de ocupantes en cualquier edificio o parte del mismo, deberá ser como mínimo el número resultante de dividir el área asignada para ese fin por el factor de la carga de ocupantes para el uso correspondiente`` (National Fire Protection Association, 2000). (Ver tabla en anexos).

En la cafetería habrán cinco mesas con cuatro sillas cada una, una mesa con dos sillas y cuatro sillas en el bar. La cocina está habilitada para responder a cualquier pedido de los clientes.

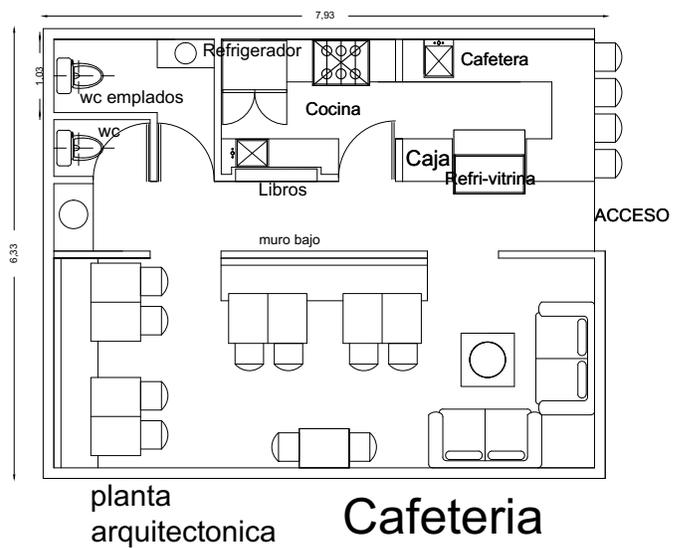


Figura 18. Plano del Restaurante

Fuente: Elaboración propia

Entre los materiales y equipo para la producción de los platos y bebidas de la cafetería son:

Equipamiento de Cocina	Cantidad
Cocina con grill y freidora	1
Máquina para milkshakes	1
Congelador	1
Horno industrial	1
Cafetera industrial	1
Licadora industrial	1
Refrigeradora	1

Congelador	1
Juguera de 3	1
Campana extractora de olores	1
Mesa de acero inoxidable	2
Lavadero de dos pozos	1
Estanterías	2

Tabla #6 Equipamientos de cocina.

Fuente: Elaboración propia.

Vajilla, cubiertos y cristalería	Cantidad
Platos	100
Tazas para café	45
Saleros	8
Vasos de Milkshakes	45
Juego de cubiertos de 12 piezas(12 tenedores, cuchillos y cucharas en cada pieza) total de 36 por pieza.	4
Pocillos para salsas	20

Tabla #7 Cantidad de vajilla, cubiertos y cristalería.

Fuente: Elaboración propia.

Utensilios de Cocina	Cantidad
Tabla de picar de plástico	3
Cuchillo cebollero	3
Cuchara de madera	2
Bowls pequeños de acero inoxidable	4
Bowls grandes cuadrados de acero inoxidable	2
Espátula de acero inoxidable	4
Pinzas de acero inoxidable	2
Juegos de tazas medidoras de acero inoxidable	2

Tabla #8 Cantidad de utensilios de cocina.

Fuente: Elaboración propia.

Muebles y enseres	Cantidad
Juego de mesa con sillas de madera	6
Charoles de acero inoxidable	6

Tabla #9 Cantidad de muebles y enseres.

Fuente: Elaboración propia.

Mantelería	Cantidad
Servilletas	1625
Limpiones	10
Porta servilletas	6

Tabla #10 Cantidad de mantelería.

Fuente: Elaboración propia.

Suministros de Limpieza	Cantidad
Escoba plástica	2
Lavaplatos	3
Estropajos	3
Basurero	2
Fundad de basura grandes	8
Viledas	4
Galón de shampoo para limpiar baño	1
Jabón líquido	1
Papel higiénico	24
Toalla de mano	4

Tabla #11 Cantidad de suministros de limpieza.

Fuente: Elaboración propia.

Equipos y suministros de caja	Cantidad
Caja registradora	1
Silla para cajera	1
Datafast	1
Impresora	1
Computadora	1
Parlante	1
Cámara de seguridad	1
Archivador metálico	2
Resma papel bond	2
Perforadora	2
Bolígrafos	5
Caja de clips	1
Grapadora	2
Caja de grapas	1

Tabla #12 Cantidad de equipos y suministros de caja.

Fuente: Elaboración propia.

Uniformes	Cantidad
Uniforme de cajero	1
Uniforme del chef	1
Uniforme de los ayudantes de cocina	2

Tabla #13 Cantidad de uniformes.

Fuente: Elaboración propia.

#### 9.4 Cadena de abastecimiento

Para el correcto funcionamiento de la cafetería se deben de cumplir dos procesos claves: el de servicio al cliente y el de operaciones.

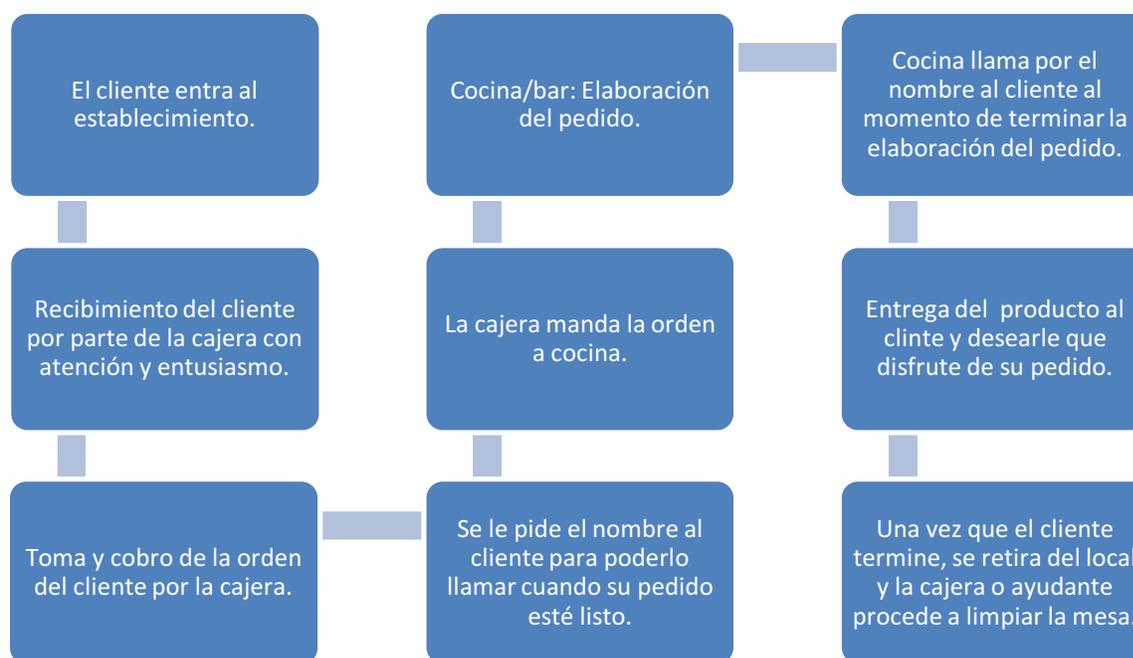


Figura 19. Gráfico sobre el proceso del servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 20. Gráfico sobre el proceso de operaciones.

Fuente: Elaboración propia.

### 9.5 OTIDA

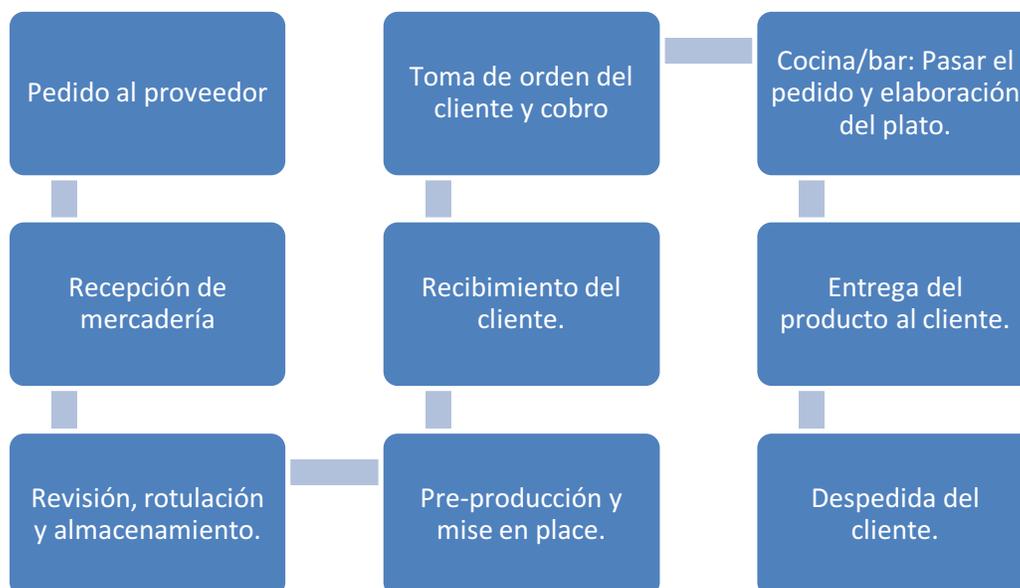


Figura 21. Gráfico del proceso de OTIDA.

Fuente: Elaboración propia.

*9.6 Recursos Humanos*

<b>Cargo</b>	<b>Descripción del trabajo</b>	<b>Habilidades Requeridas</b>
Chef	Realizar los platos del menú respetando el proceso de elaboración de productos veganos. Así mismo, debe realizar la leche y queso de almendras para la venta al público. Tomar decisiones rápidas e inteligentes a la hora de asignar las tareas a los ayudantes de cocina. Debe de llevar el control en la puntualidad y asistencia de los trabajadores, revisar las requisiciones hechas por los ayudantes, hacer los pedidos de materia prima a los proveedores y así mismo recibir y verificar la	El chef debe ser graduado de alguna escuela gastronómica, con experiencia previa de mínimo 3 años y que tenga conocimientos en cocina vegetariana y vegana. Sexo: indiferente Edad: 25 a 40 años Habilidades: Liderazgo, responsabilidad, trabajar bajo presión, trabajo en equipo, capacidad de asignar tareas a los ayudantes y puntualidad.

	<p>mercadería.</p> <p>Por último, preocuparse de la calidad de los productos, almacenamiento y producción.</p>	
Ayudantes de cocina	<p>Elaborar con el chef los pedidos de los clientes, ayudar al chef a realizar la leche y queso de almendras, elaborar requisiciones de los productos faltantes.</p> <p>Realizar la limpieza del establecimiento y verificar que no haga falta nada para la producción del siguiente día.</p>	<p>Los ayudantes de cocina no tienen que ser graduados de la carrera de gastronomía pero deben tener experiencia en cocina por lo menos 1 año y ser estudiantes de la misma.</p> <p>Habilidades: trabajar bajo presión, capacidad de seguir instrucciones, trabajo en equipo, puntualidad y responsabilidad.</p> <p>Sexo: indiferente.</p> <p>Edad: 20 a 35 años.</p>
Cajero	<p>Se encargará de tomar el pedido y realizar los cobros a los clientes. Conocer en</p>	<p>Tener experiencia mínima de 1 año en cargos similares.</p>

	<p>detalle el menú para cualquier pregunte que tuviese el cliente.</p> <p>Promocionar la leche y queso de almendras. Enviar a cocina el pedido hecho por el cliente. Emitir facturas. Hacer cierre de caja y entregar información al administrador vía mail de ser necesario. Apoyo con la limpieza del local</p>	<p>Habilidades: trabajo en equipo, puntualidad, honestidad, paciencia, inglés intermedio y buena presencia.</p> <p>Sexo: indiferente</p> <p>Edad: 25 a 35 años</p>
Administrador	<p>El administrador se encargará de elaborar el presupuesto anual, estados financieros, control de egresos e ingresos y el pago de nómina. Debe también de mantener una buena relación con los empleados y estar siempre al día de la competencia.</p>	<p>El administrador debe ser graduado en carrera de ingeniera de administración de empresa o carreras afines.</p> <p>Experiencia mínima de 3 años.</p> <p>Habilidades: Responsabilidad, liderazgo, compañerismo, trabajar en equipo y</p>

		<p>generar un buen ambiente de trabajo.</p> <p>Sexo: indiferente.</p> <p>Edad: 25 a 40 años</p>
--	--	---

Tabla #14: Tabla sobre responsabilidades y descripción del trabajo de los empleados.

Fuente: Elaboración propia.

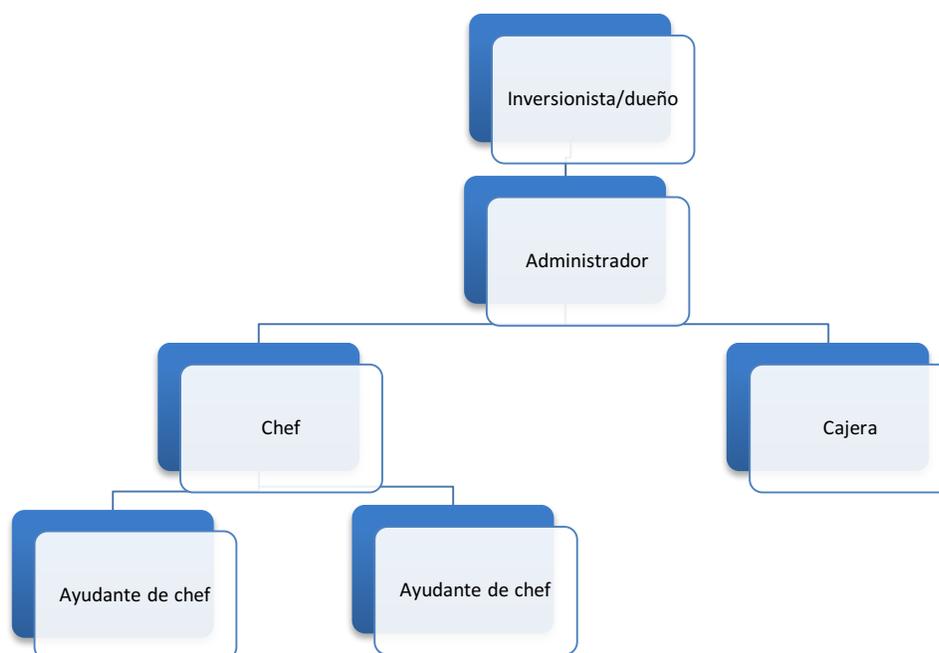


Figura 22. Organigrama de la cafetería.

Fuente: Elaboración propia.

## 10. Análisis financiero

### 10.1 Estado de Resultados proyectado a cinco años

	1	2	3	4	5
	USD				
Ventas Netas	378.533,50	410.077,96	465.365,70	498.606,11	527.818,64
Costo de Ventas	310.879,70	325.979,88	341.835,08	358.483,04	375.963,39
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>67.653,80</b>	<b>84.098,07</b>	<b>123.530,62</b>	<b>140.123,07</b>	<b>151.855,24</b>
Gastos Generales	42.498,21	43.319,19	44.181,23	45.086,36	46.036,75
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>25.155,59</b>	<b>40.778,88</b>	<b>79.349,39</b>	<b>95.036,71</b>	<b>105.818,50</b>
Gastos Financieros	4.631,25	3.087,50	1.187,50	0,00	0,00
<b>UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN</b>	<b>20.524,34</b>	<b>37.691,38</b>	<b>78.161,89</b>	<b>95.036,71</b>	<b>105.818,50</b>
Participación Utilidades (15%)	3.078,65	5.653,71	11.724,28	14.255,51	15.872,77
<b>UTILIDAD ANTES DEL I.R.</b>	<b>17.445,69</b>	<b>32.037,67</b>	<b>66.437,61</b>	<b>80.781,21</b>	<b>89.945,72</b>
Impuesto a la Renta (22%)	3.838,05	7.048,29	14.616,27	17.771,87	19.788,06
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>13.607,64</b>	<b>24.989,39</b>	<b>51.821,34</b>	<b>63.009,34</b>	<b>70.157,66</b>

Tabla #15: Tabla del Estado de Resultados de la cafetería.

Fuente: Elaboración propia.

La capacidad inicial de la cafetería será del 60% de su capacidad máxima, el detalle de los ingresos de los productos se presenta en un cuadro detallado de ventas por cantidad demandada y por precio.

A partir del segundo año, la demanda se incrementa en un 5%, cantidad bastante conservadora que toma en cuenta el actual escenario macroeconómico y microeconómico del país, y las ciudades de Guayaquil y Samborondon en general.

Los precios se mantienen constantes, por lo que la variación de los ingresos es solo por aumento de la demanda esperada, de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas.

Los costos de materiales directos son, en promedio, un 62% del valor por el precio de venta esperado, sin tomar en cuenta el IVA. Las remuneraciones del personal toman en cuenta el sueldo, prestaciones sociales y beneficios de ley.

Los gastos generales se detallan en cuadros expuestos en el Anexo así como los gastos financieros detallados en la Tabla de Amortización.

### 10.2 Flujo de caja proyectado a cinco años

	PREOP.	1	2	3	4	5
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Recuperación por ventas	0,00	378.533,50	410.077,96	465.365,70	498.606,11	527.818,64
Parcial	0,00	378.533,50	410.077,96	465.365,70	498.606,11	527.818,64
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Pago a proveedores		259.883,73	272.670,35	286.096,31	300.193,56	314.995,67
Mano de obra directa e imprevistos		38.393,58	40.313,26	42.328,92	44.445,37	46.667,64
Mano de obra indirecta e imprevistos		8.002,28	8.396,17	8.809,75	9.244,01	9.699,99
Gastos Generales		42.498,21	43.319,19	44.181,23	45.086,36	46.036,75
Parcial		348.777,81	364.698,98	381.416,21	398.969,30	417.400,04
<b>C. FLUJO OPERACIONAL</b>						
		29.755,69	45.378,98	83.949,49	99.636,81	110.418,60
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Crédito Institución Financiera	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de Capital	12.037,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parcial	62.037,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago de intereses		4.631,25	3.087,50	1.187,50	0,00	0,00
Pago de capital		10.000,00	20.000,00	20.000,00	0,00	0,00
Pago participación trabajadores		0,00	3.078,65	5.653,71	11.724,28	14.255,51
Pago de impuesto a la renta		0,00	3.838,05	7.048,29	14.616,27	17.771,87
Reparto de dividendos						
Reposición y nuevas inversiones						
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>						
Readecuación y Decoración del Local	4.500,00					
Equipamiento de cocina	11.145,00					
Utensilios de cocina	179,00					
Vajillas, cubiertos y cristalería	579,00					
Mantelería	126,25					
Muebles y enseres	1.122,00					
Equipos y suministro de Caja	2.464,50					
Suministros de limpieza	237,00					
Uniformes	119,00					
Activos diferidos	7.828,00					
Parcial	28.299,75	14.631,25	30.004,20	33.889,50	26.340,56	32.027,37
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL</b>						
	33.737,40	-14.631,25	-30.004,20	-33.889,50	-26.340,56	-32.027,37
<b>G. FLUJO NETO GENERADO</b>						
	33.737,40	15.124,44	15.374,78	50.060,00	73.296,25	78.391,22
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>						
	0,00	33.737,40	48.861,84	64.236,62	114.296,62	187.592,87
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA</b>						
	33.737,40	48.861,84	64.236,62	114.296,62	187.592,87	265.984,10

Tabla #16. Tabla de flujo de caja de la cafetería.

Fuente: Elaboración propia.

### 10.3 Análisis del Punto de Equilibrio

		FIJO			VARIABLE		
		1	2	3	1	2	3
Costo de obra directa	Variable	0,00	0,00	0,00	29.918,10	31.414,01	32.984,71
Costo de obra indirecta	Variable	0,00	0,00	0,00	7.557,00	7.934,85	8.331,59
Materiales directos	Variable	0,00	0,00	0,00	252.597,95	265.227,84	278.489,24
Materiales indirectos	Variable	0,00	0,00	0,00	3.134,48	3.291,20	3.455,76
Salarios y servicios	Fijo	3.420,00	3.420,00	3.420,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento y seguros	Fijo	731,31	731,31	731,31	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	Fijo	3.080,10	3.080,10	3.080,10	0,00	0,00	0,00
Amortizaciones	Fijo	1.520,00	1.520,00	1.520,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Generales	Fijo	42.498,21	43.319,19	44.181,23	0,00	0,00	0,00
Gastos Financieros	Fijo	4.631,25	3.087,50	1.187,50	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>55.880,87</b>	<b>55.158,10</b>	<b>54.120,14</b>	<b>293.207,52</b>	<b>307.867,90</b>	<b>323.261,29</b>
<b>VENTAS</b>		<b>378.533,50</b>	<b>410.077,96</b>	<b>465.365,70</b>			
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO %</b>		<b>65,5%</b>	<b>54,0%</b>	<b>38,1%</b>			
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>		<b>247.905,53</b>	<b>221.300,36</b>	<b>177.233,45</b>			

Tabla #17: Tabla del análisis del punto de equilibrio.

Fuente: Elaboración propia.

Es un indicador muy importante para determinar el potencial de generación de utilidades. Refleja la capacidad de producción a la que debe llegar el proyecto para que deje el umbral de las pérdidas y pase al escenario de las utilidades.

El punto de equilibrio se calcula bajo la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{cf}{(P - cv)}$$

En el primer año, los costos y gastos fijos ascienden a USD 55.880,87 y el margen de contribución (USD 378.533,50 – 293.207,52 = 85.325,98), que determinan un punto de equilibrio del 65,5%, o un nivel de ventas mínimo de USD 247.905,53..

En el segundo año, los costos y gastos fijos descienden a USD 55.158,10 y el margen de contribución (USD 410.077,96 – 307.867,90 = 102.210,06 ), que determinan un punto de equilibrio del 54,0%, o un nivel de ventas mínimo de USD 221.300,36.

#### *10.4 Análisis de Sensibilidad*

ESCENARIOS	VAN	TIR	B/C
<b>Escenario actual</b>	\$98.482,73	<b>49,23%</b>	<b>\$1,59</b>
Ventas bajan 5%	\$29.803,33	24,24%	\$0,48
Costos de ventas suben 10%	\$67.953,18	17,40%	\$0,25

Tabla #18: Tabla de análisis de sensibilidad.

Fuente: Elaboración propia.

Se exponen dos escenarios negativos: uno, donde las ventas descienden un 5%, y otro donde los costos ascienden a 10%.

En ambos casos los indicadores de rentabilidad sufren una caída, pero aun así siguen siendo positivos para la ejecución del proyecto con ventas menores a las pronosticadas; sin embargo, se debe cuidar de que los costos directos de producción (mano de obra y materiales directos), no suban más de un 10% a lo proyectado, porque de hacerlo, se corre el riesgo de que el proyecto ya no resulte.



El período de recuperación nos prueba que la inversión en el proyecto se podrá recuperar en poco menos de 3 años, y la relación beneficio / costo, nos prueba que por cada dólar invertido en la empresa proyectada, se obtiene un \$1,59 de ganancia, o sea un excedente de USD 0,59 en valor presente.

## **11 . Viabilidad del proyecto**

De acuerdo a lo investigado en el análisis de mercado, operativo y financiero, podemos concluir que el proyecto de la cafetería *Happy Cow* es viable, por las siguientes razones:

De acuerdo a la población estudio determinada en el proyecto hay un mercado para el producto ofertado que está creciendo de forma exponencial ya que las personas están dispuestas a cambiar su régimen alimenticio actual por uno más saludable, lográndose por medio de una cafetería preparada para poder ofrecerle al cliente lo mejor de la comida vegana en Samborondón.

Se crearán 5 plazas de empleos para personas que actualmente estén desempleadas y así contribuir a la disminución de la tasa de desempleo que actualmente existe en nuestro país.

Tomando en cuenta que solo existen en Samborondón dos restaurantes como competencia indirecta, de nombres Green Deli y Free Life, que no ofrecen un estilo netamente vegano como la Cafetería Happy Cow, por lo que se convertiría en un establecimiento único en la localidad.

En cuanto al análisis financiero se puede apreciar que la inversión de \$50.000 se recuperará en un plazo de un poco menos de 3 años, de acuerdo al resultado de la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 49,23%, por lo que cada dólar invertido se obtiene \$1,59 de ganancia,

además de que el Valor Actual Neto (VAN), resulta ser superior a cero ( $\text{USD } 98.482,73 > 0$ ), indicando que el proyecto es rentable.

Con este negocio se busca causar el menor efecto negativo posible al ambiente, transmitiendo a los clientes que la cafetería es un lugar eco-amigable y saludable. Al mismo tiempo se busca responder a la demanda que cada vez es mayor en la comunidad vegana y vegetariana en el cantón Samborondón, y se piensa que mediante la implementación de este negocio se va a poder conseguir con ese ideal.

## 12 Bibliografía

- @Urdesacom. (n.d.). Bellamujer.com. Retrieved 2016- 27-01 from <http://www.bellamujer.com/femenina/comida/3330-vegetarianos-una-minoria-que-crecen-en-ecuador>
- Acosta-Burneo, A. (9 de Junio de 2016). Sobredosis. Vistazo, 27.
- Aguirre, A. (2 de Enero de 2011). El Universo. Recuperado el 3 de Agosto de 2017, de 4 de 10 denuncias en La Puntilla son por atracos a domicilios: <http://www.eluniverso.com/2011/01/02/1/1422/4-10-denuncias-puntilla-son-atracos-domicilios.html>
- Cámara de la pequeña industria del Guayas. (2012). Constitución de compañías. Retrieved 2016 from <http://www.capig.org.ec/index.php/tramites-ciudadanos/54-tramites-ciudadanos/26-constitucion-de-companias.html>
- Comunidad Vegana de Costa Rica. (18 de Abril de 2016). Resultados CENSO 2016. Recuperado el 8 de Agosto de 2017, de <https://veganos.cr/otros/resultados-censo-2016>
- Control Sanitario del Ecuador. (2016). Retrieved 2016 from <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Tasas-servicios-Arcsa-2016.pdf>
- Cross, L. J. (1946). The Vegan Society. Retrieved 2016 йил 16-Enero from <http://www.vegansociety.com/about-us/history>
- Cuerpo de Bomberos de Samborondón. (2015). Servicios: Cuerpo de Bomberos de Samborondón. Obtenido de Cuerpo de Bomberos de Samborondón: <http://www.bomberossamborondon.gob.ec/servicios.html>
- Cuerpo de bomberos Samborondón. (2014). Tasa por servicios contra incendios. Retrieved 2016 from <http://www.bomberossamborondon.gob.ec/servicios.html>
- Cuida tu futuro. (n.d.). Pasos para crear una empresa en Ecuador. Retrieved 2016 from <http://www.cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>
- El Comercio. (2015). Correa es el Presidente con más tiempo en el poder de forma continua. El Comercio.
- El Comercio. (4 de Enero de 2017). 10 cambios económicos en Ecuador marcarán el 2017 . Recuperado el 3 de Agosto de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/cambios-economia-ecuador-impuestos-comercio.html>
- El Comercio. (4 de Enero de 2017). 10 cambios económicos en Ecuador marcarán el 2017 Este contenido ha sido publicado originalmente por Diario EL COMERCIO en la siguiente

dirección: <http://www.elcomercio.com/actualidad/cambios-economia-ecuador-impuestos-comercio.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido. Recuperado el 3 de Agosto de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/cambios-economia-ecuador-impuestos-comercio.html>

- El País. (25 de Mayo de 2016). Rafael Correa presume su “década ganada” pero las cifras lo contradicen. El País.
- El Telégrafo. (2016). "La economía ya muestra signos de recuperación" .
- El Universo. (1 de Julio de 2017). En 2017 economía crecería menos del 1%, prevé Banco Central del Ecuador. Recuperado el 3 de Agosto de 2017, de El Universo:  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/01/nota/6256948/2017-economia-creceria-menos-1-preve-bce>
- El Universo. (2 de Agosto de 2012). El capitán de su negocio. El Universo.
- El Universo. (25 de Mayo de 2016). Rafael Correa: El país debe descansar de mí, y yo también del país. El Universo.
- El Universo. (26 de Julio de 2017). BanEcuador presenta líneas de financiamiento para programas sociales promulgados por Lenín Moreno. Recuperado el 3 de Agosto de 2017, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/26/nota/6299413/banecuador-presenta-lineas-financiamiento-programas-sociales>
- El Universo. (6 de Febrero de 2014). Johnnie Pine’s, carnes y pizzas a lo americano. El Universo.
- Franceschini, E. (5 de Septiembre de 2012). Clarín. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de Año 2050, todos vegetarianos: [https://www.clarin.com/buena-vida/vegetarianos-dieta-futuro\\_0\\_H1mMkGlvQx.html](https://www.clarin.com/buena-vida/vegetarianos-dieta-futuro_0_H1mMkGlvQx.html)
- GAD Municipal de Samborondón. (16 de Marzo de 2015). Diagnóstico. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de Alcaldía de Samborondón:  
[http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/0960001460001\\_0960001460001diagnostico\\_15-11-2014\\_16-03-2015\\_19-18-45.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/0960001460001_0960001460001diagnostico_15-11-2014_16-03-2015_19-18-45.pdf)
- Gandhi, M. (1869-1948). Retrieved 2016 йил 29-01 from <http://www.tallerarteyoga.com/veganismo/frases-celebres.htm>
- Garde, M. (26 de Octubre de 2015). Agencia EFE. Recuperado el 23 de Agosto de 2017, de La OMS alerta de que el consumo de carne procesada es cancerígeno:  
<https://www.efe.com/efe/espana/sociedad/la-oms-alerta-de-que-el-consumo-carne-procesada-es-cancerigeno/10004-2747131>

- INEC. (2010).
- INEC. (2015). Guayaquil.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing, Sexta Edición . Petrinice Hall.
- LEXUS. (2011). Turismo, Hotelería y Restaurantes. Barcelona.
- López, J. C. (2007). Publicidad emocional: estrategias creativas. Comunicación y hombre: revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades, 143-146.
- MHEducation. (s.f.). MHEducation. Obtenido de La oferta, la demanda y el mercado: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (n.d.). Requisitos para permiso de funcionamiento. Retrieved 2016 from <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/requisitos-para-permisos-de-funcionamiento.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). Ecuador Potencia Turística. Recuperado el 5 de February de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas . Obtenido de Ministerio del Turismo del Ecuador: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110>
- Ministerio de Turismo. (2015). Registro de Actividades Turística. Recuperado el 4 de Agosto de 2017, de Ecuador Potencia Turística: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-actividades-turisticas/110-registro-de-alimentos-y-bebidas>
- Ministerio del Trabajo. (2012). Código del trabajo.
- MINTUR. (2007). DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR “PLANDETUR 2020”.
- National Fire Protection Association. (2000). Código de Seguridad Humana, 101-79.
- Nielsen. (27 de Septiembre de 2016). INFOGRAFÍA: INGREDIENTES Y TENDENCIAS DE COMIDA FUERA DE CASA EN LATAM. Recuperado el 3 de Agosto de 2017, de <http://www.nielsen.com/latam/es/insights/news/2016/Ingredientes-y-tendencias-de-comida-fuera-de-casa-en-Latam.html>
- Noticieros Televisa. (7 de Noviembre de 2012). Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de El 10% de los y las italianas son vegetarianas: <http://www.tvanimalista.com/es/2012/11/07/el-10-dels-i-les-italianes-son-vegetarianes/>

OMT. (1998). Introducción al Turismo. Madrid: Egraf.

ONU. (2015 йил 20-07). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Retrieved 2016 йил 29-01 from <http://www.fao.org/post-2015-mdg/news/detail-news/es/c/317244/>

PLANDETUR 2020. (26 de Septiembre de 2007). turismo.gob.ec. Recuperado el 3 de Agosto de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

PROYECTO: FOMENTO DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS. (Febrero de 2013). industrias.gob.ec. Recuperado el 3 de Agosto de 2017, de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/FOMENTO-DE-LA-MIPYMES-ECUATORIANAS.pdf>

Registro Mercantil. (2016). Registro Mercantil. Retrieved 2016 from <http://www.registromercantil.gob.ec/tr%C3%A1mites-frecuentes-rm/89-inscripciones/390-inscripcion-nombramientos.html>

Salazar, M. F. (2013). GASTRONOMIA VEGETARIANA. Guayaquil.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). Buen Vivir Plan Nacional 2013-2017.

SRinforma. (2017). REQUISITOS- Inscripción, actualización y cierre Registro Único de Contribuyentes (RUC). Obtenido de [www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/.../Guia+basica+RUC+final.pdf](http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/.../Guia+basica+RUC+final.pdf)

Vegetarianos Chile. (23 de Octubre de 2013). CHILE: RESULTADOS DEL PRIMER CENSO VEGETARIANO. Recuperado el 8 de Agosto de 2017, de <http://www.vegetarianoschile.cl/chile-resultados-del-primer-censo-vegetariano/>



## Anexo 2. Requisitos y Formalidades para el Registro



### SOLICITUD DE REGISTRO ALIMENTOS Y BEBIDAS PERSONAS NATURALES



#### REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

- 1. Registro único de contribuyentes (R.U.C.) (*verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en [Infodigital](#)*).
- 2. Cédula de identidad (*verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en [Infodigital](#)*).
- 3. Papeleta de votación (*verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción en [Infodigital](#)*).
- 4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
- 5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:  
**Quito:** Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum  
**Guayaquil:** Av. Francisco de Orellana y Justino Comejo Edif. Gobierno del Litoral  
**Cuenca:** Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
- 6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local.
- 7. Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia).
- 8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.  
(Formulario del Ministerio de Turismo)
- 9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

### Anexo 3. Permiso de Funcionamiento para locales



Gobierno Autónomo Descentralizado  
Municipal del Cantón Samborondón

#### **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO PARA LOCALES**

**SOLICITAR EN VENTANILLA:**

- CARPETA MEMBRETADA \$ 3,00.
  - ESPECIE VALORADA \$ 3,00 (para redactar la solicitud).
  - TASA ADMINISTRATIVA \$ 10,00.
- FORMULARIO SIN COSTO

**ADJUNTAR:**

**POR PRIMERA VEZ**

- COPIA DEL R.U.C ACTUALIZADO CON LA DIRECCIÓN DEL LOCAL.
- COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD DEL PROPIETARIO O DEL REPRESENTANTE LEGAL CON CARTA DE NOMBRAMIENTO.
- COPIA DE CONTRATO DE ARRENDAMIENTO.
- COPIA DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS.
- CERTIFICADO DE INSPECCION FINAL MUNICIPAL.
- PAGO DE PREDIOS URBANO (DEL LOCAL)

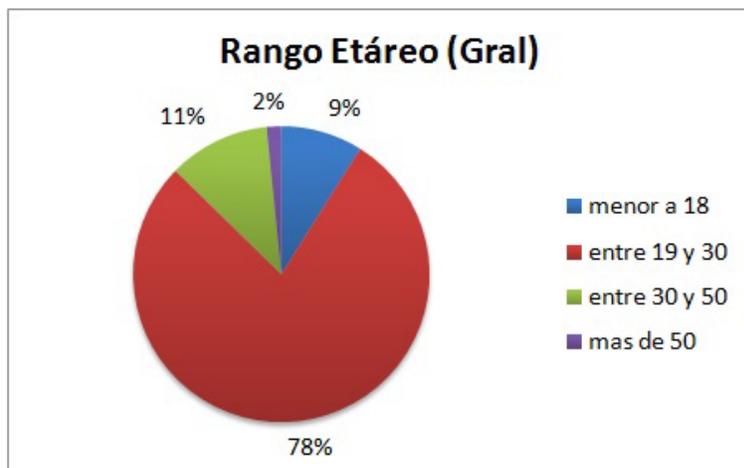
**RENOVACION**

- COPIA DE RUC ACTUALIZADO DEL LOCAL.
- COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD DEL PROPIETARIO O DEL REPRESENTANTE LEGAL CON CARTA DE NOMBRAMIENTO.
- COPIA DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE CUERPO DE BOMBEROS DEL AÑO ACTUAL.
- COPIA DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO Y PATENTE DEL AÑO ANTERIOR MUNICIPAL.
- IMPUESTO A LA RENTA/ Compañía Balance 2015
- CERTIFICADO DE INSPECCION FINAL MUNICIPAL
- PAGO DE PREDIOS URBANO (DEL LOCAL)

**NOTA:**

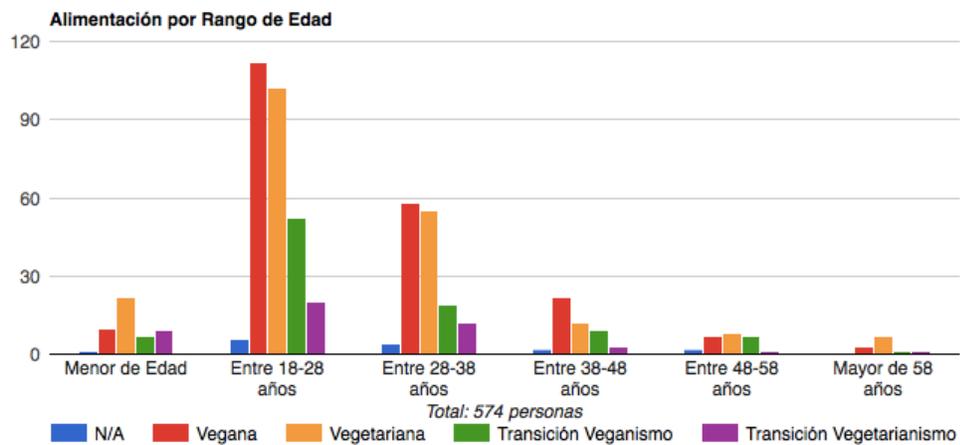
- LA SOLICITUD DEBERÁ SER DIRIGIDA AL SR. ALCALDE ING. JOSÉ YÚNEZ PARRA.

#### Anexo 4.



Fuente: (Vegetarianos Chile, 2013)

#### Anexo 5.



Fuente: (Comunidad Vegana de Costa Rica, 2016)

**Anexo 6.** Modelo de encuesta elaborada.**Proyecto:** Propuesta de una cafetería vegetariana y vegana

Hola con todos, la siguiente encuesta es para la realización de una cafetería vegana/vegetariana en Samborombón. Les agradezco mucho su ayuda ya que es para culminar con mi tesis de graduación.

## 1. Sexo \*

- Mujer
- Hombre

## 2. Edad \*

- De 15 a 24 años
- De 25 a 35 años
- De 36 a 50 años
- Más de 50

## 3. Indique el tipo de dieta que usted sigue. \*

- Dietas fijas (por menú)
- Dietas bajas en calorías (sin grasa, sin azúcar, sin sal)
- Dietas a base de vegetales
- Dietas bajas en carbohidratos (pan, pasta, harina)
- Otro

## 4. ¿Se ejercita usted regularmente? \*

- Sí
- No
- Esporádicamente

## 5. A la hora de comer fuera, ¿qué tiene más en cuenta? \*

- El lugar (localización del restaurante)
- Calidad de los platos
- Variedad de los platos
- Precio
- El ambiente (aspecto del restaurante)

6. ¿Ha probado anteriormente la comida vegana/vegetariana? \*

- Sí
- No

7. Si su respuesta fue si, indique si le gustó o no.

- Si
- No

Si su respuesta fue no, indique por qué.

---

8. ¿Es usted vegetariano o vegano? Si su respuesta es no, continúe con la pregunta 9. Caso contrario salte a la pregunta 13 \*

- Si
- No

9. ¿Cada cuánto tiempo come productos animales? (res, pollo, pescado, entre otros)

- Todos los días
- Más de una vez a la semana
- Una vez a la semana
- Muy poco
- Nunca

10. Estaría usted dispuesto a probar la comida vegetariana/vegana?

- Si
- No
- Tal vez

11. Ha pensado usted en la posibilidad de volverse vegetariano/vegano?

- Sí
- No

Tal vez

12. ¿Tiene usted conocimiento de las cualidades alimenticias de una persona vegana?

- Sí
- No
- Poco

13. ¿Cree usted que la alimentación vegana/vegetariana es buena para la salud? \*

- Sí
- No

No estoy seguro

14. ¿Conoce a alguien que sea vegetariano o vegano? \*

- Sí  
 No  
 15. ¿Según usted, la comida vegana/vegetariana es? \*  
 Mejor calidad  
 Más costosa  
 Mala  
 Buena  
 Me da igual

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 7. Costeo de hamburguesa vegana.

Nombre:	Hamburguesa Vegana				
Pax:	10				
Ingredientes		Cantidad (GR)	Cantidad Neta (Kg)	Precio por Kilo	Total
Frejoles negros		500	0,5	2,30	1,15
Aceite		100	0,1	2,96	0,30
Harina		150	0,15	1,80	0,27
Queso de Almendras		300	0,3	19,49	5,85
Lechuga		150	0,15	0,90	0,14
Tomate		200	0,2	0,85	0,17
Cebolla colorada		200	0,2	0,80	0,16
Salsa de tomate		200	0,2	4,00	0,80
Pan Hamburguesa		10 U	1	2,90	2,90
<b>TOTAL</b>					<b>11,73</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>11,73</b>
Costo directo de producción					11,73
Costo indirecto de producción				70%	27,37
Costo total de preparación					39,09
<b>Costo total por porción</b>					<b>3,91</b>
% porcentaje de venta				60%	2,35

Precio de venta		6,25
IVA	12%	0,75
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>		<b>7,01</b>
Ganancia Operativa		3,10
% porcentaje de utilidad operativa		44%

Fuente:

Elaboración propia

**Anexo 8.** Costeo de la lasaña vegana

Nombre:	<b>Lasaña de Vegetales</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Cebolla perla		150	0,15	0,90	0,14
Espárragos		120	0,12	4,50	0,54
Pimiento rojo		100	0,1	2,10	0,21
Champiñones		200	0,2	4,00	0,80
Albahaca		80	0,08	1,00	0,08
Queso		500	0,5	19,49	9,75
Ajo		50	0,05	1,10	0,06
Pasta de Tomate		50	0,05	4,00	0,20
Pasta Lasaña		1000	1	2,50	2,50
Tomate		80	0,08	0,85	0,07
<b>TOTAL</b>					<b>14,33</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>14,33</b>
Costo directo de producción					14,33
Costo indirecto de producción				70%	33,44
Costo total de preparación					47,78
<b>Costo total por porción</b>					<b>4,78</b>
% porcentaje de venta				60%	2,87
Precio de venta					7,64

IVA	12%	0,92
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>		<b>8,56</b>
Ganancia Operativa		3,78
% porcentaje de utilidad operativa		44%

Fuente: Elaboración propia

### Anexo 9. Costeo de Falafel

Nombre:	<b>Falafel</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Garbanzo		800	0,8	2,80	2,24
Cebolla Perla		100	0,1	0,90	0,09
Ajo		25	0,025	1,10	0,03
Perejil		10	0,01	1,00	0,01
Levadura		25	0,025	2,00	0,05
Aceite para freír		1000	1	2,00	2,00
<b>TOTAL</b>					<b>4,42</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>4,42</b>
Costo directo de producción					4,42
Costo indirecto de producción				70%	10,31
Costo total de preparación					14,73
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,47</b>
% porcentaje de venta				60%	0,88
Precio de venta					2,36
IVA				12%	0,28
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>2,64</b>

Ganancia Operativa		1,17
% porcentaje de utilidad operativa		44%

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 10. Costeo de sánduche mexicano.

Nombre:	Sánduche Mexicano				
Pax:	10				
Ingredientes		Cantidad (GR)	Cantidad Neta	Precio por Kilo	Total
Aguacate		200	0,2	3,00	0,60
Frejol		400	0,4	2,00	0,80
Queso de Almendras		300	0,3	19,49	5,85
Tomate		125	0,125	0,85	0,11
Cebolla colorada		70	0,07	0,80	0,06
Culantro		25	0,025	0,25	0,01
Limón		25	0,025	1,00	0,03
Pan		10 u	1	2,00	2,00
Papas Fritas		100	0,1	11,10	1,10
<b>TOTAL</b>					<b>10,54</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>10,54</b>
Costo directo de producción					10,54
Costo indirecto de producción				70%	24,59
Costo total de preparación					35,14
<b>Costo total por porción</b>					<b>3,51</b>
% porcentaje de venta				60%	2,11
Precio de venta					5,62
IVA				12%	0,67
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>6,30</b>
Ganancia Operativa					2,78
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 11. Costeo de sanduche cubano.

Nombre:	<b>Sánduche cubano</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Mostaza		200	0,2	2,50	0,50
Queso de Almendras		300	0,3	20,00	6,00
Embutido Vegano		450	0,45	15,00	6,75
Pan Baguette		1	1	1,50	1,50
Papas Fritas		100	0,1	11,10	1,10
<b>TOTAL</b>					<b>15,85</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>15,85</b>
Costo directo de producción					15,85
Costo indirecto de producción				70%	36,98
Costo total de preparación					52,83
<b>Costo total por porción</b>					<b>5,28</b>
% porcentaje de venta				60%	3,17
Precio de venta					8,45
IVA				12%	1,01
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>9,47</b>
Ganancia Operativa					4,18
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 12. Costeo de sánduche italiano.

Nombre:	<b>Sánduche italiano</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Queso de Almendras		350	0,35	19,49	6,82
Tomate		200	0,2	0,85	0,17
Albahaca		25	0,025	1,00	0,03
Aceite de Oliva		100	0,1	10,00	1,00
Macadamias		5	0,005	15,00	0,08
Panini		10 u	1	2,90	2,90
Papas Fritas		100	0,1	11,10	1,10
<b>TOTAL</b>					<b>12,09</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>12,09</b>
Costo directo de producción					12,09
Costo indirecto de producción				70%	28,21
Costo total de preparación					40,31
<b>Costo total por porción</b>					<b>4,03</b>
% porcentaje de venta				60%	2,42
Precio de venta					6,45
IVA				12%	0,77
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>7,22</b>
Ganancia Operativa					3,19
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 13. Costeo de chessecake de calabaza

Nombre:	<b>Cheesecake de Calabaza</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Nueces Crudas		250	0,25	11,00	2,75
Pasas		250	0,25	10,00	2,50
Leche de coco		60	0,06	8,00	0,48
Limón		10	0,01	1,00	0,01
Aceite		45	0,045	1,50	0,07
Miel de Maple		75	0,075	3,00	0,23
Calabaza Puré		150	0,15	2,50	0,38
Esencia de Vainilla		15	0,015	3,50	0,05
Canela Polvo		5	0,005	3,00	0,02
<b>TOTAL</b>					<b>6,48</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>6,48</b>
Costo directo de producción					6,48
Costo indirecto de producción				70%	15,11
Costo total de preparación					21,58
<b>Costo total por porción</b>					<b>2,16</b>
% porcentaje de venta				60%	1,30
Precio de venta					3,45
IVA				12%	0,41
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>3,87</b>
Ganancia Operativa					1,71
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 14. Costeo de pudding de chocolate.

Nombre:	<b>Pudding de Chocolate</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Guineo		5	5	1,00	5,00
Leche de Almendras		250	0,25	3,90	0,98
Cacao		200	0,2	2,00	0,40
Esencia de vainilla		5	0,005	3,50	0,02
Crema de coco		100	0,1	8,00	0,80
Mermelada Fresa		100	0,1	5,00	0,50
<b>TOTAL</b>					<b>7,69</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>7,69</b>
Costo directo de producción					7,69
Costo indirecto de producción				70%	17,95
Costo total de preparación					25,64
<b>Costo total por porción</b>					<b>2,56</b>
% porcentaje de venta				60%	1,54
Precio de venta					4,10
IVA				12%	0,49
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>4,59</b>
Ganancia Operativa					2,03
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 15. Costeo del flan de vainilla.

Nombre:	<b>Flan de vainilla</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Leche de Almendras		1500	1,5	3,90	5,85
Azúcar Morena		300	0,3	1,00	0,30
Gelatina		75	0,075	4,00	0,30
Esencia Vainilla		75	0,075	3,50	0,26
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>6,71</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>6,71</b>
Costo directo de producción					6,71
Costo indirecto de producción				70%	15,66
Costo total de preparación					22,38
<b>Costo total por porción</b>					<b>2,24</b>
% porcentaje de venta				60%	1,34
Precio de venta					3,58
IVA				12%	0,43
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>4,01</b>
Ganancia Operativa					1,77
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 16.** Costeo de milkshake vegano de chocolate.

Nombre:	<b>Milkshake vegano de chocolate.</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Leche de Almendras		1500	1,5	3,90	5,85
Cacao Polvo Amargo		75	0,075	2,00	0,15
Azúcar		300	0,3	0,94	0,28
Guineo		6	6	1,25	1,25
<b>TOTAL</b>					<b>7,53</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>7,53</b>
Costo directo de producción					7,53
Costo indirecto de producción				70%	17,57
Costo total de preparación					25,11
<b>Costo total por porción</b>					<b>2,51</b>
% porcentaje de venta				60%	1,51
Precio de venta					4,02
IVA				12%	0,48
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>4,50</b>
Ganancia Operativa					1,99
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 17. Costeo de milkshake vegano de frutilla.

Nombre:	<b>Milkshake vegano de frutilla</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Leche de Almendras		1500	1,5	3,90	5,85
Frutillas		300	0,3	2,00	0,60
Azúcar		300	0,3	0,94	0,28
Guineo		6	6	1,25	1,25
<b>TOTAL</b>					<b>7,98</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>7,98</b>
Costo directo de producción					7,98
Costo indirecto de producción				70%	18,62
Costo total de preparación					26,61
<b>Costo total por porción</b>					<b>2,66</b>
% porcentaje de venta				60%	1,60
Precio de venta					4,26
IVA				12%	0,51
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>4,77</b>
Ganancia Operativa					2,11
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 18.** Costeo de milkshake vegano de coco.

Nombre:	<b>Milkshake vegano de coco</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Leche de Almendras		500	0,5	3,90	1,95
Crema de Coco		1000	1	8,00	8,00
Azúcar		300	0,3	0,94	0,28
<b>TOTAL</b>					<b>10,23</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>10,23</b>
Costo directo de producción					10,23
Costo indirecto de producción				70%	23,87
Costo total de preparación					34,11
<b>Costo total por porción</b>					<b>3,41</b>
% porcentaje de venta				60%	2,05
Precio de venta					5,46
IVA				12%	0,65
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>6,11</b>
Ganancia Operativa					2,70
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 19.** Costeo de milkshake vegano de vainilla.

Nombre:	<b>Milkshake vegano de vainilla</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Leche de Almendras		1600	1,6	3,90	6,24
Esencia de vainilla		30	0,03	3,50	0,11
Azúcar		300	0,3	0,94	0,28
Guineo		6	6	1,25	1,25
<b>TOTAL</b>					<b>7,88</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>7,88</b>
Costo directo de producción					7,88
Costo indirecto de producción				70%	18,38
Costo total de preparación					26,26
<b>Costo total por porción</b>					<b>2,63</b>
% porcentaje de venta				60%	1,58
Precio de venta					4,20
IVA				12%	0,50
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>4,71</b>
Ganancia Operativa					2,08
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 20.** Costeo de leche de almendras.

Nombre:	<b>Leche de almendras</b>				
Pax:	1	Litro			
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Almendras		210	0,21	11,00	2,31
Agua		1000	1	0,80	0,80
Canela		15	0,015	11,50	0,17
Esencia de Vainilla		10	0,01	3,50	0,04
<b>TOTAL</b>					<b>3,32</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>3,32</b>
Costo directo de producción					3,32
Costo indirecto de producción				15%	0,59
Costo total de preparación					3,90
<b>Costo total por porción</b>					<b>3,90</b>
% porcentaje de venta				30%	1,17
Precio de venta					5,07
IVA				12%	0,61
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>5,68</b>
Ganancia Operativa					1,78
% porcentaje de utilidad operativa					31%

Fuente: Elaboración propia.



**Anexo 22.** Costeo de papas fritas.

Nombre:	<b>Papas fritas</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Aceite de freír		1000	1	2,00	2,00
Sal		20	0,02	1,00	0,02
Papas		1000	1	1,25	1,25
<b>TOTAL</b>					<b>3,27</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>3,27</b>
Costo directo de producción					3,27
Costo indirecto de producción				70%	7,63
Costo total de preparación					10,90
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,09</b>
% porcentaje de venta				60%	0,65
Precio de venta					1,74
IVA				12%	0,21
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>1,95</b>
Ganancia Operativa					0,86
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo 23. Costeo de papas horneadas

Nombre:	<b>Papas horneadas</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Agua		1000	1	0,80	0,80
Sal		20	0,02	1,00	0,02
Papas		1000	1	1,25	1,25
<b>TOTAL</b>					<b>2,07</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>2,07</b>
Costo directo de producción					2,07
Costo indirecto de producción				70%	4,83
Costo total de preparación					6,90
<b>Costo total por porción</b>					<b>0,69</b>
% porcentaje de venta				60%	0,41
Precio de venta					1,10
IVA				12%	0,13
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>1,24</b>
Ganancia Operativa					0,55
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 24.** Costeo de milkshake de chocolate.

Nombre:	<b>Milkshake de chocolate.</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Leche		1500	1,5	1,06	1,59
Cacao Polvo Amargo		75	0,075	2,00	0,15
Azúcar		300	0,3	0,94	0,28
Helado		300	0,3	2,29	0,69
<b>TOTAL</b>					<b>2,71</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>2,71</b>
Costo directo de producción					2,71
Costo indirecto de producción				70%	14,22
Costo total de preparación					16,93
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,69</b>
% porcentaje de venta				60%	1,02
Precio de venta					2,71
IVA				12%	0,33
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>3,03</b>
Ganancia Operativa					1,34
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 25.** Costeo de milkshake de frutilla.

Nombre:	<b>Milkshake de frutilla</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Leche		1500	1,5	1,06	1,59
Frutillas		300	0,3	2,00	0,60
Azúcar		300	0,3	0,94	0,28
Helado		300	0,3	2,29	0,69
<b>TOTAL</b>					<b>3,16</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>3,16</b>
Costo directo de producción					3,16
Costo indirecto de producción				70%	9,48
Costo total de preparación					12,64
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,26</b>
% porcentaje de venta				60%	0,76
Precio de venta					2,02
IVA				12%	0,24
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>2,26</b>
Ganancia Operativa					1,00
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 26.** Costeo de milkshake de vainilla.

Nombre:	<b>Milkshake de vainilla.</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Leche		1500	1,5	1,06	1,59
Esencia de vainilla		30	0,03	3,50	0,11
Azúcar		300	0,3	0,94	0,28
Helado		300	0,3	2,29	0,69
<b>TOTAL</b>					<b>2,66</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>2,66</b>
Costo directo de producción					2,66
Costo indirecto de producción				70%	10,02
Costo total de preparación					12,69
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,27</b>
% porcentaje de venta				60%	0,76
Precio de venta					2,03
IVA				12%	0,24
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>2,27</b>
Ganancia Operativa					1,00
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 27. Costeo de jugo detox

Nombre:	<b>JUGO DETOX</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Pepino		400	0,4	1,50	0,60
Manzana Verde		400	0,4	2,50	1,00
Piña		400	0,4	2,00	0,80
Perejil		50	0,05	1,00	0,05
Menta		50	0,05	1,00	0,05
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>2,50</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>2,50</b>
Costo directo de producción					2,50
Costo indirecto de producción					70% 5,83
Costo total de preparación					8,33
<b>Costo total por porción</b>					<b>0,83</b>
% porcentaje de venta					60% 0,50
Precio de venta					1,33
IVA					12% 0,16
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>1,49</b>
Ganancia Operativa					0,66
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 28. Costeo de jugo de naranja.

Nombre:	<b>Jugo de Naranja</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Naranja		1000	1	2,50	2,50
Azúcar		300	0,3	0,94	0,28
		0	0	0,00	0,00
		0	0	0,00	0,00
		0	0	0,00	0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>2,78</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>2,78</b>
Costo directo de producción					2,78
Costo indirecto de producción					70% 6,49
Costo total de preparación					9,27
<b>Costo total por porción</b>					<b>0,93</b>
% porcentaje de venta					60% 0,56
Precio de venta					1,48
IVA					12% 0,18
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>1,66</b>
Ganancia Operativa					0,73
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 29. Costeo de jugo de maracuya.

Nombre:	<b>Jugo de Maracuyá</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Maracuyá		1000	1	4,20	4,20
Azúcar		400	0,4	0,89	0,36
		0	0	0,00	0,00
		0	0	0,00	0,00
		0	0	0,00	0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>4,56</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>4,56</b>
Costo directo de producción					4,56
Costo indirecto de producción					70% 10,63
Costo total de preparación					15,19
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,52</b>
% porcentaje de venta					60% 0,91
Precio de venta					2,43
IVA					12% 0,29
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>2,72</b>
Ganancia Operativa					1,20
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 30. Costeo de limonada de albahaca.

Nombre:	<b>Jugo de Limonada de Albahaca</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Limón		1000	1	1,00	1,00
Albahaca		350	0,35	1,00	0,35
Azúcar		400	0,4	0,94	0,38
		0	0	0,00	0,00
		0	0	0,00	0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>1,73</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>1,73</b>
Costo directo de producción					1,73
Costo indirecto de producción				70%	4,03
Costo total de preparación					5,75
<b>Costo total por porción</b>					<b>0,58</b>
% porcentaje de venta				60%	0,35
Precio de venta					0,92
IVA				12%	0,11
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>1,03</b>
Ganancia Operativa					0,46
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 31. Costeo de café americano.

Nombre:	<b>Café Americano</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Café		100	0,1	12,00	1,20
Azúcar		100	0,1	0,89	0,09
Agua		1500	1,5	1,00	1,50
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>2,79</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>2,79</b>
Costo directo de producción					2,79
Costo indirecto de producción				70%	4,18
Costo total de preparación					6,97
<b>Costo total por porción</b>					<b>0,70</b>
% porcentaje de venta				60%	0,42
Precio de venta					1,12
IVA				12%	0,13
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>1,25</b>
Ganancia Operativa					0,55
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 32. Costeo de café expresso.

Nombre:	<b>Café Expresso</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Café		100	0,1	12,00	1,20
Azúcar		100	0,1	0,89	0,09
Agua		1500	1,5	1,00	1,50
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>2,79</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>2,79</b>
Costo directo de producción					2,79
Costo indirecto de producción				70%	4,18
Costo total de preparación					6,97
<b>Costo total por porción</b>					<b>0,70</b>
% porcentaje de venta				60%	0,42
Precio de venta					1,12
IVA				12%	0,13
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>1,25</b>
Ganancia Operativa					0,55
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 33. Costeo de capuccino.**

Nombre:	<b>Cappuccino</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Café		100	0,1	12,00	1,20
Leche de Almendras		100	0,1	3,90	0,39
Azúcar		150	0,15	0,89	0,13
Agua		1500	1,5	1,00	1,50
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>3,22</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>3,22</b>
Costo directo de producción					3,22
Costo indirecto de producción				70%	7,52
Costo total de preparación					10,75
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,07</b>
% porcentaje de venta				60%	0,64
Precio de venta					1,72
IVA				12%	0,21
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>1,93</b>
Ganancia Operativa					0,85
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 34. Costeo de moccacino.

Nombre:	<b>Mocaccino</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Café		100	0,1	12,89	1,29
Cacao		300	0,3	2,00	0,60
Leche de Almendras		100	0,1	3,90	0,39
Azúcar		150	0,15	0,89	0,13
Agua		1400	1,4	1,00	1,40
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>3,81</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>3,81</b>
Costo directo de producción					3,81
Costo indirecto de producción					70% 8,90
Costo total de preparación					12,71
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,27</b>
% porcentaje de venta					60% 0,76
Precio de venta					2,03
IVA					12% 0,24
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>2,28</b>
Ganancia Operativa					1,01
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 35. Costeo de caramelo macciato.

Nombre:	<b>Caramelo Macciato</b>				
Pax:	10				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad (GR)</b>	<b>Cantidad Neta</b>	<b>Precio por Kilo</b>	<b>Total</b>
Jarabe de Caramelo		150	0,15	8,00	1,20
Café		100	0,1	12,89	1,29
Leche de Almendras		100	0,1	3,90	0,39
Esencia de Vainilla		50	0,05	3,50	0,18
Agua		1300	1,3	1,00	1,30
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
			0		0,00
<b>TOTAL</b>					<b>4,35</b>
<b>Costo total de materia prima</b>					<b>4,35</b>
Costo directo de producción					4,35
Costo indirecto de producción					70% 10,16
Costo total de preparación					14,51
<b>Costo total por porción</b>					<b>1,45</b>
% porcentaje de venta					60% 0,87
Precio de venta					2,32
IVA					12% 0,28
<b>Precio de Venta al Público (PVP)</b>					<b>2,60</b>
Ganancia Operativa					1,15
% porcentaje de utilidad operativa					44%

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 36. Materiales y equipos de la cafetería.

			Costo	Total
	Artículo	Cantidad	unitario	Costo
Equipamiento de cocina	Cocina con grill y freidora	1	\$1.600,00	\$1.600,00
	Horno industrial	1	\$690,00	\$690,00
	Licadora industrial	1	\$585,00	\$585,00
	Máquina para milkshakes	1	\$890,00	\$890,00
	Refrigeradora	1	\$1.790,00	\$1.790,00
	Congelador	1	\$850,00	\$850,00
	Campana extractora de olores	1	\$250,00	\$250,00
	Cafetera Industrial	1	\$1.600,00	\$1.600,00
	Juguera de 3	1	\$1.200,00	\$1.200,00
	Lavadero de dos pozos	1	\$850,00	\$850,00
	Mesa de acero inoxidable	2	\$320,00	\$640,00
	Estanterías	2	\$100,00	\$200,00
Utensilios de cocina	Tabla de picar de plástico	3	\$7,00	\$21,00
	Cuchillo cebollero	3	\$6,00	\$18,00
	Cuchara de Madera	2	\$2,00	\$4,00
	Bowls pequeños de acero inoxidable	4	\$7,00	\$28,00
	Bowls grandes cuadrados de acero inoxidable	2	\$15,00	\$30,00
	Espátula de acero inoxidable	4	\$7,00	\$28,00
	Pinzas de acero inoxidable	2	\$5,00	\$10,00
	Juego de tazas medidoras de acero inoxidable	2	\$20,00	\$40,00
Vajilla, cubiertos y cristalería	Platos	100	\$1,50	\$150,00
	Tazas para café	45	\$3,50	\$157,50
	Saleros	8	\$1,00	\$8,00
	Vasos de milkshakes	45	\$1,50	\$67,50
	Juego de cubiertos de 12 piezas(cada pieza tien	4	\$39,00	\$156,00
	Pocillos para salsas	20	\$2,00	\$40,00
Mantelería	Servilletas	1625	\$0,01	\$16,25
	Limpiones	10	\$2,00	\$20,00
	Porta servilletas	6	\$15,00	\$90,00
Muebles y enseres	Juego de Mesa con 4 sillas de madera	6	\$180,00	\$1.080,00
	Charoles de acero inoxidable	6	\$7,00	\$42,00
caja	Caja registradora	1	\$260,00	\$260,00
	Silla para cajera	1	\$40,00	\$40,00
	Datafast	1	\$390,00	\$390,00
	Impresora	1	\$250,00	\$250,00

Equipos y suministro de	Computadora	1	\$690,00	\$690,00
	Parlante	1	\$300,00	\$300,00
	Archivador metálico	2	\$140,00	\$280,00
	Resma papel bond	2	\$3,50	\$7,00
	Perforadora	2	\$6,00	\$12,00
	Grapadora	2	\$14,00	\$28,00
	Caja de grapas	1	\$2,00	\$2,00
	Caja de clips	1	\$0,50	\$0,50
	Boligrafos	5	\$1,00	\$5,00
	Cámara de seguridad	1	\$200,00	\$200,00
	Suministros de limpieza	Escoba plastica	2	\$4,00
Lavaplatos		3	\$1,50	\$4,50
Estropajos		3	\$0,50	\$1,50
Basurero		2	\$45,00	\$90,00
Fundas de basuras grandes		8	\$0,50	\$4,00
Viledas		4	\$0,75	\$3,00
Galón de shampoo para limpiar baño		1	\$24,00	\$24,00
Jabón líquido		1	\$3,00	\$3,00
Papel higiénico		24	\$4,00	\$96,00
Toalla de mano		4	\$0,75	\$3,00
Uniformes	Uniformes de Cajero	1	\$30,00	\$30,00
	Uniforme del chef	1	\$39,00	\$39,00
	Uniforme de los ayudantes de cocina	2	\$25,00	\$50,00
				<b>\$15.971,75</b>

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo 37. Capital de trabajo

<b>Factor Caja (ciclo de caja)</b>	<b>30 DÍAS</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO</b>	
Materiales directos	\$252.597,95
Materiales indirectos	\$3.134,48
Suministros y servicios	\$3.420,00
Mano de obra directa	\$29.918,10
Mano de obra indirecta	\$7.557,00
Mantenimiento y seguros	\$3.811,41
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$300.438,93</b>
Requerimiento diario	\$834,55
Requerimiento ciclo de caja	\$25.036,58
Inventario Inicial	\$5.262,46
<b>CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO</b>	<b>\$30.299,03</b>

<b>CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	
Gastos generales que representan desembolso	\$41.260,40
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$41.260,40</b>
Requerimiento diario	\$114,61
<b>CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>\$3.438,37</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$33.737,40</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 38.** Plan de inversiones.

	<b>FASE PREOPERATIVA</b>
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>	
Readecuación y Decoración del Local	\$4.500,00
Equipamiento de cocina	\$11.145,00
Utensilios de cocina	\$179,00
Vajillas, cubiertos y cristalería	\$579,00
Mantelería	\$126,25
Muebles y enseres	\$1.122,00
Equipos y suministro de Caja	\$2.464,50
Suministros de limpieza	\$237,00
Uniformes	\$119,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$20.471,75</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de constitución	\$1.600,00
Depósito en garantía de alquiler	\$3.000,00
Publicidad Preoperativa	\$3.000,00
Imprevistos (3% de los activos diferidos)	\$228,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$7.828,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Capital de Trabajo Operativo	\$30.299,03
Capital de Trabajo Administrativo y Ventas	\$3.438,37
<b>Subtotal</b>	<b>\$33.737,40</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$62.037,15</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 39.** Financiamiento de la cafetería.

<b>NUEVO CRÉDITO MEDIANO / LARGO PLAZO CUOTA DECRECIENTE</b>				
MONTO INICIAL:				\$50.000,00
PLAZO:				12
GRACIA TOTAL:				0
GRACIA PARCIAL:				2
INTERÉS NOMINAL:				9,50%
PERÍODO DE PAGO:				Trimestral
<b>PERÍODO</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZ.</b>	<b>CUOTA</b>
1	\$50.000,00	\$1.187,50	\$0,00	\$1.187,50
2	\$50.000,00	\$1.187,50	\$0,00	\$1.187,50
3	\$50.000,00	\$1.187,50	\$5.000,00	\$6.187,50
4	\$45.000,00	\$1.068,75	\$5.000,00	\$6.068,75
5	\$40.000,00	\$950,00	\$5.000,00	\$5.950,00
6	\$35.000,00	\$831,25	\$5.000,00	\$5.831,25
7	\$30.000,00	\$712,50	\$5.000,00	\$5.712,50
8	\$25.000,00	\$593,75	\$5.000,00	\$5.593,75
9	\$20.000,00	\$475,00	\$5.000,00	\$5.475,00
10	\$15.000,00	\$356,25	\$5.000,00	\$5.356,25
11	\$10.000,00	\$237,50	\$5.000,00	\$5.237,50
12	\$5.000,00	\$118,75	\$5.000,00	\$5.118,75

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 40. Condiciones Activo Fijo

	<b>INVERSIONES</b>					
	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>MANTENIM.</b>	<b>SEGUROS</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>MANTENIM.</b>	<b>SEGUROS</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN:</b>	<b>PORCENTAJE</b>			<b>USD</b>		
Readecuación del local	5%	3%	2%	225,00	135,00	90,00
Equipamiento de cocina	10%	2%	2%	450,00	222,90	222,90
Utensilios de cocina	20%	0%	0%	900,00	0,00	0,00
Vajillas, cubiertos y cristalería	20%	0%	0%	900,00	0,00	0,00
Muebles y enseres	10%	1%	0%	112,20	11,22	0,00
Equipos y suministros de caja	20%	2%	0%	492,90	49,29	0,00
<b>Subtotal</b>				<b>3.080,10</b>	<b>418,41</b>	<b>312,90</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 41. Ingresos cafetería en 5 años.

<b>Población Objetivo</b>	3.786		<b>Año 1</b>	
---------------------------	-------	--	--------------	--

PRODUCTOS	P. UNITARIO	CANTIDAD	MES 1 -12	
			INGRESOS MES	INGRESOS AÑO
Hamburguesa Vegana	\$6,25	757	\$4.732,00	\$56.784,00
Lasagna de vegetales	\$7,64	379	\$2.892,20	\$34.706,38
Falafel	\$2,36	946	\$2.233,50	\$26.802,05
Sandwiche mexicano	\$5,62	568	\$3.191,26	\$38.295,13
Sandwiche cubano	\$8,45	379	\$3.198,83	\$38.385,98
Sandwiche italiano	\$6,45	379	\$2.441,71	\$29.300,54
Cheesecake de calabaza	\$3,45	95	\$326,51	\$3.918,10
Pudding de chocolate	\$4,10	189	\$776,05	\$9.312,58
Flan de vainilla	\$3,58	95	\$338,81	\$4.065,73
Milkshakes	\$4,02	757	\$3.043,62	\$36.523,47
Leche de almendras	\$5,07	379	\$1.919,30	\$23.031,59
Queso de almendras	\$17,40	189	\$3.293,47	\$39.521,66
Papas fritas	\$1,74	946	\$1.646,74	\$19.760,83
Jugo Detox	\$1,33	1.136	\$1.510,45	\$18.125,45
Café americano	\$1,12	1.514	\$1.695,95	\$20.351,39
		8.707	<b>\$31.544,46</b>	<b>\$378.533,50</b>

Fuente: Elaboración propia.

Población Objetivo	4.101		Año 2	
PRODUCTOS	P. UNITARIO	CANTIDAD	MES 1 -12	
			INGRESOS MES	INGRESOS AÑO
Hamburguesa Vegana	\$6,25	820	\$5.126,33	\$61.516,00
Lasagna de vegetales	\$7,64	410	\$3.133,21	\$37.598,58
Falafel	\$2,36	1.025	\$2.419,63	\$29.035,55
Sandwiche mexicano	\$5,62	615	\$3.457,20	\$41.486,39
Sandwiche cubano	\$8,45	410	\$3.465,40	\$41.584,82
Sandwiche italiano	\$6,45	410	\$2.645,19	\$31.742,26
Cheesecake de calabaza	\$3,45	103	\$353,72	\$4.244,60
Pudding de chocolate	\$4,10	205	\$840,72	\$10.088,62
Flan de vainilla	\$3,58	103	\$367,05	\$4.404,55
Milkshakes	\$4,02	820	\$3.297,26	\$39.567,09
Leche de almendras	\$5,07	410	\$2.079,24	\$24.950,89
Queso de almendras	\$17,40	205	\$3.567,93	\$42.815,14
Papas fritas	\$1,74	1.025	\$1.783,96	\$21.407,57
Jugo Detox	\$1,33	1.230	\$1.636,33	\$19.635,91

Café americano	\$1,12	1.640	\$1.837,28	\$22.047,33
			<b>\$34.173,16</b>	<b>\$410.077,96</b>

Fuente: Elaboración propia.

<b>Población Objetivo</b>	4.417		<b>Año 3</b>	
			<b>MES 1 -12</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESOS MES</b>	<b>INGRESOS AÑO</b>
Hamburguesa Vegana	\$6,25	883	\$5.520,67	\$66.248,00
Lasagna de vegetales	\$7,64	442	\$3.374,23	\$40.490,78
Falafel	\$2,36	1.104	\$2.605,75	\$31.269,06
Sandwich mexicano	\$5,62	662	\$3.723,14	\$44.677,65
Sandwich cubano	\$8,45	442	\$3.731,97	\$44.783,65
Sandwich italiano	\$6,45	442	\$2.848,66	\$34.183,97
Cheesecake de calabaza	\$3,45	110	\$380,93	\$4.571,11
Pudding de chocolate	\$4,10	221	\$905,39	\$10.864,67
Flan de vainilla	\$3,58	110	\$395,28	\$4.743,36
Milkshakes	\$4,02	883	\$3.550,89	\$42.610,71
Leche de almendras	\$5,07	442	\$2.239,18	\$26.870,19
Queso de almendras	\$17,40	221	\$3.842,38	\$46.108,61
Papas fritas	\$1,74	1.104	\$1.921,19	\$23.054,30
Jugo Detox	\$1,33	1.325	\$1.762,20	\$21.146,36
Café americano	\$1,12	1.767	\$1.978,61	\$23.743,28
			<b>\$38.780,48</b>	<b>\$465.365,70</b>

Fuente: Elaboración propia.

<b>Población Objetivo</b>	4.732		<b>Año 4</b>	
			<b>MES 1 -12</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESOS MES</b>	<b>INGRESOS AÑO</b>
Hamburguesa Vegana	\$6,25	946	\$5.915,00	\$70.980,00
Lasagna de vegetales	\$7,64	473	\$3.615,25	\$43.382,98
Falafel	\$2,36	1.183	\$2.791,88	\$33.502,56
Sandwich mexicano	\$5,62	710	\$3.989,08	\$47.868,91
Sandwich cubano	\$8,45	473	\$3.998,54	\$47.982,48
Sandwich italiano	\$6,45	473	\$3.052,14	\$36.625,68
Cheesecake de calabaza	\$3,45	118	\$408,14	\$4.897,62
Pudding de chocolate	\$4,10	237	\$970,06	\$11.640,72
Flan de vainilla	\$3,58	118	\$423,51	\$5.082,17
Milkshakes	\$4,02	946	\$3.804,53	\$45.654,34

Leche de almendras	\$5,07	473	\$2.399,12	\$28.789,49
Queso de almendras	\$17,40	237	\$4.116,84	\$49.402,08
Papas fritas	\$1,74	1.183	\$2.058,42	\$24.701,04
Jugo Detox	\$1,33	1.420	\$1.888,07	\$22.656,82
Café americano	\$1,12	1.893	\$2.119,94	\$25.439,23
			<b>\$41.550,51</b>	<b>\$498.606,11</b>

Fuente: Elaboración propia.

<b>Población Objetivo</b>	5.047		<b>Año 5</b>	
			<b>MES 1 -12</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>P. UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INGRESOS MES</b>	<b>INGRESOS AÑO</b>
Hamburguesa Vegana	\$6,25	1.009	\$6.309,33	\$75.712,00
Lasagna de vegetales	\$7,64	505	\$3.856,26	\$46.275,17
Falafel	\$2,36	1.262	\$2.978,01	\$35.736,06
Sandwich mexicano	\$5,62	757	\$4.255,01	\$51.060,17
Sandwich cubano	\$8,45	505	\$4.265,11	\$51.181,31
Sandwich italiano	\$6,45	505	\$3.255,62	\$39.067,39
Cheesecake de calabaza	\$3,45	126	\$435,34	\$5.224,13
Pudding de chocolate	\$4,10	252	\$1.034,73	\$12.416,77
Flan de vainilla	\$3,58	126	\$451,75	\$5.420,98
Milkshakes	\$4,02	1.009	\$4.058,16	\$48.697,96
Leche de almendras	\$5,07	505	\$2.559,07	\$30.708,79
Queso de almendras	\$17,40	252	\$4.391,30	\$52.695,55
Papas fritas	\$1,74	1.262	\$2.195,65	\$26.347,78
Jugo Detox	\$1,33	1.262	\$1.678,28	\$20.139,39
Café americano	\$1,12	2.019	\$2.261,27	\$27.135,18
			<b>\$43.984,89</b>	<b>\$527.818,64</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 42. Costo de materiales en 5 años de la cafetería.

<b>Población Objetivo</b>	3.786		<b>Año 1</b>	
			<b>MES 1 -12</b>	

<b>PRODUCTOS</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS MES</b>	<b>COSTOS AÑO</b>
Hamburguesa Vegana	\$3,91	757	\$2.960,34	\$35.524,07
Lasagna de vegetales	\$4,78	379	\$1.809,52	\$21.714,20
Falafel	\$1,47	946	\$1.391,21	\$16.694,50
Sandwiche mexicano	\$3,51	568	\$1.993,12	\$23.917,42
Sandwiche cubano	\$5,28	379	\$1.998,80	\$23.985,56
Sandwiche italiano	\$4,03	379	\$1.525,60	\$18.307,16
Cheesecake de calabaza	\$2,16	95	\$204,42	\$2.453,07
Pudding de chocolate	\$2,56	189	\$484,56	\$5.814,68
Flan de vainilla	\$2,24	95	\$211,99	\$2.543,92
Milkshakes	\$2,51	757	\$1.900,37	\$22.804,45
Leche de almendras	\$3,90	379	\$1.476,38	\$17.716,61
Queso de almendras	\$10,88	189	\$2.059,37	\$24.712,40
Papas fritas	\$1,09	946	\$1.031,58	\$12.378,91
Jugo Detox	\$0,83	1.136	\$942,61	\$11.311,37
Café americano	\$0,70	1.514	\$1.059,97	\$12.719,62
			<b>\$21.049,83</b>	<b>\$252.597,95</b>

Fuente: Elaboración propia.

<b>Población Objetivo</b>	4.101		<b>Año 2</b>	
			<b>MES 1 -12</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS MES</b>	<b>COSTOS AÑO</b>
Hamburguesa Vegana	\$3,91	820	\$3.207,03	\$38.484,41
Lasagna de vegetales	\$4,78	410	\$1.960,31	\$23.523,72
Falafel	\$1,47	1.025	\$1.507,14	\$18.085,70
Sandwiche mexicano	\$3,51	615	\$2.159,21	\$25.910,54
Sandwiche cubano	\$5,28	410	\$2.165,36	\$25.984,36
Sandwiche italiano	\$4,03	410	\$1.652,73	\$19.832,76
Cheesecake de calabaza	\$2,16	103	\$221,46	\$2.657,49
Pudding de chocolate	\$2,56	205	\$524,94	\$6.299,24
Flan de vainilla	\$2,24	103	\$229,66	\$2.755,92
Milkshakes	\$2,51	820	\$2.058,74	\$24.704,83
Leche de almendras	\$3,90	410	\$1.599,42	\$19.192,99
Queso de almendras	\$10,88	205	\$2.230,98	\$26.771,76
Papas fritas	\$1,09	1.025	\$1.117,54	\$13.410,49
Jugo Detox	\$0,83	1.230	\$1.021,17	\$12.253,99
Café americano	\$0,70	1.640	\$1.148,30	\$13.779,58
			<b>\$22.803,98</b>	<b>\$273.647,77</b>

Fuente: Elaboración propia.

<b>Población Objetivo</b>	4.417		<b>Año 3</b>	
			<b>MES 1 -12</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS MES</b>	<b>COSTOS AÑO</b>
Hamburguesa Vegana	\$3,91	883	\$3.453,73	\$41.444,75
Lasagna de vegetales	\$4,78	442	\$2.111,10	\$25.333,24
Falafel	\$1,47	1.104	\$1.623,08	\$19.476,91
Sandwich mexicano	\$3,51	662	\$2.325,30	\$27.903,66
Sandwich cubano	\$5,28	442	\$2.331,93	\$27.983,16
Sandwich italiano	\$4,03	442	\$1.779,86	\$21.358,36
Cheesecake de calabaza	\$2,16	110	\$238,49	\$2.861,91
Pudding de chocolate	\$2,56	221	\$565,32	\$6.783,80
Flan de vainilla	\$2,24	110	\$247,33	\$2.967,91
Milkshakes	\$2,51	883	\$2.217,10	\$26.605,20
Leche de almendras	\$3,90	442	\$1.722,45	\$20.669,38
Queso de almendras	\$10,88	221	\$2.402,59	\$28.831,13
Papas fritas	\$1,09	1.104	\$1.203,51	\$14.442,06
Jugo Detox	\$0,83	1.325	\$1.099,72	\$13.196,60
Café americano	\$0,70	1.767	\$1.236,63	\$14.839,55
			<b>\$24.558,13</b>	<b>\$294.697,60</b>

Fuente: Elaboración propia.

<b>Población Objetivo</b>	4.732		<b>Año 4</b>	
			<b>MES 1 -12</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS MES</b>	<b>COSTOS AÑO</b>
Hamburguesa Vegana	\$3,91	946	\$3.700,42	\$44.405,09
Lasagna de vegetales	\$4,78	473	\$2.261,90	\$27.142,75
Falafel	\$1,47	1.183	\$1.739,01	\$20.868,12
Sandwich mexicano	\$3,51	710	\$2.491,40	\$29.896,78
Sandwich cubano	\$5,28	473	\$2.498,50	\$29.981,95
Sandwich italiano	\$4,03	473	\$1.907,00	\$22.883,95
Cheesecake de calabaza	\$2,16	118	\$255,53	\$3.066,34
Pudding de chocolate	\$2,56	237	\$605,70	\$7.268,35
Flan de vainilla	\$2,24	118	\$264,99	\$3.179,90
Milkshakes	\$2,51	946	\$2.375,46	\$28.505,57
Leche de almendras	\$3,90	473	\$1.845,48	\$22.145,76
Queso de almendras	\$10,88	237	\$2.574,21	\$30.890,50
Papas fritas	\$1,09	1.183	\$1.289,47	\$15.473,64
Jugo Detox	\$0,83	1.420	\$1.178,27	\$14.139,22

Café americano	\$0,70	1.893	\$1.324,96	\$15.899,52
			<b>\$26.312,29</b>	<b>\$315.747,43</b>

Fuente: Elaboración propia.

<b>Población Objetivo</b>	5.047		<b>Año 5</b>	
			<b>MES 1 -12</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS MES</b>	<b>COSTOS AÑO</b>
Hamburguesa Vegana	\$3,91	1.009	\$3.947,12	\$47.365,43
Lasagna de vegetales	\$4,78	505	\$2.412,69	\$28.952,27
Falafel	\$1,47	1.262	\$1.854,94	\$22.259,33
Sandwich mexicano	\$3,51	757	\$2.657,49	\$31.889,89
Sandwich cubano	\$5,28	505	\$2.665,06	\$31.980,75
Sandwich italiano	\$4,03	505	\$2.034,13	\$24.409,55
Cheesecake de calabaza	\$2,16	126	\$272,56	\$3.270,76
Pudding de chocolate	\$2,56	252	\$646,08	\$7.752,91
Flan de vainilla	\$2,24	126	\$282,66	\$3.391,90
Milkshakes	\$2,51	1.009	\$2.533,83	\$30.405,94
Leche de almendras	\$3,90	505	\$1.968,51	\$23.622,14
Queso de almendras	\$10,88	252	\$2.745,82	\$32.949,86
Papas fritas	\$1,09	1.262	\$1.375,43	\$16.505,22
Jugo Detox	\$0,83	1.262	\$1.047,35	\$12.568,19
Café americano	\$0,70	2.019	\$1.413,29	\$16.959,49
			<b>\$27.856,97</b>	<b>\$334.283,62</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 43. Costos indirectos de la cafetería.

<b>AÑO 1</b>			
<b>Materiales indirectos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
Vasos plásticos con sorbetes	9.085	\$0,15	\$1.362,82
Envolturas plásticas	8.177	\$0,05	\$408,84
Servilletas	45.427	\$0,03	\$1.362,82
			<b>\$3.134,48</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 44. Suministros y servicios de la cafetería.

<b>DETALLE</b>	<b>Por mes</b>	<b>Al año</b>
Energía eléctrica	\$100,00	\$1.200,00
Agua potable	\$50,00	\$600,00
Telefonía fija	\$25,00	\$300,00

TV Cable	\$35,00	\$420,00
Suministros de oficina	\$50,00	\$600,00
Internet	\$25,00	\$300,00
	<b>\$285,00</b>	<b>\$3.420,00</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 45. Proyección de sueldos primer año.

Sueldo Básico vigente:	\$	375,00												
<b>AÑO 1 2017</b>														
Nómina Personal				Ingresos							Totales			
Cargo	No. Personal Tiempo	Sueldo Base	Días Laborados	Sueldo Base	Total Ingresos	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total Provisiones	Total Mensual	Total Anual	
Administrador	1	800,00	30	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 31,25	\$ 33,33	\$ -	\$ 97,20	\$ 228,45	\$ 1.028,45	\$ 12.341,40	
Chef	1	750,00	30	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ -	\$ 91,13	\$ 216,13	\$ 966,13	\$ 11.593,50	
Ayudante de chef	2	600,00	30	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 31,25	\$ 50,00	\$ -	\$ 145,80	\$ 327,05	\$ 1.527,05	\$ 18.324,60	
Cajero	1	450,00	30	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 31,25	\$ 18,75	\$ -	\$ 92,25	\$ 179,75	\$ 629,75	\$ 7.557,00	
<b>Totales</b>	<b>5</b>	<b>\$ 2.600,00</b>		<b>\$ 3.200,00</b>	<b>\$ 3.200,00</b>	<b>\$ 266,67</b>	<b>\$ 125,00</b>	<b>\$ 133,33</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 426,38</b>	<b>\$ 951,38</b>	<b>\$ 4.151,38</b>	<b>\$ 49.816,50</b>	
<b>Total Sueldos</b>										<b>\$ 426,38</b>		<b>\$ 4.151,38</b>	<b>\$ 49.816,50</b>	

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 46. Gastos administrativos y de promoción.

DETALLE	Mensual	Anual
Administrador	\$1.028,45	\$12.341,40
Servicio de contaduría	\$300,00	\$3.600,00
Publicidad/promociones	\$500,00	\$6.000,00
Suministros de limpieza	\$100,00	\$1.200,00
Uniformes	\$119,00	\$119,00
Gastos de alquiler local	\$1.500,00	\$18.000,00
	<b>\$3.547,45</b>	<b>\$41.260,40</b>

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 47. Resumen costos y gastos de la cafetería.

<b>PERÍODO:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Mano de obra directa	\$29.918,10	\$31.414,01	\$32.984,71	\$34.633,94	\$36.365,64
Materiales directos	\$252.597,95	\$265.227,84	\$278.489,24	\$292.413,70	\$307.034,38
Imprevistos 3%	\$8.475,48	\$8.899,26	\$9.344,22	\$9.811,43	\$10.302,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$290.991,53</b>	<b>\$305.541,10</b>	<b>\$320.818,16</b>	<b>\$336.859,07</b>	<b>\$353.702,02</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Mano de obra indirecta	\$7.557,00	\$7.934,85	\$8.331,59	\$8.748,17	\$9.185,58
Materiales indirectos	\$3.134,48	\$3.291,20	\$3.455,76	\$3.628,55	\$3.809,98
Suministros y servicios	\$3.420,00	\$3.420,00	\$3.420,00	\$3.420,00	\$3.420,00
Mantenimiento y seguros	\$731,31	\$731,31	\$731,31	\$731,31	\$731,31
Imprevistos 3%	\$445,28	\$461,32	\$478,16	\$495,84	\$514,41
Depreciaciones	\$3.080,10	\$3.080,10	\$3.080,10	\$3.080,10	\$3.080,10
Amortizaciones	\$1.520,00	\$1.520,00	\$1.520,00	\$1.520,00	\$1.520,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$19.888,17</b>	<b>\$20.438,78</b>	<b>\$21.016,92</b>	<b>\$21.623,97</b>	<b>\$22.261,37</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>					
Remuneraciones	\$15.941,40	\$16.738,47	\$17.575,39	\$18.454,16	\$19.376,87
Publicidad, promociones	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
Suministros de limpieza	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00
Alquiler	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00	\$18.000,00
Uniformes	\$119,00	\$119,00	\$119,00	\$119,00	\$119,00
Imprevistos 3%	\$1.237,81	\$1.261,72	\$1.286,83	\$1.313,19	\$1.340,88
<b>Subtotal</b>	<b>\$42.498,21</b>	<b>\$43.319,19</b>	<b>\$44.181,23</b>	<b>\$45.086,36</b>	<b>\$46.036,75</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$4.631,25</b>	<b>\$3.087,50</b>	<b>\$1.187,50</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$358.009,16</b>	<b>\$372.386,58</b>	<b>\$387.203,81</b>	<b>\$403.569,40</b>	<b>\$422.000,14</b>

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 48. Utilidad neta de la cafetería en 5 años.

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>USD</b>				
Ventas Netas	378.533,50	410.077,96	465.365,70	498.606,11	527.818,64
Costo de Ventas	310.879,70	325.979,88	341.835,08	358.483,04	375.963,39
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>67.653,80</b>	<b>84.098,07</b>	<b>123.530,62</b>	<b>140.123,07</b>	<b>151.855,24</b>
Gastos Generales	42.498,21	43.319,19	44.181,23	45.086,36	46.036,75
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>25.155,59</b>	<b>40.778,88</b>	<b>79.349,39</b>	<b>95.036,71</b>	<b>105.818,50</b>
Gastos Financieros	4.631,25	3.087,50	1.187,50	0,00	0,00

UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	20.524,34	37.691,38	78.161,89	95.036,71	105.818,50
Participación Utilidades (15%)	3.078,65	5.653,71	11.724,28	14.255,51	15.872,77
UTILIDAD ANTES DEL I.R.	17.445,69	32.037,67	66.437,61	80.781,21	89.945,72
Impuesto a la Renta (22%)	3.838,05	7.048,29	14.616,27	17.771,87	19.788,06
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>13.607,64</b>	<b>24.989,39</b>	<b>51.821,34</b>	<b>63.009,34</b>	<b>70.157,66</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 49.** Flujo de caja de la cafetería.

	PREOP.	1	2	3	4	5
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Recuperación por ventas	0,00	378.533,50	410.077,96	465.365,70	498.606,11	527.818,64
Parcial	0,00	378.533,50	410.077,96	465.365,70	498.606,11	527.818,64
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Pago a proveedores		259.883,73	272.670,35	286.096,31	300.193,56	314.995,67
Mano de obra directa e imprevistos		38.393,58	40.313,26	42.328,92	44.445,37	46.667,64
Mano de obra indirecta e imprevistos		8.002,28	8.396,17	8.809,75	9.244,01	9.699,99
Gastos Generales		42.498,21	43.319,19	44.181,23	45.086,36	46.036,75
Parcial		348.777,81	364.698,98	381.416,21	398.969,30	417.400,04
<b>C. FLUJO OPERACIONAL</b>						
		29.755,69	45.378,98	83.949,49	99.636,81	110.418,60
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Crédito Institución Financiera	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de Capital	12.037,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parcial	62.037,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago de intereses		4.631,25	3.087,50	1.187,50	0,00	0,00
Pago de capital		10.000,00	20.000,00	20.000,00	0,00	0,00
Pago participación trabajadores		0,00	3.078,65	5.653,71	11.724,28	14.255,51
Pago de impuesto a la renta		0,00	3.838,05	7.048,29	14.616,27	17.771,87
Reparto de dividendos						
Reposición y nuevas inversiones						
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>						
Readecuación y Decoración del Local	4.500,00					
Equipamiento de cocina	11.145,00					
Utensilios de cocina	179,00					
Vajillas, cubiertos y cristalería	579,00					
Mantelería	126,25					
Muebles y enseres	1.122,00					
Equipos y suministro de Caja	2.464,50					
Suministros de limpieza	237,00					
Uniformes	119,00					
Activos diferidos	7.828,00					
Parcial	28.299,75	14.631,25	30.004,20	33.889,50	26.340,56	32.027,37
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL</b>						
	33.737,40	-14.631,25	-30.004,20	-33.889,50	-26.340,56	-32.027,37
<b>G. FLUJO NETO GENERADO</b>						
	33.737,40	15.124,44	15.374,78	50.060,00	73.296,25	78.391,22
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>						
	0,00	33.737,40	48.861,84	64.236,62	114.296,62	187.592,87
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA</b>						
	33.737,40	48.861,84	64.236,62	114.296,62	187.592,87	265.984,10

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 50.** Flujo de fondos de la cafetería.

FLUJO DE FONDOS	PREOPER.	1	2	3	4	5
Inversión Fija	-\$20.471,75					
Inversión Diferida	-\$7.828,00					
Capital de Trabajo	-\$33.737,40					
Pago de intereses		-\$4.631,25	-\$3.087,50	-\$1.187,50	\$0,00	\$0,00
Pago de capital		-\$10.000,00	-\$20.000,00	-\$20.000,00	\$0,00	\$0,00
Participación de trabajadores		\$0,00	-\$3.078,65	-\$5.653,71	-\$11.724,28	-\$14.255,51
Impuesto a la Renta		\$0,00	-\$3.838,05	-\$7.048,29	-\$14.616,27	-\$17.771,87
Flujo operacional		\$29.755,69	\$45.378,98	\$83.949,49	\$99.636,81	\$110.418,60
Valor de recuperación:						
Inversión Fija		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Capital de Trabajo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$33.737,40
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-\$62.037,15</b>	<b>\$15.124,44</b>	<b>\$15.374,78</b>	<b>\$50.060,00</b>	<b>\$73.296,25</b>	<b>\$112.128,63</b>
Tasa de descuento	14%					
		<b>VAN</b>	<b>\$98.482,73</b>			
		<b>TIR</b>	<b>49,23%</b>			
		<b>PRI</b>	<b>2,63</b>			
		<b>Razón B/C</b>	<b>\$1,59</b>			

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo 51. Análisis de punto de equilibrio.

		FIJO			VARIABLE		
		1	2	3	1	2	3
Mano de obra directa	Variable	0,00	0,00	0,00	29.918,10	31.414,01	32.984,71
Mano de obra indirecta	Variable	0,00	0,00	0,00	7.557,00	7.934,85	8.331,59
Materiales directos	Variable	0,00	0,00	0,00	252.597,95	265.227,84	278.489,24
Materiales indirectos	Variable	0,00	0,00	0,00	3.134,48	3.291,20	3.455,76
Suministros y servicios	Fijo	3.420,00	3.420,00	3.420,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento y seguros	Fijo	731,31	731,31	731,31	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	Fijo	3.080,10	3.080,10	3.080,10	0,00	0,00	0,00
Amortizaciones	Fijo	1.520,00	1.520,00	1.520,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Generales	Fijo	42.498,21	43.319,19	44.181,23	0,00	0,00	0,00
Gastos Financieros	Fijo	4.631,25	3.087,50	1.187,50	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>55.880,87</b>	<b>55.158,10</b>	<b>54.120,14</b>	<b>293.207,52</b>	<b>307.867,90</b>	<b>323.261,29</b>
<b>VENTAS</b>		<b>378.533,50</b>	<b>410.077,96</b>	<b>465.365,70</b>			
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO %</b>		<b>65,5%</b>	<b>54,0%</b>	<b>38,1%</b>			
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO \$</b>		<b>247.905,53</b>	<b>221.300,36</b>	<b>177.233,45</b>			

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 52. Análisis de sensibilidad.

ESCENARIOS	VAN	TIR	B/C
<b>Escenario actual</b>	\$98.482,73	<b>49,23%</b>	<b>\$1,59</b>
Ventas bajan 5%	\$29.803,33	24,24%	\$0,48
Costos de ventas suben 10%	\$67.953,18	17,40%	\$0,25

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 53. Facto de carga de ocupantes

**Tabla 7.3.1.2 Factor de Carga de Ocupantes**

Uso	pies <sup>2+</sup> (por persona)	m <sup>2+</sup> (por persona)
<b>Para Reuniones</b>		
<b>Públicas</b>		
Uso concentrado, sin asientos fijos	7 netos	0,65 netos
Menor uso concentrado, sin asientos fijos	15 netos	1,4 netos
Gradas	1 persona cada 18 pulg. lineales	1 persona cada 45,7 cm lineales
Asientos fijos	número de asientos fijos	número de asientos fijos
Espacios de espera	Ver 12.1.7.2 y 13.1.7.2.	Ver 12.1.7.2 y 13.1.7.2.
Cocinas	100	9,3
Bibliotecas, áreas de estanterías	100	9,3
Bibliotecas, áreas de lectura	50 netos	4,6 netos
Piscinas de natación	50 - de superficie de agua	4,6 - de superficie de agua
Cubiertas de piscinas	30	2,8
Salas de ejercicios con equipos	50	4,6
Salas de ejercicios sin equipos	15	1,4
Escenarios	15 netos	1,4 netos
Pasarelas, galerías y andamios para iluminación y acceso	100 netos	9,3 netos
Casinos y áreas de juego similares	11	1
Pistas de patinaje	50	4,6
<b>Uso Educativo</b>		
Aulas	20 netos	1,9 netos
Talleres, laboratorios y salas vocacionales	50 netos	4,6 netos
<b>Uso Guarderías</b>		
	35 netos	3,3 netos
<b>Uso Cuidado de la Salud</b>		
Tratamiento de pacientes internos	240	22,3
Dormitorios	120	11,1

Fuente: (National Fire Protection Association, 2000)