



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad De Especialidades Empresariales

Carrera De Ingeniería En Administración De Empresas Turísticas Y
Hoteleras

Proyecto De Titulación Previo A La Obtención Del Título de
Ingeniero/a En Administración De Empresas Turísticas y Hoteleras.

GASTRONOMIA VEGETARIANA

UNA ALTERNATIVA DIFERENTE

[ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UN RESTAURANTE VEGETARIANO GOURMET EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.]

PRESENTADO POR:
María Fernanda Salame Salazar.

DIRECTOR DE TESIS:
Master Danny Figueroa.

Agradezco a Dios, a mis padres y a mis hermanas por su constante apoyo y ayuda en este proyecto. Les agradezco a todas las personas que colaboraron de una u otra forma conmigo para poder culminar mi tesis de grado.

Dedicado a mis padres, hermanas y a mi mejor amiga
Natalie Arévalo por su paciencia y tolerancia durante
este proceso de investigación



CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante SALAME SALAZAR MARIA FERNANDA como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS.

Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS


Ing. Danny Figueroa Cedeño, MBA

REVISOR DE CONTENIDO:


Dra. María Auxiliadora Egas Miraglia, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:


Ing. José Medina Crespo, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA


Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MARIA FERNANDA SALAME

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "Gastronomía Vegetariana, una alternativa diferente", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)

María Fernanda Salame Salazar



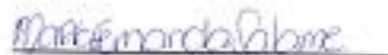
AUTORIZACIÓN

MARIA FERNANDA SALAME

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "Gastronomía Vegetariana, Una alternativa diferente", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)



Maria Fernanda Salame Salazar

RESUMEN

La presente tesis es un estudio de factibilidad para implementar un restaurante vegetariano-gourmet en la ciudad de Guayaquil. Debido al crecimiento de la alimentación nutricional y saludable se estima este acontecimiento como una oportunidad de negocio para difundir el vegetarianismo agregándole el factor gourmet.

Esta investigación bajo sus objetivos principales de analizar necesidades y rentabilidad del funcionamiento del restaurante, basó sus estudios de acuerdo a encuestas y entrevistas realizadas dentro de la ciudad. Sus resultados permitieron medir una acogida positiva al restaurante en estudio y adicionalmente un estudio financiero rentable.

Se considera factible la implementación del negocio y se motiva a los dueños de establecimientos vegetarianos a implementar estudios de mercados profundos y promoción para difundir con más auge los locales de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil.

ABSTRACT

The next thesis is a feasibility study for the opening of a gourmet - vegetarian restaurant in Guayaquil. Due to the growth of healthy and nutritional eating this situation is taken like a business opportunity to make vegetarian food more know and likeable for people, adding of course the gourmet factor.

This investigation had the objective of analyzing the needs and feasibility for the restaurant. It based the study on the results taken from surveys and interviews made in Guayaquil, these results allowed to measure how positive it would be the restaurant under study, as its financial feasibility as well.

Is taken under consideration the fact of putting this business in practice, is a good business idea to motivate entrepreneurs that own vegetarian restaurants to make a market research and a profound promotion of this type of food so more people would actually visit it.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	14
CAPITULO 1.....	16
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A INTERVENIR.....	18
1.3 OBJETIVOS.....	19
1.4 ANTECEDENTES	20
1.4.1 <i>Historia del vegetarianismo</i>	<i>20</i>
1.4.2 METODOLOGIA DEL ESTUDIO	22
CAPITULO 2.....	23
2.1 MARCO TEORICO	23
CAPITULO 3.....	37
3.1 MARCO METODOLOGICO.....	37
3.1.2 <i>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....</i>	<i>37</i>
3.1.3 <i>SEGMENTACION DEL MERCADO.....</i>	<i>38</i>
TABLA 1.....	38
3.1.4 POBLACION.....	39
3.1.5 MUESTRA.....	40
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	41
3.3 PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS.....	43
3.4 <i>ESTUDIO Y ANALISIS DE LA OFERTA</i>	<i>67</i>
3.5 <i>ESTUDIO Y ANALISIS DE LA DEMANDA.....</i>	<i>69</i>
3.6 <i>ESTUDIO Y ANALISIS DE LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y PRECIOS.....</i>	<i>76</i>
3.7 <i>ESTUDIO Y ANALISIS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....</i>	<i>80</i>
3.8 <i>ESTUDIO Y ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION</i>	<i>80</i>
3.9 <i>MISION.....</i>	<i>81</i>
3.10 <i>VISION</i>	<i>81</i>
3.11 <i>LOGO Y SLOGAN.....</i>	<i>81</i>
3.12 <i>Análisis FODA.....</i>	<i>82</i>
CAPITULO 4.....	84
4.1 ESTUDIO TECNICO	84
4.1.1 <i>MACROLOCALIZACIÓN.....</i>	<i>84</i>
4.1.2 <i>MICROLOCALIZACION.....</i>	<i>86</i>
4.1.3 <i>CAPACIDAD MAXIMA.....</i>	<i>88</i>
4.1.4 <i>DISEÑO DE LAS INSTALACIONES.....</i>	<i>89</i>
4.1.5 <i>ADQUISICION DE LA TECNOLOGIA DE PRODUCCIÓN.....</i>	<i>90</i>
4.1.6 <i>INGENIERIA DEL PRODUCTO.....</i>	<i>93</i>
4.1.7 <i>NORMATIVA DE LAS MATERIAS PRIMAS.....</i>	<i>95</i>
4.1.9 <i>TIPO DE SISTEMA DE PRODUCCIÓN</i>	<i>95</i>
4.1.10 <i>ASPECTOS AMBIENTALES.....</i>	<i>96</i>
4.1.11 <i>PLAN DE ACCIÓN AMBIENTAL</i>	<i>97</i>
CAPITULO 5.....	98
5.1 ESTUDIO FINANCIERO	98

5.1.1 ANALISIS DE DEPRECIACION DE EQUIPOS Y GASTOS.....	100
5.1.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	101
5.1.3 INGRESOS Y EGRESOS	102
5.1.4 PROYECCION A 5 AÑOS	103
5.1.5 TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRESTAMO BANCARIO.....	103
5.1.6 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.....	104
5.1.7 PROYECCION DEL FLUJO DE CAJA ANUAL.....	105
5.1.8 BALANCE GENERAL	106
5.1.9 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	106
5.1.10 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	107
5.1.11 ANALISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO	108
CONCLUSIONES	109
RECOMENDACIONES	110
ANEXOS.....	112
BIBLIOGRAFIA Y OTRAS REFERENCIAS	- 132 -

INDICE DE FIGURAS

<i>FIGURA 1- LOGO ENTIDAD PETA</i>	29
<i>FIGURA 2- IMAGEN PUBLICITARIA PETA.</i>	31
<i>FIGURA 3- MONTAJE DE PLATOS GOURMET.</i>	36
<i>FIGURA 4- TASA DE INFLACION SEGÚN BANCO CENTRAL</i>	74
<i>FIGURA 5- MAPA DE ECUADOR</i>	85
<i>FIGURA 6- MAPA DE GUAYAQUIL</i>	85
<i>FIGURA 7- MAPA DEL NORTE DE GUAYAQUIL</i>	85
<i>FIGURA 8- MAPA DE URDESA</i>	87
<i>FIGURA 9-MAPA AVENTURA PLAZA</i>	87
<i>FIGURA 10- DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL RESTAURANTE</i>	88

INDICE DE TABLAS

<i>TABLA 1- CARACTERISTICAS PARA SEGMENTACION DE MERCADO.</i>	38
<i>TABLA 2- DEMANDA PROYECTADA</i>	75
<i>TABLA 3- LISTA DE RUBROS VARIOS</i>	90
<i>TABLA 4- ENSERES PARA AREA SOCIAL</i>	91
<i>TABLA 5- EQUIPOS DE COMPUTO</i>	91
<i>TABLA 6- EQUIPOS DE COCINA Y COMEDOR</i>	91
<i>TABLA 7-MOBILIARIO PARA COCINA Y COMEDOR</i>	91
<i>TABLA 8-MOBILIARIO PARA AEREA SOCIAL</i>	91
<i>TABLA 9- FRECUENCIA DE COMPRA DIARIA</i>	93
<i>TABLA 10- FRECUENCIA DE COMPRA SEMANAL</i>	94
<i>TABLA 11- FRECUENCIA DE COMPRA MENSUAL</i>	94
<i>TABLA 12- RESUMEN INVERSION INICIAL</i>	99
<i>TABLA 13- TABLA DE AMORTIZACION Y DEPRECIACION</i>	100
<i>TABLA 14- BALANCE INICIAL</i>	101
<i>TABLA 15-CUADRO DE SALARIOS</i>	102
<i>TABLA 16- TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO BANCARIO</i>	103
<i>TABLA 17- ESTADO DE RESULTADO</i>	104
<i>TABLA 18- TABLA FLUJO DE CAJA ANUAL</i>	105
<i>TABLA 19-ANALISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO</i>	108

INDICE DE GRAFICOS

<i>GRAFICO 1-RESULTADO DE GÉNERO</i>	47
<i>GRAFICO 2- RESULTADO DE EDAD</i>	48
<i>GRAFICO 3- RESULTADO DE OCUPACION</i>	49
<i>GRAFICO 4- NIVEL DEL INGRESO</i>	50
<i>GRAFICO 5- PREFERENCIA DE COMIDA</i>	51
<i>GRAFICO 6- ¿CONOCE RESTAURANTES GOURMET?</i>	52
<i>GRAFICO 7-RESULTADO DE VEGETARIANOS ENCUESTADOS</i>	53
<i>GRAFICO 8- MOTIVOS POR SER VEGETARIANO</i>	54
<i>GRAFICO 9- VISITAS A RESTUARANTES VEGETARIANOS</i>	55
<i>GRAFICO 10- PREFERENCIA DE PLATOS VEGETARIANOS</i>	56
<i>GRAFICO 11- PROMEDIO DE GASTO EN R. VEGETARIANOS</i>	57
<i>GRAFICO 12- ¿PROBARIA COMIDA VEGETARIANA?</i>	58
<i>GRAFICO 13- VISITAS RESTUARANTE GOURMET</i>	59
<i>GRAFICO 14- PREFERENCIA PLATOS GOURMET</i>	60
<i>GRAFICO 15- PROMEDIO DE GASTO EN R.GOURMET</i>	61
<i>GRAFICO 16- FACTORES PARA VISITAR UN RESTAURANTE</i>	62
<i>GRAFICO 17- VISITARIA UN R. VEGETARIANO GOURMET?</i>	63
<i>GRAFICO 18- SECTOR DE UBICACIÓN</i>	64
<i>GRAFICO 19- TEMA DE DECORACION DE RESTAURANTE</i>	65
<i>GRAFICO 20-DEMANDA VEGETARIANOS</i>	70
<i>GRAFICO 21-DEMANDA GOURMET</i>	71
<i>GRAFICO 22-CLIENTES POTENCIALES</i>	72
<i>GRAFICO 23-CLIENTES SEGÚN INGRESOS Y OCUPACIÓN</i>	73

INTRODUCCIÓN

El vegetarianismo es una forma de vida que cada día más personas la eligen con el fin de mejorar su salud o para apoyar una causa ambientalista.

En la ciudad de Guayaquil este movimiento también tiene sus seguidores, aunque no sea conocido por la mayoría de sus ciudadanos esta es una minoría en crecimiento.

La alimentación vegetariana gana cada día más popularidad, no solo por ser una alimentación que va junto a la lucha del trato justo hacia los animales sino por los beneficios que aporta para la salud humana. Muchas de las personas que eligen el vegetarianismo usualmente son por deseo de recuperarse de enfermedades, tales como problemas del corazón, Alta presión de la sangre u obesidad.

Cambiar a un dieta vegetariana es un proceso, no se puede sobrevivir de una alimentación basada en pastas y lechugas, esta debe ser balanceada y que incluya granos, arroz, vegetales, frutas, tofu, proteína de soya, legumbres, nueces y granos integrales.

Hoy en día en la ciudad de Guayaquil existen tantos restaurantes con carne en su menú que deja la oportunidad para satisfacer a los clientes vegetarianos, pero no solo para un servicio estándar de comida vegetariana sino un menú gourmet y con elegancia en sus platos.

El siguiente trabajo presenta un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante vegetariano gourmet con el cual se prevé descubrir su aceptación y su rentabilidad en el mercado siendo este tipo de alimentación un movimiento en expansión.

En el capítulo 1 de la presente tesis encontrarán la proposición del negocio a estudiarse, sus objetivos y justificación de existencia. Dentro del capítulo 2 se hablará del marco teórico y sus bases históricas.

En el capítulo 3 se realiza la investigación de mercado seleccionando una muestra probabilística, se elige el diseño de la investigación, los métodos y se analizan los resultados obtenidos.

El capítulo 4 abarca el estudio técnico del restaurante, las maquinarias a usarse, los métodos de producción y arquitectura del establecimiento. Seguido por el capítulo 5 donde finalizará con la rentabilidad financiera del proyecto en estudio.

CAPITULO 1

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La gastronomía en Guayaquil es rica y variada, la ciudad no defrauda en lo absoluto a sus continuos visitantes que llegan a la urbe a probar sus delicias.

Guayaquil cuenta con restaurantes y cafés en encantadores sectores al aire libre a lo largo y ancho de la ciudad, donde brindan una inmensa variedad de platos de la cocina local.

Sin embargo, la comida vegetariana no cuenta con tantas plazas a disposición del público en la ciudad de Guayaquil, ni la promoción necesaria para el conocimiento de los clientes sobre este tipo de restaurantes, es esta la razón que detona a las personas el buscar comida rápida.

En la actualidad hay una expansión de personas vegetarianas y naturistas que optaron por este tipo de alimentación ya sea por defender los derechos de los animales o por motivos de salud. Gómez. N (2011-15-09)

En la ciudad, existen algunos restaurantes vegetarianos que en su mayoría se ubican en el centro de la ciudad y tienen como objetivo satisfacer las necesidades de este selecto grupo de personas¹, sin embargo, el tipo de menú que se ofrece a los clientes es de tipo almuerzo y de menú cotidiano para personas que trabajan cerca de este sector, más no cuenta con ese factor gourmet para convertirse en un restaurante de entretenimiento y de espacio social.

En Guayaquil un considerable número de vegetarianos se esmeran por mantener su régimen alimenticio sin importar lo complicado que resulte. No son gente rara ni mucho menos, sino personas que por motivos *éticos, ecológicos, culturales o de salud*, han elegido este estilo de alimentación diferente y que, al parecer, tiene cada vez más partidarios en un país caracterizado aún por comidas en las que abundan los diversos tipos de carne en múltiples presentaciones.

Pese a que no existen en el país o la ciudad estudios que permitan establecer el número o porcentaje de vegetarianos, por la demanda cada vez mayor de restaurantes y la venta de productos de este tipo, se puede determinar que esta minoría se hace cada vez más numerosa. Gómez. N (2011-15-09)

En esta nueva era donde está creciendo la tendencia de querer alimentarse mejor, comer rico, inteligentemente y saludable, es importante brindarles un lugar de espacio social fuera de casa donde puedan lograrlo sin tener limitaciones. La comida gourmet no solo brinda un valor agregado al platillo sino que brinda una experiencia elegante al cliente.

Debido a que son inexistentes los restaurantes vegetarianos en la ciudad de Guayaquil que brinden un menú vegetariano gourmet, se desea abarcar esta oportunidad para concentrar la sana alimentación y los nuevos conceptos en la mesa, dentro de un solo lugar.

Es por esta razón que este proyecto está enfocado en el estudio de creación de un nuevo establecimiento vegetariano, orientado a turistas y el público general de clase media y alta en la ciudad, no solo con un menú sin carnes sino también con un toque gourmet y merecido para este consumidor.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A INTERVENIR

“Nada beneficiará tanto la salud humana e incrementará las posibilidades de supervivencia de la vida sobre la Tierra, como la evolución hacia una dieta vegetariana.”
Dijo Albert Eisten(1879,1955) acerca del vegetarianismo en el mundo.

El propósito de este restaurante es promocionar la gastronomía vegetariana y la buena salud a través de platos novedosos que despierten la curiosidad de los clientes y los motive a seguir este tipo de alimentación. De esta forma se busca hacer conciencia de cómo balancear los alimentos aunque no sean preparados desde sus hogares, se pretende terminar con el tabú de que el vegetarianismo es solo para ambientalistas y que la comida sin carne es mala.

Se desea que los clientes adopten el establecimiento como un lugar de permanencia habitual para sus comidas, mediante la instalación de un ambiente confortable, rústico y acogedor ya que no existe otro tipo de restaurante vegetariano gourmet en la ciudad de Guayaquil. Este va a brindar la libertad a una persona vegetariana de elegir cualquier plato del menú sin limitarse a elegir una ensalada, lo que probablemente le ocurriría en un restaurante sin variedad de platos vegetarianos.

Un gran beneficio que el restaurante aportaría a la comunidad, es la oportunidad de asistir a un restaurante donde se puede confiar su salud, agregándole una presentación gourmet a su platillo, dando así un toque de elegancia a la experiencia del cliente dentro del restaurante.

1.3 OBJETIVOS

El libro “Fundamentos y técnicas de investigación comercial”, describe que la fijación de objetivos consiste en precisar exactamente cuál será el objeto de la investigación; que se estudiará y por qué. Ildfonso, E (2009, pag 31)

Considerando este concepto, los objetivos serán los siguientes:

Objetivo General

Determinar la factibilidad de un restaurante vegetariano gourmet como lugar de nutrición, buen comer y entretenimiento en el norte de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Estudiar las necesidades actuales del mercado vegetariano y la aceptación de un restaurante de este tipo “Gourmet”.
- Determinar la infraestructura y diseño del restaurante en estudio con el fin de que vaya de acorde con su clientela y producto.
- Investigar el impacto ambiental que tendría el restaurante vegetariano gourmet en el sector.
- Analizar el estudio financiero para la creación del restaurante para así determinar su factibilidad.

1.4 ANTECEDENTES

1.4.1 Historia del vegetarianismo

El vegetarianismo de hoy tiene sus raíces en culturas y en situaciones políticas y sociales pasadas. No obstante, la tendencia actual, cada vez mayor, es la de adoptar este tipo de alimentación para procurar un estado óptimo de salud.

Distintas son las motivaciones que pueden conducir a la elección de una alimentación vegetariana, según una encuesta realizada en el 2002, a nivel mundial, por la revista Times y la CNN, el mayor porcentaje de personas (32%) se vuelve vegetariano por razones de salud, u

n 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.

El vegetarianismo ha formado parte del mundo desde sus comienzos y poco a poco ha evolucionado para convertirse en un estilo de vida por elección de las personas y no como una obligación por creencias religiosas. Según el libro *Nutrición Vegetariana*, expone que las dietas vegetarianas se remontan al menos 600 años antes de Cristo, practicada por figuras prominentes como Pitágoras, considerado el “El padre del vegetarianismo”. (Joan Sabaté, 2005)

Durante el Renacimiento algunas personas adoptaron una dieta vegetariana porque creían que la crueldad contra los demás hombres no era más que el paso siguiente a la crueldad con los animales. A finales del siglo XVIII algunos cristianos se abstuvieron de comer carne, ya que creían que parte de la misión de Jesucristo era acabar con la matanza de los animales.

Muchas religiones orientales, tales como el hinduismo y el budismo fomentan el vegetarianismo como idea espiritual, ya que creen que todas las criaturas de Dios son dignas de compasión y respeto.

Donde mejor se ilustra la concepción budista de los animales es en las lecciones budistas conocidas como historias Jakata, en las que Buda nace bajo el aspecto de diversos animales en vidas anteriores; dichas historias consideran que matar a un animal equivale a matar a un ser humano, ya que afirman que, al igual que Buda, todos hemos sido un animal antes de convertirnos en seres humanos.

El jainismo (una religión india fundada alrededor del siglo VI a. C.) tiene unas reglas tan estrictas en relación con el consumo de seres vivos, que sus seguidores barren el camino por el que pasan antes de pisarlo, y llevan una mascarilla de gasa sobre la boca con el fin de no hacer daño a los pequeños insectos al aspirarlos accidentalmente.

Así mismo, visto esto, se podría definir el vegetarianismo como una corriente filosófica basada en el respeto a toda forma de vida, en especial la animal. Como planteamiento filosófico, pues, es merecedor del respeto debido, pero no se puede prescindir del planteamiento dietético y de sus particularidades nutricionales. (naturmedricapro; 2002).

1.4.2 METODOLOGIA DEL ESTUDIO

Para la presente tesis se realizó la investigación mediante 2 formas:

✓ **Investigación exploratoria o cualitativa:**

Este tipo de investigación cualitativa es un método de investigación que nos permite mediante la interacción social y usando métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan las personas bajo estudio.

✓ **Investigación cuantitativa.**

La metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos que se recolectan, específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

CAPITULO 2

2.1 MARCO TEORICO

Muchas son las variantes que pueden englobarse dentro del movimiento vegetariano, siendo algunas más radicales que otras. A continuación una breve descripción de las más conocidas:

Tipos de vegetarianismo:

- **Vegetarianos estrictos o veganas:** Son las personas que no admiten ninguna ingesta de productos derivados de los animales (como el huevo o los lácteos). Evitan también el uso de productos de origen animal en los demás ámbitos de su vida, como el cuero, la lana, la lanolina, la seda... El motivo de ello es que todos estos productos implican la explotación de animales.
- **Lacto Vegetarianismo:** Vegetarianos que no consumen carnes o huevos, pero sí consumen productos lácteos.
- **Ovolactovegetarianas:** Personas que sí consumen huevos y leche. En este tipo de dieta sí se acepta la cocción de los alimentos y el consumo de productos refinados (los más comunes son el azúcar y la harina) además de pastas blancas, frituras y alimentos en conserva o a los que se le han añadido colorantes y/o preservantes.
- **Ovo Vegetarianismo:** Aquéllos que no comen carnes o productos lácteos, pero sí huevos.

- **Macrobiótica:** Consumen una dieta equilibrada usando granos, vegetales, semillas y frutas. La sal de mesa es reemplazada por minerales de vegetales marinos y sal marina. Las especias son reemplazadas por derivados fermentados de granos.
- **Granivorianos:** Eliminan de su alimentación la carne y los productos de origen animal. Propone el consumo de alimentos en grano.
- **Semi-vegetariano ó seudo vegetariano:** Comen menos carne que el común de la gente.
- **Pescetariano:** Comen carne de pescado.

Beneficios de Ser Vegetariano

Un menú vegetariano es una forma poderosa y agradable de alcanzar una buena salud. El modo de comer vegetariano se basa en una amplia variedad de alimentos que sacian, están deliciosos y son sanos.

De acuerdo al reporte de “Hazte Vegerariano” basado en las palabras del Comité de Médicos por una Medicina Responsable (*Physicians Committee for Responsible Medicine*) determina los siguientes beneficios para la salud humana bajo una dieta en base de vegetales y frutas:

- **Un Corazón Sano**

Los vegetarianos poseen niveles de colesterol muy inferiores a quienes comen carne, y la enfermedad cardíaca es poco frecuente entre los vegetarianos. Las razones no son nada difíciles de encontrar. Las comidas vegetarianas son típicamente bajas en grasas saturadas y generalmente contienen poco o ningún colesterol. Puesto que el colesterol se encuentra sólo en productos de origen animal como las carnes, los productos lácteos y los huevos, los veganos consumen una dieta libre de colesterol.

El tipo de proteína de una dieta vegetariana puede representar otra importante ventaja. Muchos estudios muestran que sustituir la proteína animal con proteína vegetal reduce los niveles de colesterol en sangre - incluso si la cantidad y el tipo de grasa de la dieta siguen siendo los mismos. Tales estudios muestran que una dieta vegetariana baja en grasa posee una clara ventaja sobre otras dietas.

- **Presión Sanguínea Más Baja**

Un impresionante número de estudios, que datan desde principios de los años 1920, muestran que los vegetarianos poseen una presión sanguínea más baja que los no vegetarianos. De hecho, algunos estudios han demostrado que añadir carne a una dieta vegetariana eleva los niveles de la presión sanguínea rápida y significativamente. Los efectos de una dieta vegetariana se producen además de los beneficios de reducir el contenido en sodio de la dieta. Cuando los pacientes con presión alta empiezan una dieta vegetariana, muchos de ellos son capaces de eliminar su necesidad de medicación.

- **Control de la Diabetes**

Los más recientes estudios sobre la diabetes muestran que una dieta rica en carbohidratos complejos (que se encuentran sólo en alimentos vegetales) y baja en grasas es la mejor prescripción dietética para controlar la diabetes. Puesto que los diabéticos están expuestos a un alto riesgo de enfermedad cardíaca, evitar la grasa y el colesterol es el objetivo más importante de la dieta diabética, y una dieta vegetariana es ideal. Aunque todos los diabéticos insulino-dependientes necesitan tomar insulina, las dietas basadas en vegetales pueden ayudar a reducir las necesidades de insulina.

- **Prevención del Cáncer**

Una dieta vegetariana ayuda a prevenir el cáncer. Los estudios sobre vegetarianos muestran que las tasas de muerte por cáncer se sitúan sólo alrededor de entre la mitad y las tres cuartas partes de las de la población general. Las tasas de cáncer de mama son dramáticamente inferiores en países donde las dietas son típicamente basadas en vegetales. Cuando las personas de aquellos países adoptan una dieta occidental basada en carnes, sus tasas de cáncer de mama se disparan.

Los vegetarianos también poseen significativamente menos cáncer de colon que quienes comen carne. El consumo de carne está más íntimamente relacionado con el cáncer de colon que ningún otro factor dietético.

¿Por qué ayudan las dietas vegetarianas a proteger frente al cáncer? En primer lugar, son más bajas en grasas y más ricas en fibra que las dietas basadas en carnes. Pero otros factores son importantes, también. Por ejemplo, los vegetarianos generalmente consumen más cantidad del pigmento vegetal betacaroteno. Esto podría ayudar a explicar por qué padecen menos cáncer de pulmón. Además, al menos un estudio ha mostrado que los azúcares naturales de los

productos lácteos pueden elevar el riesgo de cáncer de ovarios en algunas mujeres.

Algunos de los aspectos anti-cáncer de una dieta vegetariana no pueden ser explicados todavía. Por ejemplo, los investigadores no están muy seguros de por qué los vegetarianos poseen mayor cantidad de unos glóbulos blancos en la sangre, llamados "células asesinas", que son capaces de buscar y destruir células cancerosas.

- **La Relación con el Calcio**

Los vegetarianos tienen menos probabilidades de formar cálculos renales o biliares. Además, los vegetarianos pueden tener un riesgo inferior de sufrir osteoporosis porque consumen poca o ninguna proteína animal. Un elevado consumo de proteína animal propicia la pérdida del calcio de los huesos. Sustituir los productos animales por alimentos vegetales reduce la cantidad de calcio que se pierde. Esto puede ayudar a explicar por qué las personas que viven en países donde la dieta está típicamente basada en vegetales presentan poca osteoporosis incluso cuando su ingesta de calcio es baja.

¿Qué es el veganismo?

De todas las divisiones del vegetarianismo, el veganismo es uno de los más estrictos en su tipo. Vinculado más hacia el derecho animal y los movimientos ambientalistas, este busca el trato justo de los animales basándose en su capacidad para sentir de igual manera que el humano. Pero de que se trata este estilo de vida?

Como se menciona anteriormente, el veganismo es la dieta vegetariana en la cual las personas no ingieren ningún tipo de alimento proveniente del animal. Según Donald Watson miembro fundador de la sociedad vegana (1944) indica que *"El veganismo es una filosofía de vida que excluye todas las formas de explotación y crueldad hacia el reino animal e incluye una reverencia a la vida. En la práctica se aplica siguiendo una dieta vegetariana pura y evita el uso de alternativas para todas las materias derivadas parcial o totalmente de animales"*.

Razones Éticas detrás del veganismo

Los veganos defienden que los seres humanos tienen la obligación de proteger a los animales ya que son capaces de sentir dolor. Esta filosofía también insiste en que los animales deberían estar sujetos a ciertos derechos comparables a los derechos humanos, como el derecho a la vida y el derecho de estar libre de tortura y esclavitud.

Este pensamiento hace que los veganos rechacen todo tipo de material proveniente de animales, como vestimenta y calzado, también todo tipo de material que haya sido probado en animales e incluso rechazan eventos realizados para el entretenimiento de las personas con animales como protagonistas.

La pagina Web *Igualdad Animal.org* explica que los animales son comprados, vendidos, privados de libertad, alejados de sus familias, inseminados artificialmente, matados... en definitiva; siempre son las víctimas de los productos para los cuales fueron criados; menciona como solución que las personas pueden llevar vidas sanas y equilibradas sin necesidad de alimentarse de dichos productos. Enfatiza que elegir entre la vida y la muerte de cientos de animales, es tan sencillo como elegir uno u otro plato en el menú.

Fue Ralph Waldo Emerson quien dijo: *“No olvides que por muy alejado y escondido que esté el matadero, tú que comes carne siempre serás su cómplice”* (1803-1882)

P.E.T.A Una organización a favor del vegetarianismo

Personas por el Trato Ético de los Animales (**PETA**) (People for the Ethical Treatment of Animals) es una organización por los derechos de los animales. Con base en los Estados Unidos, y con 3 millones de miembros y partidarios

PETA enfoca sus campañas en 4 áreas importantes, las cuales considera son donde el mayor número de animales sufren intensamente por largos periodos de tiempo.



FIGURA 1

Logo de la entidad PETA

Fuente: www.peta.com

Estas son:

- Granjas factoría, para el consumo de su carne.
- Granjas peleteras, para el uso de sus pieles.
- Experimentación con animales en laboratorios.
- El uso de animales como entretenimiento.

La organización se muestra ante el mundo bajo el logo "los animales no son nuestros para comer, vestir, experimentar o usar para entretenimiento."

También realiza campañas contra la pesca, el matar animales calificados de plaga, el abuso de los perros de patio trasero encadenados, las peleas de gallos, la tauromaquia y el consumo de carne.

Su objetivo es informar al público de su posición a través de anuncios publicitarios, investigaciones encubiertas, rescate de animales, y grupos de presión. (*Peta, 1980*)

La página de la organización afirma: "PETA cree que los animales tienen derechos y merecen tener sus mayores intereses en consideración, independientemente de lo útiles que sean para los humanos. Como tú, ellos son capaces de sufrir y tienen interés en dirigir sus propias vidas; así mismo, ellos no son nuestros para usarlos - como comida, vestimenta, entretenimiento, experimentación, o por cualquier otra razón.

Campañas contra la alimentación a base de Carne

Peta lucha contra el uso de los animales como alimentos promoviendo campañas en las que se explica los beneficios de una dieta vegetariana y vegana, al mismo tiempo expone el maltrato y abuso por los que los animales son sometidos en las granjas.

Esta organización sin fines de lucro invita también a las celebridades de Hollywood que han elegido el estilo de vida vegetariano para ser portavoces de sus campañas PETA; entre ellos cantantes, actores y leyendas con trayectoria y credibilidad como Paul McCartney ex vocalista de la Banda Ingles “The Beatles” que es vegetariano.

Estas personas brindan su ayuda para el conocimiento y la concienciación del maltrato animal junto a PETA, para de esta forma darle credibilidad a sus campañas. Muchos de ellos incluso han formado parte de documentales como la Actriz y Modelo Pamela Anderson quien narró el documental en la que PETA dejó al descubierto el tratamiento perpetrado al ganado en India, la tierra donde la vaca supuestamente es sagrada, llevando la noticia alrededor del mundo entero.

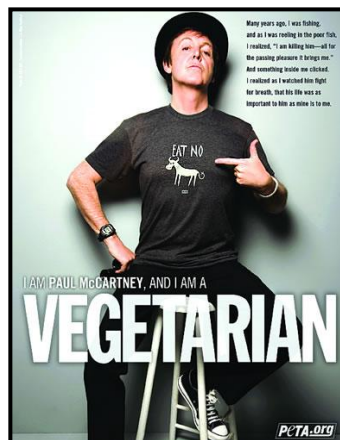


FIGURA 2

Imagen publicitaria

Fuente: www.peta.org

Con la ayuda de celebridades como Alec Baldwin, Rue McClanahan, Richard Pryor y la estrella de Babe, James Cromwell, PETA se dirigió a las tres cadenas más grandes de comida rápida: McDonald's, Burger King y Wendy's, y las convenció para implementar cambios de fondo en la manera en que los animales base de sus productos son criados y sacrificados.

Las campañas son el corazón de la vida del activista por la Liberación Animal. Traduciendo, escribiendo cartas, hablando con la prensa, saliendo a las calles combatiendo el frío y sosteniendo pancartas, distribuyendo libros y panfletos, y hablando con amigos y vecinos, el activista aprovecha cada segundo para eliminar o minimizar el sufrimiento de animales abusados. (*PETALatino.com*)

Las demostraciones de teatro callejero realizadas por PETA, sus audaces avisos publicitarios, sus campañas internacionales en los medios de comunicación y sus duras y crudas investigaciones secretas, han revolucionado la forma en que el mundo ve y trata a los animales, incluso aquellos animales que se encuentran en mataderos, en granjas peleteras, en laboratorios, en circos, y confinados a estar encadenados en los patios traseros de las casas.

"PETA se ha convertido en la agrupación para la defensa de los derechos de los animales que está de moda en la nación".

-News World Communications, Inc., 17 de julio de 2000.

La carne, desde la granja hasta la mesa.

Cada año en EE.UU., más de 10,000 millones de animales terrestres y 15,000 millones de peces son matados para comida. El carnívoro promedio es responsable del abuso y muerte de miles de animales, incluyendo más de 2,000 gallinas, 92 pavos, 31 cerdos, 12 novillos y terneros, y aproximadamente 5,000 peces. (*Petalatino.com*)

El portal latinoamericano de la organización PETA expone lo que sucede con los animales en las granjas durante la crianza para luego terminar en la mesa de todos.

¿Cómo hacer la transición a vegetariano?

La organización PETA no solo pide que las personas hagan de su dieta una a base de vegetales sino que también te da los mejores consejos en cómo puedes cambiar poco a poco tu alimentación a una sin carne.

La página PETA.com ofrece los siguientes tips para hacer la transición:

1. Comienza por “vegetalizar” comidas que ya comes: cocina empanadas vegetales, paella vegana y arroz con leche de soja. Reemplaza la carne en recetas favoritas (como las pupusas, la ropa vieja y los tamales) con proteína de textura vegetal (TVP), o migas de hamburguesas vegetarianas, que ahora se consiguen en las secciones refrigeradas de casi todos los supermercados.

2.

Lee las etiquetas. Muchas de las sopas en lata que probablemente ya tomas son vegetarianas. Los “mixes” de arroz saborizado pueden convertirse en una entrada con sólo agregar una lata de frijoles. Muchos panes, galletas saladas y dulces, pastelitos dulces, cereales, sopas, aderezos para ensalada, salsas para pasta, margarinas y dulces no contienen ingredientes animales.
3.

Prueba imitaciones de carne. En los supermercados y tiendas de alimentos naturales ya es muy fácil conseguir hamburguesas vegetarianas, “jamón”, “perros calientes”, “pavo” y “chorizos” hechos de soja y otros ingredientes sin carne. Prueba diferentes marcas para decidir cuál es tu favorita.
4.

En tu tienda local de alimentos naturistas encontrarás filas y filas de maravillosos productos que no sabías que existían: entradas de pasta y salsas para el microondas, productos de imitación a la carne que pueden utilizarse en tus recetas favoritas o por solos, y “queso”, “mayonesa”, “crema” y “leche” hechos a partir de la soja.
5.

Explora la gran cantidad de alimentos vegetarianos populares en otros países, como el humus (una sustancia untada de exquisito sabor y olor, hecha con garbanzos), el curry de verduras, el falafel (deliciosas “albóndigas” del Medio Oriente), el tempe, seitan y otros productos vegetarianos.

Gastronomía Gourmet

La palabra “Gourmet” según el libro Terminología Comercial Agropecuaria se la designa aquellos alimentos de calidad superior, destinados a un público de paladar exigente y alto poder adquisitivo.

Explica que el origen de la palabra gourmet es Francés, idioma en cual en tiempos de antigüedad significaba “valet encargado de los vinos”. Hoy en día el significado de gourmet en francés es una alteración influenciada por la palabra “gourmand” o “glotón”. Una persona gourmet es una persona devota al placer refinado de los sentidos (especialmente buena comida y vino), es una persona que conoce y disfruta mucho de la cocina y la buena comida.

Suele suceder que quien adopta esta forma de percibir el mundo, su gusto no solamente se enfoca hacia la comida, sino que también se extiende por el buen vestir y la buena música.

El libro define que un restaurante gourmet o una tienda gourmet es aquel establecimiento que vende comida de alta calidad. *(De Ugarriza, S pag 156)*

Es la preparación y la calidad de los ingredientes lo que determina que un plato sea considerado gourmet o no. Brian Cooper escritor del libro “Como Iniciar Y Administrar UN Restaurante” señala en su libro que el responsable de la parte artística y elegante del plantillo está a cargo de un famoso chef, quien deja su huella en el menú. *(Cooper, B 2005, pag 10)*

Existen negocios que se inauguran con la intención de captar clientes que practiquen este peculiar modo de vida. Los hay desde bares hasta restaurantes, tanto nacionales como internacionales, en la ciudad de Guayaquil podemos encontrar una gran variedad de estos. La mayoría en los lugares más turísticos de la ciudad.

Ciudades Gourmet

La comida gourmet se la puede encontrar en cualquier parte del mundo. Sabores característicos, platos llamativos o elegantes todos únicos dependiendo del destino donde se los vaya a degustar.

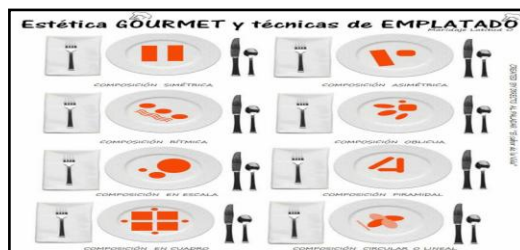
La pagina web eladerezo.hola.com habla de las ciudades gourmet del mundo y como son consideradas de esta manera por fomentar la cultura culinaria y la “buena mesa”. Entre las ciudades se nombra a Bruselas, Madrid, Génova, Gotemburgo, Las Vegas, Lausana, Lyon, Milán, Montreal, Osaka, Filadelfia, Riga, San Luis, Sao Paulo, Turín y Yokohama.

Montaje de Platos Gourmet

Lo que diferencia un platillo gourmet de los demás es el arte que se refleja en el plato. Un chef se expresa a través estos jugando con la mezcla de colores, texturas, salsas, guarniciones, vajillas y más.

Es esta mezcla lo que llama la atención de un cliente de comida gourmet, no solo por su buen sabor sino también por lo atractivo que se presenta el plato antes de llegar a ser degustado.

Se puede observar en la figura ciertas opciones para el montaje de un platillo gourmet



var en la figura ciertas montaje de un platillo

FIGURA 3

CAPITULO 3

3.1 MARCO METODOLOGICO

La investigación de mercado es la técnica que permite recopilar datos sobre un tema específico que se encuentre bajo estudio. Una vez recopilados, la interpretación de sus resultados servirá para que el empresario o investigador pueda tomar decisiones acertadas para el éxito de su propuesta.

3.1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Para el desarrollo de este proyecto surgió la necesidad de realizar una investigación de mercados, que permitan:

- ✓ Determinar la demanda insatisfecha con respecto a los restaurantes vegetarianos.
- ✓ Establecer el perfil del consumidor
- ✓ Determinar si el norte de la ciudad es la mejor zona para la ubicación de un nuevo restaurante vegetariano.
- ✓ Medir el nivel de aceptación de las comidas vegetarianas, con la finalidad de desarrollar estrategias de marketing para atraer el mercado potencial.
- ✓ Analizar si el tipo de comida “gourmet” es un valor agregado para el nuevo restaurante vegetariano según los clientes.

3.1.3 SEGMENTACION DEL MERCADO

Para el estudio de esta tesis se buscó segmentar al público que podría calificar como cliente del restaurante vegetariano gourmet. Se consideraron las siguientes características:

TABLA 1

GEOGRAFICAS	La ciudad de Guayaquil.
DEMOGRAFICA	De 15 a 60 años de edad. Todos los niveles económicos. Estudiantes y trabajadores.
PSICOLOGICA	Personas con costumbres de comer fuera de casa. Buscar lugares de recreación y espacio social.
SOCIO CULTURAL	De todas las culturas. Clase social media, baja, media y alta.

3.1.4 POBLACION

Una vez realizado la segmentación del mercado para la presente tesis, se procedió a determinar la población en estudio. Por lo siguiente, se exponen brevemente varios conceptos acerca de población.

- De acuerdo al autor Germán Fracica (1988), población “es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”.
- Siguiendo las palabras de Jany, E. en su libro *Investigación Integral de Mercados (1994)*, define población como “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia”, o bien unidad de análisis.

Tomando en referencia estos enunciados, se como tomó para el presente estudio como población el sector norte de la ciudad de Guayaquil, tomando el número de habitantes del rango de edad entre 15 a 64 años de edad que residen en la ciudad, siendo este 1'537,492 personas; incluyendo hombres y mujeres según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Encuestas y Censos.

3.1.5 MUESTRA

Debido a la importancia de este capítulo para un estudio de factibilidad, es importante definir qué tipo de muestra es la que se debe seguir.

- Muestra No probabilística

El tipo de muestra no probabilística, se basa más en estudios que no dependan de la probabilidad sino de causas relacionadas con las características de la investigación. “*Aquí el procedimiento no es mecánico, ni con base en formulas de probabilidad.*”, explica Marcelo Gómez en su libro, (2006, pag 111).

Para este estudio se podría confirmar que el tipo de muestra seleccionado fue de tipo NO probabilístico, ya que no se manejaron formulas de probabilidad sino que fue enfocado en situaciones de causa y efecto, comportamientos, preferencias, entre otros.

3.1.5.1. SELECCIÓN DE MUESTRA

Para la selección del tamaño de la muestra se tomó en consideración el número total de la población a estudio. Este, define el tipo de formulación a emplearse para conseguir como resultado el tamaño de muestra.

El universo o población puede considerarse en 2 tipos; como **finito** o **infinito**. Se considera finito si el número de elementos que lo constituyen es menor a 500,000 e infinito si es igual o mayor a este número. Siendo la población a estudiarse mayor a 500,00, se la consideró a la población como infinito.

Para poblaciones infinitas la fórmula para calcular el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

Z= constante que depende del nivel de confianza

p= probabilidad de éxito u ocurrencia

q= probabilidad de no ocurrencia.

e= error muestral permitido.

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5) = 384}{(0,05)^2 \text{ encuestados}}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25}{0,0025} = 96$$

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Para el presente estudio se utilizaron las siguientes herramientas:

Estudio Cualitativo

- ✓ Por medio de la **Observación Directa** visitando 1 establecimiento vegetariano y mediante entrevista a 2 personas vegetarianas.

“Se entiende por observación directa como la que se realiza ya sea en el campo, laboratorio, en la casa, o en el aula, sin que se haga ninguna intervención para que los organismos se comporten de un modo diferente al que usualmente lo hacen. Tampoco se le da importancia a la bibliografía para argumentar las observaciones

hechas, es decir, los organismos son investigados tal como son hallados en su hábitat.” (Castro, 2005)

Estudio Cuantitativo

- ✓ Otro de los métodos utilizados para la recolección de datos para el estudio de factibilidad de este proyecto fue por medio de **encuestas**, las mismas que se realizaron en el sector norte donde se propone el funcionamiento del restaurante vegetariano gourmet.

Según el libro “Análisis de encuestas” define a este método *“como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población” (Abascal,2005.)*

Siguiendo este tipo de herramienta se cuantificó los clientes potenciales del restaurante vegetariano gourmet con el objetivo de conocer en realidad cuántas de ellas siguen el régimen de dieta vegetariana y cuántas son las personas que asisten por motivos de salud.

Mediante las encuestas se pretende analizar, el precio que estarían dispuestos a pagar, la calidad que se esperaría recibir y los motivos que los llevaría a visitar el restaurante vegetariano gourmet. **El formato de la encuesta lo podrá encontrar en el anexo.**

3.3 PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

Estudio Cualitativo

Siguiendo este concepto, se buscó observar atentamente y determinar el tipo de clientela que visitan los restaurantes vegetarianos, a su vez conocer el comportamiento de los mismos y sus elecciones en los platillos. Mediante la observación directa se pudo establecer cuál es la demografía de los clientes y el tiempo que permanecen en el restaurante.

Este método nos permite establecer el perfil de un consumidor vegetariano y no vegetariano, el promedio de edad de las personas que visitan estos establecimientos y el tipo de servicio que ya existe en restaurantes de comidas vegetarianas. De esta forma se puso en perspectiva el tipo de servicio y calidad que se va a brindar al cliente en el restaurante gourmet en estudio.

3.3.1 RESULTADOS DEL ESTUDIO CUALITATIVO

Se realizó una visita al restaurante vegetariano “*Lorenabo*” ubicado en P. Icaza y Cordova en el centro de la ciudad de Guayaquil. Se pudo observar que las personas que se acercan al establecimiento a almorzar son personas que laboran en oficinas cercanas, entre ellos también personas de tercera edad degustaban del almuerzo del día.

En cuanto a la decoración, el restaurante provee un ambiente relajado para sus visitantes, los que incluyen aire acondicionado, música instrumental de fondo, incienso para un olor agradable y cuadros con imágenes hindú y chinas. Este restaurante vegetariano muestra mensajes debajo de sus mesas de vidrios mensajes donde se explican los beneficios del vegetarianismo y frases celebres de personajes importantes en el mundo del vegetarianismo como Gandhi.

El restaurante Lorenabo funciona de lunes a viernes y sus productos son 100% vegetarianos incluyendo el uso de la soya. Tanto en carne de soya, como la leche y queso de soya. Sus platos son almuerzos, platos a la carta, sopas, ensaladas y cremas, como también jugos naturales. El restaurante Lorenabo tiene sus productos a la venta para que las personas puedan llevar a casa las carnes y embutidos a base de soya y arroz vegetal.

RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS

Con el fin de obtener una perspectiva de parte de un vegetariano se entrevistaron a 2 personas que siguen este estilo de vida.

Andrés Nicolás, alumno de la Universidad Católica, me converso un poco acerca de su veganismo, Tipo de vegetarianismo el cual no incluye ningún derivado del animal. Andrés siempre ha admirado la forma de vida animal y repudiado las veces que ha visto como le quitan la vida a los pollos y venados. Pero al igual que cualquier persona afirma que siguió viviendo en su burbuja ya que pensaba que era algo normal y nunca se planteó otra manera alimentarse, solo repetía lo buena que estaba la carne. Fue un día que una amiga le mostro un documental, y confiesa que tuvo pereza de verlo pero su amiga le comentó “yo ya no pude seguir comiendo carne “. Mientras veía el documental explica que dejó a un lado unos nugget que había tomado de la cajita de Mc Donalds de otra amiga.

Comenta que el ya había visto documentales sobre como hacían la carne y como se obtiene la leche pero este video en particular le despertó la consciencia. Fue eso lo que lo motivo a buscar métodos alternativos, investigo como se alimenta una persona sin carne, que reemplazar por esto y que reemplaza por lo otro.

Afirma que poco a poco fue encontrando platos, recolectando ideas, encontrando tiendas vegetarianas, entre ellas NUEVA VIDA quien le proporciona de carne vege-

tales como chorizos, salchichas, carne, salchichas rellenas de arroz verde, carne picada, todo lo que necesita para no olvidarse de sus platos típicos.

Andrés forma parte de un grupo de 140 veganos de la ciudad de Guayaquil y el Ecuador creado en Facebook , donde comparten ideas y productos vegetarianos que usar, comparten testimonios y lugares donde se reunirse.

Afirma que este grupo le ha servido muchísimo en cuanto a información, vio cuantas personas pueden alimentarse con mucho menos dinero si llevan una dieta vegana, admite que le proporciona mucha salud y una a mejor moral.

Explica que todo se siente más liviano y siente que su cuerpo es un lugar lleno de vida, de alimentos de la madre tierra.

Defiende que desde que vive este tipo de vida es mucho más sensible a los animales y seres terrestres, los ve como terrícolas que tienen derecho a la vida, crecer y a ser libre.

María Mercedes Yturralde de 20 años de edad, también entrevistada para esta tesis revela que es vegetariana desde los 12 años de edad, cuenta que no fue algo inculcado por nadie sino algo que eligió por decisión propia. Después de ver videos en los que se mostraba el maltrato hacia los animales para preparar la comida de consumo a diario pensó lo injusto que es el sufrimiento innecesario que se les provoca a los animales y que este es en vano. María Mercedes cree rotundamente en que los humanos muy bien podemos sobrevivir viviendo de una alimentación vegetariana. Ella explicó que su alimentación no es vegana y que sí consume leche y huevo (productos provenientes del animal), afirma que cuando sale a restaurantes prefiere de aquellos lugares que le brinden una alternativa vegetariana dentro de su menú y que si conoce y visita restaurantes vegetarianos en la ciudad de Guayaquil.

Por último Ildelira Cabello ama de casa de 72 años de edad entrevistada para la presente tesis expresó como ella no sigue una dieta vegetariana pero sin embargo decide alimentarse evitando las carnes por salud. Indica que el sabor de ciertas carnes ya no es de su agrado y es por eso que fue dejando de comerlas.

Ildelira comentó que no es vegetariana y como buena amante de la cocina que es, ella prepara platos con carnes a su familia, sin embargo su organismo no es el mismo que antes y ella los ingiere la menor cantidad posible para no sentirse descompuesta luego.

Admite que le gusta salir a comer con sus amigas a hoteles como el Oro Verde, muchas veces expresa que son por bingos o aniversarios, y son en esas ocasiones como ella dice “se permite uno que otro bocadito del menú”.

3.3.3 RESULTADO DEL ESTUDIO CUANTITATIVO

Luego de realizar las encuestas necesarias para cumplir con el tamaño de la muestra, se obtuvieron como resultados de las 384 personas las siguientes preferencias:

GENERO

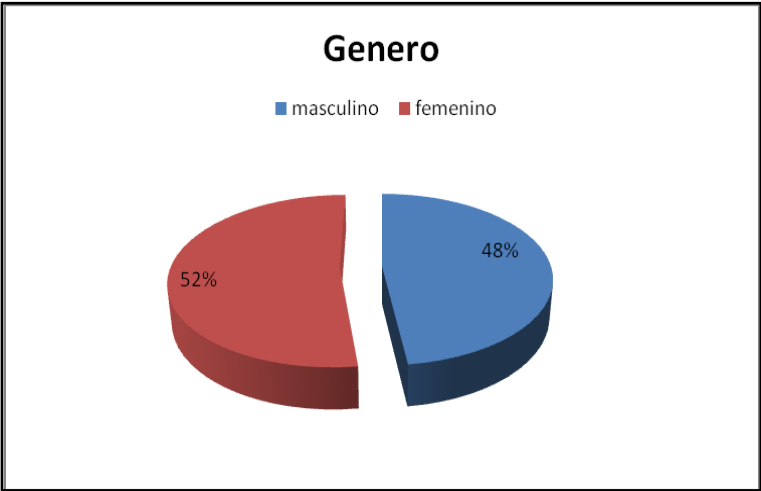


GRAFICO 1

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

De las personas seleccionadas, el 52% fue de género femenino y un 48% masculino.

EDAD

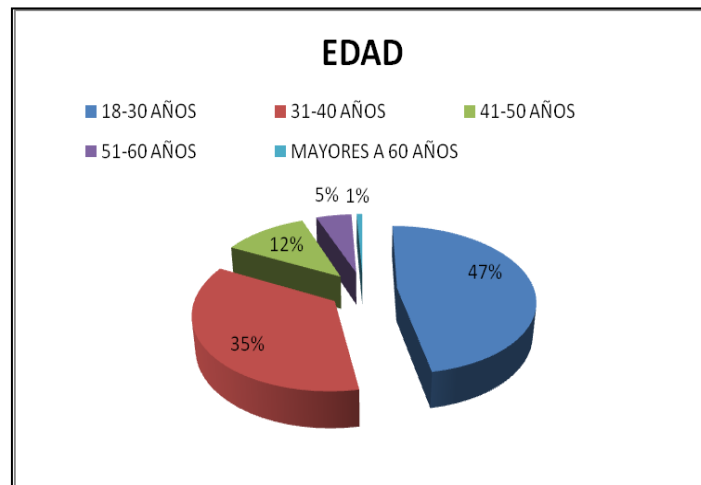


GRAFICO 2

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

El rango de edad de las personas que componen la muestra va desde el 1% siendo este las personas mayores de 60 años, el 5% considerando las personas desde 51 a 60 años de edad, 12% con 41 a 50 años de edad, por último el promedio de edad entre 31 a 40 años con el 35% y el 47% con las personas desde los 18 años a 30 años de edad.

OCUPACION:

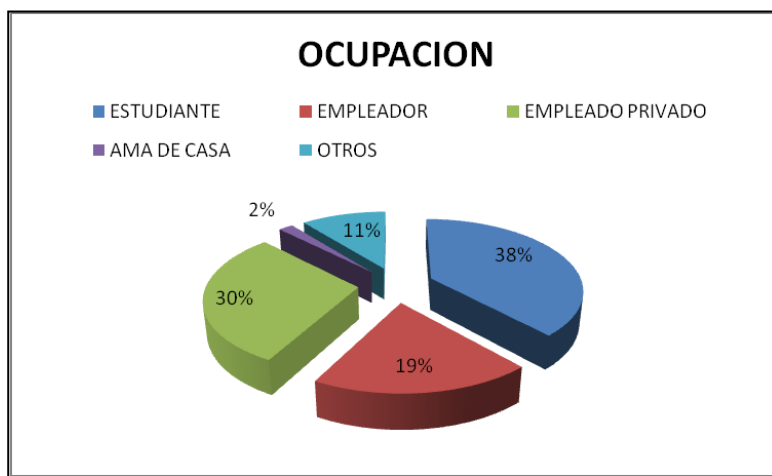


GRAFICO 3

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

En este segmento se pudo obtener que la mayoría de personas dentro del 38% son estudiantes, el 30% son empleados privados, es decir, personas que están laborando y recibiendo su sueldo. Luego el 19% embarca a empleadores, un 11% para otro tipo de ocupación y un 2% para amas de casa.

INDIQUE SU NIVEL DE INGRESO:

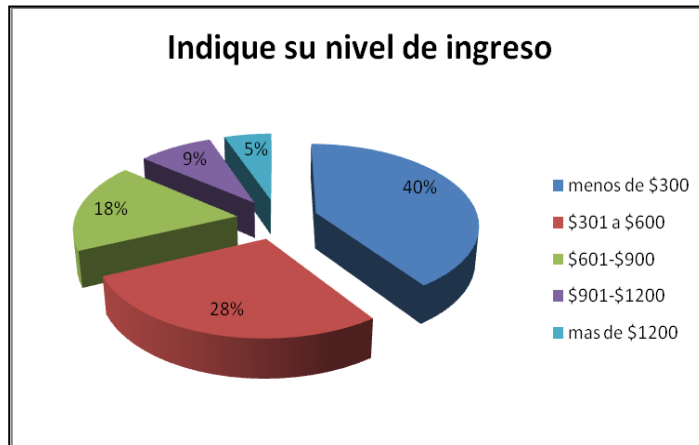


GRAFICO 4

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

En esta pregunta se consiguió cuantificar el nivel de ingreso de los encuestados. Como resultado se obtuvo que el 5% gana entre más de \$1.200, el 9% de \$901 a \$1.200, el 18% de \$601 a 900, luego el 28% con ingresos de \$301 a \$600 y por último el 40% con ingresos menores a \$300.

¿CUANDO SALE A COMER, QUE TIPO DE COMIDA PREFIERE?:

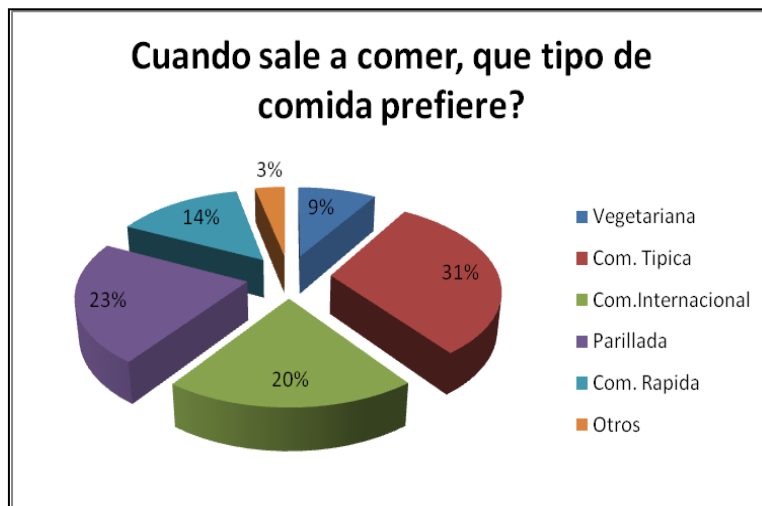


GRAFICO 5

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

Según la preferencia en cuanto a restaurantes a visitar en salidas sociales, se apreció como resultado que el 31% de las personas encuestadas prefiere la comida típica, el 23% los asados o parrilladas, 20% la comida internacional, 14% la comida rápida, 9% comida vegetariana y un 3% otro tipo de alimentación.

¿CONOCE USTED RESTAURANTES VEGETARIANOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL?:

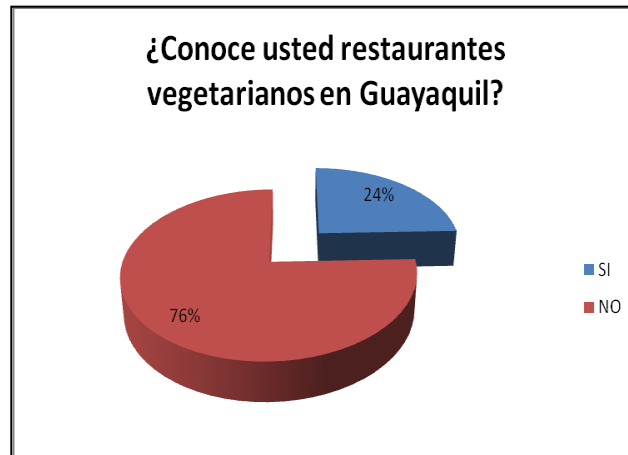


GRAFICO 6

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

Como respuesta se consiguió saber que el 76% de las personas encuestadas no conocen de restaurantes vegetarianos en Guayaquil y el 24% si está al tanto de que estos existen.

¿ES USTED VEGETARIANO?

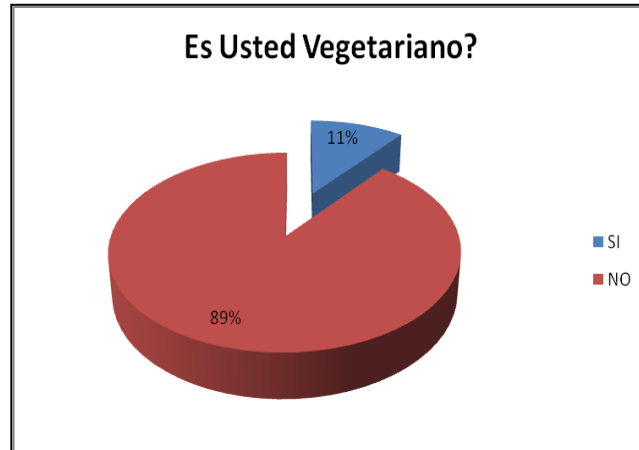


GRAFICO 7

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

El 89% de los encuestados respondió a esta pregunta como no ser vegetariano, mientras el 11% afirmó serlo.

¿QUE LO MOTIVA A SEGUIR ESTE TIPO DE ALIMENTACION?:

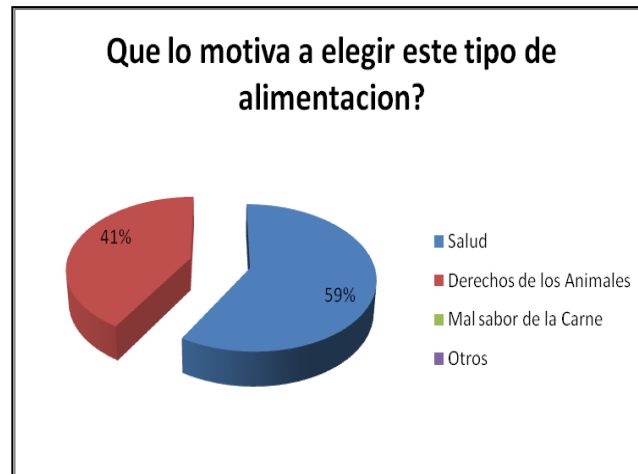


GRAFICO 8

ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

De las personas encuestadas que afirmaron ser vegetarianas, el 59% lo motiva la salud y el 41% por el derecho a igual trato hacia los animales.

¿VISITA USTED RESTAURANTES VEGETARIANOS?:

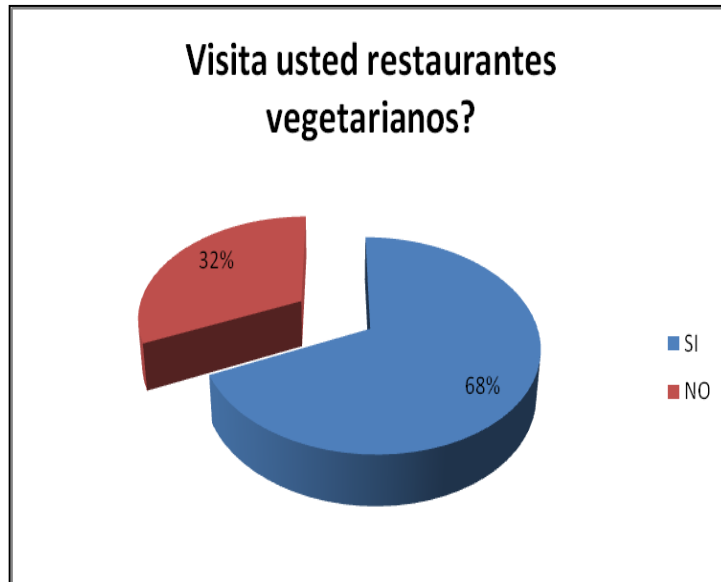


GRAFICO 9

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

Dentro de las personas vegetarianas, el 68% de ellas si visitan restaurantes vegetarianos y el 32% no los visita.

MARQUE LOS 3 PLATILLOS QUE USTED PREFERE AL VISITAR UN RESTAURANTE VEGETARIANO:

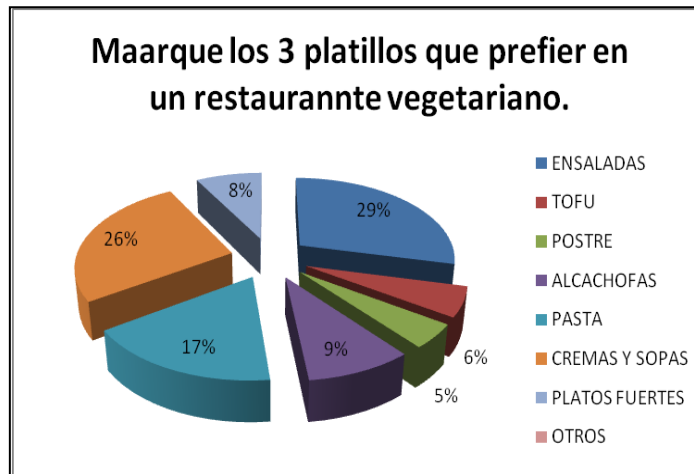


GRAFICO 10

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

Los encuestados vegetarianos exponen sus preferencias al elegir un platillo vegetariano, este se expresa con un 29% con ensaladas, 26% con cremas y sopas, 17% con pastas, 9% alcachofas, 8% platos fuertes, 6% tofu, 5% postres y 0% otros

¿CUAL ES SU PROMEDIO DE GASTO CUANDO VISITA RESTAURANTES VEGETARIANOS?:

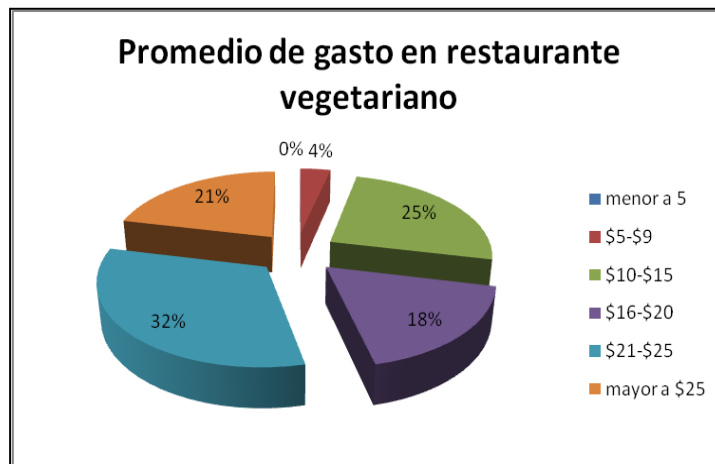


GRAFICO 11

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

El 32% respondió que gastan entre \$21 a \$25, el 25% entre \$10 a \$15 de gasto, el 21% gasta mas de \$25, el 18% de \$16 a \$20 y el 4% entre \$5 a \$9, dejando el 0% a gastos menores a \$5.

¿EN CASO DE NO SER VEGETARIANO, PROBARIA?:



GRAFICO 12

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

El 58% de los encuestados respondieron que si probarian la comida vegetariana y el 42% no estaria dispuesto a probarla.

¿VISITA USTED RESTAURANTES GOURMET?:

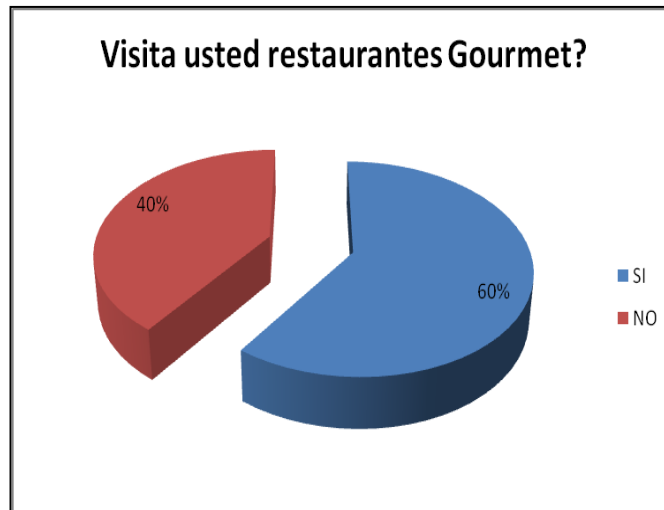


GRAFICO 13

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

El 60% de las personas que se encuestó para la presente tesis respondieron que si visitan restaurantes gourmet, mientras que el 40% no los frecuenta.

MARQUE LOS 3 PLATILLOS DE SU PREFERENCIA CUANDO VISITA UN RESTAURANTE GOURMET:

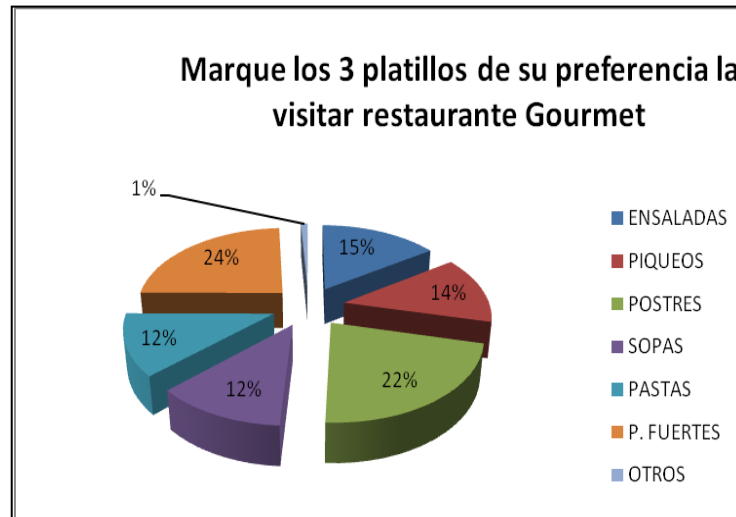


GRAFICO 14

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

El 24% de los encuestados que visitan restaurantes gourmet prefieren los platos fuertes, 22% los postres, el 15% de las personas encuestadas prefieren las ensaladas como platillos favoritos mientras que el 14% va por los piqueos como su elección. El 12% les gusta la pasta y otro 12% también gusta de las sopas o cremas y por último el 1% por otro tipo de platillos.

INDIQUE SU PROMEDIO DE GASTO CUANDO VISITA RESTAURANTES GOURMET:

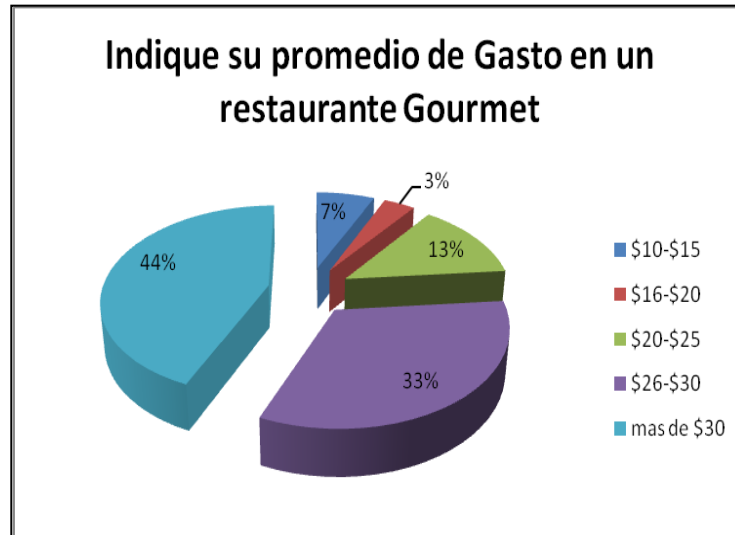


GRAFICO 15

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

Como promedio de gasto en este tipo de restaurantes se encuentra el 44% con valores mayores a \$30, el 33% gastan entre \$26 a \$30, el 13% con un promedio de gasto de \$20 a \$25, 7% con un promedio de gasto de \$10 a \$15 y por ultimo el 3% de los encuestados gastan entre \$16 a 20.

¿QUE FACTORES CONSIDERA USTED IMPORTANTES AL MOMENTO DE VISITAR UN RESTAURANTE?:

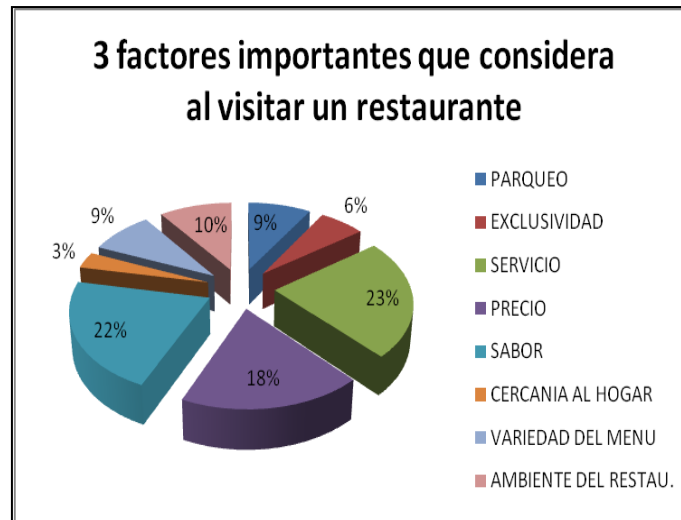


GRAFICO 16

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

Se solicitó a los encuestados que eligieran los 3 factores mas importantes al momento de visitar un restaurantes. El 23% le da prioridad a el servicio brindado en el establecimiento, el 22% prefiere tener en cuenta sobre todo los demas al sabor de la comida, el 18% de las personas toman en consideracion el precio de su menú, un 10% piensa en el ambiente del restaurante, 9% necesita de un parqueo en el restaurante como importancia para visitarlo, mientras que otro 9% opta por la variedad en el menú del restaurante. Por ultimo el 6% de las personas eligen restaurantes según su exclusividad y otro 3% por la cercania a sus hogares.

¿VISITARIA USTED UN RESTAURANTE VEGETARIANO GOURMET EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL?

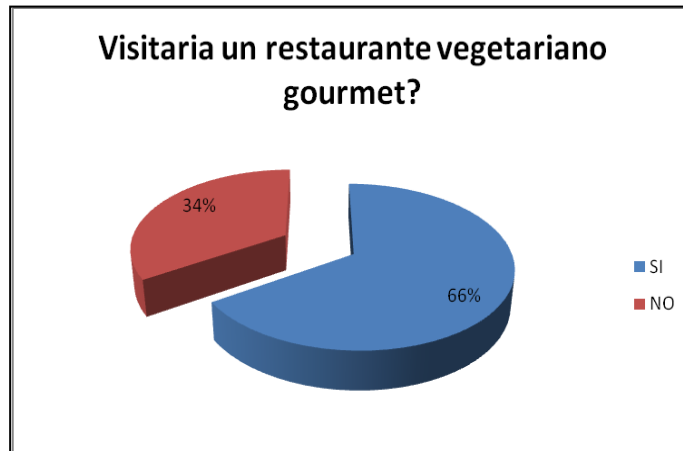


GRAFICO 17

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

Con fin de conocer la aceptabilidad el proyecto, se obtuvo que el 66% de las personas si visitarían un restaurante vegetariano gourmet, mientras que el otro 34% no lo visitaría.

¿EN QUE SECTOR PREFERIRIA QUE SE UBIQUE EL RESTAURANTE?:

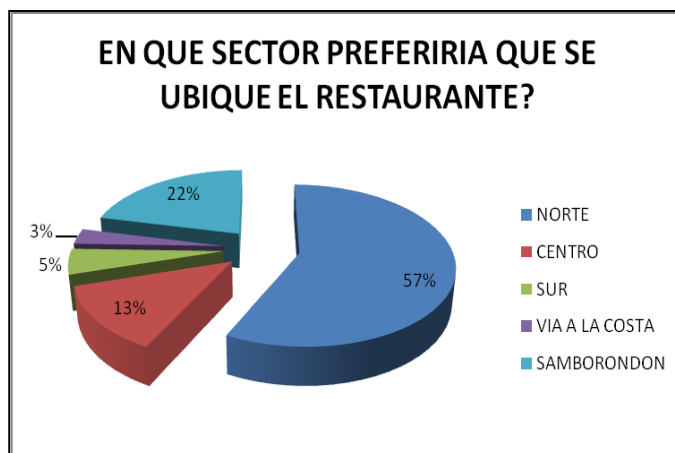


GRAFICO 18

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

El 57% escoge como locación el norte de la ciudad de Guayaquil, un 22% en Samborondon, el 13% en el centro de la ciudad y el 5% en el sur, por ultimo el 3% de los encuestados lo preferirian via a la costa.

¿SI PUDIERAS ELEGIR EL DISEÑO DE UN RESTAURANTE, BAJO QUE ESTILO O TEMA TE GUSTARIA SU DECORACIÓN?

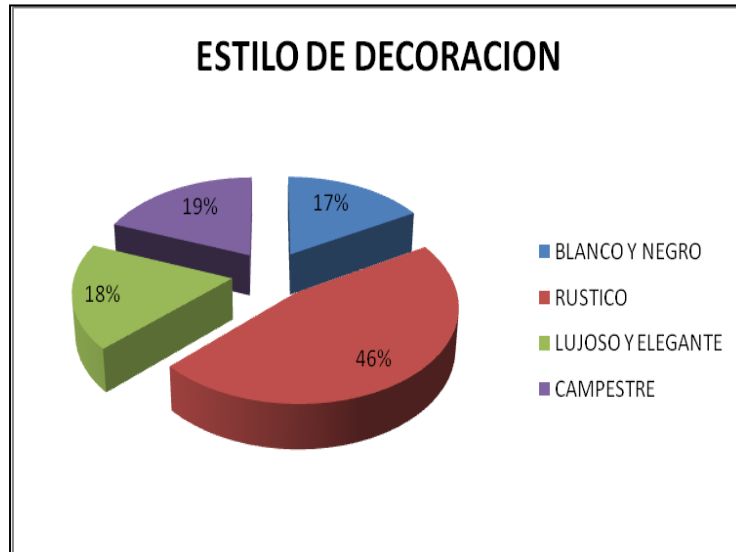


GRAFICO 19

FUENTE: ENCUESTA DIRECTA (2012)

ELABORACION: LA AUTORA.

Se preguntó qué tipo de decoración le gustaría que tuviera el restaurante y se obtuvo que el 46% preferiría un tema rústico, el 19% un estilo campestre, mientras que el 18% opta por lo lujoso y elegante. No se deja a un lado el 17% de los encuestados para este estudio que eligieron un estilo blanco y negro para la decoración del restaurante.

3.3.4 ANALISIS GENERAL DE RESULTADOS CUANTITATIVOS

Una vez finalizada la tabulación de datos, se pudo apreciar mediante un análisis general de los resultados quienes serian las personas que se convertirán como clientela del restaurante vegetariano gourmet.

De acuerdo a los resultados que arrojaron las encuestas, se puede establecer que el rango de edad de los clientes estaría en los 18 a 30 años de edad, siguiéndole de cerca aquellos que se encuentren entre los 31 a 40 años. En su gran mayoría estas personas tienen como ocupación estudiante y otra tiene como ocupación trabajadores. De este seleccionado de personas se puede mencionar que su nivel de ingreso es menor a \$300 y seguido de aquellos con ingresos de hasta \$600.

En cuanto al tipo de comida que prefiere degustar en sus salidas sociales, la mayoría de las personas encuestadas que se consideraron para la muestra afirmaron que optan por la comida típica ecuatoriana.

De la totalidad de los encuestados solo el 11% afirmó seguir una dieta vegetariana con un promedio de gasto en sus visitas de \$21 a \$25. Mientras que las personas no vegetariana que visitan los restaurantes de gastronomía gourmet gastan un promedio de más de \$30. Lo cual para establecer el valor de los platillos para el restaurante en estudio, se deberá sacar un promedio entre estos dos promedios de gastos.

Debido a que los resultados reflejan una mayoría de personas no vegetarianas, se preguntó si estarían dispuestos a probar este tipo de alimentación. El 58% afirmó que intentarían degustar de la gastronomía vegetariana, de esta manera se confirma un acercamiento a clientela con dietas carnívoras. Por el otro lado tenemos de la totalidad de personas encuestadas, tomando en cuenta carnívoros y vegetarianos, un 66% dijo que si visitarían un restaurante de tipo vegetariano gourmet en la ciudad de Guayaquil. De ellos se recibió como ubicación predilecta del restaurante un espacio en el norte de la ciudad y en su posibilidad con un diseño de características rusticas.

3.4 ESTUDIO Y ANALISIS DE LA OFERTA

Hoy en día en la ciudad de Guayaquil los restaurantes y locales de comida están en constante crecimiento. Como se mencionó desde el comienzo de esta tesis Guayaquil es una de las ciudades que más ofrece centros gastronómicos a sus visitantes, sea comida internacional, rápida o típica, Guayaquil lo tiene todo. Es este continuo crecimiento el que provoca la competencia entre establecimientos, por calidad, precios, servicio, ofertas, etc. con el fin de captar a sus clientes.

Los restaurantes que en estos últimos años se han expandido con gran facilidad son aquellos de cadenas rápidas o conocidos también como de “comida chatarra”. Aunque a diferencia de las cadenas ya conocidas como Mc. Donalds o Burger King, estas nuevas ideas de comidas intentan dar un toque saludable a sus platos como lo son las hamburguesas preparadas al carbón. Entre ellos se pueden nombrar a los más recientes establecimientos en ofrecer este servicio con éxito como Carls Jr, Wallys, Mundo Burger, Las Carboneras, entre otros.

Sin Embargo la gastronomía de tipo Gourmet no se expande con tanta rapidez como sucede con aquellas de servicios rápidos debido a sus costos de producción y a su nivel de mantenimiento en el negocio. Son pocos aquellos restaurantes que aún mantienen su trayectoria entre negocios gourmets con intentos fallidos de éxito.

En el sector de Urdesa, sector donde se estima la ubicación del restaurante en estudio, se puede nombrar como competencia por su servicio de tipo gourmet al restaurante *BLU*, que ofrece en su menú platillos de variedad internacional. Adicionalmente se incluye a *La Riviera*, especializado en gastronomía italiana y por último el restaurante *Caracol Azul* con sus delicias en mariscos.

Esta categoría de restaurantes cargan consigo un estándar de calidez en su servicio y en la elegancia de presentación en sus platos. Los restaurantes de gastronomía gourmet en la ciudad de Guayaquil pueden ser frecuentados usualmente por personas que

buscan un destino donde realizar almuerzos elegantes de trabajo o familias que desean darse el lujo de una cena elegante y excelente servicio.

En el sector de Samborondon también existen ciertos establecimientos donde se ofrecen platos al estilo gourmet, como “El Fogón” quien atrae un gran número de amantes a las carnes nacionales e importadas. Cuenta también con una gran carta de vinos y una variedad de ensaladas. Este se encuentra ubicado exactamente en el centro comercial La Torre.

Como rival a El Fogón, se podría nombrar a “Ramón Carnes al Carbón”, este les da a los clientes el mismo tipo de platillos asados y parrilladas, adicional a su excelente servicio.

Entre otros que podemos nombrar están “Tupac” y “Aló” ambos ubicados en la Plaza de Samborondon. Sus precios varían entre los \$35 y \$40 y ofrecen en su menú una infinita lista de delicias como lo son los camarones rostizados, Crocante de Mero en salsa de lomito, crab cakes con salsa de crema y muchos más.

A pesar de su lejanía, estos restaurantes tienen gran afluencia de clientes que han logrado ubicarlos como uno de los restaurantes con gran trayectoria y renombre gourmet en esta ciudad.

Existe también el restaurante “Don Francis Gourmet” donde se preparan especialidades y delicias internacionales, todos con buen renombre y queridos por sus clientes. Don Francis queda ubicado en el nuevo y moderno centro comercial Plaza Lagos, vía Samborondon.

Sin embargo, debido a que no existe otro tipo establecimiento con el servicio “vegetariano gourmet” que esta tesis tiene como fin estudiar, se considera que no cuenta con competencia directa dentro de la ciudad.

Si bien es cierto, existen ya restaurantes vegetarianos dentro de la ciudad de Guayaquil, por lo consiguiente no los dejaremos de nombrar en esta tesis. Entre ellos pode-

mos destacar al restaurante Lorenabo ubicado en el centro de la urbe y mencionado anteriormente en el presente estudio, la decoración y servicio de este restaurante presta un ambiente relajado a sus visitantes dándoles la invitación de regresar pronto. En su menú ofrece platos a la carta como estofados y ciertos platos típicos hecho a base de soya, también ofrece al público almuerzos diariamente y sopas o ensaladas. Los precios del restaurante Lorenabo fluctúan desde \$2,50 el almuerzo a \$4 un plato a la carta.

La gastronomía gourmet es conocido por tener sus seguidores de paladar exigente y con deseos de servicio estelar, se busca con esta nueva propuesta incluir la comida vegetariana en el mapa gastronómico de la ciudad de Guayaquil.

3.5 ESTUDIO Y ANALISIS DE LA DEMANDA.

Conocer el comportamiento de la demanda promete buenos resultados a un estudio. Al realizar un análisis de la demanda se pueden establecer algunos aspectos que permitirán identificar a un comprador o cliente, tales como son las necesidades, intereses y los comportamientos de cada uno de ellos.

Para el siguiente análisis de demanda se consideraron los resultados obtenidos a través de la recolección de datos. Se tomó en cuenta los 2 tipos de preferencia, tanto vegetarianos como no vegetarianos y se realizó la sumatoria de los mismos para calcular la demanda en su totalidad.

Se muestra en el cuadro a continuación el cálculo de la demanda:

VEGETARIANOS

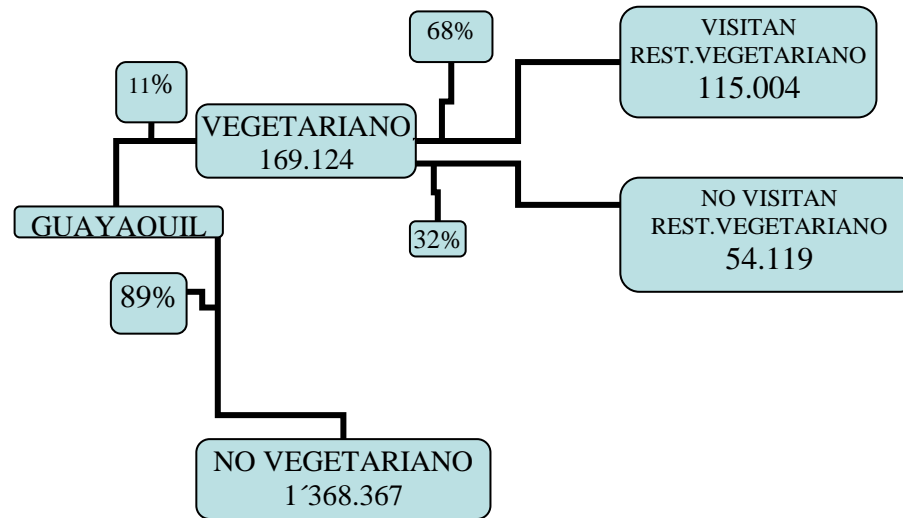


GRAFICO 20
FUENTE: LA AUTORA

GOURMET

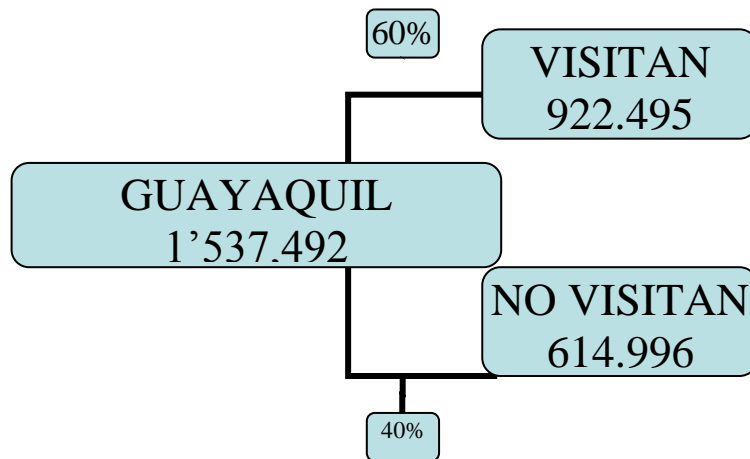


GRAFICO 21
FUENTE: LA AUTORA

CLIENTES POTENCIALES

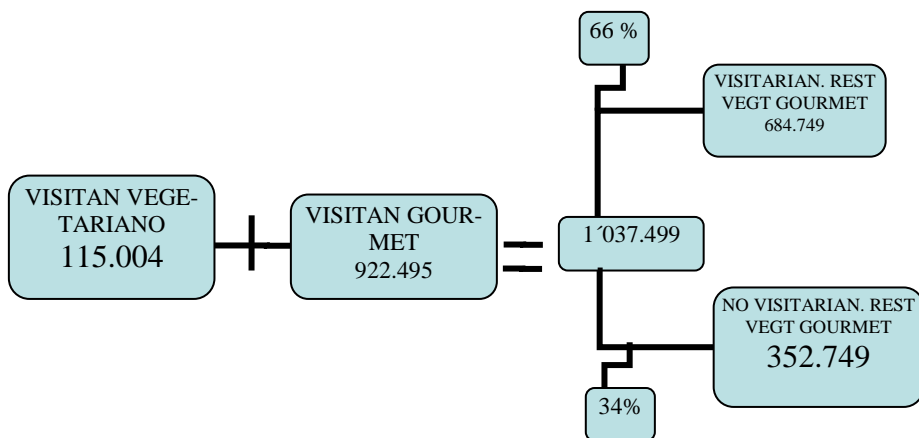


GRAFICO 22

FUENTE LA AUTORA

De acuerdo al resultado del cálculo de la demanda, se estima que el número de clientes potenciales que podrían optar por degustar en el restaurante vegetariano gourmet sea de 684.749 personas. Este resultado se tomó del 66% de la sumatoria equivalente a las personas que visitan tanto restaurantes vegetarianos como los gourmet.

Sin embargo, se desea definir con más profundidad a los clientes potenciales según al mercado al que se desea llegar.

SELECCIÓN SEGÚN INGRESOS Y OCUPACIÓN.

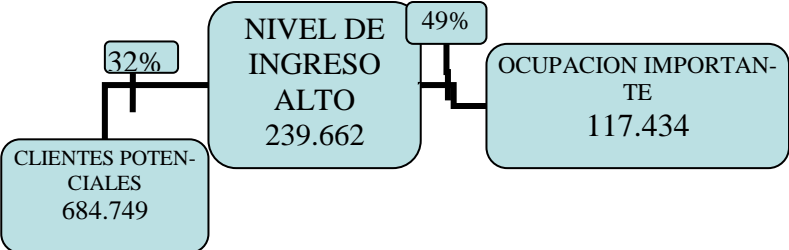


GRAFICO 23
FUENTE: LA AUTORA

Tomando de referencia estos resultados, se puede observar que el restaurante en estudio tendría un comienzo para el primer año con gran afluencia de visitantes, sean estos por motivo de curiosidad para probar este tipo de platillos o personas vegetarianas con un nuevo espacio para probar sus alimentos preferidos de una forma diferente.

Se espera cumplir al menos con el 32% de la demanda encontrada debido al número elevado de la misma. En este caso, se apuntaría a una demanda de 37.578 personas anualmente, que significa en un escenario optimista, atender diariamente a un aproximado de 102 clientes.

PROYECCION DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se consideró el promedio de la tasa de inflación de los últimos 2 años. Se procedió a calcular la proyección de la demanda del restaurante para 5 años.

En el siguiente cuadro se muestra la tasa de acuerdo al Banco Central del Ecuador:

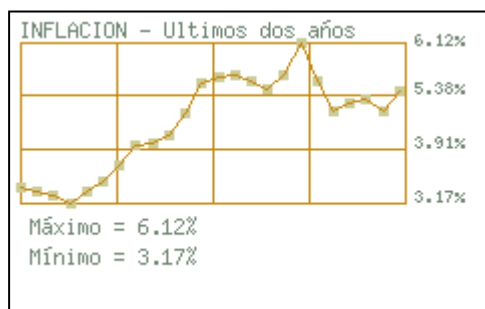


FIGURA 4

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %
Octubre-31-2010	3.46 %

Se tomó como base para el cálculo el promedio entre los 2 últimos años, que como muestra la tabla es del 5.38%, a este valor le sumamos la última inflación publicada por el Banco Central del mes de septiembre, equivalente al 5.22%. Luego de sacar un promedio entre estas tasas, se usa como inflación tentativa para el 2013 y los años posteriores, el 5.3% de crecimiento de tasa de inflación para proyectar la demanda. Se detalla a continuación la demanda proyectada a 5 años:

TABLA 2

AÑO 1	37.578
AÑO 2	39.569
AÑO 3	41.666
AÑO 4	43.874
AÑO 5	46.199

FUENTE: LA AUTORA

3.6 ESTUDIO Y ANALISIS DE LOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y PRECIOS

Servicio

Un Restaurante Gourmet tiene como prioridad dar el mejor servicio a sus clientes, lleno siempre de calidez y trato amable. Un buen servicio de parte del personal demuestra la predisposición para atender sus solicitudes y la pro actividad para resolver sus reclamos de la forma más rápida posible.

El restaurante en estudio de la presente tesis tiene como esquema brindar siempre un servicio estelar, los platillos del menú estarán cotidianamente bien producidos, sean estos platos fríos o calientes. La decoración del plato y su calidad será impecable desde la cocina hasta llegar a la mesa.

La decoración del local y la debida vestimenta de las mesas enfatizarán la elegancia de los platillos y el cálido servicio que se brinda día a día.



PRODUCTOS, PRESENTACION DEL MENÚ.

Para el estudio de factibilidad de esta tesis se tomó en consideración una carta de menú con platillos vegetarianos de preparación y presentación gourmet. La producción del producto es de forma diaria ya que se pretende ofrecer un plato fresco, de buen estado que demuestre elegancia y buen sabor.

La carta del restaurante es la carta de presentación hacia los clientes, con esto se busca medir la acogida de cada uno de los platos al público vegetariano y el público en general.

Los platos que se establecieron para el menú son los siguientes:

Piqueos o Entradas

- Pizza Vegetariana “Veggi pizza”
- Media Lunas de papa Rellenas
- Taquitos con salsa casera, vegetales asados y guacamole
- Quiche de tomates secos con aceitunas.
- Tarta de cebolla
- Tortillas de mandioca

Ensaladas

- Ensalada de lentejas al tomillo
- Ensalada de "papas mayo".
- Macarrones con salsa de tomate y espárragos verdes
- Fideuá de verduras
- Ensalada de Arroz

Sopas o Cremas

- Crema de verduras con "espaguetis" de zanahoria
- Sopa de hongos
- Minestrone Vegetariano
- Sopa picante de repollo
- Sopa de Cebolla a la Francesa

Platos Fuertes

- Estofado de Verduras al Curry
- Asado de Vegetales con Carne de soya en salsa de pimienta
- Risotto con champiñones
- Menestra típica y Carne de Soya
- El Seco de carne típico (de Soya)

Postres

- Brownie Vegano
- Fresas rellenas de frutas
- Peras caramelizadas en Crepé
- Tarta de Manzana Vegana
- Donuts Veganas

Adicionales

- Salchichitas de Soya
- Puré de Papa
- Guacamole
- Ensalada fresca

PRECIOS

La determinación de los precios es una de las partes más importantes en cuanto la apertura de un restaurante. Este se convierte en un factor decisivo para la motivación de los clientes ya que este influirá en el comportamiento de la demanda.

Para este estudio, se preguntó a través de las encuestas cual es el factor que motiva a una persona visitar un restaurante y los resultados que se obtuvieron demuestran que al menos un 18% considera el precio de los platillos antes de visitar un restaurante.

Tomando en cuenta esta información, se consideró a su vez el promedio de gasto de cada uno de los mercados a que este restaurante apunta, tanto de los vegetarianos y los que visitan restaurantes gourmet.

Por esta razón, se decidió tomar un promedio:

- **Promedio de gasto en restaurantes vegetarianos:** \$21- \$25.
- **Promedio de gasto en restaurantes gourmet:** \$Mayor a \$30.
- **Promedio de precio para restaurante en estudio:** \$25

Los precios del menú para el restaurante que se está estudiando fluctuarían en un promedio de \$25.

Se considerará este valor para los platos fuertes que se ofrecerán a los clientes, sin embargo, los precios para el resto de menú variaran de acorde a su costo de producción.

3.7 ESTUDIO Y ANALISIS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El restaurante vegetariano gourmet ofrecerá platillos a la carta únicamente para personas que visiten el restaurante, con esto se quiere decir que no se ofrecerá servicio a domicilio ya que se previene la calidad de su plato.

Se cree que un servicio a domicilio no guardará la elegancia y presentación del plato gourmet. Sin embargo, de acorde a como el restaurante vegetariano gourmet vaya creciendo se puede considerar una estrategia de servicio a domicilio para sus clientes en el futuro.

Dicho esto, se estipula como canal de distribución directa al tipo de distribución que se utilizará en el restaurante ya que los platos son servidos inmediatamente de la cocina a la mesa del cliente.

3.8 ESTUDIO Y ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION

Ya que hoy en día vivimos en una era dependiente de la tecnología, para comercializar el restaurante no dejaremos esta herramienta atrás.

Se usarán métodos de promoción mediante las redes sociales como los son Facebook y Twitter ya que han demostrados causar efecto en las personas que visitan estas redes.

Se considera a esta forma de publicidad como una herramienta importante de promoción y de bajo costo. A su vez, ocasionalmente se realizarán anuncios en el periódico para más apertura y poder llegar aquellos que no usan equipos electrónicos.

No dejaremos atrás las promociones y descuentos para ciertas festividades o fechas importantes.

3.9 MISION

El restaurante vegetariano gourmet llevará como nombre “**RAICES**”.
Inspirado en su relación con los orígenes del crecimiento de una planta.

Dicho esto, su misión será:

- Proveer un servicio integral y de calidad a los clientes, ofreciendo deliciosos platillos vegetarianos gourmet con una atención personalizada; siendo la excelencia nuestra mejor carta de presentación.

3.10 VISION

- Liderar dentro del grupo de restaurantes vegetarianos gourmet, alcanzar un nivel de satisfacción absoluta en nuestros clientes y continuar mejorando e innovando servicios permanentemente.

3.11 LOGO Y SLOGAN

Raíces utilizará como logo su nombre dibujado conjuntamente con raíces de plantas. Con esta imagen se pretende transferir la idea de que el menú del restaurante está basado en el vegetarianismo.



Como Slogan de Raíces, se usará la frase:

“El placer de la salud y el buen comer”

3.12 Análisis FODA.

Fortalezas:

- Ubicación estratégica; gracias a su localización cercana en uno de los atractivos turísticos como lo es la Iguana de Guayaquil en el centro comercial Aventura Plaza.
- Construcción del establecimiento con materiales que le den un ambiente rustico y relajado.
- Staff especializado.
- Precios económicos en comparación de la competencia y excelente servicio.

Oportunidades:

- Gran afluencia de clientes en el sector que estará ubicado el restaurante.
- Seguridad que transmite el centro comercial donde estará ubicado gracias al cerramiento.
- El apoyo municipal y turístico a las zonas aledañas.

Debilidades:

- Ser empresa nueva en el mercado sin promoción al público.
- Poca experiencia.
- Un Menú diferente y no probando antes en el mercado.
- La gran inversión dedicada al lugar y su efecto en el primer año de crecimiento del restaurante.

Amenazas:

- Los competidores y su experiencia en el mercado ya que existe variedad de restaurantes en la zona.
- Accidentes o huelgas que podrían afectar la afluencia al hostel.
- Afluencia de personas bajo algún tipo de sustancias por las noches.

CAPITULO 4

4.1 ESTUDIO TECNICO

El Estudio técnico se realiza con el fin de alcanzar los objetivos establecidos mediante el uso correcto de tecnologías, materia prima, localización perfecta, entre otros. Este definirá los equipos y maquinarias que se utilizarán y la mano de obra.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

La macrolocalización del presente restaurante es en Ecuador, dentro de la ciudad de Guayaquil, exactamente en el sector norte de la ciudad.

El entorno que rodea este sector es en su mayoría de visitantes de restaurantes y locales de comida, personas habitantes de la zona o estudiantes de universidades cercanas.

Con esta ubicación se busca llegar a las personas de ciudades aledañas como lo son bellavista, Miraflores, Ceibos y Fco. de Orellana, convirtiéndose también en clientes potenciales del restaurante.

MAPA DE LA MACROLOCALIZACIÓN



FIGURA 5

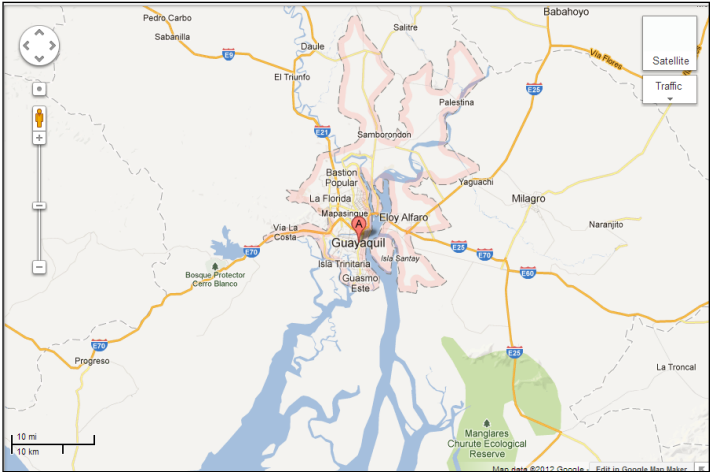


FIGURA 6

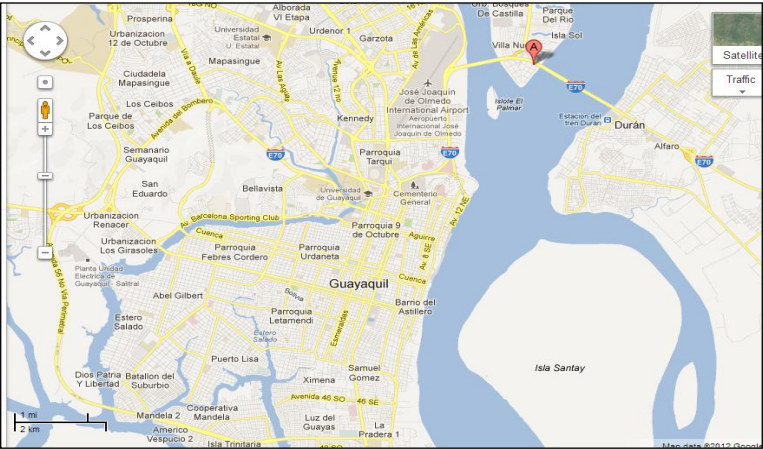


FIGURA 7
FUENTE: GOOGLE EARTH

4.1.2 MICROLOCALIZACION

El restaurante tiene como ubicación geográfica el sector Urdesa de la ciudad de Guayaquil. Esta ubicación se estima es la más óptima debido a su cercanía con la calle Víctor Emilio Estrada conocida por su conglomerado de restaurantes y bares.

Las vías de acceso a este sector están recientemente re-habilitadas, convirtiendo esta área en un lugar de constante tránsito de personas.

La microlocalización para “RAICES”, restaurante vegetariano gourmet, será dentro de las instalaciones del Centro Comercial “Aventura plaza”. Se eligió este establecimiento por la seguridad y facilidad que brinda a las personas que cuentan con negocios dentro de este centro comercial.

Debido a que es un local en alquiler no hay construcción de por medio más que la debida decoración y diseño, a su vez el centro comercial cuenta con la disponibilidad de servicios básicos y de una recolección higiénica de basura y residuos.

El local donde funcionará el restaurante tiene como dimensiones: un Área de 124 metros cuadrados y su ubicación será en la Planta Alta del local 11^a del centro comercial.

Aventura Plaza brinda seguridad a los clientes que lo visitan también, dándoles además la tranquilidad de parqueo gratuito, este detalle beneficiará al restaurante Raíces.

MAPA DE LA MICROLOCALIZACION

Vista Satelital

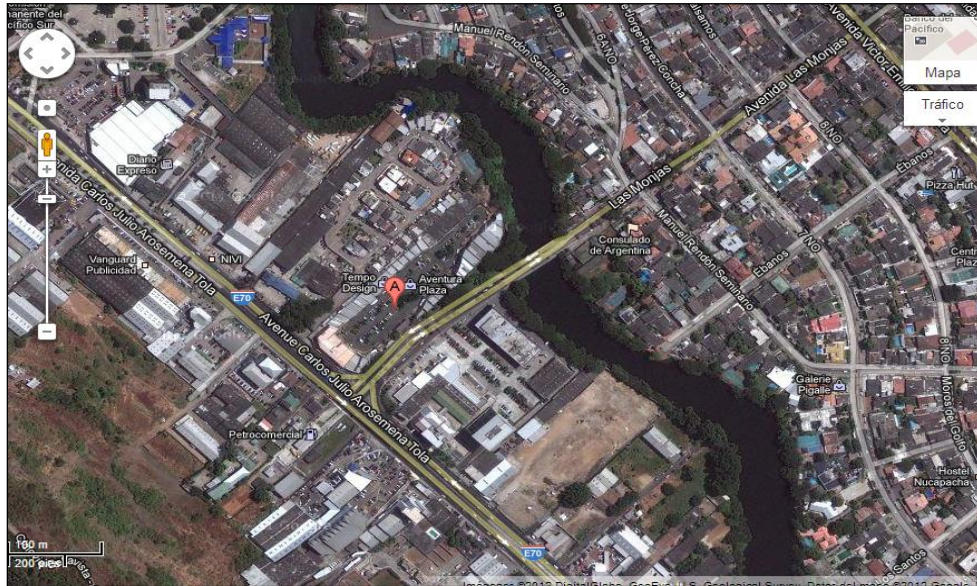


FIGURA 8

Vista en mapa

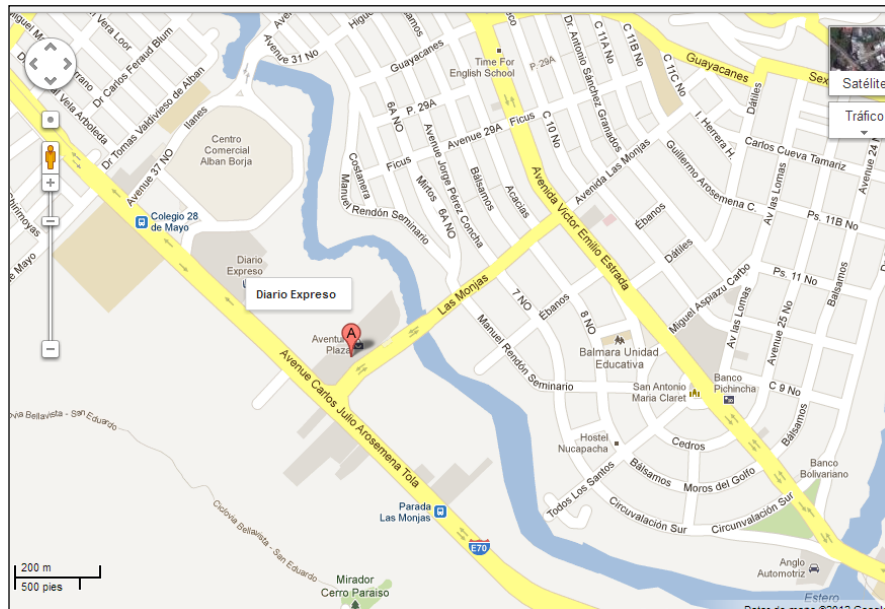


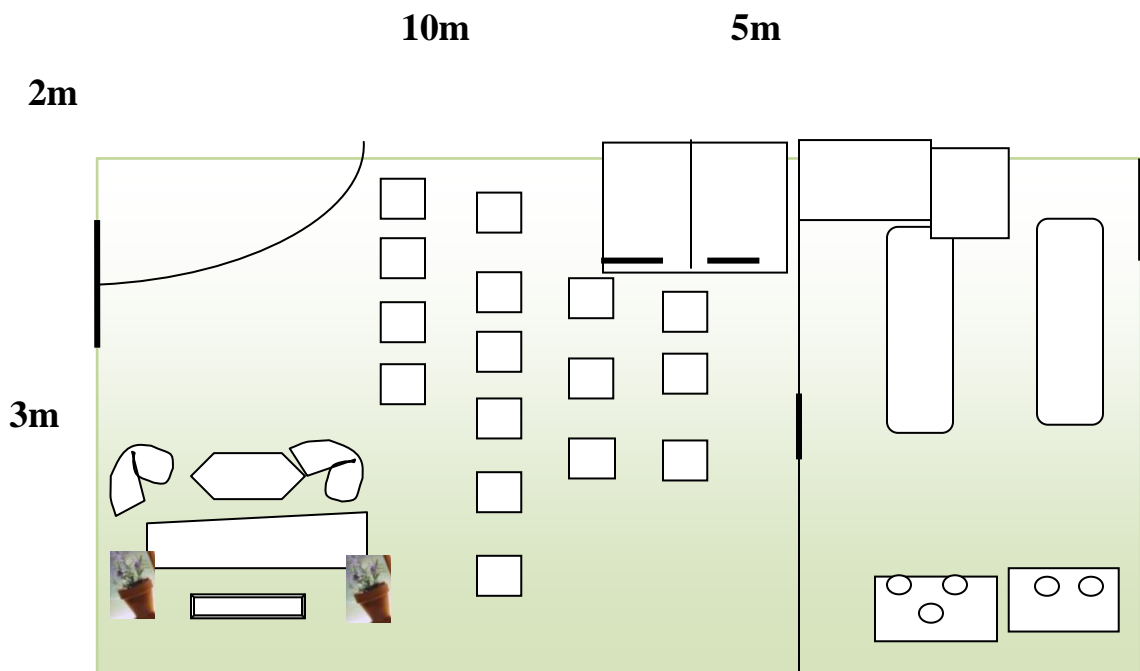
FIGURA 9

FUENTE: GOOGLE EARTH

4.1.3 CAPACIDAD MAXIMA

Como se mencionó anteriormente, el restaurante cuenta con un área de 124 metros cuadrados. Los cuales serán distribuidos en 8m² de ancho y 15m² de largo, donde se situaran: cocina, comedor, baños, lounge y recepción.

A continuación se muestra el diseño correspondiente:



FUENTE: LA AUTORA

Como resultado de la distribución del local, se puede concluir que la capacidad máxima de atención a clientes va a ser de 64 personas.

4.1.4 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

Para el nuevo restaurante en estudio se estableció el diseño con un tipo de decoración rústica. Se recuerda el resultado de las encuestas donde el 46% de las personas encuestadas seleccionaron esta decoración como su predilecta.

Se enfatizar el ambiente rústico se pretende utilizar sillas de mimbre y lámparas de luz tenue para brindar al cliente un entorno relajado y de tranquilidad.

Se ubicaran muebles en el área de recepción que también hará el funcionamiento de sala de estar o “lounge”, donde los clientes podrán esperar a sus invitados. Adicionalmente esta sección contará con plantas y flores que recordarán la inspiración hacia lo vegetariano.

El comedor contará con mesas elegantemente vestidas para de esta manera enfatizar lo gourmet y el excelente servicio que se ofrece.

Cada espacio estará proporcionalmente diseñado para un buen funcionamiento del restaurante. Con este diseño se pretende no causar molestia a los meseros en su proceso de llevar los platillos a la mesa y satisfacer al cliente sus más grandes expectativas.

4.1.5 ADQUISICION DE LA TECNOLOGIA DE PRODUCCIÓN

Para la implementación de este nuevo restaurante se detalla a continuación una lista de los recursos requeridos.

El costo de cada uno de los recursos se lo podrá encontrar en el Anexo de esta tesis.

TABLA 3

RUBRO	CANTIDAD
MANTELERIA	
MANTELES	16
PORTA SERVILLETAS	16
INDIVIDUALES	64
SERVILLETAS	64
CUBERTERIA	
JUEGO DE CUBIERTOS	6
CRISTALERIA	
COPAS DE AGUA	64
VASOS	64
TAZAS	64
JARRAS	10
VAJILLAS	
JUEGO DE VAJILLAS	64
CANASTAS DE PAN	16
SUMINISTROS DE COCINA	
JUEGO DE SARTENES	10
JUEGO DE OLLAS	15
EXPRIMIDOR DE LIMON	2
RAYADOR	2
CUCHARONES	5
ENVASES PLASTICOS	20
TABLAS DE PICAR	4
CEDAZOS	6
JUEGO DE CUCHILLOS	3
MATERIALES DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	
ESCOBA	2
TACHO DE BASURA	3
EXTINTOR	1
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	4
TOALLAS DESECHABLES	2
DISPENSADOR DE JABON	3
PAPEL HIGIENICO	12
JABONES LIQUIDOS	12
FUNDAS PLASTICAS	12
SUMINISTROS DE OFICINA	
PLUMAS	12
GRAPADORA	1
TELEFONO	2
PERFORADORA	1
ROLLOS DE PAPEL (RECIBO)	3

TABLA 4

EQUIPOS Y ENSERES PARA AREA SOCIAL	
RUBRO	CANTIDAD
CUADROS	5
AIRE ACONDICIONADO	2
LUCES DECORATIVAS	3
PLANTAS	6

TABLA 5

EQUIPOS DE CÓMPUTO	
RUBRO	CANTIDAD
COMPUTADORA	1
MAQUINA REGISTRADORA	1
IMPRESORA	1

TABLA 6

EQUIPOS Y ENSERES DE COCINA Y COMEDOR	
RUBRO	CANTIDAD
REFRIGERADORAS	2
COCINAS INDUSTRIALES	2
MICROONDAS	2
BATIDORA	2
LICUADORA	2
HORNOS	1
CONGELADOR	1
TRAMPA DE GRASAS	1

TABLA 7

MOBILIARIO PARA COCINA Y COMEDOR	
RUBRO	CANTIDAD
SILLAS	64
MESAS	16
REPISAS	2
MESAS DE COCINA DE ACERO	2

TABLA 8

MOBILIARIO PARA AREA SOCIAL		
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO
JUEGO DE MUEBLES	1	\$232,00

PERSONAL REQUERIDO

Se enlista a continuación la cantidad necesaria de recurso humano que se integrarán como parte del equipo de trabajo y con su debida función.

1 Chef principal:

- Es la cabeza principal de la cocina y todos sus elementos
- Es el responsable de la receta de preparación y control de ingredientes de cada platillo a preparar.
- Encargado de verificar la higiene en cada momento
- Reporta a gerencia directamente.
- Organiza los horarios de trabajo para sus asistentes.

5 ayudantes de cocina:

- Asciende al lugar del chef en momento de que este falle.
- Encargado de verificar la higiene en todo momento al igual que el chef.
- Encargado de la mayoría de la producción de los platillos.

4 meseros:

- Toma el pedido y sirve los platillos a los clientes.
- Responsable de la atención al cliente y el buen servicio.

1 asistente de limpieza:

- Es el encargado de la limpieza del establecimiento.
- Mantiene listo el local para arrancar el día productivo.
- Reporta a recepción.

1 recepcionista

- La primera imagen hacia el cliente.
- Responsable de filtrar y distribuir los clientes a sus mesas.
- Responsable de la caja registradora.

1 gerente general

- Responsable del establecimiento en general.
- Es la cabeza y jefe del personal.
- Tiene como responsabilidad llevar el control jurídico, económico y social del local.

4.1.6 INGENIERIA DEL PRODUCTO

El funcionamiento idóneo de un restaurante depende en gran medida a la disponibilidad que exista de las materias primas a utilizarse.

Un restaurante vegetariano se rige bajo platillos hechos a base de vegetales, verduras, frutas, soya, entre otros. La facilidad de encontrar este tipo de productos es la que va a concretar la producción del restaurante.

Por tratarse de productos que necesitan estar frescos para ser servidos con calidad, se recomienda la compra diaria de los mismos. Ciertos productos que no perecen con tanta rapidez pueden tener un lapso de compra más apartado.

Los lugares de compra donde se encontraran las principales materias primas y su frecuencia de compra se detallan a continuación:

TABLA 9

FRECUENCIA DE COMPRA	INGREDIENTES	LUGAR DE COMPRA/PROVEEDOR
DIARIA	CARNE DE SOYA	MAYORISTA: PLAZA
	CILANTRO	
	BROCOLI	
	COL	
	LECHUGA	
	ESPINACA	
	PEREJIL	
	ALBAHACA	
	AGUACATE	
	CALABAZA	

TABLA 10

FRECUENCIA DE COMPRA	INGREDIENTES	LUGAR DE COMPRA/PROVEEDOR
SEMANTAL	ACEITE DE OLIVA	MI COMISARIATO
	TOMATE	MAYORISTA: PLAZA
	CEBOLLA	
	PIMIENTOS	
	CHAMPIÑONES	MI COMISARIATO
	ACEITE REGULAR	MI COMISARIATO
	PAPA	MAYORISTA: PLAZA
	ZANAHORIA	
	MAIZ COCIDO	MI COMISARIATO
	RABANO	MAYORISTA: PLAZA
	PEPINO	
	PASTAS	MI COMISARIATO
	AJO	MAYORISTA: PLAZA
	YUCA	MAYORISTA: PLAZA
	VINAGRE	MI COMISARIATO
	YOUGURT	
	TORTILLAS DE MAIZ	
	LIMON	
	HUEVO	
QUESO		
LECHE		

TABLA 11

FRECUENCIA DE COMPRA	INGREDIENTES	LUGAR DE COMPRA/PROVEEDOR
MENSUAL	HARINA	MI COMISARIATO
	LEVADURA	
	SAL	
	PIMIENTA	
	OREGANO	
	MARGARINA	
	HONGOS	
	PASTA DE TOMATE	
	MAYONESA	
	MOSTAZA	
	SALSA DE TOMATE	
	AZUCAR	
	COMINO	
	LENTEJA	
	VINO BLANCO	

4.1.7 NORMATIVA DE LAS MATERIAS PRIMAS

El restaurante utilizará las siguientes normativas para mantener la calidad de la materia prima:

- Se revisará constantemente el estado del producto antes de ser adquirido.
- Mantener la higiene será primordial desde el punto de recolección, almacenamiento hasta la producción del producto.
- Se respetará el recetario e instrucciones de la preparación, para ofrecer un platillo óptimo y mantener la calidad.
- Se controlará la temperatura de conservación adecuada para mantener el buen estado de los alimentos.

4.1.9 TIPO DE SISTEMA DE PRODUCCIÓN

El restaurante vegetariano gourmet como se detalla en el punto anterior, usará materia prima de producción inmediata. Es por esta razón que el sistema de producción será el siguiente:

- Una vez receptados los alimentos de compra diaria, serán distribuidos y correctamente almacenados hasta la llegada de los encargados de cocina..
- De acuerdo a los recetarios, se llevará a cabo la preparación previa de los alimentos para luego ser cocinados.
- Se empieza la preparación de acorde a la llegada de los clientes para salvaguardar la frescura y buen sabor de la comida.

4.1.10 ASPECTOS AMBIENTALES

Hoy en día el impacto ambiental de cualquier tipo de empresa, incluso de acciones humanas, ha llegado a causar un gran interés para mantener un estilo de vida más eco-amigable.

Los cambios climáticos tal vez sean uno de los ejemplos más determinantes de que el cuidar la tierra está en el accionar de cada persona.

Las empresas y grandes organizaciones cumplen con ciertos trabajos ambientales para recompensar el daño que causan con la existencia de sus propias empresas. Esto ayuda a prevenir más daños al planeta y a su vez concientizar a los demás a seguir el ejemplo.

Para el restaurante en estudio de la presente tesis es muy importante el factor climático y ambiental, ya que los productos que se utilizarán como materia prima son de origen vegetal. Es decir, que por ser alimentos que surgen de la agricultura y sembrado se necesita que los sembríos no se vean afectados por desastres naturales o cambios climáticos drásticos que puedan causar sequías, tormentas, fenómenos invernales, etc que puedan comprometer la producción o costos del restaurante. .

La escasez de productos y materia prima para el restaurante, significaría un incremento en los precios al momento de querer adquirirlos. Esto llevaría a provocar un efecto sobre los precios de cada unos de los platos del menú ya que el costo de los mismos se vería alterado.

4.1.11 PLAN DE ACCIÓN AMBIENTAL

El presente estudio tiene como objetivo cumplir al máximo sus deberes ambientales para salvaguardar la vida del planeta y reducir nuestros posibles daños hacia la misma.

Se estima seguir cada uno de los siguientes enunciados:

1. Se ubicaran en el restaurante, tanto en las áreas públicas como el área interna del restaurante, tachos de basura con respectiva división para fines de reciclaje.
2. Se reciclará papel utilizado en administración y recepción en todas las cantidades posibles.
3. Se utilizará en cada uno de los sectores del restaurante focos ahorradores de poco consumo. Se recuerda que el restaurante usará ambiente rustico y luz tenue por lo que se regulará el uso de la luz.
4. Se instalarán en los baños del establecimiento llaves de agua ahorradoras para limitar el uso de agua a los clientes y prevenir que esta sea desperdiciada.
5. Los materiales orgánicos sobrantes de la preparación de los platillos serán entregados como abono a entidades de reciclaje que puedan darle un mejor uso a estos.
6. Junto a los empleados del restaurante se planeará salidas recreativas y de ayuda ambiental como mingas, reforestaciones, etc.



CAPITULO 5

5.1 ESTUDIO FINANCIERO

El siguiente análisis financiero presenta los recursos que se necesitarán económicamente para el normal funcionamiento del restaurante Raíces, también su proyección a 5 años tanto en ingresos para el hostel como sus respectivos egresos.

Para el arranque e inauguración del restaurante, se tendrá un inventario inicial con los siguientes ítems que se requerirán:

- Los suministros varios que incluyen todos los materiales operacionales que se necesitan para el funcionamiento de la cocina y el restaurante.
- Un capital de trabajo de \$10.000 en caso de no lograr ingresos deseados para poder cubrir los gastos del restaurante. Se tomaron en consideración los gastos del primer mes.
- Los Gastos Pre-pagados respectivos a pagos por anticipados como arriendos y publicidades.
- Los Gastos Pre operacionales que abarca pagos municipales, instalaciones eléctricas, etc. previas a la inauguración del restaurante.

Dando como resultado el valor total de \$34.251 a invertir para arrancar este proyecto.

La inversión total se detalla en el siguiente cuadro. **El desglose individual lo puede encontrar en el anexo:**

TABLA 12

RESUMEN INVERSIÓN INICIAL TOTAL	
Estructura de los activos:	
<u>DETALLE DE CUENTAS</u>	VALORES
<u>ACTIVOS CORRIENTES:</u>	
CAJA	\$10.000,00
BANCOS	
INVENTARIOS	\$9.721,00
<u>ACTIVOS FIJOS:</u>	
EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$1.165,00
EQUIPOS Y ENSERES	\$6.755,00
MOBILIARIOS	\$3.598,00
MAQUINARIAS MAYORES	
VEHICULOS	
<u>ACTIVOS DIFERIDOS:</u>	
Gastos prepagados	\$2.000,00
Gastos de preoperación	\$1.200,00
INVERSION INICIAL TOTAL	\$34.439,00

5.1.1 ANALISIS DE DEPRECIACION DE EQUIPOS Y GASTOS

TABLA DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

TABLA 13

CUADRO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES				DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIONES ANUALES				
RUBROS	VALOR DEL BIEN	% VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA UTIL	PRIMER AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPOS DE CÓMPUTO	1.165,00	10%	3	29,13	349,50	349,50	349,50	-	-
EQUIPOS Y ENSERES	6.755,00	10%	10	50,66	607,95	607,95	607,95	607,95	607,95
MOBILIARIOS	3.598,00	10%	10	26,99	323,82	323,82	323,82	323,82	323,82
MAQUINARIAS MAYORES	-	10%	10	-	-	-	-	-	-
VEHICULOS	-	10%	5	-	-	-	-	-	-
SUMA TOTAL DEPRECIACIONES				106,77	1.281,27	1.281,27	1.281,27	931,77	931,77
CUADRO DE AMORTIZACIONES DE GASTOS PREOPERACIONALES				AMORTIZACION MENSUAL	AMORTIZACIONES ANUALES				
RUBROS	VALOR		AÑOS AMORTIZACION	PRIMER AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.200,00		5	20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
SUMA TOTAL AMORTIZACIONES				20,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00

Los equipos a depreciar como se especifican en la tabla superior: serian los equipos y enseres con 10% de depreciación, los equipos de cómputo a usarse en el funcionamiento del negocio con el 10% de depreciación, a su vez los mobiliarios con un 10%. Por último se muestra los gastos operacionales con 5 años de amortización.

Dando un total de depreciación anual de \$1.281,27 y una depreciación mensual total por cada activo de \$106,77

Mientras que las amortizaciones de los gastos pre operacionales dan un valor anual de \$240.00 y mensual de \$20.00

5.1.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL

TABLA 14

BALANCE INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO DE LARGO PLAZO	
CAJA-BANCOS	10.000,00	PRÉSTAMO POR PAGAR	20.663,40
INVENTARIOS	9.721,00	TOTAL PASIVOS	20.663,40
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
EQUIPOS DE CÓMPUTO	1.165,00	CAPITAL SOCIAL	13.775,60
EQUIPOS Y ENSERES	6.755,00	TOTAL PATRIMONIO	13.775,60
MOBILIARIOS	3.598,00		
MAQUINARIAS MAYORES	-		
VEHICULOS	-		
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS PREPAGADOS	\$ 2.000,00		
GASTOS DE PREOPERACIÓN	1.200,00		
TOTAL DE ACTIVOS	34.439,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	34.439,00

La Estructura Capital del restaurante "Raíces" necesita de un total de \$34.439,00 para su debida inauguración y arranque, el cual dicho valor será financiado de la siguiente forma:

\$10,000 del capital de la empresaria a cargo del negocio y la diferencia, es decir, \$20.663,40 será entregado mediante préstamo bancario, dando así el total que se necesita para el restaurante equivalente a \$34.439,00

El préstamo bancario se realizará con una tasa de interés anual del 11%, durante 5 años.

5.1.3 INGRESOS Y EGRESOS

Los Ingresos y egresos del primer año del restaurante están realizados tomando en cuenta los tipos de platillos que se ofrecen; siendo estos los platos fuertes, sopas, postres y las bebidas.

Los ingresos están relacionados con el aproximado esperado de ventas según el mes del año y su respectivo precio, sean estos en días de buena o mala venta.

En cuanto a los gastos del restaurante, se tomó en cuenta los gastos de salarios, vacaciones, aportes patronales, XIII, XIV, gastos de mantenimientos y servicios básicos entre otros.

Las cifras detalladas de ingresos y egresos se los encuentran en el anexo.

Como especifica la tabla de egresos, se ha tomado en cuenta las obligaciones patronales con nuestros respectivos empleados, pagándoles así vacaciones, y decimos.

El restaurante contará un total de 13 empleados en su comienzo, cancelándole un salario de:

TABLA 15

CARGO	CANT. DE PERSONAS	SUELDO BÁSICO MENSUAL
PERSONAL DE PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIFERENCIADA)		
CHEF	1	\$ 600,00
meseros	4	300
cocineros	5	340
Limpieza	1	292
PERSONAL ADMINISTRATIVO		
gerente general	1	\$ 1.000,00
PERSONAL ÁREA DE VENTAS		
repcionista	1	\$ 300,00

5.1.4 PROYECCION A 5 AÑOS

Para las respectivas proyecciones de los ingresos, se consideró un incremento anual de ventas en cantidades del 15%, y un 5% en incremento anual de precios de venta. Dando así un resultado de ingresos por ventas para el quinto año de \$ 232.794,14. En cuanto a los gastos se consideró un 5,3% de inflación como se lo había mencionado en el capítulo de estudio de mercado.

Para los costos de producción del restaurante “raíces” se tomo como porcentaje el 5,3% de inflación también para su proyección a 5 años.

Podrá encontrar su respectiva tabla en el anexo.

5.1.5 TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRESTAMO BANCARIO

Para poder poner en marcha el restaurante en estudio se necesita de un préstamo al banco para alcanzar el valor de nuestra inversión inicial. EL monto por el cual se estima el préstamo bancario es de \$20.663,40 que se lo pagará al banco en un tiempo estimado de 5 años, a una tasa del 11% anual como se detalla en el siguiente cuadro con sus respectivos pagos.

TABLA 16

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO		
Método de amortización Francés de cuota fija		
DATOS DEL CRÉDITO:		
MONTO DEL CRÉDITO	\$	20.663,40
TASA INTERES ANUAL		11%
TASA INTERES MENSUAL		0,917%
PLAZO EN AÑOS	5	AÑOS
PLAZO EN MESES	60	MESES
CUOTA ANUAL	\$	5.590,90
CUOTA MENSUAL	\$	449,27

CUADRO DE AMORTIZACIÓN ANUAL DEL PRESTAMO					
PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	20.663,40	3.317,93	2.272,97	\$ 5.590,90	17.345,47
2	17.345,47	3.682,90	1.908,00	\$ 5.590,90	13.662,57
3	13.662,57	4.088,02	1.502,88	\$ 5.590,90	9.574,55
4	9.574,55	4.537,70	1.053,20	\$ 5.590,90	5.036,85
5	5.036,85	5.036,85	554,05	\$ 5.590,90	0,00

Podrá encontrar la tabla de amortización mensual en el anexo.

5.1. 6 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Resultado de la presente tesis, para los 5 años proyectados considera cada uno de sus gastos como: pagos respectivos a empleados, Servicios de renta interna, utilidades, entre otros. A su vez se agregaron los ingresos totales para dicho cálculo.

El resultado para el primer año deja una utilidad de \$7.703,93 y aumentando cada año posterior.

TABLA 17

A continuación se detallan valores:

RAICES					
PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS ANUAL					
Del 01 enero al 31 de diciembre de cada año					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Totales	\$ 130810,95	\$ 151086,65	\$ 174505,08	\$ 201553,36	\$ 232794,14
(-) Costos	\$ 57024,	\$ 60046,27	\$ 63228,72	\$ 66579,85	\$ 70108,58
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 73786,95	\$ 91040,38	\$ 111276,35	\$ 134973,52	\$ 162685,56
(-) Gastos de Administración	\$ 50345,57	\$ 53125,01	\$ 55860,01	\$ 58390,46	\$ 61423,06
(-) Gastos de Ventas	\$ 9548,59	\$ 10334,86	\$ 11152,29	\$ 12054,86	\$ 13053,54
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 13892,78	\$ 27580,51	\$ 44264,05	\$ 64528,2	\$ 88208,97
(-) Gastos Financieros	\$ 2272,97	\$ 1908,	\$ 1502,88	\$ 1053,2	\$ 554,05
= Utilidad antes de participacion a trabajadores	\$ 11619,81	\$ 25672,5	\$ 42761,17	\$ 63475,	\$ 87654,91
(-) Participación a trabajadores	\$ 1742,97	\$ 3850,88	\$ 6414,17	\$ 9521,25	\$ 13148,24
= Utilidad antes de impuestos	\$ 9876,84	\$ 21821,63	\$ 36346,99	\$ 53953,75	\$ 74506,68
(-) Impuesto a la renta	\$ 2172,9	\$ 4800,76	\$ 7996,34	\$ 11869,82	\$ 16391,47
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 7703,93	\$ 17020,87	\$ 28350,65	\$ 42083,92	\$ 58115,21
COSTOS FIJOS TOTALES (EN \$)	62.167,14				
COSTOS VARIABLES TOTALES	\$ 57024,				
% COSTOS VARIABLE	43,59%				
PUNTO DE EQUILIBRIO	110211,1242				

Podrá encontrar el estado de pérdida y ganancia mensual en el anexo de esta tesis

5.1.7 PROYECCION DEL FLUJO DE CAJA ANUAL

TABLA 18

PROYECCIÓN DEL FLUJO DE CAJA ANUAL						
RUBROS	Inversión Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos Totales		\$ 130.810,95	\$ 151.086,65	\$ 174.505,08	\$ 201.553,36	\$ 232.794,14
(-) Egresos de efectivo		\$ 115.396,90	\$ 125.900,75	\$ 137.371,39	\$ 150.263,91	\$ 164.804,47
costos de operación o costo de operación		\$ 57.024,00	\$ 60.046,27	\$ 63.228,72	\$ 66.579,85	\$ 70.108,58
Gastos de administración		\$ 48.824,30	\$ 51.603,74	\$ 54.338,74	\$ 57.218,69	\$ 60.251,29
Gastos de ventas		\$ 9.548,59	\$ 10.334,86	\$ 11.152,29	\$ 12.054,86	\$ 13.053,54
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 1.742,97	\$ 3.850,88	\$ 6.414,17	\$ 9.521,25
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 2.172,90	\$ 4.800,76	\$ 7.996,34	\$ 11.869,82
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 15.414,05	\$ 25.185,90	\$ 37.133,68	\$ 51.289,45	\$ 67.989,66
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 3.317,93	\$ 3.682,90	\$ 4.088,02	\$ 4.537,70	\$ 5.036,85
Pago de intereses		\$ 2.272,97	\$ 1.908,00	\$ 1.502,88	\$ 1.053,20	\$ 554,05
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		\$ (5.590,90)	\$ (5.590,90)	\$ (5.590,90)	\$ (5.590,90)	\$ (5.590,90)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (34.439,00)	\$ 9.823,15	\$ 19.595,00	\$ 31.542,78	\$ 45.698,55	\$ 62.398,76

EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE DESCUENTO	12% Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones
VAN	\$ 68.618,93 Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente
TIR	60% TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto
B/C	1,992477354 Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	El tiempo de recuperacion seria durante el TERCER año de iniciado el proyecto.
FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO	\$ (24.615,85) \$ (5.020,85) \$ 26.521,93 \$ 72.220,48 \$ 134.619,24

De acuerdo a los resultados del flujo de caja se obtiene un flujo neto para el primer año de \$9.823,15 no siendo la cantidad necesaria para empatar lo invertido para el restaurante. Sin embargo, se logra recuperar lo que se invirtió durante el tercer año de funcionamiento.

5.1.8 BALANCE GENERAL

Una vez realizadas las proyecciones, análisis y los respectivos pagos del restaurante, el balance general queda en buen estado financieramente, demostrando de esta manera la posibilidad de realizar el proyecto del restaurante Raíces.

Podrá encontrar su respectiva tabla en el anexo.

5.1.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite determinar el nivel mínimo de ingresos totales que debe tener el proyecto para cubrir todos los costos. Es decir, el nivel de ingresos donde el proyecto se encuentre en su nivel de equilibrio, donde no represente ganancias ni pérdidas.

$$Punto\ de\ Equilibrio\ en\ Dólares = \frac{Costos\ Fijos\ Totales\ en\ dólares}{(100\% - \% \text{ de costos variables})} = US\$$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES=	$\frac{62.167,14}{56,41\%}$	\$ 110.211,12
---------------------------------	-----------------------------	---------------

El punto de equilibrio del restaurante en estudio es de \$110.211,12, lo que indica que el proyecto tiene estabilidad ya que su ingreso durante el primer año de funcionamiento es de \$130.810,95.

5.1.10 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Se utilizaron como variables para la determinación de escenarios a:

- INCREMENTO ANUAL PRECIOS DE VENTA
- INCREMENTO ANUAL VENTAS EN CANTIDADES
- TASA DE INFLACIÓN

Cuya variación influye a la Variación actual neto y a la Tasa Interna de Retorno.

Análisis optimista: Al incrementar las variables al 10% y al 15% respectivamente se obtiene una TIR del 94% y una VAN de \$ 166.363,81.

Análisis Pesimista: Al disminuir el porcentaje de incremento anual de precios de venta al 2%, el incremento anual de ventas en cantidades al 5% e incrementando la tasa de inflación al 8% para influir en los costos, se obtiene una VAN negativa y una TIR de -1.

5.1.11 ANALISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO

TABLA 19

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ingresos Totales = %	56,41%	60,26%	63,77%	66,97%	69,88%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ingresos Totales = %	5,89%	11,27%	16,25%	20,88%	24,96%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	0,18	0,28	0,31	0,31	0,30
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	0,56	1,24	2,06	3,05	4,22

Interpretación

Margen Bruto

Según los resultados, indican que el para el primer año se obtiene una utilidad por ventas del 56,86% luego de haber cubierto costos de producción y operación, incrementando para el año 5 en un 69,88%

Margen Neto

Según los resultados dejan un 5,89 de porcentaje de ventas después de que todos los gastos han sido deducidos.

Roa

Según los resultados el valor que se generaría por cada dólar invertido en los activos de la empresa para el año 1 sería de \$0,18 y para el año 5 \$4,22.

Roe

Según los resultados el valor que se generaría por cada dólar que inviertan los accionistas para el año 1 sería de \$0,56 y para el año 5 un valor de \$8,89.

CONCLUSIONES

La presente tesis permite concluir:

1. La ciudad de Guayaquil esta lista para un nuevo tipo de establecimiento de comidas.
2. La variable “vegetariano-gourmet” demuestra curiosidad e interés de parte de las personas para probar este tipo de alimentación.
3. A pesar de que hoy en día en la ciudad crece con gran rapidez los establecimientos de comida rápida, se puede observar que lo saludable también está emergiendo.
4. De acuerdo a las investigaciones realizadas para la presente tesis no existen gran cantidad de restaurantes vegetarianos con buena presencia o publicidad notoria.
5. Se puede deducir que implementar un restaurante vegetariano-gourmet con servicio de calidad tendría una buena apertura.

RECOMENDACIONES

Para finalizar, se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda que los empresarios o personas interesadas en implementar locales de comidas vegetarianas realicen un estudio de mercado profundo para de esta forma conocer el comportamiento de los vegetarianos.
2. Se podría trabajar en estudios de promoción y publicidad para que los restaurantes vegetarianos que ya existen en la ciudad puedan unirse para hacer conocer este tipo de comida y sus beneficios. De esta forma crecería la posible demanda.
3. Otra alternativa para satisfacer la demanda insatisfecha es que los propietarios de comidas vegetarianas participen en ferias gastronómicas para así permitir que las personas degusten de este tipo de alimentación y conozcan de sus beneficios y a su vez presentar los platillos con especialidad gourmet para educar al cliente.

ANEXOS

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Con el fin de estudiar la factibilidad para la creación de un restaurante vegetariano gourmet, vemos la necesidad de conocer su punto de vista.

De las siguientes preguntas, favor encerrar la que más se acerca a su preferencia:

GENERO

MASCULINO__

FEMENINO __

Edad

18-30 __

31-40__

41-50__

51-60__

>60__

Ocupación

Estudiante__

Empleador__

Empleado Privado__

Ama de Casa__

Otros__

Indique su nivel de ingreso

Menor a 300_____

301-600_____

601-900_____

901-1200_____

Mayor a 1200_____

Cuando sale a comer, qué tipo de comida prefiere? Encierre su respuesta

Vegetariana (incluye todo tipo de vegetarianismo)

Comida Típica

Comida Internacional

Asado o Parrillada

Comida rápida

Otros

Especifique cuales_____

¿Conoce usted restaurantes vegetarianos en la ciudad de Guayaquil?

SI

NO

Es usted vegetariano? (Si su respuesta es no pase a la pregunta 12)

SI

NO

Que lo motiva a elegir este tipo de alimentación?

Salud_____

Derechos de animales____

Por mal sabor de la carne____

Otros_____

Visita usted restaurantes Vegetarianos? (si su respuesta es no pase a la pregunta 13)

Si_

NO____

Marque los 3 platillos que usted prefiere cuando visita un restaurante vegetariano.

Ensaladas____

Tofu____

Postres sin productos animales_____

Alcachofas____

Pastas____

Cremas y Sopas_____

Platos Fuertes_____

Otros_____

Especifique cuales_____

Cuál es su promedio de gasto cuando visita restaurantes vegetarianos?

Menor a 5_____

5-9_____

10-15_____

16-20_____

20-25_____

Mayor a 25_____

¿En caso de no ser vegetariano, estaría dispuesto a probar este tipo de comida?

SI

NO

Visita usted restaurantes Gourmet? **Si su respuesta es NO pase a la pregunta 16**

Si_

NO___

Marque los 3 platillos que usted prefiere

Ensaladas_____

Piqueos_____

Postres_____

Sopas o Cremas_____

Pastas_____

Platos Fuertes_____

Otros_____

Especifique cuales_____

Cuál es su promedio de gasto cuando visita restaurantes gourmet?

10-15_____

Más de 30_____

16-20 _____
20-25 _____
26-30 _____

Qué factores considera usted más importantes al momento de visitar un restaurante

Marque los 3 más importante.

Parqueo _____
Exclusividad _____
Servicio _____
Precio _____
Sabor _____
Cercanía al hogar _____
Variedad en el menú _____
Ambiente del Restaurante _____

Visitaría usted un restaurante vegetariano gourmet en la ciudad de Guayaquil donde podrá degustar de piqueos, platos fuertes y sopas de manera vegetariana y saludable?
(si su respuesta es **NO**, finalizó la encuesta)

SI

NO

En qué sector de la ciudad preferiría que se ubique el restaurante?

NORTE _____
CENTRO _____
SUR _____
Via la costa _____
Samborondon _____

Si pudieras elegir el diseño de un restaurante, bajo que estilo o tema te gustaría su decoración?

Blanco-Negro _____
Rustico _____
Lujoso-Elegante _____
Campestre _____

MUCHAS GRACIAS!!!

INVERSION EN INVENTARIOS

TABLA 20

INVERSIÓN EN INVENTARIOS POR SUMINISTROS VARIOS			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
MANTELERIA			\$0,00
MANTELES	16	\$30,00	\$480,00
PORTA SERVILLETAS	16	\$1,00	\$16,00
INDIVIDUALES	64	\$2,50	\$160,00
SERVILLETAS	64	\$8,00	\$512,00
CUBERTERIA			\$0,00
JUEGO DE CUBIERTOS	6	\$12,00	\$72,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
CRISTALERIA			\$0,00
COPAS DE AGUA	64	\$20,00	\$1.280,00
VASOS	64	\$15,00	\$960,00
TAZAS	64	\$15,00	\$960,00
JARRAS	10	\$20,00	\$200,00
VAJILLAS			\$0,00
JUEGO DE VAJILLAS	64	\$50,00	\$3.200,00
CANASTAS DE PAN	16	\$5,00	\$80,00
SUMINISTROS DE COCINA			\$0,00
JUEGO DE SARTENES	10	\$30,00	\$300,00
JUEGO DE OLLAS	15	\$25,00	\$375,00
EXPRIMIDOR DE LIMON	2	\$1,00	\$2,00
RAYADOR	2	\$1,00	\$2,00
CUCHARONES	5	\$2,00	\$10,00
ENVASES PLASTICOS	20	\$2,00	40
TABLAS DE PICAR	4	\$ 4,00	\$16,00
CEDAZOS	6	\$12,00	\$72,00
JUEGO DE CUCHILLOS	3	\$25,00	\$75,00
MATERIALES DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO			\$0,00
ESCOBA	2	\$5,00	\$10,00
TACHO DE BASURA	3	\$12,00	\$36,00
EXTINTOR	1	\$100,00	\$100,00
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	4	\$5,00	\$20,00
TOALLAS DESECHABLES	2	\$8,00	\$16,00
DISPENSADOR DE JABON	3	\$8,00	\$24,00
PAPEL HIGIENICO	12	\$25,00	\$300,00
JABONES LIQUIDOS	12	\$20,00	\$240,00
FUNDAS PLASTICAS	12	\$8,00	\$96,00
SUMINISTROS DE OFICINA			\$0,00
PLUMAS	12	\$2,00	\$24,00
GRAPADORA	1	\$2,00	\$2,00
TELEFONO	2	\$18,00	\$36,00
PERFORADORA	1	\$2,00	\$2,00
ROLLOS DE PAPEL (RECIBO)	3	\$1,00	\$3,00
			\$0,00
TOTAL			\$0,00
			\$ 9.721,00

TABLA 21

EQUIPOS Y ENSERES DE COCINA Y COMEDOR			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
REFRIGERADORAS	2	\$610,00	\$1.220,00
COCINAS INDUSTRIALES	2	\$850,00	\$1.700,00
MICROONDAS	2	\$200,00	\$400,00
BATIDORA	2	\$50,00	\$100,00
LICUADORA	2	\$40,00	\$80,00
HORNOS	1	\$650,00	\$650,00
CONGELADOR	1	\$890,00	\$890,00
TRAMPA DE GRASAS	1	\$80,00	\$80,00
TOTAL			\$5.120,00

TABLA 22

EQUIPOS DE CÓMPUTO			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
COMPUTADORA	1	\$900,00	\$900,00
MAQUINA REGISTRADORA	1	\$210,00	\$210,00
IMPRESORA	1	\$55,00	\$55,00
			\$0,00
TOTAL			\$1.165,00

TABLA 23

EQUIPOS Y ENSERES PARA AREA SOCIAL			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNIDAD	C. TOTAL
CUADROS	5	\$35,00	\$175,00
AIRE ACONDICIONADO	2	\$580,00	\$1.160,00
LUCES DECORATIVAS	3	\$20,00	\$60,00
PLANTAS	6	\$40,00	\$240,00
TOTAL			\$1.635,00

TABLA 24

MOBILIARIO PARA COCINA Y COMEDOR			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
SILLAS	64	\$24,00	\$1.536,00
MESAS	16	\$45,00	\$720,00
REPISAS	2	\$150,00	\$300,00
MESAS DE COCINA DE ACERO	2	\$405,00	\$810,00
TOTAL			\$3.366,00

TABLA 25

INVERSIÓN EN GASTOS PREPAGADOS			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
ARRIENDOS PAGADOS POR ANTICIPADO	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
PUBLICIDAD PAGADA POR ADELANTADA	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 2.000,00

TABLA 26

MOBILIARIO PARA AREA SOCIAL			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
JUEGO DE MUEBLES	1	\$232,00	\$232,00
			\$0,00
			\$0,00
			\$0,00
TOTAL			\$232,00

TABLA 27

INVERSIÓN EN GASTOS DE PRE OPERACIÓN			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
GASTOS DE INSTALACIONES ELECTRICAS	1		200
GASTOS DE DISEÑO DE MARCA			700
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN			\$ 300,00
TOTAL			\$ 1.200,00

Estimado de Ventas
TABLA 28

PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11
platos fuertes	200	150	150	350	300	150	398	300	200	550	123
sopas	150	100	50	190	54	200	200	450	349	345	456
postres	190	100	45	75	80	150	244	200	150	445	290
piques	100	55	50	100	78	160	400	345	453	235	677
gaseosas	200	430	240	320	235	377	239	200	230	301	400
jugos naturales	100	148	200	240	120	329	300	100	145	145	189

Precio promedio estimado por producto.....	
PRODUCTO	Precio
platos fuertes	25,00
sopas	5,20
postres	2,25
piques	4,50
gaseosas	2,00
jugos naturales	1,3

PROYECCION DE INGRESOS

TABLA 29

PROYECCIÓN MENSUAL DE INGRESOS											
PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11
Platos fuertes	5.000,00	3.750,00	3.750,00	8.750,00	7.500,00	3.750,00	9.950,00	7.500,00	5.000,00	13.750,00	3.075,00
sopas	780,00	520,00	260,00	988,00	280,80	1.040,00	1.040,00	2.340,00	1.814,80	1.794,00	2.371,20
postres	427,50	225,00	101,25	168,75	180,00	337,50	549,00	450,00	337,50	1.001,25	652,50
piquesos	450,00	247,50	225,00	450,00	351,00	720,00	1.800,00	1.552,50	2.038,50	1.057,50	3.046,50
gaseosas	400	860	480	640	470	754	478	400	460	602	800
jugos naturales	130	192,4	260	312	156	427,7	390	130	188,5	188,5	245,7
TOTAL DE INGRESOS POR ME	7.187,50	5.794,90	5.076,25	11.308,75	8.937,80	7.029,20	14.207,00	12.372,50	9.839,30	18.393,25	10.190,90

INCREMENTO ANUAL VENTAS EN CANTIDADES	10%
INCREMENTO ANUAL PRECIOS DE VENTA	5%

TABLA 30

PROYECCIÓN ANUAL PRECIOS Y CANTIDADES					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
platos fuertes	3415	3757	4132	4545	5000
sopas	3111	3422	3764	4141	4555
postres	2509	2760	3036	3339	3673
piquesos	3042	3346	3681	4049	4454
gaseosas	3516	3868	4254	4680	5148
jugos naturales	2225	2448	2692	2961	3258
Precio 1	\$ 25,0	\$ 26,25	\$ 27,56	\$ 28,94	\$ 30,39
Precio 2	\$ 5,20	\$ 5,46	\$ 5,73	\$ 6,02	\$ 6,32
Precio 3	\$ 2,250	\$ 2,36	\$ 2,48	\$ 2,6	\$ 2,73
Precio 4	\$ 4,50	\$ 4,73	\$ 4,96	\$ 5,21	\$ 5,47
precio 5	\$ 2,0	\$ 2,1	\$ 2,21	\$ 2,32	\$ 2,43
precio 6	\$ 1,30	\$ 1,37	\$ 1,43	\$ 1,5	\$ 1,58

TABLA 31

PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
platos fuertes	\$ 85.375,00	\$ 98.608,13	\$ 113.892,38	\$ 131.545,70	\$ 151.935,29
sopas	\$ 16.177,20	\$ 18.684,67	\$ 21.580,79	\$ 24.925,81	\$ 28.789,31
postres	\$ 5.645,25	\$ 6.520,26	\$ 7.530,90	\$ 8.698,19	\$ 10.046,42
piqueos	\$ 13.689,00	\$ 15.810,80	\$ 18.261,47	\$ 21.092,00	\$ 24.361,26
gaseosas	\$ 7.032,00	\$ 8.121,96	\$ 9.380,86	\$ 10.834,90	\$ 12.514,31
jugos naturales	\$ 2.892,50	\$ 3.340,84	\$ 3.858,67	\$ 4.456,76	\$ 5.147,56
TOTAL DE INGRESOS POR AÑO	\$ 130.810,95	\$ 151.086,65	\$ 174.505,08	\$ 201.553,36	\$ 232.794,14

**PROYECCION DE GASTOS
TABLA 32**

PROYECCIÓN MENSUAL DEL PRIMER AÑO DE GASTOS GENERALES											
DESCRIPCION	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 4941,91	\$ 4137,61	\$ 4052,61	\$ 4052,61	\$ 4137,61	\$ 4337,61	\$ 4052,61	\$ 4052,61	\$ 4137,61	\$ 4137,61	\$ 4052,61
Sueldos y Beneficios personal administrativo	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83	\$ 1270,83
Uniformes	\$ 500,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
Servicios Basicos	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00
Renta del local (sólo si es necesario rentar)	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00	\$ 1500,00
Suministros de Oficina	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Servicios de imprenta	\$ 85,00	\$ 85,00	\$,00	\$,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$,00	\$,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$,00
Materiales de Limpieza	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Decoración		\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$ 200,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
Seguros	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00
Gastos en Transporte	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Impuesto (1,5 X MIL)	\$ 4,30	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
Patentes y permisos	\$ 300,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77	\$ 106,77
Amortización	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
.....		\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 1151,49	\$ 1089,55	\$ 678,23	\$ 576,4	\$ 539,05	\$ 508,99	\$ 862,04	\$ 593,15	\$ 553,25	\$ 887,98	\$ 558,79
Sueldos y Beneficios personal área de ventas	\$ 398	\$ 398,28	\$ 398,28	\$ 398,28	\$ 398,28	\$ 398,28	\$ 398,28	\$ 398,28	\$ 398,28	\$ 398,28	\$ 398,28
comisiones por tarjeta de credito	\$ 113	\$ 91	\$ 80	\$ 178	\$ 141	\$ 111	\$ 224	\$ 195	\$ 155	\$ 290	\$ 161
Uniformes	\$ 40,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$ 40,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
Publicidad y promoción	\$ 600	\$ 600,00	\$ 200,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$ 200,00	\$,00	\$,00	\$ 200,00	\$,00
.....		\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41
Gastos de intereses sobre el prestamo	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41
TOTAL GASTOS GENERALES	6282,81	5416,57	4920,25	4818,42	4866,07	5036,01	5104,06	4835,17	4880,27	5215,00	4800,81

PROYECCIÓN ANUAL DE GASTOS GENERALES					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 50345,57	\$ 53125,01	\$ 55860,01	\$ 58390,46	\$ 61423,06
Sueldos y Beneficios personal administrativo	\$ 15250,00	\$ 16250,00	\$ 17111,25	\$ 18018,15	\$ 18973,11
Uniformes	\$ 500,00	\$ 526,50	\$ 554,40	\$ 583,79	\$ 614,73
Servicios Basicos	\$ 2280,00	\$ 2400,84	\$ 2528,08	\$ 2662,07	\$ 2803,16
Renta del local (sólo si es necesario rentar)	\$ 18000,00	\$ 18954,00	\$ 19958,56	\$ 21016,37	\$ 22130,23
Suministros de Oficina	\$ 900,00	\$ 947,70	\$ 997,93	\$ 1050,82	\$ 1106,51
Servicios de imprenta	\$ 510,00	\$ 537,03	\$ 565,49	\$ 595,46	\$ 627,02
Materiales de Limpieza	\$ 600,00	\$ 631,80	\$ 665,29	\$ 700,55	\$ 737,67
Decoración	\$ 400,00	\$ 421,20	\$ 443,52	\$ 467,03	\$ 491,78
Seguros	\$ 4080,00	\$ 4296,24	\$ 4523,94	\$ 4763,71	\$ 5016,19
Gastos en Transporte	\$ 6000,00	\$ 6318,00	\$ 6652,85	\$ 7005,46	\$ 7376,74
Impuesto (1,5 X MIL)	\$ 4,30	\$ 4,53	\$ 4,77	\$ 5,03	\$ 5,29
Patentes y permisos	\$ 300,00	\$ 315,90	\$ 332,64	\$ 350,27	\$ 368,84
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 1281,27	\$ 1281,27	\$ 1281,27	\$ 931,77	\$ 931,77
Amortización	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
.....	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 9548,59	\$ 10334,86	\$ 11152,29	\$ 12054,86	\$ 13053,54
Sueldos y Beneficios personal área de ventas	\$ 4779,40	\$ 5079,40	\$ 5348,61	\$ 5632,08	\$ 5930,58
comisiones tarjeta de credito	\$ 2289,19	\$ 2644,02	\$ 3053,84	\$ 3527,18	\$ 4073,90
Uniformes	\$ 80,00	\$ 84,24	\$ 88,70	\$ 93,41	\$ 98,36
Publicidad y promoción	\$ 2400,00	\$ 2527,20	\$ 2661,14	\$ 2802,18	\$ 2950,70
.....	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2272,97	\$ 1908,	\$ 1502,88	\$ 1053,2	\$ 554,05
Gastos de intereses sobre el prestamo	\$ 2272,97	\$ 1908,	\$ 1502,88	\$ 1053,2	\$ 554,05
TOTAL GASTOS GENERALES	62167,14	65367,87	68515,19	71498,52	75030,65

CÁLCULO DE REMUNERACIONES			Sueldo y Beneficios anuales								
CARGO	CANT. DE PERSONAS	SUELDO BÁSICO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	FONDO DE RESERVA	Costo Total (USD\$) Mensual	Costo Total (USD\$) Primer Año	Costo Total (USD\$) Segundo Año
PERSONAL DE PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)											
CHEF	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 292,00	\$ 300,00	\$ 874,80	\$ 600,00	\$ 772,23	\$ 9.266,80	\$ 9.866,80
meseros	4	300	\$ 3.600,00	\$ 300,00	\$ 292,00	\$ 150,00	\$ 437,40	\$ 300,00	\$ 398,28	\$ 4.779,40	\$ 5.079,40
cocineros	5	340	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 292,00	\$ 170,00	\$ 495,72	\$ 340,00	\$ 448,14	\$ 5.377,72	\$ 5.717,72
Limpieza	1	292	\$ 3.504,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 425,74	\$ 292,00	\$ 388,31	\$ 4.659,74	\$ 4.951,74
PERSONAL ADMINISTRATIVO											
gerente general	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 292,00	\$ 500,00	\$ 1.458,00	\$ 1.000,00	\$ 1.270,83	\$ 15.250,00	\$ 16.250,00
PERSONAL ÁREA DE VENTAS											
repcionista	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 300,00	\$ 292,00	\$ 150,00	\$ 437,40	\$ 300,00	\$ 398,28	\$ 4.779,40	\$ 5.079,40
COSTO TOTAL ANUAL									\$ 3.676,09	\$ 44.113,06	\$ 46.945,06

TABLA 34

PROYECCION ANUAL DEL COSTO DE PRODUCCION						
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Materia Prima	\$ 11.520,00	\$ 12.130,56	\$ 12.773,48	\$ 13.450,47	\$ 14.163,35	
Vegetales	\$ 2.400,00	\$ 2.527,20	\$ 2.661,14	\$ 2.802,18	\$ 2.950,70	
Frutas	\$ 1.800,00	\$ 1.895,40	\$ 1.995,86	\$ 2.101,64	\$ 2.213,02	
Conservas	\$ 2.400,00	\$ 2.527,20	\$ 2.661,14	\$ 2.802,18	\$ 2.950,70	
Enlatados	\$ 1.800,00	\$ 1.895,40	\$ 1.995,86	\$ 2.101,64	\$ 2.213,02	
Productos Varios	\$ 3.120,00	\$ 3.285,36	\$ 3.459,48	\$ 3.642,84	\$ 3.835,91	
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Mano de obra						
Directa	\$ 45.504,00	\$ 47.915,71	\$ 50.455,24	\$ 53.129,37	\$ 55.945,23	
chef	\$ 7.200,00	\$ 7.581,60	\$ 7.983,42	\$ 8.406,55	\$ 8.852,09	
Mesero	\$ 14.400,00	\$ 15.163,20	\$ 15.966,85	\$ 16.813,09	\$ 17.704,19	
cocineros	\$ 20.400,00	\$ 21.481,20	\$ 22.619,70	\$ 23.818,55	\$ 25.080,93	
limpieza	\$ 3.504,00	\$ 3.689,71	\$ 3.885,27	\$ 4.091,19	\$ 4.308,02	
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL	\$ 57.024,00	\$ 60.046,27	\$ 63.228,72	\$ 66.579,85	\$ 70.108,58	

TABLA DE AMORTIZACION MENSUAL DEL PRESTAMO
TABLA 35

CUADRO DE AMORTIZACIÓN MENSUAL DEL PRESTAMO

PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	20.663,40	259,86	189,41	\$ 449,27	20.403,54
2	20.403,54	262,24	187,03	\$ 449,27	20.141,30
3	20.141,30	264,64	184,63	\$ 449,27	19.876,66
4	19.876,66	267,07	182,20	\$ 449,27	19.609,59
5	19.609,59	269,52	179,75	\$ 449,27	19.340,07
6	19.340,07	271,99	177,28	\$ 449,27	19.068,08
7	19.068,08	274,48	174,79	\$ 449,27	18.793,60
8	18.793,60	277,00	172,27	\$ 449,27	18.516,60
9	18.516,60	279,54	169,74	\$ 449,27	18.237,07
10	18.237,07	282,10	167,17	\$ 449,27	17.954,97
11	17.954,97	284,69	164,59	\$ 449,27	17.670,28
12	17.670,28	287,29	161,98	\$ 449,27	17.382,99
13	17.382,99	289,93	159,34	\$ 449,27	17.093,06
14	17.093,06	292,59	156,69	\$ 449,27	16.800,47
15	16.800,47	295,27	154,00	\$ 449,27	16.505,20
16	16.505,20	297,97	151,30	\$ 449,27	16.207,23
17	16.207,23	300,71	148,57	\$ 449,27	15.906,52

18	15.906,52	303,46	145,81	\$ 449,27	15.603,06
19	15.603,06	306,24	143,03	\$ 449,27	15.296,82
20	15.296,82	309,05	140,22	\$ 449,27	14.987,77
21	14.987,77	311,88	137,39	\$ 449,27	14.675,88
22	14.675,88	314,74	134,53	\$ 449,27	14.361,14
23	14.361,14	317,63	131,64	\$ 449,27	14.043,51
24	14.043,51	320,54	128,73	\$ 449,27	13.722,97
25	13.722,97	323,48	125,79	\$ 449,27	13.399,49
26	13.399,49	326,44	122,83	\$ 449,27	13.073,05
27	13.073,05	329,44	119,84	\$ 449,27	12.743,61
28	12.743,61	332,46	116,82	\$ 449,27	12.411,15
29	12.411,15	335,50	113,77	\$ 449,27	12.075,65
30	12.075,65	338,58	110,69	\$ 449,27	11.737,07
31	11.737,07	341,68	107,59	\$ 449,27	11.395,39
32	11.395,39	344,81	104,46	\$ 449,27	11.050,57
33	11.050,57	347,98	101,30	\$ 449,27	10.702,60
34	10.702,60	351,17	98,11	\$ 449,27	10.351,43
35	10.351,43	354,38	94,89	\$ 449,27	9.997,05
36	9.997,05	357,63	91,64	\$ 449,27	9.639,42
37	9.639,42	360,91	88,36	\$ 449,27	9.278,51
38	9.278,51	364,22	85,05	\$ 449,27	8.914,29
39	8.914,29	367,56	81,71	\$ 449,27	8.546,73
40	8.546,73	370,93	78,35	\$ 449,27	8.175,80
41	8.175,80	374,33	74,94	\$ 449,27	7.801,47
42	7.801,47	377,76	71,51	\$ 449,27	7.423,71

43	7.423,71	381,22	68,05	\$ 449,27	7.042,49
44	7.042,49	384,72	64,56	\$ 449,27	6.657,78
45	6.657,78	388,24	61,03	\$ 449,27	6.269,53
46	6.269,53	391,80	57,47	\$ 449,27	5.877,73
47	5.877,73	395,39	53,88	\$ 449,27	5.482,34
48	5.482,34	399,02	50,25	\$ 449,27	5.083,32
49	5.083,32	402,68	46,60	\$ 449,27	4.680,65
50	4.680,65	406,37	42,91	\$ 449,27	4.274,28
51	4.274,28	410,09	39,18	\$ 449,27	3.864,19
52	3.864,19	413,85	35,42	\$ 449,27	3.450,34
53	3.450,34	417,64	31,63	\$ 449,27	3.032,69
54	3.032,69	421,47	27,80	\$ 449,27	2.611,22
55	2.611,22	425,34	23,94	\$ 449,27	2.185,88
56	2.185,88	429,24	20,04	\$ 449,27	1.756,65
57	1.756,65	433,17	16,10	\$ 449,27	1.323,48
58	1.323,48	437,14	12,13	\$ 449,27	886,34
59	886,34	441,15	8,12	\$ 449,27	445,19
60	445,19	445,19	4,08	\$ 449,27	0,00

TABLA 36
ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIA MENSUAL

RAICES							
PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL DEL PRIMER AÑO							
RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
Ingresos Totales	\$ 7187,5	\$ 5794,9	\$ 5076,25	\$ 11308,75	\$ 8937,8	\$ 7029,2	\$ 14207,
(-) Costos	\$ 4752,	\$ 4752,	\$ 4752,	\$ 4752,	\$ 4752,	\$ 4752,	\$ 4752,
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 2435,5	\$ 1042,9	\$ 324,25	\$ 6556,75	\$ 4185,8	\$ 2277,2	\$ 9455,
(-) Gastos de Administración	\$ 4941,91	\$ 4137,61	\$ 4052,61	\$ 4052,61	\$ 4137,61	\$ 4337,61	\$ 4052,61
(-) Gastos de Ventas	\$ 1151,49	\$ 1089,55	\$ 678,23	\$ 576,4	\$ 539,05	\$ 508,99	\$ 862,04
(=) Utilidad antes de impuestos e intereses	-\$ 3657,9	-\$ 4184,26	-\$ 4406,59	\$ 1927,75	-\$ 490,86	-\$ 2569,4	\$ 4540,35
(-) Gastos Financieros	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41	\$ 189,41
= Utilidad antes de participacion a trabajadores	-\$ 3847,31	-\$ 4373,67	-\$ 4596,	\$ 1738,33	-\$ 680,27	-\$ 2758,81	\$ 4350,94
(-) Participación a trabajadores	\$,	\$,	\$,	\$ 260,75	\$,	\$,	\$ 652,64
= Utilidad antes de impuestos	-\$ 3847,31	-\$ 4373,67	-\$ 4596,	\$ 1477,58	-\$ 680,27	-\$ 2758,81	\$ 3698,3
(-) Impuesto a la renta	\$,	\$,	\$,	\$ 325,07	\$,	\$,	\$ 813,63
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	-\$ 3847,31	-\$ 4373,67	-\$ 4596,	\$ 1152,52	-\$ 680,27	-\$ 2758,81	\$ 2884,67

TABLA 37
BALANCE GENERAL

RAICES					
BALANCE GENERAL					
al 31 de diciembre de cada año					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES					
CAJA-BANCOS	\$ 19823,15	\$ 39418,15	\$ 70960,93	\$ 116659,48	\$ 179058,24
INVENTARIOS	\$ 9721,	\$ 9721,	\$ 9721,	\$ 9721,	\$ 9721,
Total Activos Corrientes	\$ 29544,15	\$ 49139,15	\$ 80681,93	\$ 126380,48	\$ 188779,24
ACTIVOS FIJOS					
EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$ 1165,	\$ 1165,	\$ 1165,	\$ 1165,	\$ 1165,
EQUIPOS Y ENSERES	\$ 6755,	\$ 6755,	\$ 6755,	\$ 6755,	\$ 6755,
MOBILIARIOS	\$ 3598,	\$ 3598,	\$ 3598,	\$ 3598,	\$ 3598,
MAQUINARIAS MAYORES	\$,	\$,	\$,	\$,	\$,
VEHICULOS	\$,	\$,	\$,	\$,	\$,
(-) Depreciación Acumulada	-\$ 1281,27	-\$ 2562,54	-\$ 3843,81	-\$ 4775,58	-\$ 5707,35
Total Activos Fijos	\$ 10236,73	\$ 8955,46	\$ 7674,19	\$ 6742,42	\$ 5810,65
ACTIVOS DIFERIDOS					
GASTOS PREPAGADOS	\$ 2000,	\$ 2000,	\$ 2000,	\$ 2000,	\$ 2000,
GASTOS DE PREOPERACIÓN	\$ 1200	\$ 1200	\$ 1200	\$ 1200	\$ 1200
(-) Amortización Acumulada	-\$ 240,	-\$ 480,	-\$ 720,	-\$ 960,	-\$ 1200,
Total Activos Diferidos	\$ 2960,	\$ 2720,	\$ 2480,	\$ 2240,	\$ 2000,
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 42740,88	\$ 60814,61	\$ 90836,12	\$ 135362,9	\$ 196589,89
PASIVOS					
PASIVOS CORRIENTES					
Participacion a trabajadores por pagar	\$ 1742,97	\$ 3850,88	\$ 6414,17	\$ 9521,25	\$ 13148,24
Impuesto a la renta por pagar	\$ 2172,9	\$ 4800,76	\$ 7996,34	\$ 11869,82	\$ 16391,47
Total Pasivos Corrientes	\$ 3915,88	\$ 8651,63	\$ 14410,51	\$ 21391,07	\$ 29539,71
PASIVOS DE LARGO PLAZO					
Prestamo bancario	\$ 17345,47	\$ 13662,57	\$ 9574,55	\$ 5036,85	\$,
Total Pasivos de largo plazo	\$ 17345,47	\$ 13662,57	\$ 9574,55	\$ 5036,85	\$,
TOTAL DE PASIVOS	\$ 21261,35	\$ 22314,2	\$ 23985,06	\$ 26427,92	\$ 29539,71
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 13775,6	\$ 13775,6	\$ 13775,6	\$ 13775,6	\$ 13775,6
Utilidad del Ejercicio	\$ 7703,93	\$ 17020,87	\$ 28350,65	\$ 42083,92	\$ 58115,21
Utilidades Retenidas	\$,	\$ 7703,93	\$ 24724,8	\$ 53075,46	\$ 95159,38
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 21479,53	\$ 38500,4	\$ 66851,06	\$ 108934,98	\$ 167050,19
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 42740,88	\$ 60814,61	\$ 90836,12	\$ 135362,9	\$ 196589,89
	\$,	\$,	\$,	\$,	\$,

BIBLIOGRAFIA Y OTRAS REFERENCIAS

Abascal. E (2005, pag 14) Analisis de Encuestas:
http://books.google.com.ec/books?id=qFczOOiwRSgC&pg=PA14&lpg=PA14&dq=oncep-to+de+encuestas&source=bl&ots=ezZAL8U4Qd&sig=4PWrlZnXsvMn8yA6SraGRPbvo8w&hl=en&sa=X&ei=N9BGUJi6KYPu9ASgz4HoDQ&redir_esc=y#v=onepage&q=concepto%20de%20encuestas&f=false

Castro, J (2005, pag 82) La investigación del entorno natural, Observación directa:
http://books.google.com.ec/books?id=OJHB5GMX49IC&pg=PA82&lpg=PA82&dq=observacion+directa&source=bl&ots=v1xsakws53&sig=UyZ5EqXEZKf9sYGsRZUwUtkfBTg&hl=en&sa=X&ei=HqlGUPT6FI-I9QTWi4HADQ&redir_esc=y#v=onepage&q=observacion%20directa&f=false

Club Planeta- cocina. *Tipos de Vegetarianismo*, clubplaneta.com:
http://www.clubplaneta.com.mx/cocina/tipos_de_vegetarianos.htm

Cooper, B (2005, pag 10) *Como iniciar y administrar un Restaurante*:
http://books.google.com.ec/books?id=EAB1IkM2gDIC&pg=PA9&lpg=PA9&dq=definicion+gourmet&source=bl&ots=I-jSM47nrY&sig=Fmr8wXBWTzZtCZ-cpxpTmhByEA4&hl=en&sa=X&ei=Rg5IUIz5EIr68QSc8YGQCg&redir_esc=y#v=onepage&q=definicion%20gourmet&f=false

De Ugarriza, S (pag 156), *Terminología comercial agropecuaria*, Editorial EUCA-SA/BTU:
http://books.google.com.ec/books?id=a9BuV1CEz3IC&pg=PA156&lpg=PA156&dq=significado+gourmet&source=bl&ots=bBl6k5ogtN&sig=WjkU0Z8SBnT8rXqKYCHblnmHI-RI&hl=en&sa=X&ei=Bg9IUNyfKozW8gSHoICIAw&redir_esc=y#v=onepage&q=significado%20gourmet&f=false

El aderezo.hola.com, Turismo gastronómico, Ciudades Gourmet.
<http://eladerezo.hola.com/turismo-gastronomico/ciudades-gourmet-del-mundo.html>

Fracica N, German. (1988,pag 36) Modelo de simulación en muestreo.

Gomez, M Marcelo (2006, pag 111), *Muestra no Probabilistica, Metodologia de la investigación científica.*

<http://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA111&dq=muestra+investigacion&hl=en&sa=X&ei=cSqTULmDO4Po9ATak4D4BA&ved=0CC8Q6AEwAg#v=onepage&q=muestra%20investigacion&f=false>

Gómez. N (2011-15-09) Vegetarianos, una minoría que crece. *Diario Expreso*:<http://www.semana.ec/ediciones/2011/09/25/actualidad/actualidad/vegetarianos-una-minoria-que-crece/>

Igualdadanimal.org. Activismo animal, Veganismo:
<http://www.igualdadanimal.org/veganismo>

Ildefonso, E (2009, pag 31) Fundamentos y técnicas de la investigación comercial.
http://books.google.com.ec/books?id=weE5d_DNAUsC&pg=PA31&dq=objetivos+de+una+investigacion&hl=en&sa=X&ei=e3yeUJ3xKYT28gTgvYCACA&ved=0CCkQ6AEwAA#v=onepage&q=objetivos%20de%20una%20investigacion&f=false

Jany, E. Jose Nicolas (1994, p48) Investigación Integral de Mercados.

PETA.com, All About Peta: <http://www.peta.org/about/learn-about-peta/default.aspx>

Petalatino.com, Campañas, “Únete a la red activista de Peta”
<http://www.petalatino.com/cmp/index-intl.asp>

Petalatino.com, sea vegetariano, Conozca su carne:
<http://www.petalatino.com/feat/vsk/animals.asp>

Petalatino.com, ser vegetariano, como hacer la transición:
<http://www.petalatino.com/feat/vsk/transition.asp>

Physicians Committee for Responsible Medicine (2008) Haztevegetariano.com, Beneficios para la salud.
http://www.haztevegetariano.com/p/551/beneficios_para_la_salud

Sabaté, J (2005, pag 6) Nutrición vegetariana.
http://books.google.com.ec/books?id=aqytoY_NGPOC&lpg=PA29&hl=es&pg=PA29#v=onepage&q&f=false

Sitio Oficial de Turismo. *Qué hacer?- Gastronomía en Guayaquil*, VisitaGuayaquil.com: <http://www.visitaguayaquil.com/-que-hacer/gastronomia-de-guayaquil>.