



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**Estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo
vegetariano en la ciudad de Guayaquil**

AUTORES:

**Cárdenas Meza, Kevin Adrián
Scippa Wong, Mario Moisés**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERO COMERCIAL**

TUTORA:

Ing. Valdiviezo Valenzuela Patricia Luciana, Mgs

Guayaquil, Ecuador

14 de Septiembre del 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Cárdenas Meza, Kevin Adrián y Scippa Wong, Mario Moisés**, como requerimiento para la obtención del Título de **INGENIERO COMERCIAL**

TUTORA

Ing. Valdiviezo Valenzuela Patricia Luciana, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs.

Guayaquil, al 14 del mes de Septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Cárdenas Meza, Kevin Adrián y**
Scippa Wong, Mario Moisés

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Título de **Estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo vegetariano en la ciudad de Guayaquil**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, al 14 del mes de Septiembre del año 2017

LOS AUTORES

Cárdenas Meza, Kevin Adrián

Scippa Wong, Mario Moisés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Cárdenas Meza, Kevin Adrián y**
Scippa Wong, Mario Moisés

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo vegetariano en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, al 14 del mes de Septiembre del año 2017

LOS AUTORES

Cárdenas Meza, Kevin Adrián

Scippa Wong, Mario Moisés

Reporte URKUND

The screenshot displays the URKUND web application interface. The browser tabs include 'URKUND - Log in', 'Inicio - URKUND', and 'D30324190 - Trabajo de...'. The address bar shows the URL: <https://secure.arkund.com/view/29933398-218716-535753#q1bKLvayijbQMdQxAijHSMTHSMLHSPWB2l4sz0vMy0zOTEvORUJSsDPQMDSxNzQwMzEwMgY...>

The main content area is divided into two sections:

- Documento:** Trabajo de titulación-Cardenas - Scippa.doc (D30324190)
- Presentado:** 2017-08-31 23:58 (-05:00)
- Presentado por:** patricia luciana valdiviezo (pvaldi@espol.edu.ec)
- Recibido:** patricia.valdiviezo.ucsg@analysis.arkund.com
- Mensaje:** [004] [Mostrar el mensaje completo](#)
1% de estas 40 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

The right sidebar, titled 'Lista de fuentes', contains a table of sources:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos/156-servicio-de-prevencion-contra-incendios#02
	RENTERIA LUCAS Catalina Francisca_UTELVT - 2016.pdf
	http://www.guayaquil.gob.ec/obtener-tasa-habilitacion
	http://www.vrg.org/environment/water_brochure_spanish.php
	http://www.bekiasalud.com/articulos/4-diferencias-veganos-vegetarianos/
	http://www.edalimentaria.com/frutas-hortalizas-frutos-secos-composicion-propiedades
	https://www.ironcrowns.com/articulos/perder-peso/2015/11/tipos-fruta-propiedades-1849/
	http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC

The bottom of the interface features a navigation bar with icons for home, search, and other functions, along with a status bar showing '0 Advertencias', 'Reiniciar', 'Exportar', and 'Compartir'.

Ing. Valdiviezo Valenzuela Patricia Luciana, Mgs

Cárdenas Meza Kevin Adrián

Scippa Wong Mario Moisés

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por guiar mis pasos, regalarme la fortaleza y sabiduría para la realización de este proyecto, por siempre demostrarme que con dedicación y superación todo se puede lograr.

A mis padres por ser mi motivación y mis ganas de valorar el esfuerzo que hicieron por mí a lo largo de mi carrera.

Así mismo aprovecho para agradecer a los docentes y tutores por la enseñanza y la oportunidad que me han dado para desenvolverme y aplicar lo aprendido.

Tantas personas que han formado parte de mi carrera profesional por las cuales siento gratitud por los consejos y apoyo en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado.

Kevin Adrián Cárdenas Meza

AGRADECIMIENTO

La dedicación y la paciencia con la que cada día se preocupaban mis padres por mi avance y desarrollo de esta tesis, es simplemente único y se refleja en la vida de un hijo.

Gracias a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ellos por cada día confiar en mí y en mis expectativas.

Gracias a dios por la vida de mis padres y mis hermanos, también porque cada día bendice mi vida con la hermosa oportunidad de estar y disfrutar al lado de las personas que me aman.

Gracias a la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas que me apoyaron y creyeron en la realización de esta tesis.

Mario Moisés Scippa Wong

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios, la biblia nos dice “No temas porque yo estoy contigo: No desmayes, porque Yo Soy tu Dios que te esfuerzo: Siempre te Ayudaré, he aquí yo estaré contigo, todos los días hasta el fin del mundo” JOSUE 1:9. Aquellas palabras me han dado la fuerza necesaria para realizar esta tesis a pesar de adversidades personales que se han presentado durante todo el proyecto.

A mis padres, por su constancia y educación siendo mi pilar en el transcurso de mi vida depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mi capacidad e inteligencia. A mi madre que, aunque físicamente ya no esté conmigo, me acompaña y me alienta como ejemplo de mujer y emprendedora.

Por ellos estoy aquí. Los amo con mi vida.

Kevin Adrián Cárdenas Meza

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación y esfuerzo se lo dedico a Dios y a mis padres, que son las personas que me enseñaron a alcanzar y cumplir cada uno de mis objetivos depositando toda su confianza en mí para que no exista ningún obstáculo e impedimento para mi trabajo, y así cumplir una de mi metas.

A mis hermanos y toda mi familia, por su confianza y apoyo en todo momento, siendo para mí un pilar fundamental a lo largo de mi vida y de este proyecto, logrando así cumplir una meta más en mi vida.

Mario Moisés Scippa Wong



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Patricia Luciana Valdiviezo Valenzuela, Mgs
TUTORA

Ing. Esther Georgina Balladares Calderón, Mgs.
DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Freddy Ronald Camacho Villagómez
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CALIFICACIÓN

Guayaquil, 1 de Septiembre de 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE A-2017

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniera Valdiviezo Valenzuela Patricia Luciana, Docente de la Carrera de Administración, designada TUTORA del proyecto de grado de **Cárdenas Meza Kevin Adrián**, cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado “**Estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo vegetariano en la ciudad de Guayaquil**” por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2017 a mi cargo, en la que me encuentro designada y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE CATERING TIPO VEGETARIANO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL** somos la Tutora **Ing. Valdiviezo Valenzuela Patricia Luciana** y el Sr. **Cárdenas Meza Kevin Adrián** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10 Diez sobre Diez.**

Atentamente,

ING. VALDIVIEZO VALENZUELA PATRICIA LUCIANA
PROFESORA TUTORA-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CALIFICACIÓN

Guayaquil, 1 de Septiembre de 2017.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE A-2017

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniera Valdiviezo Valenzuela Patricia Luciana, Docente de la Carrera de Administración, designada TUTORA del proyecto de grado de **Scippa Wong Mario Moisés**, cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado “**Estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo vegetariano en la ciudad de Guayaquil**” por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2017 a mi cargo, en la que me encuentro designada y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE CATERING TIPO VEGETARIANO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL** somos la Tutora **Ing. Valdiviezo Valenzuela Patricia Luciana** y el Sr. **Scippa Wong Mario Moisés** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10 Diez sobre Diez.**

Atentamente,

ING. VALDIVIEZO VALENZUELA PATRICIA LUCIANA
PROFESORA TUTORA-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	14
JUSTIFICACIÓN.....	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
OBJETIVOS.....	18
OBJETIVO GENERAL	18
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
PROPOSICIÓN DEL PROYECTO.....	19
ALCANCE	19
DELIMITACIÓN	19
DELIMITACIÓN TEMPORAL	19
DELIMITACIÓN ESPACIAL	19
LIMITACIÓN	19
CAPÍTULO I.....	21
1.1 MARCO TEÓRICO.....	21
1.2 MARCO CONCEPTUAL.....	27
1.3 MARCO REFERENCIAL	31
1.3.1 UNIÓN VEGETARIANA ESPAÑOLA.....	31
1.3.2 REVISTA CHILENA DE NUTRICIÓN	32
1.3.3 SHRI GANESHA.....	33
1.3.4 MR WANGO HO	33
1.3.5 MR QUEEN	34

1.3.6 DIET ZONE.....	34
1.4 MARCO LEGAL	34
CAPÍTULO 2 ESTUDIO DE MERCADO	42
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	42
2.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	43
2.3 ENFOQUE MIXTO	43
2.3.1 ENFOQUE CUANTITATIVO.....	43
2.3.2 ENFOQUE CUALITATIVO.....	43
2.4 POBLACIÓN	44
2.5 MUESTRA.....	44
2.6 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	46
2.6.1 ENCUESTAS.....	46
2.6.2 REGISTRO DE DATOS.....	46
2.6.3 DOCUMENTOS.....	46
2.6.4 ENTREVISTAS.....	47
2.7 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	47
2.8 MERCADO OBJETIVO	55
2.9 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	56
2.10 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	57
2.11 LOGO DE LA EMPRESA	58
2.11.2 SIMBOLOGÍA DEL ISOLOGO.....	58
2.12 MISIÓN.....	59

2.13 VISIÓN	59
2.14 OBJETIVOS DEL NEGOCIO	59
2.15 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	59
2.15.1 ORGANIGRAMA.....	59
2.16 ESTRATEGIA DE MARKETING	63
2.17 COMPETENCIA DIRECTA	63
2.18 COMPETENCIA INDIRECTA.....	64
2.19 LAS 5 FUERZAS DE PORTER	64
2.20 MATRIZ BCG	65
CAPÍTULO 3: PROPUESTA.....	67
3.1 ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES PRIMARIAS (CADENA DE VALOR).....	67
3.2 PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO	67
3.3 PLANIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS A LARGO PLAZO PARA LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	70
3.4 ESTRATEGIAS CORPORATIVAS.....	70
3.4.1 MARKETING MIX	70
3.5 ESTRATEGIA FUNCIONAL.....	76
3.6 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN	80
3.7 NORMATIVA PARA LOS EMPLEADOS.....	80
3.8 NORMATIVA DE PROVEEDORES	81
3.9 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	81
CAPÍTULO IV: FINANCIAMIENTO	84

4.1 INVERSIÓN INICIAL	84
4.2 RECETAS	88
4.3 VENTAS	99
4.3.1 VENTAS POR CATERING	100
4.4 COSTOS DE PRODUCCIÓN	101
4.5 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	111
4.6 GASTOS DE VENTAS	112
4.7 GASTOS FINANCIEROS	113
4.8 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL.....	114
4.9 ANÁLISIS DEL INVERSIONISTA.....	115
4.9.1 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.....	115
4.9.2 INDICADORES FINANCIEROS DEL INVERSIONISTA.....	116
4.10 ANÁLISIS DEL PROYECTO	117
4.10.1 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	117
4.10.2 INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO.....	118
4.10.3 TMAR y VAN	118
4.10.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	119
4.11 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	120
4.11.1 ESCENARIO OPTIMISTA	120
4.11. 2 ESCENARIO PESIMISTA.....	122
CONCLUSIONES	123
RECOMENDACIONES.....	124

BIBLIOGRAFÍA.....	125
APÉNDICE.....	130

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Tipos de alimentación vegetariana.</i>	22
Tabla 2. <i>Clasificación de los vegetales.</i>	29
Tabla 3. <i>FODA.</i>	62
Tabla 4. <i>Estrategia funcional de Gerencia.</i>	76
Tabla 5. <i>Estrategia funcional del departamento de logística.</i>	77
Tabla 6. <i>Estrategia funcional departamento de ventas.</i>	78
Tabla 7. <i>Estrategia funcional departamento de producción.</i>	79
Tabla 8. <i>Inversión inicial.</i>	84
Tabla 9. <i>Inversión inicial otras áreas.</i>	85
Tabla 10. <i>Inversión área administrativa.</i>	86
Tabla 11. <i>Gastos pre operacionales.</i>	86
Tabla 12. <i>Capital de trabajo.</i>	87
Tabla 13. <i>Total Inversión Inicial.</i>	87
Tabla 14. <i>Guatita Vegana.</i>	88
Tabla 15. <i>Ensalada de Garbanzo.</i>	88
Tabla 16. <i>Paté de Aguacate con tostada integral.</i>	89
Tabla 17. <i>Croquetas de Mijo.</i>	89
Tabla 18. <i>Albondigas a la berenjena.</i>	90
Tabla 19. <i>Calabacitas.</i>	90
Tabla 20. <i>Fajitas.</i>	91
Tabla 21. <i>Hamburguesa Veggie.</i>	91

Tabla 22. <i>Sopa Borsch.</i>	92
Tabla 23. <i>Sopa de zanahoria.</i>	92
Tabla 24. <i>Arroz de quinua.</i>	93
Tabla 25. <i>Ensalada de frutas.</i>	93
Tabla 26. <i>Demanda de postres.</i>	94
Tabla 27. <i>Servidas del postre.</i>	94
Tabla 28. <i>Demanda de entradas.</i>	95
Tabla 29. <i>Servida de entradas.</i>	95
Tabla 30. <i>Demanda de sopas.</i>	96
Tabla 31. <i>Servida de sopas.</i>	96
Tabla 32. <i>Demanda de platos fuertes.</i>	97
Tabla 33. <i>Servida de platos fuertes.</i>	97
Tabla 34. <i>Costo de bebidas.</i>	98
Tabla 35. <i>Servidas en platos por mes.</i>	99
Tabla 36. <i>Ventas del restaurante.</i>	100
Tabla 37. <i>Ventas por catering.</i>	101
Tabla 38. <i>Costos de producción de entradas.</i>	102
Tabla 39. <i>Costos de producción de sopas.</i>	103
Tabla 40. <i>Costos de producción de platos fuertes.</i>	104
Tabla 41. <i>Costos de producción de postres.</i>	105
Tabla 42. <i>Costos de producción de bebidas.</i>	106
Tabla 43. <i>Mano de obra directa.</i>	108

Tabla 44. <i>Costos indirectos de fabricación.</i>	108
Tabla 45. <i>Costos indirectos de fabricación totales.</i>	109
Tabla 46. <i>Costos de producción total.</i>	109
Tabla 47. <i>Costo unitario.</i>	110
Tabla 48. <i>Sueldos y salarios.</i>	111
Tabla 49. <i>Otros gastos administrativos.</i>	111
Tabla 50. <i>Total gastos administrativos.</i>	112
Tabla 51. <i>Publicidad.</i>	112
Tabla 52. <i>Gastos de ventas.</i>	112
Tabla 53. <i>Capital para inversión.</i>	113
Tabla 54. <i>Condiciones de crédito.</i>	113
Tabla 55. <i>Gastos financieros.</i>	114
Tabla 56. <i>Estado de resultados.</i>	114
Tabla 57. <i>Flujo de caja del inversionista.</i>	115
Tabla 58. <i>Indicadores financieros.</i>	116
Tabla 59. <i>Indicadores financieros.</i>	116
Tabla 60. <i>Flujo de caja del proyecto.</i>	117
Tabla 61. <i>Indicadores financieros.</i>	118
Tabla 62. <i>TMAR y VAN.</i>	118
Tabla 63. <i>Punto de equilibrio.</i>	119
Tabla 64. <i>Estado de resultados del escenario optimista.</i>	121
Tabla 65. <i>Indicadores financieros del escenario optimista.</i>	121

Tabla 66. <i>Estado de resultados del escenario pesimista</i>	122
Tabla 69. <i>Indicadores financieros escenario pesimista</i>	122
Tabla 68. <i>Clasificación de los vegetales</i>	130

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Mortalidad prematura por todas las causas (2011).....	16
<i>Figura 2.</i> Consumo de frutas.....	24
<i>Figura 3.</i> Consumo de verduras.....	25
<i>Figura 4.</i> Consumo de frutos secos	25
<i>Figura 5.</i> Pirámide alimenticia vegetariana	31
<i>Figura 6.</i> Edad	47
<i>Figura 7.</i> Estado civil.....	47
<i>Figura 8.</i> Residencia en la ciudad de Guayaquil.....	48
<i>Figura 9.</i> consumo de carne	48
<i>Figura 10.</i> Frecuencia del consumo de carne	49
<i>Figura 11.</i> Beneficios de la reducción del consumo de carnes	49
<i>Figura 12.</i> Conocimiento sobre comida vegetariana.....	50
<i>Figura 13.</i> Regímenes alimenticios.....	50
<i>Figura 14.</i> Consumo de vegetales y frutas	51
<i>Figura 15.</i> Creación de un negocio de catering	51
<i>Figura 16.</i> Contenido del almuerzo	52
<i>Figura 17.</i> Comunicación	52
<i>Figura 18.</i> Recepción del pedido	53
<i>Figura 19.</i> Ubicación	53
<i>Figura 20.</i> Valor motorizado.....	54
<i>Figura 21.</i> Días de atención.....	54

<i>Figura 22.</i> Horario de atención.....	55
<i>Figura 23.</i> Isologo	58
<i>Figura 24.</i> Simbología del Isologo.....	58
<i>Figura 25.</i> Organigrama	61
<i>Figura 26.</i> Matriz Boston Consulting Group	65
<i>Figura 27.</i> Proceso de prestación de servicios	68
<i>Figura 28.</i> Proceso de catering	69
<i>Figura 29.</i> Ensalada.....	71
<i>Figura 30.</i> Arroz con champiñones	71
<i>Figura 31.</i> Té de menta.....	72
<i>Figura 32.</i> Ensalada de frutas	72
<i>Figura 33.</i> Ubicación del negocio.....	73
<i>Figura 34.</i> Promociones de paquetes	74
<i>Figura 35.</i> Promociones para cumpleaños	74
<i>Figura 36.</i> Envases	75
<i>Figura 37.</i> Platos.....	75
<i>Figura 38.</i> Cubiertos	76
<i>Figura 39.</i> VAN vs TMAR.....	119
<i>Figura 40.</i> Punto de equilibrio	120

RESUMEN

Los ecuatorianos se adaptan constantemente a cambios que la sociedad impone, desde tecnología hasta formas de alimentación. Hoy en día, con el fin de evitar enfermedades cardiovasculares e incrementar los años de vida, muchos adoptan regímenes alimenticios beneficios para su salud. Entre ellos se encuentra la alimentación vegetariana, independientemente del mito, no es costosa ni requiere sacrificios; simplemente consiste en suspender el consumo de carnes y en regímenes como el vegano, cualquier derivado de animales. Por tal motivo, este proyecto propone la implementación de un restaurante vegetariano con servicio de catering para la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2018-2023. El proyecto es factible, ya que con una proyección de cinco años la inversión se recupera a los 2 años 11 meses, el valor actual neto es 62.406,43 dólares, la tasa interna de retorno es del 30,55 por ciento y la relación costo beneficio es 2,00 dólares.

Palabras clave: ALIMENTACIÓN, CATERING, IMPLEMENTACIÓN, RESTAURANTE, VEGETARIANO

INTRODUCCIÓN

Todas las personas tienen hábitos alimenticios, ya sean buenos o malos, que han sido adquiridos a lo largo de sus vidas y que determinan su buena o mala alimentación; y cuyo cambio depende de cada individuo. En la actualidad, los consumidores vegetarianos están realizando un gran aporte a la ciudad en cuanto a la prevención de enfermedades mortales que son causadas por la falta de conciencia con respecto a su alimentación (Ortega & Suárez, 2015).

Después de un estudio realizado por Springmann, se ha demostrado que si todos los habitantes de mundo fueran vegetarianos; en el 2050 habría una reducción de la mortalidad mundial del 10% al 6%. Debido a que una dieta vegetariana reduce las enfermedades coronarias, accidentes cerebrovasculares, obesidad y ciertos tipos de cáncer como el de colon (Redacción, 2016).

En Ecuador, desde hace varios años la cultura vegetariana se ha posicionado. En 2004, Emmeline Manzur decidió adoptar este estilo de vida y con ello apoyar las asociaciones PETA y Animal Rescue Network; y dirigir a la RED vegana en Guayaquil. Esta cultura vegetariana se ha expandido gracias al uso de redes sociales que mantienen a los usuarios informados e incitan a unirse a este régimen alimenticio beneficiosos para todos (El Telégrafo, 2014).

Este proyecto presenta un negocio que ofrezca comida vegetariana a través de un servicio tipo catering a los habitantes del norte de la ciudad de Guayaquil; esta modalidad de servicio no sólo entregará los productos al cliente final, ya sea en el local comercial o en eventos sino que también se brindará asesoría acerca de las dietas y tipos de alimentos que deben consumir para tener un estilo de vida vegetariano y mejorar sus hábitos alimenticios.

Esta investigación está dividida en cuatro partes, en el primer capítulo se definirán las teorías que darán sustento al proyecto. En el segundo capítulo,

se establecerá la ubicación estratégica donde se localizará el negocio y se realizará un estudio de mercado; en el tercero, se determinarán los servicios que permitirán satisfacer las necesidades de los clientes; y en el cuarto y último capítulo se analizará la viabilidad financiera del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto ayudará a las personas veganas y a quienes van a beneficiarse de este tipo de alimentos en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, ya que una alimentación vegetariana no sólo beneficia a los clientes sino a la sociedad en general. Durante los años 70, se realizaron investigaciones y se demostró que las dietas con un bajo contenido graso previenen enfermedades cardiovasculares así como las grasas vegetales reducen la presión arterial (Enbuenasmanos.com, 2017).

Ámbito nutricional

Los alimentos provenientes del reino vegetal mejoran la salud del organismo porque todos los minerales, vitaminas, aminoácidos y nutrientes que necesita el cuerpo están presentes en las frutas y vegetales. Además, este negocio no solo venderá productos vegetarianos sino que contará con nutricionistas que proporcionarán asesoría sobre una dieta vegetariana a los clientes.

Ámbito económico

Los platos que contienen vegetales y frutas además de aportar nutrientes, son mucho más económicos de preparar; ya que el precio de frutas y vegetales en los mercados es más barato que aquel de las carnes. Por otro lado, al mantener una alimentación rica en vegetales se produce un mejor funcionamiento del organismo, y por esta razón se evitaría el pago de citas médicas producto de enfermedades (Yague, 2006).

Ámbito ecológico

La industria que consume mayores cantidades de agua es la del ganado, por dicho motivo, un incremento en el cultivo de vegetales evitaría la contaminación del agua por parte de las actividades del sector primario y secundario (VRg, 2017). Con este proyecto se pretende crear conciencia entre los habitantes de Guayaquil para reducir el consumo de carnes que no solo perjudican a su organismo sino contaminan el ambiente.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según datos publicados por Eroski Consumer, desde el año 1980 las enfermedades cardiovasculares se han duplicado; “uno de cada diez adultos de la población mundial en el 2008 era considerada obesa, tomando en mayor medida a mujeres que a hombres, esto supone un aproximado de 205 millones de hombres y 97 millones de mujeres con obesidad” (Galarza, 2013). Se puede observar, que en el año 2011 las enfermedades cardiovasculares representan alrededor del 20% de las causas de mortalidad prematura entre hombres y mujeres (30 a 69 años).

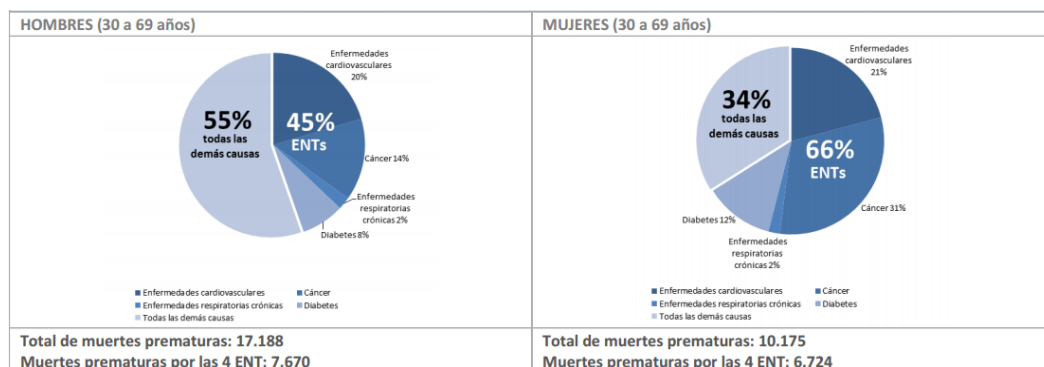


Figura 1 Mortalidad prematura por todas las causas (2011)

Nota: Los hombres de (30 a 69 años) tienen muertes prematuras provocadas en un 45% por enfermedades que no son transmisibles. Por otro lado, el 66% de las mujeres mueren por este tipo de enfermedades representando un mayor porcentaje las enfermedades cardiovasculares. Adaptado de Organización Panamericana de la Salud. (2013). Organización Panamericana de la Salud. Obtenido de <http://www.paho.org/per/images/stories/DyE/IB2013.pdf>

En la actualidad, se pueden observar severos problemas alimenticios en la sociedad guayaquileña debido a un desmedido incremento en las empresas de comida chatarra y a la falta de información nutricional; ya que muchas veces puede resultar costoso contratar a un profesional que los asesore acerca de sus hábitos alimenticios y les proporcione una dieta que mejore su estilo de vida (El Universo, 2014).

Rafael Correa, ex presidente del Ecuador, menciona que las personas no están muriendo por falta de comida sino por una mala alimentación, ya que hay demasiada grasa en los alimentos que consumen. “Uno de cada tres niños en edad escolar y dos de cada diez adolescentes ecuatorianos padecen de sobrepeso u obesidad, según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2011-2013.” Además, informa que entre 1986 y 2012 en Ecuador el sobrepeso aumentó en 104%. Por otro lado, no se apoya a la producción nacional porque la mayoría de las personas consumen productos de grandes marcas de Estados Unidos como McDonald’s o Burger King a quienes se les envía un royalty por cada hamburguesa (El Universo, 2014).

De acuerdo a un informe de Pulso Ecuador “los ecuatorianos gastaron aproximadamente \$ 48,27 millones en comida rápida al mes, \$ 17 millones en Quito y \$ 13 millones en Guayaquil.” Se ha producido un incremento en el consumo de este tipo de comida debido al marketing de las empresas y al acelerado ritmo de vida donde los consumidores quieren todo en el instante pero no necesariamente por un menor costo (Redacción Economía, 2014).

Otro problema que provoca la industria del ganado es la escasez, ya que son los mayores usuarios de agua potable. Cada año, existen más de 10 mil millones de animales que son criados para ser convertidos en comida en los Estados Unidos, ocasionando un gran desperdicio de agua; ya que no solo se utiliza para su alimentación sino para la producción de productos cárnicos en donde se emplean más litros de agua que en el cultivo de cereales y vegetales (VRg, 2017).

A través de un estudio realizado por la Agencia Internacional para la investigación del cáncer se encontró que la carne procesada podría causar

principalmente cáncer en el recto y colon así como de páncreas y próstata. Además, al menos, 34.000 personas mueren con cáncer cada año debido al consumo descontrolado de carne procesada. A pesar que el riesgo de tener cáncer por consumir carne es bajo, su probabilidad aumenta debido a la cantidad de carne que se consuma (CNN, 2015).

Por otro lado, en un estudio realizado por Livestock's Long Shadow se demuestra que los vehículos no son los mayores productores de gases de efecto de invernadero sino "la cría de ganado que representa el 18% de todos los equivalentes de dióxido de carbono. Entre el metano, amoníaco y óxido nitroso, la situación está realmente calentando a nivel mundial" (VRg, 2017).

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la factibilidad de un negocio de catering que ofrezca productos vegetarianos y asistencia nutricional a los consumidores del norte de la ciudad de Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir teorías y conceptos de la cultura vegetariana y cuál es su tendencia
- Realizar el estudio de mercado
- Analizar la propuesta de un restaurante vegetariano tipo catering
- Evaluar la viabilidad financiera del proyecto

PROPOSICIÓN DEL PROYECTO

¿Al implementar un negocio de catering de comida vegetariana se logra satisfacer las necesidades de los consumidores vegetarianos del norte de Guayaquil?

ALCANCE

Este proyecto está dirigido a las personas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil que sean vegetarianos o deseen llevar una dieta saludable, programado para ponerse en marcha durante el periodo 2018.

DELIMITACIÓN

DELIMITACIÓN TEMPORAL

El estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo vegetariano en la ciudad de Guayaquil se llevará a cabo durante un periodo de 5 meses, a partir de la asignación de un tutor para el proyecto. Además, se ha recopilado información publicada durante los últimos años.

DELIMITACIÓN ESPACIAL

El estudio de este proyecto se basará en aquellos habitantes de la provincia del Guayas que forman parte de la población económicamente activa y que podrían adquirir los productos ya sea en el establecimiento ubicado en la ciudad de Guayaquil o a domicilio través de un pedido.

LIMITACIÓN

Al tratarse de un tema nuevo para el mercado ecuatoriano, la falta de información publicada por instituciones públicas o privadas puede convertirse en una amenaza para la investigación. Además, la falta de datos estadísticos acerca de la cantidad de habitantes ya sea en la ciudad de Guayaquil o en la provincia del Guayas que consumen productos

vegetarianos o tienen un régimen alimenticio vegetariano. También, los datos que se obtengan serán válidos durante determinado periodo de tiempo por lo tanto no podrían ser empleados para futuras investigaciones a largo plazo.

CAPÍTULO I

1.1 MARCO TEÓRICO

Existen múltiples razones que llevan a las personas a adoptar una dieta tan rígida como ser vegetariano o frugívoro, pero la principal y que une a ambos estilos de vida; es que consideran que deben cuidarse todos los recursos naturales. En cuanto a los veganos, consideran que es doloroso e inhumano explotar el mundo animal o cualquier derivado del mismo; por esta razón rechazan aquellos alimentos que tienen su origen como: leche, yogurt, huevos, miel, entre otros. Por otro lado, los frugívoros respetan las plantas y por eso consumen frutas o los derivados de las plantas muertas (Zago & Ghonna, 2012).

El vegetarianismo es “el régimen alimenticio que se basa exclusivamente en el consumo de vegetales y otras sustancias de origen vegetal.” Quienes son completamente vegetarianos no sólo dejan de comer carne sino que tampoco consumen leche, huevos o sus derivados. Sin embargo, hay quienes no tienen una dieta vegetariana rígida y se alimentan de los derivados del huevo, leche, entre otros (LaFond, 2006).

Además, la alimentación vegetariana incluye alimentos vegetales como legumbres, cereales, tubérculos, hortalizas, verduras, frutas, frutos secos, semillas, etc. Los alimentos de origen animal y sus derivados se excluyen pero “en ciertos casos, se aceptan: los productos lácteos, los huevos, la carne de aves o el pescado, de aquí derivan las distintas modalidades vegetarianas que se describen a continuación” (Farran, Illan, & Padró, 2015).

De acuerdo a (Garni, 2017) “El vegetarianismo lucha contra el consumismo donde los animales son simples bienes de consumo (alimentos) insertados en una cadena de producción.” Los vegetarianos piensan que a consumir animales hay un retroceso, se está negando la razón humana. Es

un estilo de vida que implica acostumbrarse a vivir sanamente dejando a un lado la crianza carnívora que nos han dado en nuestras familias.

Existen diversos tipos de vegetarianismo, entre ellos se encuentran: Los ovolactovegetarianos quienes basan su dieta en alimentos de origen vegetal pero incluyen lácteos y huevo, éstos se diferencian de los lactovegetarianos quienes no consumen huevos y de los ovovegetarianos quienes excluyen los lácteos. También están los vegetarianos estrictos que son conocidos como veganos, vegetarianos o veganistas quienes no consumen ningún alimento de origen animal. Sin embargo, con el pasar de los años han aparecidos los semivegetarianos quienes van desde “tomar todo tipo de carne de vez en cuando, a consumir huevos, pescados y aves, excluyendo las otras carnes, hasta los que solo aceptan los huevos y el pescado” (Farran, Illan, & Padró, 2015).

En la tabla 1 se puede observar los diferentes tipos de vegetarianismos donde la mayoría incluyen vegetales y cereales y excluyen cualquier tipo de alimentos de origen animal.

Tabla 1.
Tipos de alimentación vegetariana.

Dieta	Alimentos incluidos	Alimentos excluidos
Ovolactovegetariana	Cereales, legumbres, verduras, frutas, frutos secos, semillas, lácteos y huevos	Carne y pescado
Vegana	Cereales, legumbres, verduras, frutas, frutos secos y semillas	Lácteos, huevos, carne y pescado
	Fruta, verdura que botánicamente es una	Carne, pescado, lácteos, huevos,

<p>Tabla 1</p> <p>Tipos de alimentación vegetariana...(continuación)</p>	<p>fruta (tomate, berenjena, calabaza), frutos secos y semillas (tomate, legumbres y la pimienta, mayor parte de cereales)</p>
<p>Frugívora</p>	
<p>Macrobiótica</p>	<p>Cereales, legumbres, verduras (frutos secos, semillas y fruta en menor cantidad); mucho uso de vegetales marinos, productos de la soja y condimentos asiáticos. Puede consumir pescado.</p> <p>Carne, a veces, pescado, lácteos, huevos, fruta (fruta menor cantidad); tropical, uso de edulcorantes procesados. Solanáceas (pimiento, tomate, espinacas, berenjena, patata)</p>
<p>Crudívora</p>	<p>Verdura, frutas, frutos secos, semillas, cereales germinados, legumbres germinadas (todo crudo).</p> <p>Algunos toman lácteos y cárnicos crudos. Alimentos cocinados, excepto el pan</p>
<p>Higienista</p>	<p>Énfasis en verduras y frutas crudas. Incluye cereales integrales, legumbres, frutos secos, germinados y semillas.</p> <p>Algunos regímenes prohíben la carne, los lácteos y los huevos.</p>

Nota: Tipos de alimentación vegetariana. Adaptado de Farran, A., Illan, M., & Padró, L. (2015). Dieta vegetariana y otras dietas alternativas. *Pediatría integral*, 313-314

Todo vegetariano para mantener una alimentación sana y reemplazar aquellos nutrientes que le proporcionaban las carnes, debe conocer acerca de la composición de alimentos del reino vegetal. Por dicha razón, deben conocer sobre tablas nutricionales de vegetales, hortalizas y frutas que son una herramienta fundamental para conocer las características o composición de los alimentos donde los valores de los nutrientes son 100 gramos de la porción que se consumirá (Piñeiro & Zudaire, 2008).

En las figuras 2, 3 y 4 se puede observar una tabla nutricional para una dieta de 2000 calorías diarias considerando que las frutas y hortalizas son ricas en agua y tienen un bajo contenido de grasa y proteínas; sin embargo las frutas aportan un alto grado de calorías al organismo y ambas aportan vitaminas, minerales y fibras (Araneda, 2015).

Frutas, Tamaño de la porción (peso g/ peso oz)	Calorías	Grasa total (g)	Hidratos de Carbono (g)	Proteína(g)	Fibra (g)	Fibra (%VD)	Vitamina A (%VD)	Vitamina C (%VD)	Potasio (%VD)
Aguacate de California, 1/5 mediana (30 g/1.1 oz)	50	4.5	3	1	1	4	0	4	4
Cerezas dulces , 21 unid. 1 taza (140 g/5.0 oz)	100	0	26	1	1	4	2	15	10
Ciruelas, 2 medianas (151 g/5.4 oz)	70	0	19	1	2	8	8	10	7
Durazno, 1 mediano (147 g/5.3 oz)	60	0.5	15	1	2	8	6	15	7
Fresas, 8 medianas (147 g/5.3 oz)	50	0	11	1	2	8	0	160	5
Kiwi, 2 medianos (148 g/5.3 oz)	90	1	20	1	4	16	2	240	13
Lima, 1 mediana (67 g/2.4 oz)	20	0	7	0	2	8	0	35	2
Limón, 1 mediano (58 oz g/2.1)	15	0	5	0	2	8	0	40	2
Manzana, 1 grande (242 g / 8 oz)	130	0	34	1	5	20	2	8	7
Mandarina, 1 mediana (109 g/3.9 oz)	50	0	13	1	2	8	6	45	5
Melón calameño, 1/4 mediano (134 g/4.8 oz)	50	0	12	1	1	4	120	80	7
Melón tuna, 1/10 mediano (134 g/4.8 oz)	50	0	12	1	1	4	2	45	6
Naranja, 1 mediana (154 g/5.5 oz)	80	0	19	1	3	12	2	130	7
Nectarín, 1 mediano (140 g/5.0 oz)	60	0.5	15	1	2	8	8	15	7
Pera, 1 mediana (166 g/5.9 oz)	100	0	26	1	6	24	0	10	5
Piña, 2 rodajas, 3 "de diámetro, 3/4" de espesor (1	50	0	13	1	1	4	2	50	3
Plátano, 1 mediano (126 g/4.5 oz)	110	0	30	1	3	12	2	15	13
Sandía, 1/18 mediana, 2 tazas de piezas en cubos	80	0	21	1	1	4	30	25	8
Toronja, 1/2 mediana (154 g/5.5 oz)	60	0	15	1	2	8	35	100	5
Uvas, 3/4 taza (126 g/4.5 oz)	90	0	23	0	1	4	0	2	7

Figura 2 Consumo de frutas

Adaptado de Araneda, M. (13 de Noviembre de 2015). *Edualimentaria.com*. Obtenido de <http://www.edualimentaria.com/frutas-hortalizas-frutos-secos-composicion-propiedades>

Verduras/ Tamaño de la porción (gramos de peso / onza de peso)	Calorías	Grasa total (g)	Hidratos de carbono (g)	Proteína (g)	Fibra (g)	Fibra (%VD)	Potasio (%VD)	Vitamina A (%VD)	Vitamina C (%VD)
Apio 2 tallos medianos (110 g/3.9 oz)	15	0	4	0	2	8	7	10	15
Brócoli un tallo mediano (148 g/5.3 oz)	45	0.5	8	4	3	12	13	6	220
Calabaza de Verano 1/2 mediana (98 g/3.5 oz)	20	0	4	1	2	8	7	6	30
Camote 1 mediana, 5 "de largo, 2" de diámetro (130 g/4.6 oz)	100	0	23	2	4	16	13	120	30
Cebolla Verde 1/4 taza picada (25 g/0.9 oz)	10	0	2	0	1	4	2	2	8
Cebolla 1 mediana (148 g/5.3 oz)	45	0	11	1	3	12	5	0	20
Coliflor 1/6 cabeza media (99 g/3.5 oz)	25	0	5	2	2	8	8	0	100
Espárragos 5 lanzas (93 g/3.3 oz)	20	0	4	2	2	8	7	10	15
Lechuga Hojas 1 1/2 tazas picada (85 g/3.0 oz)	15	0	2	1	1	4	5	130	6
Lechuga Iceberg 1/6 cabeza mediana (89 g/3.2 oz)	10	0	2	1	1	4	4	6	6
Maíz dulce mazorca mediana (90 g/3.2 oz)	90	2.5	18	4	2	8	7	2	10
Papa 1 mediana (148 g/5.3 oz)	110	0	26	3	2	8	18	0	45
Pepino 1/3 medio (99 g/3.5 oz)	10	0	2	1	1	4	4	4	10
Pimiento 1 mediano (148 g/5.3 oz)	25	0	6	1	2	8	6	4	190
Porotos verdes 3/4 taza cortados (83 g/3.0 oz)	20	0	5	1	3	12	6	4	10
Rábanos 7 rábanos (85 g/3.0 oz)	10	0	3	0	1	4	5	0	30
Repollo Verde 1/12 cabeza mediana(84 g/3.0 oz)	25	0	5	1	2	8	5	0	70
Setas 5 medianas (84 g/3.0 oz)	20	0	3	3	1	4	9	0	2
Tomate 1 mediano (148 g/5.3 oz)	25	0	5	1	1	4	10	20	40
Zanahoria 1 zanahoria, 7 "de largo, 1 1/4" de diámetro (78 g/2.8 oz)	30	0	7	1	2	8	7	110	10

Figura 3 Consumo de verduras

Adaptado de Araneda, M. (13 de Noviembre de 2015). *Edualimentaria.com*.
Obtenido de <http://www.edualimentaria.com/frutas-hortalizas-frutos-secos-composicion-propiedades>.

FRUTOS SECOS	Calorías	Proteínas	Hidratos de Carbono	Grasa	Fibra dietaria
		(g)	(g)	(g)	(g)
Almendra	589	19,9	20,4	52,2	12,3
Avellanas	591	12,4	24,4	49,3	3,6
Castaña*	199	4	40	2,6	7
Maní	585	23,7	21,5	49,7	6,9
Nuez	606	24,3	12,1	56,6	5
Pistacho	577	20,5	24,8	48,4	10,8
Vitaminas	Vitamina E (destacan almendras, avellanas), folato, tamina, niacina, riboflavina				
Minerales	Calcio, Hierro, Magnesio, Fósforo, Potasio, Cobre y Zinc				

Figura 4 Consumo de frutos secos

Adaptado de Araneda, M. (13 de Noviembre de 2015). *Edualimentaria.com*.
Obtenido de <http://www.edualimentaria.com/frutas-hortalizas-frutos-secos-composicion-propiedades>.

El catering es una actividad que consiste en la preparación, producción y ejecución de servicios de comida o bebida donde las bebidas se realizan en el mismo lugar de producción. Este sistema consiste en entregar la comida en cualquier lugar que el cliente decida, considerando que se deben cubrir todos los costos desde la producción hasta la transportación y entrega del pedido (Sesmero, 2010).

Existen diferentes tipos de empresas de catering entre ellas están las que brindan servicios para eventos especiales, como banquetes, fiestas, convenciones, entre otras; quienes tienen “una imagen, formación y estructuras concretas.” Por otro lado, están aquellas que ofrecen sus servicios a colectividades y que entregan a domicilio; estas también son conocidas como empresas de restauración colectiva y por lo general realizan este servicio continuamente para clientes fijos (Andreu, 2014).

En su modelo Barnard define a las organizaciones como sistemas de cooperación donde el análisis racional y la espontaneidad rigen la empresa. Para que esta empresa tenga éxito, es necesario que todos los miembros cooperen a través de la coordinación de las actividades. Los directivos deben enfocarse en motivar a los empleados y hacerles comprender los objetivos de la organización para que se sientan identificados y logren las metas eficientemente (Marín, 2015).

De acuerdo a (Koontz & Weihrich, s.f.) la administración “es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos” Para estos autores a administración es similar a la organización, ya que ambos para ambos se necesita el trabajo en conjunto para lograr un objetivo (Colom, 2015).

Por otro lado, (Fayol, s.f.) menciona que la administración son aquellas operaciones como la producción, comercialización, contabilidad, finanzas, seguridad y administración que son necesarias para llevar a cabo cualquier proyecto. Para este autor, los elementos claves de la administración son la planeación, organización, dirección, coordinación y control (Vélez, 2007).

1.2 MARCO CONCEPTUAL

Antioxidantes: Es una molécula que demora la oxidación de otras moléculas, es decir la pérdida de electrones de otras moléculas (Portalantioxidantes.com, 2012).

Carne roja: Es la carne que proviene de los mamíferos ya sea de ternera, caballo, cordero, res, cerdo y cabra (OMS, 2015).

Carne procesada: Es aquella carne que ha pasado por una serie de procesos para ser transformada, con el objetivo de darle un mejor sabor o de conservarla por más tiempo (OMS, 2015).

Catering: Quiere decir abastecer y “es un servicio complementario a una actividad principal, el servicio y productos suelen ser limitados” (Urda, 2015).

Dietas: Son aquellos platos elaborados con determinado grupo de alimentos usando técnicas gastronómicas específicas (Povea & Sesmero, 2013).

Frutas: “Es el fruto, la infrutescencia, la semilla o las partes carnosas de órganos florales aptas para el consumo humano y con un adecuado grado de madurez” (Eduarne & Rodríguez, 2008). Las frutas aportan propiedades antioxidantes, regulan la digestión, reducen los niveles de colesterol y a eliminar sustancias negativas del cuerpo (Hernández, 2010).

Frutas climatéricas: “Se caracterizan porque maduran después de la cosecha, gracias a la producción de etileno.” Es decir, que se puede adquirir la fruta cuando no este madura y esperar hasta que madure en casa (San Miguel, 2017).

Frutas no climatéricas: A diferencia de las frutas climatéricas, estas deben recolectarse cuando estén maduras. Se deben consumir inmediatamente después que son adquiridas (San Miguel, 2017).

Frutos secos: También conocidos como frutos de cáscara que están constituidos en un 50% de agua. Entre los frutos secos están las nueces, pecanas, almendras, pistachos, anacardos y piñones (Araneda, 2015).

Hortalizas: Son plantas herbáceas hortícolas en sazón que pueden ser consumidas en su estado natural, cocinadas o sazonadas (Eduarne & Rodríguez, 2008).

Minerales: Son químicos imprescindibles para el funcionamiento del organismo, ya que colaboran con la construcción de tejidos, síntesis de hormas y en las reacciones químicas donde intervienen las enzimas. A esto se le llama oligoterapia (Interbusca, 2009).

Nutrición: Consiste en ingerir alimentos de acuerdo con las necesidades del organismo, cuando se trata de una buena nutrición es porque se ha combinado una dieta equilibrada con ejercicio mientras que una mala nutrición puede conducir a enfermedades (Organización Mundial de la Salud, 2017).

Nutricionista: “Profesional de la salud que se especializa en nutrición y que puede ayudar en la elección de alimentos” (Instituto Nacional de Cáncer, 2016).

Periodo de recuperación: Conocido también como payback period, “se trata de relacionar el volumen invertido y la recuperación anual para determinar cuánto tiempo se necesita para recuperar el riesgo invertido” (García S. , 1994).

Punto de equilibrio: Es el punto en el cual los ingresos y gastos son iguales, es decir, en que volumen de ventas la empresa no tiene ganancias ni pérdidas (Krajewski & Ritzman, 2000).

Relación costo-beneficio: Por lo general se emplean en proyectos públicos donde los beneficiados son los ciudadanos, se refiere al beneficio que se obtendrían por cada costo asumido en un proyecto (Guzmán, 2004).

Tipos de vegetales: Existen diferentes tipos de vegetales comestibles dependiendo de su composición (Tabla 2):

Tabla 2.

Clasificación de los vegetales.

Frutos	Bulbos	Coles	Hojas y tallos tiernos	Inflorescencias	Pepónides	Raíces
Berenjena	Cebolla	Berza	Acedera	Alcachofa	Calabacín	Achicoria
Guindilla	Ajo	Brócoli	Acelga		Calabaza	Apio
Maíz dulce	Puerro	Col	Achicoria		Pepino	Colinabo
Pimiento	Cebolleta	Coliflor	Berro			Colirrábao
	Chalote	Lombarda				Chirivia
		Repollo	Borraja			Nabo
			Cardo			Rábano
			Endibia			Remolacha
			Escarola			Zanahoria
			Espinaca			
			Grelos			
			Lechuga			
			Mastuerzo			

Nota: Existe una gran variedad de vegetales a consumir, sin embargo la no consume ni siquiera la mínima cantidad recomendable que es de 5 porciones. Adaptado de Hernández, A. (2010). *Tratado de nutrición*. Madrid: Médica Panamericana.

TIR: Sus siglas son tasa interna de retorno y es aquella que hace el VAN igual a 0 o también la tasa que indica cuando los flujos de caja son iguales a la inversión inicial (Leiva, 2007).

TMAR: Es la tasa mínima atractiva de retorno que está relacionada con el riesgo de una inversión, ya que es la tasa mínima de retorno que el inversionista está dispuesto a recibir en un proyecto (Guzmán, 2004).

VAN: El valor actual neto es el resultado de restar la suma de los flujos de caja de un proyecto menos su inversión inicial (Leiva, 2007).

Vegano: También conocidos como vegetarianos estrictos, ya que solo permiten consumir vegetales y excluyen cualquier producto de uso animal o sus derivados como huevos o leche (López, 2016).

Vegetales: Son una fuente de alimentación que aporta vitaminas, minerales, proteínas y otros nutrientes que permiten el buen funcionamiento del organismo (Jaramillo & Atehortúa, 2002).

Vegetariana: Es aquel régimen alimenticio que consiste en consumir vegetales pero permite ciertos alimentos de origen animal (López, 2016).

Verduras: Se diferencian de las hortalizas porque estas son una clasificación de las mismas. Su porción comestible tiene una parte verde de la panta como el tallo (Edurne & Rodríguez, 2008).

Diferencia entre vegetariano y vegano

Existen muchos tipos de vegetarianos, sin embargo la diferencia principal se encuentra con los veganos ya que ellos no consumen ningún tipo de carne animal ni productos derivados de los mismos. En realidad, es todo un estilo de vida; ya que ellos tampoco consumen productos que hayan sido probados o que hayan atentado con la salud o la vida de los animales; los cuales van desde productos cosméticos hasta prendas de ropa. Por otro lado, tanto vegetarianos como veganos consumen frutas, hojas verdes, verduras, nueces, semillas, granos y legumbres (Martinez, 2016).

Las filosofías de vegetarianos y veganos son diferentes, ya que a pesar que ambos están en contra del consumo de productos de origen animal; los veganos rechazan “la comercialización de los animales y su condición de mercancía, por lo que evitan usarlos como comida, indumentaria, entretenimiento o para cualquier otro propósito.” Sin embargo, los vegetarianos si usan productos como el cuero, lana o incluso maquillajes que hayan sido probados con animales (Sánchez, s.f.).

1.3 MARCO REFERENCIAL

1.3.1 UNIÓN VEGETARIANA ESPAÑOLA

De acuerdo a (Román, 2006), presidente de la Unión Vegetariana Española, una dieta vegetariana proporciona más beneficios nutricionales ya que se ingiere una menor cantidad de productos con contaminantes y el sistema digestivo hace un menor esfuerzo para digerir los alimentos por lo tanto hay mayor energía para realizar otras actividades; así como ayuda a tener claridad mental para tomar decisiones ya que el organismo estará un poco más limpio y enfocado en otras actividades.

Tanto en la alimentación como en la caza de animales se produce un intercambio de una gran cantidad de contaminantes, por dicho motivo con una dieta vegetariana se ingiere una menor cantidad de arsénico, dioxinas, mercurio, plomo, cadmio, etc. Además, los animales como pescados y mariscos son más perjudiciales para la salud ya que reciben todos los contaminantes del mar como el combustible. Todos estos contaminantes producen alteraciones tanto hormonales como del sistema inmunológico y hasta cáncer.

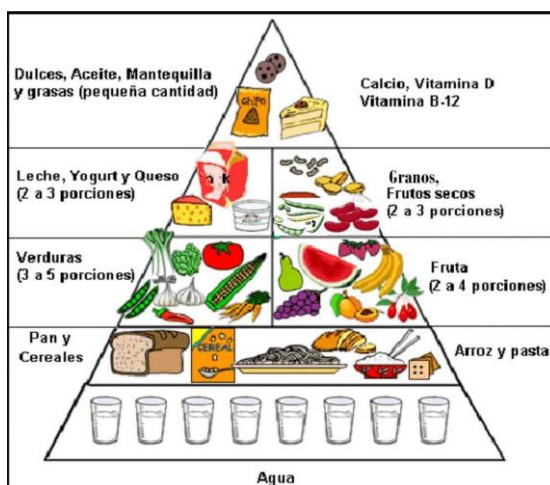


Figura 5 Pirámide alimenticia vegetariana

Adaptado de García, D. (s.f.). ¿Cómo planificar una buena alimentación vegetariana? *Actitud Saludable*.

En la figura 5 se puede observar una pirámide alimenticia para vegetarianos que muestra la combinación ideal para reemplazar las carnes y evitar que haya un desequilibrio por la falta de proteínas y minerales que dichas carnes ofrecen. Adicionalmente, se debe limitar el consumo de azúcares, grasas saturadas y aceites (Román, 2006).

1.3.2 REVISTA CHILENA DE NUTRICIÓN

Los especialistas en nutrición (Brignardello, Heredia, Ocharán, & Durán, 2013) de la Universidad del Desarrollo Clínica Alemana explican que muchas personas tienen una dieta vegetariana sufren deficiencias en macro y micronutrientes porque no se informan por completo acerca de aquellos alimentos que deben consumir para mantener una dieta balanceada y que cumpla con sus necesidades nutricionales.

Cualquier dieta vegetariana que esté bien estructurada es adecuada para cualquier etapa del ciclo de vida. Por lo general, estas dietas vegetarianas son ricas en carbohidratos, omega 6, vitamina B12, fibras dietéticas y zinc; sin embargo, muchos veganos pueden tener un bajo consumo de vitamina B12 y calcio debido a que no consumen leche ni huevos (Brignardello, Heredia, Ocharán, & Durán, 2013).

Cualquier tipo de dieta que esté mal planificada produce falta de nutriente que ocasionarían problemas en la salud. Cuando se trata de una dieta vegetariana se deben buscar nuevas fuentes para “la obtención de proteínas con carga aminoacídica completa, vitaminas de complejo B (especialmente vitamina B12) siendo buena fuente productos lácteos, huevo y alimentos fortificados; calcio encontrándose en leche y derivados, frutos secos, cereales integrales, vegetales de hoja verde, crucíferas, legumbres” (Brignardello, Heredia, Ocharán, & Durán, 2013).

Los pediatras (Sanjurjo & Ojembarrena, 2001) del departamento de Pediatría del Hospital Cruces explican que la cantidad de personas con una dieta vegetariana ha incrementado, sin embargo es necesario que haya una

buena combinación de alimentos para evitar consecuencias negativas en el organismo.

Por lo general, una dieta vegana implica restringir alimentos vegetarianos y muchas veces una dependencia de proteínas como cereales (arroz) y un consumo casi nulo de legumbres o calorías; lo cual podría provocar deficiencias en el organismo; sin embargo “las variantes lacto y ovolactovegetarianas presentan riesgos nutricionales menores, pueden resultar más económicas e incluso podrían ser beneficiosas en la prevención de algunas enfermedades del adulto” (Sanjurjo & Ojembarrena, 2001).

Para el año 2013, de acuerdo a un artículo publicado por el diario Expreso existían alrededor de 15 restaurantes de comida vegetariana ubicados en el norte y centro de la ciudad de Guayaquil. Aquellos mencionados a continuación son los más visitados.

1.3.3 SHRI GANESHA

Este es un restaurante vegetariano ubicado en el centro de la ciudad de Guayaquil, el cual lleva dos años en el mercado. Lo que diferencia este restaurante de los demás, es su manera de convencer a los comensales con platos tradicionales; ya que venden guatita, yapingacho, tallarín y todos aquellos platos típicos de la cocina ecuatoriana pero con un diferenciado, todos son vegetarianos (Expreso, 2013).

1.3.4 MR WANGO HO

Es un restaurante vegetariano ubicado en Urdesa, Guayaquil, en donde no solo venden almuerzos o platos a la carta sino también ingredientes para preparar platos en la casa. Los platos a la carta más pedidos son suflé de verduras, fideos en sus diferentes combinaciones, caldo de bolas vegetariano y hamburguesas de soya. Cabe recalcar que ninguno de los productos es elaborado con lácteos. Sin duda este restaurante no sólo atrae a vegetarianos sino a omnívoros por su variedad de productos y eficiencia en el servicio (Hazteveg.com, 2017).

1.3.5 MR QUEEN

Es un restaurante ubicado en la Garzota, Guayaquil que lleva diez años en el centro comercial Plaza Garzota. Este ofrece todo tipo de comidas desde almuerzos que por lo general son platos típicos ecuatorianos pero al estilo vegetariano, hasta comida rápida como hot dog o hamburguesas hechas con carne de soya (El Universo, 2012).

1.3.6 DIET ZONE

Este no es un restaurante propiamente de comida vegetariana, sin embargo venden todo tipo de comida saludable. Ha sido creado especialmente para deportistas o personas que tienen un régimen alimenticio sano, sin embargo entre su variedad de productos se encuentran aquellos vegetarianos. Además, cuentan con menús donde los clientes pueden armar sus propios platos. Esta empresa ofrece platos individuales o paquetes mensuales por un precio especial, dichos productos son vendidos en el local comercial o pueden ser enviados al domicilio del cliente (El Universo, 2011).

1.4 MARCO LEGAL

De acuerdo con el artículo 1 de la ley de compañías un “contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.” Para la constitución de esta compañía hay dos socios quienes unirán su capital para realizar la respectiva inversión en el proyecto (Comisión legislativa y codificación, 1999).

El Art. 4 de la ley de compañías explica que “el domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.” En caso que las empresas tengan sucursales “se considerarán como domicilio de tales 2 compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales

derivados de los actos o contratos realizados por los mismos” (Comisión legislativa y codificación, 1999).

El artículo 13 de la constitución de la republica del ecuador expresa: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.” Por lo tanto, todos los posibles consumidores de este proyecto cuentan con la libertad y el derecho para adquirir los productos que ofrecerá el negocio (Asamblea Nacionl, 2011).

El gobierno debe invertir y promover la producción y la creación de empresas que dinamicen la economía, éstas de acuerdo con el Art. 319 de la Carta Magna pueden ser “comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas” (Asamblea Nacional, 2010).

Este proyecto estará constituido legalmente como una compañía anónima que de acuerdo a la ley de compañías art. 143, el aporte de los socios forma parte del capital de la empresa; el cual es dividido en acciones que son negociables. Así mismo, el art. 161 expresa que el capital puede ser en dinero o en especies; ya sean estos bienes muebles o inmuebles que corresponda a la actividad comercial del negocio. Por otro lado, el art. 146 menciona que toda empresa debe ser inscrita en el Registro Mercantil con un nombre que no haya sido ocupado por otra compañía (Comisión legislativa y codificación, 1999).

Todos los accionistas de una sociedad anónima, son responsables de cualquier operación o actividad que incluya a la compañía. Están obligados a cubrir cualquier riesgo o pago de la compañía así como de (Comisión legislativa y codificación, 1999):

1. La verdad de la suscripción y entrega de la parte de capital social recibido;
2. La existencia real de las especies aportadas y entregadas;

3. La verdad de las publicaciones de toda clase realizadas para la constitución de la compañía;
4. La inversión de los fondos destinados a gastos de constitución; y,
5. El retardo en el otorgamiento de la escritura de constitución definitiva, si les fuese imputable.

Como expresa el art. 33 de la constitución de la república todos los ecuatorianos tienen derecho y es su deber trabajar, siendo esta una fuente de ingresos que les garantizará una vida decente y la ganancia justa con respecto al nivel de su trabajo que debe ser escogido voluntariamente por cada uno de ellos. Como menciona el art. 34, todos los trabajadores de este proyecto tendrán acceso al seguro social; el cual “se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas” (Asamblea Nacional, 2011).

De acuerdo con (Ministerio de Salud Pública) los requisitos que deben cumplir todo establecimiento de catering o aquellos que se dediquen a la venta de comida son:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

La (Superintendencia de Compañías, 2015) explica que para que toda empresa sea constituida, deberá ser inscrita en el Registro Mercantil mediante escritura pública; la cual debe contener:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Además de ser inscrita en el Registro Mercantil, toda compañía debe contar con un RUC (Registro Único de Contribuyentes); el cual es entregado por el SRI (Servicio de Rentas Internas) después de la presentación de los siguientes documentos (Servicio de Rentas Internas, 2017):

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.

Antes de obtener la tasa de habilitación, es necesario el permiso de uso de suelo; el cual indica si la actividad que se realiza está permitida y bajo qué condiciones. Para obtener este permiso se debe seguir el procedimiento que se menciona a continuación (Alcaldía de Guayaquil, 2017):

1. A través de la página WEB del Municipio (www.guayaquil.gob.ec) en la sección de SERVICIOS EN LÍNEA, sin necesidad de acercarse al Municipio.
2. A través de la ventanilla municipal #54 adjuntando los siguientes requisitos:
 - Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha)
 - Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)

Además, para obtener la tasa de habilitación de locales comerciales, de servicios e industriales se deben presentar los siguientes documentos una vez que los inspectores de la Municipalidad de Guayaquil hayan revisado el establecimiento (Alcaldía de Guayaquil, 2017).

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Para obtener la patente municipal, es necesario que “toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico”; presente los siguientes requisitos :

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Para que todo establecimiento pueda funcionar, también es necesario obtener la tasa de servicios contra incendios; para lo cual se deben seguir los requisitos (Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, 2017):

1. Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía, o autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntando fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quién autoriza y del autorizado.
2. Copia completa y actualizada del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. En caso de compañías deberán adjuntar copia del nombramiento del Representante Legal.
4. Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.
5. Para venta o reparación de armas (traer autorización del Comando Conjunto).
6. En los casos de depósitos de gas: presentar copia del Informe de Factibilidad que emite la ARCH (Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero). El área mínima será de 15 m², con una altura mínima de 2.30 metros, sólo podrán estar ubicados en locales construidos de un solo piso, el local debe ser independiente de viviendas u otros, deben estar alejados como mínimo 100 metros de Centros Educativos, Clínicas, Hospitales y Centros de concentración masiva.
7. Adjuntar a su documentación la copia del pago de Predios Urbanos o Planilla de servicio básico de agua, a fin de registrar el número del Código Catastral.

9. Plan de Emergencia y Evacuación realizado por un profesional inscrito en el Registro de Profesionales de Seguridad y Salud del Ministerio de Relaciones Laborales, para los establecimientos que disponga la entidad bomberil.

10. Copia de Uso de Suelo.

Cuando se trata de un negocio de bajo impacto como lo es este proyecto de catering de comida vegetariana, es necesario realizar un registro ambiental; para la cual son necesarios los siguientes requisitos (Alcaldía de Guayaquil, 2017).

1. Formulario de Registro Ambiental y Plan de Manejo Ambiental firmado
2. Certificado de Intersección (firmado electrónicamente por el MAE y que no interseque con las áreas del SNAP)
3. Declaración Juramentada de que la información en el Registro Ambiental y Plan de Manejo Ambiental es de su absoluta responsabilidad (impresa y firmada por el representante legal o Propietario)
4. Consulta de Uso de Suelo factible para la actividad
5. Registro Único de Contribuyentes (RUC)
6. Copia de cédula de identidad y certificado de votación del promotor o representante legal.

CAPÍTULO 2 Estudio de Mercado

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene un alcance descriptivo debido a que se van a “describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan.” Además, de un alcance explicativo; ya que definirá “por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables.” (Baptista, Fernández, & Hernández, 2014, pp.80-84).

Para el alcance descriptivo se va a explicar cómo serán y cuál es el posible comportamiento de los clientes potenciales; en este caso de vegetarianos o personas que deseen mejorar sus hábitos alimenticios. Además, se describirá la manera en que dichos clientes potenciales querrán obtener información sobre el negocio así como los horarios de atención e incluso la ubicación del mismo. Se recogerá información de forma aleatoria acerca de este mercado objetivo que permitirá definir o crear un direccionamiento para el negocio en base a sus gustos y preferencias.

Por otro lado en el alcance explicativo, no se definirán o describirán variables sino que se va a explicar el por qué ocurre este fenómeno. Es decir, se detallará porque las personas deciden convertirse en vegetarianas o empezar una dieta sana, después de estar acostumbrados a consumir carnes. Además, se demostrarán los posibles efectos que tiene en la salud el mantener una alimentación vegetariana y referencias de porque ciertos científicos recomiendan seguir estas dietas.

En esta investigación se empleará un estudio exploratorio que consiste en comprender fenómenos poco conocidos o adquirir información acerca de la probabilidad de realizar una investigación de un tema en particular. En este caso, la investigación estará basada en un tema poco estudiado como lo es la alimentación vegetariana en la provincia del Guayas, Ecuador. El campo de investigación será amplio y diverso porque se tomarán en cuenta todos aquellos datos que estén relacionados con un régimen alimenticio

vegetariano sin discriminar información (Baptista, Fernández, & Hernández, 2014).

2.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación aplicada recibe este nombre porque busca emplear o aplicar los conocimientos obtenidos a través de otras investigaciones y a su vez adquirir otros conocimientos mediante la práctica. Por lo general, se emplea para resolver situaciones de la vida o problemas prácticos (Vargas, 2009).

Por tratarse de un proyecto que se implementaría en base a un estudio realizado previamente, este tipo de investigación sería la adecuada. Porque busca poner en práctica aquello investigado, en qué manera toda la información recopilada puede aplicarse en la propuesta de un negocio tipo catering que ofrezca productos vegetarianos para obtener determinados resultados (Cazau, 2006).

2.3 ENFOQUE MIXTO

2.3.1 ENFOQUE CUANTITATIVO

En este método se emplean hipótesis que deberán responder a la pregunta de investigación y obtener resultados para resolver el problema planteado. Se van a analizar aquellos datos estadísticos publicados por el INEC u otras páginas estadísticas acerca de la población vegetariana y la cantidad de personas que consumen carnes; así como cuál es el número que obtienen determinadas enfermedades a causa de una alimentación rica en carnes. Todos estos datos serán analizados para obtener las respectivas conclusiones (Baptista, Fernández, & Hernández, 2014, p.4).

2.3.2 ENFOQUE CUALITATIVO

En este enfoque se van a analizar todos los datos obtenidos de investigaciones hechas anteriormente por científicos, en este caso

nutricionistas que definen los beneficios de la alimentación vegetariana. Además, este estudio es la ante sala para las investigaciones que tienen un enfoque cuantitativo; ya que proporcionarán información que complementa a dicho estudio. En esta investigación se presentarán datos sobre los tipos de alimentación vegetariana y los riesgos de no tener un régimen alimenticio sano (Galeano, 2004, pp.15-16).

2.4 POBLACIÓN

En este estudio se llevará a cabo en la provincia del Guayas, lugar donde se planea vender y distribuir los platos que pidan los clientes y que para el año 2010 tenía una cantidad de habitantes de 2'350.900. Para determinar la muestra, se tomará la población económicamente activa de la provincia del Guayas; que de acuerdo a datos del censo realizado por el INEC (2010) era de 1'253.029 habitantes (Senplades, 2014).

2.5 MUESTRA

La muestra debe representar una parte de la población que se está estudiando. Cabe recalcar, que hay opción para los errores; los cuales se denominan sesgos y haría que la muestra esté sesgada. Para determinar una muestra se emplean dos métodos, ya sea probabilístico cuando se escogen los elementos al azar; y no probabilísticos cuando los elementos se escogen en base a un criterio subjetivo (Bolaños, 2012).

Para seleccionar una muestra el primer paso es definir los elementos de muestreo (individuos, periodos, situaciones, instituciones, productos, eventos, etc.). Después, se determina la población en el cual la muestra será un subgrupo o subconjunto representativo de dicha población sobre la cual se recogerán datos. Los resultados que se obtengan, van a ser reflejados o proyectados en la población. Para definir esta muestra se empleará un muestreo probabilístico donde todos y cada uno de los elemento de dicha población cuentan con “la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el

tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria (...) de las unidades...” (Baptista, Fernández, & Hernández, 2014).

Para definir el tamaño de la muestra se empleará el muestreo aleatorio simple: Se define la población y se confecciona una lista de todos los individuos, se concreta el tamaño de la muestra y extraen al azar los elementos. La fórmula que se emplea para una población finita consiste en: N que consiste en el universo 1'253.029, Z que será de 1.96 con un nivel de confianza del 95%, un valor de prevalencia del 0.50 y una probabilidad de error del 5% (Arias, 2012).

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

En esta fórmula las nomenclaturas son las siguientes:

n: Tamaño de la muestra

Z: Zeta crítico, se refiere al nivel de confianza

p: el valor esperado de prevalencia

q: 1 – p

i: el error que se espera cometer

$$n = \frac{1'253.029 \cdot (1,96^2) \cdot 0,50 \cdot 0,50}{(1'253.029-1) \cdot (0,05^2) + (1,96^2) \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$n = \frac{1'253.029 \cdot 3,84 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{1'253.028 \cdot 0,0025 + 3,84 \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$n = \frac{120309,05}{3132,57 + 0,9604}$$

$$n = \frac{12039,05}{3133,53}$$

$$n = 384 \text{ habitantes}$$

2.6 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.6.1 ENCUESTAS

De acuerdo con los datos obtenidos del cálculo de la muestra, se realizarán encuestas a 384 personas para determinar cuál sería la posible ubicación del negocio, el precio que estaría dispuesto a pagar, los horarios de atención e incluso la cantidad de personas que llevaban una dieta vegetariana al momento de la realización de la encuesta. Los resultados que se obtengan de la misma, serán proyectados a la población para determinar el segmento de mercado y realizar el análisis de factibilidad financiero.

2.6.2 REGISTRO DE DATOS

El INEC así como otras instituciones realizan periódicamente publicaciones con datos estadísticos acerca del número de habitantes en la provincia del Guayas en determinado periodo, porcentaje de la población económicamente activa; entre otros. Datos que son importantes para evaluar la posible aceptación de la empresa en el mercado.

2.6.3 DOCUMENTOS

Se emplearán documentos publicados por científicos como informes de la Revista chilena de nutrición o de la unión vegetariana española, las cuales cuentan con nutricionistas o doctores que consideran la dieta vegetariana como un estilo de vida necesario para mantener un buen régimen alimenticio.

2.6.4 ENTREVISTAS

Entrevistas realizadas a personas vegetarianas o que han decidido cambiar su estilo de vida para evitar enfermedades. Así como también entrevistas a especialistas que proporcionan consejos para mejorar y mantener una dieta equilibrada.

2.7 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Edad

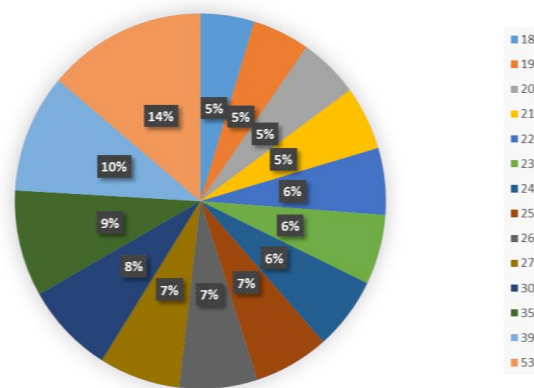


Figura 6 Edad

Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Conclusión: La mayor parte de encuestados se encuentra entre los 22 y 24 años, es decir que se ha considerado esta cantidad de habitantes ya que la cultura vegetariana es novedosa para los jóvenes entre dichas edades.

Estado Civil

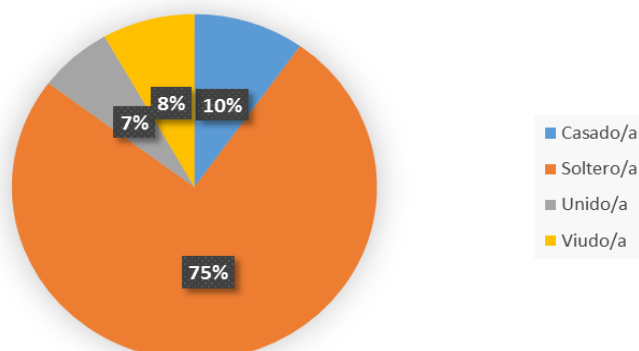


Figura 7 Estado civil

Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Conclusión: La mayor parte de los encuestados, es decir un 75 por ciento era soltero o soltero, mientras que un 10 por ciento estaban casados.

1. ¿En qué parte de la ciudad de Guayaquil vive usted?

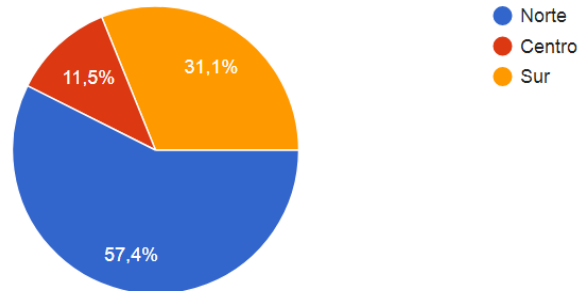


Figura 8 Residencia en la ciudad de Guayaquil

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: De los 384 encuestados, el 57,4% pertenece al norte de la ciudad de Guayaquil, 31,1 por ciento están ubicados en el sur y un 11,5 por ciento en el centro de la ciudad. Se realizó un mayor número de encuestas en el norte porque de acuerdo a las investigaciones la mayor parte de restaurantes vegetarianos se encuentra en Urdesa (norte de la ciudad de Guayaquil).

2. ¿Consume carnes?

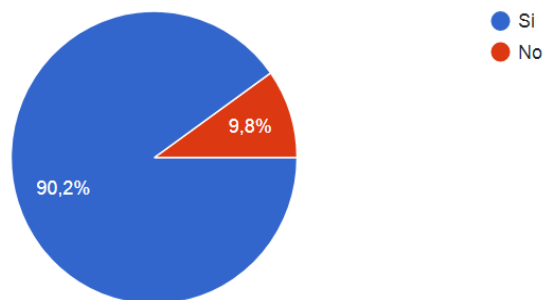


Figura 9 consumo de carne

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: De los encuestados, el 90,2 por ciento consumen carne, dificultando este proyecto ya que si ese valor se proyecta a la población; más de la mitad no estarían acostumbrados a una dieta vegetariana.

3. ¿Con qué frecuencia consume usted carnes?

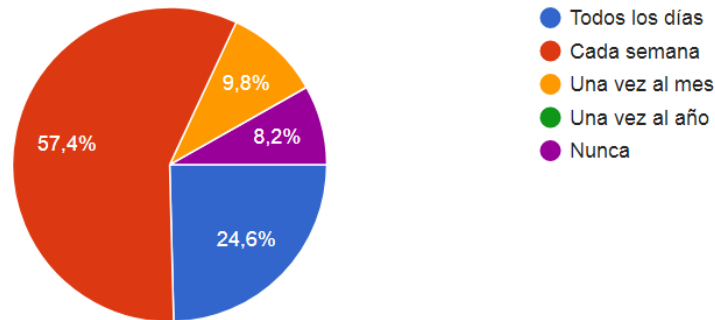


Figura 10 Frecuencia del consumo de carne

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: El 57,4 por ciento de las personas encuestadas consume carnes cada semana y muy cerca a este valor, el 24,6 por ciento las consumen todos los días. Demostrando, que la mayor parte de la población está acostumbrada al consumo de carnes.

4. ¿Considera que dejar de consumir carnes, aportaría beneficios para su salud?

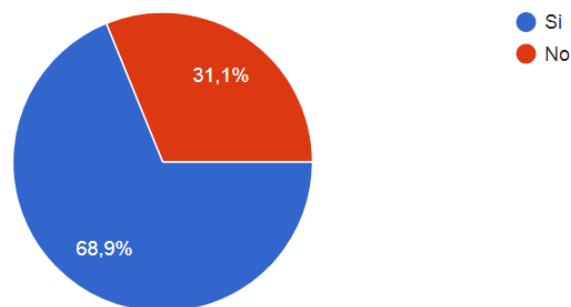


Figura 11 Beneficios de la reducción del consumo de carnes

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: 68,9 por ciento de las personas encuestadas están conscientes de los beneficios que aporta el dejar de consumir carnes, sin embargo aún no lo hacen; mientras que el 31,1 por ciento no conocen dichos beneficios.

5. ¿Ha escuchado sobre la comida vegetariana?

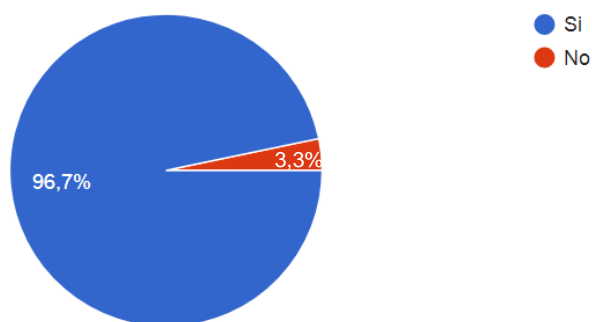


Figura 12 Conocimiento sobre comida vegetariana

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: 96,7 por ciento de los encuestados conocen sobre la comida vegetariana, creando una ventaja para este proyecto.

6.¿Tiene usted alguno de los siguientes regímenes alimenticios?

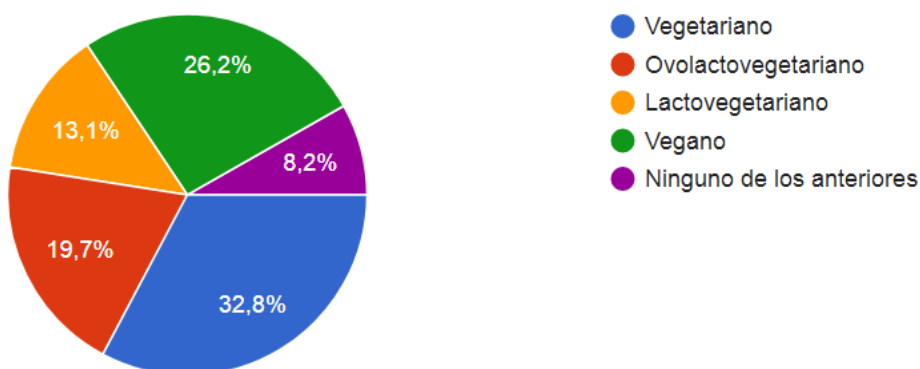


Figura 13 Regímenes alimenticios

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017).

Conclusión: La mayor parte de los encuestados tiene conocimiento sobre regímenes alimenticios diferentes al omnívoro (8,2 por ciento), de ellos

32,8 por ciento conoce sobre el régimen vegetariano y muy de cerca se encuentran aquellos que conocen sobre las dietas veganas, ovolactovegetarianas y lactovegetarianas con 26,2 por ciento, 19,7 por ciento y 13,1 por ciento respectivamente.

7.¿Con qué frecuencia consume vegetales y frutas?

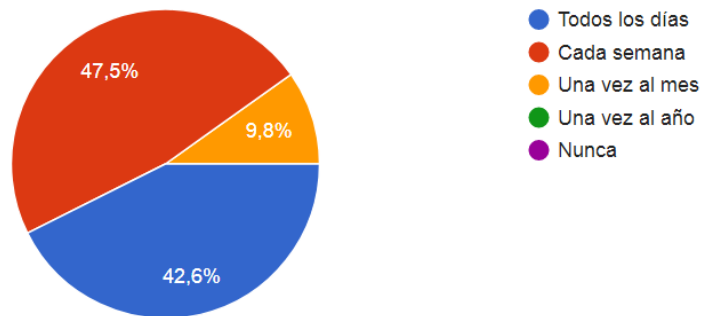


Figura 14 Consumo de vegetales y frutas

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017).

Conclusión: Hay una estrecha diferencia entre los encuestados que consumen vegetales y frutas cada semana (47,5 por ciento) y quienes lo hacen todos los días (42,6 por ciento).

8.¿Está de acuerdo con la creación de un negocio de catering de comida vegetariana?

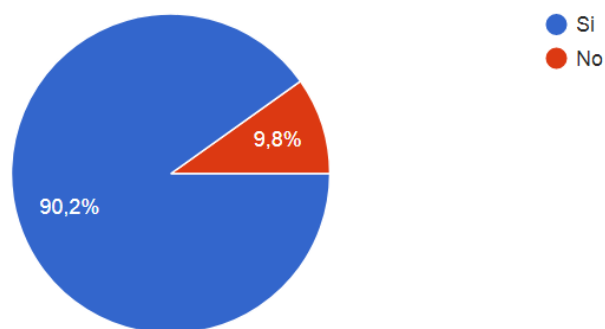


Figura 15 Creación de un negocio de catering

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: 90,2 por ciento de las personas encuestadas están de acuerdo con la implementación de este proyecto mientras que un pequeño porcentaje de 9,8 no lo están, este 90,2 por ciento formará parte de la población objetivo.

9.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo que incluye: sopa con vegetales, una proteína, verduras, jugo o infusión de té y una fruta?

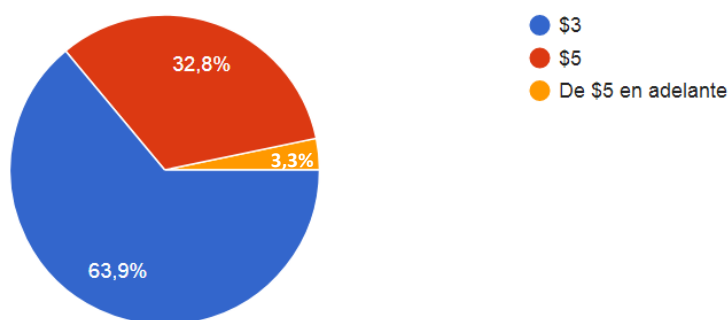


Figura 16 Contenido del almuerzo

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: Más de la mitad de los encuestados, es decir 63,9 por ciento, desean que el almuerzo tenga un costo de tres dólares, mientras que el 32,8 por ciento consideran que debería costar cinco dólares y un pequeño porcentaje de 3,3 están de acuerdo con un precio superior a cinco dólares.

10.¿Cómo le gustaría que llegue la información sobre el servicio que damos?

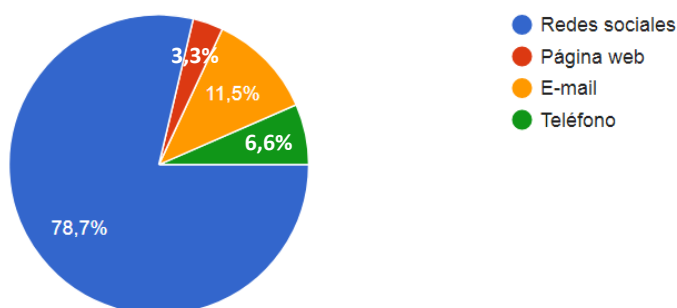


Figura 17 Comunicación

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: La mayor parte de los encuestados, 78,7 por ciento desea recibir información acerca de los productos y el servicio de la empresa a través de redes sociales; mientras que un 11,5 por ciento están a favor de recibir esta información a través del correo electrónico.

11. ¿Cómo le gustaría recibir su pedido?

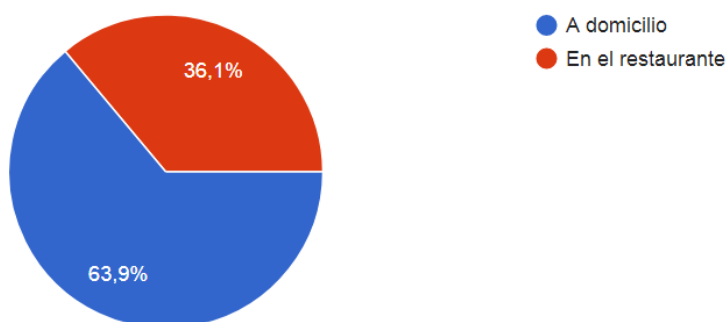


Figura 18 Recepción del pedido

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: En la entrega a domicilio, 63,9 por ciento afirmó que les gustaría recibir su pedido a domicilio mientras que 36,1 por ciento prefieren que sea en el restaurante.

12.- ¿Dónde le gustaría que nuestro local o restaurante esté ubicado?

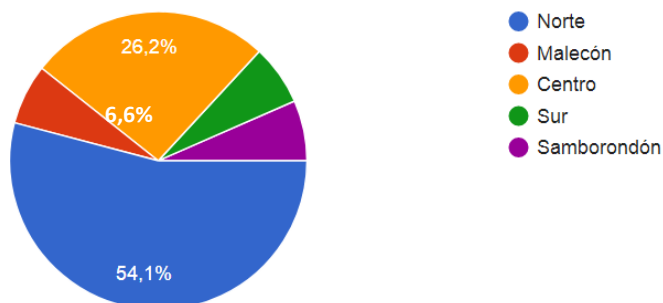


Figura 19 Ubicación

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: 54,1 por ciento de los encuestados afirmó que le gustaría visitar el local si está ubicado en el norte de la ciudad, por otro lado un porcentaje significativo (26,2 por ciento) indicó que el local podría estar ubicado en el centro de Guayaquil.

13.- ¿Estaría dispuesto a pagar alguno de los siguientes valores por un servicio motorizado?

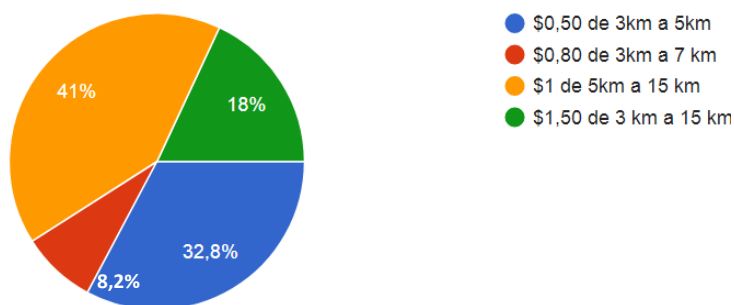


Figura 20 Valor motorizado

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: Considerando un perímetro de 5 a 15 kilómetros, el 41 por ciento de las personas encuestas aceptaría el pago de un dólar por el servicio a domicilio, un porcentaje muy cercano (32,8 por ciento) desearía pagar 0,50 centavos de dólar por una distancia entre tres a cinco kilómetros.

14.- ¿Cuál considera que serían los días de atención adecuado?



Figura 21 Días de atención

Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: Con diferencias pequeñas entre los porcentajes, la mayor parte (41 por ciento) definió que de lunes a sábado serían los idóneos para la apertura del negocio.

15.- ¿Cuál considera que sería el horario de atención adecuado?

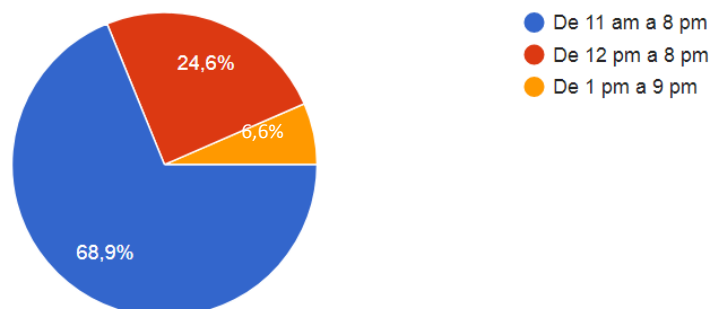


Figura 22 Horario de atención
Adaptado de Cárdenas, K, & Scippa, M. (2017)

Conclusión: La mayor parte de los encuestados prefiere que el negocio abra de 11 am a 8 pm, considerando que muchas personas desde las 11 am empiezan a adquirir sus almuerzos. En menor medida, escogieron que la apertura sea de 12 pm a 8pm.

2.8 MERCADO OBJETIVO

La demanda de comida vegetariana ha incrementado, especialmente en el sector de Urdesa Central donde las ventas han aumentado ya que las personas desean comer saludablemente para combatir el riesgo de enfermedades. Sin embargo, la falta de información acerca del contenido de una dieta muchas veces provoca desnutrición o enfermedades degenerativas; ya que no saben que alimentos deben consumir ni el tipo de nutrientes que reemplazará la falta de carne (Llanos, 2016).

Los clientes potenciales para este negocio son todo tipo de vegetarianos como:

- Ovolactovegetariano
- Veganos

- Frugívora
- Macrobiótica

Además, no solamente está destinado para vegetarianos sino para aquellas personas que tengan o deseen empezar una dieta saludable libre de carnes. Por dicho motivo, para evitar problemas de nutrición por el bajo contenido de proteínas y grasas en el organismo de dichos consumidores; el negocio contará con nutricionistas que los asesoren sobre la cantidad de alimentos que deben consumir.

Otros clientes para este proyecto son las empresas o negocios que exigen a su personal tener una alimentación saludable. Por dicho motivo, se realizarán entregas con platos personalizados a los empleados o restaurantes de dichas organizaciones.

Inclusive, las escuelas, colegios o instituciones educativas podrían ser clientes potenciales; ya que a pesar de no ser un tipo de comida consumida frecuentemente, el Ministerio de Salud Pública (Proaño, 2017) informa que con el objetivo de mantener la salud de los estudiantes se crearán estrategias para bares escolares que fomenten la alimentación sana y actividad física en los institutos educativos.

2.9 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Este proyecto presenta un negocio de comida vegetariana con un servicio de catering, es decir, se trabajará de acuerdo a pedidos que realicen los clientes y dichos platos se enviarán al domicilio o ellos podrán acercarse al establecimiento y retirarlos. Además, si los clientes no tienen conocimiento acerca de la alimentación vegetariana; el negocio contará con un nutricionista que los informará sobre aquellos platos que pueden consumir y la dieta que deberían seguir.

Este negocio funcionará de lunes a domingo, sin embargo de lunes a viernes la atención será en el negocio y los clientes podrán realizar pedidos a través de diferentes medios de comunicación pero los fines de semana; es decir sábados y domingos se despacharán productos bajo pedidos hechos hasta el día viernes anterior.

Se empleará una estrategia de mercadeo a través de redes sociales como lo son Facebook, Instagram y Snapchat. Una vez que el menú sea publicado en redes sociales, los clientes podrán escribir directamente a dichas cuentas, acercarse al establecimiento a pedir los productos o comunicarse via Whatsapp o llamada telefónica. Por esta razón, la dirección y números telefónicos serán publicados en los distintos medios para facilitar la comunicación con los clientes y proveedores.

La logística forma parte importante del negocio ya que se distribuirán los productos en diferentes puntos de la ciudad, por tal razón se contratará a un repartidor que conozca al menos toda la ciudad y que brinde un buen servicio al momento de entregar los productos. Así mismo, si los clientes no desean recibir el producto en una dirección específica; podrán acercarse al establecimiento ubicado en el Norte de la ciudad para retirar su pedido.

Los menús serán determinados por el jefe de cocina y el nutricionista, estos irán desde comida vegetariana hasta comida vegana. Inclusive, se presentarán planes nutricionales (ya sea de semanas o meses) para aquellos clientes que deseen adquirir el vegetarianismo como su estilo de vida. En cuanto, a bebidas solamente se venderán jugos naturales, té preparado por los cocineros y agua. Cabe recalcar, que cada plato tendrá una bebida a elección del cliente.

La presentación de la comida se hará en empaques de plástico que mantengan los productos calientes e impidan que la comida se riegue. Así mismo, las bebidas serán entregadas en vasos plásticos con la respectiva tapa para evitar que el líquido saga del contenido y se desperdicie o dañe la presentación del mismo.

2.10 NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre de este proyecto será Green Planet, su traducción al español es planeta verde. Se ha escogido este nombre para hacer referencia a la comida vegetariana que se caracteriza por su color verde y planeta porque este proyecto solo venderá comida vegetariana; por tal razón cualquier persona que ingrese en el restaurante sentirá que está en un planeta verde.

2.11 LOGO DE LA EMPRESA

Este isologo está conformado por letras que llevan el nombre de la empresa “Green Planet” y tres imágenes: una de un plato con vegetales como lechuga y tomate, un tenedor y un cuchillo que demuestran el tipo de comida vegetariana y saludable que se comercializará. Además, el fondo de dicha imagen es verde con celeste intentando expresar que todo aquello ofrecido al cliente es puro y de buena calidad.



Figura 23 Isologo

Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

2.11.2 SIMBOLOGÍA DEL ISOLOGO



Figura 24 Simbología del Isologo
Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

2.12 MISIÓN

Aportar a la provincia del Guayas una alternativa de comida vegetariana y saludable que incentive el buen comer y ofrezca asesoría personalizada para mejorar la salud de los clientes y les ayude a mantener una dieta equilibrada.

2.13 VISIÓN

Convertirse en el negocio de comida vegetariana con estilo de catering número uno de la ciudad que apunte a mejorar la salud de los habitantes y genere fuentes de inversión y trabajo para el desarrollo socio-económico de la ciudad de Guayaquil.

2.14 OBJETIVOS DEL NEGOCIO

- Ampliar el negocio de la comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil
- Mantener cliente saludables que sigan una dieta balanceada
- Proporcionar asesorías acerca de la alimentación vegetariana por parte de nutricionista con experiencia en el área
- Mantener un proceso logístico eficiente
- Mantener una cultura organizacional y buenas relaciones con los empleados

2.15 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Por tratarse de un emprendimiento sin un capital fuerte para iniciar las actividades operacionales, el personal será limitado hasta que la empresa se haya asentado en el mercado. De esta manera, contará con un gerente, un nutricionista, un jefe de cocina, dos cocineros y un repartidor.

2.15.1 ORGANIGRAMA

FUNCIONES DEL PERSONAL

Gerente: Se encargará de administrar el negocio y asegurar que se cumplan todos los objetivos de la empresa. En este cargo se deberá contratar al

personal para el funcionamiento de la empresa, atender a los clientes, realizar la publicidad en redes sociales y página web, supervisar al personal, realizar negociaciones con proveedores.

Administrador y encargado de marketing: Junto con el gerente elaborarán las estrategias de marketing y publicidad, así como también se encargará de controlar que todos los empleados cumplan con sus funciones.

Contador: Estará a cargo de las finanzas y contabilidad de la organización, en cuanto a estados financieros, retenciones, declaraciones del Servicio de Rentas Internas, pagos a proveedores, entre otras funciones.

Nutricionista: Asesorará a los clientes para que mantengan una dieta vegetariana equilibrada, así como recomendará los planes alimenticios que ofrece la empresa. Además, deberá contactar nuevos clientes incluso corporativos para que conozcan acerca del negocio y brinden los productos dentro de sus empresas.

Jefe de cocina: En este puesto se debe crear el menú para cada día de la semana así como para planes alimenticios. Además, deberá preservar el orden y limpieza de la cocina y supervisar el trabajo de los cocineros.

Cocineros: Se encargarán de preparar todos los menús sugeridos por el jefe de cocina así como mantener limpio el establecimiento.

3 Meseros: Quienes se encargarán de atender a los clientes, tomar el pedido y servir la comida a los clientes.

Limpieza: La persona que ocupará este cargo deberá controlar que el restaurante se encuentre limpio en todo momento, desde los baños hasta cada mesa del restaurante.

1 Repartidor: Debido a que este negocio ofrece servicio de catering, el repartidor deberá desplazarse a lo largo de la ciudad para entregar los productos que sean pedidos a domicilio. También estará a cargo de la limpieza y mantenimiento del vehículo que use para transportarse.

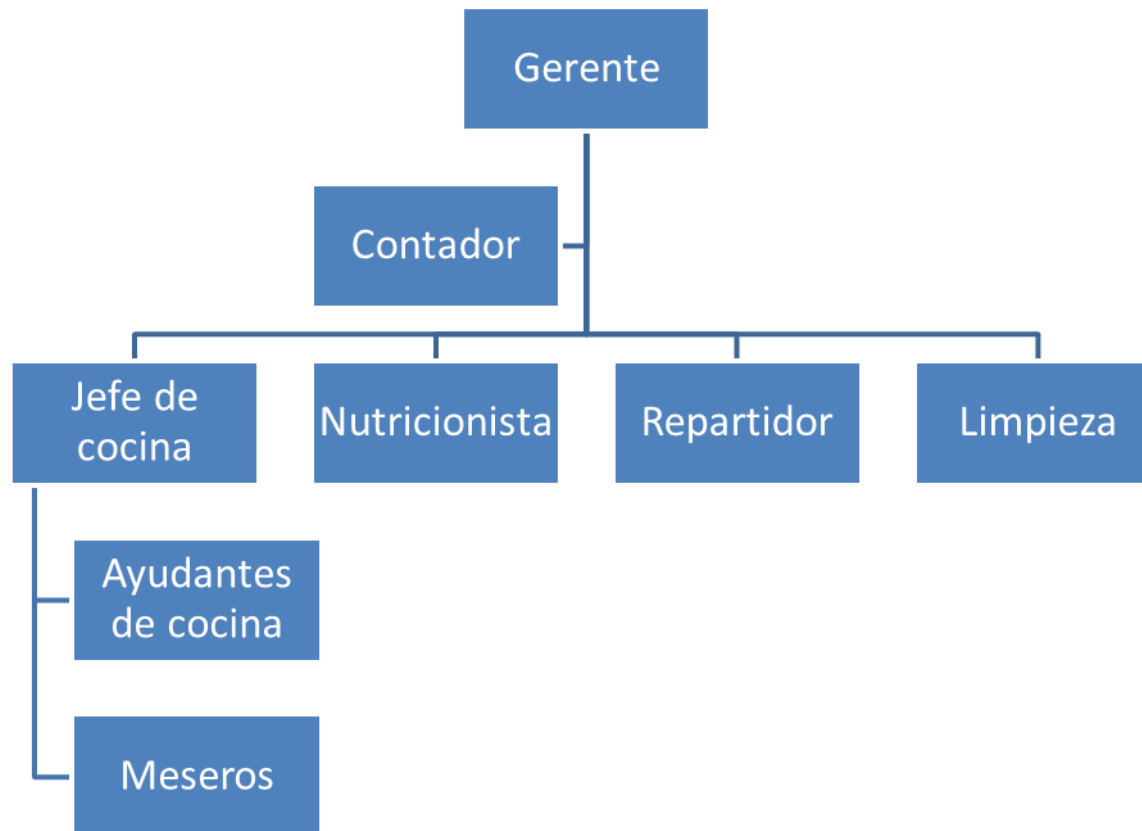


Figura 25 Organigrama

Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS)

Tabla 3.

FODA.

Fortalezas	Oportunidades
1. Menú innovador	1. Nuevo modelo de negocios
2. Servicio al cliente eficiente	2. Sociedad inclinada por una alimentación sana
3. Rapidez en la entrega de pedidos	3. Incremento de enfermedades causadas por el consumo de carnes
4. Horarios de atención	4. Incremento del turismo
5. Responsabilidad social empresarial	5. Aumento de la población vegetariana
6. Elección cuidadosa de los proveedores	
7. Ubicación estratégica	

Debilidades	Amenazas
1. Falta de creatividad gastronómica de no ofrecer menús vegetarianos	1. Falta de confianza de los clientes
2. Capital financiero limitado	2. Barreras del mercado a empresa entrantes
3. Falta de recursos	3. Políticas gubernamentales cambiantes
4. Personal limitado	4. Preferencias cambiantes de los clientes
5. Falta de experiencia en la industria	5. Productos sustitutos

Nota: Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

2.16 ESTRATEGIA DE MARKETING

La estrategia de segmentación a emplear será diferenciada, ya que se está presentando en el mercado un restaurante vegetariano de catering. El elemento diferenciador es este servicio de catering, en el cual se venderán grandes cantidades de productos dependiendo del pedido que realicen los clientes.

Otra estrategia es lanzar al mercado un restaurante con precios bajos, la comida vegetariana es conocida por sus precios elevados en el mercado; sin embargo se adquirirá materia prima de buena calidad y que permita vender los platos a un precio accesible para los clientes.

Este negocio presenta un servicio diferenciado al contar con nutricionistas que asesorarán a los clientes sobre el tipo de alimentación que deben seguir y el plan dietético a seguir consumiendo productos elaborados por el restaurante vegetariano.

También se usará una estrategia de nicho de mercado, es decir se ha - propuesto este negocio para introducirse en un mercado pequeño que aún no ha sido explotado por las grandes empresas.

Para dar a conocer la empresa se utilizarán estrategias de publicidad a través de las redes sociales para informar sobre las promociones, precios, platos que se ofrecerán cada día y todos los beneficios que ofrece una dieta vegetariana.

2.17 COMPETENCIA DIRECTA

La competencia directa son todos los restaurantes vegetarianos que se encuentran en la ciudad, especialmente aquellos ubicados en Urdesa como Mr Wang Ho, donde se encuentra la mayor cantidad de restaurantes que sólo venden comida vegetariana o negocios que en sus menús ofrecen opciones vegetarianas. De igual manera, los restaurantes de comida rápida o carretas que se encuentran alrededor de la ciudad y se dedican a la venta de comida vegetariana a cualquier hora del día.

2.18 COMPETENCIA INDIRECTA

La competencia indirecta son todos los restaurantes de la ciudad, ya que Green Planet ofrece comida vegetariana o saludable; sin embargo, hay muchos restaurantes que ofrecen opciones saludables sin necesidad de ser vegetariana como lo son aquellos de comida tailandesa, china, entre otros.

2.19 LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Rivalidad entre competidores

El negocio de comida vegetariana se encuentra en constante crecimiento, por tal razón para obtener una cuota de mercado es necesario presentar un producto diferenciado que atraiga a los clientes por la oferta de un producto diferente. Además, establecer un restaurante vegetariano requiere de una inversión inicial de mediano riesgo por el tipo de equipos necesarios para su funcionamiento.

Amenaza de nuevos entrantes

Las políticas cambiantes del gobierno así como el precio que se debe pagar por los permisos de funcionamiento son una amenaza para las empresas nuevas en el mercado. Entre los permisos que se necesitan están el del cuerpo de bomberos, tasa de habilitación, permiso de uso de suelo, permiso del cuerpo de bomberos, registro sanitario, entre otros que pueden representar un gasto de \$100 hasta \$1000 (Ministerio de Salud Pública, s.f.).

Amenaza de sustitutos

Los sustitutos en cuanto a precios representan una fuerte amenaza, ya que por tratarse de restaurantes los dueños tienden a modificar los precios para afectar a la competencia. De igual manera, los puestos de comida rápida que ofrecen productos vegetarianos pero como comida chatarra serían una amenaza alta para el negocio.

Poder de negociación de proveedores

La negociación con los proveedores no se la considera una amenaza porque ellos se encargarán de proporcionar productos dependiendo a una cantidad establecida, al momento de establecer un contrato con los proveedores será el momento para negociar con los mismos y obtener los mejores precios así como una buena calidad.

Poder de negociación de clientes

Los clientes en la ciudad de Guayaquil constantemente negocian para obtener los mejores precios, sin embargo por tratarse de un restaurante los precios se encuentran pre establecidos y solamente serán modificados en caso del servicio de catering.

2.20 MATRIZ BCG

Green planet es una empresa que se encuentra en 2018 se introducirá en el mercado, por tal razón los productos que se ofrecerán son almuerzos diarios y paquetes nutricionales dependiendo de la dieta que necesite cada cliente según recomendación del nutricionista. También se venderán bajo el servicio de catering aquellos platos demandados por el cliente de acuerdo a sus especificaciones.



Figura 26 Matriz Boston Consulting Group

Adaptado de 50 minutos.es. (2016). *La matriz BCG: El análisis BCG de la cartera*. México: 50 minutos.es

Vacas lechera

Todos los productos que ofrece la empresa ya sean los planes dietéticos, aquellos enviados en el servicio de catering y los platos servidos en el restaurante son considerados como vacas lecheras ya que el sector de la restauración se encuentra en ascenso y la obtención de materia prima para llevar a cabo este tipo de negocios presenta facilidades.

En cuanto al negocio, probablemente durante los primeros años tendrá un bajo crecimiento debido a que los clientes potenciales deben pasar por un proceso de adaptación así como el posicionamiento en el mercado. Sin embargo, por tratarse de productos de fácil preparación y cuyos proveedores son de fácil acceso, la inversión es baja. Afortunadamente, generarán grandes cantidades de efectivo por encontrarse en un mercado de alta aceptación.

CAPÍTULO 3: Propuesta

3.1 ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES PRIMARIAS (CADENA DE VALOR)

Logística interna: La recepción de los insumos se hará al menos cada dos días cuando se trata de verduras, frutas, hortalizas y todos aquellos alimentos que tienen corto tiempo de preservación. Por otro lado, insumos como bebidas, arroz, condimentos, etc. tendrán una rotación de al menos 15 días dependiendo de la demanda.

Operaciones: Las actividades para la producción de los platillos, estarán a cargo del chef y los ayudantes de cocina.

Logística externa: Una vez que los platos estén listos, los meseros los recogerán y entregarán a los clientes. Además, si algún cliente ha realizado la reserva vía online con la respectiva hora de llegada al restaurante; el plato estará listo a la hora de su llegada y de igual manera se hará con los pedidos de catering.

Mercadotecnia y ventas: El marketing se llevará a cabo a través de redes sociales que informarán a los clientes sobre las opciones que ofrece el restaurante. Al momento de reclutar al personal, se empleará el boca en boca para que los damnificados conozcan sobre esta oferta de empleo.

Servicios pos venta: Una vez que el cliente deje el establecimiento, en caso de contar con su usuario de redes sociales o correo electrónico se le enviarán las nuevas promociones y menús del restaurante. En caso de recibir quejas o de presentarse un inconveniente con el cliente, se resolverá inmediatamente ya sea con la reposición del plato o con el reembolso del dinero.

3.2 PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO

Para la prestación del servicio en el restaurante, se llevará a cabo el siguiente proceso:

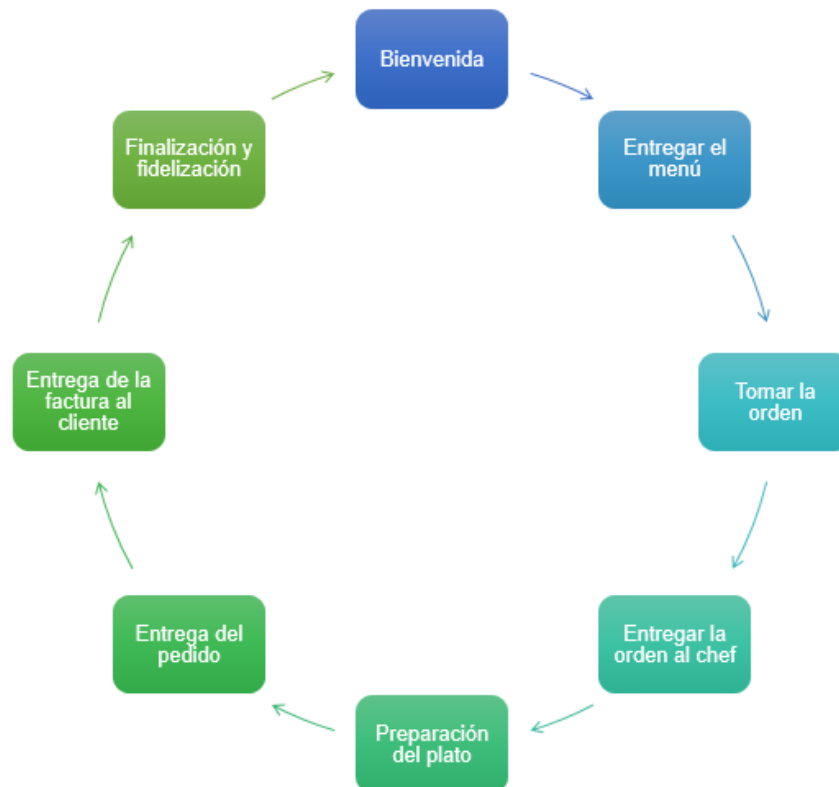


Figura 27 Proceso de prestación de servicios
Adaptado de: Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

El servicio en el restaurante empezará con la bienvenida del cliente por parte del mesero quien le entregará el menú y esperará a que el cliente tome una decisión. Una vez hecho el pedido, este será enviado al chef para la respectiva preparación y cuando esté listo el plato será entregado al cliente; adicionalmente el mesero podrá sugerir otras opciones del menú que podrán interesar al cliente como postres o bebidas adicionales. Cuando los clientes finalicen, se les entregará la factura y al pagar se les solicitará algún contacto para mantenerlos informados acerca de las nuevas promociones o menús de la empresa.

Cuanto se trata del servicio de catering, el proceso será de la siguiente manera:

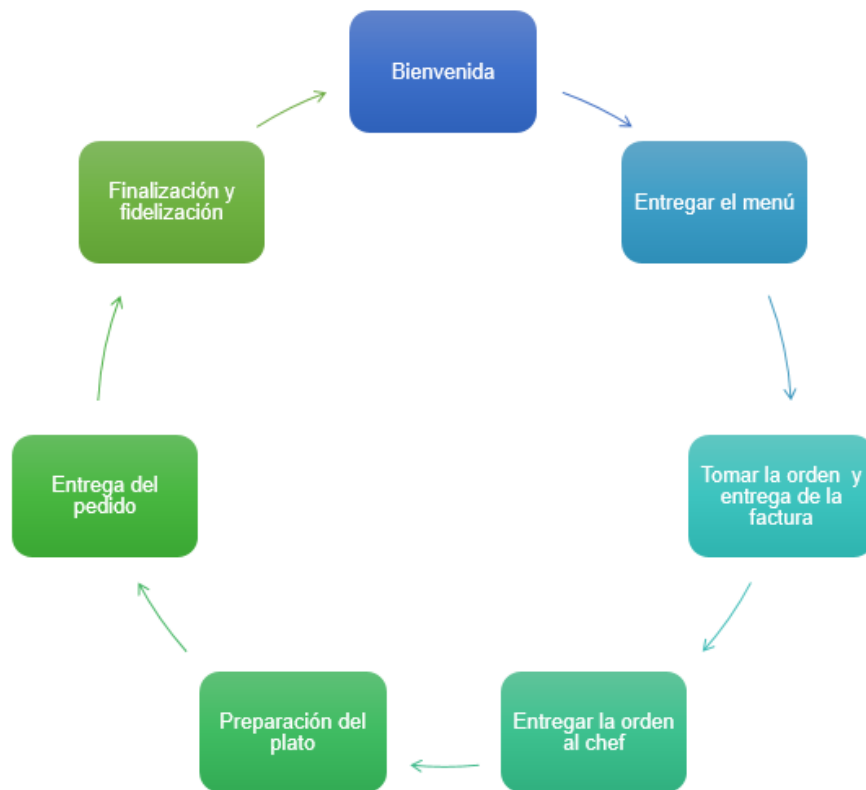


Figura 28 Proceso de catering

Adaptado de: Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

El cliente será recibido por el mesero, quien lo acercará a una de las mesas para tomar su pedido; al tratarse de un servicio de catering si tienen algún requerimiento especial, el chef se acercará a despejar todas sus dudas. Una vez que se haya decidido el pedido, se establecerá el tiempo de entrega y el cliente escogerá si desea recibirlo en su domicilio o lo recogerá en el restaurante. Antes de la entrega deberá cancelar el 50% del pedido y el restante al momento de la entrega. Durante el proceso de preparación, el gerente se mantendrá en contacto con el cliente para conocer si tienen alguna sugerencia u otro requerimiento.

Después de la recepción y pago total del pedido, se mantendrá la comunicación con los clientes con el fin de establecer relaciones a largo plazo y también para conocer que opinan del producto y la atención recibida.

3.3 PLANIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS A LARGO PLAZO PARA LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Entre las estrategias para mantener relaciones a largo plazo con los clientes y lograr su fidelización se encuentran:

- Al momento de realizar la orden, pedir al cliente su nombre para que se sienta más cómodo y en empatía con el negocio. El objetivo es lograr que cada cliente se sienta especial.
- Cuando se trate del cumpleaños de algún cliente, se le obsequiará un pequeño postre para festejar
- Una clave del negocio es siempre atender las sugerencias y quejas de los clientes
- Aprovechar las cuentas de usuario en redes sociales para mantener la comunicación con los clientes
- Se va a mencionar en redes sociales a aquellos clientes que asistan al negocio así como a los que asisten con mayor frecuencia
- Con el fin de hacer que el cliente se sienta parte de la empresa, cuando se planee ofrecer nuevas propuestas se consultará con los clientes que asistan al restaurante.

3.4 ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

3.4.1 MARKETING MIX

Las variables organizacionales que se presentarán en el marketing mix son:

Producto: Los productos que se ofrecen en el restaurante serán de primera calidad y contarán con todos los registros sanitarios para asegurar la salud de los clientes y mantener la fidelidad de los clientes.

Componentes de la carta

Ensaladas: Serán platos a base de verduras, habrán unas con, nueces, quesos, jamones, pastas; con vinagretas variadas.



Figura 29 Ensalada

Adaptado de Burger King. (2017). *Burger King*. Obtenido de <http://www.burgerking.es/menu/ensaladas>

Platos fuertes: Arroz, champiñones, huevos, carne hecha a base de verduras como brócoli, lenteja, fréjol, coliflor, hamburguesa veggie Varios de estos platos fuertes irán acompañados con sopas vegetarianas o veganas como la sopa borsch.



Figura 30 Arroz con champiñones
Pronaca. (2017). *Pronaca*. Obtenido de <http://www.tqma.com.ec/?arb=1039&cdg=5384>

Bebidas: Agua, leche de soya, leche de almendras, té de menta, agua de chia, jugo de mora, sandía, piña o papaya, frozen de mora, de frutilla o de limón



Figura 31 Té de menta

Adaptado de The beauty effect . (20116). Té de menta para bajar de peso. *Moi*, 20.

Postre: Se encuentran tres opciones entre ellas: ensalada de frutas, barquito y tarta de calabaza.



Figura 32 Ensalada de frutas

Cuidado de tu salud. (2017). *Cuidado de tu salud*. Obtenido de <https://www.cuidadosdetusalud.com/beneficios-de-comer-ensalada-de-frutas/>

Ubicación: El restaurante estará ubicado en un punto estratégico del norte ciudad de Guayaquil como lo es Urdesa donde los restaurantes vegetarianos han tenido mayor acogida. Exactamente, en las calles Víctor Emilio estrada y ébanos del lado de Víctor Emilio estrada diagonal a Pizza Hut.

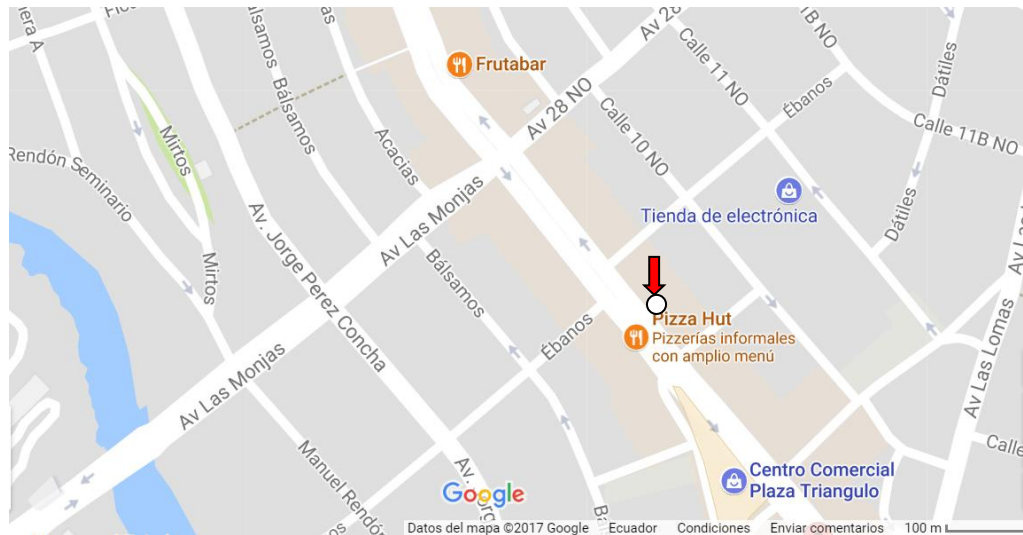


Figura 33 Ubicación del negocio

Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Precio: Con el fin de ofrecer un servicio atractivo y que vaya acorde al mercado, el precio deberá ser accesible para todos los clientes.

Promoción y publicidad: Entre las promociones que se ofrecerán se encuentran:

- Sorteo de nuevos productos o muestras que ofrezcan los proveedores
- Sorteos a través de redes sociales como un plato gratis por la suscripción, mención y me gusta en determinada publicación del negocio
- Eventos por fechas festivas de la ciudad donde los clientes puedan ganar concursos
- Precios especiales para paquetes nutricionales
- Promociones para cumpleaños cuando asisten con su familia

- Asesoría nutricional gratuita por la adquisición de un paquete nutricional de 30 días
- Publicidad en todas las redes sociales: Facebook, Instagram y Snapchat con el usuario Greenplanet.ec, para dichas publicidades se destinará un presupuesto mensual.

Paquetes Nutricionales

- **Reserva tus almuerzos diarios**
- **Asesoría de la nutricionista**
- **Seguimiento del peso corporal**



Pregunta por nuestros precios al 0989668809

Figura 34 Promociones de paquetes
Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Celebra tu cumpleaños con nosotros



Ven con toda tu familia y el cumpleaños no paga

Figura 35 Promociones para cumpleaños

Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Empaque: El empaque está dividido en dos partes de acuerdo a los siguientes servicios:

Servicio de catering

Hoy en día lo más recomendable para asegurar la seguridad ambiental es emplear instrumentos o herramientas que no afecten el medio ambiente. Por

tal motivo, los envases utilizados para distribuir los pedidos de catering serán eco amigable; compuesto por pulpa virgen 100 por ciento biodegradable y reciclable.



Figura 36 Envases

Adaptado de Greenpack. (2017). *Greenpack*. Obtenido de <http://www.greenpack.com.co/vasos-y-envases/envases-pulpa-papel-detail.html>

Restaurante

La comida servida en el restaurante se hará en platos tendidos y hondos de cerámica color blanco debido a que dicho color mejora la percepción de los consumidores y permite la apreciación de la comida de una mejor manera. Además, los cubiertos serán de aluminio; los cuales deberán ser lavados con rigurosidad para no dejar huellas, cabe mencionar que se ha escogido este material porque es más atrayente.



Figura 37 Platos

Adaptado de Coppel. (2017). *Coppel*. Obtenido de <http://www.coppel.com/plato-bormioli-de-vidrio-templado-pm-1194313>



Figura 38 Cubiertos

Adaptado de La vasconia. (2017). *La vasconia*. Obtenido de <http://la-vasconia.com.mx/products/cubiertos-oxford-regal/>

3.5 ESTRATEGIA FUNCIONAL

La estrategia funcional se va a establecer para los diferentes departamentos de la organización:

Departamento gerencial

Tabla 4.

Estrategia funcional de Gerencia.

Estrategia		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contratación de empleados	de	X	X	X	X	X
Mejoramiento de estrategias de marketing	de		X		X	
Planificación de capacitaciones internas y externas	de		X		X	
Implementación de políticas y procedimientos	de	X				

Tabla 4. Estrategia funcional de Gerencia...(continuación)

Aporte de ideas para redes sociales	X	X	X	X	X
Adquisición de un nuevo vehículo					X

Nota: Plan para la implementación de la estrategia funcional de gerencia. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Departamento de logística

Tabla 5.

Estrategia funcional del departamento de logística.

Estrategia	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Establecer nuevas rutas de transportistas	X	X	X	X	X
Asegurar el control de la bodega	X	X	X	X	X
Establecer nuevas estrategias de control de inventarios	X	X	X	X	X
Establecer estrategias para entregar	X	X	X	X	X

Tabla 5. *Estrategia funcional del departamento de logística...(continuación)*

**los productos
puntualmente**

Mantenimiento y reparación de vehículos	X	X	X	X	X
--	---	---	---	---	---

Nota: Plan de implementación de la estrategia funcional del departamento de logística. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Departamento de ventas y marketing

Tabla 6.

Estrategia funcional departamento de ventas.

Estrategia	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Organización de capacitaciones internas	X	X	X	X	X
Servicio pos venta	X	X	X	X	X
Creación de página web					X
Manejo de redes sociales	X	X	X	X	X
Implementar estrategias de servicio al cliente			X	X	X

Tabla 6. *Estrategia funcional departamento de ventas...(continuación)*

Mejorar estrategias de promociones	X	X	X	X	X
Cambio de estrategias de marketing		X		X	
Mejoramiento de estrategias de e-marketing		X	X		X

Nota: Plan de implementación de estrategia funcional del departamento de ventas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Departamento de producción

Tabla 7.

Estrategia funcional departamento de producción.

Estrategia	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Innovación de los platos	X	X	X	X	X
Innovación en paquetes nutricionales	X	X	X	X	X
Implementación de nuevas estrategias para la preparación de los platos	X	X	X	X	X
Control de calidad	X	X	X	X	X

Tabla 7. *Estrategia funcional departamento de producción.*

Estrategias de responsabilidad empresarial			X			X
Incentivos a empleados	X		X	X		X

Nota: Plan de implementación de estrategia funcional del departamento de producción. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

3.6 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN

La estrategia de diferenciación del precio será tener costos bajos a través de la adquisición de materia prima y productos de buena calidad pero que por medio de convenios con los proveedores reporten un costo bajo; con el fin de ofrecer un almuerzo completo más una fruta o postre que mantenga al cliente satisfecho sobre aquello que consume.

La diferenciación por estilo de vida buscará una conexión emocional con el cliente, en el caso de este negocio se hará a través de redes sociales buscando una personalización del servicio y manteniendo la comunicación con cada cliente en los diferentes aspectos de su vida o publicaciones que se realicen en redes. Al igual que al momento de prestar el servicio en el restaurante, se tratará de manera personalizada a cada cliente.

3.7 NORMATIVA PARA LOS EMPLEADOS

- Excelente atención al cliente
- Proactividad
- Compromiso con la organización

- Apertura al aprendizaje
- Cumplimiento de horarios de trabajo

3.8 NORMATIVA DE PROVEEDORES

- Facilidades para llegar a un acuerdo
- Buena calidad de productos
- Ubicación geográfica
- Precios razonables
- Puntualidad en la entrega de pedidos

De esta manera se busca lograr un sistema eficiente de compras donde los productos sean distribuidos puntualmente para evitar el retraso en pedidos hechos por los clientes, así como también mantener relaciones beneficiosas que aporten al crecimiento de ambas empresas.

3.9 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Entre los permisos que todo establecimiento de venta de alimentos de consumo inmediato debe adquirir son:

Ruc

Sus siglas quieren decir registro único de contribuyente y la función de este documento es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. Entre sus requisitos se encuentran: el certificado del cuerpo de bomberos, las personas naturales deben presentar la cédula de identidad (Alcaldía de Guayaquil, 2017).

Certificado del cuerpo de bomberos:

Es un permiso otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos para proteger el negocio de cualquier catástrofe relacionada con el fuego y ayudar a los visitantes en caso de evacuación, entre los requisitos se encuentran: un extintor de 10 libras, lámparas de emergencia, puertas con sentido a evacuación, instalaciones eléctricas que estén en buen estado, letrero luminoso de salida y sistemas de rociadores (Benemérito cuerpo de bomberos de guayaquil, 2017).

Tasa de uso de suelo

Es aquel documento que determina si una actividad es permitida o no en un lugar. Se describen los requerimientos, condiciones y áreas mínimas que deben tener el establecimiento y edificaciones para llevar a cabo una actividad. Para obtenerlo es necesario obtener la tasa de uso de suelo y llenar una solicitud online (Alcaldía de Guayaquil, 2017).

Patente Municipal

Es un documento obligatorio que deben obtener todos los negocios que realicen actividades comerciales, y su pago es anual. Entre los requerimientos para la obtención del permiso se encuentran el certificado del cuerpo de bomberos, RUC y formulario para registrar la patente (Alcaldía de Guayaquil, 2017).

Permiso ARCSA

Es un permiso que certifica que el establecimiento cumple con un registro sanitario y que los alimentos que este ofrece son aptos para el consumo humano. Para la obtención de este permiso no se necesitan presentar documentos, todo el trámite se realiza online donde el sistema verifica que todos los documentos del beneficiario se encuentren en orden, solamente se debe pagar un valor de \$219,60 (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitario, 2017).

Certificado de trampa de grasa

Es un certificado que deben adquirir todos los restaurantes para comprobar que las instalaciones como tuberías se encuentran en buen estado, además certifican que en caso de daño las empresa Interagua será contactada para darle mantenimiento a las mismas; entre los requerimientos están el RUC, croquis del establecimiento, autorización del representante legal del establecimiento y copia de la cotización y factura de pago por el permiso (Interagua, 2017).

CAPÍTULO IV: Financiamiento

4.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial total es de 62.490,48 dólares, los cuales han sido distribuidos en gastos administrativos, de ventas considerando materia prima y todas las herramientas de cocina, y pre operacionales. El capital de trabajo ha sido proyectado da un total de 3.040,59 dólares.

Tabla 8.

Inversión inicial.

ACTIVO NO CORRIENTE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	DEPRESION ANUAL
ÁREA DE PRODUCCIÓN						
COCINA						
Cocina industrial	1	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	5	\$ 484,00	\$ 387,20
Refrigerador Industrial	1	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	5	\$ 105,00	\$ 189,00
Congelador Industrial tipo cofre	1	\$ 572,00	\$ 572,00	5	\$ 57,20	\$ 102,96
Olla arrocera industriales	2	\$ 451,25	\$ 902,50	5	\$ 45,13	\$ 171,48
Licuadora	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00	5	\$ 120,00	\$ 456,00
Juego de Ollas 77560	2	\$ 1.118,00	\$ 2.236,00	5	\$ 111,80	\$ 424,84
Maquina para jugos	2	\$ 799,00	\$ 1.598,00	5	\$ 79,90	\$ 303,62
Trampa de grasa	1	\$ 1.210,00	\$ 1.210,00	5	\$ 121,00	\$ 217,80
Campana de vapor	1	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	5	\$ 198,00	\$ 356,40
Sartén-freidora	3	\$ 65,00	\$ 195,00	5	\$ 6,50	\$ 37,70
Pozuelos - bowl	4	\$ 4,20	\$ 16,80	3	\$ -	\$ 5,60
Espátula	3	\$ 3,43	\$ 10,29	3	\$ -	\$ 3,43
Termómetro	2	\$ 18,38	\$ 36,76	1	\$ -	\$ 36,76
Sartén steel coat 47790	3	\$ 52,46	\$ 157,38	3	\$ -	\$ 52,46
Cernidor malla	3	\$ 7,20	\$ 21,60	2	\$ -	\$ 10,80
Tabla para picar	3	\$ 25,10	\$ 75,30	3	\$ -	\$ 25,10
Olla de presión	1	\$ 350,62	\$ 350,62	5	\$ 35,06	\$ 63,11
Cuchillo	6	\$ 11,20	\$ 67,20	2	\$ -	\$ 33,60
Cucharon	3	\$ 3,89	\$ 11,67	2	\$ -	\$ 5,84
Batidor manual	2	\$ 11,35	\$ 22,70	2	\$ -	\$ 11,35
Pinza multiuso	3	\$ 4,24	\$ 12,72	2	\$ -	\$ 6,36
Espumadera	3	\$ 3,20	\$ 9,60	2	\$ -	\$ 4,80
Rallador	2	\$ 3,20	\$ 6,40	2	\$ -	\$ 3,20
balanza analitica	2	\$ 3,20	\$ 6,40	5	\$ -	\$ 1,28
Hornos Industriales	1	\$ 750,00	\$ 750,00	5	\$ 75,00	\$ 135,00
Instalacion de CO2 (contraincendios)	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	5	\$ 180,00	\$ 324,00
Instalacion de Gas	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	5	\$ -	\$ 300,00

Nota: Inversión inicial en la cocina. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 9.

Inversión inicial otras áreas.

RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA							
Balanzas industriales	2	\$ 910,00	\$ 1.820,00	5	\$ 91,00	\$ 345,80	
Carro transportador de bandejas	6	\$ 112,00	\$ 672,00	5	\$ 11,20	\$ 132,16	
Gavetas	5	\$ 15,80	\$ 79,00	3	\$ -	\$ 26,33	
Mesas 4m2	2	\$ 567,00	\$ 1.134,00	5	\$ 56,70	\$ 215,46	
LIMPIEZA, HIGIENE Y SANITIZACION							
Lavavajillas bajo counter	1	\$ 1.229,00	\$ 1.229,00	5,00	\$ 245,80	\$ 196,64	
Desengrasante BX	3	\$ 2,88	\$ 8,64	0,03	\$ -	\$ 288,00	
Ajax Cloro Polvo 500 gr (Pomo).	6	\$ 2,18	\$ 13,08	0,05	\$ -	\$ 261,60	
Alcohol Industrial Galon	3	\$ 6,16	\$ 18,48	0,08	\$ -	\$ 221,76	
Desinfectante Piso Oceanblue Italclean Lt.	3	\$ 1,50	\$ 4,50	0,08	\$ -	\$ 54,00	
Desinfectante tips 2000ml	5	\$ 2,99	\$ 14,95	0,08	\$ -	\$ 179,40	
Escoba plastica	3	\$ 2,07	\$ 6,21	0,33	\$ -	\$ 18,82	
Esponja Cocina Vileda x Unidad	5	\$ 0,99	\$ 4,95	0,25	\$ -	\$ 19,80	
Esponja Dorada (Solex)	5	\$ 0,69	\$ 3,45	0,25	\$ -	\$ 13,80	
Guantes SQL 100% Medium latex	7	\$ 10,10	\$ 70,70	0,04	\$ -	\$ 1.696,80	
Mallas Nylon Para Cabello Caja x144 und.	4	\$ 18,20	\$ 72,80	0,08	\$ -	\$ 873,60	
Papel Higienico para dispensador (x4)	8	\$ 13,93	\$ 111,44	0,08	\$ -	\$ 1.337,28	
Jabon liquido para dispensador x galon	6	\$ 7,50	\$ 45,00	0,08	\$ -	\$ 540,00	
Recogedor basura con pala	3	\$ 2,70	\$ 8,10	0,33	\$ -	\$ 24,55	
COMEDOR							
Mesas	11	\$ 300,00	\$ 3.300,00	5	\$ 330,00	\$ 594,00	
Manteles	44	\$ 26,00	\$ 1.144,00	3	\$ -	\$ 381,33	
Sillas	44	\$ 90,00	\$ 3.960,00	5	\$ 396,00	\$ 712,80	
Juego de Vajillas(24piezas)	15	\$ 87,00	\$ 1.305,00	3	\$ -	\$ 435,00	
Juego de Cubiertos (36unid)	15	\$ 45,00	\$ 675,00	3	\$ -	\$ 225,00	
Juego de vasos y copas (6unidades)	15	\$ 8,50	\$ 127,50	3	\$ -	\$ 42,50	
Servilletas de tela	15	\$ 5,60	\$ 84,00	3	\$ -	\$ 28,00	
Acondicionador (Split)	2	\$ 1.110,00	\$ 2.220,00	5	\$ -	\$ 444,00	
Instalación luz, telefono e internet	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	10	\$ -	\$ 150,00	
TOTAL			\$ 39.050,74			\$ 13.128,11	

Nota: Inversión inicial otras áreas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 10.

Inversión área administrativa.

ÁREA DE ADMINISTRATIVA							
Caja registradoras Sam4ser350ii	1	\$ 425,00	\$ 425,00	5	\$ -	\$ 85,00	
Butacas	2	\$ 145,00	\$ 290,00	5	\$ 29,00	\$ 52,20	
Sillas de espera Oficina Tripersonal	1	\$ 259,00	\$ 259,00	5	\$ 25,90	\$ 46,62	
Computadoras	2	\$ 780,00	\$ 1.560,00	5	\$ -	\$ 312,00	
Teléfonos	2	\$ 38,69	\$ 77,38	5	\$ -	\$ 15,48	
Equipo de Audio y Video	1	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	5	\$ 314,00	\$ 251,20	
Decoracion del restaurante	1	\$ 1.800,32	\$ 1.800,32	10	\$ -	\$ 180,03	
Sistema de Seguridad	1	\$ 1.823,45	\$ 1.823,45	10	\$ -	\$ 182,35	
Juego de letreros, y varios	1	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	5	\$ -	\$ 1.500,00	
Otros equipos administrativos	1	\$ 125,00	\$ 125,00	5	\$ -	\$ 25,00	
TOTAL			\$ 15.430,15			\$ 2.649,87	
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 54.480,89			\$ 15.777,98	

Nota: Inversión inicial otras áreas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 11.

Gastos pre operacionales.

GASTOS PREOPERATIVOS	Valor
	Total
Constitucion de le Empresa	\$ 426,00
Honorarios Legales	\$ 600,00
Permisos	\$ 2.387,00
Acondicionamiento del Local	\$ 1.556,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 4.969,00

Nota: Gastos pre operativos. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 12.

Capital de trabajo.

CICLO DE EFECTIVO	
Dias de Aprovechamiento	1
Dias de Produccion	1
Dias de venta	1
Dias de Cobro	1
(-) Dias de Pago	1
	3
Costo Anual Operacional	
Costo de Produccion	\$ 139.328,50
Gastos Administrativos	\$ 106.196,56
Gastos de Ventas	\$ 17.795,59
Total de CAO	\$ 263.320,65
Capital de Trabajo	\$ 2.194,34

Nota: Capital de trabajo. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 13.

Total Inversión Inicial.

INVERSIÓN INICIAL	Valor	
	Total	
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$	54.480,89
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$	4.969,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$	3.040,59
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$	62.490,48

Nota: Total Inversión inicial. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.2 RECETAS

Tabla 14.

Guatita Vegana.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Gluten	Kg	0,114	\$ 2,20	0,2508
papa	Kg	0,001	1,6	0,0016
Tomate	kg	0,01	1,2	0,012
maní	kg	0,005	1,5	0,0075
cilantro	Kg	0,005	2,5	0,0125
Leche vegetal	Lt.	0,02	1,4	0,028
pimiento	Kg	0,005	1,5	0,0075
aceite	Lt.	0,01	3,2	0,032
Arroz Integral	Kg	0,6	1,25	0,75
sal y pimienta				
Total				\$ 1,10
Precio de la ración				\$ 6,25

Nota: Guatita vegana. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 15.

Ensalada de Garbanzo.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Garbanzos	Kg	0,4	3,33	1,3320
Tomate	Kg	0,02	0,56	0,0112
Pepino	kg	0,04	0,48	0,0192
Zanahoria	kg	0,015	0,62	0,0093
Lechuga	Kg	0,025	0,5	0,0125
Cebolla	Kg	0,02	0,52	0,0104
Aceite vegetal	Lt	0,01	2,83	0,0283
Vinagre	Lt	0,01	1,8	0,0180
Sal				0,0000
Total				\$ 1,44
Costo de la racion				5,6

Nota: Ensalada de Garbanzo. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 16.

Paté de Aguacate con tostada integral.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Aguacate	Kg	0,35	0,9	0,315
Ajo	Kg	0,015	2,24	0,0336
Cebolla	Kg	0,05	0,52	0,026
Aceite de oliva	Lt	0,02	4,8	0,096
tostadas	unidad	0,5	0,8	0,4
Sal				
Total				\$ 0,87
Costo de ración				\$ 4,80

Nota: Paté de aguacate. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017)

Tabla 17.

Croquetas de Mijo.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Quinoa	Kg	0,1	0,8	0,08
Champiñones	Kg	0,08	6,5	0,52
Cebolla	kg	0,35	0,52	0,182
Tofu	kg	0,1	8,5	0,85
Leche de Soja	Kg	0,05	1,99	0,0995
Aceite	Kg	0,005	2,83	0,01415
Pimienta				0
Sal				0
Total				\$ 1,75
Costo de ración				\$ 5,99

Nota: Croquetas de mijo. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 18.

Albondigas a la berenjena.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Berenjena	Kg	0,025	1,11	0,02775
Cebolla	Kg	0,037	0,66	0,02442
Ajo	kg	0,002	2,85	0,0057
Perejil	kg	0,005	2,5	0,0125
Frijol cocido	Kg	0,05	3,3	0,165
Salsa de tomate	Kg	0,015	2,64	0,0396
Panko (apanadura)	Kg	0,05	1,1	0,055
Aceite de oliva	lt	0,01	9,24	0,0924
Sal y pimienta	Kg	0,001		0
Total				0,42237
Costo de la ración				\$ 5,80

Nota: Albondigas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 19.

Calabacitas.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Choclo	Gr	1	0,0048	0,48
Cebolla	Gr	5	0,016	0,0015
Aceite	Ltr		2,50	0,00012
Ajo	Gr	0,05	1,50	0,08
Tomate	Gr	3	0,002	0,076
Calabaza	Gr	50	0,008	0,075
Pimiento	Gr	100	0,0015	0,032
Sal	-	19,82		
Pimienta	-			
Total				0,69
Costo de la ración				\$ 4,90

Nota: Calabacitas con elote. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 20.

Fajitas.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Soja	Kg	0,1	0,3	0,03
Frejol	Kg	0,1	1,69	0,169
Cebolla	kg	0,35	0,52	0,182
Pimiento	kg	0,015	0,75	0,01125
Ajo Pelado	Kg	0,03	2,24	0,0672
Tortilla de Maiz	Kg	0,03	2,19	0,0657
Pimienta				0
Sal				0
Total				\$ 0,53
Costo de la racion				\$ 4,99

Nota: Fajitas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 21.

Hamburguesa Veggie.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Soja	Kg	0,4	0,00375	0,0015
Harina de Trigo	Kg	0,1	0,3833	0,03833
Cebolla	Kg	0,8	0,82	0,656
Salsa de soja				
Ajo	Kg	0,4	0,0025	0,001
Pimiento	Kg	0,8	0,055	0,044
Aceite de Oliva	Ltr	100	0,0008	0,08
Arroz Integral	Kg	0,11	0,0014	0,000154
Sal				0
Pimienta				0
Comino				0
Total				\$ 0,82
Costo por ración				\$ 5,50

Nota: Hamburguesa Veggie. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 22.

Sopa Borsch.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Col	kg	0,1	0,2	0,02
Zanahoria	kg	0,8	0,62	0,496
Papa	kg	0,02	0,78	0,0156
Remolacha	kg	0,04	3,26	0,1304
Ajo	Kg	0,005	1,08	0,0054
Pasta de Tomate	kg	0,01	0,77	0,0077
Limon	kg	0,005	1,24	0,0062
Azúcar	kg	0,002	1	0,002
Total				0,6833
Costo de la ración				\$ 4,50

Nota: Sopa Borsch. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 23.

Sopa de zanahoria.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Cebolla	kg	0,005	0,5	0,0025
Zanahoria	kg	0,015	0,62	0,0093
Papa	kg	0,04	0,78	0,0312
Aceite de oliva	Lt	0,05	4,8	0,24
Yogurt de soja	Kg	0,25	3,2	0,8
Laurel				0
sal				0
Total				0,16
Costo de la ración				\$ 5,20

Nota: Sopa de zanahoria. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 24.

Arroz de quinua.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Carne de soya	Kg	0,09	4	0,36
Quinua	Kg	0,1	0,8	0,08
Champiñón blanco	Kg	0,05	6,5	0,325
Cebolla	Kg	0,01	0,85	0,008
Ajo	kg	0,002	2,85	0,005
Brócoli	Kg	0,04	0,7	0,02
Zanahoria	Kg	0,015	0,45	0,006
Salsa de soya	lt.	0,002	7,8	0,01
Total				\$ 0,81
Costo de ración				\$ 6,20

Nota: Arroz de quinua. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 25.

Ensalada de frutas.

Artículo	Unidad	Cantidad	Precio U	Precio
Fresas	Kg	0,025	1,58	0,0395
Uvas	Kg	0,05	2,49	0,1245
Plátano	Kg	0,03	0,26	0,0078
Durazno en almíbar	kg	0,05	8,23	0,4115
Manzana	Kg	0,05	1,95	0,0975
Total				\$ 0,68
Precio de ración				\$ 3,50

Nota: Arroz de quinua. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 26.

Demanda de postres.

NOMBRE DE PLATO POSTRES	Platos Vendidos	Popularidad %	Costo MP	Precio de Venta	Margen de Contribucion	Total Costo MP/plato	Ingresos Generados *plato	Margen Contribucion *plato	CLASIFICACION MARGEN CONTRIBUCION	POPULARIDAD	CATEGORIAS
Ensalada de Frutas	130	65	\$ 0,68	\$ 3,50	2,82	88,504	455	366,496	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Barquitos	104	13	\$ 0,63	\$ 2,50	1,87	65,3952	260	194,6048	BAJO	BAJO	PERRO
Tarta de Calabaza	156	22	\$ 0,36	\$ 3,80	3,44	56,706	592,8	536,094	ALTO	ALTO	ESTRELLA
	390	100		9,80			1307,8	1097,1948			

Nota: Demanda de postres. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 27.

Servidas del postre.

POSTRES	%	#PLATOS DIARIOS	#PLATOS MENSUALES
Ensalada de Frutas	33	5	130
Barquitos	27	4	104
Tarta de Calabaza	40	6	156
TOTAL	100	15	390

Nota: Servida de postres. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 28.

Demanda de entradas.

NOMBRE DE PLATO ENTRADAS	Platos Vendidos	Popularidad %	Costo MP	Precio de Venta	Margen de Contribucion	Total Costo MP/plato	Ingresos Generados *plato	Margen Contribucion *plato	CLASIFICACION MARGEN CONTRIBUCION	POPULARIDAD	CATEGORIAS
Ensalada de Garbanzos	78	25	\$ 1,44	\$ 5,60	4,16	112,3902	436,8	324,4098	BAJO	ALTO	CABALLO DE CARGA
Pate de Aguacate con tostadas integrales	52	17	\$ 0,87	\$ 4,80	3,93	45,2712	249,6	204,3288	BAJO	BAJO	PERRO
Fajitas Veganas	130	42	\$ 0,53	\$ 4,99	4,46	68,2695	648,7	580,4305	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Croquetas de Mijo con tofú	52	17	\$ 1,75	\$ 5,99	4,24	90,7738	311,48	220,7062	BAJO	BAJO	PERRO
	312	100,00		21,38			1646,58	1329,8753			
	N	POPULARIDAD 80%			K	I	J	M	O		
TOTAL	312	20			0,19	316,7047	1646,58	1329,8753	4,26		

Nota: Demanda de entradas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 29.

Servida de entradas.

ENTRADAS	%	#PLATOS DIARIOS	#PLATOS MENSUALES
Ensalada de Garbanzos	25	3	78
Pate de Aguacate con tostadas i	17	2	52
Fajitas Veganas	42	5	130
Croquetas de Mijo con tofú	17	2	52
TOTAL	100	12	312

Nota: Servida de entradas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 30.

Demanda de sopas.

NOMBRE DE PLATO SOPAS	Platos Vendidos	Popularidad %	Costo MP	Precio de Venta	Margen de Contribucion	Total Costo MP/plato	Ingresos Generados *plato	Margen Contribucion *plato	CLASIFICACION MARGEN CONTRIBUCION	POPULARIDAD	CATEGORIAS
Sopa de Zanahoria	520	57	\$ 0,16	\$ 5,20	5,04	83,2	2704	2620,8	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Sopa Borsch Vegana	390	43	\$ 0,68	\$ 4,50	3,82	266,487	1755	1488,513	BAJO	ALTO	CABALLO DE CARGA
	910	100		9,7			4459	4109,313			

Nota: Demanda de sopas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 31.

Servida de sopas.

SOPAS	%	#PLATOS DIARIOS	#PLATOS MENSUALES
Sopa de Zanahoria	57	20	520
Sopa Borsch Vegana	43	15	390
TOTAL	100	35	910

Nota: Servida de sopas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 32.

Demanda de platos fuertes.

NOMBRE DE PLATO PLATOS FUERTES	Platos Vendidos	Popularidad %	Costo MP	Precio de Venta	Margen de Contribucion	Total Costo MP/plato	Ingresos Generados *plato	Margen Contribucion *plato	CLASIFICACION MARGEN CONTRIBUCION	POPULARIDAD	CATEGORIAS
Guatita Vegana	442	22	\$ 1,10	\$ 6,25	5,15	487,0398	2762,5	2275,4602	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Hamburguesa Veggie	702	35	\$ 0,82	\$ 5,50	4,68	576,330768	3861	3284,669232	BAJO	ALTO	CABALLO DE CARGA
Pasta con salsa a la bolonesa	364	18	\$ 0,53	\$ 5,00	4,47	192,92	1820	1627,08	BAJO	ALTO	CABALLO DE CARGA
Arroz de quinua con carne de soya a la plancha	312	15	\$ 0,81	\$ 6,20	5,39	253,968	1934,4	1680,432	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Calabacitas con elote	130	7	\$ 0,69	\$ 4,90	4,21	89,7	637	547,3	BAJO	BAJO	PERRO
Albondigas a la berenjena	52	3	\$ 0,42	\$ 5,80	5,38	21,96324	301,6	279,63676	ALTO	BAJO	ENIGMA
	2002	100		33,65	29,27		11316,5	9694,578192	ALTO		

Nota: Demanda de platos fuertes. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 33.

Servida de platos fuertes.

PLATOS FUERTES	%	#PLATOS DIARIOS	#PLATOS MENSUALES
Guatita Vegana	22	17	442
Hamburguesa Veggie	35	27	702
Pasta con salsa a la bolonesa	18	14	364
Arroz de quinua con carne de sc	16	12	312
Calabacitas con elote	6	5	130
Albondigas a la berenjena	3	2	52
TOTAL	100	77	2002

Nota: Servida de platos fuertes. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 34.

Costo de bebidas.

NOMBRE DE BEBIDAS	Bebidas Vendidas	Popularidad %	Costo MP	Precio de Venta	Margen de Contribucion	Total Costo MP/plato	Ingresos Generados *plato	Margen Contribucion *plato	CLASIFICACION MARGEN CONTRIBUCION	POPULARIDAD	CATEGORIAS
Agua embotellada	208	10	0,22	1,10	0,88	45,76	228,8	183,04	BAJO	ALTO	CABALLO DE CARGA
Leche de soya	260	12	0,75	1,50	0,75	195	390	195	BAJO	ALTO	CABALLO DE CARGA
Leche de almendras	208	10	2	2,50	0,50	416	520	104	BAJO	ALTO	CABALLO DE CARGA
Te jengibre	104	5	0,15	1,25	1,10	15,6	130	114,4	BAJO	BAJO	PERRO
agua de chia	130	6	0,32	1,35	1,03	41,6	175,5	133,9	BAJO	BAJO	PERRO
Jugos Naturales Naranja	156	7	0,46	2,5	2,04	71,76	390	318,24	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Jugos Naturales Mora	156	7	0,46	2,5	2,04	71,76	390	318,24	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Jugos Naturales Sandia	182	8	0,65	2,5	1,85	118,3	455	336,7	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Jugos Naturales Papaya	156	7	0,28	2,5	2,22	43,68	390	346,32	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Jugos Naturales Piña	182	8	0,23	2,5	2,27	41,86	455	413,14	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Frozen mora	156	7	0,41	1,75	1,34	63,96	273	209,04	BAJO	ALTO	CABALLO DE CARGA
Frozen frutilla	130	6	0,42	1,75	1,33	54,6	227,5	172,9	BAJO	BAJO	PERRO
Frozen Limon	130	6	0,2	1,75	1,55	26	227,5	201,5	ALTO	BAJO	ENIGMA
	2158	100		25,45			4252,3	3046,42			

Nota: Costo de bebidas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017)

Tabla 35.

Servidas en platos por mes.

Servidas de platos/ mes:			
BEBIDAS	%	BEBIDAS DIARIAS	#BEBIDAS MENSUALES
Agua embotellada	10	8	208
Leche de soya	12	10	260
Leche de almendras	10	8	208
Te jengibre	5	4	104
agua de chia	6	5	130
Jugos Naturales Naranja	7	6	156
Jugos Naturales Mora	7	6	156
Jugos Naturales Sandia	8	7	182
Jugos Naturales Papaya	7	6	156
Jugos Naturales Piña	8	7	182
Frozen mora	7	6	156
Frozen frutilla	6	5	130
Frozen Limon	6	5	130
TOTAL	100	83	2158

Nota: Servidas de platos por mes. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.3 VENTAS

Se han determinado las ventas para una proyección de cinco años, considerando que la empresa ofrece platos fuertes, sopas, entras, postres y bebidas. El servicio del restaurante representa el 36,1 por ciento de las ventas.

Tabla 36.

Ventas del restaurante.

INGRESO POR VENTA DE ENTRADAS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Unidades Vendidas al Mes	113	118	124	130	137	
Ingresos Mensuales	\$ 594,42	\$ 624,00	\$ 655,00	\$ 688,00	\$ 722,00	
INGRESOS ANUALES	\$ 7.132,98	\$ 7.488,00	\$ 7.860,00	\$ 8.256,00	\$ 8.664,00	
INGRESO POR VENTA DE SOPAS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Unidades Vendidas al Mes	329	345	362	380	399	
Ingresos Mensuales	\$ 1.609,70	\$ 1.690,00	\$ 1.775,00	\$ 1.864,00	\$ 1.957,00	
INGRESOS ANUALES	\$ 19.316,39	\$ 20.280,00	\$ 21.300,00	\$ 22.368,00	\$ 23.484,00	
INGRESO POR VENTA DE PLATOS FUERTES						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Unidades Vendidas al Mes	723	759	797	837	879	
Ingresos Mensuales	\$ 4.085,26	\$ 4.290,00	\$ 4.505,00	\$ 4.730,00	\$ 4.967,00	
INGRESOS ANUALES	\$ 49.023,08	\$ 51.480,00	\$ 54.060,00	\$ 56.760,00	\$ 59.604,00	
INGRESO POR VENTA DE POSTRES						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Unidades Vendidas al Mes	141	148	155	163	171	
Ingresos Mensuales	\$ 472,12	\$ 496,00	\$ 521,00	\$ 547,00	\$ 574,00	
INGRESOS ANUALES	\$ 5.665,39	\$ 5.952,00	\$ 6.252,00	\$ 6.564,00	\$ 6.888,00	
INGRESO POR VENTA DE BEBIDAS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Unidades Vendidas al Mes	779	818	859	902	947	
Ingresos Mensuales	\$ 1.535,08	\$ 1.612,00	\$ 1.693,00	\$ 1.778,00	\$ 1.867,00	
INGRESOS ANUALES	\$ 18.420,96	\$ 19.344,00	\$ 20.316,00	\$ 21.336,00	\$ 22.404,00	

Nota: Ventas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.3.1 VENTAS POR CATERING

El porcentaje de ventas por catering ha sido determinado de acuerdo al porcentaje de aceptación en las encuestas, donde la mayoría mencionaron que este servicio sería el que más utilizarían. Además, tienen la misma proyección y variación anual que en las ventas por el servicio de restauración. Este servicio representa 63,9 por ciento de las ventas.

Tabla 37.

Ventas por catering.

INGRESO POR VENTA DE ENTRADAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	199	209	209	209	209
Ingresos Mensuales	\$ 1.052,16	\$ 1.105,00	\$ 1.160,00	\$ 1.218,00	\$ 1.279,00
INGRESOS ANUALES	\$ 12.625,98	\$ 13.260,00	\$ 13.920,00	\$ 14.616,00	\$ 15.348,00
INGRESO POR VENTA DE SOPAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	581	611	642	674	708
Ingresos Mensuales	\$ 2.849,30	\$ 2.992,00	\$ 3.142,00	\$ 3.299,00	\$ 3.464,00
INGRESOS ANUALES	\$ 34.191,61	\$ 35.904,00	\$ 37.704,00	\$ 39.588,00	\$ 41.568,00
INGRESO POR VENTA DE PLATOS FUERTES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	1.279	1.343	1.410	1.481	1.555
Ingresos Mensuales	\$ 7.231,24	\$ 7.593,00	\$ 7.973,00	\$ 8.372,00	\$ 8.791,00
INGRESOS ANUALES	\$ 86.774,92	\$ 91.116,00	\$ 95.676,00	\$ 100.464,00	\$ 105.492,00
INGRESO POR VENTA DE POSTRES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	249	262	275	289	303
Ingresos Mensuales	\$ 835,68	\$ 877,00	\$ 921,00	\$ 967,00	\$ 1.015,00
INGRESOS ANUALES	\$ 10.028,21	\$ 10.524,00	\$ 11.052,00	\$ 11.604,00	\$ 12.180,00
INGRESO POR VENTA DE BEBIDAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	1.379	1.448	1.520	1.596	1.676
Ingresos Mensuales	\$ 2.717,22	\$ 2.853,00	\$ 2.996,00	\$ 3.146,00	\$ 3.303,00
INGRESOS ANUALES	\$ 32.606,64	\$ 34.236,00	\$ 35.952,00	\$ 37.752,00	\$ 39.636,00

Nota: Ventas por catering. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.4 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción han sido determinados en base a los diferentes platos que ofrece la empresa, las cantidades han sido determinadas en base a los resultados de la encuestas y haciendo una proyección con la población de estudio.

Tabla 38.

Costos de producción de entradas.

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS ENSALADA DE GARBANZOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 1,44	\$ 1,47	\$ 1,50	\$ 1,53	\$ 1,56
Unidades al mes	78,00	82,00	86,00	90,00	95,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 112,39	\$ 120,52	\$ 128,92	\$ 137,62	\$ 137,62
Costo Material Directo / Año	\$ 1.348,68	\$ 1.446,20	\$ 1.547,08	\$ 1.651,42	\$ 1.651,42

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS PATE DE AGUACATE					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,87	\$ 0,89	\$ 0,91	\$ 0,92	\$ 0,94
Unidades al mes	52,00	55,00	58,00	61,00	64,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 45,27	\$ 48,84	\$ 52,53	\$ 56,36	\$ 56,36
Costo Material Directo / Año	\$ 543,25	\$ 586,09	\$ 630,42	\$ 676,29	\$ 676,29

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS FAJITAS VEGANAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,53	\$ 0,54	\$ 0,55	\$ 0,56	\$ 0,57
Unidades al mes	130,00	137,00	144,00	151,00	159,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 68,27	\$ 73,38	\$ 78,68	\$ 84,15	\$ 84,15
Costo Material Directo / Año	\$ 819,23	\$ 880,61	\$ 944,12	\$ 1.009,82	\$ 1.009,82

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS CROQUETAS DE QUINUA CON TOFU					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 1,75	\$ 1,78	\$ 1,82	\$ 1,85	\$ 1,89
Unidades al mes	52,00	55,00	58,00	61,00	64,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 90,77	\$ 97,93	\$ 105,34	\$ 113,00	\$ 113,00
Costo Material Directo / Año	\$ 1.089,29	\$ 1.175,17	\$ 1.264,06	\$ 1.356,03	\$ 1.356,03

Nota: Costos de producción de entradas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Todas las sopas serán producidas con un bajo porcentaje de grasa, así mismo las opciones que se ofrecerán son netamente vegetarianas y cuentan con un alto contenido proteínico. Entre estas sopas se encuentran: zanahoria y batata y la sopa borsch vegana que está compuesta por caldo de verduras, col, patatas, zanahoria, remolacha y diente de ajo.

Tabla 39.

Costos de producción de sopas.

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS SOPA DE ZANAHORIA Y BATATA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17
Unidades al mes	520,00	546,00	573,00	602,00	632,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 83,20	\$ 89,11	\$ 95,38	\$ 102,22	\$ 102,22
Costo Material Directo / Año	\$ 998,40	\$ 1.069,29	\$ 1.144,61	\$ 1.226,59	\$ 1.226,59

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS SOPA BORSCH VEGANA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,68	\$ 0,70	\$ 0,71	\$ 0,73	\$ 0,74
Unidades al mes	390,00	410,00	431,00	453,00	476,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 266,49	\$ 285,76	\$ 306,40	\$ 328,48	\$ 328,48
Costo Material Directo / Año	\$ 3.197,84	\$ 3.429,07	\$ 3.676,80	\$ 3.941,77	\$ 3.941,77

Nota: Costos de producción de sopas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 40.

Costos de producción de platos fuertes.

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS GUATITA VEGANA						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 1,10	\$ 1,12	\$ 1,15	\$ 1,17	\$ 1,19	
Unidades al mes	442,00	464,00	487,00	511,00	537,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 487,04	\$ 521,51	\$ 558,30	\$ 597,54	\$ 597,54	
Costo Material Directo / Año	\$ 5.844,48	\$ 6.258,09	\$ 6.699,66	\$ 7.170,42	\$ 7.170,42	
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS HAMBURGUESA SUPPER VEGGIE						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,82	\$ 0,84	\$ 0,85	\$ 0,87	\$ 0,89	
Unidades al mes	702,00	737,00	774,00	813,00	854,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 576,33	\$ 617,17	\$ 661,11	\$ 708,31	\$ 708,31	
Costo Material Directo / Año	\$ 6.915,97	\$ 7.406,00	\$ 7.933,36	\$ 8.499,77	\$ 8.499,77	
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS PASTA CON SALSA A LA BOLOÑESA						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,53	\$ 0,54	\$ 0,55	\$ 0,56	\$ 0,57	
Unidades al mes	364,00	382,00	401,00	421,00	442,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 192,92	\$ 206,51	\$ 221,12	\$ 236,79	\$ 236,79	
Costo Material Directo / Año	\$ 2.315,04	\$ 2.478,11	\$ 2.653,39	\$ 2.841,45	\$ 2.841,45	
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS ARROZ DE QUINUA EN CARNE DE SOYA						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,81	\$ 0,83	\$ 0,85	\$ 0,86	\$ 0,88	
Unidades al mes	312,00	328,00	344,00	361,00	379,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 253,97	\$ 272,33	\$ 291,33	\$ 311,84	\$ 311,84	
Costo Material Directo / Año	\$ 3.047,62	\$ 3.267,98	\$ 3.495,94	\$ 3.742,08	\$ 3.742,08	
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS CALABACITAS CON ELOTE						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,69	\$ 0,70	\$ 0,72	\$ 0,73	\$ 0,75	
Unidades al mes	130,00	137,00	144,00	151,00	159,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 89,70	\$ 96,42	\$ 103,37	\$ 110,57	\$ 110,57	
Costo Material Directo / Año	\$ 1.076,40	\$ 1.157,05	\$ 1.240,49	\$ 1.326,81	\$ 1.326,81	
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS ALBONDIGAS A LA BERENJENA						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,42	\$ 0,43	\$ 0,44	\$ 0,45	\$ 0,46	
Unidades al mes	52,00	55,00	58,00	61,00	64,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 21,96	\$ 23,69	\$ 25,49	\$ 27,34	\$ 27,34	
Costo Material Directo / Año	\$ 263,56	\$ 284,34	\$ 305,85	\$ 328,10	\$ 328,10	

Nota: Costos de producción de platos fuertes. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Los postres son un complemento para los platos que se servirán, todos serán bajos en azúcar porque no solo se ofrece un restaurante vegetariano sino productos que sean completamente sanos en busca del bienestar de los consumidores. Entre los postres que se ofrecerán se encuentran: ensalada

de frutas, barquito y tarta de calabaza; cuyos costos totales se expresan a continuación.

Tabla 41.

Costos de producción de postres.

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS ENSALADA DE FRUTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,68	\$ 0,69	\$ 0,71	\$ 0,72	\$ 0,74
Unidades al mes	130,00	137,00	144,00	151,00	159,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 88,50	\$ 95,13	\$ 102,00	\$ 109,09	\$ 109,09
Costo Material Directo / Año	\$ 1.062,05	\$ 1.141,62	\$ 1.223,95	\$ 1.309,12	\$ 1.309,12

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS BARQUITO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,63	\$ 0,64	\$ 0,65	\$ 0,67	\$ 0,68
Unidades al mes	104,00	109,00	114,00	120,00	126,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 65,40	\$ 69,91	\$ 74,58	\$ 80,07	\$ 80,07
Costo Material Directo / Año	\$ 784,74	\$ 838,92	\$ 894,95	\$ 960,89	\$ 960,89

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS TARTA DE CALABAZA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,36	\$ 0,37	\$ 0,38	\$ 0,39	\$ 0,39
Unidades al mes	156,00	164,00	172,00	181,00	190,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 56,71	\$ 60,81	\$ 65,05	\$ 69,82	\$ 69,82
Costo Material Directo / Año	\$ 680,47	\$ 729,68	\$ 780,57	\$ 837,85	\$ 837,85

Nota: Costos de producción de postres. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 42

Costos de producción de bebidas.

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "AGUA EMBOTELLADA"						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,22	\$ 0,22	\$ 0,23	\$ 0,23	\$ 0,24	
Unidades al mes	208,00	218,00	229,00	240,00	252,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 45,76	\$ 48,92	\$ 52,42	\$ 56,03	\$ 56,03	
Costo Material Directo / Año	\$ 549,12	\$ 587,03	\$ 628,98	\$ 672,38	\$ 672,38	

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "LECHE DE SOYA"						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,75	\$ 0,77	\$ 0,78	\$ 0,80	\$ 0,81	
Unidades al mes	260,00	273,00	287,00	301,00	316,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 195,00	\$ 208,85	\$ 223,95	\$ 239,57	\$ 239,57	
Costo Material Directo / Año	\$ 2.340,00	\$ 2.506,14	\$ 2.687,35	\$ 2.874,81	\$ 2.874,81	

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "LECHE DE ALMENDRAS"						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 2,00	\$ 2,04	\$ 2,08	\$ 2,12	\$ 2,16	
Unidades al mes	208,00	218,00	229,00	240,00	252,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 416,00	\$ 444,72	\$ 476,50	\$ 509,38	\$ 509,38	
Costo Material Directo / Año	\$ 4.992,00	\$ 5.336,64	\$ 5.718,04	\$ 6.112,56	\$ 6.112,56	

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "TE DE JENGIBRE"						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 0,16	
Unidades al mes	104,00	109,00	114,00	120,00	126,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 15,60	\$ 16,68	\$ 17,79	\$ 19,10	\$ 19,10	
Costo Material Directo / Año	\$ 187,20	\$ 200,12	\$ 213,49	\$ 229,22	\$ 229,22	

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "AGUA DE CHIA"						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,32	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,34	\$ 0,35	
Unidades al mes	130,00	137,00	144,00	151,00	159,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 41,60	\$ 44,72	\$ 47,94	\$ 51,28	\$ 51,28	
Costo Material Directo / Año	\$ 499,20	\$ 536,60	\$ 575,30	\$ 615,33	\$ 615,33	

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "JUGOS NATURALES DE MORA"						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,46	\$ 0,47	\$ 0,48	\$ 0,49	\$ 0,50	
Unidades al mes	156,00	164,00	172,00	181,00	190,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 71,76	\$ 76,95	\$ 82,32	\$ 88,36	\$ 88,36	
Costo Material Directo / Año	\$ 861,12	\$ 923,39	\$ 987,80	\$ 1.060,27	\$ 1.060,27	

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "JUGOS NATURALES SANDIA"						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Material Directo por unidad	\$ 0,65	\$ 0,66	\$ 0,68	\$ 0,69	\$ 0,70	
Unidades al mes	182,00	191,00	201,00	211,00	222,00	
Costo Material Directo / Mes	\$ 118,30	\$ 126,63	\$ 135,93	\$ 145,54	\$ 145,54	
Costo Material Directo / Año	\$ 1.419,60	\$ 1.519,60	\$ 1.631,14	\$ 1.746,54	\$ 1.746,54	

Tabla 42 Costos de producción de bebidas...(continuación)

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "JUGO NATURALES PAPAÑA"									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
Material Directo por unidad	\$ 0,28	\$ 0,29	\$ 0,29	\$ 0,30	\$ 0,30				
Unidades al mes	156,00	164,00	172,00	181,00	190,00				
Costo Material Directo / Mes	\$ 43,68	\$ 46,84	\$ 50,11	\$ 53,78	\$ 53,78				
Costo Material Directo / Año	\$ 524,16	\$ 582,08	\$ 801,27	\$ 845,38	\$ 845,38				
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "JUGO NATURALES PIÑA"									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
Material Directo por unidad	\$ 0,23	\$ 0,23	\$ 0,24	\$ 0,24	\$ 0,25				
Unidades al mes	182,00	191,00	201,00	211,00	222,00				
Costo Material Directo / Mes	\$ 41,86	\$ 44,81	\$ 48,10	\$ 51,50	\$ 51,50				
Costo Material Directo / Año	\$ 602,32	\$ 637,70	\$ 677,17	\$ 618,01	\$ 618,01				
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "FROZEN MORA"									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
Material Directo por unidad	\$ 0,41	\$ 0,43	\$ 0,45	\$ 0,47	\$ 0,50				
Unidades al mes	156,00	164,00	172,00	181,00	190,00				
Costo Material Directo / Mes	\$ 63,96	\$ 70,60	\$ 77,75	\$ 85,91	\$ 85,91				
Costo Material Directo / Año	\$ 787,52	\$ 847,22	\$ 932,88	\$ 1.030,89	\$ 1.030,89				
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "FROZEN FRUTILLA"									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
Material Directo por unidad	\$ 0,42	\$ 0,43	\$ 0,44	\$ 0,45	\$ 0,45				
Unidades al mes	130,00	137,00	144,00	151,00	159,00				
Costo Material Directo / Mes	\$ 54,60	\$ 58,69	\$ 62,92	\$ 67,30	\$ 67,30				
Costo Material Directo / Año	\$ 665,20	\$ 704,28	\$ 755,08	\$ 807,82	\$ 807,82				
COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS "FROZEN LIMON"									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
Material Directo por unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,22				
Unidades al mes	130,00	137,00	144,00	151,00	159,00				
Costo Material Directo / Mes	\$ 26,00	\$ 27,95	\$ 29,96	\$ 32,05	\$ 32,05				
Costo Material Directo / Año	\$ 312,00	\$ 335,38	\$ 369,58	\$ 384,68	\$ 384,68				

Nota: Costos de producción de bebidas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 43.

Mano de obra directa.

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	BSL	TOTAL/PERSONA	Costo MOD mensual
Chef	1	\$ 720,00	\$ 297,48	\$ 1.017,48	\$ 1.017,48
Asistentes de cocina	2	\$ 510,00	\$ 210,72	\$ 720,72	\$ 1.441,43
Meseros	3	\$ 375,00	\$ 154,94	\$ 529,94	\$ 1.589,81
Limpieza	1	\$ 375,00	\$ 154,94	\$ 529,94	\$ 529,94
TOTAL SUELDOS DE PRODUCCION	7	\$ 1.980,00	\$ 818,07	\$ 2.798,07	\$ 4.578,66
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MOD / mes	\$ 4.578,66	\$ 4.691,25	\$ 4.806,61	\$ 4.924,80	\$ 5.045,91
Costo MOD / Año	\$ 54.943,92	\$ 56.295,00	\$ 57.679,30	\$ 59.097,65	\$ 60.550,87

Nota: Mano de obra directa. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 44.

Costos indirectos de fabricación.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	
DETALLE	VALOR MENSUAL
Energía Eléctrica para Prod.	\$ 500,00
Agua	\$ 500,00
Gas industrial	\$ 320,00
Mantenimiento Equipos/varios	\$ 200,00
lavanderia	\$ 180,00
Movilización	\$ 80,00
Subtotal (Mensual)	\$ 1.780,00
Subtotal (Anual)	\$ 21.360,00
Implementos de cocina adic.	\$ 2.000,00
Implementos de comedor adic.	\$ 3.200,00
implementos del personal adic.	\$ 1.100,00
Depreciación PP&E	\$ 13.128,11
CIF ANUALES	\$ 40.788,11

Nota: Costos indirectos de fabricación. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 45.

Costos indirectos de fabricación totales.

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
CIF ANUALES	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11

Nota: Costos indirectos de fabricación totales. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 46.

Costos de producción total.

COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Costo MD Entradas	\$ 3.800,46	\$ 4.088,08	\$ 4.385,68	\$ 4.693,55	\$ 4.693,55	
Costo MD sopas	\$ 4.196,24	\$ 4.196,24	\$ 4.196,24	\$ 4.196,24	\$ 4.196,24	
costos MD Platos fuertes	\$ 19.463,06	\$ 20.851,56	\$ 22.328,69	\$ 23.908,63	\$ 23.908,63	
costos MD postres	\$ 2.527,26	\$ 2.527,26	\$ 2.527,26	\$ 2.527,26	\$ 2.527,26	
costos MD bebidas	\$ 13.609,44	\$ 14.596,17	\$ 15.668,16	\$ 16.797,60	\$ 16.797,60	
Costo MOD / Año	\$ 54.943,92	\$ 56.295,00	\$ 57.679,30	\$ 59.097,65	\$ 60.550,87	
CIF ANUALES	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11	\$ 40.788,11	
COSTO PRODUCCIÓN TOTAL	\$ 139.328,50	\$ 143.342,43	\$ 147.573,46	\$ 152.009,04	\$ 153.462,26	

Nota: Costos de producción totales. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 47.

Costo unitario.

COSTO UNITARIO POR PLATOS					
ENTRADAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje Asignado (MD)	8,72%	8,84%	8,93%	9,00%	9,00%
Costo MD	\$ 3.800,46	\$ 4.088,08	\$ 4.385,68	\$ 4.693,55	\$ 4.693,55
Costo MOD	\$ 4.789,65	\$ 4.974,96	\$ 5.151,36	\$ 5.321,57	\$ 5.452,43
Costo CIF	\$ 3.555,64	\$ 3.604,57	\$ 3.642,80	\$ 3.672,85	\$ 3.672,85
COSTO TOTAL	\$ 12.145,75	\$ 12.667,60	\$ 13.179,84	\$ 13.687,98	\$ 13.818,84
Unidades Prod.	1.351,58	1.416,00	1.488,00	1.560,00	1.644,00
COSTO UNIT. ENTRADAS	\$ 8,99	\$ 8,95	\$ 8,86	\$ 8,77	\$ 8,41
SOPAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje Asignado (MD)	10%	10%	10%	10%	10%
Costo MD	\$ 4.196,24	\$ 4.196,24	\$ 4.196,24	\$ 4.196,24	\$ 4.196,24
Costo MOD	\$ 5.288,46	\$ 5.418,50	\$ 5.551,74	\$ 5.688,26	\$ 5.828,14
Costo CIF	\$ 3.925,93	\$ 3.925,93	\$ 3.925,93	\$ 3.925,93	\$ 3.925,93
COSTO TOTAL	\$ 13.410,64	\$ 13.540,68	\$ 13.673,92	\$ 13.810,44	\$ 13.950,32
Unidades Prod.	3.942,12	4.140,00	4.344,00	4.560,00	4.788,00
COSTO UNIT. SOPAS	\$ 3,40	\$ 3,27	\$ 3,15	\$ 3,03	\$ 2,91
PLATOS FUERTES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje Asignado (MD)	45%	45%	45%	45%	45%
Costo MD	\$ 19.463,06	\$ 20.851,56	\$ 22.328,69	\$ 23.908,63	\$ 23.908,63
Costo MOD	\$ 24.528,98	\$ 25.132,15	\$ 25.750,16	\$ 26.383,36	\$ 27.032,13
Costo CIF	\$ 18.209,31	\$ 18.209,31	\$ 18.209,31	\$ 18.209,31	\$ 18.209,31
COSTO TOTAL	\$ 62.201,35	\$ 64.193,03	\$ 66.288,16	\$ 68.501,30	\$ 69.150,07
Unidades Prod.	8.672,66	9.108,00	9.564,00	10.044,00	10.548,00
COSTO UNIT. PLATOS FUERTES	\$ 7,17	\$ 7,05	\$ 6,93	\$ 6,82	\$ 6,56
POSTRES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje Asignado (MD)	6%	6%	6%	6%	6%
Costo MD	\$ 2.527,26	\$ 2.527,26	\$ 2.527,26	\$ 2.527,26	\$ 2.527,26
Costo MOD	\$ 3.185,07	\$ 3.263,39	\$ 3.343,64	\$ 3.425,86	\$ 3.510,10
Costo CIF	\$ 2.364,46	\$ 2.364,46	\$ 2.364,46	\$ 2.364,46	\$ 2.364,46
COSTO TOTAL	\$ 8.076,79	\$ 8.155,12	\$ 8.235,36	\$ 8.317,58	\$ 8.401,83
Unidades Prod.	1.689,48	1.776,00	1.860,00	1.956,00	2.052,00
COSTO UNIT. POSTRES	\$ 4,78	\$ 4,59	\$ 4,43	\$ 4,25	\$ 4,09
BEBIDAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje Asignado (MD)	31%	31%	31%	31%	31%
Costo MD	\$ 13.609,44	\$ 14.596,17	\$ 15.668,16	\$ 16.797,60	\$ 16.797,60
Costo MOD	\$ 17.151,76	\$ 17.573,52	\$ 18.005,66	\$ 18.448,42	\$ 18.902,07
Costo CIF	\$ 12.732,76	\$ 12.732,76	\$ 12.732,76	\$ 12.732,76	\$ 12.732,76
COSTO TOTAL	\$ 43.493,96	\$ 44.902,45	\$ 46.406,58	\$ 47.978,78	\$ 48.432,43
Unidades Prod.	9.348,46	9.816,00	10.308,00	10.824,00	11.364,00
COSTO UNIT. BEBIDAS	\$ 4,65	\$ 4,57	\$ 4,50	\$ 4,43	\$ 4,26

Nota: Costos de producción unitarios. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.5 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los sueldos administrativos serán para el gerente general, contador, administrador quien también se encarga del departamento de marketing y la nutricionista. Ellos recibirán todos los beneficios sociales siendo un total de 5.002,61 dólares anuales con una variación de 2,46 por ciento anual en los sueldos. Además, la empresa cuenta con otros gastos como aquellos de servicios básicos y el alquiler del local.

Tabla 48.

Sueldos y salarios.

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	BSL	TOTAL/PERSO NA	Gasto Total Sueldos y Salarios
Gerente General	1	\$ 1.200,00	\$ 495,80	\$ 1.695,80	1.695,80
contador	1	\$ 700,00	\$ 289,22	\$ 989,22	989,22
Administrador	1	\$ 850,00	\$ 351,19	\$ 1.201,19	1.201,19
nutricionista	1	\$ 790,00	\$ 326,40	\$ 1.116,40	1.116,40
TOTAL	4	3.540,00	\$ 1.462,61	\$ 5.002,61	5.002,61

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 5.002,61	\$ 5.125,63	\$ 5.251,66	\$ 5.380,80	\$ 5.513,12
Sueldos y Salarios/ año	\$ 60.031,32	\$ 61.507,50	\$ 63.019,98	\$ 64.569,65	\$ 66.157,43

Nota: Gastos de sueldos administrativos. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 49.

Otros gastos administrativos.

Otros gastos administrativos	
Detalle	Valor Mensual
Energia Electrica	\$ 200,00
Internet/Celular	\$ 120,00
Telefono	\$ 35,00
contrato guardiania	287,00
Asesorias Contables y Legales	\$ 250,00
ALQUILER LOCAL	\$ 2.000,00
Subtotal (Mensual)	\$ 2.892,00
Subtotal (Anual)	\$ 34.704,00
Depreciacion AA (Area Administrativa)	\$ 2.649,87
TOTAL	\$ 37.353,87

Nota: Otros gastos administrativos. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017)

Tabla 50.

Total gastos administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Administrativos	\$ 60.031,32	\$ 61.507,50	\$ 63.019,98	\$ 64.569,65	\$ 66.157,43
Gastos del Catering	\$ 8.811,37	\$ 9.252,00	\$ 9.715,20	\$ 10.201,20	\$ 10.711,20
Otros Gastos	\$ 37.353,87	\$ 38.047,95	\$ 38.755,91	\$ 39.478,04	\$ 40.214,60
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 106.196,56	\$ 108.807,45	\$ 111.491,09	\$ 114.248,89	\$ 117.083,23

Nota: Gastos administrativos. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017)

4.6 GASTOS DE VENTAS

En total los gastos de ventas por publicidad representan 16.800 dólares anuales, estos gastos están conformados por la publicidad en la radio, publicidad en La Revista y en redes sociales donde se planea realizar una inversión mensual de 500 dólares considerando las promociones que se realicen de las publicaciones.

Tabla 51.

Publicidad.

Publicidad	
Radio	\$ 900,00
Revista	\$ 500,00
Total Mensual	\$ 1.400,00
Total Anual	\$ 16.800,00

Nota: Gastos de publicidad. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 52.

Gastos de ventas.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Comision	\$ 995,59	\$ 1.045,44	\$ 1.097,88	\$ 1.152,84	\$ 1.210,44
Publicidad	\$ 16.800,00	\$ 17.136,00	\$ 17.478,72	\$ 17.828,29	\$ 18.184,86
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 17.795,59	\$ 18.181,44	\$ 18.576,60	\$ 18.981,13	\$ 19.395,30

Nota: Gastos de ventas. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017)

4.7 GASTOS FINANCIEROS

El capital inicial está dividido en dos partes de financiamiento, una aportada por los socios siendo un valor de 25.000 y el restante es otorgado por el Banco Pichincha a una tasa de 9,3 por ciento pagadera mensualmente durante cinco años siendo un total de 60 periodos.

Tabla 53.

Capital para inversión.

Inversión Total	
INVERSIÓN FIJA	\$ 54.480,89
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 4.969,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.040,59
	<hr/>
	\$ 62.490,48
RECURSOS PROPIOS	\$ 25.000,00
CAPITAL REQUERIDO	<hr/> \$ 37.490,48

Nota: Capital para inversión. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017)

Tabla 54.

Condiciones de crédito.

Condiciones del Crédito	
Valor del Préstamo	\$ 37.490,48
Periodos de pago	60
Tasa de interés	9,3%
Forma de capitalización	mensual a 5 años
PAGO	<hr/> \$784,26

Nota: Condiciones de crédito. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017)

Tabla 55.

Gastos financieros.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.238,33	\$ 2.637,13	\$ 1.977,38	\$ 1.253,37	\$ 458,85
Amortizacion	\$ 6.172,78	\$ 6.773,98	\$ 7.433,73	\$ 8.157,74	\$ 8.952,26
TOTAL	\$ 9.411,11	\$ 9.411,11	\$ 9.411,11	\$ 9.411,11	\$ 9.411,11

Nota: Gastos financieros. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.8 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

El estado de resultados integral muestra que desde el primer año hay ganancia para la empresa, incluso con el pago de las obligaciones como son el 15 por ciento de participación de trabajadores y el 22 por ciento del impuesto a la renta. Todas esas utilidades son reinvertidas para mejorar el funcionamiento de la empresa.

Tabla 56.

Estado de resultados.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$ 275.786,16	\$ 289.584,00	\$ 304.092,00	\$ 319.308,00	\$ 335.268,00
(-) Costo de Venta	\$ (139.328,50)	\$ (143.342,43)	\$ (147.573,46)	\$ (152.009,04)	\$ (153.462,26)
(=) Utilidad Bruta	\$ 136.457,66	\$ 146.241,57	\$ 156.518,54	\$ 167.298,96	\$ 181.805,74
(-) Gastos Administrativos	\$ (106.196,56)	\$ (108.807,45)	\$ (111.491,09)	\$ (114.248,89)	\$ (117.083,23)
(-) Gastos de Ventas	\$ (17.795,59)	\$ (18.181,44)	\$ (18.576,60)	\$ (18.981,13)	\$ (19.395,30)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 12.465,51	\$ 19.252,68	\$ 26.450,85	\$ 34.068,94	\$ 45.327,21
(-) Gastos Financieros	\$ (9.411,11)	\$ (9.411,11)	\$ (9.411,11)	\$ (9.411,11)	\$ (9.411,11)
(-) Gastos Pre-Operativos	\$ (993,80)	\$ (993,80)	\$ (993,80)	\$ (993,80)	\$ (993,80)
(=) UAIT	\$ 2.060,61	\$ 8.847,77	\$ 16.045,94	\$ 23.664,03	\$ 34.922,31
(-) 15% Participación Trabajadores	15% \$ (309,09)	\$ (1.327,17)	\$ (2.406,89)	\$ (3.549,61)	\$ (5.238,35)
(-) Impuesto a la Renta 22%	25% \$ (437,88)	\$ (1.880,15)	\$ (3.409,76)	\$ (5.028,61)	\$ (7.420,99)
UTILIDAD NETA	\$ 1.313,64	\$ 5.640,45	\$ 10.229,29	\$ 15.085,82	\$ 22.262,97

Nota: Estado de resultados integral. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.9 ANÁLISIS DEL INVERSIONISTA

4.9.1 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

El flujo de caja demuestra que el proyecto inclusive en el primer año de operaciones contará con liquidez, cuando se emplea el dinero para invertir inicialmente el sobrante de caja es de 54,480.89 dólares. Los cuales sirven para el financiamiento de los periodos siguientes.

Tabla 57.

Flujo de caja del inversionista.

VENTAS	\$	275.786,16	\$	289.584,00	\$	304.092,00	\$	319.308,00	\$	335.268,00		
(-) Costo de Venta	\$	(139.328,50)	\$	(143.342,43)	\$	(147.573,46)	\$	(152.009,04)	\$	(153.462,26)		
(=) Utilidad Bruta	\$	136.457,66	\$	146.241,57	\$	156.518,54	\$	167.298,96	\$	181.805,74		
(-) Gastos Administrativos	\$	(106.196,56)	\$	(108.807,45)	\$	(111.491,09)	\$	(114.248,89)	\$	(117.083,23)		
(-) Gastos de Ventas	\$	(17.795,59)	\$	(18.181,44)	\$	(18.576,60)	\$	(18.981,13)	\$	(19.395,30)		
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$	12.465,51	\$	19.252,68	\$	26.450,85	\$	34.068,94	\$	45.327,21		
(-) Gastos Financieros	\$	(3.238,33)	\$	(2.637,13)	\$	(1.977,38)	\$	(1.253,37)	\$	(458,85)		
(-) Gastos Pre-Operativos	\$	(993,80)	\$	(993,80)	\$	(993,80)	\$	(993,80)	\$	(993,80)		
UAIT	\$	8.233,39	\$	15.621,75	\$	23.479,67	\$	31.821,77	\$	43.874,56		
Pago de IR	\$	(2.058,35)	\$	(3.905,44)	\$	(5.869,92)	\$	(7.955,44)	\$	(10.968,64)		
EFFECTIVO NETO	\$	6.175,04	\$	11.716,31	\$	17.609,75	\$	23.866,33	\$	32.905,92		
(+) Deprec. Área Prod.	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11		
(+) Deprec. Área Adm.	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87		
(-) Inversion fija	\$	(54.480,89)										
(-) Gastos Pre-Operativos	\$	(4.969,00)										
(-) capital de Trabajo	\$	(3.040,59)						\$	3.040,59			
(+) Ahorro x Pagos NO realizados												
(+) Préstamo concedido	\$	37.490,48	\$	(6.172,78)	\$	(6.773,98)	\$	(7.433,73)	\$	(8.157,74)	\$	(8.952,26)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$	(25.000,00)	\$	15.780,25	\$	20.720,32	\$	25.954,01	\$	31.486,58	\$	42.772,24
(+) Saldo Inicial	\$	-	\$	(25.000,00)	\$	(9.219,75)	\$	11.500,57	\$	37.454,57	\$	68.941,15
(=) FLUJO ACUMULADO	\$	(25.000,00)	\$	(9.219,75)	\$	11.500,57	\$	37.454,57	\$	68.941,15	\$	111.713,39

Nota: Flujo de caja del inversionista. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.9.2 INDICADORES FINANCIEROS DEL INVERSIONISTA

De acuerdo a los indicadores financieros, este proyecto es factible financieramente; ya que el periodo de recuperación será casi en el segundo año, la tasa interna de retorno es del 79,62 por ciento, el valor actual neto es de 59,310.21 y por cada costo se recupera 3,37 centavos de dólar.

Tabla 58.

Indicadores financieros.

INVERSIÓN TOTAL	\$	-					
EFFECTIVO NETO	\$	6.175,04	\$	11.716,31	\$	17.609,75	\$ 23.866,33 \$ 32.905,92
(+) Deprec. Área Prod.	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$ 13.128,11 \$ 13.128,11
(+) Deprec. Área Adm.	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$ 2.649,87 \$ 2.649,87
(-) Inversion fija	\$	(54.480,89)					
(-) Gastos Pre-Operativos	\$	(4.969,00)					
(-) capital de Trabajo	\$	(3.040,59)					\$ 3.040,59
(+) Préstamo concedido	\$	37.490,48	\$	(6.172,78)	\$	(6.773,98)	\$ (7.433,73) \$ (8.157,74) \$ (8.952,26)
FLUJO NETO DEL PERIODO		-\$ 25.000,00		\$ 15.780,25		\$ 20.720,32	\$ 25.954,01 \$ 31.486,58 \$ 42.772,24
Saldo Periodo de Recuperación	\$	(25.000,00)	\$	(9.219,75)	\$	11.500,57	\$ 37.454,57 \$ 68.941,15 \$ 111.713,39

Nota: Indicadores financieros. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 59.

Indicadores financieros.

TIR	79,62%
VAN	\$59.310,21
Pay Back	2,44
Razón Beneficio / Costo	3,37

Nota: Indicadores financieros. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.10 ANÁLISIS DEL PROYECTO

4.10.1 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

A través del flujo de caja del proyecto se encontró que la TIR es del 47,23 por ciento, la VAN es positiva de 62,406.43 dólares, la inversión empezaría a recuperarse a partir del segundo año y por cada dólar invertido se obtendrían 1,11 dólares.

Tabla 60.

Flujo de caja del proyecto.

INVERSIÓN FIJA*	\$	-										
VENTAS	\$	275.786,16	\$	289.584,00	\$	304.092,00	\$	319.308,00	\$	335.268,00		
(-) Costo de Venta	\$	(139.328,50)	\$	(143.342,43)	\$	(147.573,46)	\$	(152.009,04)	\$	(153.462,26)		
(=) Utilidad Bruta	\$	136.457,66	\$	146.241,57	\$	156.518,54	\$	167.298,96	\$	181.805,74		
(-) Gastos Administrativos	\$	(106.196,56)	\$	(108.807,45)	\$	(111.491,09)	\$	(114.248,89)	\$	(117.083,23)		
(-) Gastos de Ventas	\$	(17.795,59)	\$	(18.181,44)	\$	(18.576,60)	\$	(18.981,13)	\$	(19.395,30)		
UAIT	\$	12.465,51	\$	19.252,68	\$	26.450,85	\$	34.068,94	\$	45.327,21		
Pago Part. Trab.	15%	\$ (1.869,83)	\$	2.887,90	\$	3.967,63	\$	5.110,34	\$	6.799,08		
Pago de IR	25%	\$ (2.648,92)	\$	(5.535,14)	\$	(7.604,62)	\$	(9.794,82)	\$	(13.031,57)		
EFFECTIVO NETO	\$	7.946,77	\$	16.605,43	\$	22.813,85	\$	29.384,46	\$	39.094,72		
(+) Deprec. Área Prod.	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11		
(+) Deprec. Área Adm.	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87		
(+) Amortizac. G. Pre-Operac.	\$	993,80	\$	993,80	\$	993,80	\$	993,80	\$	993,80		
(-) Inversion fija	\$	(54.480,89)										
(-) Gastos Pre-Operativos	\$	(4.969,00)										
(-) capital de Trabajo	\$	(3.040,59)										
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$	(62.490,08)	\$	24.718,55	\$	33.377,22	\$	39.585,64	\$	46.156,25	\$	55.866,50
(+) Saldo Inicial	\$	-	\$	(62.490,08)	\$	(37.771,53)	\$	(4.394,31)	\$	35.191,33	\$	81.347,58
(=) FLUJO ACUMULADO	\$	(62.490,08)	\$	(37.771,53)	\$	(4.394,31)	\$	35.191,33	\$	81.347,58	\$	137.214,08

Nota: Flujo de caja del proyecto. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.10.2 INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

Tabla 61

Indicadores financieros.

TIR	47,23%
VAN	\$62.406,43
Pay Back	2,11
Razón Beneficio / Costo	2,00

Nota: Indicadores financieros del proyecto. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.10.3 TMAR y VAN

Tabla 62.

TMAR y VAN.

TMAR	VAN
0%	\$ 137.214,08
5%	\$ 107.266,81
10%	\$ 83.521,13
15,60%	\$ 62.406,43
20%	\$ 48.906,18
25%	\$ 36.125,97
30,00%	\$ 25.499,13
35%	\$ 16.578,37
40%	\$ 9.023,83
47,23%	\$ -
55%	\$ (7.778,69)

Nota: Tmar vs VAN. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

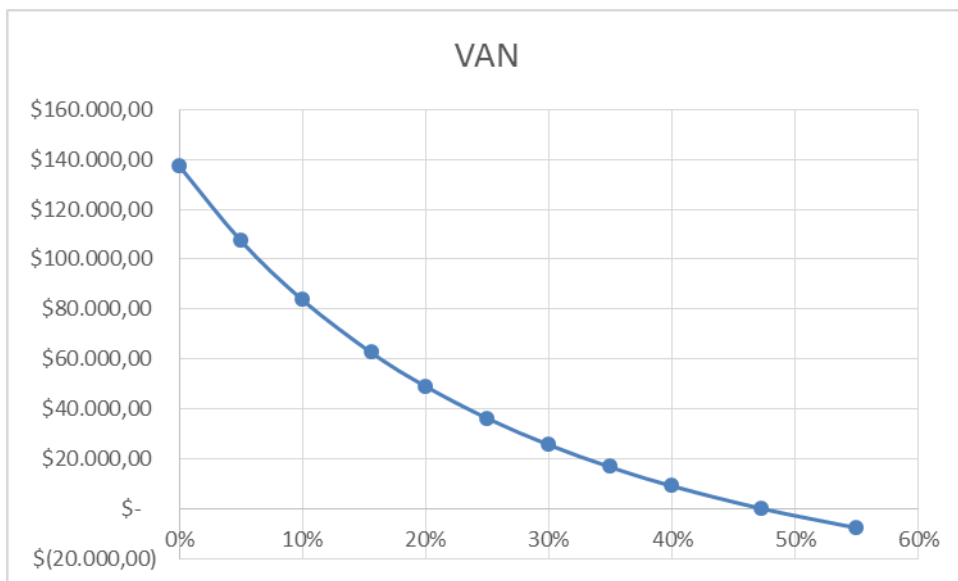


Figura 39 VAN vs TMAR

Nota: VAN vs TMAR Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.10.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se da cuando las unidades vendidas sean 20.484,66 y el punto de equilibrio monetario cuando se alcancen 225.249,75 dólares. EL costo unitario general es de 5,57 dólares.

Tabla 63.

Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	COSTOS FIJOS	\$ 111.452,49	C.U
	COSTOS VARIABLES	\$ 139.328,50	\$ 5,57
	CLIENTES ANUALES	25.004	
	PVP	\$ 11,03	

FORMULA:

$$P.E. Q = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{PVP u - C VAR. U}$$

$$P.E. Q = \frac{\$ 111.452,49}{\$ 5,46}$$

$$P.E. Q = 20.422,39$$

$$P.E. \$ = \$ 225.249,75$$

$$P.E. \% = 86,18\%$$

Nota: Punto de equilibrio. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

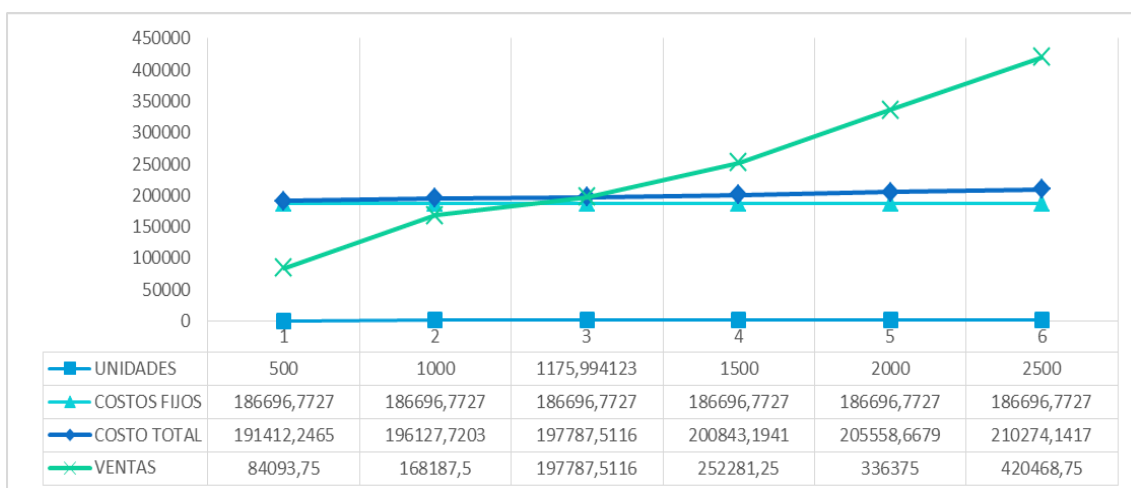


Figura 40 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.11 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para determinar la viabilidad del proyecto, se han considerado tres escenarios: optimista, pesimista y conservador.

4.11.1 ESCENARIO OPTIMISTA

Para determinar el escenario optimista, se ha considerado un aumento en las ventas del 7 por ciento.

Tabla 64.

Estado de resultados del escenario optimista.

INVERSIÓN FIJA*	\$ -											
VENTAS	\$	275.786,16	\$	295.080,00	\$	315.744,00	\$	337.848,00	\$	361.488,00		
(-) Costo de Venta	\$	(139.328,50)	\$	(143.718,44)	\$	(148.406,20)	\$	(153.364,33)	\$	(154.817,55)		
(=) Utilidad Bruta	\$	136.457,66	\$	151.361,56	\$	167.337,80	\$	184.483,67	\$	206.670,45		
(-) Gastos Administrativos	\$	(106.196,56)	\$	(108.636,21)	\$	(111.159,20)	\$	(113.769,09)	\$	(116.469,82)		
(-) Gastos de Ventas	\$	(17.795,59)	\$	(18.033,24)	\$	(18.277,56)	\$	(18.528,74)	\$	(18.787,15)		
UAIT	\$	12.465,51	\$	24.692,11	\$	37.901,04	\$	52.185,84	\$	71.413,47		
Pago Part. Trab.	15%	\$	(1.869,83)	\$	3.703,82	\$	5.685,16	\$	7.827,88	\$	10.712,02	
Pago de IR	25%	\$	(2.648,92)	\$	(7.098,98)	\$	(10.896,55)	\$	(15.003,43)	\$	(20.531,37)	
EFFECTIVO NETO	\$	7.946,77	\$	21.296,94	\$	32.689,65	\$	45.010,29	\$	61.594,12		
(+) Deprec. Área Prod.	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11	\$	13.128,11		
(+) Deprec. Área Adm.	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87	\$	2.649,87		
(+) Amortizac. G. Pre-Operac.	\$	993,80	\$	993,80	\$	993,80	\$	993,80	\$	993,80		
(-) Inversion fija	\$	(54.480,89)										
(-) Gastos Pre-Operativos	\$	(4.969,00)										
(-) capital de Trabajo	\$	(3.040,59)										
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$	(62.490,08)	\$	24.718,55	\$	38.068,73	\$	49.461,43	\$	61.782,07	\$	78.365,91
(+) Saldo Inicial	\$	-	\$	(62.490,08)	\$	(37.771,53)	\$	297,20	\$	49.758,63	\$	111.540,70
(=) FLUJO ACUMULADO	\$	(62.490,08)	\$	(37.771,53)	\$	297,20	\$	49.758,63	\$	111.540,70	\$	189.906,61

Nota: Estado de resultados del escenario optimista. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 65.

Indicadores financieros del escenario optimista.

TIR	56,87%
VAN	\$91.960,06
Pay Back	1,99
Razón Beneficio / Costo	2,47

Nota: Indicadores financieros del escenario optimista. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

4.11. 2 ESCENARIO PESIMISTA

En el escenario pesimista, se ha considerado que las ventas crecen anualmente en dos por ciento.

Tabla 66.

Estado de resultados del escenario pesimista.

INVERSIÓN FIJA*	\$	-						
VENTAS			\$ 275.786,16	\$ 281.304,00	\$ 286.920,00	\$ 292.656,00	\$ 298.512,00	
(-) Costo de Venta		\$ (139.328,50)	\$ (142.547,86)	\$ (145.879,13)	\$ (149.343,87)	\$ (150.797,09)		
(=) Utilidad Bruta		\$ 136.457,66	\$ 138.756,14	\$ 141.040,87	\$ 143.312,13	\$ 147.714,91		
(-) Gastos Administrativos		\$ (106.196,56)	\$ (108.889,89)	\$ (111.654,13)	\$ (114.491,32)	\$ (117.403,36)		
(-) Gastos de Ventas		\$ (17.795,59)	\$ (18.319,56)	\$ (18.858,96)	\$ (19.414,41)	\$ (19.986,39)		
UAIT		\$ 12.465,51	\$ 11.546,69	\$ 10.527,79	\$ 9.406,39	\$ 10.325,16		
Pago Part. Trab.	15%	\$ (1.869,83)	\$ 1.732,00	\$ 1.579,17	\$ 1.410,96	\$ 1.548,77		
Pago de IR	25%	\$ (2.648,92)	\$ (3.319,67)	\$ (3.026,74)	\$ (2.704,34)	\$ (2.968,48)		
EFFECTIVO NETO		\$ 7.946,77	\$ 9.959,02	\$ 9.080,22	\$ 8.113,01	\$ 8.905,45		
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 13.128,11	\$ 13.128,11	\$ 13.128,11	\$ 13.128,11	\$ 13.128,11		
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 2.649,87	\$ 2.649,87	\$ 2.649,87	\$ 2.649,87	\$ 2.649,87		
(+) Amortizac. G. Pre-Operac.		\$ 993,80	\$ 993,80	\$ 993,80	\$ 993,80	\$ 993,80		
(-) Inversion fija		\$ (54.480,89)						
(-) Gastos Pre-Operativos		\$ (4.969,00)						
(-) capital de Trabajo		\$ (3.040,59)						
FLUJO NETO DEL PERIODO		\$ (62.490,08)	\$ 24.718,55	\$ 26.730,81	\$ 25.852,00	\$ 24.884,80	\$ 25.677,23	
(+) Saldo Inicial		\$ -	\$ (62.490,08)	\$ (37.771,53)	\$ (11.040,72)	\$ 14.811,28	\$ 39.696,08	
(=) FLUJO ACUMULADO		\$ (62.490,08)	\$ (37.771,53)	\$ (11.040,72)	\$ 14.811,28	\$ 39.696,08	\$ 65.373,31	

Nota: Estado de resultados del escenario optimista. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

Tabla 67.

Indicadores financieros escenario pesimista.

TIR	29,78%
VAN	\$22.005,80
Pay Back	2,43
Razón Beneficio / Costo	1,35

Nota: Indicadores financieros del escenario pesimista. Adaptado de Cárdenas, K., & Scippa, M. (2017).

CONCLUSIONES

El objetivo de esta tesis era realizar un estudio de factibilidad en la implementación de un restaurante vegetariano con servicio de catering en ciudad de Guayaquil durante el periodo 2018-2021, este servicio se ofrecería con asesoría de una nutricionista para ayudar en el fortalecimiento de la cultura vegetariana en la ciudad. A través de este proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Existen múltiples dietas vegetarianas como lo son lactovegetarianos, ovolactovegetarianos, ovovegetarianos, veganistas y semivegetarianos.
- La cultura vegetariana aún no está completamente posicionada en el mercado, sin embargo muchas personas conocen sobre la misma y tienen curiosidad por los productos que pueden consumirse con este régimen vegetariano.
- De acuerdo a las investigaciones realizadas en este proyecto, la cantidad de restaurantes que solo ofrezcan comida vegetariana en la ciudad, es limitada.
- La asesoría para implementar un régimen alimenticio vegetariano en los consumidores, resulta ser una idea novedosa y provechosa para aquellas personas que desean mejorar sus hábitos alimenticios pero no cuentan con suficiente conocimiento al respecto.
- El servicio de catering, de acuerdo con las encuestas, es el más deseado por los clientes potenciales.
- En esta propuesta tanto los inversionistas como el proyecto obtendrían una ganancia superior a la deseada y recuperarían la inversión inicial en tres años aproximadamente.

RECOMENDACIONES

Con el planteamiento de este proyecto se pueden presentar las siguientes recomendaciones:

- Emplear una dieta vegetariana proporciona muchos beneficios para la salud, siempre y cuando se tenga la asesoría médica
- El negocio de comida vegetariana es nuevo en el Ecuador, por ello se recomienda que antes de implementar un restaurante, se realice un exhaustivo estudio de mercado.
- Muchas personas adquieren un régimen alimenticio vegetariano sin previa asesoría, lo recomendable es seguir estas dietas conociendo la cantidad de proteínas que deben ser reemplazadas con vegetales.
- Antes de implementar un negocio es necesario conocer los deseos del mercado objetivo que en este proyecto incluso estaba compuesto por personas que no lleven un régimen alimenticio vegetariano.
- Es necesario contar con el personal adecuado que proporcione una asesoría no solo para una dieta vegetariana sino para una vida más sana.
- El servicio de catering es la propuesta principal del negocio por eso todos los esfuerzos deben estar enfocados en el mismo.
- Por último, se recomienda participar en ferias de gastronomía para no sólo conocer la posible aceptación del público en cuanto a este tipo de comida sino también informarlos sobre los beneficios que esta ofrece.
- Los indicadores financieros deben ser empleados para determinar si el proyecto es factible financieramente,

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitario. (2017). *Guía de Requisitos que se requieren para la Obtención del Permiso de Funcionamiento de los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario*. Quito: Agencia Nacial de Regulación, Control y Vigilancia Sanitario.
- Alcaldía de Guayaquil. (2017). *Alcaldía de Guayaquil*. Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/obtener-tasa-habilitacion>
- Alcaldía de Guayaquil. (2017). *Alcaldía de Guayaquil*. Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>
- Andreu, V. (2014). *Aprovisionamiento y montaje para servicios de catering*. España: Ideaspropias.
- Araneda, M. (13 de Noviembre de 2015). *Edualimentaria.com*. Obtenido de <http://www.edualimentaria.com/frutas-hortalizas-frutos-secos-composicion-propiedades>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. Caracas: Episteme.
- Asamblea Nacional. (29 de Diciembre de 2010). CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIÓN (COPCI). Quito, Ecuador.
- Asamblea Nacionl. (13 de Julio de 2011). Constitución de la República del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Baptista, P., Fernández, C., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Macgraw Hill/Interamericana Editores.
- Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. (2017). *Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil*. Obtenido de <https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos/156-servicio-de-prevencion-contra-incendios#O2>
- Benemérito cuerpo de bomberos de guayaquil. (2017). *REQUISITOS MINIMOS PARA ESTABLECIMIENTOS EN GENERAL*. Guayaquil: Benemérito cuerpo de bomberos de guayaquil.
- Brignardello, J., Heredia, L., Ocharán, M., & Durán, S. (2013). Conocimientos alimentarios de vegetarianos y veganos chilenos. *Revista chilena de nutrición*.
- Burger King. (2017). *Burger King*. Obtenido de <http://www.burgerking.es/menu/ensaladas>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires.

- CNN. (26 de Octubre de 2015). La carne procesada causa cáncer, según la OMS. Estados Unidos.
- Colom, A. (2015). *Guía básica y ejercicios prácticos para la gestión empresarial*. Lleida: Universitat de Lleida.
- Comisión legislativa y codificación. (1999). Ley de Compañías. Quito, Ecuador.
- Coppel. (2017). *Coppel*. Obtenido de <http://www.coppel.com/plato-bormioli-de-vidrio-templado-pm-1194313>
- Cuidado de tu salud. (2017). *Cuidado de tu salud*. Obtenido de <https://www.cuidadosdetusalud.com/beneficios-de-comer-ensalada-de-frutas/>
- Eduerne, S., & Rodríguez, V. (2008). *Bases de la Alimentación Humana*. La Coruña: Netiblo.
- El Telégrafo. (20 de Abril de 2014). El veganismo ya está en la ciudad. *El Telégrafo*.
- El Universo. (31 de Marzo de 2011). Lo sano también es rico. *El Universo*.
- El Universo. (22 de Noviembre de 2012). Menú vegetariano se toma La Garzota. *El Universo*.
- El Universo. (05 de 09 de 2014). Los ecuatorianos están muriendo por mala alimentación y no por falta de comida, alerta presidente Correa. *El Universo*.
- Enbuenasmanos.com. (2017). *Hazteveg.com*. Obtenido de http://www.hazteveg.com/p/507/10_razones_para_ser_vegetariano
- Expreso. (13 de Julio de 2013). Santuarios de la comida vegetariana. *Expreso.ec*.
- Farran, A., Illan, M., & Padró, L. (2015). Dieta vegetariana y otras. *Pediatría Integral*, 313-314.
- Galarza, J. (Abril de 2013). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN. Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- García, S. (1994). *Introducción a la economía de la empresa*. Madrid: Díaz de Santos.
- Garni, L. (2017). *Comer sano según naturaleza*. Lifela.
- Greenpack. (2017). *Greenpack*. Obtenido de <http://www.greenpack.com.co/vasos-y-envases/envases-pulpa-papel-detail.html>

- Guzmán, F. (2004). *Introducción a la Ingeniería Económica*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Hazteveg.com. (2017). *Hazteveg.com*. Obtenido de <http://www.hazteveg.com/restaurante/930/mr-wang-ho>
- Hernández, A. (2010). *Tratado de nutrición*. Madrid: Médica Panamericana.
- Instituto Nacional de Cáncer. (2016). *Instituto Nacional de Cáncer*. Obtenido de <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario?cdrid=44662>
- Interagua. (2017). *Interagua*. Obtenido de <https://www.interagua.com.ec/requisitos-tramites>
- Interbusca. (01 de Octubre de 2009). *Interbusca*. Obtenido de <http://alimentacion.interbusca.com/nutricion/minerales/>
- Jaramillo, J., & Atehortúa, L. (2002). *El poder de los vegetales*. Antioquia: Centro de Investigación La selva Rionegro.
- Krajewski, L., & Ritzman, L. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. México: Pearson.
- La vasconia. (2017). *La vasconia*. Obtenido de <http://la-vasconia.com.mx/products/cubiertos-oxford-regal/>
- LaFond, J. (2006). *La cocina vegetariana*. Buenos Aires: Gidesa.
- Leiva, J. (2007). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Cartago: Tecnológica de Costa Rica.
- Llanos, K. (2 de Julio de 2016). La comida vegetariana gana clientes en la ciudad. *El telegrafo*.
- López, F. (2016). *Sostenibilidad y calidad de vida*. Madrid: ACCI ediciones.
- Marín, L. (2015). *Sociología de las organizaciones*. Madrid: Fragua.
- Martínez, C. (2016). *Lifeder.com*. Obtenido de ¿Cuál es la Diferencia entre Vegano y Vegetariano?
- Ministerio de Salud Pública. (s.f.). *Requisitos para establecimientos nuevos*. Quito: Dirección Provincial de Salud.
- Ministerio de Salud Pública. (s.f.). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- OMS. (Octubre de 2015). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <http://www.who.int/features/qa/cancer-red-meat/es/>
- Organización Mundial de la Salud. (2017). *OMS*. Obtenido de <http://www.who.int/topics/nutrition/es/>

- Ortega, D., & Suárez, D. (2015). Análisis del perfil de los consumidores de comida vegetariana en la ciudad de Guayaquil. Estudio del caso estrato B. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Piñeiro, E., & Zudaire, M. (20 de Junio de 2008). *Eroski consumer*. Obtenido de http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2008/06/20/177897.php#sthash.Bb07Nz2R.dpuf
- Portalantioxidantes.com. (2012). *Portalantioxidantes.com*. Obtenido de <http://www.portalantioxidantes.com/antioxidantes/>
- Povea, M., & Sesmero, J. (2013). *Aprovisionamiento y montaje para servicios de catering*. Málaga: IC editorial.
- Proaño, C. (8 de Enero de 2017). En Ecuador se promociona la alimentación saludable. *El ciudadano*.
- Pronaca. (2017). *Pronaca*. Obtenido de <http://www.tqma.com.ec/?arb=1039&cdg=5384>
- Redacción. (05 de Diciembre de 2016). ¿Qué pasaría si todos en el mundo fuéramos vegetarianos? *El Tiempo*.
- Redacción Economía. (4 de Septiembre de 2014). Ecuador gasta más de \$ 48,27 millones en comida rápida al mes. *El telegrafo*.
- Román, D. (5 de Octubre de 2006). *Unión vegetariana*. Obtenido de <http://www.unionvegetariana.org/sites/default/files/adjuntos/vegsalud.pdf>
- San Miguel, G. (2017). *Ironcrowns*. Obtenido de <https://www.ironcrowns.com/articulos/perder-peso/2015/11/tipos-fruta-propiedades-1849/>
- Sánchez, G. (s.f.). *bekia salud*. Obtenido de <http://www.bekiasalud.com/articulos/4-diferencias-veganos-vegetarianos/>
- Sanjurjo, P., & Ojembarrena, E. (2001). *Gastroinfo*. Obtenido de <http://www.gastroinf.es/sites/default/files/files/SecciNutri/PROBLEMATICA.pdf>
- Senplades. (2014). *Ficha de Cifras Generales*. Quito: Senplades.
- Servicio de Rentas Internas. (2017). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Sesmero, J. (2010). *Servicio de Catering*. Málaga: Vertice.
- Superintendencia de Compañías. (2015). *Superintendencia de compañías, valores y seguros*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalscv/>

- The beauty effect . (20116). Té de menta para bajar de peso. *Moi*, 20.
- Urda, E. (2015). *Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio*. Madrid: Parainfo.
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Educación*, 8.
- Vélez, A. (2007). *Los clásicos de la gerencia*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- VRg. (2017). *The vegetarian resource group*. Obtenido de http://www.vrg.org/environment/water_brochure_spanish.php
- Yague, J. (2006). *Cocina vegetariana, sana, fácil y deliciosa*. Madrid: Edaf.
- Zago, F., & Ghonna, R. (2012). *La buena cocina vegetariana*. Barcelona: De Vecchi.

APÉNDICE

Apéndice 1 Clasificación de los vegetales

Tabla 68.

Clasificación de los vegetales.

Clasificación	Beneficios
Frutas Infrutescencia : Mora, chirimoya, granada Carnosas: Coco, cereza, mango De cáscara: Naranja, sandía, melón	Ayudan a la afecciones gástricas -Ayudan a disminuir el colesterol malo -Reducen la inflamación por la artritis -Ayudan a evitar la degeneración macular -Reducen el riesgo de cáncer de próstata -Previenen el asma -Previenen el estreñimiento y enfermedades cardiovasculares -Ayudan a regular los niveles de azúcar en la sangre -Aportan vitamina A, B, C, minerales y fibras al organismo -Previenen el estreñimiento -Eliminan toxinas -Ayudan a disminuir la grasa y ganar

Tabla 68 Clasificación de los vegetales...(continuación)			<p>musculatura</p> <p>-Reducen el colesterol</p> <p>-Previenen la diabetes y el hígado graso</p> <p>-Aportan minerales, omega 3, proteínas</p> <p>-Disminuyen los riesgos de tener un colesterol elevado y enfermedades</p> <p>cardiovasculares</p> <p>-Son una fuente de energía</p> <p>-Ayudan a combatir el envejecimiento celular</p>
	Frutas y semillas oleaginosas: Almendra, cacahuete, nuez		
Maduración	Climatéricas: Manzana, melón, pera		<p>-Son ricas en fósforo, calcio, sodio, sales minerales</p> <p>-Ayudan las afecciones gástricas</p> <p>-Purifican la sangre</p> <p>-Funcionan como laxante</p> <p>-Sirven como energizantes y refrescantes</p>
	No climatéricas: Naranja, cereza, limón		<p>-Ayudan en la limpieza del estómago</p> <p>-Purifican la sangre</p> <p>-Sirven como laxante natural</p> <p>-Ayudan en la lucha contra la diabetes y enfermedades</p>

Tabla 68 Clasificación de los vegetales...(continuación)		Conservación	
		Secas: Uva, pera, orejones de manzana, plátanos	del hígado -Proporcionan vitamina A, azúcar, fibras, proteínas -Ayudan a combatir la anemia, estreñimiento -Ayudan a evitar problemas en la piel
		Desecada: dátiles, ciruela	-Aportan vitamina A, B1, B3, calcio -Sirven como laxante -Ayudan a prevenir el estreñimiento
		Deshidratada	-Aportan vitaminas, minerales, Omega 3 y 6 -Luchan contra el envejecimiento -Ayudan a mejorar la circulación -Mejoran la digestión -Previenen enfermedades degenerativas
		Conserva: durazno, piña	-aportan vitamina, potasio, ácido fólico -Funcionan como antioxidantes -Ayudan al buen funcionamiento de los riñones -Ayudan a regular el colesterol
	Frutos	Berenjena, tomate,	-Proporcionan un 50% de

<p>Tabla 68 Clasificación de los vegetales...(continuación)</p>		<p>pimentón</p>	<p>calorías -Ayudan a controlar la circulación el colesterol. -Evita enfermedades intestinales y degenerativas -Pueden ser sustitutos de la leche para aquellas personas que son intolerantes a la lactosa. -Ayuda al crecimiento y fortalecimiento de los huesos -Proporcionan hierro, potasio, azufre y vitaminas -Mejora el sistema inmunológico y cardiovascular -Combaten infecciones -Hidratán la piel -Mejoran la digestión y combaten parásitos intestinales -Limpian el tubo digestivo -Mejoran la coagulación sanguínea -Favorecen la eliminación de agua y toxinas a través de la orina -Previene infartos y tumores -Mejoran el</p>
	<p>Bulbos</p>	<p>Cebolla, ajo</p>	
<p>Hortalizas</p>	<p>Hojas y tallos verdes</p>	<p>Acelga, espinaca, lechuga</p>	

<p>Tabla 68 Clasificación de los vegetales...(continuación)</p>	Flores	Coliflor, alcachofa	<p>funcionamiento del sistema inmunológico</p> <p>-Ayudan a prevenir el cáncer de piel</p> <p>-Controlan los niveles de colesterol</p> <p>-Ayuda a combatir el hígado graso</p> <p>-Ricas en minerales</p> <p>-Reducen infecciones pulmonares</p> <p>-Ayudan a los problemas de la memoria</p>
	Tallos jóvenes	Espárragos	<p>-Proporcionan vitamina C, potasio, hierro</p> <p>-Eliminan líquidos</p> <p>-Eliminan toxinas</p> <p>-Ayudan a bajar de peso</p>
	Legumbres	Frijoles, arvejas, habas	<p>-Aportan vitamina B, calcio, hierro, proteínas</p> <p>-Mejoran la salud y controla el peso</p> <p>-Ayudan al tránsito intestinal</p> <p>-Ayudan a transportar oxígeno por todo el organismo</p> <p>-Reducen el colesterol</p>
	Raíces	Nabo, remolacha, zanahoria	<p>-Aportan desintoxicantes</p> <p>-Previenen la gripe</p>

<p>Tabla 68 Clasificación de los vegetales...(continuación)</p>	<p>-Contienen calcio, potasio, hierro -Aportan vitaminas B,C y E</p>
--	--

Nota: Clasificación y beneficios de los diferentes tipos de hortalizas y frutas. Adaptado de controldecalidadenfrutasyverduras. (31 de julio de 2009). *controldecalidadenfrutasyverduras*. Obtenido de <http://controldecalidadenfrutasyverduras.blogspot.com/2009/07/clasificacion-de-frutas-y-hortalizas.html>

Apéndice 2 Constitución de la República del Ecuador

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

Sección octava Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Apéndice 3 Ley de Compañías

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales 2 compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

SECCION VI DE LA COMPAÑIA ANONIMA 1. CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Art. 201.- Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeran para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución. Son de su cuenta y riesgo los actos y gastos necesarios para la constitución de la compañía. Si no llegare a constituirse por cualquier causa, no pueden repetirlos contra los suscriptores de acciones, y estarán obligados a la restitución de todas las sumas que hubieren recibido de éstos. Los fundadores y promotores son también responsables, solidaria e ilimitadamente con los primeros administradores, con relación a la compañía y a terceros: 40 . . . /

1. Por la verdad de la suscripción y entrega de la parte de capital social recibido;
2. Por la existencia real de las especies aportadas y entregadas;
3. Por la verdad de las publicaciones de toda clase realizadas para la constitución de la compañía;
4. Por la inversión de los fondos destinados a gastos de constitución; y,
5. Por el retardo en el otorgamiento de la escritura de constitución definitiva, si les fuese imputable.

Apéndice 4 COPCI

Que, el Artículo 319 de la Carta Magna reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas, en tal virtud alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Apéndice 5 Encuesta

Edad _____ Estado Civil _____

1. ¿En qué parte de la ciudad de Guayaquil vive usted?

Norte _____ Centro _____ Sur _____

2. ¿Consume carnes?

Si _____ No _____

3. ¿Con qué frecuencia consume usted carnes?

Todos los días _____

Cada semana _____

Una vez al mes _____

Una vez al año _____

Nunca _____

4. ¿Considera que dejar de consumir carnes, aportaría beneficios para su salud?

Si _____ No _____

5. ¿Ha escuchado sobre la comida vegetariana?

Si _____ No _____

6. ¿Tiene usted alguno de los siguientes regímenes alimenticios?

Vegetariano _____ Ovolactovegetariano _____ Lactovegetariano _____

Vegano _____

7. ¿Con qué frecuencia consume vegetales y frutas?

Todos los días _____

Cada semana_____

Una vez al mes_____

Una vez al año_____

Nunca_____

8.¿Está de acuerdo con la creación de un negocio de catering de comida vegetariana?

Si_____

No_____

9.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo que incluye: sopa con vegetales, una proteína, verduras, jugo o infusión de té y una fruta?

\$3_____

\$5_____

De \$5 en adelante_____

10.¿Cómo le gustaría que llegue la información sobre el servicio que damos?

Redes sociales_____

Página web _____

E-mail _____

Teléfono _____

11.¿Cómo le gustaría recibir su pedido?

A domicilio _____

En el restaurante _____

12.- ¿Dónde le gustaría que nuestro local o restaurante esté ubicado?

Norte _____

Malecón _____

Centro _____

Sur _____

Samborondón_____

13.- ¿Estaría dispuesto a pagar alguno de los siguientes valores por un servicio motorizado?

\$0,50 de 3km a 5km

\$0,80 de 3km a 7 km

\$1 de 5km a 15 km

\$1,50 de 3 km a 15 km

14 .- ¿Cuál considera que serían los días de atención adecuado?

De lunes a viernes _____

De lunes a sábado _____

De lunes a domingo con previa cita para los días domingos _____

15 .- ¿Cuál considera que sería el horario de atención adecuado?

De 11 am a 8 pm _____

De 12 pm a 8 pm _____

De 1 pm a 9 pm _____

Gracias.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Cárdenas Meza Kevin Adrián**, con C.C: # 0931339261 autor del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo vegetariano en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de Septiembre de 2017

Cárdenas Meza Kevin Adrián

C.C: 0931339261



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Scippa Wong Mario Moisés**, con C.C: # **0950409615** autor del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo vegetariano en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de Septiembre de 2017

Scippa Wong Mario Moisés

C.C: **0950409615**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad de una empresa de catering tipo vegetariano en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	kevin Adrián, Cárdenas Meza; Mario Moisés, Scippa Wong		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Govea Andrade Flor Karina, Mgs / Ing. Patricia Luciana, Valdiviezo Valenzuela, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de Septiembre de 2017	No. DE PÁGINAS:	144
ÁREAS TEMÁTICAS:	Planificación, logística, emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Alimentación, catering, implementación, logística, restaurante, vegetariano		

RESUMEN/ABSTRACT: Los ecuatorianos se adaptan constantemente a cambios que la sociedad impone, desde tecnología hasta los regímenes de alimentación. Hoy en día, con el fin de evitar enfermedades cardiovasculares e incrementar los años de vida, muchos adoptan regímenes alimenticios beneficios para su salud. Entre ellos se encuentra la alimentación vegetariana, independientemente del mito, no es costosa ni requiere sacrificios; simplemente consiste en suspender el consumo de carnes y en regímenes como el vegano, cualquier derivado de animales. Por tal motivo, este proyecto propone la implementación de un restaurante vegetariano con servicio de catering para la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2018-2023. El proyecto es factible de acuerdo al estudio de mercado donde la mayor parte de los encuestados confirmaron acudir a un restaurante vegetariano con servicio de catering. Además, el proyecto es factible financieramente debido a que su tasa interna de retorno es superior a aquella deseada por los inversionistas, además si se recupera la inversión inicial y el valor actual neto es positivo. Por dicha razón, la creación de este proyecto puede llevarse a cabo en Guayaquil en el sector de Urdesa con un precio promedio por plato de tres dólares y un recargo por el servicio a domicilio.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 983833296 +593 989668809	E-mail: mario_sci93@hotmail.com kevin_carde_93@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Freddy Ronald Camacho Villagómez	
	Teléfono: +593-4-987209949	
	E-mail: freddy.camacho.villagomez@gmail.com	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	