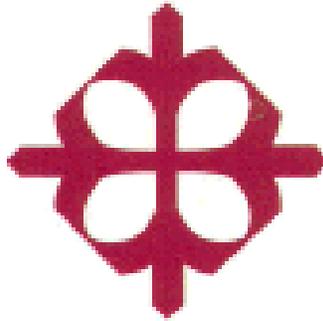


UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

PROYECTO DE GRADUACIÓN

“Restaurante Vegetariano en el norte de Guayaquil”

NOMBRE: Gema Alvarado Chunga

TUTOR: Ing. Edgar Jiménez

FECHA: Mayo 21 del 2012

INDICE

Resumen ejecutivo	V
Justificación	VIII
Objetivos: General y Específicos	IX
Problemas a resolver	IX
Marco Referencial	X
Capítulo 1: Plan Estratégico	
1.1 Nombre de la Empresa	1
1.2 Idea del producto	4
1.3 Idea del Negocio	4
1.4 Tipo de empresa	5
1.5 Accionistas	6
1.6 Administración	6
1.7 Organigrama	7
1.8 Distribución de funciones y responsabilidades	8
1.9 Plan Estratégico: Misión, Visión	10
1.10 FODA	10
1.11 Costos Administrativos	12

Capítulo 2: Investigación de mercado

2.1 Target Market	13
2.2 Matriz General	13
2.3 Análisis de la Competencia	14
2.4 Entrevista	20
2.5 Focus Group	23
2.6 Encuesta	25
2.7 Resultados de las encuestas	26
2.8 Análisis de la investigación de mercado	30
2.9 Estrategias – Marketing Mix	31

Capítulo 3: Aspectos tecnológicos del proyecto

3.1 Diseño y descripción del producto	37
3.2 Proceso de Producción	43
3.3 Ubicación del proyecto	44
3.4 Determinación de la capacidad de la planta	45
3.5 Diseño de la Planta	46
3.6 Alquiler del local y adecuaciones	47
3.7 Especificaciones: materias primas, insumos, producto final, normas y estándares	49
3.8 Selección de la tecnología del producto	53
3.9 Vida útil del proyecto	57

3.10 Costo de mantenimiento y seguros	58
3.11 Insumos, servicios y mano de obra directa	64
3.12 Sistemas de control de calidad	65
3.13 Sistema de Empaque, Transporte y Almacenamiento	66
3.14 Abastecimiento de materias primas	68
3.15 Cuadro de resumen	69

Capítulo 4: Análisis Financiero

4.1 Inversión	70
4.2 Políticas de cobro	71
4.3 Depreciación de activos fijos y amortización de activos diferidos	72
4.4 Programa de producción y ventas	72
4.5 Costos de producción	74
4.6 Gastos	75
4.7 Resumen de costos y gastos	77
4.8 Capital de trabajo	78
4.9 Proyecciones de ingresos	79
4.10 Estado de pérdidas y ganancias (mensual)	80
4.11 Estado de pérdidas y ganancias (Anual)	80
4.12 Flujo de caja	81
4.13 Balance General proyectado	82

4.14 Evaluación del proyecto – Punto de equilibrio	83
4.15 Flujo de caja – Índices financieros	84

5. ANEXOS

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de tesis es para recibir el grado de ingeniería de gestión empresarial por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Es un proyecto que a través del análisis y la planificación busca desarrollar una serie actividades para la creación y funcionamiento de un nuevo establecimiento de alimentos y bebidas que busque satisfacer las necesidades de un segmento de mercado en crecimiento de alimentación vegetariana. Se gestionará esta propuesta mediante la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas para asegurar y coordinar recursos en el cumplimiento de este objetivo.

En la actualidad, los grupos de personas vegetarianas y en búsqueda de comida saludable están en crecimiento. En la ciudad de Guayaquil existen específicos establecimientos que ofertan alimentos de tipo estrictamente vegano no obstante en términos generales la oferta se concentra en productos sustitutos. La mayoría están ubicados en el centro de la ciudad, los cuales incluyen en su menú frutas, vegetales y principalmente productos elaborados a base de soya como pan, queso, leche, carnes, etc.

Este trabajo presenta una investigación de mercado en la cual se identificará la oportunidad de negocio, determinará el nivel de aceptación de este proyecto, descubrirá gustos, preferencias, motivaciones del mercado en crecimiento, realizará una validación del mismo para definir nuestro segmento objetivo a través de la utilización de herramientas como encuestas, entrevistas, información secundaria, presentando de esta manera un plan de marketing con sus respectivas estrategias.

Al final de este proyecto se busca evaluar económica y financieramente la viabilidad y sustentabilidad de la puesta en marcha, el funcionamiento y operación de Green Planet en la zona comercial de la avenida Francisco de Orellana planteando sugerencias y recomendaciones que aseguren su éxito.

Executive Summary

This thesis is to receive the degree of engineering business management from the Catholic University of Guayaquil. This project by analyzing and planning a series seeks to develop activities for the establishment and operation of a new food and beverage establishment that seeks to meet the needs of a growing market segment of vegetarian food. This proposal will be managed by applying knowledge, skills, tools and techniques to ensure and coordinate resources in meeting this goal.

Currently, groups of people looking for vegetarian and healthy food are growing. In the city of Guayaquil there are specific places that offer food of a strictly vegan however broadly focuses on supply substitutes. Most are located in the center of the city, which include on their menu fruits, vegetables and products made primarily of soy as bread, cheese, milk, meat, etc..

This paper presents a market research which identified the business opportunity, determine the level of acceptance of this project, you will discover tastes, preferences, motivations growing market, will perform a validation of it to define our target segment through the use of tools such as surveys, interviews, secondary data, thus presenting a marketing plan with their respective strategies.

At the end of this project is to assess economic and financial viability and sustainability of the implementation, functioning and operation of Green Planet in the shopping area of Avenida Francisco de Orellana raising suggestions and recommendations to ensure its success.

Résumé exécutif

Cette thèse est de recevoir le diplôme de gestion d'entreprise d'ingénierie de l'Université catholique de Guayaquil. Ce projet en analysant et en prévoit une série cherche à développer des activités pour la mise en place et le fonctionnement d'un nouvel aliment et l'établissement des boissons qui cherche à répondre aux besoins d'un segment de marché de plus en plus de la nourriture végétarienne. Cette proposition sera géré par l'application de connaissances, de compétences, outils et techniques pour assurer et coordonner les ressources pour atteindre cet objectif.

Actuellement, les groupes de personnes en quête de nourriture végétarienne et en bonne santé sont de plus en plus. Dans la ville de Guayaquil il ya des endroits spécifiques qui offrent de la nourriture d'un végétalien strict mais se concentre largement sur les substituts d'approvisionnement. La plupart sont situés dans le centre de la ville, qui comprennent le menu de fruits, de légumes et leurs produits faits principalement de soja comme le pain, le fromage, le lait, la viande, etc.

Cet article présente une étude de marché qui a identifié l'opportunité d'affaires, de déterminer le niveau d'acceptation de ce projet, vous découvrirez les goûts, les préférences, les motivations de croissance du marché, effectuera une validation de celui-ci pour définir notre segment cible par le biais l'utilisation d'outils tels que les enquêtes, des interviews, des données secondaires, ce qui offre un plan de marketing avec leurs stratégies respectives.

A la fin de ce projet est d'évaluer la viabilité économique et financière et la durabilité de la mise en œuvre, le fonctionnement et l'exploitation de Green Planet dans le quartier commerçant de l'avenue Francisco de Orellana élever suggestions et des recommandations pour assurer son succès.

Justificación

La elaboración de este proyecto y el nacimiento de Green Planet surge con el fin de cubrir una necesidad deficientemente satisfecha en el mercado, de tener al alcance un establecimiento que ofrezca comida vegetariana como producto principal, otorgando un servicio de calidad que le permita a los clientes disponer de un menú que sea atractivo variado y saludable.

Este proyecto está pensado en aquellas personas que por motivaciones de salud, religiosas o medioambientales buscan en la comida vegetariana equilibrar esa necesidad.

Con la creación de Green Planet no solo incentivamos esta práctica alimentaria sino que también aportamos a la eliminación del tópico que la comida vegana no es apetecible y que va más allá de limitar el consumo de carnes, al crear un menú diverso también podemos crear una nueva cultura de ingesta de alimentos perfectamente satisfactorios desde el punto de vista nutritivo, dada su pobreza en grasas saturadas y en colesterol, por consiguiente los beneficios en prevención de enfermedades cardiovasculares.

Ser vegetariano representa, para muchas personas, toda una filosofía de vida. Es, sin duda, una decisión muy personal que está avalada por argumentos que, aun contando con muchos defensores, han sido tradicionalmente discutidos tanto por nutricionistas como por médicos. Entre los vegetarianos existen desde justificaciones dietéticas (es más saludable), éticas (no matar animales) o sociales (rebeldía ante los excesos alimenticios de la sociedad actual) hasta razones humanitarias. (Sánchez, N. 2009).

Objetivos:

- **General:**

Evaluar la viabilidad del mercado, financiera y técnica de implementar un restaurante vegetariano en el norte de la ciudad de Guayaquil.

- **Específicos:**

- Evaluar la demanda potencial de consumidores así como sus gustos y preferencias.
- Desarrollar un plan técnico de producción que permita identificar los recursos necesarios para la implementación del proyecto.
- Evaluar económica y financieramente la viabilidad del proyecto.

Problemas a resolver

En estos tiempos la comida es uno de los problemas más difíciles de solucionar cuando se trata de implantar una buena alimentación, donde los dulces y la comida chatarra ganan minutos y minutos en la televisión y se hace más complicado enseñar sobre como una buena y sana alimentación es necesaria no solo para una buena dieta, sino para gozar de una buena salud.

La mayoría de las personas están acostumbradas a comer todo tipo de carnes ya sea en su casa o en la calle y esta es una costumbre difícil de dejar pero no imposible. Además consumen comida rápida ya sea por la falta de tiempo, trabajo, estudio, etc.

Según un estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la mala alimentación en el trabajo causa pérdidas de hasta 20 por ciento en la productividad.

En el mundo, uno de cada seis habitantes está desnutrido, y otro tiene sobrepeso o es obeso. Son 1.000 millones de personas en el mundo en desarrollo. En India, por ejemplo, según el estudio, las pérdidas de productividad a causa de la mala alimentación suman de 3 a 9 por ciento del producto interno bruto. (Organización Internacional de trabajo, 2010).

Si en los países en desarrollo, la desnutrición causa pérdida de productividad, en los países más ricos el problema es la obesidad. En EEUU el costo de la obesidad para las empresas, reflejado en costos de seguros, licencias pagadas y otros, suma 12.700 millones de dólares anuales.

Como apunta el estudio (2010), la alimentación en el trabajo es considerada como un elemento secundario o como un estorbo por parte de algunos empleadores, y entonces son una "oportunidad perdida" de aumentar la productividad y la moral.

Este estudio, el primero que examina los hábitos alimenticios en el lugar de trabajo en diversas partes del mundo, considera que si estos mejoran puede aumentar la tasa de productividad nacional, se pueden prevenir deficiencias, enfermedades crónicas y obesidad. Se requieren inversiones modestas, que se recuperan mediante la reducción de las licencias médicas y los accidentes. (OIT, 2010).

Otro de los problemas a resolver es determinar si el restaurante "Green Planet" es viable o no, esto lo haremos por medio de la investigación de mercado.

Marco Referencial

El vegetarianismo es una filosofía de vida que va camino de cumplir dos siglos. La palabra vegetarianismo nació aproximadamente en 1838 (Campuzano, S. 2005), lo que no quiere decir que no hubiera vegetarianos con anterioridad, sino que antes de esa fecha se hablaba de comida y dieta vegetal.

Pero no todo el mundo sabe exactamente en qué consiste la alimentación de un vegetariano. Básicamente se puede decir que los vegetarianos son aquellos que excluyen de su dieta cualquier tipo de comida de procedencia animal. De este modo, además de no comer carne (ni roja ni blanca), tampoco consumen aves ni pescado; aunque si huevos y productos lácteos. En este tipo de alimentación son protagonistas la soya, los cereales, las legumbres, las frutas, seguidas de otras oleaginosas. (Campuzano, S. 2002).

La dieta vegetariana es perfectamente satisfactoria desde el punto de vista nutritivo y ofrece numerosas ventajas sanitarias.

Es rica en potasio y pobre en sodio mejorando la presión arterial, es una dieta recomendable para los hipertensos, es rica en magnesio, por lo que previene algunos problemas del ritmo cardiaco, de depresión y la formación de cálculos oxálicos de la orina. (García, G. 2011).

Además contiene una cantidad óptima de proteínas que garantiza un buen estado nutricional y evita hiperestimulación del metabolismo, disminuyendo el estrés.

Actualmente, es evidente el incremento del número de personas que sufren enfermedades, tales como diabetes, colesterol, obesidad, etc., debido a su mala cultura nutricional.

Considerando la situación geográfica del Ecuador y a los agentes naturales que influyen en su clima, somos una población privilegiada en cuanto a fertilidad del suelo y obtención de variedad de productos necesarios en el desarrollo de un organismo sano, así como también en la prevención e incluso recuperación de la salud.

Aunque la comida rápida es la de mayor aceptación de parte de la población, recientemente se está propagando con rapidez una tendencia hacia el consumo de alimentos que benefician la salud, proporcionan una mejor apariencia física, evitan la degradación medio ambiental e incluso el sacrificio de animales.

CIUDAD	Aporte al PIB	Población	PIB USD	PIB per capita USD
Guayaquil	22.11%	2286772	12193 millones	5331.93

(Rivero, C. 2012).

Vegetarianismo en el mundo

En años recientes, el creciente despertar de la compasión por los animales, el interés con respecto a las enfermedades relacionadas con la carne, tal como “las vacas locas” y las enfermedades cardíacas y una serie de productos vegetarianos en expansión ahora en el mercado, han inspirado a la gente alrededor del mundo a reducir o abstenerse completamente del consumo de carne. Así, en muchos países como los Estados Unidos, la industria de la comida vegetariana está en crecimiento. A medida que el mercado de los productos vegetarianos crece substancialmente, productos como la leche de soya y las hamburguesas vegetarianas están apareciendo más y más frecuentemente en los almacenes mayoristas y los restaurantes de comida rápida. Un estudio reciente de la empresa británica de investigaciones del mercado, Mintel International Group Ltd., comprobó que de 1998 al 2005 las ventas al detalle de comidas vegetarianas y productos lácteos alternativos en los EUA crecieron un 113%, a \$1.6 mil millones. (MIG, 2007)

Hasta mediados de los 90, el cambio hacia el uso de comida vegetariana fue lento, pero a medida que las evidencias científicas, en aumento, revelaron que las dietas altas en grasa eran un contribuyente clave en las enfermedades de las arterias coronarias, mucha gente empezó a reexaminar sus hábitos alimenticios. Además de los asuntos relacionados con el corazón, las preocupaciones con respecto a contraer una forma humana de la “enfermedad de las vacas locas” (encefalopatía espongiiforme bovina) de carne de res contaminada, también se ha incrementado en años recientes, sumándose a la reducción en el consumo de carne roja.

Mientras que algunos consumidores simplemente reemplazan la carne roja con pollo, cerdo o pescado, otros sustituyen al menos algo de la carne roja con proteína (de soya) vegetal texturizada, gluten de trigo y productos similares. Este cambio a semi-vegetarianismo (llamado “flexitarianismo” por los medios) ha sido un factor determinante muy importante del mercado de comidas vegetarianas. (Hai, C. 2007).

Como muchos vegetarianos puros, un gran número de flexitarianos están motivados por el creciente material de datos médicos que muestran los beneficios para la salud que tiene comer productos vegetarianos.

La empresa de investigación de mercado ya mencionada, Mintel’s Global New Products Database, (2007) informa que el total de las ventas al detalle de productos vegetarianos se ha incrementado entre el 20 y el 40 por ciento anual durante los últimos cinco años.

Además, en otras partes del globo, en donde el uso de comida vegetariana es más común por razones religiosas, culturales y económicas, esta tendencia ya está en marcha. Así que, a medida que el nuevo milenio se desarrolla, la era de la vida vegetariana compasiva claramente está empezando, acelerando la llegada de la Era Dorada.

Consumo Per Cápita de comida vegetariana

PAIS	POBLACION	VEGETARIANOS	%
Francia	56 m	500.000	0.9
Alemania	56 m	500.000	1.25
Países bajos	16 m	700.000	4.4
Polonia	38 m	75.000	0.2
Suecia	8 m	60.000	0.75

ANALISIS DEL ENTORNO:

FACTORES:

POLITICOS-LEGALES:

- Estabilidad Política
- Registro único del Contribuyente
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Permiso de la Dirección Municipal de Ambiente
- Patente por el uso de suelo
- Registrarse en el Ministerio de Turismo

ECONOMICOS:

- Guayaquil es el principal puerto del país.
- La moneda oficial es el dólar.
- Crecimiento del PIB 8.6%.
- Nuestro mercado está en etapa de crecimiento.
- Impuestos que se debe pagar por el funcionamiento del restaurante.

SOCIALES:

- Hábito de consumo elevado.

- Las personas dispuestas a consumir este tipo de comidas tienen ingresos más altos.
- Personas dispuestas a probar cosas nuevas.
- La tasa de crecimiento poblacional en Guayaquil este año es de 1.44%.
- Los futuros clientes exigen buen sabor y comodidad en el restaurante.
- La mayoría de las personas jóvenes quieren cambiar su estilo de alimentación para evitar problemas de salud en el futuro.

TECNOLOGICAS:

- Publicidad por internet.
- La mayoría de las personas utilizan internet para saber precios o reservar restaurantes.
- Todo el mundo tiene acceso a este medio.
- Nuestro país no está tan desarrollado en tecnología como otros.
- Poca seguridad cibernética.

Capítulo 1: Plan Estratégico

1.1 Nombre de la empresa

El nombre que se escogió para el restaurante es Green Planet



CV Resumido

CURRICULUM VITAE

1. DATOS PERSONALES

Nombres : Gema Melissa
Apellidos : Alvarado Chunga
Dirección : Urbanor Mz. 125 V. 13
Cedula de Identidad : 0927566208
Fecha de nacimiento : 23 de Junio de 1989



Estado civil : Soltera
Teléfono : 089136660 - 042381564
Email : gema_alvarado23@hotmail.com

2. FORMACION ACADEMICA

2.1 EDUCACIÓN SUPERIOR

Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional Trilingüe (Inglés, Francés y Español)

Especialización: Logística y Transporte

Egresada

Facultad Ciencias Económicas

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras

Educación a distancia

5to semestre

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

2.2 EDUCACIÓN SECUNDARIA

- **COLEGIO ESPIRITU SANTO**

Especialización: Ciencias Empresariales

2.3 OBJETIVOS PERSONALES:

Desarrollarme profesionalmente en el Área de Estudio para el cual me estoy capacitando y que estoy por culminar, además de ser útil a la sociedad con la prestación de mis servicios.

3. EXPERIENCIAS LABORALES:

- **CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA CAE**

- **PASANTIAS ESTUDIANTILES**

Área de Regímenes Especiales y Garantías

Mayo 10 – Agosto 10 del 2010

- Telefonos: 2287-834 / 2287-827

- **BANCO PICHINCHA**

- Ejecutiva de Servicios

Junio 7 2011 – Abril 20 2012

4. REFERENCIAS PERSONALES

- **SRA. PATRICIA ZAMBRANO ZAMBRANO**

Asistente Dpto. Recursos Humanos

Corporación Favorita C.A.

2246-688 Ext. 7016

- **SRA. TERESA SALDARRIAGA LOPEZ**

Asistente Dpto. Servicios y Comisariatos

Corporación Favorita C.A.
2246-688 Ext. 7022

1.2 Idea de producto

El restaurante ofrecerá comida vegetariana, es decir, solo vegetales, ensaladas, pastas, platos con carne de soya, y productos saludables 100% naturales.

La intención es llegar a concientizar a las personas sobre el tipo de alimentación que llevan, y proponerles mejorar su estilo de vida mediante la comida vegetariana para evitar enfermedades en el futuro.



1.3 Idea del negocio

El producto se venderá en un local alquilado en la Cdla. Kennedy Norte ya que a su alrededor se encuentran muchas empresas reconocidas, donde hay futuros clientes potenciales.

Los ingresos se recibirán directamente, ya que solo se aceptará pagos en efectivo, después de un tiempo se implementará el sistema de Datafast para realizar pagos con tarjetas de crédito.

Los clientes pueden ir al restaurante y consumir dentro de éste, o si desean pueden llamar a solicitar el servicio a domicilio ya que muchas personas no pueden salir de sus trabajos en la hora de almuerzo.

1.4 Tipo de empresa

El restaurante se establecerá como sociedad anónima, ya que se puede constituir con 2 o más accionistas. El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía de Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía. La actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El accionista que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán evaluados por los accionistas. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito. Clery, Arturo (2009)

La principal razón por la que se escogió establecer la empresa como sociedad anónima es porque solo necesita 2 accionistas para poder constituir la, con eso es suficiente para que la empresa ya pueda funcionar, y en este caso se tiene un accionista más.

1.5 Accionistas

Este proyecto contará con un accionista adicional. Para poner en marcha el proyecto se necesitará aproximadamente \$33554.88 lo cuáles serán financiados por un familiar y no se necesitará realizar ningún préstamo a una entidad bancaria.

Accionistas	Participación accionaria	Capital
Iván Alvarado	70 %	\$23488.42
Gema Alvarado	30%	\$10066.46
TOTAL	100%	\$33554.88

1.6 Administración

El gerente del restaurante debe cumplir y supervisar las siguientes actividades:

Perfil del cargo

- Responsabilidad y cumplimiento.
- Respeto por si mismo y por los demás.
- Excelentes relación es interpersonales.
- Sentido de pertenencia con la empresa.
- Manejo adecuado de la información empresarial.
- Condiciones para el servicio al cliente.
- Observación de las normas y principios de calidad.

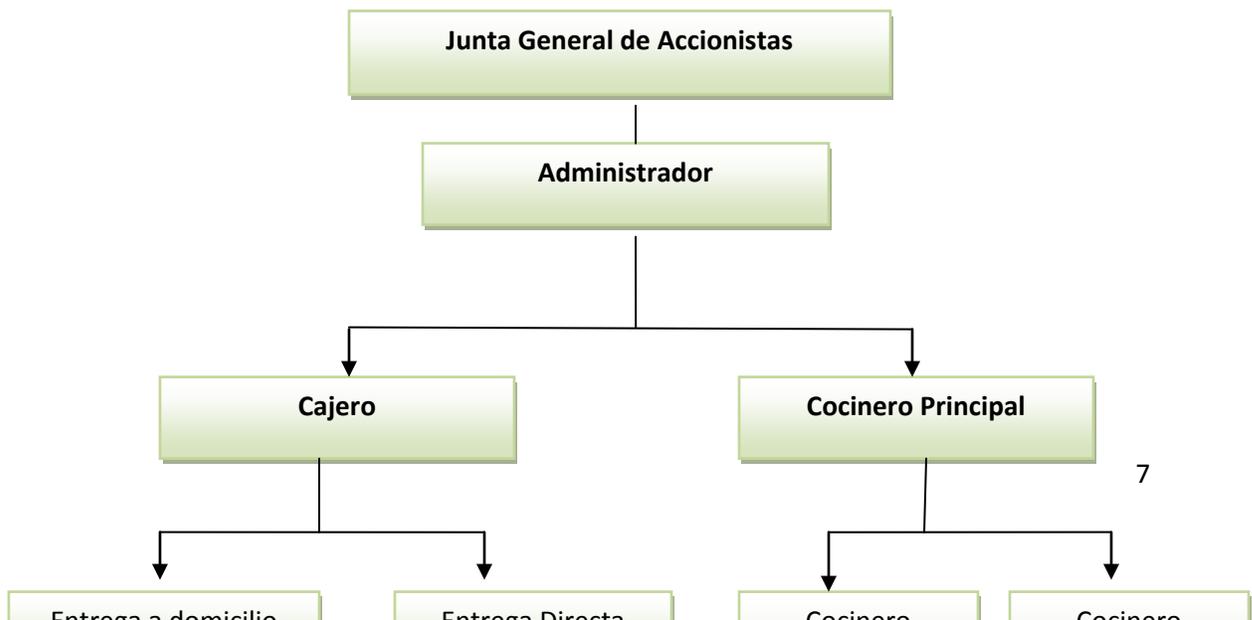
Responsabilidades

- Compras de insumos.
- Estadísticas de ventas.
- Contratación de personal y localizar el perfil adecuado de cada puesto.
- Gastos administrativos, es decir servicios básicos como luz, agua, teléfono.
- Evitar pérdidas como robos de alimentos.
- Controlar que la basura sea desechada todos los días.
- Vigilar que los clientes ni los empleados fumen dentro del local.
- Controlar el uso adecuado de los uniformes.
- Controlar gastos del restaurante.
- Verificar el control de ingresos del restaurante.
- Manejo de técnicas directivas para un liderazgo efectivo del personal bajo su cargo.
- Crear un ambiente de calidad.
- Dar solución a cualquier problema con el personal bajo su responsabilidad.

Beneficios:

El administrador del restaurante percibirá un sueldo de \$461.95 mensuales incluidos los beneficios de ley.

1.7 Organigrama



1.8 Distribución de funciones y beneficios

CARGO	FUNCIONES GENERALES	FUNCIONES ESPECIFICAS	REQUERIMIENTOS	Beneficios
Cocinero principal	Es el responsable directo de toda la cocina, los utensilios y los ingredientes para cocinar, debe hacer e implementar las reglas de seguridad y limpieza en todos los rincones de ésta, no debe permitir que haya artículos o ingredientes fuera de su lugar a menos que se estén utilizando en ese momento, la higiene, limpieza y seguridad de la cocina y sus cocineros es primordial en todo momento, debe llevar el control de los ingredientes y reportar al administrador.	1.- Organizar un horario de trabajo para la elaboración de almuerzos y ensaladas. 2.- Debe designar funciones de limpieza al personal. 3.- Llevar un control diario de las existencias de materias primas y realizar reportes al administrador o dueño. 4.- Proceder a la cocción de los diferentes almuerzos con su respectivo asistente.	Conocer y saber manejar todos los utensilios y aparatos de la cocina, tener don de mando y saber cuándo cambiar ciertas reglas por algún motivo especial, lo que quiere decir, tener mente abierta, saber escuchar opiniones y ponerse de acuerdo con los cocineros para hacer las cosas.	El cocinero principal recibirá un sueldo mensual de \$ 435.55.

Cocinero auxiliar	Se responsabiliza de manera alterna con el cocinero principal, con la finalidad de reemplazarlo en caso de que éste falte. Debe tener conocimiento de garnish para servir los almuerzos. La limpieza es fundamental en su área de trabajo.	1.- Picar todos los ingredientes tanto para el almuerzo como para las ensaladas. 2.- Servir los almuerzos	Tener experiencia en cocina, conocer y saber manejar todos los utensilios y equipos de cocina. Ser impecable, rápido para aprender, tener buen gusto para decorar los platos.	Los cocineros auxiliares recibirán un sueldo mensual de \$ 385.39.
Entrega directa	Entrega directa a clientes, de manera rápida, eficaz y eficiente	Se encarga de atender al público, servir rápidamente. Mantener limpia el área de entrega directa	Buena presencia, puntual, amable. Ser capaz de receptar reclamos de los cliente y solucionarlos adecuadamente	Los meseros recibirán un sueldo de \$385.39.
Cajero	Se encargará de la caja, recepción de pedidos, dar reportes al dueño, estar al día con lo que sucede en la cocina a través del Chef	1.- Atender al público en caja. 2.- Mantener comunicación con todo el personal. 3.- Realizar reportes diarios de las ventas, gastos, entre otros. 4.- Atenderá las llamadas con pedidos a domicilio	Debe tener buenos conocimientos de administración, experiencia en el área, ser muy responsable, confiable. Saber trabajar en equipo, don de mando, ser amable con los clientes, debe ser capaz de solucionar los problemas con eficacia.	El cajero recibirá un sueldo de \$422.35.
Entrega a domicilio	Es el responsable de las entregas a domicilio, de él dependerá la satisfacción del cliente al recibir su pedido en buen estado	1.- Entrega de comidas a su destino final de manera puntual. 2.- A veces podrá realizar algunos servicios como mensajero	Ser responsable, puntual, amable y confiable. Tener a disposición una moto para realizar las entregas a	El encargado de la entrega a domicilio recibirá un sueldo de

			domicilio. Buena presencia.	\$385.39
--	--	--	-----------------------------	----------

Paz, K. (2002).

1. Buena presencia, puntual, amable. Ser capaz de receptar reclamos de los cliente y solucionarlos adecuadamente. 2. Debe tener buenos conocimientos de administración, experiencia en el área, ser muy responsable, confiable. 3. Ser responsable, puntual, amable y confiable. Paz, K. (2002).

1.9 Plan estratégico: Misión, Visión y Objetivos Estratégicos

Misión: Promover la cultura de comer saludablemente, mediante un excelente servicio y producto, teniendo presente los gustos por la comida vegetariana, permitiendo mejorar la salud de las personas, considerando una alimentación integral a la sociedad.

Visión: Ser reconocidos como un restaurante original, sólido y profesional, con calidad humana y principios éticos, que ofrece servicio y productos de excelencia.

1.10 FODA

Fortalezas:

- Se ofrece comida vegetariana basada en elaborados de soya, los cuales tienen bajo nivel de colesterol, además son nutrientes, energéticos y poseen propiedades antioxidantes y anti cancerígenas.

- También ofrecemos servicio a domicilio para empresas.
- Innovación de platos y variación constante del menú.
- Los costos de materias primas son bajos.

Oportunidades:

- La demanda puede aumentar ya que muchas personas están interesadas en un restaurante de este tipo en el norte de la ciudad.
- El número de personas que están interesadas en mejorar su estilo de alimentación está en crecimiento.
- Posibilidad de apertura de otra sucursal a mediano o largo plazo.

Debilidades:

- Es una empresa nueva que carece de experiencia.
- Mal posicionamiento de los restaurantes vegetarianos en ciertos clientes potenciales
- Falta de lealtad de los consumidores al restaurante.

Amenazas:

- Los restaurantes de otra categoría pueden aplicar estrategias de competencia agresiva.
- Carencia de interés por parte de los consumidores potenciales, debido a la costumbre de consumir carnes.
- Posible apertura de otro local vegetariano en los alrededores.
- Elevación de costos de materias primas, servicios básicos (luz, agua, teléfono).
- Desestabilización económica.

MATRIZ FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1F - 2O	1F - 2A
Promover nuestro producto en eventos gastronómicos de la ciudad para que las personas puedan conocer más sobre nosotros.	Se trabajará en una campaña de publicidad agresiva para transmitir y establecer una identidad del producto que ofrecemos.
2F - 1O	4F - 4A
Promocionar en las empresas cercanas el servicio a domicilio con el que cuenta el restaurante y así poder ganar más clientes.	Para la elevación de costos y desestabilización económica se ha creado un plan financiero que ha sido castigado y puesto en diversos escenarios desde los más positivos hasta los más desfavorables.
1O - 1D	3F - 3A
La carencia de experiencia está suplida en este aspecto por una buena educación formal que se puede fortalecer con asesoría externa en el primer año de operación	Saludar por el nombre a los clientes frecuentes del restaurante para aumentar el grado de fidelidad hacia nosotros.
2O - 3D	2D - 3A
Aumentar el número de platos en el menú para que más personas se sientan atraídas por este tipo de alimentación.	A largo plazo abrir una sucursal en un centro comercial de Guayaquil para ganar más aceptación en el mercado.
	3D - 2A
	Hacer campañas para promover el consumo de vegetales entre nuestros futuros clientes potenciales.

1.11 Costos Administrativos

Constitución de la empresa

Permisos de funcionamiento	
Permiso Municipal	\$ 96,00
Permiso de bomberos	\$ 8,00
Permiso de turismo	\$ 84,00
Permiso sanitario	\$ 22,50
Total	\$ 210,50

Salarios

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Administrador	350,00	29,17	29,17	14,58	39,03	461,95	5.543,40
2	Cajera	320,00	26,67	26,67	13,33	35,68	422,35	5.068,20
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							884,30	10.611,60

Capítulo 2: Investigación de Mercado

2.1 Target Market

El mercado objetivo del restaurante “Green Planet” son las personas entre 20 y 35 años, en su mayoría mujeres, que están motivadas a consumir este tipo de alimentos por motivos de salud y por cuidar su figura. La mayoría de las personas trabajan en el norte de ciudad donde va a estar ubicado el restaurante y están dispuestas a pagar por cada plato aproximadamente entre \$3 a \$6.

2.2 Matriz General

ANÁLISIS DE CLIENTES	
Edad Promedio y género?	25 años – Femenino.
Cuánto está dispuesto a pagar?	Entre \$3 y \$6.
Dónde están ubicados y dónde compran?	En el norte de la ciudad y compran en lugares cercanos a sus lugares de trabajo.
Cómo compran? (cantidades, formas de pago)	Compran un solo plato que es lo que van a consumir.
Cada cuánto compran?	2 veces a la semana.
Qué necesidades tienen? (relacionadas con sus productos o servicios)	La mayoría de las personas sienten la necesidad de cuidar su salud.
Cómo cree usted que sus productos y servicios cubrirán esas necesidades?	Nuestros productos están dirigidos a personas que quieren cuidar su salud y mantener su figura.

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE ROLES	
Quién es la persona que realiza la compra	La persona que va a consumir el producto o pueden pedir servicio a domicilio.
Quién es la persona que influye en la compra	El mismo cliente porque él es el que tienen la necesidad de comprar y las personas que ya han asistido al restaurante
Quién es la persona que decide la compra	El propio cliente.
Quién es la persona que usa el producto	La misma persona que lo compra o a veces piden delivery.

2.3 ANALISIS DE LA COMPETENCIA:

El vegetarianismo en el mundo ha ido creciendo rápidamente, muchas de las personas lo hacen por salud, otros por preocupación por el medio ambiente, algunos se oponen al consumo de productos de origen animal por razones éticas, así como aquellos que lo hacen sobre la base de motivos de índole religiosa (por ejemplo hindúes o budistas).

La India es el país con mayor población vegetariana, un 40%. Por sexos, la mayoría de los vegetarianos son mujeres, un 68% frente a un 32% de hombres. (Unión Vegetariana Europea, 2008).

En Reino Unido, uno de los países occidentales con mayor número de vegetarianos, se estima que el 7% de la población lo es (cuatro millones de personas) Sería superado por Alemania, donde, según datos del Eurostat, en 2003 entre un 8% y un 9% de la población era vegetariana; en España lo era un 0,5% (unas 200.000 personas). (Pollard, J., Kirk, S. and Cade, J. 2009).

Según un informe de la Fundación Foodways, en Estados Unidos el número de personas vegetarianas pasó de 6 a 12,5 millones, en sólo siete años (entre 1985 y 1992). Según el Centro de Información sobre la Carne, en Francia entre un 1% y un 2% de la población son vegetarianos. (Guy-Grand, B. & Lamisse, F. 2009).

Para el análisis de la competencia hay que distinguir tres tipos principales de competidores:

- ▶ Restaurantes de similares características ubicados en la misma zona de influencia. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación del negocio ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida y apostar por la diferenciación.
- ▶ Otros establecimientos que ofrecen productos sustitutos: establecimientos de comida tradicional, de comida exótica, etc.

►Y, en último término, cualquier tipo de negocio que ofrezca comida: bares, comida rápida (pizzerías, hamburgueserías...), cafeterías, establecimientos que elaboran comida para servir a domicilio...

Aquí hay que señalar que en muchos casos la existencia de competencia en la zona de influencia del local puede resultar beneficiosa pues genera afluencia de público.

En el mercado de los restaurantes vegetarianos en la ciudad de Guayaquil, se consideran como competencia los siguientes:

- Mansomix
- Krishna Express
- Mr. Wang Ho

Mansomix

Sirven almuerzos con comida fresca y saludable de lunes a viernes de 12:30 a 15:00 a \$4.00. (Mansomix, 2012).

Productos que ofrece:

- Hamburguesa integral de lenteja:
Con pan integral de cereales, pattie de lenteja, tomates orgánicos, queso y cebolla. \$4.58
- Hamburguesa integral de quinua
La quinua es un alimento altamente nutritivo que contiene 16 aminoácidos, de ellos 10 esenciales que no puede sintetizar el organismo y por consiguiente los debe adquirir a través de la comida. \$4.88
- Hamburguesa integral con pattie de camarón

Muy deliciosamente ecuatoriano. Un pattie de camarón que evoca la abundancia de alimentos deliciosos en este país. \$6.10



Restaurante vegetariano Krishna Express

Ofrece a su clientela alimentos sanos, económicos y deliciosos. (Faustos, Juan 2012). Almuerzos, meriendas, panes de yuca, todo es vegetariano.



Restaurante Mr. Wang Ho



PRODUCTOS SUSTITUTOS:

En la ciudad existen ciertos locales que ofrecen comidas nutritivas o balanceadas como:

- Frutabar
- Naturissimo
- Yogurt Persa

FRUTABAR

Frutabar tiene una gran variedad de jugos de frutas y batidos en sus tres locales ubicados en Chile entre El Oro y Azuay, Malecón entre Imbabura y Tomás Martínez y Víctor Emilio Estrada entre Las Monjas y Ficus.

Según su propietario, Rodolfo Calderón, las combinaciones de sabores que más solicitan los clientes son coco y frutilla, coco y durazno, naranja con sandía y maracuyá con limón.

Además de bebidas hay sándwiches, hamburguesas como la Samba bimbiri baramba, elaborada con lomo fino, queso gruyere fundido, pickles, salsa de tomate, mayonesa de la casa y aderezo especial y ensaladas.

El horario de atención es desde las 08:00 hasta las 01:30. (Calderón, Rodolfo, 2012).



Naturissimo

Sus comidas son apetecidas por las personas, por la sana forma de elaboración, que son saludables a base de productos 100% naturales y por unas instalaciones perfectamente acondicionadas.

Los platos típicos que son los más vendidos es el yogurt de frutas, pan de yuca, empanadas con diferentes rellenos, tortillas de maíz, también existen más productos que son nuevos y muy buenos. (Diario El Correo, 2010).



Yogurt Persa

Cadena de Comidas Rápidas que con un nuevo concepto que entrelaza salud y sabor fue penetrando en la mente y el paladar de la familia guayaquileña, instituyéndose “una nueva forma de comer”. (Yogurt Persa Franchising Corporation, 2010).



Productos

Yogurt:

Natural, Mora, Frutilla, Naranja, Banano, Mango y Durazno.

Pan de Yuca

2.4 ENTREVISTA

Finalidad:

La finalidad de la entrevista es conocer un poco más sobre este tipo de negocios, que comparta su experiencia y nos cuente como ha logrado crecer el restaurante durante todo este tiempo.

Objetivo:

El objetivo de la misma es aprender de los problemas a los que se deben enfrentar al poner en marcha el proyecto y determinar oportunidades del negocio que pueden ser aprovechadas.

Guía de preguntas

- Ampliar nuestro conocimiento acerca de los restaurantes vegetarianos.
- Conocer la historia del restaurante Vegetarian Food
- Cual fue la motivación para desarrollar ese espíritu emprendedor
- Como ha progresado el negocio
- Cuál es la visión de la empresa
- Cuál es la forma de administrar el negocio
- Cuáles son los productos que el restaurante ofrece y cuál es el producto estrella
- Cómo capacita al personal
- Cuál es el plan de negocio que desarrolló
- En donde se encuentra el restaurante y por qué está ubicado ahí
- Cómo determinó el precio de los productos
- Cómo promociona el producto
- Por qué se decidió a ofrecer este tipo de productos
- Cuál es su mercado objetivo
- Cuáles fueron los obstáculos que tuvo que vencer

Metodología:

La dueña del restaurante Vegetarian Food es la señora Sonia Castro, ella fue escogida para la entrevista porque tiene una gran experiencia en este mercado y puede dar más información que será de gran ayuda para la tesis.

La metodología utilizada para la entrevista es una filmación en la oficina de la dueña del restaurante Vegetarian Food, ya que debíamos encontrar un lugar tranquilo para grabar la entrevista.

En este tipo de metodología debemos mantener al entrevistado bien cerca del micrófono para que la cámara grabe bien el sonido lo mejor posible. La cara del entrevistado debe ser la parte más clara de la escena.

Otro punto importante es que cuando hagamos una pregunta al entrevistado, el debe repetir la pregunta en la respuesta. Debemos utilizar un trípode para estabilizar la cámara y así evitar problemas durante la grabación.

Reporte de resultados:

El restaurante Vegetarian Food nació hace aproximadamente hace 3 años, la motivación para desarrollar el este espíritu emprendedor fue salir adelante por sus propios medios y ofrecer un tipo de comida que no tiene mucha competencia en el mercado, durante estos 3 años el restaurante ha ido creciendo poco a poco.

La visión de Vegetarian Food es expandirse en un futuro y poder abrir más locales de comida vegetariana, poder llegar a concientizar a más personas sobre lo saludable que es la comida para ganar más espacio en el mercado. La señora Sonia Castro administra personalmente el negocio, ya que dice que no hay nadie mejor que uno mismo para administrar un negocio cuando recién empieza, por motivo de gastos y seguridad.

Los productos que ella ofrece son ensaladas y platos fuertes hechos a base de vegetales como berenjena pero su producto estrella es el tofu el cual es una comida oriental hecha a base de semilla de soja y agua. Capacita al personal

mediante charlas para la buena atención al cliente y el buen manejo de los alimentos.

El restaurante se encuentra ubicado en la Cdla. Kennedy atrás del Policentro, el motivo de estar ubicado ahí es que en este sector hay muchas empresas por lo tanto hay mucha demanda de clientes. El precio del producto lo determina primero sacando los costos de estos.

Ella decidió ofrecer este tipo de alimentos principalmente para mejorar la salud de los clientes, ya que muchos lo hacen por eso por un simple estilo de vida, además sobre concientizar al medio ambiente.

El mercado objetivo de Vegetarian Food son las personas que trabajan cerca del lugar, es decir las empresas y empleados del centro comercial Policentro.

Conclusión:

En conclusión se puede decir que el restaurante Vegetarian Food ha tenido éxito durante estos 3 años que ha estado en el mercado y debido a que no existe mucha competencia ha podido crecer poco a poco, debido a la falta de recursos pero gracias a la clientela que ha ganado no han fracasado en su negocio.

2.5 FOCUS GROUP

Finalidad:

La finalidad del focus group es obtener información acerca de la opinión de los clientes del restaurante vegetariano, obtener conocimientos profundos sobre este tema escuchando a un grupo de personas del mercado objetivo apropiado para que hablen de los asuntos de interés a la investigación.

Objetivo:

Determinar los gustos y preferencias de los potenciales consumidores con respecto al producto. Este estudio permitirá definir producto, precio, plaza y forma de promoción más adecuada para la entrada del producto al mercado.

Guión:

- Cuántos establecimientos de alimentos y bebidas que ofrecen comida vegetariana conoce.
- Cuáles son las principales necesidades que buscan satisfacer al asistir a este tipo de establecimientos.
- Al escuchar Green Planet, cuáles son las motivaciones que los lleva a elegir este producto de los demás.
- Que atributos debería incluir mis productos para que ustedes lo elijan.
- El producto que estoy desarrollando motiva la acción de compra para ustedes, ¿Por qué no los motiva?
- Que les parece el precio de estos productos
- Cómo les gustaría que fuera la publicidad del producto

Metodología:

En el focus group participaron 6 personas las cuales fueron seleccionadas por la edad, ubicación de su trabajo y por sus gustos a la hora de comer. Este focus group se lo realizó en el domicilio de uno de los participantes.

La metodología utilizada para el focus group fue una grabación con futuros clientes potenciales del restaurante, en una habitación amplia y cómoda que cuente con todas las necesidades de climatización y confort que favorezcan la conversación de los participantes y que surjan de manera espontánea percepciones, actitudes y opiniones.

Reporte de resultados:

Las personas que participaron en el focus group indicaron que conocen pocos restaurantes que ofrezcan este tipo de comida, ya que la mayoría se encuentran en el centro de la ciudad, la principal motivación de ellos al elegir comida vegetariana es cuidar su alimentación y su salud, en el caso de las mujeres lo hacen por conservar su figura y mantener su peso, nadie escoge este tipo de alimentos por motivos religiosos.

Los productos que se ofrece deben ser frescos, sin químicos, naturales para que sean escogidos por los clientes, ya que esto es lo que les gusta a ellos, platos que sean preparados en el momento. Este tipo de comida si motiva la acción de compra de los clientes porque es algo que les llama la atención, no hay mucha competencia en el mercado y se sienten atraídos por algo nuevo y saludable.

La mayoría de las personas como son jóvenes les gustaría que la publicidad sea por medio de internet, es decir de las redes sociales como Twitter y Facebook para estar mejor informados de los productos que se ofrece.

Conclusión:

Se puede concluir que el restaurante va a tener éxito ya que no existe mucha competencia y a las personas les gusta probar cosas nuevas, además la mayoría de los clientes potenciales están interesados en cuidar su salud y su figura sobre

todo las mujeres, poco a poco se va a ganar más clientes por medio de la publicidad en las redes sociales y en muy poco tiempo el restaurante será reconocido por las personas.

2.6 ENCUESTA

Objetivos:

- Hallar una oportunidad de negocio.
- Evaluar la factibilidad de la creación de un nuevo negocio.
- Evaluar la viabilidad de lanzar un nuevo producto al mercado.
- Conocer las preferencias y gustos de los consumidores.

Metodología

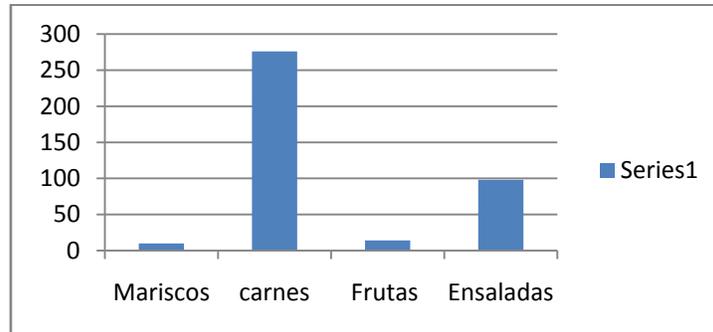
Se ha elegido el muestreo aleatorio por conglomerados, es decir que se agrupa por zonas geográficas u otras de interés para la investigación y se selecciona aleatoriamente cuáles de ellos formarán parte de la muestra.

Las encuestas fueron realizadas a 400 personas usando el muestro por conglomerados formando parte de estos los siguientes sectores:

- Urdesa
- Urdenor
- Kennedy Norte
- Alborada
- Garzota

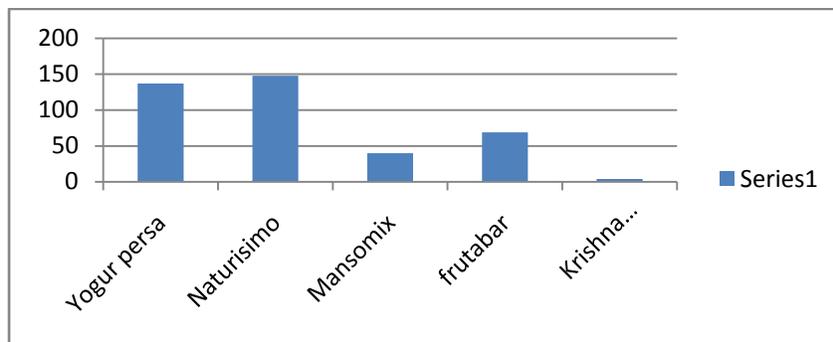
2.7 RESULTADOS

1.- Qué tipos de alimentos consume con más frecuencia?



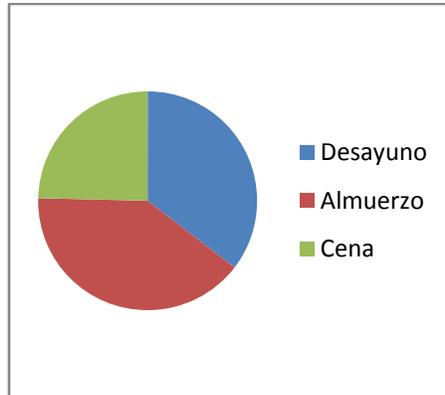
De las 398 personas encuestadas, el 45% respondió que los alimentos que consumen con más frecuencia es la carne, seguido por las ensaladas con un 35% y después mariscos y frutas.

2. En qué restaurantes considera usted que ofrecen comida saludable?



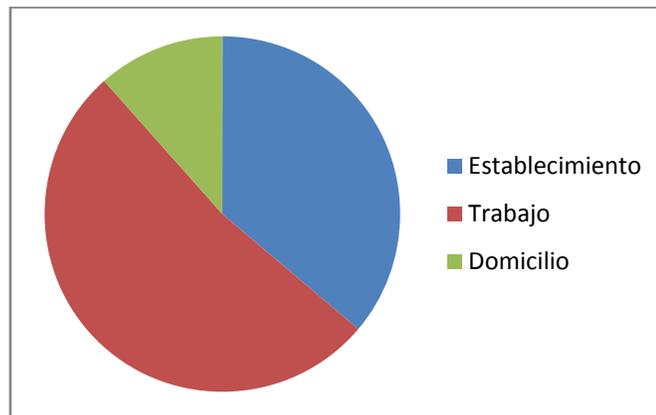
Las personas encuestadas consideran que los restaurantes que ofrecen comida saludable son Naturisimo, Yogurt Persa, Frutabar, Mansomix y por último Krishna Express.

3. En qué horario consume este tipo de alimentos?



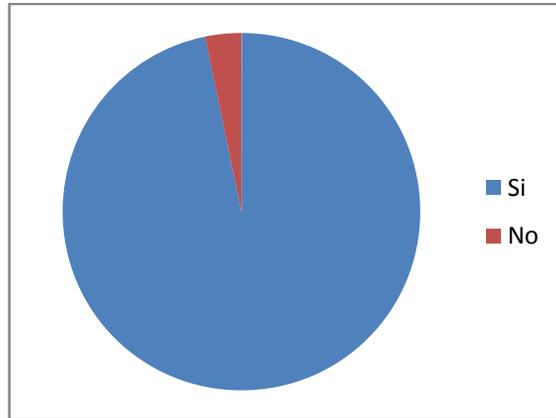
El 50% de las personas consume este tipo de alimentos en el almuerzo, el 35% en la cena y un 15% en el desayuno.

4. En qué lugar los consume?



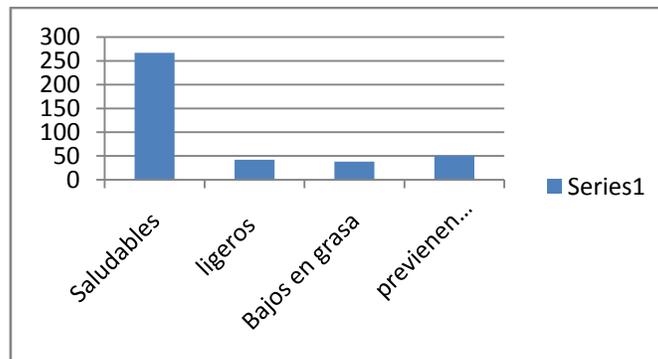
El 65% de las personas encuestadas consumen estos productos en sus trabajos, el 25% en sus domicilios y el 10% en otros lugares.

5. Conoce usted los beneficios que ofrece este las ensaladas?

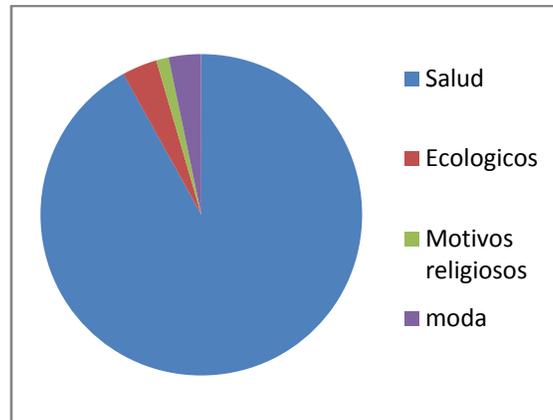


La mayoría de las personas si conocen los beneficios de ingerir alimentos saludables.

6. Cuáles?

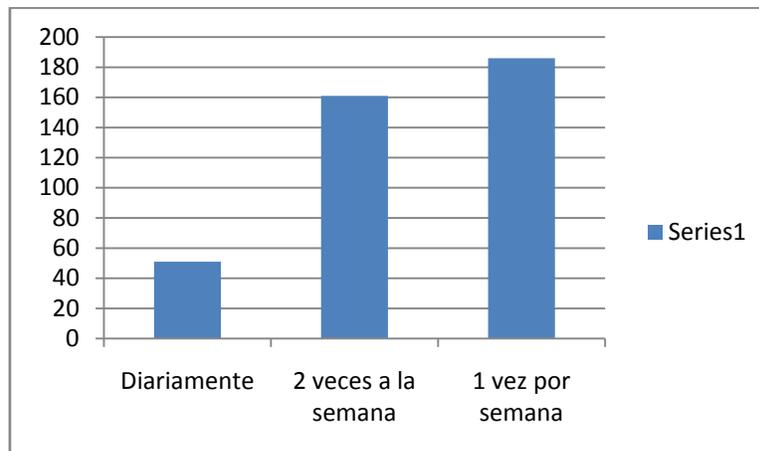


7. Por qué motivos decidiría empezar a consumir este tipo de alimentos?



El 60% de las personas consumiría estos alimentos por salud, un 22% por motivos ecológicos, 12% por motivos religiosos y un 5% por moda.

8.- Con qué frecuencia consume ensaladas?



De las personas encuestadas el 45% consume ensaladas 1 vez por semana, el 35% 2 veces a la semana y el 20% diariamente.

2.8 Análisis Investigación de mercado

La investigación realizada tomo como muestra una población de 398 individuos siendo en su mayoría mujeres (63%) en un rango de 20-25 años de edad, entre los que destacan comerciantes (42%) y estudiantes (36%).

A los encuestados se les consulto los tipos de alimentos que consumen con mayor frecuencia y se llego a identificar a las carnes como el principal elemento de consumo obteniendo un (69%) porcentaje alto dado la cultura de consumo de carnes en nuestro país, lo interesante de esta consulta es que también revelo que las ensaladas ocupan un lugar destacable entre las preferencias (24%) por encima de los mariscos y las frutas.

Al consultar sobre el conocimiento de restaurantes que ofrecen en la ciudad comida saludable se pondera la mención de establecimientos que ofrecen productos sustitutos a los que Green planet presentará en el mercado entre estos mencionamos Yogurt persa, Naturisimo, frutabar y solo se menciona Krishna Express 1% (competidor directo) pero por una pequeña porción de la muestra encuestada lo que representa una oportunidad para posicionar nuestra marca.

El desayuno y el almuerzo se ubican como los principales horarios para el consumo de esta clase de alimentos con un 35% y 39% respectivamente; la cena sin embargo se muestra con un atractivo 24%. Esta información es muy importante sobre todo al relacionarla con el lugar donde se realiza el consumo mostrándose el propio establecimiento con un 36%; eso nos indica que por si mismo el tipo de oferta de productos considera el desplazamiento de las personas para una compra directa. El indicador que aparece con mayor preponderancia es el del trabajo como lugar del consumo ya que se justifica aquí la prestación de la entrega a domicilio (52%).

Estos resultados se atribuyen a los beneficios que las personas le otorgan a este tipo de alimentos clasificándolos principalmente como saludable (67%) característica que queremos maximizar al momento de promocionar nuestros servicios.

La salud es otra principal razón a la que se llegó con esta investigación para identificar uno de los motivos de la potencial compra por parte de los clientes atribuyéndose esta un notable (91%) destacándose por encima de motivos religiosos ecológicos como sucede en otros mercados.

Al ser consultados sobre la frecuencia de consumo de ensaladas producto que queremos destacar en nuestro establecimiento llegamos a descubrir que en un 46% por ciento lo hacen una vez por semana y en un 40% dos veces a la semana; diariamente solo un 12% y es aquí donde se encuentra un desafío y oportunidad de mejora al trabajar directamente con los menús haciéndolos más atractivos para los clientes que si tienen este tipo de alimentos como parte de su ingesta habitual.

2.9 ESTRATEGIAS – MARKETING MIX

Producto:

De acuerdo a la Investigación de Mercado realizada, se ha diseñado un menú dirigido a ovos lácteos, lacto-vegetarianos y veganos. Sugerimos que el menú cambie cada 3 meses.

Menú a ofrecer y características:

- **Ensaladas:** Que sean frescas, por lo que se plantea ofrecer 3 tipos de ensaladas, dándole opción al cliente a escoger 3 salsas para añadir, acompañándola con una porción de carne de soya de cualquier sabor o un té helado.
- **Platos fuertes:** Ofreceremos comida nacional e internacional, todos elaborados a base de soya y productos naturales, es decir sin presencia de químicos.

- Bebidas: Con respecto a las bebidas, ofreceremos agua, té y gaseosas.

PRECIO

Los precios han sido fijados tomando en cuenta los precios de la competencia, los costos unitarios promedio de cada plato y margen de ganancias sobre estos. El precio promedio de los platos es de \$4.

En lo que respecta al servicio a domicilio, la rentabilidad esperada incluye el recargo por transporte.

PLAZA:

La comercialización de los platos, se llevará a cabo a través de:

- Servicio Directo a los consumidores, en el local ubicado en el norte de la ciudad.
- Servicio a Domicilio a empresas cercanas

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD:

- Crear una página web del restaurante para darnos a conocer.
- Crear una página en Facebook y Twitter para promocionar la comida.
- Mensajes a través del mail ofreciendo el servicio a las empresas de la base de datos creada.
- Las personas que entregarán las volantes y boletines (en la etapa de lanzamiento) a las oficinas respectivas.

Escenario Previsto

La evaluación del negocio nos ha permitido visualizar, de manera clara la situación de cada una de las variables controlables de mercadotecnia, así como la comparación con la competencia.

Sin embargo el análisis estaría incompleto si no se prevé un escenario que nos ayude a definir las expectativas de las actividades de mercadotecnia.

Por ejemplo, si por efectos de la naturaleza la materia prima tales como verduras, legumbres, etc. Disminuye su producción, ocasionando un incremento en el precio, es necesario estar preparados para sobrellevar esta situación, teniendo como opciones no preparar platos con los alimentos antes mencionados o que se aumente el precio de cada plato en un porcentaje mínimo.

2.10 Objetivos

Objetivo General

Alcanzar las ventas fijadas para el primer año que es de 36212 platos.

Objetivos Específicos

- Ofrecer una fiesta en el restaurante, invitar a la prensa, para que puedan conocer los productos que se va a vender
- Establecer promociones y descuentos para ciertos meses del año.
- Capacitar a los chefs y ayudantes de cocina para que haya mas variedad de platos en el restaurante.

Estrategia 1

- ✓ Se entregaran 2000 volantes.
- ✓ Anunciar en la página de facebook y twitter que día será el evento.
- ✓ Se ofrecerá muestras de la comida durante toda la fiesta.
- ✓ Hora loca a la media noche.

Estrategia 2

- ✓ Ofrecer nuevos platos según la temporada de los vegetales.
- ✓ Promociones en feriados y fines de semana.
- ✓ Pedir con anticipación la materia prima para que esté lista para la producción.

Estrategia 3

- ✓ Capacitación trimestral a los chefs del restaurante y sus ayudantes.
- ✓ El administrador del restaurante llevará un control de los platos que se sirven diariamente.
- ✓ También habrá un buzón de comentarios y sugerencias para que los clientes puedan ayudarnos a mejorar.

Desarrollo de las estrategias

Estrategia 1

- Las 2000 volantes serán repartidas en los lugares cercanos al restaurante sobre todo en las empresas que se encuentran en el sector.
- En la página de Facebook y Twitter se pondrán todos los detalles del día de la fiesta
- También se pondrán fotos de los platos que se ofrecerán ese día.
- Se anunciará la hora loca que será la encargada de animar la fiesta.

Estrategia 2

- Se determinará en una reunión los platos que se van a ofrecer de acuerdo a la estación.
- El administrador del restaurante será el encargado de pedir con anticipación la materia prima, es decir los vegetales, frutas, legumbres, para la producción.

ACTIVIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
2x1 los viernes	\$ 100												\$ 100
Entrega de globos por San Valentín		25											\$ 25
Postre gratis por mas de \$10 de consumo			\$ 80										\$ 125
1 plato gratis a partir de \$15 de consumo				\$ 150									\$ 150
Postre gratis por el dia de las madres					\$ 80								\$ 80
Entrega de globos por el día del niño						\$ 40							\$ 230
Entrega de banderas en julio							\$ 80						\$ 80
2x1 los miercoles								\$ 100	\$ 100				\$ 200
Plato del mes con 10% de descuento										\$ 50	\$ 50		\$ 280
Si presentan mas de 5 facturas, la bebida es gratis												\$ 90	\$ 90
TOTAL													\$ 1.360

Estrategia 3

- Las capacitaciones a los chefs y ayudantes de cocina será dictadas por personas profesionales y reconocidas en el área.
- El administrador del restaurante deberá controlar que los chefs pongan en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones
- Habrá un buzón de sugerencias donde los clientes podrán dar su opinión acerca del restaurante.

COSTOS

Estrategias	Costos
Estrategia 1	
Volantes	166
Página de facebook	50
Hora loca	180
Comida gratis	200
Total Estrategia 1	596
Estrategia 2	
Promociones de los platos	945
Total Estrategia 2	945
Estrategia 3	
Capacitaciones	200
Buzón de sugerencias	25
Total Estrategia 3	225
TOTAL ESTRATEGIAS	1766

Capítulo 3: Aspectos tecnológicos del proyecto

3.1.- Diseño o descripción del producto y/o servicio

Green Planet es un establecimiento de alimentos y bebidas especializado en la elaboración de platos para personas que siguen un régimen alimenticio basado en la abstención de carne ya sea con fines nutricionales o por otras motivaciones: ecológicas o religiosas.

La oferta incluye un menú basado en platos fríos: hortalizas y legumbres presentados a través de ensaladas que pueden incluir derivados de animales (nótese aquí la clasificación o grados de vegetarianismo, quienes admiten la ingesta de derivados de animales o los vegetarianos estrictos), antipastos que incluyan vegetales o presentación de derivados lácteos como quesos presentados en rodajas.

La comida será servida en platos sobrios de colores neutrales para dar un aspecto de sobriedad y elegancia al restaurante.

Los clientes podrán pedir bebidas las cuáles vendrán en botella pero para la comodidad de los clientes se servirán en vasos de vidrio.

La presentación de los platos será tipo gourmet de lo cual se encargarán las personas que se encuentre en el área de cocina.

- **Ensalada Mediterránea**

Se pica la lechuga en cuadritos, y se deposita en un recipiente, posteriormente se agrega el queso picado en cuadros, junto con las aceitunas, se agrega el aceite, el vinagre, la sal y orégano.

Por último se adorna con rebanadas de tomate y cebolla morada



- **Ensalada Caprese**

Cortar los tomates lavados en rodajas no muy finas ni gruesas, cortar la mozzarella de forma similar y mezclarlo todo en una ensaladera.

Colocar las hojas de albahaca fresca (previamente lavadas) y condimentar con el orégano, el aceite de oliva, sal y pimienta.



- **Ensalada de nueces, espinacas y queso**

En un bol se pone las hojas de espinacas, los tomates cortados como más les guste: en dados, en láminas, en gajos... A continuación se agrega las nueces, enteras, a mitades o se las puede machacar un poquito, que así será más fácil de comer.

Mientras, en el microondas se pone unas rodajas de queso de cabra. Cuando estén bien calientes, se pone por encima de los demás ingredientes.



- **Ensalada de legumbres al curry**

Elimine la parte filosa de los guisantes y póngalos a fuego en una cacerolita con agua y sal durante 4-5 minutos. Divida la coliflor en trocitos, cuézala también y escúrrala cuando todavía esté un poco crujiente.

Cueza las zanahorias 5 minutos.

Quite la piel del pepino, córtelo en rodajas finas. Póngale sal y deje en reposo 20 minutos.

Reúna todas las verduras y los cogollos de soja en un recipiente para ensaladas. Reserve.

Triture la cebolla y dórela en una sartén con la mantequilla. Cuando se vuelva transparente espolvoréela con el curry y tuéstela con el condimento.

Eche la nata y deje que se espese. Retire del fuego, incorpore el yogur y pruebe de sal. Vierta la salsa caliente sobre las verduras, mezcle un poco y sirva.

Aumente o disminuya la cantidad de curry dependiendo de lo picante que usted desee el plato.



- **Paella de Verduras**

Lavar las verduras, pelarlas si es necesario, y cortarlas en cuadraditos. Descongelar los guisantes.

Calentar el aceite en una paellera y rehogar la cebolla hasta que esté transparente. Agregar todas las verduras, excepto los ajos, y saltearlas durante 15 minutos.

Añadir el pimentón, mezclarlo bien con las verduras, incorporar el arroz sin dejar de revolver, hasta que comience a estar transparente. Machacar los ajos y el perejil junto con el azafrán, diluir con un poco de agua e incorporar al preparado anterior.

Verter el caldo caliente (doble volumen de caldo que de arroz) sobre el arroz y las verduras, rectificar la sazón, y cocer durante 20 minutos o hasta que el arroz esté en su punto. Dejar reposar la paella unos minutos antes de servirla.



- **Pasta con salsa boloñesa**

La salsa: calentar la mantequilla y agregar la cebolla, el apio, la zanahoria. Cocinar hasta que la cebolla se dore. Agregar los demás ingredientes y hervir hasta que el vino se evapore. Agregar la salsa de tomate; cocinar por 40 minutos revolviendo.

•La pasta: cocinarla en una olla con abundante agua hirviendo con sal, por 10 minutos o hasta que esté al dente. Estilar y volver a la olla. Sazonar con aceite de oliva, servir en platos individuales, distribuir la salsa en ellos y espolvorear con queso rallado.



- **Risotto con champiñones**

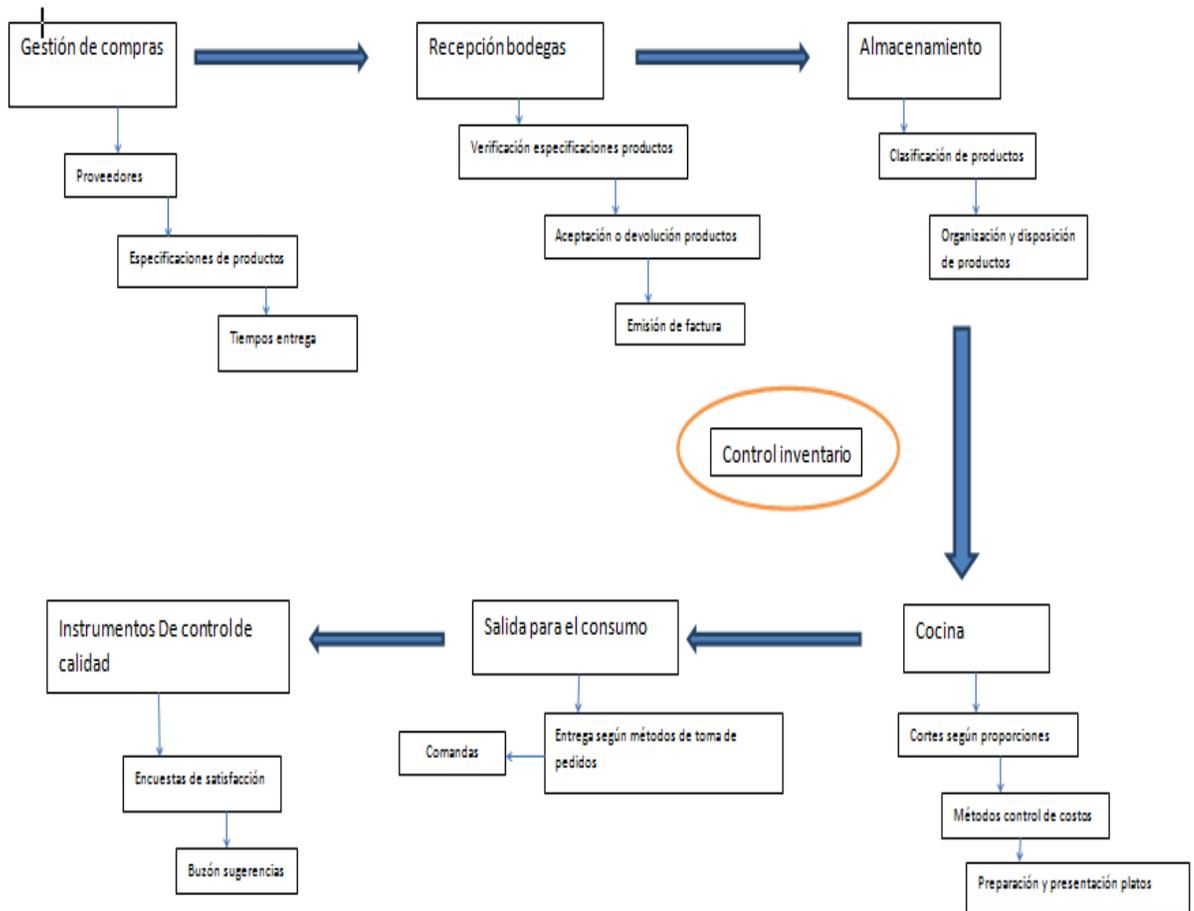
Primero picamos la cebolla y el ajo muy fina y limpiamos bien los champiñones. Luego, en una sartén grande antiadherente con un chorrito de aceite, cocinamos durante unos 8 minutos los champiñones, la cebolla y cuando dore le añadimos el ajo y arroz, dejamos unos 4 minutos removiendo.

Una vez el arroz tome un tono dorado, añadimos el caldo y el vino, llevando el conjunto a ebullición. Lo vamos añadiendo poco a poco para ver la cremosidad que va cogiendo el arroz.

Cuando el arroz este hecho y bien cremoso, añadimos el queso parmesano, removemos bien todo y dejamos reposar unos minutos antes de servir

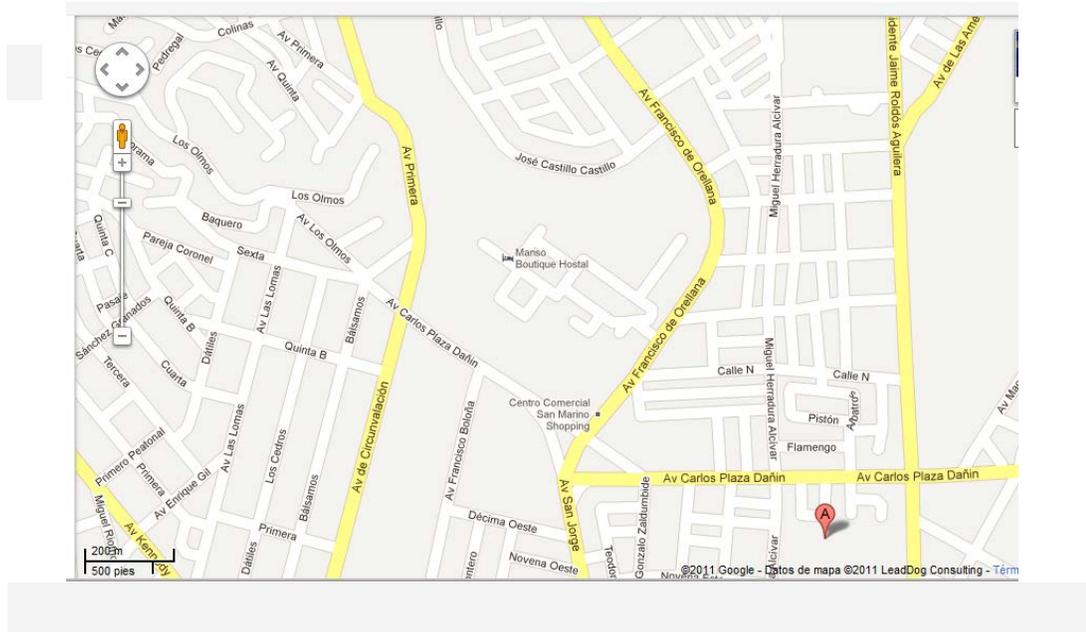


3.2.- Procesos de Producción



3.3.- Ubicación del proyecto

- **Macrolocalización:** La ubicación sugerida para el nuevo restaurante vegetariano es en la ciudadela Kennedy Norte donde se encuentra el nuevo centro empresarial de la ciudad de Guayaquil, en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil. Provincia del Guayas



Cuenta con todos los servicios básicos: agua, electricidad, alcantarillado y teléfono; además infraestructura para servicios de televisión pagada, Internet, entre otros.

En esta avenida solo se pueden encontrar oficinas y matrices de varias empresas privadas, hoteles de primera clase, entre otros.

La *Orellana*, conocida así comúnmente, se extiende desde el extremo norte de la ciudad en el puente que conduce a las afueras de la ciudad en la *Autopista Guayaquil-Daule* hasta su intersección con la *Avenida Luis Plaza Dañín*, a partir de la cual cambia de nombre al de *Avenida del Periodista*.

- **Microlocalización:** El tamaño del lote es de 100 m²; en Guayaquil la corriente reactivadora comenzó, de a poco, hace unos tres años y se da en zonas nuevas, otras remozadas y algunas antiguas, en las que se construyen además de conjuntos residenciales, oficinas, restaurantes, hoteles, sedes institucionales, así como pequeños y medianos negocios. A lo largo de la Av. Francisco de Orellana, al menos diez nuevas edificaciones reemplazan las antiguas viviendas familiares. Ellas acogen actividades comerciales, de oficinas y clínicas.



3.4.- Determinación de la capacidad de la planta

Los recursos en equipos de cocina como los humanos, pueden llegar a producir al día 100 almuerzos y hasta 100 ensaladas es decir 200 platos.

A continuación un cuadro muestra la cantidad de platos que puede producir el restaurante en 30 minutos.

MATERIALES	NUMERO	CANTIDAD	TIEMPO	TOTAL
COCINAS	3 QUEMADORES	1 kg	15 MINUTOS	6 kg
TRABAJADORES	3 PERSONAS	1 kg	15 MINUTOS	3 kg
				TOTAL

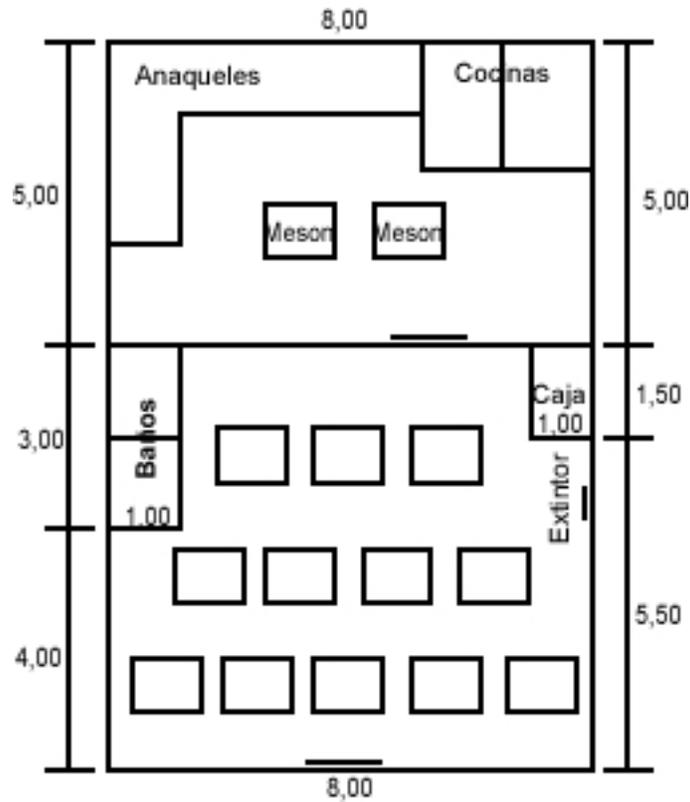
#HORAS DIARIAS	# Platos cada 30 min	# PLATOS AL DIA	# PLATOS SEMANTAL	# PLATOS MENSUAL
7	15	210	1050	4200

El horario de atención del restaurante será de lunes a viernes a partir de las 11:30 am hasta las 9 pm.

3.5.- Diseño de la planta

- Salón corredor para unas 12 mesas (aprox. unas 50 personas)
- Una cocina con tres áreas:
 - Área de preparación de comida caliente. Incluye cocina de 6 quemadores y un horno ambos con respectivas campanas dotadas de extractores y mesones de trabajo.
 - Área de preparación de comida fría con un refrigerador y mesones de trabajo

- Área de lavadero con dos lavafondos, dos lavavajillas, mesón de desconche y mesones de trabajo.



3.6.- Alquiler de local y adecuaciones

El valor de alquiler de cada metro cuadrado es de \$20 debido a su ubicación, el área total del terreno es de 100 m². Por lo que el arriendo mensual sería de \$2000.

PRESUPUESTO

No.	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	Columnas	m3	3,24	400,00	1.296,00
2	Enlucido de paredes	m2	100,00	8,00	800,00
3	Sobrepiso de porcelanato	m2	100,00	30,00	3.000,00
4	Instalaciones eléctricas	Global	1,00	1.500,00	1.500,00
5	Instalaciones sanitarias	Global	1,00	1.000,00	1.000,00
6	Ventanas de aluminio	m2	40,00	70,00	2.800,00
7	Pintura	m2	100,00	5,00	500,00
8	Mesones de cocina	ml	10,00	150,00	1.500,00
9	Puertas de madera	U	6,00	200,00	1.200,00
10	Desalojo	Viaje	3,00	60,00	180,00
	SUBTOTAL				13.776,00
	TOTAL				13.776,00

3.7.- Especificaciones: materias primas, insumos, producto final, normas y estándares.

MATERIAS PRIMAS:

Las materias primas que se va a utilizar para preparar los platos son: carne de soya, coliflor, tomates, pepino, ajo, lechuga, hongos, zanahoria, cebolla, rábanos, huevos, atún, limón, nueces, queso parmesano, espinacas, vinagre, yogurt, curry, albahaca, arroz integral, berenjenas y algunos condimentos que detallaremos en un cuadro.

Los insumos que necesitaremos serán servilletas, sorbetes, palillos, fundas, cucharas, tarrinas y adhesivos.

Producto final:

La comida será servida en platos sobrios de colores neutrales para dar un aspecto de sobriedad y elegancia al restaurante.

Los clientes podrán pedir bebidas las cuáles vendrán en botella pero para la comodidad de los clientes se servirán en vasos de vidrio.

La presentación de los platos será tipo gourmet de lo cual se encargarán las personas que se encuentre en el área de cocina.

NORMA TECNICA ECUATORIANA - INEN

OBJETIVO

Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el administrador de restaurante.

ALCANCE

Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de restaurantes en empresas de alimentos y bebidas, restauración, hospitalidad y otras similares. (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008).

RESUMEN

Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:

El administrador del local y todas las personas que trabajan ahí deben tener actitud y disposición de ánimo manifestada exteriormente. Deben considerar el período de tiempo en donde el consumidor tiene un comportamiento predefinido, aprender a diferenciar cuáles son nuestros clientes especiales para brindarles un trato más personalizado.

Deben tener la capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.

Tener la habilidad y destreza para realizar una tarea y de esta manera obtener los resultados esperados. Además debemos tener en cuenta la seguridad alimentaria de las personas, para esto debemos seguir normas de seguridad y manipulación de alimentos que incluye estándares y procesos en compras, recepción, almacenamiento, producción, despacho, servicio, y manipulación de desechos y desperdicios.

Permiso de Salud:

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).

3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.

4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.

5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.

6. Plano del establecimiento a escala 1:50 7.

Croquis de ubicación del establecimiento.

8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

9. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

(Ministerio de Salud Pública, 2012)

Certificado de trampa de grasa

- Copia de la cédula de identidad y RUC del establecimiento.
- Copia de la factura
- Carta de autorización de propietario y/o beneficiario.
- Nombramiento de representante legal y nombramiento (Personas Jurídicas).

(Interagua, 2012).

Permiso Benemérito Cuerpo de Bomberos:

- Copia del RUC donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.
- Copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano. (Dependiendo de la actividad si lo requiere)
- Autorización por escrito del contribuyente o de la compañía indicando la persona que va a realizar el trámite y copia de las cédulas de identidad de la persona que lo autoriza y del autorizado.
- Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de identidad.

(Valdiviezo, Christian, 2010).

Permiso de funcionamiento Municipio de Guayaquil:

- Comprar la tasa de uso de suelo
- Completar la solicitud
- Entregarla en la ventanilla de recepción de uso del suelo en Malecón y 10 de agosto
- La factibilidad será contestada luego de 10 días.

En caso de ser factible:

- comprar la tasa de habilitación
- completar el formulario para funcionamiento anual

Requisitos para funcionamiento anual:

- copia de la cédula de identidad
- copia del RUC
- Copia de nombramiento de representante legal (persona jurídica)
- Carta de autorización a la prensa que realiza el trámite
- Copia de la patente del año a tramitar
- Certificado de seguridad otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

(M.I. Municipio de Guayaquil, 2012).

3.8.- Selección de la tecnología del producto

Lo ideal es que sean de acero inoxidable ya que su mantenimiento resulta más económico a largo plazo por su durabilidad.

Refrigeradores y congeladores: Se recomiendan dos de cada uno.

Aire de lavado de cocinas: Se utiliza para que las cocinas estén bien ventiladas y la óptima conservación de los alimentos.

Aire acondicionado para el salón comedor: Se divide en dos partes: ductos y compresores, pero si el local es abierto o con amplios ventanales para ventilación, teniendo además la cocina muy aislada del comedor, no es necesario que invierta en este equipo.

Loza, cristal y cubiertos: su número dependerá del tipo de menú y servicio. Para calcular la cantidad de loza, platos de todo tipo y tazas, así como de cristalería, debe multiplicarse la capacidad para recibir comensales por 1.5. La cantidad resultante es una referencia del equipo básico que debe estar en servicio.

1. Maquinarias y equipos	Descripción	Cantidad	Precio con IVA	Precio Total	Proveedor	Forma de pago	Plazo de entrega	Garantía
Balanza	30 kilos	1	\$ 39,00	\$ 39,00	Total chef	Contado	Inmediato	0
Cocina industrial	3 quemadores a gas, acero inoxidable (140x65x90)	2	\$ 784,00	\$ 1.568,00	DIMETAL	Contado	30 días	1 año
refrigerador	15 pies, sistema de enfriamiento no frost, 2 parrillas regulables de alambre, interior iluminado, 1 cajón para vegetales, 2 anaques en la puerta	2	\$ 568,20	\$ 1.136,40	COMANDATO	Contado	Inmediato	Seguro tota
olla arrocera	capacidad de 20 libras, eléctrica	1	\$ 450,00	\$ 450,00	EDRSA	Contado	Inmediato	1 año
licuadora	capacidad de 8 litros, acero inoxidable	1	\$ 245,60	\$ 245,60	EDRSA	Contado	20 días	1 año
línea de autoservicios	estructura de acero inoxidable, iluminación lámpara de 40w, patas regulables para nivelación, revestimiento de formica (120x65x90)	1	\$ 996,80	\$ 996,80	Juardo Trujillo CIA. LTD	Contado	20 días	0
dispensador de jugos	máquina refrigerada térmica, 2 tanques, 10 litros cada uno	1	\$ 862,40	\$ 862,40	EDRSA	Contado	Inmediato	1 año
mesón de trabajo	acero inoxidable, patas tubulares de acero inoxidable de 1 1/2 pulgada y regulables para nivelación (1,52 x 76)	2	\$ 403,20	\$ 806,40	Juardo Trujillo CIA. LTD	Contado	Inmediato	0
repisa	acero inoxidable, para pared (x30)	2	\$ 120,96	\$ 241,92	Juardo Trujillo CIA. LTD	Contado	Inmediato	0
procesador de alimentos	marca Chef Prep 10100 HB	1	\$ 69,46	\$ 69,46	MEGAMAXI	Contado	30 días	0
trampa de grasa	acero inoxidable, 3 compartimentos (1,50x45)	1	\$ 78,40	\$ 78,40	DIMETAL	Contado	Inmediato	1 año
			TOTAL	\$ 6.494,38				

2. Enseres	Descripción	Cantidad	Precio con IVA	Precio Total	Proveedor
Abrelatas	acero inoxidable	1	\$ 3,00	\$ 3,00	Mi Comisariato
bandejas de autoservicio	plásticas, CAMBRO 1418FF	50	\$ 5,00	\$ 250,00	TOTALCHEF
Caldera	Acero inoxidable, No. 40	4	\$ 44,00	\$ 176,00	Eduardo Trujillo Cia. Ltda.
colador cónico	Plástico	2	\$ 0,68	\$ 1,36	Pycca
colador de vegetales	acero inoxidable, 29,8 cm	2	\$ 7,90	\$ 15,80	Termalimex
Cuchara	madera grande	2	\$ 6,00	\$ 12,00	Mercado Artesanal
juego de cucharas de mesa	acero inoxidable, X6	1	\$ 1,59	\$ 1,59	Tía
juego de cucharitas	acero inoxidable, X6	2	\$ 0,99	\$ 1,98	Tía
Cucharón	acero inoxidable, 8 onzas	2	\$ 7,00	\$ 14,00	Eduardo Trujillo Cia. Ltda.
Cucharón	Aluminio	2	\$ 3,00	\$ 6,00	Mi Comisariato
dispensador de ingredientes	juego de 5 frascos de vidrio	2	\$ 4,00	\$ 8,00	Tía
encendedor para cocina de gas	N/D	1	\$ 4,00	\$ 4,00	Pycca
exprimidor de limón	Metal	2	\$ 0,80	\$ 1,60	Tía
frasco para salsa	Plástico	4	\$ 0,18	\$ 0,72	Pycca
Jarra	plástico con medidas, 4 1/2 litros	3	\$ 4,00	\$ 12,00	Mi Comisariato
Bandejas	acero inoxidable	6	\$ 0,99	\$ 5,94	Tía
juego de cuchillos	8 piezas, acero inoxidable	2	\$ 9,81	\$ 19,62	Megamaxi
juego de ollas	aluminio, 7 ollas, tamaños variados	1	\$ 40,32	\$ 40,32	Pycca
paila industrial	Acero inoxidable, No. 40	1	\$ 20,00	\$ 20,00	Eduardo Trujillo Cia. Ltda.
Pasapurés	Acero inoxidable	1	\$ 8,00	\$ 8,00	Eduardo Trujillo Cia. Ltda.
porta vegetales	parrilas de plástico	3	\$ 1,50	\$ 4,50	Pycca
Rayador	acero inoxidable, 9", 4 lados	2	\$ 4,38	\$ 8,76	Megamaxi
tabla de picar	grande, plástico, Kitchen Pro	3	\$ 3,29	\$ 9,87	Tía
tacho de basura con tapa	Marca Rubbermaid	1	\$ 14,50	\$ 14,50	American Hardware
Platos	Porcelana	90	1,3	\$ 117,00	Megamaxi
Vasos	Vidrio	90	\$ 1,10	\$ 99,00	Megamaxi
Cucharas	acero inoxidable	90	\$ 0,60	\$ 54,00	Megamaxi
Cubiertos	acero inoxidable	90	\$ 1,10	\$ 99,00	Megamaxi
			TOTAL	\$ 1.008,56	

3. Equipos de oficina	Descripción	Cantidad	Precio con IVA	Precio Total	Proveedor	Forma de pago	Plazo de entrega
Caja registradora	Eléctronica, desglose automático IVA, pantalla para el cliente, cajón para 4 billetes y 5 monedas, modelo autorizado por SRI	1	\$ 385,00	\$ 385,00	ELECTRODATUM	Contado	Inmediato
Teléfono	Sencillo, digital	1	\$ 20,00	\$ 20,00	MEGAMAXI	Contado	Inmediato
			TOTAL	405			

4. Equipos de cómputo	Descripción	Cantidad	Precio con IVA	Precio Total	Proveedor	Forma de pago	Plazo de entrega	Garantía	Servicio
Computadora		1	\$ 630,00	\$ 630,00	Mega maxi	Contado	Inmediato	2 años	Reparación y Mantenimiento
Impresora		1	\$ 112,00	\$ 112,00	Mega maxi	Contado	Inmediato	3 años	Reparación y Mantenimiento
			TOTAL	742					

5. Muebles	Descripción	Cantidad	Precio con IVA	Precio Total	Proveedor
Cartel con nombre del local	Luminoso 2 x 0,75	1	\$ 240,80	\$ 240,80	GRABEX
Menu board	no luminoso 1,50 x0,70	1	\$ 106,40	\$ 106,40	GRABEX
Mueble para computador	Rodante	1	\$ 65,00	\$ 65,00	PYCCA
Silla para computador	Rodante	1	\$ 30,00	\$ 30,00	PYCCA
Mesas	Madera	15	\$ 140,00	\$ 2.100,00	
Sillas	Madera	60	\$ 55,00	\$ 3.300,00	
			TOTAL	\$ 5.842,20	

6. Decoración	Descripción	Cantidad	Precio con IVA	Precio Total	Forma de pago	Plazo de entrega
Decoración del local	Pintado de paredes del local y adecuaciones generales	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	Contado	1 semana

7. Uniformes	Descripción	Cantidad	Precio con IVA	Precio Total	Proveedor	Forma de pago
Camiseta	logo bordado, cuello	12	\$ 10,00	\$ 120,00		Contado
Delantal		3	\$ 4,00	\$ 12,00		Contado
Moño		2	\$ 0,60	\$ 1,20		Contado
Pantalón	Jean	10	\$ 20,00	\$ 200,00		Contado
Sombrero	logo bordado	3	\$ 5,00	\$ 15,00		Contado
			TOTAL	\$ 348,20		

3.9.- Vida útil del proyecto

El tiempo máximo de vida útil del restaurante es de 5 años ya que después de este tiempo los activos se habrán depreciado por completo, por lo que es necesario cambiar todos los equipos para seguir con el funcionamiento del restaurante lo que implica una gran inversión.

Además se debe renovar cada cierto tiempo la imagen del local para ofrecer algo innovador y diferente a nuestros clientes.

3.10.- Costos de mantenimiento y seguros

Equipos	Años de depreciación	Precio unitario	Precio total	Valor depreciación anual	Valor depreciación mensual
Cocina industrial	5	784	1568,00	78,40	6,53
Refrigerador	5	568,2	1136,40	56,82	4,74
olla arrocera	3	450	450,00	22,50	1,88
Licuadaora	3	245,6	245,60	12,28	1,02
procesador de alimentos	3	69,46	69,46	3,47	0,29
dispensador de jugos	3	862,4	862,40	43,12	3,59
trampa de grasa	3	78,4	78,40	3,92	0,33
caja registradora	3	385	385,00	19,25	1,60
Computadora	3	630	630,00	31,50	2,63
Impresora	3	112	112,00	5,60	0,47
cartel con nombre del local	5	240,8	240,80	12,04	1,00
Mesas	5	140	2100,00	105,00	8,75
Sillas	5	55	3300,00	165,00	13,75
mesa computadora	5	65	65,00	3,25	0,27
silla computadora	5	30	30,00	1,50	0,13
			TOTAL	563,65	46,97

Costo de ensaladas y platos fuertes

- Ensalada Mediterránea

DETALLE DEL PRODUCTO	Porción	Costo por porción	TOTAL
Lechuga	1	0,1	0,10
Tomate	0,5	0,17	0,08
Huevos	1	0,08	0,08
Atún	1	0,35	0,35
Limón	3	0,03	0,10
		TOTAL	0,71

- Ensalada de nueces, espinacas y queso

DETALLE DEL PRODUCTO	Porción	Costo por porción	TOTAL
Nueces	1	0,18	0,18
Queso parmesano	1	0,20	0,20
Espinacas	1	0,16	0,16
Tomate	0,5	0,17	0,08
Vinagre	1	0,22	0,22
		TOTAL	0,84

- **Ensalada de legumbres al curry**

DETALLE DEL PRODUCTO	Porción	Costo por porción	TOTAL
Coliflor	1	0,125	0,125
Zanahoria	1	0,14	0,14
Pepinos	1	0,175	0,175
Yogurt natural	1	0,15	0,15
crema de leche	1	0,24	0,24
Curry	1	0,5	0,5
		TOTAL	1,33

- **Ensalada Caprese**

DETALLE DEL PRODUCTO	Porción	Costo por porción	TOTAL
Tomate	1	0,17	0,17
Queso parmesano	1	0,20	0,20
Hojas de albahaca	1	0,12	0,12
		TOTAL	0,49

- Paella de Verduras

DETALLE DEL PRODUCTO	Porción	Costo por porción	TOTAL
Arroz integral	1	0,53	0,53
Pimiento	1	0,05	0,05
Tomate	1	0,17	0,17
Cebolla	1	0,07	0,07
coliflor	1	0,13	0,13
Berenjenas	1	0,15	0,15
		TOTAL	1,08

- Pasta con salsa boloñesa

DETALLE DEL PRODUCTO	Porción	Costo por porción	TOTAL
mantequilla	1	0,15	0,15
cebolla	1	0,07	0,07
carne de soya	1	0,46	0,46
apio	1	0,19	0,19
salsa de tomate	1	0,24	0,24
		TOTAL	1,10

- **Risotto con champiñones**

DETALLE DEL PRODUCTO	Porcion	Costo por porción	TOTAL
risotto	1	0,65	0,65
champiñones	1	0,63	0,63
cebolla	1	0,07	0,07
aceite de oliva	1	0,19	0,19
pimiento	1	0,05	0,05
sal	1	0,02	0,02
		TOTAL	1,60

Costo promedio ponderado

Platos	CV por plato	Participacion de ventas	Costo ponderado
Ensalada Mediterránea	0,71	9,00%	0,06
Ensalada nueces espinacas y queso	0,84	12,00%	0,10
Ensalada de legumbres al curry	1,33	16,00%	0,21
Ensalada Caprese	0,49	15,00%	0,07
Paella de verduras	1,08	13,00%	0,14
Pasta con salsa boloñesa	1,10	20,00%	0,22
Risotto con champiñones	1,60	15,00%	0,24
		100,00%	1,05

Costo de Bebidas

Platos	CV por bebida	Participación de ventas	Costo ponderado
Colas	0,3	25,00%	0,075
Agua	0,2	35,00%	0,07
Té	0,35	40,00%	0,14
		100,00%	0,285

INSUMOS	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO UNITARIO	Cantidad de uso	Porciones/unidad/kilo/libra	Costo por porción
Servilletas	100	paquete	0,30	4	25	0,012
Sorbetes	100	paquete	0,75	1	100	0,008
Palillos	100	caja	0,5	3	33,33	0,015
					TOTAL	0,035

Costo promedio ponderado por cliente

1,34

El costo promedio ponderado es de \$1.34, es decir, cada vez que un cliente vaya al restaurante a consumir en el, nosotros asumimos que; en promedio este cliente consumirá productos (alimentos y bebidas) con un valor de \$1.34 en promedio para preparar y servir lo solicitado.

Este valor se lo calcula mediante la suma de los costos promedios ponderados de cada plato, el costo de las bebidas y el costo de los insumos.

Materiales de limpieza	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO UNITARIO	Cantidad de uso	Costo por porcion	Costo mensual
Desinfectante	1	Envase	2,2	4	0,55	16,50
Ambientador	1	Envase	1,7	10	0,17	5,10
Cera	1	Envase	2,6	6	0,43	13,00
Detergente	5	Envase	9,5	8	1,19	35,63
			16	TOTAL	2,34	70,23

3.11.- Insumos, servicios y mano de obra directa

Las materias primas a comprar deben ser de alta calidad, de tratarse de vegetales, hortalizas y frutas, en la medida de lo posible deben estar frescas, por lo cual se recomienda que las compras de algunos de estos ingredientes sean diarias.

El ciclo de compras finaliza con el almacenamiento de los víveres y otros artículos necesarios para la elaboración de los platos respectivamente.

Cargo	Sueldo Mensual	Costo anual
Mano de Obra Directa		
Cocinero Principal	448,74	5384,88
Cocinero Auxiliar 1	395,95	4751,4
Cocinero Auxiliar 2	395,95	4751,4
Mano de Obra Indirecta		
Administrador	527,93	6335,16
Cajera	461,95	5543,4
Servicio a domicilio	382,76	4593,12
TOTAL		31359,36

3.12.- Sistemas de control de Calidad

Bajo el lineamiento de competitividad para el sector gastronómico, el restaurante buscará cumplir dichos requisitos al suministrar productos y servicios que contribuyan al buen estado de nutrición, satisfacción y seguridad de los clientes, implementando buenas prácticas de higiene en el manejo y conservación de los alimentos y utilizando procesos de preparación adecuados, que se ajusten a los gustos.

CONTROL DE CALIDAD

(Ley Orgánica de defensa del consumidor, 2012).

Art. 56.- El INEN ejercerá el control de calidad de los bienes y servicios en los casos en que esta función no esté asignada a otros organismos especializados componentes.

Art. 57.- El trámite de homologación de registro sanitario previsto en el artículo 65 de la ley, se sujetará a lo dispuesto en el Código de la Salud y normativa supranacional vigente.

Art. 58.- En caso de que el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) compruebe técnicamente una defectuosa calidad de bienes o servicios, deberá remitir un informe a las autoridades competentes para que procedan de conformidad con lo previsto en el Art. 66 de la ley.

Art. 66.- NORMAS TECNICAS.- El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización –INEN-, entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos

especializados públicos o privados, quienes prestarán obligatoriamente sus servicios y colaboración.

Las normas técnicas no podrán establecer requisitos no características que excedan las establecidas en los estándares internacionales para los respectivos bienes.

3.13 Sistema de Empaque, Transporte y Almacenamiento

Los insumos y materias primas que ingresen al restaurante serán inspeccionados y comprobados para asegurar que cumplen con las especificaciones de compra, y será ejecutado por personal capacitado para tal fin el cual verificará el olor, textura, color, sabor, apariencia general, temperatura, fecha de caducidad y condiciones de empaque de los productos recibidos.

Por políticas del restaurante y a fin de asegurar la calidad de los ingredientes que se utilizarán, se rechazará todo embase que presente signos de deterioro como hendiduras, oxidados, abombados, etc., y todas aquellas frutas, hortalizas y verduras que presenten daños por golpes, picaduras de insectos, parásitos, hongos, cualquier sustancia extraña o indicios de fermentación o putrefacción.

Una vez inspeccionados y comprobados todos los productos se transferirán a contenedores adecuados, lavados y dispuestos de tapas de cierre hermético, y se almacenarán de acuerdo a las características de cada uno, como se muestra a continuación:

- Almacenamiento de alimentos perecederos:
Productos derivados de la soya como leche, queso, yogurt, frutas y verduras

- ✓ Las verduras y hortalizas se dispondrán en estantes dentro de un almacén fresco.
 - ✓ La leche de soya y yogures se almacenarán en el refrigerador por debajo de 5°C.
 - ✓ Las frutas blandas se dejarán en contenedores dentro del refrigerador y las duras en un almacén fresco.
 - ✓ Los quesos de soya y proteínas vegetales se almacenarán al vacío y se mantendrán a una temperatura inferior a 5°C.
 - ✓ Los postres y bebidas se mantendrán en el refrigerador o congelador según las especificaciones de conservación de cada uno.
-
- Almacenamiento de productos secos:

Cereales, legumbres, azúcar, harinas, panes, encurtidos y conservas, enlatados, embotellados y materiales de limpieza.

 - ✓ El almacén donde se dispongan será fresco, bien iluminado y ventilado.
 - ✓ Los materiales de limpieza se almacenarán en un lugar independiente, a fin de evitar contaminación de los alimentos.
 - ✓ Los artículos se mantendrán separados del suelo o en contenedores con ruedas.
 - ✓ Todos los contenedores y recipientes irán debidamente etiquetados.
-
- Almacenamiento de helados y productos congelados:
 - ✓ Se almacenarán inmediatamente a su recepción en el congelador a -20°C.
 - ✓ Los contenedores se mantendrán debidamente cerrados.

Todos los alimentos que ingresen al almacén se registrarán, etiquetarán y ordenarán de acuerdo a su llegada, a fin de facilitar la aplicación de la rotación: primero en entrar, primero en salir; y los desechos serán retirados a la mayor brevedad posible, y se llevarán a su disposición final lejos de la cocina, en depósitos tapados.

3.14.- Abastecimiento de materias primas

- **Disponibilidad de las materias primas**

Gracias a la geografía de nuestro país, las verduras, hortalizas y vegetales que necesitaremos para nuestro restaurante, estarán disponibles todos los meses del año en la región Sierra

- **Localización y características de las zonas de producción**

La horticultura esta principalmente en la sierra, con una participación del 86%, y el resto en la costa ecuatoriana 13% y en el oriente (1%). Las provincias productoras son: Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Pichincha y Cotopaxi.

El 54% de la superficie de los frutales, está localizado en la costa ecuatoriana, el 41% en la sierra y únicamente el 5% en el oriente. Las provincias productoras de frutas están principalmente en la costa: Los Ríos, Manabí y el Guayas.

En relación a la superficie total de hortalizas en el país, ocho provincias de la sierra cubren el 71% de lo cultivado y en este caso Tungurahua, Chimborazo, Azuay, Pichincha, Bolívar y Cotopaxi lideran los primeros puestos con el 62.5%. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2012).

3.15 CUADRO DE RESUMEN

Costo variable (comida y bebidas)	1,34
Costo variable (insumos)	0,03
Costos indirectos de producción (limpieza)	2.34

Inversión Total

Maquinarias y equipos	6494,38
Muebles	5842,20
Enseres (Utensilios de cocina)	1008,56
Equipos de oficina	405,00
Equipos de cómputo	742,00
Decoración	1000,00
Uniformes	348,20
TOTAL INVERSION	15840,34

Capítulo 4: Análisis Financiero

4.1 Inversión

CAPITAL PROPIO		
RUBROS	ENERO	TOTAL INVERSIÓN
	Mes 1	
Alquiler y obras	14.776,00	14.776,00
Equipos y maquinarias	6494,38	6.494,38
Equipos y muebles de oficina	6247,20	6.247,20
Capital de trabajo	2.728,04	2.728,04
Enseres	1008,56	1.008,56
Equipo de Cómputo	742,00	742,00
Decoración	1000,00	1.000,00
Uniformes	348,20	348,20
Gastos de Constitución y permisos	210,5	210,50
TOTAL DE INVERSIÓN	33.554,88	\$ 33.554,88

Este proyecto no contará ningún financiamiento por parte de una institución bancaria, el total de la inversión que es de \$33554.88 será cubierto por dos accionistas. Esta inversión incluye el valor del alquiler del local que es de \$1000, las obras para la adecuación que es de \$13776, equipos y maquinarias, equipos y muebles de oficina, capital de trabajo, enseres, equipos de cómputo, decoración, uniformes y los gastos de constitución y permisos para que el restaurante Green Planet pueda empezar con sus funciones.

4.2 Políticas de cobro, pagos y existencias

POLITICAS DE COBROS

La forma de pago será en efectivo, para empezar no recibiremos tarjetas de crédito porque queremos obtener ganancias, para recuperar la inversión inicial.

POLITICAS DE PAGO

Los proveedores nos otorgarán un plazo de 15 días para realizar el pago, por lo que se debe dejar un cheque para tal fecha.

POLITICAS DE EXISTENCIA

MATERIA PRIMA Y MATER. INDIRECTA:

La materia prima que será utilizada en el restaurante Green Planet será comprada diariamente, para poder brindarle a los clientes alimentos frescos.

Los insumos como las servilletas, vasos plásticos, sorbetes, se comprarán cada 15 días.

4.3 Depreciación de activos fijos y amortización de activos diferidos

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO											
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1 (2013)	2 (2014)	3 (2015)	4 (2016)	5 (2017)	6 (2018)	7 (2019)	8 (2020)	9 (2021)	10 (2022)
Equipo y maquinaria	6.494,38	649,44	649,44	649,44	649,44	649,44	649,44	649,44	649,44	649,44	649,44
Equipos y mueble de oficina	6.247,20	624,72	624,72	624,72	624,72	624,72	624,72	624,72	624,72	624,72	624,72
Equipos de cómputo	742,00	247,33	247,33	247,33							
Obras civiles (edificaciones)	14.776,00	2.955,20	2.955,20	2.955,20	2.955,20	2.955,20		-	-	-	-
TOTAL	28.259,58	4.476,69	4.476,69	4.476,69	4.229,36	4.229,36	1.274,16	1.274,16	1.274,16	1.274,16	1.274,16

ACTIVO FIJO	28.259,58
GASTOS DE DEPRECIACIÓN A 5 AÑOS	21.888,79
VALOR RESIDUAL DE ACTIVO FIJO	6.370,80

AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO 2013													
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1 ene	2 feb	3 mar	4 abr	5 may	6 jun	7 jul	8 ago	9 sep	10 oct	11 nov	12 dic
Permisos de funcionamiento	210,50	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54
TOTAL	210,50	17,54											

Los activos fijos que se depreciarán serán los equipos y maquinarias, muebles de oficina, equipos de cómputo y las obras civiles. El valor total de los activos fijos es de \$28259.58, el gasto de depreciación a 5 años es de \$ 21888.79 y el valor residual del activo fijo es de \$ 6370.80.

4.4.- Programa de producción y ventas

AÑO 2013	
Canal de ventas 1	30.644,00
TOTAL PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	30.644,00

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS
MERCADO - CANAL DE VENTAS 1
AÑO 2013**

(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
Enero		1.504,00	40%
Febrero		1.880,00	50%
Marzo		1.880,00	50%
Abril		2.256,00	60%
Mayo		2.444,00	65%
Junio		2.444,00	65%
Julio		2.632,00	70%
Agosto		2.632,00	70%
Septiembre		2.820,00	75%
Octubre		3.008,00	80%
Noviembre		3.384,00	90%
Diciembre		3.760,00	100%
Total anual		30.644,00	

Vta. Proyectada mensual por punto de venta **3.760** Unids.

Días hábiles	Platos diarios
Lunes	120
Martes	120
Miércoles	120
Jueves	140
Viernes	130
Sábado	150
Domingo	160
Prod. Semanal	940
Prod. Mensual	3760

La producción esperada mensual es de 3760 platos, pero debemos tener en cuenta que al principio no lograremos llegar a este número de platos, por lo que el primer mes solo se producirá un 40% de lo esperado, en febrero y marzo alcanzará el 50%, y el resto de los meses irá incrementando hasta llegar al 100% en el mes de diciembre.

4.5.- Costos de producción

COSTO DE MATERIAS PRIMAS			
Materia prima			Precio (\$/unidad)
	Costo		
	Costo de materia prima	\$ 1,34	\$ 1,34
Costo de producción unitario			\$ 1,34
Especificaciones técnicas:			
1..	Costo variable (Comida y bebidas)		1,34
COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS			
Rubro	Costo		Precio (\$/unidad)
1	Servilletas	\$ 0,012	\$ 0,012
2	Sorbetes	\$ 0,008	\$ 0,008
3	Palillos	\$ 0,015	\$ 0,015
Costo de producción unitario			\$ 0,035
Especificaciones técnicas:			
1	Costo variable (insumos)		0,03

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		
Rubro		Costo
1	Materia prima	\$ 1,34
2	Materiales indirectos	\$ 0,04
Costo de producción unitario		\$ 1,38

El costo de las materias primas de un plato es de \$1.34, el de los materiales indirectos como las servilletas, sorbetes y palillos es de \$0.03, por lo que el costo unitario de preparar un plato es de \$1.38.

4.6 Gastos

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Administrador	350,00	29,17	29,17	14,58	39,03	461,95	5.543,40
2	Cajera	320,00	26,67	26,67	13,33	35,68	422,35	5.068,20
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							884,30	10.611,60

El personal administrativo, conformado por un administrador y una cajera, nos representa un gasto mensual de \$884.35 incluidos los beneficios y un gasto anual de \$10611.60.

GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS			
Rubro		Costo mensual	Costo anual
1	Servicios básicos (agua, luz, teléfono)	\$ 150,00	\$ 1.800,00
2	Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
3	Servicio de mantenimiento maquinaria	\$ 18,38	\$ 220,56
4	Suministros de oficina	\$ 28,60	\$ 343,20
5	Servicio y suministros de limpieza	\$ 70,23	\$ 842,76
6	Varios	\$ 10,00	\$ 120,00
Total Gastos		\$ 302,21	\$ 3.626,52

Los suministros y servicios conformados por los servicios básicos, internet, servicio de mantenimiento de maquinaria, suministros de oficina, suministros de limpieza, nos representa un gasto mensual de \$302.21 y un gasto anual de \$3626.52.

Gastos de marketing

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING																
No.	Estrategias	Mes 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Nov	Dic	TOTAL PERIOD 0	TOTAL 2013
1	Estrategia 1	50,00					-	-	-	-	-	-	-	-	50,00	-
2	Estrategia 2	166	100	25	80	150	80	40	80	100	100	50	50	90	166	945
3	Estrategia 3	380				200		25							380	225
TOTAL MENSUAL		596,00	100,00	25,00	80,00	350,00	80,00	65,00	80,00	100,00	100,00	50,00	50,00	90,00	596,00	1.170,00

Para este proyecto se han planteado tres estrategias las cuales se desarrollarán a lo largo de todo el año con el objetivo de ganar más clientes, el valor total de estas estrategias es de \$1170 anual.

GASTOS PERSONAL OPERATIVO								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Cocinero principal	330,00	27,50	27,50	13,75	36,80	435,55	5.226,60
2	Cocinero Auxiliar 1	292,00	24,33	24,33	12,17	32,56	385,39	4.624,68
3	Cocinero Auxiliar 2	292,00	24,33	24,33	12,17	32,56	385,39	4.624,68
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							1.206,33	14.475,96

El personal operativo del restaurante está conformado por un cocinero principal el cual recibirá un sueldo mensual de \$435.55 incluidos los beneficios, y dos cocineros auxiliares que recibirán un sueldo de \$385.39 cada uno, lo cual genera un gasto mensual de \$1206.33 y un gasto anual de \$14475.96.

4.7 Resumen de costos y gastos

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		
	Rubro	Costo
1	Materia prima	\$ 1,34
2	Materiales indirectos	\$ 0,04
Costo de producción unitario		\$ 1,38
OTROS COSTOS		
1	Suministros de producción (mandiles, guantes, mascarilla, etc.)	\$ 724,56
Total otros costos		\$ 724,56

Como se dijo anteriormente el costo de producción unitario es de \$1.38, los otros costos están conformados por los gastos de producción y gastos de suministros y servicios lo que nos da un total de \$724.56.

GASTOS				
	Rubro	Gasto Período 0	Gasto Período 1 mensual	Gasto Anual
1	GASTOS ADMINISTRATIVOS			
	Gastos de personal administrativo		\$ 884,30	\$ 10.611,60
	Gastos de suministros y servicios		\$ 302,21	\$ 3.626,52
3	GASTOS MARKETING Y PUBLICIDAD			
	**Estrategias de Marketing y Publicidad	\$ 596,00	\$ 97,50	\$ 1.170,00
4	GASTOS DE PRODUCCIÓN			
	Personal Operativo		\$ 1.206,33	\$ 14.475,96
Total Gastos		\$ 596,00	\$ 2.490,34	\$ 29.884,08

Los gastos administrativos, de marketing y de producción generan un egreso mensual de \$2490.34 y un gasto anual de \$29884.08.

4.8.- Capital de trabajo

DETALLES	Periodo 0
COSTOS	4.437,06
MATERIA PRIMA	3.618,00
MATERIALES INDIRECTOS	94,50
SUMINISTROS Y SERVICIOS	724,56
GASTOS	1.908,98
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	-
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	151,11
PUBLICIDAD Y MARKETING	596,00
GASTOS DE PERSONAL DE PRODUCCIÓN	603,17
GASTOS DE UNIFORME	348,20
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	210,50
ARRIENDO ANTICIPADO	1.000,00
PROVEEDORES - CREDITO 15 DÍAS	
COMPRA DE INSUMOS	3.618,00
CAPITAL DE TRABAJO	2.728,04

El capital de trabajo se lo obtiene mediante la suma de los costos y gastos y a esto se le resta el valor del crédito que los proveedores nos dan por 15 días. El capital de trabajo del restaurante Green Planet es de \$2728.04.

4.9.- Proyecciones de ingresos

AÑOS	OFERTA	CRECIMIEN.%	INFLACIÓN ANUAL	PRECIO VENTA	INGRESOS
AÑO 2012	30.644,00	0,0%	0,00%	\$ 3,17	\$ 97.141,48
AÑO 2013	36.772,80	20,0%	5,81%	\$ 3,35	\$ 123.188,88
AÑO 2014	44.127,36	20,0%	6,05%	\$ 3,55	\$ 156.652,13
AÑO 2015	52.952,83	20,0%	6,30%	\$ 3,77	\$ 199.632,17
AÑO 2016	63.543,40	20,0%	6,55%	\$ 4,02	\$ 255.444,47

INFLACION	
2010	3,33%
2011	5,50%
2012	5,56%
2013	5,81%
2014	6,05%
2015	6,30%
2016	6,55%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Para determinar el aumento de la inflación en los próximos años, seleccioné la inflación de los años 2010, 2011 y del año actual 2012, con estos datos calculé el posible aumento de la inflación para los años 2013, 2014, 2015 y 2016. El crecimiento esperado del restaurante es del 20% anual, por lo que en el quinto año los ingresos anuales serán de \$255444.47.

4.10 Estado de pérdidas y ganancias (mensual)

Precio	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17	3,17
Costo de producción	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38	1,38
Unidades de Producción	1.504,00	1.880,00	1.880,00	2.256,00	2.444,00	2.444,00	2.632,00	2.632,00	2.820,00	3.008,00	3.384,00	3.760,00	3.760,00	30.644,00
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb.	Octubre	Noviemb.	Diciemb.	Total	
INGRESOS														
VENTAS Green Planet	4.767,68	5.959,60	5.959,60	7.151,52	7.747,48	7.747,48	8.343,44	8.343,44	8.939,40	9.535,36	10.727,28	11.919,20	97.141,48	
COSTOS	2.800,08	3.318,96	3.318,96	3.837,84	4.097,28	4.097,28	4.356,72	4.356,72	4.616,16	4.875,60	5.394,48	5.913,36	50.983,44	
MATERIA PRIMA DIRECTA	2.015,36	2.519,20	2.519,20	3.023,04	3.274,96	3.274,96	3.526,88	3.526,88	3.778,80	4.030,72	4.534,56	5.038,40	41.062,96	
MATERIAL INDIRECTO	60,16	75,20	75,20	90,24	97,76	97,76	105,28	105,28	112,80	120,32	135,36	150,40	1.225,76	
SUMINISTROS Y SERVICIOS	724,56	724,56	724,56	724,56	724,56	724,56	724,56	724,56	724,56	724,56	724,56	724,56	8.694,72	
MARGEN DE CONTRIBUCION	1.967,60	2.640,64	2.640,64	3.313,68	3.650,20	3.650,20	3.986,72	3.986,72	4.323,24	4.659,76	5.332,80	6.005,84	46.158,04	
GASTOS	2.883,44	2.808,44	2.863,44	3.133,44	2.863,44	2.848,44	2.863,44	2.883,44	2.883,44	2.833,44	2.833,44	2.873,44	34.571,28	
ADMINISTRATIVOS														
PERSONAL ADMINISTRATIVO	884,30	884,30	884,30	884,30	884,30	884,30	884,30	884,30	884,30	884,30	884,30	884,30	10.611,60	
SUMINISTROS Y SERVICIOS	302,21	302,21	302,21	302,21	302,21	302,21	302,21	302,21	302,21	302,21	302,21	302,21	3.626,52	
DEPRECIACION	373,06	373,06	373,06	373,06	373,06	373,06	373,06	373,06	373,06	373,06	373,06	373,06	4.476,72	
AMORTIZACION	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	17,54	210,48	
VENTAS														
PUBLICIDAD Y MARKETING	100,00	25,00	80,00	350,00	80,00	65,00	80,00	100,00	100,00	50,00	50,00	90,00	1.170,00	
PRODUCCION														
PERSONAL OPERATIVO	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	1.206,33	14.475,96	
UTIL. ANTES DE IMPUES Y PARTIC	915,84	167,80	222,80	180,24	786,76	801,76	1.123,28	1.103,28	1.439,80	1.826,32	2.499,36	3.132,40	11.586,76	
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJA	137,38	25,17	33,42	27,04	118,01	120,26	168,49	165,49	215,97	273,95	374,90	469,86	1.738,00	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	778,46	142,63	189,38	153,20	668,75	681,50	954,79	937,79	1.223,83	1.552,37	2.124,46	2.662,54	9.848,76	
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	194,62	35,66	47,35	38,30	167,19	170,38	238,70	234,45	305,96	388,09	531,12	665,64	2.462,20	
UTILIDAD NETA	583,84	106,97	142,03	114,90	501,56	511,12	716,09	703,34	917,87	1.164,28	1.593,34	1.996,90	7.386,56	

Los tres primeros meses que el restaurante haya iniciado sus operaciones se reportarán pérdidas como es normal en cualquier negocio nuevo, a partir del cuarto mes empezaremos a obtener ganancias.

4.11 Estado de pérdidas y ganancias (anual)

	Precio	3,17	3,35	3,55	3,77	4,02
Costo de producción	1,38	1,46	1,54	1,63	1,72	1,72
Unidades de Producción	30.644,00	36.772,80	44.127,36	52.952,83	63.543,40	63.543,40
Inflacion	0%	5,81%	5,81%	5,81%	5,81%	5,81%
Tasa de crecimiento	0%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
INGRESOS						
VENTAS Green Planet	97.141,48	123.188,88	156.652,13	199.632,17	255.444,47	
COSTOS	50.830,22	53.783,45	56.908,26	60.214,64	63.713,11	
MATERIA PRIMA DIRECTA	41.062,96	43.448,72	45.973,09	48.644,13	51.470,35	
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.	1.072,54	1.134,85	1.200,78	1.270,55	1.344,37	
SUMINISTROS Y SERVICIOS	8.694,72	9.199,88	9.734,39	10.299,96	10.898,39	
MARGEN DE CONTRIBUCION	46.311,26	69.405,43	99.743,87	139.417,53	191.731,36	
GASTOS	34.571,28	36.097,03	37.934,17	39.630,73	41.687,55	
ADMINISTRATIVOS						
PERSONAL ADMINISTRATIVO	10.611,60	11.228,13	11.880,48	12.570,74	13.301,10	
SUMINISTROS Y SERVICIOS	3.626,52	3.837,22	4.060,16	4.296,06	4.545,66	
DEPRECIACION	4.476,72	4.476,69	4.476,69	4.229,36	4.229,36	
AMORTIZACION	210,48	-	-	-	-	
VENTAS						
PUBLICIDAD Y MARKETING	1.170,00	1.237,98	1.309,91	1.386,02	1.466,55	
PRODUCCION						
PERSONAL OPERATIVO	14.475,96	15.317,01	16.206,93	17.148,55	18.144,88	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.	11.739,98	33.308,40	61.809,70	99.786,80	150.043,81	
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	1.761,00	4.996,26	9.271,46	14.968,02	22.506,57	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	9.978,98	28.312,14	52.538,24	84.818,78	127.537,24	
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	2.494,75	7.078,04	13.134,56	21.204,70	31.884,31	
UTILIDAD NETA	7.484,23	21.234,10	39.403,68	63.614,08	95.652,93	

En el primer año de funcionamiento del restaurante Green Planet se obtendrá una ganancia de \$7484.23 a pesar de que los tres primeros meses fueron pérdidas para la empresa, los cuatro años siguientes esta utilidad irá aumentando.

4.12.- Flujo de caja

	Precio	3,17 \$	3,17 \$	3,35 \$	3,55 \$	3,77 \$	4,02 \$
Costo de producción		\$ 1,38	\$ 1,46	\$ 1,54	\$ 1,63	\$ 1,72	\$ 1,72
Udades de Producción	30.644,00	30.644,00	36.772,80	44.127,36	52.952,83	63.543,40	
Inflacion		0%	5,81%	5,81%	5,81%	5,81%	5,81%
Tasa de crecimiento		0%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
	Periodo 0	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	
INGRESOS	\$ 33.554,88						
VENTAS Green Planet		97.141,48	123.188,88	156.652,13	199.632,17	255.444,47	
COSTOS	4.437,06	50.830,22	53.783,45	56.908,26	60.214,64	63.713,11	
MATERIA PRIMA DIRECTA		41.062,96	43.448,72	45.973,09	48.644,13	51.470,35	
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		1.225,76	1.296,98	1.372,33	1.452,06	1.536,42	
SUMINISTROS Y SERVICIOS		8.634,72	9.199,86	9.734,39	10.293,96	10.838,39	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	(4.437,06)	46.311,26	69.405,43	99.743,87	139.417,53	191.731,36	
GASTOS		34.571,28	36.097,03	37.934,17	39.630,73	41.687,55	
ADMINISTRATIVOS							
PERSONAL ADMINISTRATIVO		10.611,60	11.228,13	11.880,48	12.570,74	13.301,10	
SUMINISTROS Y SERVICIOS		3.626,52	3.837,22	4.060,16	4.296,06	4.545,66	
DEPRECIACIÓN		4.476,72	4.476,69	4.476,69	4.229,36	4.229,36	
AMORTIZACIÓN		210,48	-	-	-	-	
VENTAS							
PUBLICIDAD Y MARKETING	348,20	1.170,00	1.237,98	1.309,91	1.386,02	1.466,55	
PRODUCCIÓN							
PERSONAL OPERATIVO		14.475,96	15.317,01	16.206,93	17.148,55	18.144,88	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC.	(4.437,06)	11.739,98	33.308,40	61.809,70	99.786,80	150.043,81	
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	1.761,00	4.396,26	9.271,46	14.368,02	22.506,57	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(4.437,06)	9.978,98	28.912,14	52.538,24	84.818,78	127.537,24	
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	(1.103,27)	2.434,75	7.078,04	13.134,56	21.204,70	31.884,31	
UTILIDAD NETA	(3.327,79)	7.484,23	21.234,10	39.403,68	63.614,08	95.652,93	
(+) DEPRECIACIÓN		4.476,72	4.476,69	4.476,69	4.229,36	4.229,36	
(+) VALOR RESIDUAL						6.370,80	
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 33.554,88						
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL							
Flujo de caja	(36.882,67)	11.960,95	25.710,79	43.880,37	67.843,44	106.253,09	
payback	(36.882,67)	(24.921,72)	789,07	44.669,44	112.512,88	218.765,97	

La inversión que se hizo para iniciar las operaciones del restaurante Green Planet se recuperará en el segundo año de funcionamiento, gracias a su rápida aceptación en el mercado.

TIR	75%
VAN	\$ 76.459,73

La TIR de este proyecto es del 75% esto se debe a que el vegetarianismo en el Ecuador especialmente en la ciudad de Guayaquil está en aumento, es un negocio rentable, las personas se preocupan más por cuidar su salud, su estado físico, su figura, etc. Por eso prefieren ingerir alimentos saludables, bajos en calorías, que ayudan a evitar ciertas enfermedades, eso es lo que este restaurante ofrece por lo que tendría una buena aceptación en el mercado.

La tasa de descuento que se usó para calcular el VAN es del 20%, ya que este valor es lo mínimo que el restaurante está dispuesto a perder. El valor del VAN es de \$76459.73, supera la inversión inicial por lo que se puede decir que éste es un proyecto rentable.

TMAR	5,69%
------	-------

La tasa mínima atractiva de retorno es del 5.69%, cuando la TMAR es menor a la TIR podemos decir que nuestro proyecto va a alcanzar el éxito esperado.

4.13 Balance General Proyectado

BALANCE PROYECTADO 2013					
ACTIVOS			PASIVOS		
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$	11.921,29	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$	-
BANCOS	7.484,23				
INVENTARIO	4.437,06				
			TOTAL PASIVO	\$	-
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$	30.616,34	PATRIMONIO	\$	42.748,13
Equipo y maquinaria	6.494,38		Capital	\$	35.263,90
Equipos y mueble de oficina	6.247,20		Resultado de ejercicio actual	\$	7.484,23
Enseres	1.008,56				
Equipos de cómputo	742,00				
Decoración	1.000,00				
Uniformes	348,20				
Obras civiles (edificaciones)	14.776,00				
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>	\$	210,50			
Gastos de Constitución	210,50				
TOTAL ACTIVOS	\$	42.748,13	TOTAL PASIVO Y PATRIM	\$	42.748,13

Los balances proyectados por 5 años nos muestran que el restaurante Green Planet incrementará de manera considerable sus activos y patrimonios, ya que tendrá una buena aceptación en la ciudad de Guayaquil.

4.14 Punto de equilibrio

Precio Venta	3,17
Costo Produc.	1,38
Margen de contribución	<u>1,79</u>

COSTO FIJO	<u>43.266,00</u>
Costo Fijo Producción	8.694,72
Gastos	34.571,28

Punto de equilibrio	CF	<u>43.266,00</u>	24.170,95	unidades anuales
	Margen de contribucion	1,79		
	Es decir, mensual		2.014,25	unidades mensuales

El punto de equilibrio se lo calcula dividiendo el costo fijo para el margen de contribución. Nuestro punto de equilibrio se dará al producir 2014.25 platos mensuales y 24170.95 anuales, es decir que no obtendremos ni pérdidas ni ganancias.

4.15 Flujo de caja proyectado a 5 años

	Pesos	\$	3,17	\$	3,35	\$	3,55	\$	3,77	\$	4,02
		\$	1,38	\$	1,46	\$	1,54	\$	1,63	\$	1,72
			31.544,88		36.772,88		44.127,36		52.352,83		63.543,48
			8X		5,81X		5,81X		5,81X		5,81X
			8X		28,88X		28,88X		28,88X		28,88X
			39.554,88		47.448,72		57.879,83		69.236,15		82.385,35
EGRESOS		\$	39.554,88		47.448,72		57.879,83		69.236,15		82.385,35
ENTRAS			37.444,00		42.188,80		48.632,13		56.632,12		65.444,42
ESTOS			58.383,44		59.345,58		57.879,83		58.336,15		59.385,35
MATERIA PRIMA DIRECTA			41.862,36		43.448,72		45.379,83		48.544,13		51.478,35
MATERIA INDIRECTA DE FABRIC.			1.225,76		1.236,38		1.372,33		1.452,86		1.536,42
MINISTROS Y SERVICIOS			8.634,72		9.199,88		9.734,33		10.293,36		10.838,33
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			46.358,88		53.249,38		59.572,32		68.236,82		79.538,33
ESTOS			34.571,28		36.837,83		37.334,12		37.638,23		37.638,23
ADMINISTRATIVOS											
PERSONAL ADMINISTRATIVO			18.511,88		19.228,13		19.888,48		20.578,74		21.301,18
MINISTROS Y SERVICIOS			5.626,52		5.837,22		6.068,16		6.295,86		6.545,66
DEPRECIACIÓN			4.476,72		4.476,63		4.476,63		4.223,36		4.223,36
MORTIZACIÓN			218,48		-		-		-		-
ENTAS											
UTILIDAD Y MARKETING			1.478,88		1.237,38		1.389,31		1.386,82		1.466,55
PRODUCCIÓN											
COSTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS			14.475,36		15.317,81		16.286,33		17.148,55		18.144,88
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.			11.586,76		33.146,27		61.638,15		33.685,23		143.851,76
IMPUESTO PARTICIPACIÓN TRABAJADORES			1.738,81		4.371,34		3.245,72		14.348,73		22.477,76
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO			3.848,75		28.174,33		52.392,43		84.664,58		127.374,88
IMPUESTO A LA RENTA			2.462,13		7.843,58		13.838,11		21.165,13		31.843,58
UTILIDAD NETA			7.386,56		24.430,75		39.294,32		63.498,37		95.530,50
DEPRECIACIÓN			4.476,72		4.476,63		4.476,63		4.223,36		4.223,36
VALOR RESIDUAL			3.927,73								6.378,88
INVERSIONES PROPIA		\$	39.554,88								
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL											
IMP DE CAJA			36.882,67		44.664,43		53.927,81		64.727,23		77.198,66
AVDACK			36.882,67		44.664,43		53.927,81		64.727,23		77.198,66

TIR	75%
VAN	\$ 76.191,85

ROE (Rentabilidad sobre recursos propios)						
UTILIDAD	-	7.386,56	21.130,75	39.294,32	63.498,37	95.530,50
PATRIMONIO	35.263,90	42.748,13	50.334,08	85.361,15	157.863,69	236.175,88
ROE	-	17,28%	41,98%	46,03%	40,22%	40,46%
ROA (Retorno sobre los Activos)						
UTILIDAD	-	7.386,56	21.130,75	39.294,32	63.498,37	95.530,50
ACTIVOS	\$	42.748,13	42.748,13	62.408,38	107.767,17	290.566,76
ROA	0,00%	11,84%	19,61%	20,25%	21,85%	32,88%

El ROE muestra el retorno de la inversión para los accionistas, en el primer año será del 17.28%, en el segundo año será de 41.96%, y en el último año obtendrá el 40.45%.

El ROA es la rentabilidad que tiene la empresa sobre el total de los activos. En el primer año tendrá una rentabilidad de 11.84% hasta llegar al quinto año con el 32.88%.

ANEXOS

Encuesta

Edad:

Género:

Profesion:

1. Qué tipos de alimentos consume con más frecuencia?

- Mariscos
- Carnes
- Frutas
- Ensaladas

2. En qué restaurantes considera usted que ofrecen comida saludable?

3. En que horario consume este tipo de alimentos?

- Desayuno
- Almuerzo
- Cena

4. En que lugar los consume?

- Trabajo
- Domicilio
- Otro _____

5. Conoce usted los beneficios que ofrece este las ensaladas?

- Si Cuales?
- No

6. Por qué motivos decidiría empezar a consumir este tipo de alimentos?

- Salud
- Ecológicos
- Motivos religiosos
- Moda
- Otro _____

7.- Con qué frecuencia consume ensaladas?

- Diariamente
- 2 veces a la semana
- 1 vez por semana

PASOS PARA LA CONSTITUCION LEGAL DE LA EMPRESA

Requisitos para iniciar la compañía

- Minuta de escritura pública (Estatuto)
- Depósito del aporte en numerario
- Otorgamiento de la Escritura Pública de Constitución
- Aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Designación de Administradores
- Afiliación a cualquiera de las Cámaras

Requisitos para creación de una Sociedad Civil

- Contrato entre los socios
- Aprobación de un Juez de lo civil
- Registro Único de Contribuyentes
- Patente Municipal
- Afiliación a la Cámara de Comercio
- Obtención de matrícula de comercio

Requisitos para creación de una sociedad de Hecho

- Registro Único de Contribuyentes
- Patente Municipal
- Afiliación a la Cámara de Comercio
- Obtención de matrícula de comercio

Permisos necesarios para el funcionamiento del local

1. Matrícula de Comercio: ante el Juez de lo civil.- Código de comercio
2. Registro único de Contribuyentes
3. Ley de régimen municipal: Registro de patente municipal y pago de justicia y vigilancia
4. Pago a Benemérito Cuerpo de Bomberos
5. Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación de locales
6. Ministerio de Salud: permiso sanitario y certificado sanitario de los empleados del local
7. Pago anual a ministerio de Gobierno y Policía
8. Registro al Ministerio de Turismo para obtener la “Licencia única anual del establecimiento”.
9. Permiso SAYCE (Autorización de música)
10. Acta de compromiso para limpieza de Trampa de Grasa

Detalles de materias primas

MATERIAS PRIMAS	FRECUENCIA	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO UNITARIO	Porciones/unidad/kilo/libra	Costo por porción
Carne de soya	Diaria	1	KG	2,75	6	0,46
Coliflor	Diaria	1	UNIDAD	0,5	4	0,13
Tomates	Diaria	1	KG	2	12	0,17
Pepino	Diaria	1	KG	1,75	10	0,18
Pimiento	Diaria	1	KG	1,5	30	0,05
Ajo	Diaria	1	Paquete	1,5	50	0,03
Lechuga	Diaria	1	UNIDAD	0,4	4	0,10
Hongos	Diaria	1	Paquete	2,5	4	0,63
Zanahoria	Diaria	1	KG	1,4	10	0,14
Cebolla	Diaria	1	UNIDAD	0,2	3	0,07
Rábanos	Diaria	1	Paquete	1,05	8	0,13
Huevos	Diaria	1	Cubeta	1	12	0,08
Atún	Semana I	1	Lata	0,35	1	0,35
Limón	Diaria	1	Funda	0,65	20	0,03
Nueces	Semana I	1	Funda	1,1	6	0,18
Queso	Diaria	1	Paqu	1,6	8	0,20

Parmesano			ete			
Espinacas	Semana I	1	Funda	0,8	5	0,16
Vinagre	Semana I	1	UNIDAD	2,6	12	0,22
Yogurt natural	Diaria	1	Botella	1,5	10	0,15
Crema de leche	Diaria	1	Lata	1,2	5	0,24
Curry	Semana I	1	Sobre	0,5	1	0,50
Albahaca	Diaria	1	funda	0,6	5	0,12
Arroz integral	Semana I	1	KG	2,1	4	0,53
Berenjenas	Diaria	1	Funda	0,9	6	0,15
mantequilla	Semana I	1	Envase	2,3	15	0,15
Apio	Diaria	1	Funda	1,5	8	0,19
salsa de tomate	Semana I	1	Botella	1,9	8	0,24
risotto	Semana I	1	Funda	2,6	4	0,65
Sal	Semana I	1	KG	1,1	60	0,02
aceite de oliva	Semana I	1	Botella	1,9	10	0,19

BEBIDAS	FRECUENCIA	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO UNITARIO	Porciones/unidad/kilo/libra	Costo por porción
Colas	Semanal	1	Unidad	0,30	1	0,30
Agua	Semanal	1	Unidad	0,20	1	0,20
Te	Semanal	1	Unidad	0,35	1	0,35

INSUMOS:

INSUMOS	CANTIDAD	MEDIDA	PRECIO UNITARIO	Cantidad de uso	Porciones/unidad/kilo/libra	Costo por porción
Servilletas	100	paquete	0,3	4	25	0,01
Sorbetes	100	paquete	0,75	1	100	0,01
Palillos	100	caja	0,5	3	33,33	0,02
Fundas	100	paquete	0,35	1	100	0,00
Cucharas	50	paquete	0,75	1	50	0,02
Vasos	50	paquete	0,8	1	50	0,02
Tarrinas	50	paquete	1,6	1	50	0,03
Adhesivo	100	paquete	2,9	1	100	0,03

Referencias Bibliográficas

1. - Sanchez, Natasha. (2009). Vegetarianismo. *Revista Globedia*.

Recuperado de: <http://globedia.com/vegetarismo>

2.- Organización Internacional de Trabajo. (2010). La alimentación deteriorada. *Panacea*.

Recuperado de:

<http://www.panacea.com.ve/imagenes/pdfp/Panacea%2094.pdf>

3.- Campuzano, S. (2005). El vegetarianismo y la soya. *Escuela Superior Politécnica del Litoral*.

Recuperado de:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3653/1/6180.pdf>

4.- García, G. (2011). Ventajas de la dieta vegetariana. *Dieta Vegetariana*.

Recuperado de:

<http://www.salusline.com/index.php?SEC=modulos&MOD=NUTRICION&aid=438>

5.- Hai, Ch. 2007. El aumento de comida vegetariana en el mundo.

Recuperado de: <http://godsdirectcontact.us/sm21/snews/151/vg2.htm>

6.- Mintel International Group. (2007). El aumento en el consumo de la comida vegetariana ayuda a que el mundo sea más pacífico. *Era Vegetariana*.

Recuperado de: <http://godsdirectcontact.us/sm21/snews/151/vg2.htm>

7.- Clery, Arturo (2009). Compañías Anónimas. *Las compañías en el Ecuador*.

Recuperado de: <http://blogs.monografias.com/arturoclery/2009/08/18/las-companias-en-el-ecuador/>

8.- Unión Vegetariana Europea. (2008). Vegetarianismo. *Sondeos del vegetarianismo*.

Recuperado de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Vegetarianismo>

9. - Pollard, J., Kirk, S. F. L. & Cade, J. E. (2009). Factors affecting food choice in relation to fruit and vegetable intake: a review. *Nutrition Research Reviews (2002)*, 15, 373-387

Recuperado de:

http://journals.cambridge.org/download.php?file=%2FNRR%2FNRR15_02%2FS0954422402000197a.pdf&code=ba809205ca431eb53e3ad43a422129d3

10.- Guy-Grand, B. & Lamisse, F. (2009). Los vegetarianos tienen menor riesgo de diabetes e hipertensión. *Diario El Economista*.

Recuperado de:

<http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/971802/01/09/Los-vegetarianos-tienen-menor-riesgo-de-diabetes-e-hipertension-segun-un-estudio-frances.html>

11.- Mansomix. (2012). Menú Mansomix

Recuperado de: <http://www.manso.ec/mansomix/index.html>

12.- Faustos, J. (2012). Los krishnas están en el centro porteño. *Diario Expreso*.

Recuperado de:

<http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=3094831&idcat=19308&tipo=2>

13.- Restaurante Vegetariano Mr. Wang Ho. (2012).

Recuperado de: <http://www.soyecuatoriano.com/cafe-restaurant-vegetariano-mr-wang-ho-F1708C6>

14.- Calderón, R. (2012). Diversión sin alcohol. *Blog Guayaquil*.

Recuperado de:

http://www.guayaquilcaliente.com/archives/2007/09/diversion_sin.html

15.- Diario El Correo. (2010). Naturissimo abre nuevos locales.

Recuperado de:

http://www.diariocorreo.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1992:naturissimo-abrio-local-en-el-centro&catid=2:ciudad&Itemid=24

16.- Yogurt Persa Franchising Corporation. (2010).

Recuperado de:

http://www.yogurtpersa.com/yogurt/persa_industrial/somos.html

17.- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). Administrador de Restaurante. *Requisitos de competencia laboral*.

Recuperado de:

http://www.qualityecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2436-08.pdf

18.- Ministerio de Salud Pública. (2012). Permiso de funcionamiento de locales.

Recuperado de: <http://www.msp.gov.ec/>

19.- Interagua. (2012). Certificado de trampa de grasas.

Recuperado de: http://www.interagua.com.ec/contactenos_requisitos.htm

20.- Valdiviezo, C. (2010). Permiso de funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.

Recuperado de:

<http://christianvaldiviezo3a3.blogspot.com/2010/08/permiso-benemerito-cuerpo-de-bomberos.html>

21.- M.I. Municipio de Guayaquil. (2012). Permiso de funcionamiento

Recuperado de: <http://www.guayaquil.gob.ec/guia-de-tramites/tramites-en-uso-del-espacio-y-via-publica#TOC-C-mo-hago-para-sacar-un-permiso-para-abrir-los-locales->

22.- Ley Orgánica de defensa del consumidor. (2012). Fundapi.

Recuperado de:

<http://www.fundapi.org/files/leyes/LeyDefensaConsumidor.pdf>

23.- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2012). La horticultura y floricultura en el Ecuador.

Recuperado de: <http://coin.fao.org/cms/world/ecuador/PaginaInicial.html>

24.- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (2002).

Recuperado de:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3653/1/6180.pdf>

25.- Paz, Karla (2002). Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Recuperado de:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3653/1/6180.pdf>