



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PLAN DE NEGOCIOS:

Una juguería VIP en Santo Domingo

Autor:

Ersson Jorge Calle Córdova

Director:

MBA. Jacqueline Mejía Luna

Guayaquil – Ecuador

2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio ha permitido analizar la *factibilidad de creación de una empresa* que se basará en un negocio tradicional de bebidas de frutas, llamadas juguerías, a través de un *nuevo concepto con características distintivas y diferenciadoras*.

La empresa E&J de tipo sociedad anónima, se creará en la ciudad de Santo Domingo, y por medio de una marca propia a denominarse “Disfrútaló”, se *dedicará a la elaboración* de los siguientes productos:

- Bebidas a base de frutas: jugos, batidos, extractos y zumos medicinales
- Ensaladas de frutas: personal, especial y extra especial.
- Alimentos comestibles: sánduches; bolones, humitas, postres, empanadas, tamales, pasteles de carne, hayacas, quimbolitos.

Las juguerías no son nuevas, y su presencia en la ciudad es evidente, sin embargo, las características de higiene del establecimiento, asepsia en los procedimientos de preparación, el servicio al cliente y la calidad del producto, dejan mucho que desear. La ausencia de un lugar que cubra éstas y otras expectativas o preferencias de los consumidores, conjuntamente con las actuales tendencias sobre el consumo de bebidas, permitieron observar una *oportunidad* para crear un negocio que atenderá tales requerimientos.

Las *fortalezas* de la empresa, están relacionadas con la diferenciación del producto y servicio, la diversidad de canales de distribución, liderazgo y habilidades del equipo de gestión, permitirán

En cuanto a las características del mercado, de acuerdo al estudio realizado, para el primer año se proyecta que el *mercado potencial* será de: 1,44 millones de bebidas de frutas, 204.938 ensaladas de frutas, y 1,29 millones alimentos comestibles.

La *fracción promedio de mercado meta* a ser conseguida en el primer año es 7,4%; es decir, 107.510 unidades de jugos, 96.072 alimentos comestibles y 15.250 ensaladas de frutas; es decir, diariamente en promedio, 299 bebidas, 267 alimentos comestibles, y 42 ensaladas de frutas;

Las características con las que contará “Disfrútaló”, permitirán tener un *posicionamiento* destacado entre los competidores, quienes mantienen una rivalidad media alta, y una alta amenaza de ingreso de nuevos competidores ya que las *barreras de entrada son bajas*.

Los socios aportarán con sus conocimientos en administración de empresas y experiencias relacionadas con la dirección de personal, gestión de recursos, manejo de procesos contables y financieros; así como las experiencias en la agricultura por poseer sembríos de frutas y hortalizas.

La inversión inicial para ejecutar el proyecto asciende a USD \$50.000, en donde el 64.8%, corresponde a activos fijos, el 19% a activos diferidos, y el restante 16.2% es para cubrir las operaciones. La inversión será financiada a través de los socios con el 40% de lo requerido a un costo de capital propio (Ke) de 22%, y el 60% por una institución financiera a una tasa de 11,23% pagaderas a tres años. Lo que dentro de un periodo de 5 años permitirá obtener una rentabilidad dada por la TIR del 57,9% superior al CPPC calculado en 18,1%, y alcanzar un VAN de USD \$46.894.

Finalmente, con el fin de fortalecer el patrimonio, las utilidades generadas en el primer año no serán distribuidas a los accionistas; pero las subsiguientes, serán distribuidas en 80%.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	II
TABLA DE CONTENIDO	IV
AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA.....	X
LAS RAZONES DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO	XI
1 ANÁLISIS DEL MERCADO	1-1
1.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA	1-1
1.1.1 Presentación de la empresa y su producto	1-1
1.1.2 Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector en el cual se va a entrar. Posibilidades de crecimiento.	1-1
1.1.3 Estado del sector, en términos de: productos, mercados, clientes, empresas nuevas, tecnología, administración, desarrollo, etcétera.	1-2
1.1.4 Tendencias económicas, sociales o culturales que afectan al sector positiva o negativamente.....	1-2
1.1.5 Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector.	1-3
1.1.6 Rivalidades existentes entre los competidores.	1-3
1.1.7 Poder de negociación de clientes.....	1-3
1.1.8 Poder de negociación de proveedores.....	1-4
1.1.9 Amenaza de ingreso de nuevos productos o de sustitutos.....	1-4
1.1.10 Amenaza de ingreso de nuevos negocios. (Barreras de entrada).....	1-5
1.1.11 Resumen del análisis de las cinco fuerzas de porter para el sector de las bebidas a base de frutas frescas.	1-6
1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO.....	1-7
1.2.1 Producto/Servicio	1-7
1.2.2 Clientes	1-12
1.2.3 Competencia	1-13
1.2.4 Datos básicos del proyecto	1-18
1.2.5 Tamaño del mercado global	1-18
1.2.6 Tamaño de mi mercado	1-19
1.2.7 Encuesta para realizar el análisis del mercado.	1-22
1.3 PLAN DE MARKETING.....	1-22
1.3.1 Estrategia de precios.....	1-22
1.3.2 Estrategia de Venta.....	1-26
1.3.3 Estrategia Promocional.....	1-28
1.3.4 Estrategia de Distribución	1-30
1.3.5 Políticas de Servicios.....	1-30
1.3.6 Tácticas de Ventas	1-32
1.3.7 Planes de Contingencia.....	1-32
2 ANÁLISIS TÉCNICO.....	2-34
2.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	2-34
2.1.1 Especificaciones del producto.	2-34
2.1.2 Diagrama básico de flujo.....	2-35
2.1.3 Materias primas básicas y consumos unitarios de materias primas, insumos, servicios.....	2-38
2.1.4 Maquinaria y Equipo requerido.....	2-39

2.1.5	Desperdicios.....	2-39
2.1.6	Condiciones de calidad.....	2-39
2.2	FACILIDADES.....	2-40
2.2.1	Ubicación geográfica exacta de la planta.....	2-40
2.2.2	Facilidades de servicios (agua, energía, teléfono, alcantarillado, manejo de desperdicios).....	2-40
2.2.3	Posición relativa a proveedores y clientes.....	2-40
2.2.4	Facilidades de transporte.....	2-41
2.2.5	Situación laboral de la localidad.....	2-41
2.2.6	Área requerida.....	2-41
2.2.7	Tipo de construcción.....	2-42
2.2.8	Servicios especiales (aire, gas, grúas, agua, refrigeración, vapor, etcétera).....	2-42
2.3	EQUIPOS Y MAQUINARIAS.....	2-42
2.3.1	Especificación del proceso.....	2-42
2.3.2	Tipos de equipos y maquinarias.....	2-42
2.3.3	Tamaño (capacidad) de equipos y maquinarias.....	2-43
2.3.4	Necesidades de infraestructura para el equipo y maquinaria.....	2-43
2.3.5	Forma de adquisición de equipos (compra, arrendamiento, leasing).....	2-43
2.3.6	Personal necesario.....	2-43
2.3.7	Políticas de mantenimiento y repuestos.....	2-43
2.3.8	Formas de operación.....	2-44
2.4	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	2-44
2.4.1	Departamentos o zonas básicas.....	2-44
2.4.2	Limitaciones y exigencias de cercanía.....	2-44
2.4.3	Equipos por departamento.....	2-45
2.4.4	Diagrama de flujo de producción.....	2-45
2.4.5	Plano de distribución; y Distribución de equipos por departamento.....	2-46
2.4.6	Capacidad máxima de la planta.....	2-47
2.4.7	Plan de producción.....	2-47
2.4.8	Plan de Consumo y Plan de Compras.....	2-47
2.5	SISTEMAS DE CONTROL.....	2-48
2.5.1	Propiedades básicas del producto.....	2-48
2.5.2	Procesos críticos de calidad.....	2-48
2.5.3	Puntos de inspección de calidad.....	2-49
3	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	3-50
3.1	GRUPO EMPRESARIAL.....	3-50
3.1.1	Miembros del grupo empresarial.....	3-50
3.1.2	Experiencias y habilidades de cada uno, que son útiles para la empresa.....	3-50
3.1.3	Nivel de participación en la gestión.....	3-50
3.1.4	Nivel de participación en la junta directiva.....	3-50
3.2	PERSONAL EJECUTIVO.....	3-51
3.2.1	Personas que ocuparán los cargos básicos, incluyendo su experiencia y el aporte posible a la organización.....	3-51
3.2.2	Políticas de administración de personal: tipo de contratos, política salarial, prestaciones, bonificaciones, honorarios, aportes parafiscales, aportes a la seguridad social, etcétera.....	3-51
3.3	ORGANIZACIÓN.....	3-51
3.3.1	Estructura básica (organigrama).....	3-51
3.3.2	Líneas de autoridad.....	3-52

3.3.3	Mecanismos de dirección y control.....	3-52
3.3.4	Estilo de dirección.....	3-53
3.3.5	Los comités de dirección que tendrá, sus componentes y sus funciones.....	3-53
3.4	EMPLEADOS.....	3-53
3.4.1	Necesidades cualitativas y cuantitativas.....	3-53
3.4.2	Mecanismos de selección, contratación y desarrollo.....	3-54
3.4.3	Programas de capacitación.....	3-55
3.4.4	Políticas de administración de personal: tipo de contrato, política salarial, prestaciones, bonificaciones, estímulos por productividad, aportes parafiscales, aportes a la seguridad social.....	3-55
3.4.5	Disponibilidad de personal.....	3-55
3.4.6	Contratación con terceros.....	3-55
3.4.7	Detalle del personal de planta.....	3-55
3.5	ORGANIZACIONES DE APOYO.....	3-56
3.5.1	Las organizaciones que le ayudarán: bancos, compañías de seguros, asesores legales, asesores tributarios, etcétera.....	3-56
4	ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.....	4-57
4.1	ASPECTOS LEGALES.....	4-57
4.1.1	Tipo de sociedad.....	4-57
4.1.2	Procedimientos para la conformación de la sociedad.....	4-57
4.1.3	Implicaciones tributarias y labores asociadas al tipo de sociedad.....	4-57
4.1.4	Normas y procedimientos sobre la comercialización de sus productos.....	4-58
4.2	ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA.....	4-58
4.2.1	Trámites y permisos ante los organismos de gobierno.....	4-58
4.2.2	Dificultades legales con el manejo de materias primas o productos terminados.....	4-58
5	ANÁLISIS AMBIENTAL.....	5-59
5.1	Emisiones, efluentes y residuos de la empresa.....	5-59
5.2	Riesgos de contaminación por esas emisiones, efluentes y residuos.....	5-59
5.3	Mecanismos de control de contaminación.....	5-59
5.4	Riesgos para la comunidad por las emisiones, efluentes y residuos.....	5-59
5.5	Riesgos para los trabajadores.....	5-59
5.6	Mecanismos de higiene y seguridad industrial.....	5-59
6	ANÁLISIS SOCIAL.....	6-61
6.1	Efectos positivos y negativos de la empresa para el conglomerado social: empleo, impuestos, educación, salud, recreación.....	6-61
6.2	Posibilidades de rechazo o apoyo de la comunidad.....	6-61
6.3	Servicios adicionales que la empresa trae a la comunidad.....	6-62
7	ANÁLISIS ECONÓMICO.....	7-63
7.1	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS.....	7-63
7.2	INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.....	7-63
7.3	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	7-63
7.4	PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS.....	7-64
7.5	PRESUPUESTO DE PERSONAL.....	7-64
7.6	PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS.....	7-65
7.7	DEDUCCIONES TRIBUTARIAS.....	7-66

7.8	ANÁLISIS DE COSTOS	7-66
8	ANÁLISIS FINANCIERO	8-68
8.1	FLUJO DE CAJA	8-68
8.2	ESTADO DE RESULTADOS	8-68
8.3	BALANCE GENERAL	8-69
8.3.1	Estrategias financieras	8-69
8.3.2	Balances generales inicial y final de cada periodo	8-69
9	ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES	9-71
9.1	RIESGOS DE MERCADO	9-71
9.1.1	Cambios desfavorables en el sector	9-71
9.1.2	Surgimiento de mejores productos	9-71
9.1.3	Reducción del número de clientes	9-71
9.1.4	Surgimiento de competencia	9-71
9.2	RIESGOS TÉCNICOS	9-72
9.2.1	Desarrollo oportuno del producto	9-72
9.2.2	Problemas con las fuentes de Materia Primas e insumos	9-72
9.2.3	Obsolescencia de equipos	9-72
9.2.4	Problemas de mantenimiento de equipos	9-72
9.2.5	Problemas con los Servicios Auxiliares (agua, electricidad, etc.)	9-72
9.3	RIESGOS ECONÓMICOS	9-73
9.3.1	Reducción de precio del producto	9-73
9.3.2	Incremento en el costo de materias primas e insumos	9-73
9.3.3	Crecimiento del valor de los equipos	9-73
9.3.4	Incrementos en costos de producción	9-73
9.3.5	Cambios en costos laborales	9-73
9.4	RIESGOS FINANCIEROS	9-74
9.4.1	Demoras en los aportes de los socios	9-74
9.4.2	Demoras en los desembolsos de las entidades crediticias	9-74
9.4.3	Incremento en el costo del capital	9-74
10	EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO	10-75
10.1	Flujo de Caja Totalmente Neto	10-75
10.2	Evaluación de Contado	10-76
10.3	Evaluación con financiamiento	10-76
10.4	Análisis de la evaluación con capital propio y evaluación con financiamiento	10-76
10.5	Análisis de sensibilidad	10-77
10.5.1	Análisis de sensibilidad con recursos propios	10-77
10.5.2	Análisis de sensibilidad con recursos propios y financiamiento	10-78
10.6	Análisis de estructura financiera	10-79
10.6.1	Estructura de Capital	10-79
10.6.2	Razones financieras	10-79
11	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN	11-81
12	ANEXOS	12-82
A	Documentos Técnicos	12-82
A.1	Libros	12-82
A.2	Revistas y Periódicos	12-82

A.3	Investigaciones	12-82
B	Fuentes secundarias de investigación	12-82
B.1	Sitios Web	12-82
C	Investigación Exploratoria de Mercado, Análisis de Mercado y Estados Financieros 12-82	
C.1	Análisis de las cinco fuerzas de Porter para el sector de las juguerías.....	C.1-I
C.2	Tabulación de resultados de la encuesta para determinar las combinaciones de frutas preferidas para la elaboración de bebidas.	C.2-XI
C.3	Procedimientos de preparación de bebidas, ensaladas y alimentos comestibles	C.3-XII
C.4	Precios de los productos de la competencia.	C.4-XLI
C.5	Mercado que maneja la competencia.	C.5-XLII
C.6	Posicionamiento de Disfrútalo y la competencia.	C.6-XLIII
C.7	Datos básicos del estudio de mercado.	C.7-XLIV
C.8	Determinación del mercado global de productos.	C.8-XLV
C.9	Volumen de ventas del mercado meta y fracción de mercado.	C.9-XLVI
C.10	Encuesta preliminar y resultados obtenidos para conocer la probabilidad de éxito de una nueva juguería	C.10-XLVII
C.11	Determinación del mercado meta.	C.11-XLIX
C.12	Presupuesto de ventas.	C.12-I
C.13	Preguntas de la encuesta para el estudio de mercado.	C.13-LI
C.14	Resultados generales del estudio de mercado obtenidos a través del programa estadístico SPSS.....	C.14-LIII
C.15	Determinación del precio de venta basado en el rendimiento deseado.	C.15- LXXV
C.16	Determinación del precio y costos promedios ponderados por familia de productos.....	C.16-LXXVI
C.17	Consumos y costos unitarios de las bebidas a base de frutas.	C.17-LXXVII
C.18	Costos promedios históricos de las principales materias prima de las bebidas frutas.....	C.18-LXXX
C.19	Consumos y costos unitarios de las ensaladas de frutas y alimentos comestibles.	C.19-LXXXI
C.20	Costos de los alimentos comestibles y otros insumos	C.20-LXXXIII
C.21	Ciclo de vida y forma de conservación de las materias primas e insumos.....	C.21- LXXXV
C.22	Lista de equipos, enseres y requerimientos de puesta en marcha....	C.22-LXXXVI
C.23	Plan de producción	C.23-LXXXVIII
C.24	Plan de consumo y Plan de compras.	C.24-LXXXIX
C.25	Experiencias del grupo empresarial y ejecutivo, y funciones de los empleados.	C.25-XCII
C.26	Determinación del número de empleados.	C.26-XCIV
C.27	Horario de asistencia del personal	C.27-XCV
C.28	Personal de planta	C.28-XCVI
C.29	Procedimientos para la conformación de la sociedad.....	C.29-XCVII
C.30	Implicaciones tributarias, comerciales y labores asociadas al tipo de sociedad.	C.30-CI
C.31	Normas y procedimientos sobre la comercialización de los productos...	C.31-CIV
C.32	Trámites y permisos ante los organismos de gobierno.....	C.32-CVI
C.33	Riesgos para los trabajadores.	C.33-CVIII
C.34	Presupuesto de inversión en activos fijos, diferidos y depreciaciones....	C.34-CIX

C.35 Presupuesto de ingresos.....	C.35-CXII
C.36 Presupuesto de compras de materias primas e insumos.	C.36-CXIII
C.37 Presupuesto de personal.	C.37-CXIV
C.38 Costos fijos de producción, administración y venta.....	C.38-CXV
C.39 Presupuesto de otros gastos.....	C.39-CXVIII
C.40 Deducciones tributarias.	C.40-CXIX
C.41 Análisis de costos y cálculo del punto de equilibrio.	C.41-CXX
C.42 Flujo de caja.	C.42-CXXI
C.43 Estado de resultados.	C.43-CXXII
C.44 Balance general.	C.44-CXXIII

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Por el amor, tolerancia, comprensión y confianza que me ha sabido entregar durante el desarrollo de la maestría y en especial de este proyecto, quiero agradecer a la más persona que fue más sacrificada, Johana Patiño, mí amada esposa.

Por creer en mí, por apoyarme y por motivarme durante toda mi vida y en esta etapa de mi educación, quiero agradecer a mis padres León y Lady, y a mi ñaña Jovy.

Un agradecimiento especial a la tutora Jacqueline Mejía, y las lectoras Ximena Carrillo y Sonia Zurita, por la comprensión, respaldo y paciencia que me brindaron durante el desarrollo de este proyecto.

Gracias a todos mis verdaderos amigos y amigas por su apoyo.

Agradezco también a todos los docentes de la ESPAE, por la enseñanza impartida y experiencia transmitida durante la maestría.

Finalmente quiero enfatizar que este trabajo está dedicado con todo mi amor a mis seres queridos.

Mi esposa Johana Patiño.

Mi padre León Calle

Mi madre Lady Córdova

Mi hermana Lady Calle

ERSSON

LAS RAZONES DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

Actualmente, las tendencias de consumo bebidas a nivel mundial apuntan hacia lo saludable. En el Ecuador y especialmente en la ciudad de Santo Domingo esto no es una excepción. Así, esta importante preferencia de los consumidores conjuntamente con otras predilecciones y necesidades de la vida moderna, permiten abrir un camino para analizar la factibilidad de enfocar un negocio tradicional a un mercado que posiblemente aún no está enteramente atendido.

Por ello, se ha visto la necesidad de realizar un estudio que corrobore este comportamiento y propensiones de los consumidores, y posteriormente, según los resultados que se obtengan, analizar la posibilidad de crear un negocio que se dedique a la elaboración de bebidas a base de frutas y alimentos comestibles, mediante el empleo de un concepto propio y con cualidades diferenciadoras.

1 ANALISIS DEL MERCADO

1.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA

1.1.1 Presentación de la empresa y su producto

En la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, se creará y establecerá inicialmente la empresa E&J S.A., la cual se dedicará a la elaboración de bebidas y ensaladas saludables, nutritivas, naturales, personalizadas, rápidas y exquisitas; preparadas higiénicamente; obtenidas a base de frutas naturales y frescas; mezcladas con ingredientes de calidad; y servidas en envases con presentación distintiva por un talento humano instruido, cordial y atento, en un ambiente acogedor, impecablemente limpio y con un estilo moderno y diversificado, a través de una marca propia denominada “Disfrútaló”. Adicionalmente, la empresa se dedicará a la elaboración de algunos alimentos comestibles típicos del Ecuador, los cuales serán preparados al instante y otros previamente en el propio establecimiento.

1.1.2 Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector en el cual se va a entrar. Posibilidades de crecimiento.

El análisis de la estructura del sector de bebidas a base de frutas frescas y alimentos comestibles, se lo efectuará más adelante en éste mismo capítulo, a través del modelo de las cinco fuerzas de Porter.

En cuanto a las perspectivas del sector, la investigación del consumo de frutas y verduras realizada por el programa Aliméntate Ecuador del Ministerio de Inclusión Económica y Social – MIES en el 2009, específicamente en el región costa, permite conocer que la intención de mejorar su consumo diario es 74%¹. Así mismo, las tendencias locales y mundiales sobre el consumo de jugos de frutas en general, apuntan hacia el consumo de lo natural y saludable.²

¹ Información Cuantitativa relevante sobre el consumo de frutas y verduras en las 4 regiones del país; http://www.alimentateecuador.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=77&Itemid=107 (3 de 5) [07/07/2010 18:51:26]

² El jugo calma la sed del 95% de hogares del país <http://www.revistalideres.ec/2011-01-24/Mercados/Noticia-Principal/LD110124P18MERCADOS.aspx>

1.1.3 Estado del sector, en términos de: productos, mercados, clientes, empresas nuevas, tecnología, administración, desarrollo, etcétera.

De acuerdo al estudio de mercado realizado por los autores y más adelante analizado, se observa que en la ciudad de Santo Domingo, el estado del sector de bebidas que se consumen fuera de casa, es diverso, extenso y creciente por las características propias de la región; por ello, este estudio pretende orientarse a los consumidores que estén preocupados por su salud, nutrición, y tengan como preferencia las bebidas a base de frutas. Y adicionalmente, en muchos de los casos opten por acompañarlos con un alimento comestible.

Actualmente, el mercado de bebidas a base de frutas, los competidores existentes no solo se enfocan en la elaboración de éstas bebidas y comercialización de alimentos comestibles, sino que lo combinan con negocios de heladería, cafetería, restaurante o bares discoteca.

En ese contorno, hace poco menos de un año, se incorporó al sector otro competidor, que también ha combinado el negocio de juguería con el de cafetería pero con menores características de presentación y servicio que los cinco que lideran el sector, y a pesar de ello, de acuerdo a las observaciones efectuadas por los autores en cuanto a “número de visitas y cantidad de clientes”, se puede estimar que posee una fracción de mercado ligeramente inferior a sus competidores principales.

En cuanto a tecnología y desarrollo, el sector de bebidas a base de frutas y alimentos comestibles, no tiene marcados avances en la elaboración de productos, a excepción de lo relacionado a las mejoras de las características técnicas y de presentación de los equipos de licuado, preparación, corte y conservación, que permiten conseguir, a la percepción del consumidor, un producto de mejor calidad.

1.1.4 Tendencias económicas, sociales o culturales que afectan al sector positiva o negativamente.

Uno de los proyectos integrales del plan estratégico del programa Aliméntate Ecuador del mismo MIES, es la “Promoción de Alimentos Saludables”, el cual fue creado para promover el consumo de alimentos saludables y culturalmente aceptados por la población ecuatoriana³; proyecto que actualmente contribuye indirectamente a promover el consumo de los jugos a base de frutas.

³ Promoción de alimentos saludables:

http://www.alimentateecuador.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=130&Itemid=187

Por otro lado, los factores que puede afectar negativamente este tipo de negocios es la variabilidad de los precios de las frutas durante el año, la disponibilidad mayoritaria o minoritaria de las distintas frutas en los periodos de mayor o menor producción, y la fragilidad de la materia prima a las adversidades de la naturaleza.

1.1.5 Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector.

Las barreras de entrada de negocios en el sector se las revisará más adelante en este mismo capítulo, al analizar el riesgo de ingreso de competidores potenciales.

En cuanto a las barreras de salida, para un negocio básico de bebidas a base de frutas, se menciona que: no existen inversiones en máquinas específicas; no se presentan elevados costos de salida como liquidaciones o beneficios económicos a los colaboradores del negocio; puede existir una mediana relación emocional con el negocio; es posible que exista una dependencia económica del sector de bebidas a base de frutas. Esto nos da una idea clara de que no existen barreras especiales de salida de negocios en este sector.

1.1.6 Rivalidades existentes entre los competidores.

La rivalidad entre competidores existentes se ha determinado en el anexo 1, la cual es media alta, y se representa en el siguiente gráfico:



Gráfico 1.1: Determinación de la rivalidad entre competidores existentes.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Percepción del autor.

1.1.7 Poder de negociación de clientes.

El poder de negociación de los compradores se ha determinado en el anexo 1, el cual es medio alto, y se representa en el siguiente gráfico:

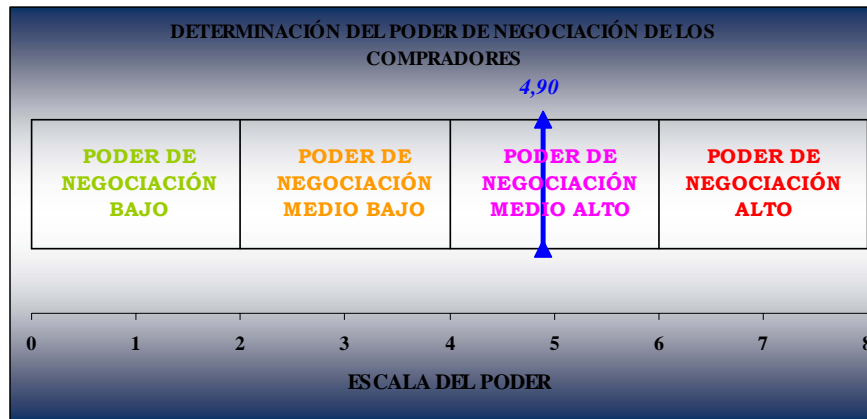


Gráfico 1.2: Determinación del poder de negociación de los compradores.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Percepción del autor.

1.1.8 Poder de negociación de proveedores.

El poder de negociación de los proveedores se ha determinado en el anexo 1, el cual es medianamente bajo, y se representa en el siguiente gráfico:

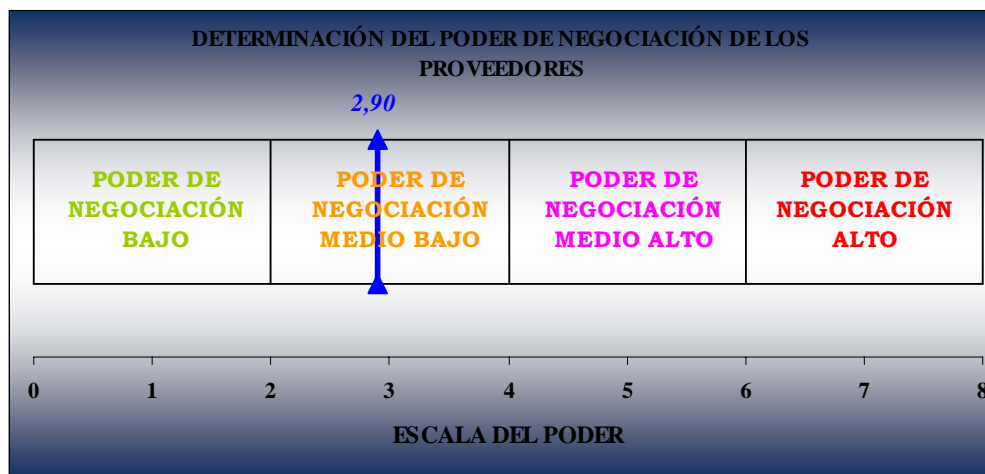


Gráfico 1.3: Determinación del poder de negociación de los proveedores.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Percepción del autor.

1.1.9 Amenaza de ingreso de nuevos productos o de sustitutos.

La amenaza de sustitución se ha determinado en el anexo 1, la cual es muy alta, y se representa en el siguiente gráfico:



Gráfico 1.4: Determinación de la amenaza de sustitución.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Percepción del autor.

1.1.10 Amenaza de ingreso de nuevos negocios. (Barreras de entrada)

La amenaza de competidores potenciales, dada en función de las barreras de entrada, se ha determinado en el anexo 1, la cuales son muy pequeñas, y se representan en el siguiente gráfico:



Gráfico 1.5: Determinación de las barreras de entrada.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Percepción del autor.

Es claro que existen altas amenazas de nuevos participantes, pero estos, si quieren sobresalir en este sector, a más de las estrategias apropiadas, deberán invertir un capital

inicial mayor al de las empresas que actualmente lideran el mercado en estudio, es decir, al menos alrededor de \$40.000.

1.1.11 Resumen del análisis de las cinco fuerzas de Porter para el sector de las bebidas a base de frutas frescas.

Luego de haber revisado cada una las fuerzas competitivas en el sector de bebidas a base de frutas, el gráfico siguiente muestra un resumen global de las mismas, y permite visualizar el impacto de cada fuerza en una escala creciente de 0 a 8.

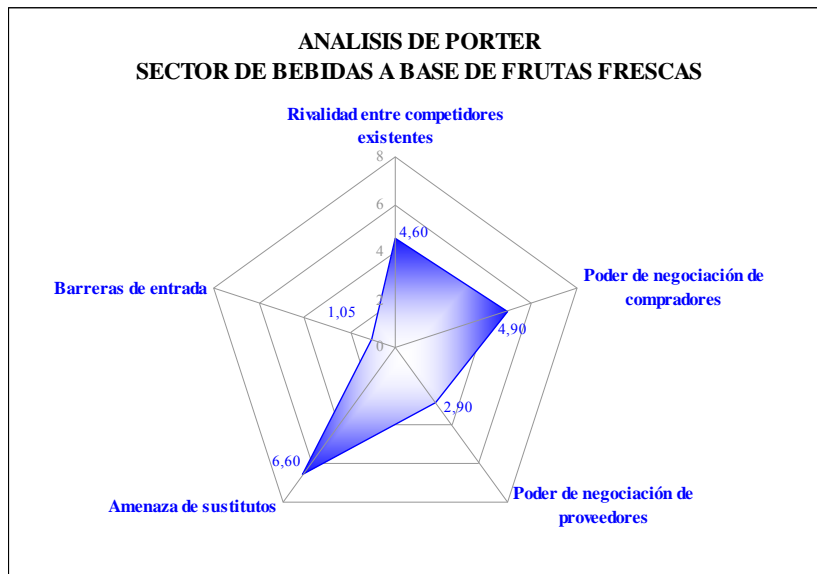


Gráfico 1.6: Fuerzas de Porter en el sector de bebidas.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Percepción del autor.

Así, existe una moderada rivalidad entre competidores (4.6), el poder de negociación de los compradores es medianamente alto (4.9), el poder de negociación de los proveedores es medianamente bajo (2.9), la amenaza de sustitución del producto es muy alta (6.6), y finalmente, la amenaza de ingreso de competidores potenciales es alta debido a que las barrera de entrada son muy pequeñas (1,05). El análisis completo se menciona en el anexo 1.

1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

1.2.1 Producto/Servicio

1.2.1.1 Descripción detallada del producto o servicio que se van a vender (especificaciones).

Los productos a ser elaborados serán bebidas y ensaladas a base de frutas, y varios alimentos comestibles. Esta decisión se basa en que en la ciudad de Sto. Domingo no existe un lugar que los elabore con las características de servicio y calidad propuestas en este estudio.

Esto conjuntamente con la preferencia de los consumidores determinada en el estudio de mercado, conlleva a que las bebidas a ser elaboradas sean las del gráfico siguiente.

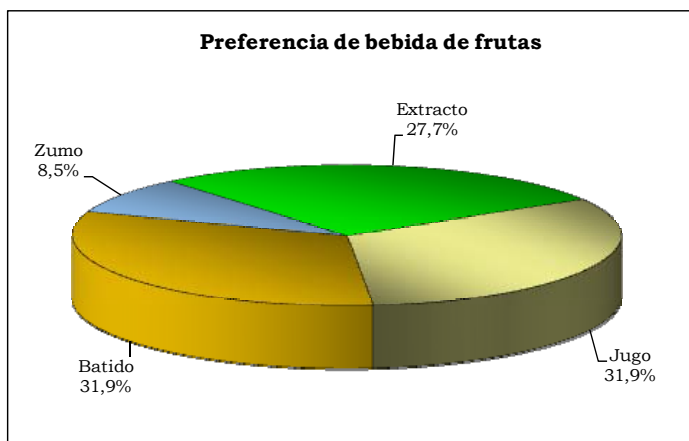


Gráfico 1.7: Bebidas de frutas preferidas.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

Las bebidas podrán ser preparadas con un solo tipo de frutas o en variadas combinaciones, de acuerdo a la preferencia señalada por los encuestados en el estudio de mercado, las cuales se presentan en el anexo 2.

En cuanto a los alimentos comestibles, la preferencia de los consumidores determinada en el estudio de mercado, señala que sean los mostrados en el presente gráfico.

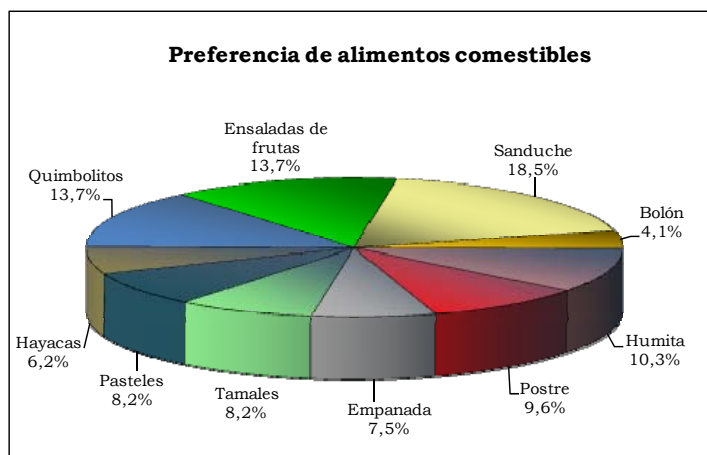


Gráfico 1.8: Alimentos comestibles preferidos.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

De donde se resalta que las ensaladas de frutas se manejarán como un alimento derivado de las bebidas de frutas, y normalmente no son consumidos conjuntamente con una bebida de frutas.

El detalle de los ingredientes, y procedimientos de preparación de las bebidas y alimentos comestibles se lo describe en extenso detalle en el anexo 3.

Los envases en los cuales se presentarán los productos tendrán características descartables y biodegradables necesarias para contribuir a conservar el medio ambiente, y cada envase llevará una etiqueta de la marca “Disfrútalo”. El resto de características de los envases se pueden revisar en la tabla siguiente.

Envases para las bebidas y alimentos complementarios	
Sorbete	Tetrapack blanco de propeileno en U (curvo) largo de 8 1/2 (12 onzas)
	Tetrapack blanco de propeileno en U (curvo) extra largo de 10 1/2 (16 onzas)
Servilleta	Servilleta impresa sin logo de la empresa
Tenedor	A1 Blancos
Vaso descartable para bebidas	(Cartulina Polycoated Full color) Biodegradable
	(Cartulina Polycoated Full color) Biodegradable
Envase descartable para alimentos complementarios	Contenedor triangular alto (pasteles y postres)
	Contenedor redondo mediano (ensaldas de frutas y bolones)
	Contenedor rectangular bajo (tamales, ayacas, quimbolitos, empanadas, sandwiches frios)
	Contenedor rectangular plano (sanduches calientes)
	Contenedor rectangular pequeño (humitas)

Tabla 1.1: Envases para bebidas y alimentos comestibles.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Vario proveedores.

Finalmente, dentro de los servicios que se prestarán para que los consumidores puedan adquirir nuestros productos, es la entrega a domicilio, con pedidos a través de internet y llamadas telefónicas. Esto en vista de que el 91,3% del mercado total y el 100% del mercado potencial, emplearía el servicio a domicilio si estuviera disponible.

1.2.1.2 Aplicación del producto o servicio (necesidades, deseos, problemas, gustos)

La aplicación de los productos que se elaborarán y comercializarán, responden principalmente a una de las necesidades fisiológicas básicas determinadas por Maslow⁴, es decir, la alimentación. Sin embargo, el alto porcentaje de aceptación del mercado total y potencial, por la preferencia a consumir productos en una nueva juguería con las características planteadas en el estudio, es lo que ha definido su aplicabilidad.

Esto abre un camino para proponer un producto, que a pesar de no ser nuevo, mediante el empleo de las estrategias apropiadas, podrá cubrir las expectativas demandadas por un mercado importante en tamaño y creciente, que preocupado por su salud prefiere en su dieta una opción más natural, nutritiva, fresca, e higiénica.

1.2.1.3 Productos competidores.

En el mercado local de bebidas y ensaladas a base de frutas frescas, y alimentos comestibles, los productos competidores directos son los elaborados por las juguerías competidoras, las cuales más adelante se describen al analizar la competencia presente en el sector.

1.2.1.4 Fortalezas y debilidades del producto frente a los productos competidores.

La fortaleza del producto se basa en la diferenciación, a través de:

- Selectividad y frescura de las frutas; es decir fruta seleccionada.
- Diversidad de insumos para la elaboración de las bebidas.
- Característica saludable, natural, y nutritiva de la frutas.
- Calidad de las materias primas para la elaboración de todos los productos.
- Homogeneidad de la consistencia de las bebidas.
- Frescura y calidad de los alimentos comestibles.
- Asepsia en la preparación de los productos.
- La presentación del producto bajo el respaldo de una marca.

⁴ Abraham Maslow, definió una teoría psicológica sobre las Jerarquía de las necesidades, propuesta por en su obra: Una teoría sobre la motivación humana: http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow.

Las debilidades del producto:

1. Respecto a los productos competidores directos, son:
 - Mayor precio.
 - Superior tiempo de entrega hacia el consumidor por el periodo requerido para el proceso de elaboración de algunos alimentos comestibles.
2. Respecto a los productos competidores indirectos como las conservas, son:
 - Mayor precio.
 - Superior tiempo de entrega hacia el consumidor por el periodo requerido para su proceso de elaboración.
 - Menor periodo de durabilidad para su consumo.

1.2.1.5 Patentes o condiciones de secreto industrial referente al producto o servicio.

Los productos a venderse no contienen patentes o condiciones de secreto industrial, ya que su composición es de conocimiento general. Sin embargo, todos serán comercializados bajo la marca “Disfrúta~~lo~~”, cuyo nombre se elaboró en base al concepto de la palabra “disfrutar”, combinada con la palabra “fruta” para asociar las bebidas de frutas con el placer de consumirlas. Los colores empleados en su diseño provienen de la bandera del Ecuador y Santo Domingo, con el objeto de destacar que se trata de una marca de procedencia nacional, y específicamente surgida en la localidad. El presente estudio deja ver que existe una alta aceptación del nombre; así el 91.7% del mercado potencial lo califica de excelente.

1.2.1.6 Productos o servicios posibles como complementos o derivados del actual.

El estudio demuestra que las ensaladas de frutas, es uno de los tres alimentos mayormente preferido por los encuestados con el 13.7%; por lo que, tomando en cuenta que la materia prima son las frutas, será parte de los productos elaborados por nuestro negocio. El detalle de los ingredientes y formas de preparación, se describen en el anexo 3.

1.2.1.7 Solución a sus debilidades y formas de aprovechar sus fortalezas.

Con el objeto de proporcionar soluciones a las debilidades del producto:

1. Respecto al precio alto: se ofrecerán descuentos en el precio durante periodos de tiempo previstos inicialmente para las horas de baja demanda.
2. En lo que respecta al mayor tiempo de entrega: se realizarán brevísimas presentaciones de entretenimiento como trucos que despierten interés en grandes y

chicos, y que involucren principios de química o física mediante el empleo de implementos que los faciliten. Adicionalmente, el consumidor podrá recrearse con los tableros de juego que estarán disponibles en el establecimiento: damas, parchís, tiro al blanco con dardos, tres en raya y monopolio. Otra forma de entretenimiento serán los generados con las sopa de letras, sudoku, y preguntas de razonamiento.

3. En lo que tiene que ver al menor periodo de durabilidad de las bebidas: se incentivará al pronto consumo mediante consejos de alimentación en el envase.

Con el objeto de aprovechar las fortalezas del producto:

1. Respecto a las características de nutrición, natural, fresca y calidad de sus ingredientes: se incluirá en los envases leyendas sobre los beneficios en el organismo y salud del consumidor.
2. En lo referente a la homogeneidad de la consistencia: se resaltarán y se explicarán, a través del personal de ventas y atención al cliente, las diferencias más sobresalientes en relación con los productos competidores directos e indirectos.
3. En lo que respecta a la calidad y fresca de las materias primas para su elaboración: se enfatizará dentro de la publicidad que las frutas empleadas para la elaboración de los productos son seleccionadas y del día. Similar énfasis para los alimentos comestibles.
4. Con relación a la asepsia en la preparación: se diseñará el establecimiento para que el ambiente de trabajo sea visible al consumidor con el objeto de proporcionarle confianza.
5. En cuanto a la presentación del producto bajo una marca: permitirá proporcionar al cliente la garantía y confianza de consumir un producto nutritivo, fresco y de calidad.

1.2.1.8 Cuidados especiales con el producto o servicio.

Los cuidados especiales relacionados con las bebidas y ensaladas son:

- Las frutas deben ser frescas y suministradas diariamente.
- Refrigeración de las frutas.
- Higiene en la preparación de las bebidas y ensaladas.
- Consumo inmediato de bebidas y ensaladas luego de haber sido preparados.

Los cuidados especiales relacionados con los alimentos comestibles son:

- Refrigeración de vegetales y carnes.

1.2.2 Clientes

1.2.2.1 Tipo de compradores potenciales, segmentados por actividad, edad, sector, nivel, ubicación, ingresos, etcétera.

Los tipos de compradores potenciales serán segmentados según:

- La ubicación: Para ello, se ha considerado a todos los habitantes que viven en la zona urbana de la ciudad de Santo Domingo, que en total suman 232.918⁵, específicamente los que residen cerca del sector donde estará ubicado el establecimiento.
- La edad: Para lo cual, se tomarán a todos los habitantes mayores a 18 años y menores a 44 años, tomando como referencia la composición porcentual de la pirámide de la población de Sto. Domingo determinada por el INEC en el 2001⁶; así:
- El nivel de ingresos: Para esta característica, se tomará en cuenta al porcentaje de personas que están por encima de la línea de pobreza definida por el INEC⁷. Y específicamente aquellos que tengan ingresos mensuales mayores a mil dólares.
- El número de acompañantes: Para el que se seleccionará a aquellas personas que asistan a consumir con más de 3 acompañantes.
- La frecuencia de consumo: Para la misma, se preferirán a aquellas personas que asistan más de 3 veces al mes.
- La disposición a consumir: Para la que se optará por aquellos que si están dispuestos a consumir los productos, y que no les resulte importante el parqueadero.
- La disposición a pagar: Para este punto se seleccionará a aquellos que tengan disposición a pagar en promedio dos dólares por cada producto.

1.2.2.2 Características básicas de esos clientes (mayoristas, minoristas, productores, consumidores directos).

Los clientes serán consumidores directos.

1.2.2.3 Bases de decisión de compra de los clientes (precio, calidad, servicio, amistad, política, religión, forma de pago, etcétera).

De acuerdo al estudio de mercado, las bases de decisión de compra estarán dadas principalmente por el concepto del negocio basado en:

⁵ Proyección de la población ecuatoriana por área y años calendario, según provincias y cantones periodo 2001 -2010. INEC 2001

⁶ Pirámide de población del Cantón Santo Domingo de los Colorados, según el Censo del 2001. www.inec.gob.ec

⁷ Continúa en Ecuador reducción de índices de pobreza. http://www.prensa-latina.cu/index.php?option=com_content&task=view&id=281545&Itemid=1

- La higiene en la preparación y limpieza del local.
- La calidad de los ingredientes y el producto (sabor, consistencia).
- Servicio o atención al cliente (cortesía, rapidez).
- Prestación de otros servicios como: acceso gratuito a internet inalámbrico, área de recreación para niños, revistas y periódicos disponibles para leer y muro para dejar mensajes (huella).

1.2.2.4 Opiniones de clientes que han mostrado interés en su producto o servicio.

- “La ciudad necesita un lugar donde la preparación de bebidas de frutas sea confiable en la higiene de elaboración y del local”
- “Con las bondades que se ofrecerían en este nuevo lugar, sería muy interesante visitarlo para tomarse una bebida nutritiva y fresca”
- “Este lugar sería muy bueno para ir en familia y disfrutar de una bebida saludable ya que los jugos en conservas o gaseosas hacen daño”.

1.2.2.5 Opiniones de clientes que no han mostrado interés en su producto o servicio.

Entre las opiniones de quienes no mostraron interés están:

- “Los lugares de bebidas de frutas no brindan un buena atención al cliente”
- “las bebidas de frutas en la juguerías no son buenas ya que los ingredientes son de mala calidad”

1.2.2.6 Formas posibles de evitar la falta de interés.

La falta de interés en el producto puede ser contrarrestada con estrategias de venta que más adelante serán tratadas.

1.2.3 Competencia

La oferta del sector de bebidas a base de frutas de la ciudad está compuesta por dos tipos de empresas; unas en las que sus ingresos no se basan exclusivamente en la venta de bebidas a base de frutas y/o alimentos comestibles, sino que lo combinan con la venta de comida, bebidas alcohólicas, o helados; y otras empresas que se enfocan más en el concepto de juguería.

En la tabla siguiente se resume la competencia cercana existente y su ubicación dentro de la ciudad, para lo cual se han tomado a los competidores cercanos cuya distancia hacia la

nueva juguería no es mayor a un radio de 500 metros. Así mismo se muestra el precio promedio de los productos, cuyo detalle se puede visualizar en el anexo 4.

CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA				
EMPRESA	UBICACIÓN	PRECIO PROMEDIO BEBIDAS	PRECIO PROMEDIO ALIMENTOS COMESTIBLES	COMERCIALIZA OTROS PRODUCTOS DISTINTOS A LOS DE LAS JUGUERIAS
Bluedreams	Centro	1,42	1,40	SI
Frutilight	Centro	1,70	1,40	NO
Macedonia	Noroccidente	1,40	1,17	NO
D'Ramiro	Occidente	1,30	1,01	SI

Tabla 1.2: Características de la competencia.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

El abastecimiento de bebidas a base de frutas está a cargo principalmente de Macedonia y Bluedreams, quienes, de acuerdo a observaciones, son los que mayor afluencia de consumidores poseen y que se mencionarán en este capítulo en el punto 1.2.3.3.

1.2.3.1 Desempeño de los productos/servicios y las garantías que dan sobre ellos.

De acuerdo a las observaciones efectuadas por el autor del presente estudio, referente al desempeño de los productos ofrecidos por la competencia, se tiene que:

- A excepción de las frutas, los competidores no brindan alternativas para que el consumidor pueda elegir ingredientes con distinta propiedad o calidad.
- La mayoría de los competidores no muestran el procedimiento de preparación.
- Los productos elaborados por los competidores tienen similitud en cuanto a sabor, consistencia y presentación, los cuales no les permiten destacarse en el sector.

1.2.3.2 Posibilidades de solución a las dificultades.

Las dificultades de los competidores, pueden tener altas posibilidades de solución mediante la inversión de un capital mayor para adecuar apropiadamente sus establecimientos para incentivar el consumo, creación de nuevas políticas y estrategias de higiene y servicios al cliente, capacitación al personal, mejoramiento de procedimiento de preparación, adquisición de materia prima de calidad, y obtención de equipos de licuefacción modernos.

1.2.3.3 Mercado que manejan (volumen en unidades).

Para determinar los volúmenes que manejan los principales competidores, se han realizado observaciones sobre el número de personas que ingresan en sus establecimientos durante dos horas (de 09:30 a 10:30 y de 15:30 a 16:30) de todos los días de una semana común. Adicionalmente a ello, al personal que labora en cada una de ellas, se preguntó el número

aproximado de consumidores que asisten al negocio, tanto en la mañana y en la tarde. Estas observaciones y entrevistas han permitido inferir las unidades de productos consumidas, las que han sido calculadas asumiendo que cada una de las personas consuma dos productos. Los resultados se muestran en la siguiente tabla, y el detalle completo se visualiza en el anexo 5.

UNIDADES CONSUMIDAS POR LAS PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA/MES				
TOTAL	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
	11.193	14.242	5.278	4.550

Tabla 1.3: Mercado que manejan los competidores.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Observaciones del autor.

1.2.3.4 Esquema de venta y de distribución. Canales utilizados

El esquema de venta y distribución de este tipo de alimentos es el de venta directa.

1.2.3.5 Capacidad de producción.

Respecto a la capacidad de producción, de las observaciones efectuadas a la competencia que dispone de las mejores características del negocio, se puede indicar que:

- La cantidad de personal está entre cinco y ocho personas.
- Poseen las cantidades básicas de inmobiliario para atender a los clientes.
- Al menos disponen de tres equipos de licuado y un al menos dos equipos de conservación en frío para la preparación de las bebidas de frutas; y dos equipos de calentamiento para los alimentos comestibles.

Ello, de acuerdo al mercado que manejan, les permite abastecer el consumo de las unidades mensuales presentadas en la anterior tabla.

1.2.3.6 Marca líder (por precio, por calidad, por servicio).

De acuerdo a las observaciones realizadas en la ciudad de Sto. Domingo, la marca líder que se destaca entre todos los establecimientos identificados por los encuestados, es Macedonia, según se muestra en la tabla anterior.

Las razones de sostener un liderazgo, que no es muy marcado en relación al resto de competidores, son por:

- El enfoque exclusivo en el concepto de juguería.
- Ofrecer diversidad de alimentos comestibles.
- Los precios promedios de sus bebidas están por encima del mercado.

- La buena calidad del producto terminada.
- La presentación del establecimiento periódicamente es renovada.

1.2.3.7 ¿Han surgido o se han acabado empresas en esta actividad en los últimos años? ¿Cómo les ha ido? Razones.

En los últimos años, varios negocios de bebidas a base de frutas frescas se han incorporado en el sector, en su formato de kiosco, pero sus inversiones de capital han sido muy básicas, lo que consecuentemente no permite que sobresalgan en este sector.

“Picaditas”, un establecimiento ubicado en otro sector de la ciudad, y que no solo se enfoca en la venta de bebidas a base de frutas sino en la venta de comida, entró en este mercado hace aproximadamente dos años y se estima que ha realizado una inversión de capital de \$20.000, lo que le ha restado el destacarse en este sector, pero, de acuerdo a observaciones efectuadas, maneja un mercado similar al del competidor ubicado en cuarto lugar, D’Ramiro.

1.2.3.8 Imagen de la competencia ante los clientes.

Por las características de baja promoción de la marca, aceptable presentación del establecimiento y de su producto, los consumidores de juguerías tienen una percepción baja de la imagen de la mayoría de empresas competidoras, exceptuando Macedonia y BlueDreams que se destacan ligeramente por encima del resto.

1.2.3.9 ¿Por qué les compran?

Entre las razones de por qué los consumidores prefieren comprar a los actuales competidores, están:

- La ubicación del establecimiento, ya que está en el sector céntrico, comercial y bancario de la ciudad.
- El largo tiempo de vida del negocio, o negocio conocido.
- La variedad de bebidas a base de frutas, ensaladas y alimentos comestibles.
- La existencia de un lugar de parqueo.

1.2.3.10 Segmento al cual están dirigidos.

Las empresas que compiten en el sector de bebidas a base de frutas frescas emplean una segmentación geográfica, ya que básicamente se dirigen a los consumidores que transitan

por el sector céntrico, comercial o bancario de la ciudad. No se percibe que existan tipos de segmentaciones demográficas, psicográficas o conductuales.

1.2.3.11 ¿Por qué será fácil o difícil competir con ellos?

Entre las razones por las que será arduo competir con los negocios existentes están:

- La larga trayectoria de los competidores que los hace “conocidos”
- La participación o porcentaje de mercado que poseen actualmente los competidores, especialmente los dos más importantes.
- Los precios ligeramente más bajos que los propuestos en este estudio.

Las razones por la que será más viable competir con los negocios existentes son:

- Los competidores no proporcionan bondades propuestas en este estudio. Ello se deduce por la alta disposición del mercado total a expresar que el 91,7% sí consumirían en un nuevo negocio, refleja la necesidad de una nueva propuesta en este mercado.
- No se brinda al consumidor la oportunidad de optar por ingredientes con características especiales, para la elaboración de bebidas. Por ejemplo, seleccionar leche libre de lactosa o crema.
- La competencia no posee equipos modernos para la preparación de bebidas.
- El principal competidor no elabora sus alimentos comestibles dentro del establecimiento, sino son suministrados diariamente por terceros.
- La elaboración de los productos no es visible al consumidor.

1.2.3.12 ¿Por qué cree que puede lograr una fracción del mercado?

Se puede lograr una fracción del mercado por la implementación de directrices diferenciadores en los procedimientos de elaboración relacionados con la higiene y calidad del producto, servicio al cliente, servicios brindados en el establecimiento, y principalmente por la presentación del producto y del establecimiento.

1.2.3.13 Posicionamiento

Mediante el modelo de David Aaker⁸, se ha estimado el posicionamiento inicial de nuestra empresa respecto a la competencia tomando en cuenta varios factores, a los cuales se les

⁸ Aaker, D., “How to select a Business Strategy”, California Management Review; Vol. XXVI, No 3, 1984. Modelo para posicionar a una empresa respecto a sus competidores basado en factores de éxito clave - FEC.

asigna un peso y una calificación subjetiva. El detalle se lo indica en el anexo 6, y la gráfica siguiente muestra el resumen del mismo.

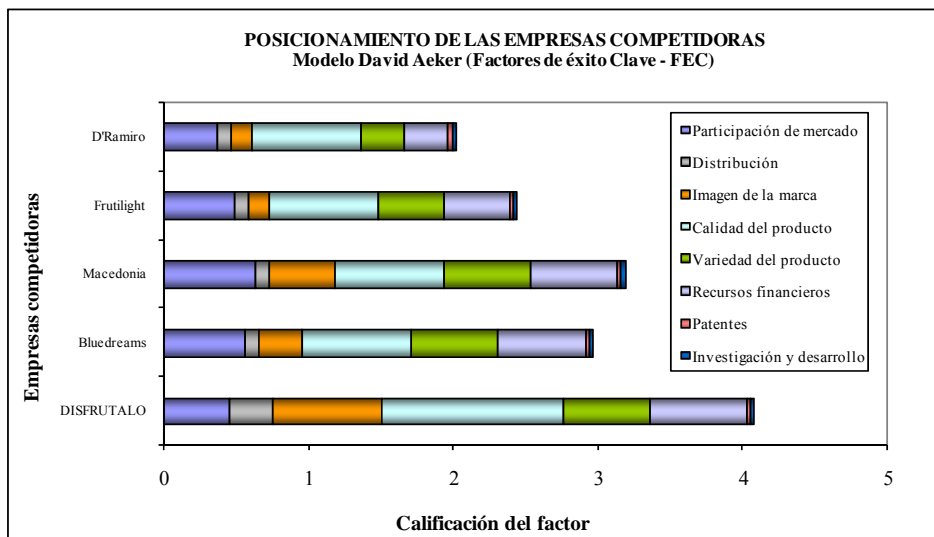


Gráfico 1.9: Posicionamiento de las empresas competidoras.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

1.2.4 Datos básicos del proyecto

El anexo 7 muestra los datos básicos del proyecto a ser empleados en adelante.

1.2.5 Tamaño del mercado global

1.2.5.1 Nivel total de consumo en unidades y dólares del producto/servicio.

Las proyecciones de ventas del mercado total de bebidas a base de frutas frescas, ensaladas y alimentos comestibles, expresados de forma mensual para el primer año, y anual para los subsiguientes, se calculan a partir del anexo 8, y se muestran en el anexo 9. Las primeras ventas se efectuarán desde enero del 2012. La tabla subsiguiente resume las ventas anuales del mercado total y mercado meta.

FRACCION DEL MERCADO Y VENTAS ANUALES TOTALES					
(PERIODO 5 AÑOS)					
Periodos de venta (años)	2012	2013	2014	2015	2016
	Total	Total	Total	Total	Total
Fracccion promedio del mercado	7.44%	8.50%	9.10%	9.70%	10.30%
Mercado global (u)	2.940.865	2.940.865	2.940.865	2.940.865	2.940.865
Volumen de ventas (u)	218.831	249.956	267.601	285.246	302.891
Volumen de ventas (\$)	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782

Tabla 1.4: Fracción de mercado y ventas anuales de los productos.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

1.2.5.2 Tendencia del número de usuarios y de los patrones de consumo del producto/servicio.

El estudio de IPSA GROUP⁹ en el Ecuador, indica que la tendencias en el consumo de jugos naturales presentan un crecimiento en litros del 17% en el primer semestre del 2008, comparado con el mismo período de 2007.

Por su parte, la investigación del consumo de frutas y verduras realizada en el 2009 por el programa Aliméntate Ecuador del MIES, señala que el 35% de los ecuatorianos de la región costa consume diariamente jugos naturales, porcentaje que valida la preferencia del 35,9% de los encuestados por las bebidas a base de frutas, obtenido en este estudio de mercado, lo que permite observar un patrón de consumo de bebidas apegada a lo natural.

1.2.5.3 Factores que pueden afectar el consumo actual o futuro (condiciones sociales, económicas, políticas, tecnológicas, etcétera).

El consumo de las bebidas naturales a base de frutas, puede ser perturbado positivamente por las estrategias del gobierno a través programa Aliméntate Ecuador del MIES para motivar al consumo de frutas y verduras todos los días³.

1.2.6 Tamaño de mi mercado

1.2.6.1 Determinación del mercado objetivo

Para determinar el tamaño del mercado objetivo, se partió del total de la población urbana de la ciudad de Santo Domingo, exceptuando aquellos que están bajo la línea de la pobreza definida por el INEC y que fueron descritas en el punto 1.2.2.1 de este estudio; esto es 182.934 habitantes; de los cuales, se entrevistarían a los mayores de 18 años, es decir, que se tendría una población de 117.840 personas. Con el cual se definió el tamaño de la muestra a analizar, a través del análisis estadístico aleatorio simple de una proporción esperada¹⁰, así:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- n: Tamaño de la muestra

⁹ Jugos calman la sed de consumidores. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/juegos-calman-la-sed-de-consumidores-304787.html>

¹⁰ Fórmula para determinar el tamaño de la muestra a través del análisis estadístico denominado muestreo aleatorio simple de una proporción esperada del texto de Manuel Vivanco, "Muestreo estadístico: Diseño y aplicaciones".

- N: Total de la población
- Z_{α}^2 = confiabilidad
- p = proporción esperada (probabilidad de éxito)
- q = 1 – p
- d = precisión (error).

Así que para determinar las características del mercado se toma la población N de 117.840 personas, con un nivel de confianza $Z_{\alpha}^2 = 95\%$, un error de muestreo $d = 5\%$, y una proporción esperada $p=0,9$. Este último dato, es decir la proporción esperada, es el resultado de haber realizado una encuesta preliminar de una sola pregunta preliminar a 30 personas, y que permitió conocer si el negocio tendría probabilidad de éxito. La encuesta preliminar y su resultado se muestran en el anexo 10.

Por lo que la muestra estará compuesta por 138 personas, quienes se subdividieron de acuerdo a la estratificación del INEC señalada en el punto 1.2.2.1. La tabla siguiente resume los resultados.

CALCULO DEL NUMERO DE PERSONAS A SER ENCUESTADAS EN SANTO DOMINGO SEGÚN LA EDAD - 2010 [EXCEPTUANDO MENORES A 18 AÑOS Y EXCEPTUANDO PERSONAS QUE ESTAN BAJO LA LINEA DE POBREZA]		
RANGO DE EDAD	ENCUESTADOS	%
Mayor a 60	25	18,2%
Entre 45 y 59	32	22,9%
Entre 30 y 44	36	26,4%
Entre 18 y 29	45	32,4%
TOTAL	138	100%

Tabla 1.5: Muestra a ser encuestada, según la edad.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

Una vez conocido las características de los compradores potenciales descritas en el punto 1.2.2.1 de este estudio, y con el objeto de determinar el tamaño del mercado objetivo de la muestra y consecuentemente el de la población, se han considerado adicionalmente que los consumidores tengan las siguientes características:

- Alta preferencia por el nombre de la juguería.
- La publicidad preferida sea a través de medios radiales
- Las promociones preferidas sean a través de cupones de descuento.

Esto en conjunto, permitió determinar que el mercado objetivo sea de 3.416 personas, con un consumo promedio mensual de 17.932 unidades de productos. Es decir, que de acuerdo a la frecuencia de consumo fijada en al menos 3 veces por mes, cada persona consumiría

en promedio 1,75 productos/ visita. El detalle completo del cálculo del mercado objetivo, el cual parte del mercado total visto en el anexo 8, se muestran en el anexo 11.

1.2.6.2 Fracción de mercado

De acuerdo a las características del negocio, calidad del producto, y los servicios brindados, se espera que la fracción inicial de mercado sea 7,31%, y tenga un crecimiento mensual en 0,05%. Sin embargo, al ser una empresa nueva se ha considerado que tal valor inicial será menor, alrededor de 4,02%, y el crecimiento durante los 3 primeros meses se considerará más rápido que el restante, es decir un promedio de 2,44% desde su puesta en operación, para luego acoplarse al crecimiento mensual de 0,05%, y obtener un crecimiento promedio anual del 0,6%. Este crecimiento responde a la curva que se muestra en el gráfico subsiguiente.

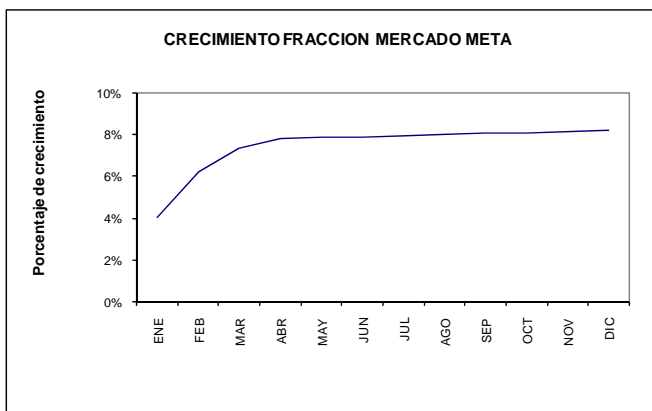


Gráfico 1.10: Fracción de mercado meta y su crecimiento

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

Por ello, durante los 3 primeros meses los volúmenes de venta en unidades serán menores a los calculados y responderán al comportamiento de la fracción de mercado.

Por otro lado, se menciona que para el periodo total de estudio, no está previsto un crecimiento de la población, o aumento de la demanda de productos.

1.2.6.3 Datos básicos del Análisis del Mercado.

Los datos básicos de análisis de mercado para el periodo de estudio se lo presenta la tabla siguiente.

PRESUPUESTO DE VENTAS						
DESCRIPCION	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	
	2012	2013	2014	2015	2016	
Volumen estimado de ventas						
Bebidas	107.510	122.801	131.469	140.138	148.807	
Alimentos comestibles	96.072	109.737	117.483	125.230	132.977	
Ensaladas de frutas	15.250	17.419	18.648	19.878	21.107	
Precio de venta (\$/unidad)						
Bebidas	1,75	1,82	1,90	1,98	2,06	
Alimentos comestibles	1,26	1,31	1,37	1,42	1,48	
Ensaladas de frutas	2,60	2,71	2,82	2,94	3,06	
Valor total de ventas (\$)	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782	
Ventas de contado (\$)	100%	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Ventas a plazo (\$)	0%	0	0	0	0	0
Descuento por ventas de contado	0%	0	0	0	0	0
Ventas netas de contado		348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Total de ventas netas		348.720	415.005	462.914	514.110	568.782

Tabla 1.6: Presupuesto de ventas.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

Se menciona que se ha efectuado una clasificación de los productos por familias para un mejor manejo de los cálculos y análisis de resultados del estudio; así por ejemplo, se puede observar los precios promedios ponderados de cada familia de productos. El detalle mensual del primer año se puede revisar en el anexo 12.

1.2.7 Encuesta para realizar el análisis del mercado.

Para realizar el análisis apropiado del mercado de bebidas y alimentos comestibles de la ciudad de Santo Domingo, se optó por desarrollar una encuesta que contiene 17 preguntas con varias opciones de respuesta, las cuales se muestran en el anexo 13. Los resultados generales obtenidos mediante el programa estadístico SPSS, se presentan en el anexo 14.

1.3 PLAN DE MARKETING

1.3.1 Estrategia de precios

1.3.1.1 Políticas de precio de la competencia.

Las políticas de precio de la competencia son las siguientes.

- Existe un precio de cada producto para todos los clientes.
- Los precios no pueden variar por consumos al por mayor.
- Los precios son función de un porcentaje sobre el costo de ventas.

1.3.1.2 Precio previsto.

Para el cálculo de los precios de venta de los productos, se ha definido en función del rendimiento deseado, inversiones fijas y variables, costos totales, obteniendo un precio

promedio ponderado calculado de \$1,59 para la familia de productos durante el primer año. Esto conjuntamente con los porcentajes de venta, y la relación de costos entre productos, permitió calcular los precios referenciales de venta por familia y por producto. Su detalle completo se lo encuentra en el anexo 15.

El anexo 16, entre otros datos, muestran los precios de venta resultantes por familia y por producto, ajustados para la comercialización. Estos se resumen en la presente tabla.

Precio de los productos			
Descripción	U	Unitario	Ponderado por familia
Precio extracto	\$	2,05	1,75
Precio jugo	\$	1,50	
Precio batido	\$	1,70	
Precio zumo	\$	1,90	
Precio ensalada	\$	2,60	2,60
Precio sanduche	\$	1,55	1,26
Precio bolón	\$	1,20	
Precio humita	\$	1,10	
Precio postre	\$	1,50	
Precio empanada	\$	1,00	
Precio tamales	\$	1,35	
Precio pasteles	\$	1,15	
Precio hayacas	\$	1,45	
Precio quimbolitos	\$	0,90	
PROMEDIO PONDERADO	\$		1,59

Tabla 1.7: Precio de los productos.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

1.3.1.3 Margen de utilidad unitario mínimo para cubrir inversión y rendimiento mínimo.

Los precios de los productos calculados en el anexo 16, fueron ajustados para la venta, así se obtiene un precio promedio ponderado de \$ 1,59. Por otro lado, el costo promedio de todos los productos calculado según el costo total y la cantidad de unidades vendidas, mostradas más adelante en el cálculo del punto de equilibrio, es \$1,54; lo que nos proporciona una utilidad unitaria mínima de \$ 0.05.

1.3.1.4 Posibilidad de que el precio previsto le brinde al producto una entrada rápida en el mercado.

Es claro que los precios de los productos a comercializar están por encima del promedio de los precios de la competencia, pero no son un impedimento ya que de acuerdo al análisis efectuado, nuestro mercado objetivo, estaría dispuesto a pagar los precios ajustados. Así, en el estudio de mercado se puede observar que, el rango de aceptación de precios de

bebidas y alimentos comestibles se ubica entre \$1,5 y \$2,5, y el de las ensaladas de frutas se ubica entre \$2,5 y \$3,5.

1.3.1.5 Potencial de expansión en el mercado previsto.

Para el estudio no se ha considerado la expansión del mercado total y el mercado potencial, en términos de crecimiento por población o por incremento en las preferencias por este tipo de negocio. En cuanto al potencial de expansión en el mercado objetivo previsto, se ha estimado un ligero crecimiento anual de la fracción de mercado en 0,6%, por las características con que contará el negocio. No se espera un crecimiento mayor, ya que el mercado de juguerías tiene una rivalidad media alta, barreras de entrada bajas y amenazas de sustitución altas.

1.3.1.6 Justificación para un precio diferente al de la competencia.

El rendimiento deseado de la familia de productos se ha definido considerando el costo de capital requerido por los accionistas, es decir 22%, porcentaje que permitió establecer los precios de cada uno los productos que se elaborarán. Por los factores que intervienen en su cálculo, como inversiones y costos totales que permitirán proporcionar los principales requerimientos de nuestro mercado objetivo, se obtienen precios superiores de los productos que difieren de la competencia.

1.3.1.7 Posibles niveles de variación de precios para resistir una guerra de precios.

Ante una guerra de precios, los precios de mis productos podrían bajar solo un 5,31%, es decir \$0,082, antes de que el proyecto deje de ser rentable.

Por el contrario, si la guerra de precios se la considera en términos de utilidad, en el primer año los precios de mis productos podrían bajar solo un 3,3%, es decir, \$0,05, antes de que se consigan utilidades negativas.

1.3.1.8 Analice las relaciones precio-volumen-utilidad. Ayúdese de un esquema de punto de equilibrio.

Luego de hacer un análisis precio-volumen-utilidad, se observa que en el primero año para llegar al equilibrio se deben vender 204.596 unidades de producto, al precio promedio ponderado de \$1,59 para obtener un volumen de ventas de \$ 326.036. Del estudio efectuado, se espera vender 218.831 unidades y obtener \$ 348.719. Obsérvese la tabla y el gráfico subsiguientes. El detalle completo se verá en el Análisis de Costos del capítulo 7.

Calculo del punto de equilibrio	2012
Costo total	337.359,2
Volumen de ventas (\$) - Vneg (\$)	348.719,8
Unidades producidas - Qneg (unidades)	218.831,5
Costo promedio (\$)	1,542
Costo variable unitario <u>ponderado</u> (\$)	0,795
Precio unitario ponderado (\$)	1,594
Contribución marginal unitaria <u>ponderada</u> (\$)	0,798
Punto de equilibrio - Veq (\$)	326.035,9
Punto de equilibrio - Qeq (unidades)	204.596,7
Utilidad (pérdida) (\$)	\$ 11.360,60

Tabla 1.8: Calculo punto de equilibrio.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

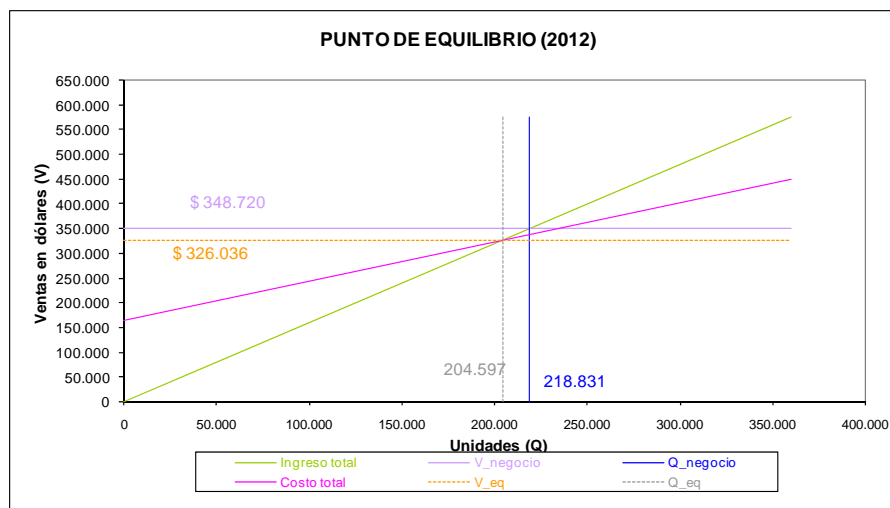


Gráfico 1.11: Punto de equilibrio

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

1.3.1.9 ¿Qué descuentos planea ofrecer? ¿Por volumen o por pronto pago?

Con el objeto de incentivar el consumo de baja demanda para cinco días de cada mes, estimados inicialmente como los jueves de acuerdo a lo presentado en la competencia, se proporcionarán cupones que incorporen un descuento del 10% del precio de venta para el consumo de bebidas; promoción que responde a las preferencias del mercado potencial en un 50% y un 100% al mercado objetivo. Lo que se observa brevemente en el presente gráfico.



Gráfico 1.12: Promociones preferidas.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

1.3.1.10 Política de cartera.

Por el tipo de negocio y la magnitud de los precios de venta, se menciona que todas las ventas serán de contado.

1.3.2 Estrategia de Venta

1.3.2.1 Clientes iniciales.

Se espera que los primeros clientes sean los que tengan las características del mercado potencial y principalmente los del mercado meta, o en su defecto, aquellos que circulen en las cercanías del establecimiento y los que hayan recibido la publicidad implementada en las estrategias promocionales: oficinistas y deportistas, etc.

1.3.2.2 Clientes que recibirán el mayor esfuerzo de venta

Los clientes que recibirán el mayor esfuerzo de ventas serán los que pertenecen al mercado objetivo, cuyo porcentaje respecto al mercado total es 7,4%; valor obtenido de dividir 3.416 consumidores del mercado objetivo para el mercado potencial de 42.695, los cuales son calculados en el anexo 8. Los consumidores de éste mercado, buscan un cambio en su dieta a través de productos naturales, nutritivos, saludables y frescos; y, a más de las estrategias promocionales, serán atraídos mediante la exposición del menú en una mampara llamativa lumínica y el empleo de un medio audiovisual ubicado a la entrada del establecimiento, el cual mostrará varios productos y su forma de preparación. Sin mencionar el menú impreso que se proporcionará al consumidor una vez que haya decidido efectuar su compra.

Así mismo, en vista de que la opción de entregas a domicilios sería empleada en un 75% por el mercado total como se observa en el gráfico siguiente, y 100% por el mercado potencial, se optará por este servicio a través de pedidos a través de página web y llamadas telefónicas.



Gráfico 1.13: Preferencia para el consumo de bebidas a domicilio.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

1.3.2.3 Mecanismos de identificación de clientes potenciales y formas de establecer contactos con ellos.

Para nuestro negocio, los mecanismos de identificación de los clientes potenciales serán a través de la publicidad en el sector, a través de radio y televisión, y a través de los amigos de los clientes iniciales. Por ello, es importante la satisfacción de esos primeros consumidores, ya que ellos serán un medio para establecer contacto indirecto con los clientes potenciales. El siguiente gráfico permite observar la forma de contacto preferida de los consumidores del mercado total.

1.3.2.4 Características del producto o servicio (calidad, precio, entrega rápida y cumplida, garantías, servicios, etcétera) que se enfatizarán en la venta.

Las características del producto que se enfatizarán en la venta son las propiedades nutritivas de las bebidas, su beneficio sobre la salud, la higiene en la preparación, la variedad de los ingredientes, la excelente atención al cliente del talento humano, las bondades del establecimiento, y la presentación distintiva del producto a través de una marca propia denominada "Disfrútalo".

Finalmente, una característica que adicional que se enfatizará en la venta será el empleo de la lengua nativa de la cultura Tsáchila, el Tsafiqui, sobre algunas bebidas de frutas, y con ello contribuir a impulsar el consumo local.

1.3.2.5 Cubrimiento geográfico inicial.

Inicialmente se cubrirá el área urbana de la ciudad de Santo Domingo.

1.3.2.6 Plan de ampliación geográfica.

Posteriormente, de acuerdo a los resultados en la ciudad de Sto. Domingo en cuanto a la respuesta de los consumidores, y luego del respectivo estudio de mercado, se optaría por ubicar un establecimiento adicional en otra ciudad de la costa, como Quevedo.

1.3.3 Estrategia Promocional

1.3.3.1 Mecanismos y/o medios para llevar el producto a la atención de los posibles compradores.

Los primeros mecanismos para llevar el producto a la atención de los posibles compradores, se basarán en la entrega de trípticos con la información resumida de los productos elaborados por “Disfrútaló”. Sin embargo, se optará principalmente por la difusión promocional a través de los medios televisivo y radial de la localidad, definidos por los consumidores del mercado potencial, y que se han plasmado en el gráfico sucesivo.

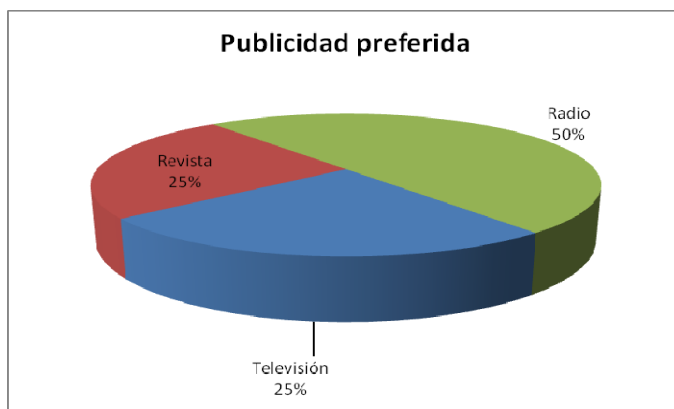


Gráfico 1.14: Medios publicitarios preferidos por los consumidores potenciales.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

Una vez que se tenga la atención del comprador, la siguiente estrategia promocional será el la difusión de la marca “Disfrútaló” a través de una etiqueta impresa en los envases de las

bebidas o adherida en los envases de los alimentos comestibles. Etiqueta que se visualiza a continuación:



Gráfico 1.15: Etiqueta de la marca Disfrútaló.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Diseño del autor.

1.3.3.2 Ideas básicas para presentar en la promoción.

Entre las ideas básicas que se incluirán en la publicidad están:

1. La difusión de la marca “Disfrútaló”.
2. Beneficios nutritivos y saludables de las bebidas a base de frutas.
3. Enfatizar que las frutas son del día.
4. Resaltar que los alimentos comestibles son elaborados en el establecimiento.
5. Presentación distintiva e higiene de elaboración de los productos, integrados con el nivel de calidad de sus ingredientes y la opción de seleccionarlos.
6. Servicio o atención al cliente relacionadas con cortesía y rapidez.
7. Bondades que ofrecerá el establecimiento.
8. Diversidad de canales de distribución para efectuar los pedidos.

1.3.3.3 Mecanismos de ayuda a la venta.

A pesar de que no está dentro de las preferencias de los encuestados, adicionalmente se optará inicialmente por el empleo de trípticos, y de forma permanente a través de una página web, la cual servirá no solo para realizar pedidos sino para publicitar el modelo de negocio.

1.3.3.4 Programa de medios (frecuencia, valor).

El programa de medios se muestra en la tabla siguiente:

PROGRAMA DE MEDIOS			
TIPO	FRECUENCIA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Televisión	Primer trimestre. Tres cuñas diarias de L-V en horario rotativo de 09:00 a 18:00 es \$350 sin IVA. En Zaracay TV	350,00	1050,00
Radio	Los 3 ultimos trimestres de año. Dos cuñas diarias de L-V en horario rotativo de 09:00 a 18:00 es \$528 sin IVA. Radio Zaracay	426,40	3837,60
Alojamiento y dominio de pagina web y tripticos	El hosting manejado y el dominio será a través de ecuaideas	-	75,00
Total promoción y publicidad			4962,60

Tabla 1.9: Programa de medios.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Proveedores locales obtenidos del estudio de mercado de los autores.

1.3.4 Estrategia de Distribución

1.3.4.1 Canales de distribución que usará

Con el objeto de tener mejor control y diferenciación perceptible del servicio, y principalmente por el tipo de negocio, se optará por la venta directa.

1.3.4.2 Métodos de despacho y transporte.

Los métodos de despacho serán a través de envases descartables. Para el caso de entrega a domicilio, se efectuará a través de un repartidor enrolado a la empresa, quien realizará la entrega mediante el empleo de una motocicleta, cuyo servicio de alquiler será contratado por la empresa.

1.3.4.3 Problemas de bodegaje.

No existirán problemas de bodegaje por las características de rápido consumo de los productos. Sin embargo, se mantendrán políticas para mantener un número mínimo de los envases principales. Para ello, los pedidos se efectuarán semanalmente, así:

- 2100 envases y sorbetes para bebidas.
- 2200 envases y tenedores para ensaladas y alimentos comestibles.

1.3.5 Políticas de Servicios

1.3.5.1 Términos de las garantías.

Los términos de las garantías son los siguientes:

- Las bebidas y ensaladas de frutas deben ser consumidas en un máximo de una hora luego de haber sido preparadas y sin haber sido expuestas al calor.

- Los alimentos comestibles deben ser consumidos en un máximo de 10 horas luego de haber sido entregados al consumidor.
- Las bebidas no deben ser mezclados con otros ingredientes.
- Por devoluciones de productos no se deben efectuar reembolsos de dinero, solo en casos de reincidencia de una inconformidad.
- Las entregas a domicilio que no se efectúen dentro del periodo máximo de tiempo, recibirán el producto de forma gratuita.

1.3.5.2 Tipos de servicios a clientes.

A más de las características de higiene y calidad contempladas para la elaboración de los productos a base de frutas y alimentos comestibles; los tipos de servicios a clientes serán:

- Respuesta rápida en la elaboración de los productos. Tales tiempos se los revisará en el capítulo 3 al determinar el cálculo del número de empleados de la empresa en función de los tiempos necesarios para elaboración de productos.
- Servicio a domicilio dentro de un radio de 3 kilómetros alrededor del establecimiento, con un tiempo máximo de distribución de 20 minutos.
- Entrega de un nuevo producto idéntico al solicitado, por inconformidades con el producto entregado, y habiendo cumplido con las garantías establecidas; para lo cual el jefe del establecimiento o el responsable de turno lo efectuará directamente atendiendo las observaciones del cliente.
- Uso gratuito de las bondades que posee el establecimiento, tales como:
 1. Internet inalámbrico
 2. Revistas y periódicos
 3. Área de recreación para niños
 4. Muro para dejar huella

1.3.5.3 Mecanismos de atención a clientes.

Los mecanismos generales de atención a los clientes:

1. Pedidos a la mesa.
2. Pedidos para llevar.
3. Pedidos a domicilio.
 - A través de la página web.
 - A través de llamada telefónica.

1.3.5.4 Políticas de cobro de servicios.

En cuanto a las políticas de cobro de servicios se tiene:

- Para todos los consumidores los cobros serán de contado.
- Para el consumo fuera del establecimiento los cobros serán al tomar la orden.
- Para el consumo dentro del establecimiento los cobros serán al final de dicho consumo.

1.3.5.5 Compare su política de servicios con los de la competencia.

Al comparar las políticas de servicios de la empresa con las de la competencia, se observa que nuestra empresa tiene especial interés en la calidad de los ingredientes y productos, excelencia en la atención al cliente, menores tiempos de respuesta del servicio, mayores medios para hacer llegar los productos a los consumidores, y varios servicios de entretenimiento, que lo destacan y que no posee la competencia

1.3.6 Tácticas de Ventas

1.3.6.1 ¿Tendrá fuerza propia de ventas o recurrirá a representantes de ventas o distribuidores? ¿Cuál será el costo del servicio?

Disfrútalo tendrá inicialmente fuerza propia de ventas, la cual radica en el personal de atención al cliente.

1.3.6.2 Describa los descuentos que dará a mayoristas y minoristas y compárelos con los brindados por su competencia.

Adicionalmente, a través de la implementación de descuentos en el consumo de bebidas durante los días de baja demanda, se impulsará el consumo de los productos. Los descuentos contemplados serán del 10% sobre el precio de venta de las bebidas. Se menciona que la competencia no dispone de ningún tipo de descuento.

1.3.7 Planes de Contingencia

En caso de que alguna de las estrategias no se pueda llevar a cabo o no sea efectiva, se podrían optar las siguientes acciones correctivas o alternativas, según la estrategia, así para las:

- Estrategias de precios; se tendría la opción de reducir el precio de todos los productos hasta un valor máximo de 3.1% a través de descuentos

promocionales; o adicionar descuentos del 10% en todos los productos en horarios seleccionados.

- Estrategias de venta; se realizaría adicionalmente énfasis al consumo de productos para los posibles consumidores mayores de 60 años, con lo que se podrían mejorar ligeramente las ventas. Así mismo, se optaría también por enfocar las estrategias de venta a los consumidores que les interese el parqueadero.
- Estrategias promocional; se tendría la opción de eliminar la publicidad en un par de trimestres del año, y a través de la pagina web.
- Estrategia de distribución; se optaría por no realizar entregas a domicilio, y se daría prioridad a la atención dentro del establecimiento con el fin de reducir costos de mano de obra y alquiler de vehículo

2 ANÁLISIS TÉCNICO

2.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

2.1.1 Especificaciones del producto.

2.1.1.1 Bebidas

De acuerdo a la preferencia de bebidas a base de frutas descritas en el capítulo 1, los productos bebibles a ser elaborados son los siguientes:

1. Batidos: combinación de frutas y leche.
2. Jugos: combinación de frutas y agua.
3. Extractos: exclusivamente el jugo extraído de una o varias frutas.
4. Zumos: combinaciones de extractos de frutas con verduras.

La selección de las materias primas para la elaboración de bebidas está realizada en base a los gustos y preferencias del mercado objetivo resultante del estudio de mercado. Los diferentes tipos de bebidas serán preparadas con un solo tipo de frutas o en variadas combinaciones como se observaron en el capítulo 1.

Los envases en los que se servirán las bebidas serán de dos tipos: vidrio y desechables. Los tamaños tales envases, serán de 12 onzas, 16 onzas y 22 onzas. Los envases, bajo diseños especificados a los proveedores serán obtenidos en la ciudad de Guayaquil, y servirán para el consumo dentro del establecimiento y fuera de él.

- Los envases de vidrio serán muy variados en cuanto a su forma y presentación, diferenciándose de los modelos tradicionales;
- Los vasos desechables, de características biodegradables y ecológicas, se identificarán por tener una presentación multicolor y distintiva, con un tinte del momento del entorno; y la presentación llevará nuestra marca y cortos mensajes relacionados con los beneficios del consumo de frutas en la salud.

Finalmente que el consumo de las bebidas en estos envases, se podrá realizar con sorbetes.

2.1.1.2 Ensaladas de frutas y alimentos comestibles

Adicionalmente a las bebidas de frutas, inicialmente se elaborarán solo:

1. Ensaladas de frutas
2. Sánduches
3. Bolones
4. Humitas

5. Postres
6. Empanadas
7. Tamales
8. Pasteles
9. Hayacas
10. Quimbolitos.

Estos productos se elaborarán tomando como referencia las recomendaciones de ingredientes y cantidades propuestas en varias recetas de revistas de cocina nacional.

Todos los productos comestibles, sea su consumo dentro o fuera del establecimiento, serán comercializados en recipientes desechables transparentes con una presentación elegante e identificada con el distintivo de la empresa. Los tenedores, cucharas, o similares también serán del tipo desechable.

Los productos tendrán cualidades diferenciadoras en la presentación; la atención especializada de un talento humano; las bondades al interior del establecimiento como la disponibilidad del área con internet inalámbrico gratuito, revistas, prensa del día, y un área de recreación para niños; el diseño del establecimiento con un ambiente de estilo moderno, acogedor e impecablemente limpio; y los adicionales canales de distribución. Ello sin dejar de señalar que las materias primas principales para la elaboración de los productos finales y sus respectivos procesamientos estarán siempre a la vista del consumidor.

2.1.2 Diagrama básico de flujo.

Se muestran tres diagramas de flujos que recogen los procesos de atención a los clientes acorde a los mecanismos generales de atención a los clientes antes vistos.

2.1.2.1 Pedidos a la mesa.

Para los pedidos a la mesa, el proceso se resume así:

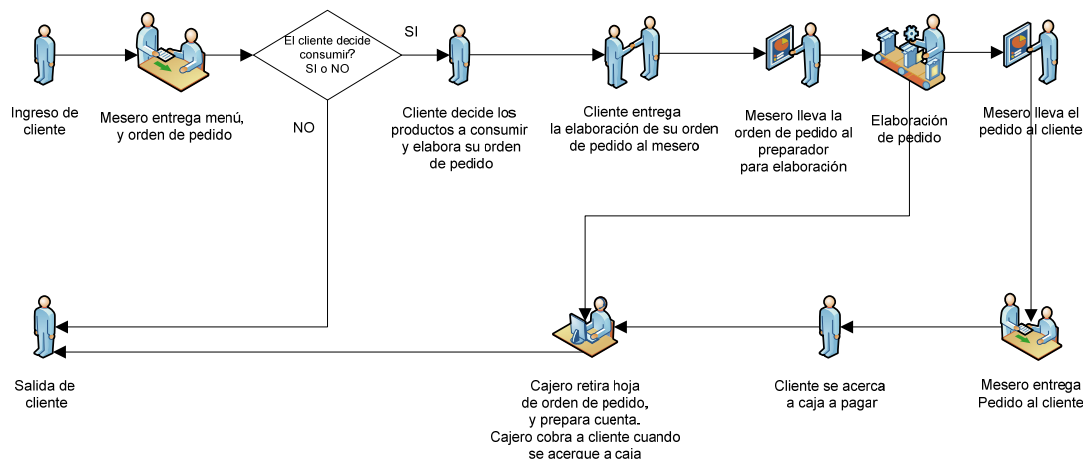


Gráfico 2.1: Proceso del negocio donde el cliente solicita el pedido en el establecimiento.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Diseño del autor.

1. El mesero entregará un menú gráfico con los precios y orden de pedido, y realizará algunas sugerencias de acuerdo a las recomendaciones previamente establecidas por un nutricionista y un gastrónomo.
2. Luego de que el cliente registre su pedido, el mesero llevará la orden de pedido al personal operativo para su inmediata elaboración.
3. Mientras los consumidores esperan su pedido, el personal de entretenimiento se acercará a la mesa a ejecutar un breve acto de recreación. Así mismo los consumidores tendrán la alternativa de solicitar una de varias tablas de juegos para su distracción, o hacer uso de los servicios de recreación del establecimiento.
4. Una vez listo el pedido, el personal operativo lo entregará al mesero y la orden de pedido a caja.
5. El mesero, llevará el pedido a la mesa y los servirá.
6. Una vez que el consumidor termine su orden, se acercará a pagar la cuenta a la caja, donde estará lista su factura.

2.1.2.2 Pedidos para llevar.

Para los pedidos para llevar, el proceso se resume así:

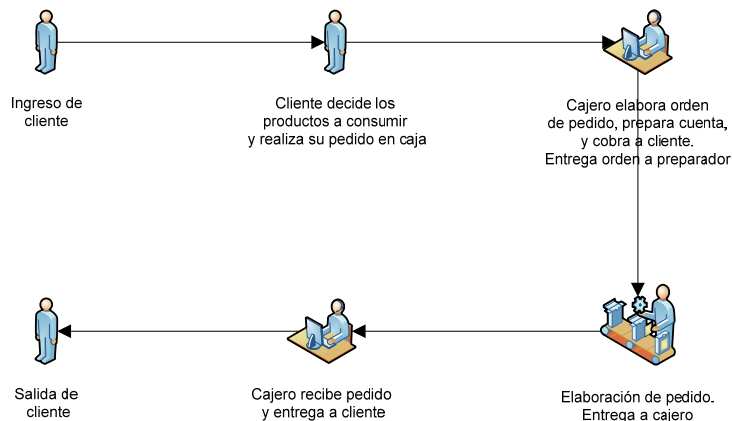


Gráfico 2.2: Proceso del negocio donde el cliente solicita el pedido para llevar.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Diseño del autor.

1. La cajera entregará el menú principal, y previa sugerencias, tomará los pedidos de los clientes en la caja, y efectuará el cobro.
2. La cajera entregará el pedido al preparador de jugos para su inmediata elaboración.
3. Mientras los consumidores esperan su pedido, podrán hacer uso de los servicios de recreación del establecimiento.
4. Una vez listo el pedido, el preparador entregará la orden la cajera y ésta al cliente.

2.1.2.3 Pedidos a domicilio.

Para los pedidos a domicilio, el proceso se resume así:

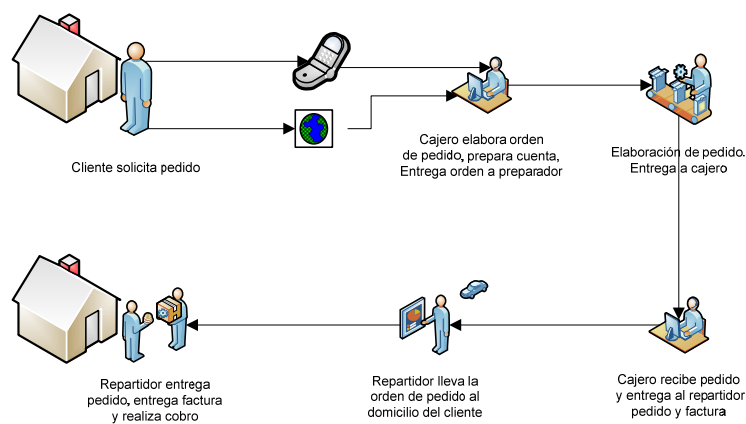


Gráfico 2.3: Proceso del negocio donde el cliente solicita el pedido a través de otros medios.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Diseño del autor.

Para ello existen 2 alternativas:

- ✓ Para el pedido a través de la página web,
 1. Inicialmente, por una sola vez, los clientes deberán registrar sus datos en la página web del establecimiento.
 2. Una vez revisado el menú virtual efectuará el pedido. En ese momento el cliente conocerá el valor de su pedido.
 3. Cuando el pedido esté listo será transportado y entregado en el domicilio
 4. El cobro se efectuará en el domicilio una vez que haya recibido el pedido.
- ✓ Para el pedido a través de llamada telefónica.
 1. Inicialmente, por una sola vez, los clientes deberán registrar su número de teléfono en el establecimiento o en la página web. Si no lo ha efectuado, se devolverá la llamada para confirmar la información.
 2. El cliente realiza la llamada telefónica y realiza su pedido. Para ello, se instruirá al consumidor con los productos del menú, eso en caso de que no lo conozca. En ese momento el cliente conocerá el valor de su pedido.
 3. Cuando el pedido esté listo, será transportado y entregado en el domicilio
 4. El cobro se efectuará en el domicilio una vez que haya recibido el pedido.

2.1.3 Materias primas básicas y consumos unitarios de materias primas, insumos, servicios

Referente a las materias primas e insumos, se señala que:

- El detalle de los consumos unitarios según el tipo de bebida se muestra en el anexo 17, y el costo promedio histórico de las frutas se muestra en el anexo 18
- El detalle de los consumos unitarios según el tipo de ensalada de frutas o alimentos comestibles se muestra en el anexo 19.
- El costo de los alimentos comestibles y otros insumos necesarios en la preparación de los productos finales se muestra en el anexo 20.
- Finalmente, el anexo 21 muestra un resumen del ciclo de vida y forma de conservación de la materia prima e insumos a emplearse.

La compra de materias primas se gestionará con varios proveedores importantes de la ciudad con el fin de tener los menores costos sin perder la calidad.

2.1.4 Maquinaria y Equipo requerido.

La maquinaria y equipo requerido para la elaboración de los productos, se visualiza en la tabla siguiente.





MAQUINARIA Y EQUIPO REQUERIDOS		
ITEM	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO	IMAGEN
1	Blending Station Advance	
2	Extractor Oster 3168	
3	Refrigerador de autoservicio de puerta corrediza	
4	Microonda PANASONIC NN-GD568S	

Tabla 2.1: Principales maquinarias y equipos para elaboración de productos.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Varios proveedores del estudio de mercado de los autores.

2.1.5 Desperdicios.

Los principales desperdicios provendrán de la pulpa residual, cáscaras y semillas de las frutas que servirán para la preparación de las bebidas y ensaladas de frutas, así como los sobrantes orgánicos de los ingredientes que hayan servido para la elaboración de los alimentos comestibles. Así mismo, se constituirán en residuos orgánicos, todos los dejados por los consumidores; los cuales se eliminarán por el canal de recolección habitual de la ciudad. Posteriormente se analizará la factibilidad de emplear los desechos de las pulpas de frutas para elaborar otros productos relacionados con la panificación.

Otros desperdicios son los inorgánicos, entre ellos: vasos y utensilios descartables que hayan sido utilizados por los consumidores, los cuales serán reciclados y posteriormente vendidos a pequeños recicladores que los compran.

2.1.6 Condiciones de calidad.

Las condiciones de calidad de los productos están relacionadas con:

1. La calidad de las materias primas; por ello, los proveedores deben garantizar la frescura y calidad de las mismas; y en los casos donde aplique, se seleccionarán materias primas e insumos de marcas reconocidas que serán adquiridas en los principales centros mayoristas.
2. El proceso de elaboración; el cual está supeditado a los sistemas de control más adelante revisados.

3. La presentación propia del producto; la que debe tener todos los elementos necesarios para que sean entregados al consumidor final.

2.2 FACILIDADES

2.2.1 Ubicación geográfica exacta de la planta.

El lugar más conveniente, de acuerdo a las condiciones constructivas, afluencia de personas, y disponibilidad en el tiempo, es el inmueble que está ubicado en la Av. Quito y Río Mulaute. Sin embargo, las características de este y otro inmueble que pueden alquilarse muestran en la tabla siguiente.

Crterios	Local 1	Local 2
Localización	Av. Quito y Río Mulaute	Av. Abraham Calazacón y Yanuncay
Superficie aproximada (m2)	150	200
Precio alquiler (\$/mes)	\$ 1.000	\$ 1.500
Disponibilidad (meses)	3	3

Tabla 2.2: Potenciales bienes inmuebles para alquiler

Elaborado por: El autor.

Fuente: Investigación local efectuada por los autores.

2.2.2 Facilidades de servicios (agua, energía, teléfono, alcantarillado, manejo de desperdicios).

Las facilidades de los servicios disponibles en el local escogido, se observan en la subsiguiente tabla.

Servicios básicos y otros requeridos para la Juguería
Telefonía
Agua potable
Internet
Televisión por cable
Electricidad 110 Voltios
Recolección de basura
Alcantarillado

Tabla 2.3: Facilidades de servicios del inmueble

Elaborado por: El autor.

Fuente: Investigación local efectuada por los autores

2.2.3 Posición relativa a proveedores y clientes.

La ubicación de nuestro proyecto se ubicaría en la zona comercial y bancaria de la ciudad de Santo Domingo, lo que es beneficioso para los fines del negocio, porque los

consumidores tienen mayor probabilidad de acceder al establecimiento. Respecto a los proveedores, es la más apropiada ya que las distancias son relativamente cortas para los que están ubicados dentro de la ciudad, como puede observarse en la tabla siguiente.

PROVEEDOR	NOMBRE GENERAL DEL SUMINISTRO	UBICACIÓN RESPECTO AL ESTABLECIMIENTO
La canasta	Materia prima para elaborar las bebidas a base de frutas	menor a 1 km
Plasticos el litoral	Insumos para utilizar en las bebidas y alimentos complementarios	otra ciudad
Grupo grafico abad	Insumos para utilizar en las bebidas y alimentos complementarios	otra ciudad
Gendisca	Insumos para utilizar en las bebidas y alimentos complementarios	otra ciudad
Muebles m- class	Muebles de oficina	menor a 1 km
Importadora castro	Utensilios de cocina y equipos audiovisuales	menor a 1 km
Ochoa hermanos	Equipos de cocina y refrigeracion	menor a 1 km
Equindeca cia. Ltda.	Equipo de licuado: blending	otra ciudad
Intel direct	Equipos de computacion	menor a 1 km
Distribuidora jerusalem	Equipos de higiene	menor a 1 km
Fritega s.a	Utensilios de cocina	menor a 1 km
D' Rosie	Muebles de oficina	menor a 1 km

Tabla 2.4: Ubicación relativa a proveedores

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

Se estima que el 80% de los proveedores más frecuentes tienen servicio de entrega a domicilio, mientras que los proveedores ubicados en otras ciudades brindan el servicio de ciudad a ciudad.

2.2.4 Facilidades de transporte.

El sector donde estará situado el establecimiento es de fácil acceso para los consumidores en general, ya que se encuentra en uno de las arterias viales de la ciudad.

2.2.5 Situación laboral de la localidad.

Respecto a la situación laboral de la localidad, se puede aseverar que la ciudad puede proporcionar el personal necesario con los conocimientos mínimos requeridos para la operación del negocio.

2.2.6 Área requerida.

Se estima que el área requerida para establecer el negocio se aproxima a 140 m².

2.2.7 Tipo de construcción.

El local requerido para el negocio debe ser nuevo o medianamente nuevo y construido en hormigón. Las dos alternativas planteadas anteriormente se ajustan a tales requerimientos.

2.2.8 Servicios especiales (aire, gas, grúas, agua, refrigeración, vapor, etcétera).

No se requieren servicios especiales para el funcionamiento.

2.3 EQUIPOS Y MAQUINARIAS

2.3.1 Especificación del proceso.

La especificación de los principales procesos para la elaboración de los productos finales, relacionados con el empleo de equipos y maquinarias, se resume así:

- Conservación en frío: Para mantener y refrigerar la materia prima y parte de varios insumos que necesitan refrigeración.
- Conservación en caliente: Para mantener caliente la mayoría de los alimentos comestibles.
- Licuado y extracción: Para el procesamiento de las frutas.
- Preparación y cocción: Para la preparación de los alimentos comestibles y/o calentamiento rápido, en caso de requerirlo.

2.3.2 Tipos de equipos y maquinarias.

Algunos, del extenso listado de los equipos y maquinarias que forman parte de los procesos antes mencionados, se presentan en la siguiente tabla.

LISTA DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS	
ITEM	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO O HERRAMIENTA O TRABAJO
1	Refrigerador de autoservicio de puerta corrediza
2	Vitrina comercial DUREX VDE15BB-1
3	Microonda PANASONIC NN-GD568S
4	Licuadora OSTER BPST02-B00
5	Blending Station Advance
6	Horno OSTER 6248
7	Tostadora Oster 3280
8	Sanduchera
9	Estractor Oster 3168
10	Exprimidor de citricos
11	Batidor OSTER 2601
12	Vitrina para alimentos calientes

Tabla 2.5: Lista de equipos y maquinarias.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Varios proveedores del estudio de mercado de los autores.

El listado completo de los equipos y maquinarias se presentan en el anexo 22.

2.3.3 Tamaño (capacidad) de equipos y maquinarias.

En lo que concierne a la capacidad de los equipos y maquinarias se denota que:

- Los equipos de conservación para refrigeración, calentamiento y cocción, pueden operar de forma continua e ininterrumpida.
- Los equipos de licuado también están diseñados para operar continuamente. No se sobrecalientan durante los volúmenes pico o cuando se usa ingredientes muy espesos.

2.3.4 Necesidades de infraestructura para el equipo y maquinaria

No se necesitan infraestructuras especiales (civiles y eléctricas) para el empleo del equipo y maquinaria. Las condiciones necesarias las proporcionará el inmueble donde estará asentado el negocio, con las adecuaciones mencionadas en el anexo 22.

2.3.5 Forma de adquisición de equipos (compra, arrendamiento, leasing).

La adquisición de maquinarias y equipos será realizada de contado, con fondos provenientes del crédito a obtener de una institución financiera y de la inversión de los socios.

2.3.6 Personal necesario.

El personal necesario que estará a cargo de los equipos principales y maquinarias es el grupo clasificado como personal operativo. El detalle del personal necesario se muestra en la tabla siguiente.

Número de trabajadores					
Descripción cargos	2012	2013	2014	2015	2016
Personal de operaciones					
Preparador bebidas + compras	3	3	3	3	3
Auxiliar preparador bebidas + compras	5	5	5	6	6
Total personal de operaciones	8	8	8	9	9

Tabla 2.6: Personal a cargo de equipos

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

2.3.7 Políticas de mantenimiento y repuestos.

Dentro de las políticas de mantenimiento se tendrá en cuenta las recomendaciones técnicas de los fabricantes, por lo que se efectuarán revisiones y mantenimientos periódicos ejecutados por personal calificado, de acuerdo a la siguiente tabla.

PERIODOS DE MANTENIMIENTO Y REPUESTOS		
EQUIPOS	REVISION	MANTENIMIENTO
EQUIPO DE LICUADO	MENSUAL	SEMESTRAL
EQUIPO DE COCCIÓN Y CONSERVACIÓN	MENSUAL	SEMESTRAL
REFRIGERACION	SEMESTRAL	ANUAL
AUDIOVISUALES	MENSUAL	SEMESTRAL
CLIMATIZACION	MENSUAL	SEMESTRAL
MUEBLES Y ENSERES	MENSUAL	ANUAL
EQUIPOS DE COMPUTACION	MENSUAL	SEMESTRAL

Tabla 2.7: Periodos de mantenimiento de equipos

Elaborado por: El autor.

Fuente: Recomendaciones de los proveedores del estudio de mercado de los autores.

2.3.8 Formas de operación.

En lo relacionado a las formas de operación de los equipos y maquinarias, se especifica que no existen procesos especiales. Los únicos equipos que son frecuentemente operados son los de licuado y extracción. Para ello, se procede así.

1. Colocación de las materias primas en su recipiente
2. Encendido del equipo para el procesamiento de las materias primas
3. Apagado del equipo.
4. Retiro de la materia prima procesada para continuar con el resto del proceso.

Para el caso de los equipos de cocción y calentamiento de alimentos comestibles, los procedimientos no difieren a los efectuados de un hogar estándar.

2.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

2.4.1 Departamentos o zonas básicas.

Dentro de la distribución de planta, se contará con las siguientes zonas:

- Zona 1: Preparación y comercialización de productos, con un área de 30m².
- Zona 2 Entretenimiento y recreación, con un área de 30m².
- Zona 3 Servicio al cliente, con un área de 60m².
- Zona 4 Baños, con un área de 10 m².
- Zona 5 Administrativas, con un área de 10 m².

2.4.2 Limitaciones y exigencias de cercanía.

No existen limitaciones o exigencias de cercanías dentro de la planta.

2.4.3 Equipos por departamento.

Los equipos por departamentos se ubicarán de acuerdo al esquema al plano de distribución del establecimiento más adelante observado.

- Los equipos de licuado, extracción, cocción, conservación y tajado estarán en la zona 1
- Los muebles, mesas, sillas y butacas, estarán ubicados en la zona 2.
- Los muebles de entretenimiento, estarán ubicados en las zonas 3.
- Los equipos de oficina estarán ubicados en la zona 5.

2.4.4 Diagrama de flujo de producción.

El flujo de producción se presenta en el siguiente diagrama:

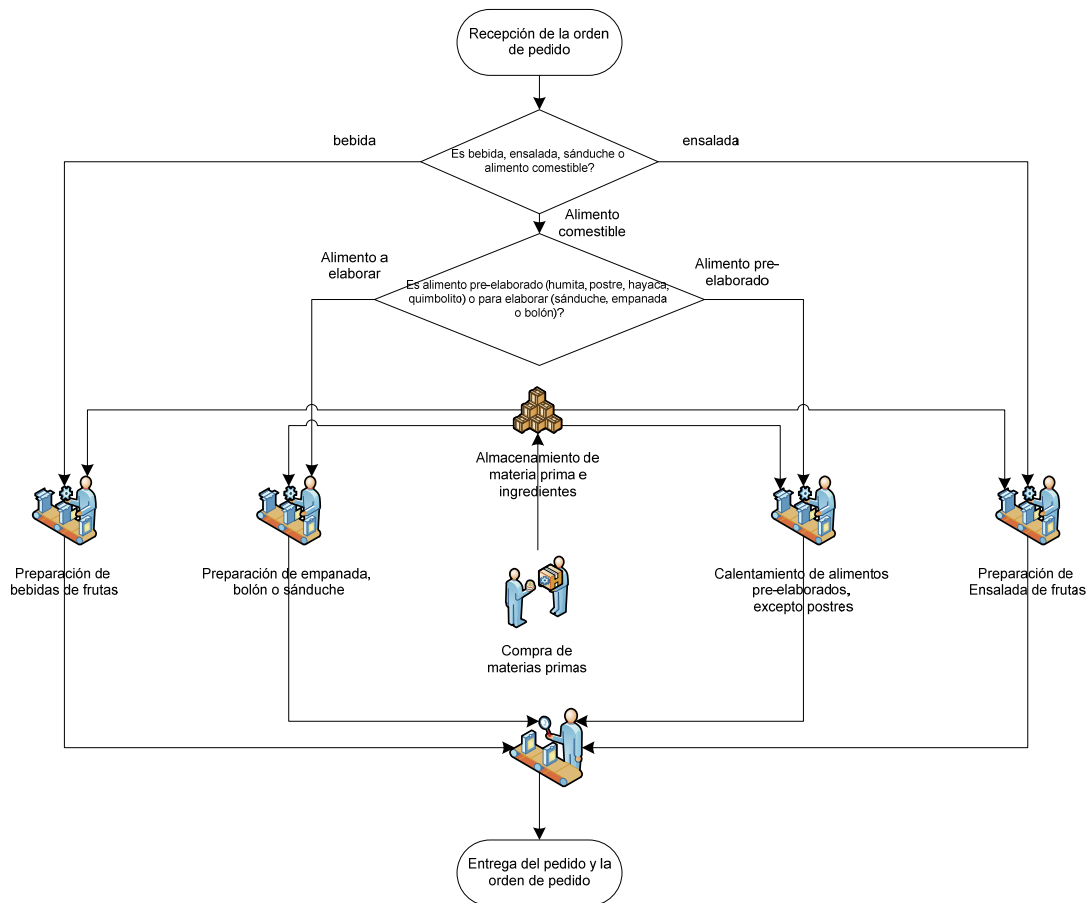


Gráfico 2.4: Diagrama de flujo de producción

Elaborado por: El autor.

Fuente: Diseño del autor.

2.4.5 Plano de distribución; y Distribución de equipos por departamento.

En el gráfico siguiente se presenta la distribución de las instalaciones y la distribución de equipos por cada una de las zonas establecidas.

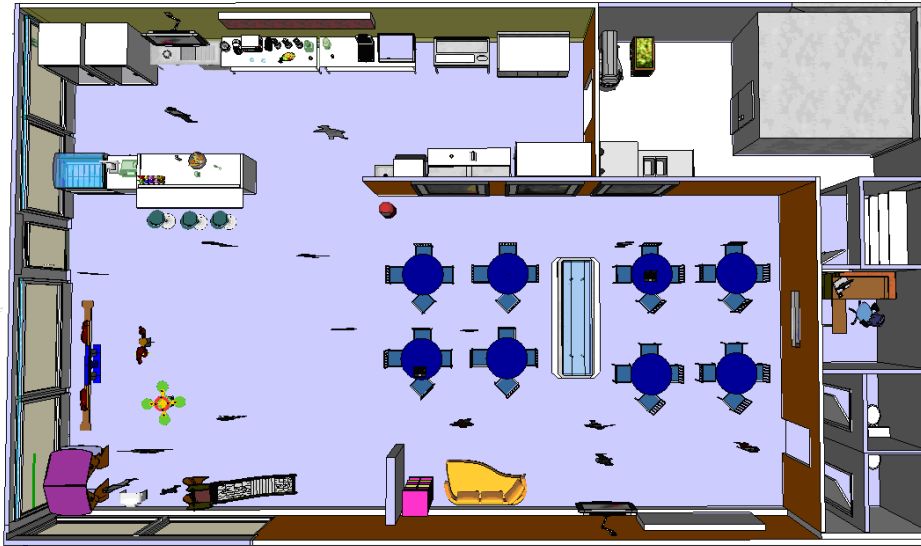


Gráfico 2.5: Plano de distribución del establecimiento. Vista superior

Elaborado por: El autor.

Fuente: Diseño del autor.

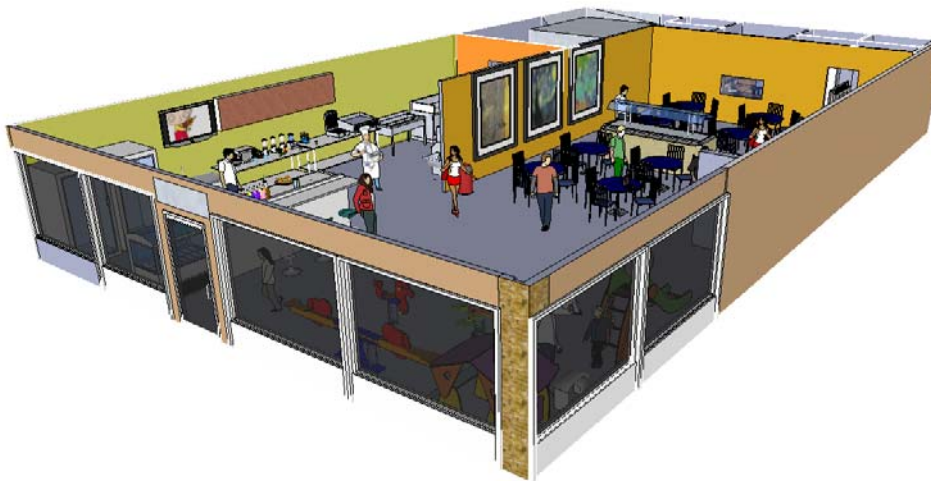


Gráfico 2.6: Plano de distribución del establecimiento. Vista angular

Elaborado por: El autor.

Fuente: Diseño del autor.

Para la presentación apropiada del inmueble acorde al esquema mostrado, se procederá con las siguientes actividades:

- Diseño de la decoración del establecimiento
- Adecuaciones de las instalaciones eléctricas del establecimiento
- Adecuación y montaje de accesorios para iluminación
- Adecuaciones del área para baños
- Adecuaciones de todo el establecimiento
- Fabricación y montaje de accesorios para decoración interior
- Fabricación y montaje de accesorios para decoración exterior
- Instalación del sistema de climatización
- Instalación de red para servicios computacionales e internet
- Instalación de equipos audiovisuales
- Entrenamiento del personal
- Implementación de trampas de grasa
- Instalación de equipos de seguridad industrial

2.4.6 Capacidad máxima de la planta

La capacidad máxima de la planta está en función del tamaño físico del establecimiento, y consecuentemente del número de inmobiliario ubicado dentro, y adicionalmente del tiempo que toma atender al consumidor desde su llegada hasta su salida. Esto permite estimar un máximo número de productos que pueden ser elaborados en un periodo determinado.

CAPACIDAD MAXIMA DE LA PLANTA /HORA	
# de mesas	8
# máximo de sillas/mesa	4
# máximo de sillas	32
# máximo de personas en el local/media hora	32
Tiempo de consumo del cliente (hh:mm:ss)	0:30:00
# Máximo de personas/hora	64
# Máximo de bebidas a venderse/hora	56
# Máximo de ensaladas a venderse/hora	8
# Máximo de comestibles a venderse/hora	50

Tabla 2.8: Capacidad máxima de planta

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

2.4.7 Plan de producción.

El plan de producción se muestra en el anexo 23, el cual está clasificado por familias de productos: bebidas, ensaladas y alimentos comestibles.

2.4.8 Plan de Consumo y Plan de Compras.

El plan de consumo y el plan de compras se presentan en el anexo 24.

2.5 SISTEMAS DE CONTROL

2.5.1 Propiedades básicas del producto.

Las propiedades básicas de las bebidas, asociadas al sistema de control son:

- Natural, nutritivo y fresco.
- Temperatura
- Cantidad
- Presentación.

2.5.2 Procesos críticos de calidad.

- a. Para el caso de las materias primas relacionadas con las bebidas y ensaladas, se tienen:
 - **Inspección y selección:** Las frutas serán inspeccionadas y seleccionadas en función de:
 - ✓ Frescura: Deben ser del día
 - ✓ Estado y calidad: firmeza, madurez, y presentación (libres de picaduras, mordidas, o golpeadas)
 - ✓ Tamaño y peso: Diverso dependiendo de la fruta.
 - **Lavado:** Se realizará con abundante agua para eliminar las impurezas.
 - **Pelado y corte de la fruta:** El pelado debe efectuarse con el mínimo desperdicio de pulpa; y los utensilios de corte se emplearán específicamente para estas materias primas.
- b. Para el caso de las materias primas relacionadas con los alimentos comestibles, se tienen:
 - **Inspección y selección:** Los ingredientes serán inspeccionados y seleccionados en función de:
 - ✓ Frescura: No deben sobrepasar los periodos máximos establecidos en el anexo 21 que muestra el ciclo de vida de la materia prima.
 - ✓ Estado y calidad: Aroma, firmeza, madurez, y presentación (libres de picaduras, mordidas, o golpeadas)
 - ✓ Tamaño y peso: Diverso dependiendo del alimento.
 - **Lavado:** Se realizará con abundante agua para eliminar las impurezas de los ingredientes que lo requieran.

- **Corte:** El corte debe efectuarse con el mínimo desperdicio de los ingredientes; y los utensilios de corte se emplearán específicamente para estas materias primas.
- c. Para el caso del producto final, se tienen:
 - **Inspección de temperatura:** La temperatura de las bebidas debe estar bajo los 10°C; sin embargo, el cliente puede solicitar su modificación. La temperatura de los alimentos comestibles, excepto los postres y ensaladas, deben oscilar entre 50 y 60°C.
 - **Verificación de cantidad:** Las cantidad de bebida deben estar al ras del envase destinado para ella. Los alimentos comestibles son unitarios, y los pesos de cada uno difieren, pero tratan de mantener un tamaño estándar entre los del mismo tipo.
 - **Verificación de la presentación:** Se debe corroborar que las bebidas deben tener: envase, tapa, sorbete sellado y servilleta; y los alimentos comestibles deberán poseer: envase, tenedor sellado, servilleta

2.5.3 Puntos de inspección de calidad.

Los puntos de inspección de calidad estarán a:

- A la recepción de la materia prima, y lo ejecutará el personal operativo auxiliar.
- A la culminación de la elaboración de los productos, y lo ejecutará el preparador principal de bebidas.

3 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

3.1 GRUPO EMPRESARIAL

3.1.1 Miembros del grupo empresarial.

El grupo empresarial estará formado por los señores Ersson Calle y Pablo Patiño.

3.1.2 Experiencias y habilidades de cada uno, que son útiles para la empresa.

Las experiencias y habilidades de cada uno se describen en el anexo 25.

3.1.3 Nivel de participación en la gestión.

Los dos integrantes aportarán con sus conocimientos, experiencias y especialidades para planificar, ejecutar y administrar el negocio desde su concepción hasta la puesta en marcha

3.1.4 Nivel de participación en la junta directiva.

Ambos serán los accionistas principales de la empresa en iguales participaciones, así como miembros de la Junta Directiva, cuyas reuniones serán de carácter ordinario y extraordinario y se realizarán al menos trimestralmente.

3.1.4.1 Condiciones salariales.

Durante los cinco primeros años, los directores de la compañía no percibirán un rubro de dietas. Para el sexto año, en la Junta de Directorio, se definirán los rubros por concepto de dietas para ambos accionistas en partes iguales.

3.1.4.2 Política de distribución de utilidades.

Durante el primer año de operación se ha considerado como política no distribuir las utilidades a los accionistas; sin embargo, a partir del segundo año se distribuirá el 80%. La diferencia de las utilidades no distribuidas se acumulará y se registrará en el Balance General de la Compañía, tal como se muestra en la tabla siguiente.

POLITICA SOBRE UTILIDADES AÑOS:	2012	2013	2014	2015	2016
Porcentaje de utilidades excedentes a ser distribuidas a los socios	0%	80%	80%	80%	80%
Porcentaje de utilidades excedentes a ser acumuladas	100%	20%	20%	20%	20%

POLITICA SOBRE UTILIDADES AÑOS:	2012	2013	2014	2015	2016
Utilidades excedentes a ser distribuidas a los socios	0,00	14.273,11	22.464,86	23.175,67	31.963,74
Utilidades excedentes a ser acumuladas	6.518,14	3.568,28	5.616,22	5.793,92	7.990,94

Tabla 3.1: Política de distribución de utilidades

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

3.2 PERSONAL EJECUTIVO

3.2.1 Personas que ocuparán los cargos básicos, incluyendo su experiencia y el aporte posible a la organización.

El personal ejecutivo estará conformado principalmente por los Directores (Accionistas), de los cuales, el señor Ersson Calle será el Representante Legal de la empresa a formarse. Así mismo se considera necesaria la contratación de una persona con experiencia en el sector, quien será el jefe del establecimiento y efectuará las veces de Administrador-Pagador, y estará a cargo del Departamento de Ventas y Departamento Operacional. La experiencia de los ejecutivos se describe también en el anexo 25.

3.2.2 Políticas de administración de personal: tipo de contratos, política salarial, prestaciones, bonificaciones, honorarios, aportes parafiscales, aportes a la seguridad social, etcétera.

La administración de personal, por ser al inicio un negocio relativamente pequeño, puede ser realizada sin dificultades por el Administrador – Pagador.

En cuanto a las políticas de administración consideradas relevantes se tienen las siguientes:

- La contratación de personal se realizará por escrito y dentro del contrato quedará estipulado los tres meses de prueba, en el cual, cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato de trabajo. Luego de este tiempo automáticamente el contrato se tornará indefinido, y el colaborador tendrá la estabilidad laboral de acuerdo a su desempeño.
- La política salarial se basará en las remuneraciones mensuales descritas al final de este capítulo, y la consideración de los beneficios de ley.
- Se cumplirá puntualmente con los pagos correspondientes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, y se pagarán las horas suplementarias a final del mes en que se incurra.

3.3 ORGANIZACIÓN

3.3.1 Estructura básica (organigrama).

La estructura organizacional contará con un jefe del establecimiento quien será el Administrador-Pagador. El Administrador, a más de sus responsabilidades delegadas, es el

responsable de los 2 niveles de jerarquía siguientes, divididos en los departamentos de: Ventas y Operación.

Para cada puesto se definirán roles que incluirán sus derechos, responsabilidades y funciones de manera específicas de acuerdo a las líneas de mando del gráfico siguiente.

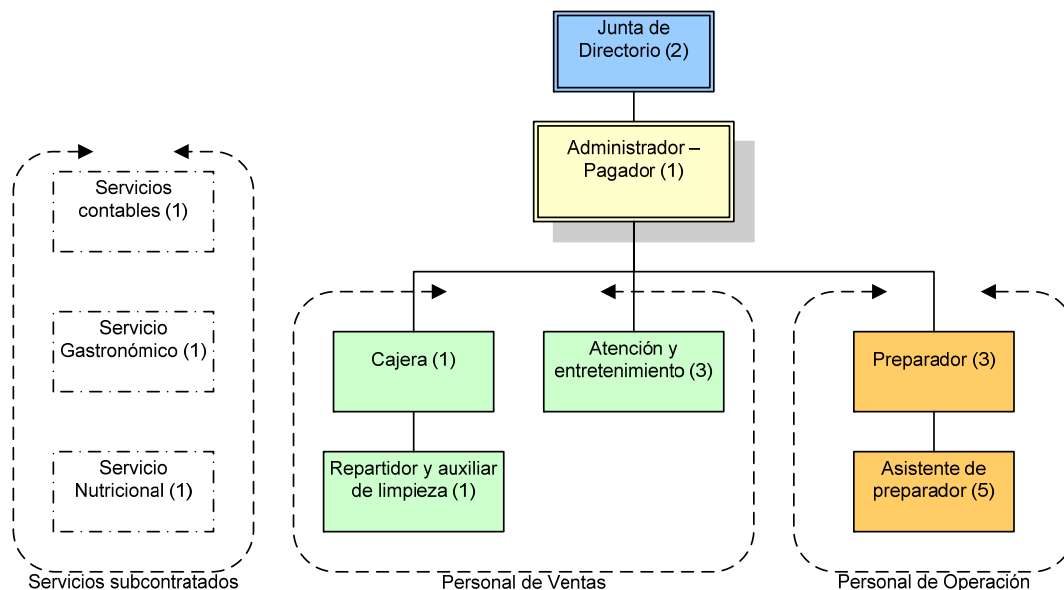


Gráfico 3.1: Estructura organizacional básica (Organigrama).

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado del autor.

3.3.2 Líneas de autoridad.

La Jefatura del establecimiento que estará a cargo del Administrador-Pagador, será la autoridad permita la interacción entre colaboradores y directivos, principalmente para la transmisión y seguimiento del cumplimiento de las directrices, políticas y objetivos definidas por la Junta Directiva. No estará bajo su autorizada las decisiones de adquisiciones/venta de bienes o incrementos de los ingresos del personal.

3.3.3 Mecanismos de dirección y control.

Respecto a los mecanismos de control Administrativo-Contable y Financiero, se tiene que:

- Ésta área contable la manejará un personal subcontratado, que se encargará básicamente de las declaraciones y manejar la contabilidad de la compañía, y tendrá como apoyo y asesoría tributaria a la ingeniera Johana Patiño, una de los accionistas.

- Tendrá como soporte de software el sistema contable SCI Sistema de Contabilidad Integrado, el cual maneja los módulos de Contabilidad, Bancos, Inventario, Facturación y Roles.
- Las cajas se conciliarán de forma diaria tomando en cuenta lo facturado y cobrado.
- Mensualmente se deberán presentar estados financieros, para la revisión correspondiente de los Accionistas.
- Cada factura generada deberá tener asociada la orden de pedido para descartar errores en el registro de ventas.
- Mensualmente se realizará un inventario físico de bienes para determinar el nivel de inventario real.

3.3.4 Estilo de dirección.

Para la dirección del negocio, se aplicará un estilo participativo en donde:

- Se brindará confianza a los colaboradores para que sean capaces de trabajar en la dirección adecuada para ellos mismos y para la organización.
- Los colaboradores participarán en la toma de decisiones que tienen que ver con su trabajo.
- Se priorizará la mejora continua como una de las principales filosofías administrativas del negocio.
- Se fomentará una cultura de servicio en todos sus miembros basada en el entrenamiento continuo y las buenas prácticas de atención y percepción de satisfacción del cliente.

3.3.5 Los comités de dirección que tendrá, sus componentes y sus funciones.

Respecto a los comités de dirección, debido a que esta es una empresa pequeña, existirá un directorio el cual estará conformado por los dos accionistas de la empresa. Las funciones principales, serán la definición de directrices, políticas, objetivos, aprobación de adquisición de activos relevantes, e incrementos en las remuneraciones de los colaboradores.

3.4 EMPLEADOS

3.4.1 Necesidades cualitativas y cuantitativas.

Para definir las necesidades cualitativas y cuantitativas de personal, es necesario recalcar que uno de los pilares principales del proyecto será el personal a contratarse. Por ello, la

selección tomará en consideración sus competencias y habilidades para la elaboración de productos y brindar un excelente servicio a los consumidores; así, se plantea contratar a jóvenes de ambos sexos, con excelente presencia, proactivos, y de preferencia con cualidades innatas de cortesía y amabilidad. Así los requisitos mínimos que deben poseer los colaboradores a contratarse son:

- Edad entre 18 y 24 años
- Ser bachiller
- Apariencia física atractiva.
- Reunir la experiencia de acuerdo a la aplicación del puesto.
- Estar dispuesto a trabajar bajo presión y según calendario predefinido por la empresa.

El personal necesario para cumplir con los objetivos de elaboración de productos y servicios a los potenciales consumidores durante el periodo proyectado, se divide así:

1. Personal de ventas y operaciones:
 - 1 persona para desempeñarse como cajero y para atender al cliente.
 - 3 personas para atender al cliente y para brindar entretenimiento
 - 1 persona para efectuar entregas a domicilio y para ejecutar actividades de limpieza.
2. Personal de operaciones:
 - 3 persona para la elaboración de los productos.
 - 5 personas para desempeñarse como auxiliares en la elaboración de productos.

El número de colaboradores a contratarse, es función de las demandas máxima y promedio de productos. Su determinación puede observarse en el anexo 26.

3.4.2 Mecanismos de selección, contratación y desarrollo.

La selección del personal, ejecutada en base a currículos y posteriormente a través de pruebas psicotécnicas y de personalidad, será realizada por el jefe del establecimiento. Los aspirantes que cumplan con los perfiles requeridos, pasarán a una entrevista final con los directores de la empresa, y es necesario al menos que existan tres aspirantes por puesto. Solo podrán ser contratados los que cumplan con los requerimientos y evaluaciones mínimas establecidas por la empresa.

Una vez seleccionado el personal, se procederá a entrenarlos durante aproximadamente 5 días laborables.

3.4.3 Programas de capacitación.

En lo que se refiere al entrenamiento inicial, este será proporcionado para todos los colaboradores en las áreas de servicio al cliente, entretenimiento y contabilidad.

Se realizará un plan anual de capacitación del personal de todas las áreas, pero inicialmente se estima una capacitación en:

- Jugoterapia para el personal operativo
- Servicio al cliente para todos los colaboradores que estarán en contacto con los consumidores.
- Primeros auxilios.

3.4.4 Políticas de administración de personal: tipo de contrato, política salarial, prestaciones, bonificaciones, estímulos por productividad, aportes parafiscales, aportes a la seguridad social.

Las políticas de administración de personal ejecutivo serán similares a las políticas de administración del personal operativo y venta.

3.4.5 Disponibilidad de personal

El horario de asistencia del personal se muestra en el anexo 27, destacándose que en vista de que el establecimiento atenderá los siete días de la semana, el personal laborará 5 días predefinidos, y con un máximo de 12 horas suplementarias por semana. Esta disponibilidad constará en el contrato de trabajo de los colaboradores.

3.4.6 Contratación con terceros

En lo que respecta a la contratación con terceros, la empresa subcontratará los servicios de:

- Una contadora, la cual asistirá y laborará en el establecimiento 2 veces por semana, durante 4 horas/día, sus funciones serán: el manejo contable y financiero del negocio y la actualización de políticas tributarias y fiscales. Tendrá como apoyo a uno de los accionistas de la empresa.
- Un asesor gastronómico y un asesor nutricional, los cuales serán contratados una vez por año para definir las recomendaciones para todo el año de operaciones.

3.4.7 Detalle del personal de planta

El detalle del personal necesario para el periodo de estudio se muestra en la tabla subsiguiente; y el detalle de los sueldos se especifica en el anexo 28.

Personal de planta					
Número de trabajadores					
Descripción cargos	2012	2013	2014	2015	2016
Personal administrativo					
Administrador-Pagador	1	1	1	1	1
Total personal administrativo	1	1	1	1	1
Personal de ventas					
Cajero y atención al cliente	1	1	1	1	1
Atención y de entretenimiento	3	3	3	4	4
Repartidor y auxiliar limpieza + logística	1	1	1	1	1
Total personal de ventas	5	5	5	6	6
Personal de operaciones					
Preparador + compras	3	3	3	3	3
Auxiliar preparador + compras	5	5	5	6	6
Total personal de operaciones	8	8	8	9	9
Total trabajadores	14	14	14	16	16

Nota: En el cuarto año se contratarían 2 personas adicionales: una operativa y uno de ventas

Tabla 3.2: Personal de planta

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

Se acota que la empresa suministrará anualmente los implementos y uniformes necesarios para el personal operativo y de venta.

3.5 ORGANIZACIONES DE APOYO

3.5.1 Las organizaciones que le ayudarán: bancos, compañías de seguros, asesores legales, asesores tributarios, etcétera.

Para el desarrollo de nuestro proyecto se contará con las siguientes organizaciones y personal de apoyo.

- Banco Bolivariano
- Asesoría Técnica, Administrativa, y Tributaria de los socios.

4 ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

4.1 ASPECTOS LEGALES

4.1.1 Tipo de sociedad.

La empresa a constituirse será del tipo Sociedad Anónima.

4.1.2 Procedimientos para la conformación de la sociedad.

En lo que respecta a los procedimientos para la conformación de la sociedad, se indica que se procederá a:

1. Registrar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
2. Registrar la patente en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI.
3. Abrir una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía.
4. Celebrar la escritura Pública por lo que se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía.
5. Gestionar la aprobación de las Escrituras de constitución por la Superintendencia de Compañías.
6. Inscribir las escrituras de constitución en el registro mercantil
7. Inscribir los nombramientos en el Registro Mercantil.
8. Reingreso de las Escrituras a la Superintendencia de Compañías
9. Obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas.
10. Retiro de la cuenta de integración de Capital en la Superintendencia de Compañías.
11. Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
12. Obtener permiso para imprimir facturas, en el SRI.

El detalle completo del procedimiento se muestra en el anexo 29.

4.1.3 Implicaciones tributarias y labores asociadas al tipo de sociedad.

4.1.3.1 Implicaciones tributarias

Una vez que iniciadas las operaciones, se deberá cumplir con los pagos mensuales como agente de retención “Persona Jurídica”. El detalle se muestra en el anexo 30.

4.1.3.2 Respecto a las implicaciones laborales:

En el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social se debe obtener el número patronal y realizar la afiliación de los empleados. El detalle también se muestra en el anexo 30.

4.1.3.3 Otras obligaciones laborales:

Una de las políticas de la empresa es brindar a sus colaboradores un salario digno y justas remuneraciones, considerando las particularidades sectoriales. Además, se considerará las obligaciones que se muestra en el anexo 30.

4.1.4 Normas y procedimientos sobre la comercialización de sus productos.

La Organización Mundial de la Salud estima que las enfermedades causadas por alimentos contaminados constituyen uno de los problemas sanitarios más difundidos en el mundo de hoy. Aplicando prácticas adecuadas durante la manipulación de alimentos, reducirá considerablemente el riesgo que involucran las enfermedades de origen alimentario. Por ello, al menos se deberán considerar los siguientes procedimientos

- Procedimientos para el almacenamiento de alimentos.
- Procedimientos para la preparación de alimentos.

El detalle completo de estos procedimientos se expone en el anexo 31:

4.2 ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA

4.2.1 Trámites y permisos ante los organismos de gobierno.

Referente a los trámites y permisos ante los organismos de gobierno, se menciona que otros de los requisitos necesarios para el funcionamiento de un negocio en la ciudad son:

1. La patente municipal, obtenida en el Gobierno Municipal de la ciudad.
2. El permiso de funcionamiento, obtenida en el Cuerpo de Bomberos de la ciudad.
3. Registro sanitario para la fabricación y comercialización de productos alimenticios. obtenido en el Ministerio de Salud Publica.
4. Certificado de salud, obtenido en el Gobierno Municipal de la ciudad.

El detalle completo del los trámites y permisos se muestra en el anexo 32.

4.2.2 Dificultades legales con el manejo de materias primas o productos terminados.

En cuanto a las dificultades legales con el manejo de materias primas o productos terminados, no se resalta ninguna ya que los productos serán frescos y elaborados con frutas seleccionadas, ingredientes variados y de calidad garantizada por los proveedores, y siguiendo las recomendaciones de higiene de los organismos de control.

5 ANÁLISIS AMBIENTAL

5.1 EMISIONES, EFLUENTES Y RESIDUOS DE LA EMPRESA.

Debido al giro de negocio, no se generarán emisiones y efluentes que impacten negativamente al medio ambiente. Sin embargo se generarán residuos orgánicos generados por la elaboración de los productos, e inorgánicos por el empleo de recipientes descartables o similares.

5.2 RIESGOS DE CONTAMINACIÓN POR ESAS EMISIONES, EFLUENTES Y RESIDUOS.

En lo referente a los riesgos de contaminación por los residuos, se especifica que no se tendrán impactos relevantes, ya que parte de ellos son de tipo orgánico, y otros son reciclables.

5.3 MECANISMOS DE CONTROL DE CONTAMINACIÓN.

Los residuos orgánicos tendrán inicialmente como mecanismo de control la eliminación por el habitual canal de recolección de la ciudad. Los residuos inorgánicos serán reciclados y posteriormente vendidos a pequeños recicladores que compran este tipo de desperdicio

5.4 RIESGOS PARA LA COMUNIDAD POR LAS EMISIONES, EFLUENTES Y RESIDUOS.

No existen riesgos importantes para la comunidad causados la generación de los residuos mencionados.

5.5 RIESGOS PARA LOS TRABAJADORES.

Los riesgos a los cuales estarán expuestos los trabajadores se muestran en el anexo 33; y serán cubiertos por el seguro de riesgos en el trabajo del IESS.

5.6 MECANISMOS DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.

Entre los mecanismos de higiene, a ser implementados, se tiene los siguientes:

- Durante las horas de labores, el personal, deberá lucir cabello corto o bien sujetado.
- Para la manipulación de alimentos, el personal, deberá utilizar delantales, guantes, gorros, tapabocas, zapato cerrado.
- En las manos, el personal no deberá usar adornos o bisutería.

- El personal no portará lápices, cigarrillos u otros objetos detrás de las orejas.
- El personal conservará limpios los servicios higiénicos del personal y los vestuarios.
- El personal mantendrá y conservará sus uniformes y dotaciones en adecuadas condiciones.

Otros mecanismos de higiene:

- Colocar los desperdicios, material de desecho, bolsas desechables, papeles, etc., únicamente en los depósitos de basura con tapa para evitar malos olores, descomposición y plagas. Se utilizará la parte de atrás de las instalaciones y su recolección será diaria.
- Al interior de las instalaciones se efectuarán campañas de reciclaje, separando la basura en: orgánica, papel y plástico. La basura reciclable será vendida a pequeños compradores de estos residuos, y los ingresos provenientes de esta venta, se almacenarán en un fondo común para que a través de un mecanismo, pueda llegar a los colaboradores más destacados en el reciclaje.

Entre los mecanismos de seguridad industrial, a ser implementados, se tiene los siguientes:

- Inducción al trabajador sobre las actividades que debe desempeñar, capacitándolo respecto a las medidas de prevención y seguridad que exija el medio ambiente laboral y el trabajo específico que vaya a realizar.
- Se establecerán metas de “cero accidentes”, con el fin de que los colaboradores se comprometan con el trabajo, y su actitud ante su ejecución permita disminuir accidentes.
- Motivar a la participación de todas las personas, en cuanto a higiene y seguridad industrial se refiere.
- Implementación de carteles (humorísticos) asociados a los riesgos más probables para que los trabajadores los conozcan y sepan cómo prevenirlos.
- Se dispondrá de un botiquín de primeros auxilios.
- Se implementará una cartelera en donde consten los números telefónicos de los organismos de auxilio y socorro, como Defensa Civil, Cuerpo de Bomberos, Policía y Hospitales.
- Se implementarán planes para simulacros de incendios, y atención de primeros auxilios por accidentes laborales.

6 ANÁLISIS SOCIAL

6.1 EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE LA EMPRESA PARA EL CONGLOMERADO SOCIAL: EMPLEO, IMPUESTOS, EDUCACIÓN, SALUD, RECREACIÓN.

El establecimiento de una nueva empresa, trae consigo empleo. La empresa a formarse en la ciudad de Santo Domingo no es la excepción; su funcionamiento, permitirá generar empleos que beneficiarán directamente a siete personas de la localidad, e indirectamente a cada una de sus familias, y sobre todo al movimiento económico por la interacción con los proveedores de la localidad, y con ello, contribuir no solo con el desarrollo personal de quienes formen parte de la empresa, sino con el desarrollo social de esta región.

La generación de utilidades previstas durante la existencia de esta empresa, no solo beneficiará a los accionistas, sino a cada uno de los trabajadores y sus familias, y principalmente al país porque la empresa contribuirá con su desarrollo a través del pago de impuestos.

Otro de los efectos positivos con el contribuirá este negocio, están enmarcados en la salud, ya que los principales productos a prepararse se elaborarán en base a alimentos frescos y naturales que aportan excelentes nutrientes para el organismo de las personas que lo consuman.

Finalmente, el concepto del negocio involucra al personal e instalaciones para que contribuyan de diferentes formas con el sano esparcimiento de las personas que visten el establecimiento, y así fortalezcan las relaciones familiares y fomenten los lazos de amistad.

6.2 POSIBILIDADES DE RECHAZO O APOYO DE LA COMUNIDAD.

Se prevé que la comunidad respaldará la creación del negocio o al menos no se pronunciaría en su rechazo, en vista de los innegables beneficios sociales, económicos y nutricionales que consigo trae. Es claro que este proyecto no repercute negativamente sobre la comunidad.

6.3 SERVICIOS ADICIONALES QUE LA EMPRESA TRAE A LA COMUNIDAD.

Dentro de los servicios adicionales que la empresa trae a la comunidad están:

- El impulso del empleo directo para personas de la localidad.
- La contribución con la promoción del turismo de la región.
- La promoción de la lengua de la comunidad indígena hacia el resto del país.

7 ANÁLISIS ECONÓMICO

7.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Para este proyecto, la inversión inicial en activos fijos se estima en \$32.414,47. No se considera la construcción del inmueble sino el alquiler. Los activos diferidos ascienden a \$7.440,00 y \$2.070,00. El detalle completo se presenta en el anexo 34.

7.2 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Respecto a la inversión en el capital de trabajo se indica que a causa del tipo de negocio, en donde los productos son pagados al momento de realizar los pedidos, no será necesario disponer de un capital de trabajo. Sin embargo, es necesario indicar que, con el fin de afrontar el déficit de caja acumulado durante el inicio de las operaciones en el primer año, se dispondrá de un efectivo mínimo de \$8.075,53 el cual será requerido de acuerdo al flujo de caja analizado en el capítulo 8.

FLUJO DE CAJA	DATOS	2011	2012					
		DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Total efectivo disponible		0,0	8.075,5	1.413,7	214,0	1.441,5	4.302,8	7.261,9
Total ingresos y desembolsos de efectivo		(41.924)	(5.348)	(543)	1.884,5	3.518,3	3.616,1	2.383,9
Neto disponible - Superavit (Déficit)		(41.924)	2.727,6	870,9	2.098,5	4.959,8	7.918,9	9.645,8
Total financiamiento		50.000,0	(1.313,9)	(657,0)	(657,0)	(657,0)	(657,0)	(657,0)
Caja final (saldo final de efectivo)		8.075,5	1.414	214	1.442	4.303	7.262	8.989

Tabla 7.1: Extracto del flujo de Caja

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos mensual y anual se muestra en el anexo 35. La tabla siguiente recoge un resumen anual del presupuesto de ingresos.

PRESUPUESTO DE INGRESOS (\$)						
DESCRIPCION		TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
		2012	2013	2014	2015	2016
Total ventas netas de contado	100%	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Total ventas netas a crédito	0%	0	0	0	0	0
Total ventas netas (sin IVA)		348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Valor total IVA	0%	0	0	0	0	0
Total ventas netas (con IVA)		348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Ingresos por ventas de contado (con IVA)		348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Ingresos por cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
Total ingresos netos (efectivos)		348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Total cuentas por cobrar	0	0	0	0	0	0

Tabla 7.2: Presupuesto de ingresos

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

7.4 PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS

El anexo 36, muestra el presupuesto de materias primas e insumos, global y por familias de productos. Su resumen anual se visualiza en la siguiente tabla.

PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS (\$)						
Descripción		2012	2013	2014	2015	2016
		Total	Total	Total	Total	Total
Valor subtotal compras materia prima e insumos para bebidas (\$)		90.775	108.029	120.500	133.827	148.059
Valor subtotal compras materia prima e insumos para ensaladas de frutas y alimentos		80.162	95.400	106.413	118.182	130.750
Valor total compras de materia prima (sin IVA)		170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Valor compras de contado (sin IVA)	100%	170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Descuentos por compras de contado	0%	0	0	0	0	0
Valor neto de compras de contado (sin IVA)		170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Valor cuentas por pagar periodos (sin IVA)	0%	0	0	0	0	0
Gastos por compras de materia prima e insumos (sin IVA)		170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Valor total IVA (solo lo que grava IVA)	0%	0	0	0	0	0
Valor total por compras de materia prima e insumos (con IVA)		170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Pago de compras de contado (con IVA)		170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Pago de cuentas por pagar		0	0	0	0	0
Total egresos de efectivo (con IVA)		170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Total cuentas por pagar	0	0	0	0	0	0

Tabla 7.3: Presupuesto de compras de materias primas e insumos

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

También se observa el presupuesto individual por familia. Por otro lado se observa Su crecimiento responde de manera similar al crecimiento del presupuesto de ventas.

7.5 PRESUPUESTO DE PERSONAL

El presupuesto de personal se indica en el anexo 37. Para el primer año, los desembolsos mensuales serán de \$9.898,9 o anuales de \$118.787,0. En el cuarto año se incrementará el personal operativo y de ventas, y anualmente se realizará un aumento del sueldo acorde a la inflación. La tabla siguiente resume el presupuesto anual de personal para el periodo de estudio.

PRESUPUESTO DE TODO EL PERSONAL DE LA EMPRESA (\$)					
Gasto fijo de personal	2012	2013	2014	2015	2016
	Total	Total	Total	Total	Total
Valor nomina del personal administrativo	6.969,6	7.261,6	7.565,8	7.882,7	8.213,0
Valor nomina del personal de venta	18.691,2	19.474,2	20.290,1	25.439,8	26.505,5
Valor nomina del personal operativo	38.016,0	39.608,6	41.267,9	47.296,5	49.277,9
Total nómina	63.676,8	66.344,4	69.123,8	80.619,0	83.996,4
Décimo tercero	7.694,3	8.016,6	8.352,5	9.741,5	10.149,6
Décimo cuarto	3.696,0	3.696,0	3.696,0	4.224,0	4.224,0
Vacaciones	3.847,1	4.008,3	4.176,2	4.870,7	5.074,8
Fondos de Reserva	0,0	8.016,6	8.352,5	9.741,5	10.149,6
Aporte Patronal	11.218,3	11.688,2	12.177,9	14.203,0	14.798,1
Horas suplementarias	28.654,6	29.855,0	31.105,7	36.278,5	37.798,4
Total gasto de personal	118.787,0	131.625,2	136.984,5	159.678,2	166.190,7

Tabla 7.4: Presupuesto de personal

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

7.6 PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS

Cada uno de los componentes del presupuesto de otros gastos y sus fechas de generación, se especifican en el anexo 38. Así el presupuesto de otros gastos final se presenta en el anexo 39. Dentro de este presupuesto, los gastos de operación son los más representativos, principalmente por los costos de alquiler del establecimiento; así mismo, dentro de los gastos de administración, el rubro más significativo es el invertido en la capacitación al personal; y finalmente dentro de los gastos de ventas, la publicidad es la que mayor asignación presupuestaria tiene.

PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS					
Gastos de operación	2012	2013	2014	2015	2016
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Subtotal costos variables de producción (indirectos)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Subtotal costos fijos de producción	18.598,2	19.223,3	19.874,5	20.632,5	21.339,5
Total gastos de operación	18.598,2	19.223,3	19.874,5	20.632,5	21.339,5
Gastos de administración	2012	2013	2014	2015	2016
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Subtotal gastos variables de administración	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Subtotal gastos fijos de administración	14.154,5	14.647,8	15.161,8	15.746,2	16.304,2
Total gastos de administración	14.154,5	14.647,8	15.161,8	15.746,2	16.304,2
Gastos de ventas	2012	2013	2014	2015	2016
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Subtotal gastos variables de ventas	3.135,7	3.731,7	4.162,5	4.622,9	5.114,5
Subtotal gastos fijos de ventas	9.663,6	10.068,4	10.490,2	10.929,7	11.387,6
Total gastos de ventas	12.799,3	13.800,2	14.652,8	15.552,6	16.502,1
Gastos de financiamiento	2012	2013	2014	2015	2016
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Subtotal gastos fijos de financiamiento	2.083,1	1.182,9	384,3	0,0	0,0

Tabla 7.5: Presupuesto de otros gastos

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

7.7 DEDUCCIONES TRIBUTARIAS

En lo que concierne a las deducciones tributarias, se las resumido en la tabla siguiente perteneciente al anexo 40.

DEDUCCIONES TRIBUTARIAS					
Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Depreciación de activos fijos de administración	477,7	477,7	477,7	526,7	526,7
Depreciación de activos fijos de producción	3.678,2	3.678,2	3.678,2	3.757,7	3.757,7
Amortizaciones de inversiones de puesta en marcha del negocio	1.488,0	1.488,0	1.488,0	1.488,0	1.488,0
Amortizaciones de inversiones por permisos/constitución del negocio	414,0	414,0	414,0	414,0	414,0
Total deducciones tributarias	6.058,0	6.058,0	6.058,0	6.186,5	6.186,5

Tabla 7.6: Deducciones tributarias

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

7.8 ANALISIS DE COSTOS

El análisis de costos permite determinar el punto de equilibrio para el periodo analizado, y que se resume en la presente tabla.

Calculo del punto de equilibrio	2012	2013	2014	2015	2016
Costo total	337.359,2	383.908,5	413.971,3	463.618,2	499.144,7
Volumen de ventas (\$) - Vneg (\$)	348.719,8	415.004,6	462.914,3	514.109,9	568.782,5
Unidades producidas - Qneg (unidades)	218.831,5	249.955,6	267.600,8	285.246,0	302.891,2
Costo promedio (\$)	1,542	1,536	1,547	1,625	1,648
Costo variable unitario ponderado (\$)	0,795	0,829	0,864	0,900	0,937
Precio unitario ponderado (\$)	1,594	1,660	1,730	1,802	1,878
Contribución marginal unitaria ponderada (\$)	0,798	0,832	0,866	0,903	0,940
Punto de equilibrio - Veq (\$)	326.035,9	352.914,6	365.189,2	413.292,6	429.735,9
Punto de equilibrio - Qeq (unidades)	204.596,7	212.559,1	211.108,0	229.309,1	228.845,4
Utilidad (pérdida) (\$)	\$ 11.360,60	\$ 31.096,10	\$ 48.943,06	\$ 50.491,66	\$ 69.637,79

Tabla 7.7: Cálculo del Punto de equilibrio

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

Así, para llegar al equilibrio, la empresa debe vender en promedio las siguientes unidades de productos:

UNIDADES PROMEDIOS DE PRODUCTOS EN EL EQUILIBRIO			
Descripción del producto	HORA	DÍA	AÑO
Bebidas	23	279	100.516
Ensaladas	3	40	14.258
Comestibles	21	250	89.823
	47	568	204.597

Tabla 7.8: Unidades promedio de productos en el equilibrio

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

Por otro lado, para conocer el aporte marginal de los productos, la subsiguiente tabla muestra las contribuciones marginales unitarias por producto, familia, y global

PRODUCTO	CMU (\$)	FAMILIA DE PRODUCTOS	CMUP POR FAMILIA (\$)	CMUP TOTAL (\$)
Extracto	1,02	Bebidas	0,876	0,798
Jugo	0,74			
Batido	0,86			
Zumo	0,96			
Ensalada	1,29	Ensaladas	1,293	
Sanduche	0,78	Alimentos comestibles	0,633	
Bolón	0,61			
Humita	0,54			
Postre	0,76			
Empanada	0,49			
Precio tamales	0,67			
Pasteles	0,58			
Ayacas	0,72			
Quimbolitos	0,46			

Tabla 7.9: Contribuciones marginales unitarias

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

El detalle completo del punto de equilibrio se muestra en el anexo 41, documento en donde adicionalmente se lo representa gráficamente para cada uno de los años contemplados en este análisis. Adicionalmente se muestra el punto de equilibrio por familias de productos.

8 ANÁLISIS FINANCIERO

8.1 FLUJO DE CAJA

La información del flujo de caja se basa en los presupuestos recopilados en el análisis económico, valores del impuesto a la renta, obligaciones financieras, y participación de trabajadores en las utilidades. Todos estos rubros especificados en los distintos momentos de la operatividad de la empresa, muestran el detalle del flujo de caja del anexo 42, y se resumen en la siguiente tabla.

FLUJO DE CAJA							
FLUJO DE CAJA	DATOS	2011	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
		DIC	2012	2013	2014	2015	2016
Total efectivo disponible		0,0	8.075,5	26.605,1	57.136,7	80.114,0	95.077,4
Total ingresos y desembolsos de efectivo		(41.924)	27.070,0	38.415,1	44.476,8	37.428,2	57.963,1
Neto disponible - Superavit (Déficit)		(41.924)	35.145,5	65.020,2	101.613,5	117.542,3	153.040,5
Total financiamiento		50.000,0	(8.540)	(7.883)	(21.500)	(22.465)	(23.176)
Caja final (saldo final de efectivo)		8.075,5	26.605	57.137	80.114	95.077	129.865

Tabla 8.1: Flujo de caja

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero de los autores.

8.2 ESTADO DE RESULTADOS

En cuanto al estado de resultados, el anexo 43 muestra su detalle completo. La tabla siguiente lo resume.

ESTADO DE RESULTADOS						
Descripción		2012	2013	2014	2015	2016
Ventas netas		348.719,77	415.004,59	462.914,31	514.109,87	568.782,48
Total Costo de ventas		(260.358,3)	(301.140,0)	(328.475,1)	(366.217,0)	(397.544,2)
Utilidad Bruta / o / Margen bruto		88.361,47	113.864,56	134.439,17	147.892,89	171.238,26
Total Gastos de administración		(27.515,6)	(29.435,0)	(30.557,3)	(31.775,7)	(32.994,1)
Total Gastos de ventas		(47.402,2)	(52.150,6)	(54.554,5)	(65.625,5)	(68.606,4)
Utilidad (pérdida) Operacional - UO		13.443,67	32.279,02	49.327,34	50.491,66	69.637,79
Total Gastos financieros		(2.083,1)	(1.182,9)	(384,3)	0,00	0,00
Utilidad antes de Part. e Imp. - UAPI		11.360,60	31.096,10	48.943,06	50.491,66	69.637,79
Participación trabajadores	15%	1.704,09	4.664,42	7.341,46	7.573,75	10.445,67
Utilidad (pérdida) antes de impuestos - UAI		9.656,51	26.431,69	41.601,60	42.917,91	59.192,12
Impuesto a la renta	25%	2.414,13	6.607,92	10.400,40	10.729,48	14.798,03
Utilidad (pérdida) neta - UN		7.242,38	19.823,76	31.201,20	32.188,43	44.394,09
Reserva legal	10%	724,24	1.982,38	3.120,12	3.218,84	4.439,41
Utilidad líquida del periodo		6.518,14	17.841,39	28.081,08	28.969,59	39.954,68

Tabla 8.2: Estado de resultados

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero de los autores.

8.3 BALANCE GENERAL

8.3.1 Estrategias financieras

Las fuentes de financiamiento del proyecto se estructurarán así:

- Crédito bancario de 20.000, a 3 años plazo, con una tasa de interés de 11,23%.
- Capital propio de \$30.000, aportado en partes iguales por los inversionistas, quienes requieren al menos una tasa del 22,6%. El cálculo del costo de capital se muestra en el cuadro siguiente, con las consideraciones allí expuestas.

COSTO DE CAPITAL PROPIO (WACC SIN DEUDA) (SEPTIEMBRE 2011) $ke = Rf + \beta * (Rm - Rf) + RP$		
Taza libre de riesgo (T-BOND) . Taza de bonos americana. Valor promedio desde 1926 al 2004. (No se dispone del promedio hasta el 2011)	Rf	5,24%
Premio por riesgo de mercado o Prima de riesgo.	Rm-Rf	5,99%
Retorno esperado del mercado. Proviene del premio por riesgo. (O se podría emplear una tasa promedio de financiamiento a pequeñas empresas: 11,23%)	Rm	11,23%
Beta Contable. Se lo estima en función de la Ut. Neta de Disfrutalo sobre la Ut. Neta del mercado (estimación general).	B	1,45
Riesgo país (Promedio del 21/SEP/2009 al 23/SEP/2011) (Fuente: BCE)	RP	8,73%
Taza de rendimiento o costo de capital propio.	Ke	22,6%

ESTIMACION DEL BETA (CONTABLE)	
Utilidad Neta Promedio (5 años) de la empresa Disfrutalo. Dato calculado del estudio.	7.242,38
Utilidad Neta Promedio de todos los competidores (Mercado). Valor estimado en función de las posibles utilidades que los competidores más importantes del mercado pudieron haber generado.	5.000,00
Beta contable	1,45

Tabla 8.3: Cálculo del costo de capital propio.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Tasa de bonos del tesoro americana, Banco Bolivariano, y percepción y conocimientos financieros del autor.

8.3.2 Balances generales inicial y final de cada periodo

El estado de situación inicial previo al inicio de las operaciones se muestra en la tabla siguiente.

BALANCE GENERAL (al 31 de diciembre del 2011)			
Estado de Situación Inicial			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Circulante:		Pasivo Corriente:	
Efectivo	\$ 8.075,53	Cuentas por pagar	\$ 0,00
Total Activo Circulante	\$ 8.075,53	Total pasivo corriente	\$ 0,00
Activos Fijos:		Pasivo Largo Plazo:	
Activos para Administración	\$ 2.048,71	Préstamo Bancario	\$ 20.000,00
Activos para Producción	\$ 30.365,76	Total pasivo a largo plazo	\$ 20.000,00
Total activos fijos:	\$ 32.414,47		
Activos Intangibles		PATRIMONIO	
Gastos de puesta en marcha	7.440,00	Capital Socios	\$ 30.000,00
Gastos de permisos/constitución	2.070,00		
Total activos intangibles	\$ 9.510,000		\$ 30.000,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 50.000,00	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 50.000,00

Tabla 8.4: Balance general (Estado de situación inicial).

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

Esta información conjuntamente con el flujo de caja, el estado de resultados, y parte del análisis económico permiten determinar el balance general para el periodo de estudio determinado en el anexo 44.

9 ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

9.1 RIESGOS DE MERCADO

9.1.1 Cambios desfavorables en el sector

Los riesgos relacionados con el sector están asociados a la variabilidad precios de las frutas, su disponibilidad en los periodos de mayor o menor producción, y su fragilidad frente a las adversidades de la naturaleza. Pero gracias al seguimiento de los costos de las frutas, estos riesgos serían bajos porque en el estudio se ha considerado el costo promedio del último año.

9.1.2 Surgimiento de mejores productos

Según lo revisado en el análisis de Porter, existe un alto riesgo relacionado al surgimiento de mejores y nuevos productos o sustitutos, sin embargo, lo que lo diferencia de otros, es el enfoque que plantea este negocio está vinculado con el consumo de lo natural, nutritivo, fresco y su asociación con los servicios brindados al elaborarlos y servirlos.

9.1.3 Reducción del número de clientes

La reducción del número de clientes es probable sino se implementan apropiadamente las estrategias. El mercado objetivo solo ha contemplado los consumidores que, a más de que tengan disposición de compra y pago, estén entre los 18 y 44 años de edad, que residan en el sector donde estará ubicado el establecimiento, que tengan una frecuencia de consumo mayor a tres veces en el mes, y que asistan con más de tres acompañantes: Por ello, para obtener el número de clientes, se podría ampliar o reenfocar las características del mercado potencial y consecuentemente del mercado objetivo.

9.1.4 Surgimiento de competencia

Dado que las barreras de entrada son muy bajas, es muy alto el riesgo del surgimiento de nueva competencia, pero ésta, si quiere captar una fracción de mercado y subsistir en él, a más de las estrategias apropiadas, deberán invertir un capital considerable no menor a \$50.000. Para poder enfrentar a un nuevo competidor importante, será fundamental trabajar en el fortalecimiento de los matices de la cultura Tsáchila en los empaques de los productos, pero principalmente en el robustecimiento de la identidad de marca.

9.2 RIESGOS TÉCNICOS

9.2.1 Desarrollo oportuno del producto

Como se ha mencionado anteriormente, los productos ofertados no son nuevos, y su procedimiento de preparación es muy conocido; sin embargo, las tendencias del consumo y las exigencias en la elaboración de los productos por parte de los consumidores, permiten colocar una idea en el mercado para satisfacerlas.

9.2.2 Problemas con las fuentes de Materia Primas e insumos

La variedad de los insumos requeridos para la elaboración de bebidas y ensaladas, y su disponibilidad, permiten reducir el riesgo en este sentido; salvo las observaciones de las frutas efectuadas anteriormente en el análisis de los riesgos de mercado. Para el caso de los alimentos comestibles, ya que en el medio existe diversidad de proveedores confiables para el suministro de los ingredientes, su riesgo también se ve aminorado.

9.2.3 Obsolescencia de equipos

Uno de los riesgos técnicos es la obsolescencia de equipos, sin embargo, ha sido prevista con la proyección de compra de ellos, de acuerdo a la depreciación estimada.

9.2.4 Problemas de mantenimiento de equipos

El mantenimiento de equipos no presenta un riesgo ya que existen varios centros de servicio técnicos en la ciudad, que brindan el soporte necesario a los equipos principales para la elaboración de productos.

9.2.5 Problemas con los Servicios Auxiliares (agua, electricidad, etc.)

En vista de que el suministro de los servicios básicos es relativamente confiable, no se tendrán riesgos en este sentido; así el suministro de agua tendrá un respaldo a través de una cisterna de almacenamiento y suministro a través de tanquero; la energía eléctrica será respaldada con el convenio oportuno para el alquiler de plantas eléctricas de pequeña potencia a empresas del sector; y para el caso de la telefonía, la actual tecnología celular permite tener diversas opciones.

9.3 RIESGOS ECONÓMICOS

9.3.1 Reducción de precio del producto

Uno de los riesgos económicos importantes que se pueden presentar, es la reducción del precio de los productos; sin embargo, el mercado objetivo al cual están enfocados, permiten sostener este precio por la predisposición de los consumidores a pagarlo, según se constató en el estudio de mercado.

9.3.2 Incremento en el costo de materias primas e insumos

Respecto al riesgo de incremento de costos de las frutas, según la época de año, hay un aspecto importante que se tomará en cuenta para disminuir su impacto. Dado que los costos de las principales materias primas dependen de la época de su cosecha, se pondrá énfasis en promocionar productos que no se asocien con las materias primas escasas o de mayor costo, con el fin de no provocar efectos negativos en la economía de la empresa.

9.3.3 Crecimiento del valor de los equipos

Otro riesgo que para este negocio se lo considera de menor magnitud, es el crecimiento del valor de los equipos; empero, en esos casos será necesaria la inyección de capital por parte de los socios.

9.3.4 Incrementos en costos de producción

El incremento en los costos de producción más importante está relacionado con el alquiler del establecimiento. Este incremento en el alquiler, dificultaría la situación económica de la empresa, especialmente en los tres primeros meses de su operación; sin embargo, más adelante pueden ser sostenidas por la empresa. Sin embargo, si el establecimiento aún no ha sido seleccionado, pueden buscarse inmuebles apropiados adicionales que no se mencionan en este estudio para poder asentar el negocio en desarrollo.

9.3.5 Cambios en costos laborales

Ante una variación en los costos laborales relacionados principalmente con el incremento en el salario básico unificado, se optará por prescindir del personal que efectuará las entregas y contratar el servicio de una empresa especializada. En este estudio, a tal personal no se lo ha dejado fuera del rol con el fin de que la filosofía empresarial llegue al hasta el final del canal de distribución. . Y de ser el caso, también se podría prescindir de uno de los cinco asistentes de preparación de productos.

9.4 RIESGOS FINANCIEROS

9.4.1 Demoras en los aportes de los socios

Los riesgos financieros relacionados con el aporte de los socios son muy bajos, ya que disponen del capital requerido para la inversión, y solo estaría condicionada por eventos de fuerza mayor.

9.4.2 Demoras en los desembolsos de las entidades crediticias

En vista de que la gestión de compra de activos fijos se estima para diciembre del 2011, el desembolso que la entidad de crédito tendría que hacer, se lo programará para recibirlo entre noviembre y diciembre del mismo año.

9.4.3 Incremento en el costo del capital

El incremento del costo de capital propio y capital financiado, dependerá respectivamente de los requerimientos de interés de los inversionistas y de la entidad financiera.

10 EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

La evaluación integral del proyecto se efectuara con la mínima de retorno, en base al costo promedio ponderado de capital, según se muestra en la tabla siguiente, y que se calcula con la siguiente ecuación.

TASA DE DESCUENTO (SEPTIEMBRE 2011) (COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL -CPPC O WACC)			
$WACC \text{ o } CPPC = W_{\text{deuda}} * K_d + W_{\text{capital propio}} * K_e$			
DESCRIPCION	MONTO	PESO	COSTO DE CAPITAL
CAPITAL PROPIO	30.000,00	60,0%	22,65%
CRÉDITO BANCARIO	20.000,00	40,0%	11,23%
TOTAL:	50.000,00	100,0%	
WACC (CPPC)			18,1%

Tabla 10.1: Costo promedio ponderado de capital.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Banco Bolivariano, requerimientos de los accionistas, y estudio financiero del autor.

10.1 FLUJO DE CAJA TOTALMENTE NETO

El Flujo de Caja Totalmente Neto de la tabla siguiente permite realizar el análisis del proyecto para un periodo de cinco años.

FLUJO DE CAJA TOTALMENTE NETO						
DESCRIPCIÓN	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Utilidad (pérdida) neta		7.242,4	19.823,8	31.201,2	32.188,4	44.394,1
Deducciones tributarias		6.058,0	6.058,0	6.058,0	6.186,5	6.186,5
Pagos de capital del prestamo		(6.457)	(6.701)	(6.842)	0,0	0,0
Flujo de caja neta (1)	0,0	6.843,0	19.181,2	30.417,1	38.374,9	50.580,6
Inversiones en activos fijos del periodo	32.414,5				3.452,8	
Inversiones en Capital de Trabajo (aumenta por la inflación "constante" anual)	8.075,5	338,3	352,5	367,2	382,6	398,7
Gastos pre-operativos	9.510,0					
Prestamos	(20.000)					
Inversiones netas propias (2)	30.000,0	338,3	352,5	367,2	3.835,4	398,7
Valor de mercado de la empresa (No se venderá)						
Recuperación de capital de trabajo						
Flujo de liquidación (3)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Fujo de caja totalmente neto (4=1-2+3)	(30.000)	6.504,7	18.828,7	30.049,8	34.539,5	50.181,9
Valor presente	(30.000)	5.508,8	13.504,3	18.252,4	17.767,2	21.861,4
Flujo de caja acumulado		6.504,7	25.333,4	55.383,2	89.922,7	140.104,6
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,16					
TD: Taza de descuento o tasa minima de retorno (%)	18,1%					
TIR: Taza interna de retorno(%)	57,9%					
VAN: Valor actual neto (\$)	46.894,1					
IR: Indice de rentabilidad	2,56					

Tabla 10.2: Flujo de caja totalmente neto.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

Así:

- El TR de 2,16 años, es relativamente corto.
- La TIR de 57,9%, muestra que es conveniente realizar la inversión porque el rendimiento que obtendría sería mayor a cualquier otra alternativa de inversión.
- El VAN de 46.894, señala que se está incrementando la riqueza del accionista.
- El IR de 2,56 indica que el proyecto es rentable.

10.2 EVALUACIÓN DE CONTADO

Para la evaluación de contado se considera que todas las inversiones serán con capital propio.

EVALUACION CON CAPITAL PROPIO	
INDICADORES PARA EL ANALISIS	MAGNITUD DEL INDICADOR
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,25
TD: Taza de descuento o tasa minima de retorno (%)	24,2%
TIR: Taza interna de retorno(%)	45,2%
VAN: Valor actual neto (\$)	29.351,36
IR: Indice de rentabilidad	1,59

Tabla 10.3: Evaluación de contado (Capital Propio).

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

10.3 EVALUACIÓN CON FINANCIAMIENTO

Para la evaluación con financiamiento se considera que todas las inversiones serán con capital propio y financiamiento.

EVALUACION CON CAPITAL PROPIO + FINANCIAMIENTO	
INDICADORES PARA EL ANALISIS	MAGNITUD DEL INDICADOR
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,16
TD: Taza de descuento o tasa minima de retorno (%)	18,1%
TIR: Taza interna de retorno(%)	57,9%
VAN: Valor actual neto (\$)	46.894,08
IR: Indice de rentabilidad	2,56

Tabla 10.4: Evaluación con Capital Propio y Financiamiento.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

10.4 ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN CON CAPITAL PROPIO Y EVALUACIÓN CON FINANCIAMIENTO

En base a las evaluaciones anteriormente efectuadas se realiza el análisis de sus resultados en la tabla siguiente.

INDICADORES PARA EL ANALISIS	EVALUACION CON CAPITAL PROPIO	COMPARACION	EVALUACION CON CAPITAL PROPIO + FINANCIAMIENTO
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,25	>	2,16
TD: Taza de descuento o tasa mínima de retorno (%)	24,2%	>	18,1%
TIR: Taza interna de retorno(%)	45,2%	<	57,9%
VAN: Valor actual neto (\$)	29.351,36	<	46.894,08
IR: Indice de rentabilidad	1,59	<	2,56

Tabla 10.5: Análisis de la evaluación de contado y evaluación con Financiamiento.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

Todos los indicadores de la tabla anterior muestran que la inversión de capital propio combinada con un financiamiento externo, es mucho más rentable que sin él.

10.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se realizará el análisis para 2 casos:

10.5.1 Análisis de sensibilidad con recursos propios

El análisis de sensibilidad con recursos propios se realizará tomando en cuenta variaciones relacionadas con:

- La disminución de los ingresos
- El aumento de los costos de ventas
- El incremento del impuesto a la renta.

La tabla siguiente resume este análisis.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD					
EVALUACION CON RECURSOS PROPIOS (DE CONTADO)					
Δ% INGRESOS (DECREMENTOS)	SIN D%	-1,0%	-2,0%	-3,0%	-3,85%
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,25	2,42	2,61	2,85	3,11
TD: Taza de descuento o tasa mínima de retorno (%)	24,2%	24,2%	24,2%	24,2%	24,2%
TIR: Taza interna de retorno(%)	45,2%	39,9%	34,6%	29,0%	24,2%
VAN: Valor actual neto (\$)	29.351,36	21.708,00	14.064,64	6.421,29	(75,6)
IR: Indice de rentabilidad	1,59	1,43	1,28	1,13	1,00
Δ% COSTOS DE VENTAS (INCREMENTOS)	SIN D%	1,0%	3,0%	5,0%	5,35%
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,25	2,37	2,65	3,03	3,12
TD: Taza de descuento o tasa mínima de retorno (%)	24,2%	24,2%	24,2%	24,2%	24,2%
TIR: Taza interna de retorno(%)	45,2%	41,4%	33,6%	25,6%	24,1%
VAN: Valor actual neto (\$)	29.351,36	23.843,26	12.827,06	1.810,86	(117,0)
IR: Indice de rentabilidad	1,59	1,48	1,26	1,04	1,00
Δ% IMP. RENTA (INCREMENTOS)	SIN D%	20,0%	40,0%	60,0%	80,0%
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,25	2,32	2,40	2,49	2,60
TD: Taza de descuento o tasa mínima de retorno (%)	24,2%	24,2%	24,2%	24,2%	24,2%
TIR: Taza interna de retorno(%)	45,2%	42,4%	39,5%	36,5%	33,5%
VAN: Valor actual neto (\$)	29.351,36	25.008,63	20.665,91	16.323,19	11.980,46
IR: Indice de rentabilidad	1,59	1,50	1,41	1,33	1,24

Tabla 10.6: Evaluación de contado.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

Los resultados muestran que:

- Los ingresos pueden disminuir hasta alrededor de un 3,85%, sin que el proyecto deje de ser atractivo.
- Los costos de ventas pueden incrementarse hasta alrededor de un 5,35%, sin que el proyecto deje de ser atractivo.
- El incremento del impuesto a la renta en valores razonables, no causan efectos de consideración en el análisis efectuado.

10.5.2 Análisis de sensibilidad con recursos propios y financiamiento

El análisis de sensibilidad combinado entre el capital propio y financiamiento realizará tomando en cuenta las mismas variaciones que el análisis solo con recurso propios, así

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD					
EVALUACION CON FINANCIAMIENTO (CAPITAL PROPIO Y FINANCIAMIENTO)					
Δ% INGRESOS (DECREMENTOS)	SIN Δ%	-2,0%	-3,0%	-4,0%	-5,31%
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,16	2,60	2,91	3,28	3,94
TD: Taza de descuento o tasa mínima de retorno (%)	18,1%	18,1%	18,1%	18,1%	18,1%
TIR: Taza interna de retorno(%)	57,9%	43,3%	35,8%	28,3%	18,0%
VAN: Valor actual neto (\$)	46.894,08	29.217,50	20.379,21	11.540,92	(37,2)
IR: Índice de rentabilidad	2,56	1,97	1,68	1,38	1,00
Δ% COSTOS DE VENTAS (INCREMENTOS)	SIN Δ%	2,0%	4,0%	6,0%	7,40%
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,16	2,46	2,88	3,42	3,96
TD: Taza de descuento o tasa mínima de retorno (%)	18,1%	18,1%	18,1%	18,1%	18,1%
TIR: Taza interna de retorno(%)	57,9%	47,3%	36,6%	25,8%	17,9%
VAN: Valor actual neto (\$)	46.894,08	34.175,12	21.456,15	8.737,19	(166,1)
IR: Índice de rentabilidad	2,56	2,14	1,72	1,29	0,99
Δ% IMP. RENTA (INCREMENTOS)	SIN Δ%	20,0%	40,0%	60,0%	80,0%
TR: tiempo de recuperación o periodo de pago descontado (años)	2,16	2,23	2,32	2,42	2,55
TD: Taza de descuento o tasa mínima de retorno (%)	18,1%	18,1%	18,1%	18,1%	18,1%
TIR: Taza interna de retorno(%)	57,9%	54,3%	50,6%	46,8%	42,8%
VAN: Valor actual neto (\$)	46.894,08	41.880,68	36.867,27	31.853,87	26.840,47
IR: Índice de rentabilidad	2,56	2,40	2,23	2,06	1,89

Tabla 10.7: Evaluación con financiamiento.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

Los resultados muestran que:

- Los ingresos pueden disminuir hasta alrededor de un 5,31%, sin que el proyecto deje de ser atractivo.
- Los costos de ventas pueden incrementarse hasta en 7,4%, sin que el proyecto deje de ser atractivo.
- El incremento del impuesto a la renta en valores razonables, no causan efectos de consideración en el análisis efectuado.

10.6 ANÁLISIS DE ESTRUCTURA FINANCIERA

10.6.1 Estructura de Capital

La estructura de capital al final del primer año se muestra en la tabla siguiente.

BALANCE GENERAL (al 31 de diciembre del 2012)					
Activos corrientes	\$ 26.605,08	42,6%	Pasivos corrientes	\$ 11.686,55	18,7%
Activos fijos	\$ 28.258,50	45,2%	Pasivos a largo plazo	\$ 13.542,66	21,7%
Activos intangibles	\$ 7.608,00	12,2%	Pasivo total	\$ 25.229,20	40,4%
			Patrimonio	\$ 37.242,38	59,6%
ACTIVO TOTAL	\$ 62.471,59	100%	PASIVO TOTAL + PATRIMONIO	\$ 62.471,59	100%

Tabla 10.8: Balance general al 31/DIC/2012.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

El análisis de la estructura de capital del 2012 y del resto del periodo de estudio, se realizarán con la ayuda de las razones financieras del siguiente punto.

10.6.2 Razones financieras

Las razones financieras a revisar son: liquidez, solvencia, productividad y rentabilidad. Los resultados de cada indicador se visualizan en la siguiente tabla.

RAZONES FINANCIERAS							
ITEM	DESCRIPCION DE LOS INDICADORES		2012	2013	2014	2015	2016
1	LIQUIDEZ	LIQUIDEZ CORRIENTE = AC/PC	2,28	2,48	2,68	2,94	3,27
2	SOLVENCIA	APALANCAMIENTO = AT/P	1,68	2,03	2,02	1,92	1,98
		ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL = PT/P	0,68	1,03	1,02	0,92	0,98
3	PRODUCTIVIDAD	ROTACION DE VENTAS = V/AT	5,58	4,77	4,46	4,43	3,93
4	RENTABILIDAD	MARGEN BRUTO = UB/V	25,3%	27,4%	29,0%	28,8%	30,1%
		MARGEN OPERACIONAL = UO/V	3,9%	7,8%	10,7%	9,8%	12,2%

Tabla 10.9: Razones financieras.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

Así se analiza cada uno de ellos:

1. *Liquidez*
 - a. *Índice de liquidez corriente*, mayor a 2, dejan ver que la empresa tiene alta capacidad, es decir es muy solvente para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo.
2. *Solvencia*

- a. *Índice de apalancamiento*, mayor a 1, señalan que la empresa está utilizando el financiamiento de manera eficiente, es decir la deuda aumenta la rentabilidad, pero también el riesgo.
- b. *Índice de endeudamiento patrimonial*, muestra la existencia de apalancamiento; así inicialmente los propietarios son los que financian mayormente el negocio. Durante el segundo y tercer año, existe un leve apalancamiento, el cual se reduce en el cuarto y quinto año. Ello se debe a que la deuda disminuye, pero se incrementan las obligaciones con los accionistas y con las obligaciones a corto plazo.

3. *Productividad*

- a. *Índice de rotación de ventas*, hace ver que la eficiencia de la administración es muy buena durante los primeros años de operatividad; sin embargo, se nota una disminución de tal eficiencia, producto de que las ventas no crecen tan rápidamente como los activos. Por lo que, paulatinamente, se deberán revisar y proponer nuevas estrategias para impulsar las ventas.

4. *Rentabilidad*

- a. *Índice de margen bruto* muestran que las ganancias son bastante rentables y sobre todo con tendencia creciente. Así mismo se observa que las operaciones son eficientes.
- b. *Índice de margen operacional* señalan que el negocio es lucrativo, independientemente de la forma como ha sido financiado.

11 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION DEL NEGOCIO							
Actividades	2011						2012
	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE
Registrar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.			■				
Registrar la patente en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI.			■				
Abrir una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.				■			
Celebrar la escritura Pública por lo que se debe presentar en una Notaría a minuta para constituir la Compañía.				■			
Gestionar la aprobación de las Escrituras de constitución por la Superintendencia de Compañías.				■			
Inscribir las escrituras de constitución en el registro mercantil					■		
Inscribir los nombramientos en el Registro Mercantil.					■		
Reingreso de las Escrituras a la Superintendencia de Compañías					■		
Obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas.					■		
Retiro de la cuenta de integración de Capital en la Superintendencia de Compañías					■		
Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa.					■		
Obtener permiso para imprimir facturas, en el SRI.					■		
La patente municipal, obtenida en el Gobierno Municipal de la ciudad.						■	
El permiso de funcionamiento, del Cuerpo de Bomberos de la ciudad.						■	
Registro sanitario para la fabricación y comercialización de productos alimenticios. obtenido en el Ministerio de Salud Publica.						■	
Certificado de salud, obtenido en el Gobierno Municipal de la ciudad.						■	
Solicitud del préstamo en el banco					■		
Aprobación y Desembolso del préstamo en el Banco					■	■	
Firma del Contrato de Arredamiento del Bien Inmueble					■		
Diseño de la decoración del establecimiento						■	
Adecuaciones de las instalaciones eléctricas del establecimiento					■		
Adquisición de accesorios para iluminación					■		
Adecuaciones del área para baños						■	
Adecuaciones de todo el establecimiento						■	
Fabricación y montaje de accesorios para decoración interior					■		
Fabricación y montaje de accesorios para decoración exterior					■		
Instalación del sistema de climatización						■	
Instalación de red para servicios computacionales e internet						■	
Instalacion de equipos audiovisuales						■	
Entrenamiento del personal						■	
Contratación de Personal						■	
Publicidad						■	■
Apertura de Disfrútalo							■

Tabla 11.1: Cronograma de implementación del negocio.

Elaborado por: El autor.

Fuente: Estudio financiero del autor.

12 ANEXOS

A DOCUMENTOS TÉCNICOS

A.1 Libros

- Varela, R., “*Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*”, Pearson Educación, 2008, Colombia.
- Friend, G., Zehle, S., “*Cómo diseñar un Plan de Negocios*”, The Economist, 2008, Argentina.
- Kotler, Philip, “*Dirección de Marketing*”, Pearson Educación, 2006, México.
- Horngren, C., Sundem, G & Elliot J, “*Introducción a la Contabilidad Financiera*”, Pearson Education, 2000, México.
- Horngren, C., Sundem, G & Elliot J, “*Contabilidad Administrativa*”, Pearson Education, 2006, México.
- Maslow, A., “*El management según Maslow: Una visión humanista para la empresa de hoy*”, Paidós, 1998, Barcelona.
- Vivanco, M., “*Muestreo estadístico: Diseño y aplicaciones*”, Editorial Universitaria, 2005, Santiago de Chile.

A.2 Revistas y Periódicos

- Jugos calman la sed. (2008, Septiembre 11). Diario Hoy, p. 3.

A.3 Investigaciones

- Proaño, V. & Salgado, J. (2005). *Propuesta Metodológica de Valoración de Empresas aplicada a Grandes Empresas en el Ecuador. Adaptación de los Modelos Z de Altman y Flujos de Caja Descontados*. Ecuador: Universidad del Azuay.

B FUENTES SECUNDARIAS DE INVESTIGACIÓN

B.1 Sitios Web

- www.es.wikipedia.org
- www.mies.gov.ec/
- www.sri.gob.ec
- www.inec.gob.ec
- www.supercias.gob.ec
- www.bolivariano.com

C Investigación Exploratoria de Mercado, Análisis de Mercado y

Estados Financieros

C.1 Análisis de las cinco fuerzas de Porter para el sector de las juguerías.

En base al estudio de mercado y percepciones locales del sector de las bebidas a base de frutas, se ha podido conocer información que permitirá conocer el impacto de las determinantes en cada una de las fuerzas de Porter.

C.1.1 Rivalidades entre los competidores existentes

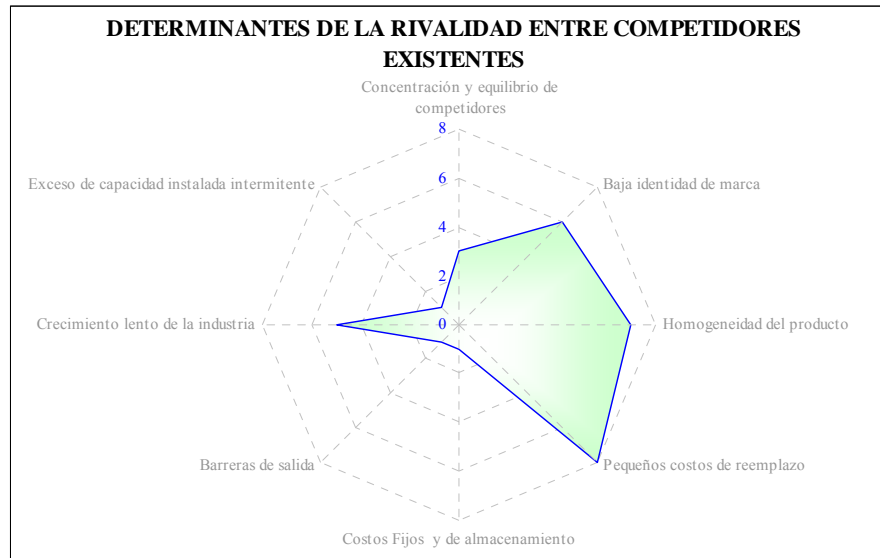
El nivel de rivalidad entre competidores existentes, se ha establecido de acuerdo a las determinantes de la tabla siguiente, que se evalúan de inmediato.

DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES					
FACTORES QUE IMPACTAN EN LA RIVALIDAD	PESO ESPECÍFICO EN % (subjetivo)	CALIFICACIÓN POR FACTOR (0 el mínimo y 8 el máximo)			PUNTOS DEL FACTOR
		BAJO (entre 0 y 2)	MEDIO (entre 3 y 5)	ALTO (entre 6 y 8)	
Concentración y equilibrio de competidores	20%		3,0		0,60
Baja identidad de marca	15%		6,0		0,90
Homogeneidad del producto	20%		7,0		1,40
Pequeños costos de reemplazo	15%		8,0		1,20
Costos Fijos y de almacenamiento	10%		1,0		0,10
Barreras de salida	10%		1,0		0,10
Crecimiento lento de la industria	5%		5,0		0,25
Exceso de capacidad instalada intermitente	5%		1,0		0,05
SUMAN	1,00		TOTAL		4,60

Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

En el sector de bebidas de frutas frescas existe un número pequeño de competidores que poseen el 75,7% de participación del mercado; la población que no identifica la marca de su juguería preferida constituye el 74,5% de la población; los competidores no muestran un producto diferenciado en sus características de elaboración y/o de presentación; los costos asociados al cambio de marca por parte de los consumidores prácticamente no son relevantes; los costos fijos o de almacenaje son pequeños; la inversión es pequeña para un negocio básico, lo que hace que las barreras de salidas sean también pequeñas; el sector de las bebidas a base de frutas crece lenta pero continuamente a un ritmo; y finalmente en el sector de bebidas a base de frutas no existe periodos en que se produzcan incrementos de la capacidad instalada. La magnitud de cada una de éstas determinantes se expresan en el gráfico siguiente.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

En el gráfico siguiente una alta rivalidad se considera si el total de la suma de los puntos de cada factor se aproxima a 8, por el contrario, una baja rivalidad se considera si el total se aproxima a 0. Del análisis efectuado, tomando en consideración los pesos de cada factor y su impacto (bajo, medio o alto), se obtiene una magnitud de 4.6, lo que nos permite establecer que la rivalidad entre competidores es moderada tendiendo a media alta.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

C.1.2 Poder de negociación de clientes o compradores

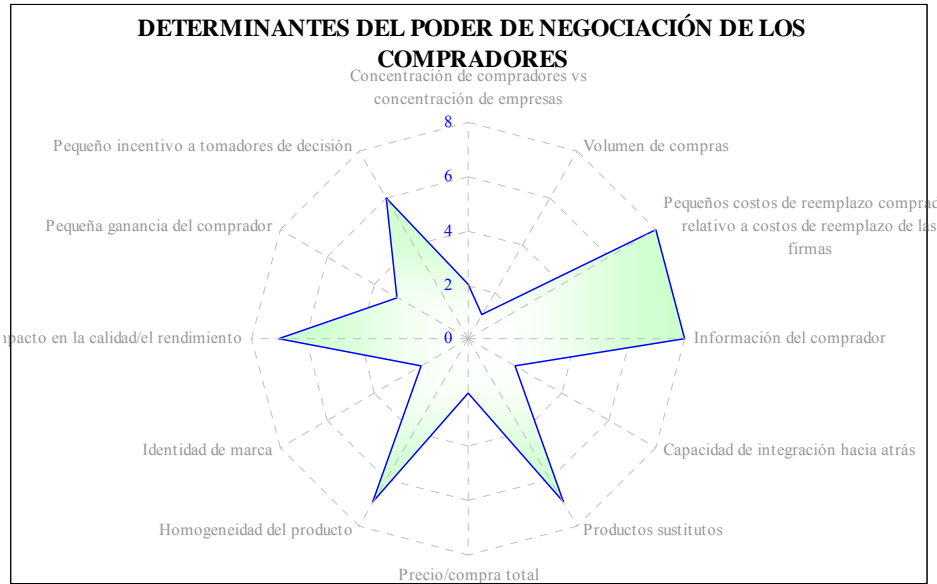
El poder de negociación de los compradores, se ha establecido de acuerdo a las determinantes de la tabla siguiente, que se evalúan de inmediato.

DETERMINANTES DEL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES						
	FACTORES QUE IMPACTAN EN EL PODER DE LOS COMPRADORES	PESO ESPECÍFICO EN % (subjetivo)	CALIFICACIÓN POR FACTOR (0 el mínimo y 8 el máximo)			PUNTOS DEL FACTOR
			BAJO (entre 0 y 2)	MEDIO (entre 3 y 5)	ALTO (entre 6 y 8)	
Poder de negociación	Concentración de compradores vs concentración de empresas	10%		2,0		0,20
	Volumen de compras	5%		1,0		0,05
	Pequeños costos de reemplazo comprador relativo a costos de reemplazo de las firmas	15%		8,0		1,20
	Información del comprador	5%		8,0		0,40
	Capacidad de integración hacia atrás	5%		2,0		0,10
	Productos sustitutos	15%		7,0		1,05
Sensibilidad al precio	Precio/compra total	10%		2,0		0,20
	Homogeneidad del producto	10%		7,0		0,70
	Identidad de marca	10%		2,0		0,20
	Bajo impacto en la calidad/el rendimiento	5%		7,0		0,35
	Pequeña ganancia del comprador	5%		3,0		0,15
	Pequeño incentivo a tomadores de decisión	5%		6,0		0,30
SUMAN		1,00		TOTAL		4,90

Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

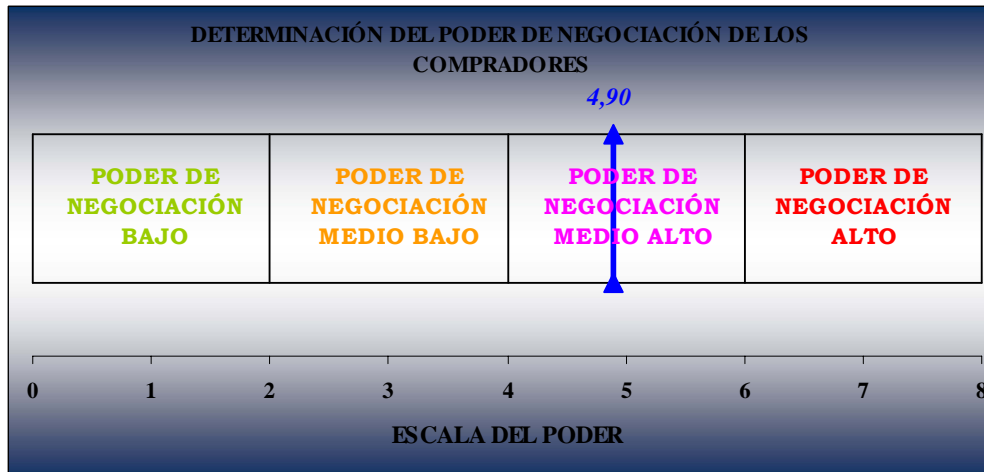
En el sector de bebidas de frutas frescas la concentración de compradores y el volumen de adquisición de los compradores son bajos; los costos de reemplazo por cambiar de proveedor son pequeños; la información que posee el comprador de los costos y precios del productor dentro del sector es muy amplia; el comprador no tiene mucho interés de integrarse hacia atrás; y existe una gran variedad de productos sustitutos. Así mismo, el producto no representa una parte importante de los gastos del comprador; los competidores no muestran un producto diferenciado en sus características de elaboración y/o de presentación; la población que no identifica la marca de su juguería preferida constituye el 74,5% de la población; el impacto en la calidad de las bebidas a base de fruta es el más importante después de la higiene en la preparación de las bebidas, con una media 2.44 dentro de los encuestados; la ganancia del comprador es relativamente alta porque consume productos a base de frutas naturales, pero su decisión de optar por éstos no son claramente recompensadas. La magnitud de cada una de éstas determinantes se expresan en el gráfico siguiente.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

En el gráfico siguiente un alto poder de negociación de los compradores se considera si el total de la suma de los puntos de cada factor se aproxima a 8, por el contrario, un bajo poder de negociación se considera si el total se aproxima a 0. Del análisis efectuado, tomando en consideración los pesos de cada factor y su impacto (bajo, medio o alto), se obtiene una magnitud de 4.9, lo que nos permite establecer que el poder de negociación de los compradores es medio alto.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

C.1.3 Poder de negociación de los proveedores

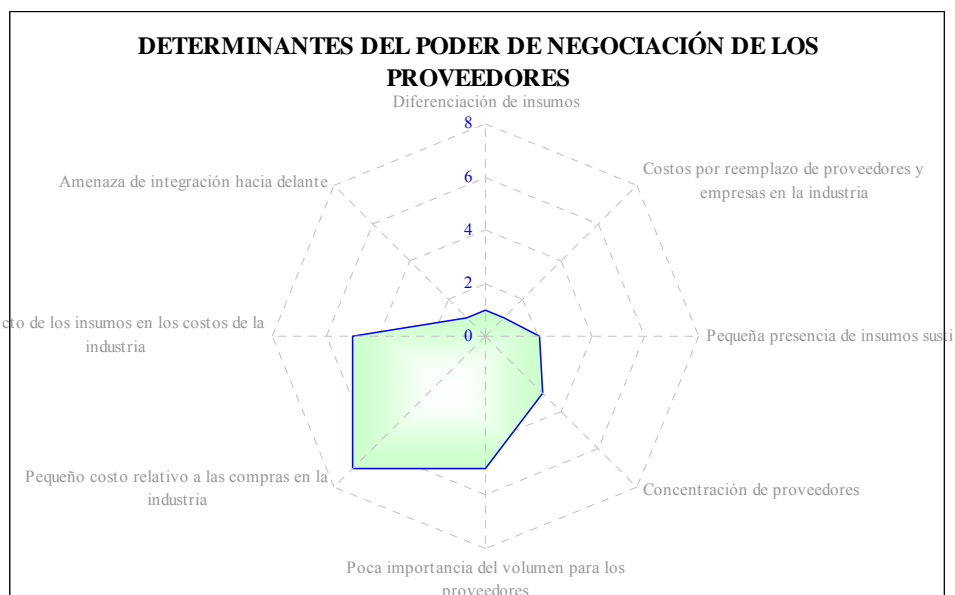
El poder de negociación de los proveedores, se ha establecido de acuerdo a las determinantes de la tabla siguiente, que se evalúan de inmediato.

DETERMINANTES DEL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES					
FACTORES QUE IMPACTAN EN EL PODER DE LOS PROVEEDORES	PESO ESPECÍFICO EN % (subjetivo)	CALIFICACIÓN POR FACTOR (0 el mínimo y 8 el máximo)			PUNTOS DEL FACTOR
		BAJO (entre 0 y 2)	MEDIO (entre 3 y 5)	ALTO (entre 6 y 8)	
Diferenciación de insumos	15%		1,0		0,15
Costos por reemplazo de proveedores y empresas en la industria	15%		1,0		0,15
Pequeña presencia de insumos sustitutos	20%		2,0		0,40
Concentración de proveedores	15%		3,0		0,45
Poca importancia del volumen para los proveedores	15%		5,0		0,75
Pequeño costo relativo a las compras en la industria	10%		7,0		0,70
Impacto de los insumos en los costos de la industria	5%		5,0		0,25
Amenaza de integración hacia delante	5%		1,0		0,05
SUMAN	1,00			TOTAL	2,90

Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

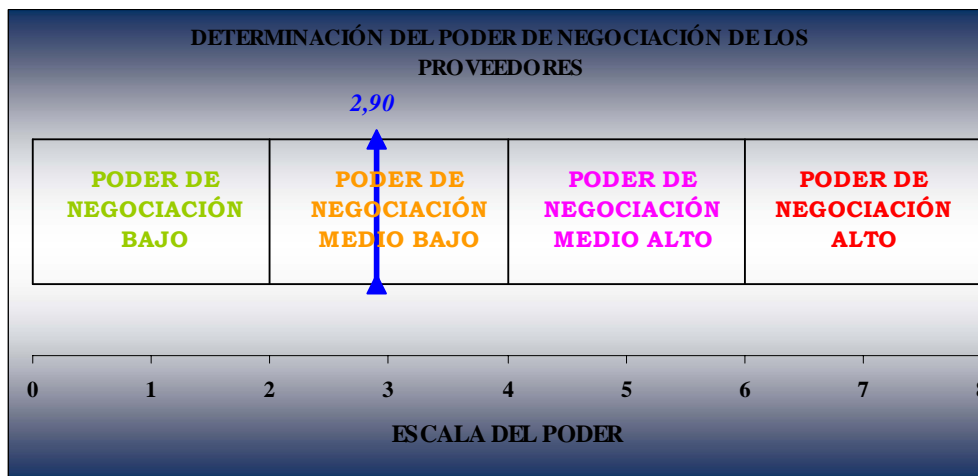
En el sector de bebidas de frutas frescas los proveedores de bebidas no muestran un producto diferenciado en sus características de elaboración y/o de presentación; los costos de reemplazo por cambiar de proveedor son pequeños ya que el producto es muy semejante; hay una gran variedad de productos sustitutos que pueden reemplazar a las bebidas elaboradas a base de frutas frescas; la concentración de proveedores es medianamente baja ya que seis importantes proveedores tienen el 78,8% del mercado y otros más pequeños poseen el 21,2% restante; la mayoría de proveedores combina el negocio de juguerías con otros negocios como comidas y bares; el producto no representa una parte muy importante en los gastos dentro del sector; el proveedor no tiene necesidad de integrarse hacia delante, es decir, con el comprador. La magnitud de cada una de éstas determinantes se expresan en el gráfico siguiente.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

En el gráfico siguiente un alto poder de negociación de los proveedores se considera si el total de la suma de los puntos de cada factor se aproxima a 8, por el contrario, un bajo poder de negociación se considera si el total se aproxima a 0. Del análisis efectuado, tomando en consideración los pesos de cada factor y su impacto (bajo, medio o alto), se obtiene una magnitud de 2,9, lo que nos permite establecer que el poder de negociación de los proveedores es medianamente bajo.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

C.1.4 Amenazas de sustitución

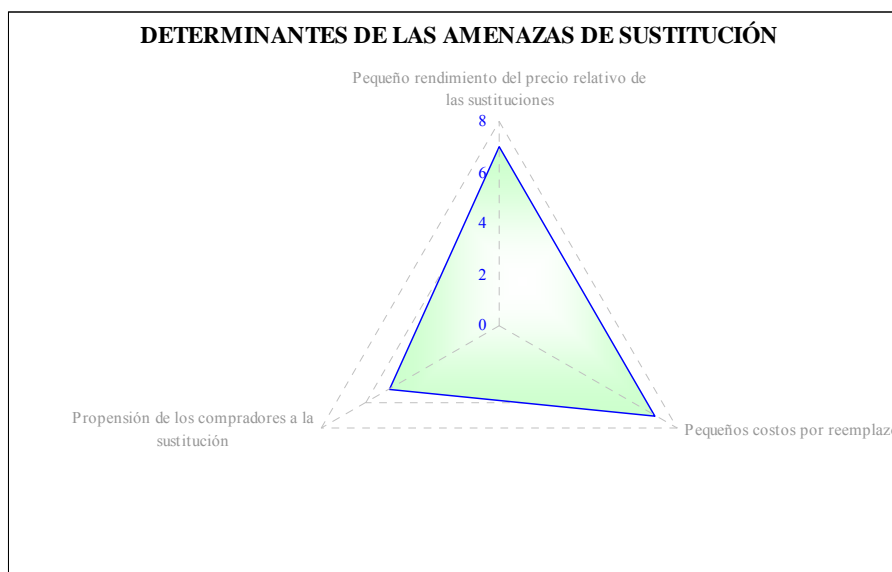
Las amenazas de sustitución, se ha establecido de acuerdo a las determinantes de la tabla siguiente, que se evalúan de inmediato.

DETERMINANTES DE LAS AMENAZAS DE SUSTITUCIÓN					
FACTORES QUE IMPACTAN EN LAS AMENAZAS DE SUSTITUCIÓN	PESO ESPECÍFICO EN % (subjetivo)	CALIFICACIÓN POR FACTOR (0 el mínimo y 8 el máximo)			PUNTOS DEL FACTOR
		BAJO (entre 0 y 2)	MEDIO (entre 3 y 5)	ALTO (entre 6 y 8)	
Pequeño rendimiento del precio relativo de las sustituciones	45%		7,0		3,15
Pequeños costos por reemplazo	35%		7,0		2,45
Propensión de los compradores a la sustitución	20%		5,0		1,00
SUMAN	1,00			TOTAL	6,60

Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

En el sector de bebidas de frutas frescas, el precio promedio del producto de los diversos competidores es alrededor de un dólar, el cual es superior al de los sustitutos más cercanos; los costos de reemplazo por cambiar de proveedor son pequeños ya que el producto que ofrecen es muy semejante; finalmente si el comprador busca una bebida natural, nutritiva, y fresca a base de frutas, su tendencia a la sustitución sería muy baja, pero si reemplaza alguna de ellas la tendencia a la sustitución es muy alta. La magnitud de cada una de éstas determinantes se expresan en el gráfico siguiente.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

En el gráfico siguiente una alta amenaza de sustitución se considera si el total de la suma de los puntos de cada factor se aproxima a 8, por el contrario, una baja amenaza se considera si el total se aproxima a 0. Del análisis efectuado, tomando en consideración los pesos de cada factor y su impacto (bajo, medio o alto), se obtiene una magnitud de 6.6, lo que nos permite establecer que existe una alta amenaza de sustitución.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

C.1.5 Amenaza de ingreso de nuevos negocios

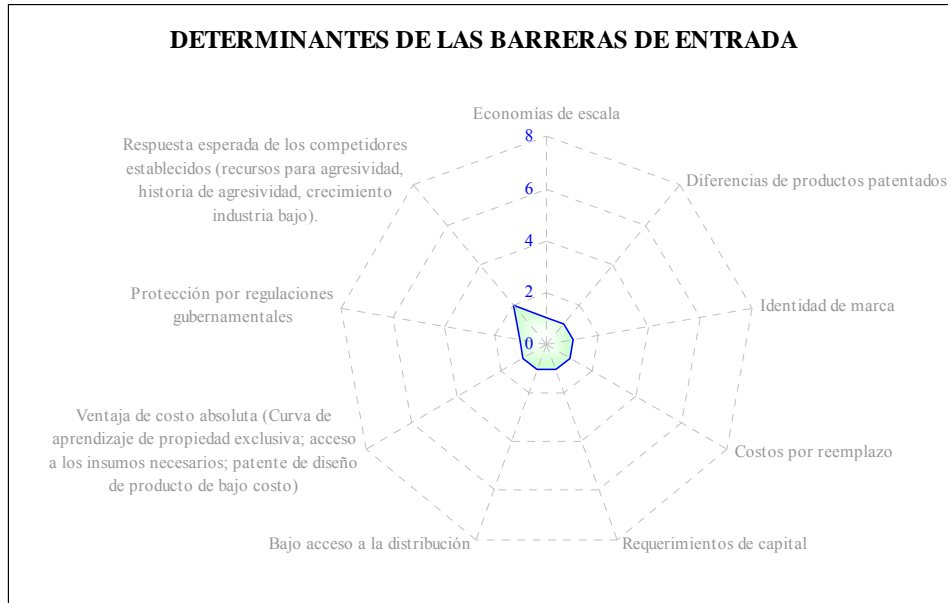
La amenaza de ingreso de competidores potenciales, la cual está en función de las barreras de entrada, se ha establecido de acuerdo a las determinantes de la tabla siguiente, que se evalúan de inmediato.

DETERMINANTES DE LAS BARRERAS DE ENTRADA					
FACTORES QUE IMPACTAN EN LAS BARRERAS DE ENTRADA	PESO ESPECÍFICO EN % (subjetivo)	CALIFICACIÓN POR FACTOR (0 el mínimo y 8 el máximo)			PUNTOS DEL FACTOR
		BAJO (entre 0 y 2)	MEDIO (entre 3 y 5)	ALTO (entre 6 y 8)	
Economías de escala	5%		1,0		0,05
Diferencias de productos patentados	10%		1,0		0,10
Identidad de marca	15%		1,0		0,15
Costos por reemplazo	15%		1,0		0,15
Requerimientos de capital	15%		1,0		0,15
Bajo acceso a la distribución	5%		1,0		0,05
Ventaja de costo absoluta (Curva de aprendizaje de propiedad exclusiva; acceso a los insumos necesarios; patente de diseño de producto de bajo costo)	20%		1,0		0,20
Protección por regulaciones gubernamentales	10%		1,0		0,10
Respuesta esperada de los competidores establecidos (recursos para agresividad, historia de agresividad, crecimiento industria bajo).	5%		2,0		0,10
SUMAN	1,00			TOTAL	1,05

Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

En el sector de bebidas de frutas frescas, no se han evidenciado grandes economías de escala ya que la producción no se da en grandes volúmenes y por lo tanto no hay una disminución de la estructura de costos de los proveedores; los proveedores de bebidas no muestran un producto diferenciado en sus características de elaboración y/o de presentación; la población que no identifica la marca de su juguería preferida constituye el 74,5% de la población; los costos de reemplazo por cambiar de proveedor son pequeños ya que el producto ofertado es muy semejante en presentación y calidad; la inversión de capital es pequeña para un negocio básico; los canales de distribución no tienen restricciones; existe un alto acceso a los insumos necesarios para la elaboración del producto y la curva de aprendizaje no es exclusiva de las empresas establecidas, haciendo que no tengan una ventaja de costo absoluta; no existen políticas gubernamentales de protección del sector; y se conoce que la reacción de los competidores establecidos no es alta agresividad, y los recursos para la misma no son relevantes. La magnitud de cada una de éstas determinantes se expresan en el gráfico siguiente.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.

En el gráfico siguiente una alta barrera de entrada se considera si el total de la suma de los puntos de cada factor se aproxima a 8, por el contrario, una baja barrera se considera si el total se aproxima a 0. Del análisis efectuado, tomando en consideración los pesos de cada factor y su impacto (bajo, medio o alto), se obtiene una magnitud de 1.05, lo que nos permite establecer que las barreras de entrada son muy bajas.



Elaborado por: Los autores.

Fuente: Estudio de mercado de los autores.

C.2 Tabulación de resultados de la encuesta para determinar las combinaciones de frutas preferidas para la elaboración de bebidas.

BEBIDAS DE FRUTAS PREFERIDAS POR LOS ENCUESTADOS

EXTRACTOS				JUGOS				BATIDOS			
ITEM	NOMBRE	#	% ENC	ITEM	NOMBRE	#	% ENC	ITEM	NOMBRE	#	% ENC
1	NARANJA	8	14,3%	1	FRUTILLA	6	6%	1	COCO	10	8%
2	DURAZNO	4	7,1%	2	GUANABANA	3	3%	2	NARANJA	8	7%
3	ZANAHORIA	2	3,6%	3	MELON	6	6%	3	FRUTILLA	6	5%
4	MANZANA	6	10,7%	4	TOMATE	4	4%	4	GUANABANA	2	2%
5	PERA	2	3,6%	5	NARANJILLA	3	3%	5	MELON	6	5%
6	GESTRO-REFERESCANTE	4	7,1%	6	MANGO	3	3%	6	TOMATE	3	3%
7	EMOLIENTE	4	7,1%	7	PAPAYA	3	3%	7	NARANJILLA	4	3%
8	INMUNO-DEPURADOR	3	5,4%	8	MORA	5	5%	8	BANANA	6	5%
9	DESINTOXICANTE	4	7,1%	9	PIÑA	6	6%	9	DURAZNO	7	6%
10	DELICIA	4	7,1%	10	PIEL SALUDABLE	3	3%	10	MANGO	3	3%
11	REDUCTOR - MINERALIZANTE	3	5,4%	11	SALUD COMPLETA	1	1%	11	PAPAYA	3	3%
12	PURIFICADOR PIEL	4	7,1%	12	DIGESTIVO + QUEMA	3	3%	12	MANZANA	5	4%
13	REJUVENECEDOR	4	7,1%	13	FORTALECEDOR	4	4%	13	MORA	5	4%
14	PROTECTOR	4	7,1%	14	ANTIGRIPIAL	4	4%	14	PIEL SALUDABLE	4	3%
		56	100,0%	15	ESTIMULANTE	4	4%	15	SALUD COMPLETA	1	1%
				16	REJUVENECEDOR	2	2%	16	DIGESTIVO + QUEMA	1	1%
				17	ENERGIA	1	1%	17	FORTALECEDOR	3	3%
				18	ANTIESTRES	3	3%	18	ANTIGRIPIAL	5	4%
				19	VISION	1	1%	19	ESTIMULANTE	3	3%
				20	ANTICANCERIGENO	2	2%	20	REJUVENECEDOR	2	2%
				21	QUEMAGRASA	2	2%	21	ENERGIA	1	1%
				22	DIGESTIVO	2	2%	22	ANTIESTRES	2	2%
				23	COMBAT	3	3%	23	VISION	2	2%
				24	ANTI-CANCERIGENO	0	0%	24	ANTICANCERIGENO	2	2%
				25	REGENERATIVO	0	0%	25	QUEMAGRASA	1	1%
				26	INMUNIZADOR	3	3%	26	DIGESTIVO	3	3%
				27	ENERGIZANTE	3	3%	27	COMBAT	2	2%
				28	REFORZADOR	2	2%	28	ANTI-CANCERIGENO	1	1%
				29	ANTI-TODO	1	1%	29	REGENERATIVO	0	0%
				30	FIBRA	4	4%	30	INMUNIZADOR	3	3%
				31	ESTABILIZADOR	1	1%	31	ENERGIZANTE	2	2%
				32	DIET	1	1%	32	REFORZADOR	1	1%
				33	MEMORIA	2	2%	33	ANTI-TODO	1	1%
				34	FIBRA	1	1%	34	FIBRA	4	3%
				35	VISION	2	2%	35	ESTABILIZADOR	1	1%
				36	REFERESCANTE	1	1%	36	DIET	2	2%
				37	LIBERADOR	1	1%	37	MEMORIA	1	1%
				38	TONIFICADOR	3	3%	38	FIBRA	1	1%
						99	100,0%	39	VISION	1	1%
								40	REFERESCANTE	1	1%
								41	LIBERADOR	0	0%
										119	100,0%

ZUMOS MEDICINALES (MANSEMIN)			
ITEM	NOMBRE	#	% ENC
1	PINDA (RELAMPAGO)	1	4%
2	MIYA (JEFE)	1	4%
3	CUNTA (RAYO)	3	13%
4	LA' CHINO(LUCHADOR)	3	13%
5	TENKA' OKO (PILAS)	2	8%
6	TSA KELA (TIGRE)	1	4%
7	TENKA (CORAZON)	2	8%
8	MANTAMIN (PRESIDENTE)	2	8%
9	PODEJONO (PODEROSO)	3	13%
10	PONE KENO(CURADOR)	1	4%
11	NEMEN QUELA (TIGRE EN LA OSCURIDAD)	3	13%
12	ANPU (SABROSO)	2	8%
		24	100,0%

C.3 Procedimientos de preparación de bebidas, ensaladas y alimentos comestibles

C.3.1 Principales extractos de una fruta

C.3.1.1 Extracto naranja: naranja

Propósito: Ayuda al fortalecimiento de las defensas del organismo, y colabora con la cicatrización de heridas.

Ingredientes:

- 6 naranjas

Procedimiento:

1. Lavar las frutas y cortar en mitades.
2. Extraer el jugo mediante el exprimidor de cítricos.
3. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
4. Cortar una rodaja de la fruta y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.1.2 Extracto durazno: durazno

Propósito: Ayuda a activar la función renal y colabora en la formación de huesos y dientes.

Ingredientes:

- 10 duraznos

Procedimiento:

1. Lavar las frutas
2. Cortar en mitades y retire el corazón.
3. Procese los duraznos con ayuda de un extractor.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de la fruta y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.1.3 Extracto zanahoria: zanahoria

Propósito: Contribuye con el mejoramiento de la visión, y ayuda proteger la piel de las radiaciones solares nocivas.

Ingredientes:

- 8 zanahorias

Procedimiento:

1. Lavar las hortalizas
2. Procese las zanahorias con ayuda de un extractor
3. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.1.4 Extracto manzana: manzana

Propósito: Contribuye con la depuración del hígado, proporciona fosfato al cerebro y vitalidad al sistema nervioso.

Ingredientes:

- 4 manzanas

Procedimiento:

1. Lavar las manzanas.
2. Cortas las frutas en mitades.
3. Procese las manzanas con ayuda de un extractor.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de la fruta y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.1.5 Extracto pera: pera

Propósito: Contribuye con enfermedades asociadas con el aparato circulatorio y riñones. Fortifican el músculo cardíaco y protegen la piel.

Ingredientes:

- 10 peras

Procedimiento:

1. Lavar las peras
2. Cortar las frutas en mitades.
3. Procesa las peras con ayuda de un extractor.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de la fruta y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.2 Principales extractos con varias frutas

C.3.2.1 Extracto gastrorefrescante: manzana + durazno

Propósito: Contribuye a disminuir problemas gastrointestinales.

Ingredientes:

- 2 manzanas
- 5 duraznos

Procedimiento:

1. Lave las frutas
2. Cortar las frutas en mitades.
3. Extraer el corazón de los duraznos.
4. Procesa todos los ingredientes en un extractor.
5. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
6. Cortar una rodaja de las frutas y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.2.2 Extracto emoliente: manzana + pera

Propósito: Contribuye a disminuir el estreñimiento intestinal.

Ingredientes:

- 2 manzanas
- 5 peras

Procedimiento:

1. Lave las frutas
2. Cortar las frutas en mitades.
3. Extraer el corazón de los duraznos.
4. Procesa todos los ingredientes en un extractor.
5. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
6. Cortar una rodaja de las frutas y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.2.3 Extracto inmuno-depurador del organismo: manzana + zanahoria

Propósito: Ayuda al sistema inmunológico y desintoxica al organismo siendo de ayuda para tu salud. También contribuye a limpiar el hígado.

Ingredientes:

- manzanas
- zanahorias

Procedimiento:

1. Lave las frutas y las hortalizas
2. Cortar las manzanas en mitades.
3. Procesa todos los ingredientes en un extractor.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de manzana y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.2.4 Extracto desintoxicante: naranja + manzana

Propósito: Desintoxicante

Ingredientes:

- Naranjas
- manzanas

Procedimiento:

1. Lave las frutas
2. Corte las frutas en mitades.
3. Exprima el jugo de Naranja
4. Procese la manzana con ayuda de un extractor
5. Licuar los extractos de cada fruta.
6. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de las frutas y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.2.5 Extracto delicia: manzana + fresa

Propósito: Fortalece la sangre y lubrica el organismo, y ayuda a la digestión.

Ingredientes:

- manzanas
- 12 fresas

Procedimiento:

1. Lave las frutas
2. Corte las manzanas en mitades,
3. Procese las frutas con ayuda de un extractor.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de las frutas y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.2.6 Extracto reductor mineralizante: durazno + fresa

Propósito: Contribuye a reducción de peso y anemia; fortalece el crecimiento.

Ingredientes:

- 12 fresas
- 7 duraznos

Procedimiento:

1. Lave las frutas
2. Cortar los duraznos en mitades, y extraer el corazón.
3. Procesar las frutas con ayuda de un extractor
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Colocar una fresa como decoración si el vaso es de vidrio



C.3.2.7 Extracto purificador piel: durazno + pera

Propósito: Actúa como purificador de la piel

Ingredientes:

- 5 peras
- 5 duraznos

Procedimiento:

1. Lavar las frutas
2. Cortar las frutas en mitades, y extraer el corazón del durazno.
3. Procesar las frutas con ayuda de un extractor
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de las frutas y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.2.8 Extracto rejuvenecedor: durazno + uva

Propósito: Previene el envejecimiento prematuro de las células y estimula las vías digestivas.

Ingredientes:

- 12 uvas
- 7 duraznos

Procedimiento:



1. Lavar las frutas
2. Cortar los duraznos en mitades, y extraer el corazón del durazno.
3. Procesar las frutas con ayuda de un extractor
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de las frutas y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.2.9 Extracto protector: pera + uva

Propósito: Reduce los niveles de colesterol y protege el corazón. También contribuye a curar las enfermedades de la próstata.

Ingredientes:

- 12 uvas
- 7 peras

Procedimiento:

1. Lavar las frutas
2. Cortar las peras en mitades.
3. Procesar las frutas con ayuda de un extractor
4. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de las frutas y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.3 Principales batidos y jugos de una fruta

C.3.3.1 Batido de coco: coco

Propósito: Contribuye a fortalecer la piel, uñas, dientes y tejidos nerviosos. Es un elemento nutritivo y energético, y es un buen sustituto de los huevos y la leche.

Ingredientes:

- ½ coco (pulpa)
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar la pulpa de la fruta
2. Procesar todos los ingredientes en la licuadora, durante 8 segundos
3. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.3.2 Batido de naranja: naranja

Propósito: Ayuda al fortalecimiento de las defensas del organismo, y colabora con la cicatrización de heridas.

Ingredientes:

- 7 naranjas.
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar las naranjas y extraer su jugo mediante el exprimidor de cítricos
3. Procesar el jugo de naranja y el resto de ingredientes en la licuadora, durante 8 segundos.
4. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de la fruta y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.3.3 Batido/jugo de frutilla: frutillas

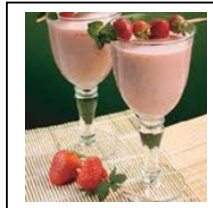
Propósito: Contribuye a combatir la anemia y debilidad, y es muy adecuado en época de crecimiento.

Ingredientes:

- 16 frutillas.
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas
2. Procesar las frutillas, el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos.
3. Pasar la mezcla por un colador.
4. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
5. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
6. Cortar una rodaja de las frutas y colocarlas como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.3.4 Batido/jugo de guanábana: guanábana

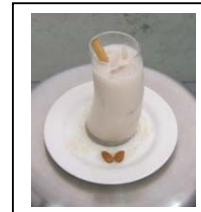
Propósito: Ayuda a fortalecer la flora intestinal, y a estabilizar las funciones hepáticas. Contribuye a la desinflamación de las vías digestivas y urinarias.

Ingredientes:

- ¼ de guanábana
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas
2. Procesar la guanábana (sin semilla), el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos
3. Pasar la mezcla por un colador.
4. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
5. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa



C.3.3.5 Batido/jugo de melón: melón

Propósito: Ayuda a limpiar tejidos y sangre, baja la fiebre, aumenta la leche a las madres lactantes. Es recomendable para problemas de próstata, riñones y vías urinarias.

Ingredientes:

- ½ melón
- 100 ml de hielo.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar el melón en pequeños pedazos.
3. Procesar la melón , el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de la fruta y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.3.6 Batido/jugo de tomate: tomate

Propósito: Aporta a disminuir las afecciones de garganta y gripe, y brinda al organismo fibras mejorando el tránsito intestinal.

Ingredientes:

- tomatillos
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la fruta.
3. Procesar los tomatillos , el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.3.7 Batido/jugo de naranjilla: naranjilla

Propósito: Colabora en la eliminación de toxinas y ácido úrico presentes en el organismo. Aporta con propiedades diuréticas y tónicas para el organismo.

Ingredientes:

- 2 naranjillas
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la fruta.
3. Procesar los naranjillas , el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.3.8 Batido banano: banano

Propósito: Contribuye a fortalecer el sistema nervioso, ayuda a controlar el ánimo, y básicamente constituye un alimento completo.

Ingredientes:

- 1 ½ bananos.
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la fruta.
3. Procesar todos los ingredientes en la licuadora, durante 8 segundos
4. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
5. Cortar una rodaja de la fruta y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio



C.3.3.9 Batido durazno: durazno

Propósito: Ayuda a activar la función renal y colabora en la formación de huesos y dientes.

Ingredientes:

- 4 duraznos.
- 100 ml de leche.

- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar en mitades y extraer el corazón de los duraznos.
3. Procesar todos los ingredientes en la licuadora, durante 8 segundos.
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de la fruta y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio



C.3.3.10 Batido/jugo mango: mango

Propósito: Contribuye con excelentes beneficios para el corazón, colabora en la lucha contra el insomnio, y combate la anemia.

Ingredientes:

- 1 mango
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la fruta y su semilla.
3. Procesar el mango, el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de la fruta y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.3.11 Batido/jugo papaya: papaya

Propósito: Ayuda a la digestión de los alimentos, y contribuye para el tratamiento de trastornos gastrointestinales y de colon, y cicatrización.

Ingredientes:

- ½ papaya
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y semillas de la fruta.
3. Procesar la papaya, el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de la fruta y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.3.12 Batido manzana: manzana

Propósito: Contribuye con la depuración del hígado, proporciona fosfato al cerebro y vitalidad al sistema nervioso.

Ingredientes

- 2 manzanas
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar las frutas en mitades.
3. Procesar las manzanas, el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de la fruta y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.3.13 Batido/jugo mora: mora

Propósito: Ayuda a depurar y remineralizar el organismo, y contribuye a disminuir grasas en las arterias, y la aumentar el apetito.

Ingredientes:

- 20 moras.
- 100 ml de leche.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Procesar los moras, el azúcar y la leche en la licuadora, durante 8 segundos
3. Pasar la mezcla por un colador.
4. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
5. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.3.14 Jugo piña: piña

Propósito: Ayuda a aliviar infecciones de la laringe, faringe, boca, bronquitis y catarros. Reduce los trastornos intestinales y elimina los parásitos del organismo.

Ingredientes:

- 1/3 piña
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y corazón de la parte empleada de la piña.
3. Procesar la piña, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de la fruta y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.4 Principales batidos/jugos con varias frutas

C.3.4.1 Batido/jugo piel saludable: banano + fresa

Propósito: Contribuye a tener una piel saludable y bella, así como aporta mucha energía para el organismo.

Ingredientes:

- 8 fresas.
- 1 banano.
- 100 ml de agua.



- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza del banano
3. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos.
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla, y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.4.2 Batido/jugo salud completa: fresa +guanábana

Propósito: Contribuye al organismo con propiedades anticancerígenas y que cuidan el corazón.

Ingredientes:

- 8 fresas.
- 1/5 guanábana.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y las semillas de la guanábana.
3. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla, y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de las fresas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.4.3 Batido/jugo digestivo + quemador de grasa: papaya + fresa

Propósito: Contribuye a restar los problemas estomacales, neutraliza la acidez estomacal, y ayuda a digerir carnes y comidas pesadas. Acelera la función del metabolismo y quema grasas.

Ingredientes:

- 8 fresas.
- ½ papaya hawaiana.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y semillas de la parte empleada de la papaya.
3. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.4.4 Batido/jugo fortalecedor: piña + fresa

Propósito: Contribuye a mejorar la circulación y fortalecer la sangre. Ayuda a lubricar el organismo y a eliminar los parásitos.

Ingredientes:

- 8 fresas
- 1/3 piña.

- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y el corazón de la parte empleada de la piña.
3. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.4.5 Batido/jugo antigripal: naranja + fresa

Propósito: Contribuye al fortalecimiento de las defensas del organismo y ayuda a prevenir gripes y resfriados. Aumenta la calidad de los glóbulos rojos, y es ideal para disminuir el nivel de colesterol de la sangre.

Ingredientes:

- 12 fresas
- 3 naranjas.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de las naranjas, y extraer el jugo mediante el exprimidor de cítricos.
3. Procesar las fresas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla, el jugo de naranja, y hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.4.6 Batido/jugo estimulante: granadilla + fresa

Propósito: Ayuda a combatir la anemia, es un estimulante digestivo y del apetito, contribuye a cicatrizar úlceras, evita la formación de coágulos, y ayuda a prevenir problemas infartos del miocardio.

Ingredientes:

- 12 fresas.
- 4 granadillas.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar la granadilla y pasar por un colador su interior.
3. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de las fresa y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.4.7 Batido/jugo rejuvenecedor: melón + fresa

Propósito: Contribuye a aumentar las defensas del organismo, asimismo contiene muchos antioxidantes que son la fuente de la eterna juventud.

Ingredientes:

- 8 fresas
- ¼ melón.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y las semillas de la parte empleada del melón.
3. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
7. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.4.8 Batido/jugo energía: banano + papaya

Propósito: Contribuye a brindar energía, es poderosamente nutritivo y fácilmente digestible. Es perfecta para los momentos de convalecencia o para mitigar la fatiga.

Ingredientes:

- 1 banano.
- ½ papaya.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y las semillas de la parte empleada del melón.
3. Retirar la corteza del banano.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
8. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.4.9 Batido/jugo antiestrés: banano + piña

Propósito: Contribuye a disminuir el estrés ya que actúa beneficiosamente sobre el sistema nervioso. Ayuda a la depuración de la sangre y sistema digestivo.

Ingredientes:

- 1 banano
- 1/3 piña.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y el corazón de la parte empleada de la piña.
3. Retirar la corteza del banano.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos



5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
8. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.4.10 Batido/jugo visión: banano + naranja

Propósito: Contribuye al fortalecer el sistema nervioso y el aparato digestivo, es buen depurativo y disminuye la degeneración de la visión. Además ayuda a controlar la presión arterial.

Ingredientes:

- 1 banano.
- 3 naranjas.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de las naranjas, y extraer el jugo mediante el exprimidor de cítricos.
3. Retirar la corteza del banano.
4. Procesar el banano, el jugo de naranja, el azúcar, el agua, y el hielo en la licuadora, durante 8 segundos
5. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
6. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.4.11 Batido/jugo anticancerígeno: papaya + guanábana

Propósito: Contribuye a destruir las células cancerígenas y a mantener un sistema digestivo sano.

Ingredientes:

- 1/5 guanábana.
- 1/2 papaya.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Procedimiento:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y las semillas de la parte empleada de la papaya y guanábana.
3. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla, y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Cortar una rodaja de la papaya y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.4.12 Batido/jugo quema grasa: piña + papaya

Propósito: Ayuda a mejorar las digestiones pesadas, y favorece el proceso de limpieza del organismo. Es un poderoso quema grasa, desintoxicante, diurético, depurativo e hidratante.

Ingredientes:

- 1/3 piña
- 1/2 papaya
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar la papaya en mitades.
3. Cortar la parte requerida de la piña.
4. Retirar la corteza y semillas de la parte empleada de la papaya.



5. Retirar la corteza y corazón de la parte empleada de la piña.
6. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
7. Pasar la mezcla por un colador.
8. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
9. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
10. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.

C.3.4.13 Batido/jugo digestivo: naranja + papaya

Propósito: Ayuda a mejorar la digestión.

Ingredientes:

- 5 naranjas
- ½ papaya
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de las naranjas y de la parte empleada de la papaya
3. Cortar en mitades y retirar las semillas de la parte empleada de la papaya.
4. Extraer el jugo de las naranjas mediante el exprimidor de cítricos.
5. Procesar la papaya, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
6. Pasar la mezcla por un colador.
7. Procesar la mezcla, el jugo de naranja, y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
8. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
9. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.4.14 Batido/jugo combate: durazno + papaya

Propósito: Contribuye a combatir el reumatismo, piedras en riñones y vejiga, así como a afrontar las infecciones del cuerpo.

Ingredientes:

- 5 duraznos.
- ½ papaya
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar y retirar la corteza y semillas de la parte empleada de la papaya.
3. Cortar en mitades y retirar el corazón la parte empleada de los duraznos.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla, el jugo de naranja, y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
8. Cortar una rodaja de las frutas y colocarla como decoración si el vaso es de vidrio.



C.3.4.15 Batido/jugo anti-cancerígeno: guanábana + granadilla

Propósito: Esta combinación contribuye a regular la presión sanguínea y ayuda a mejorar la digestión. Tiene efectos anti-muta génicos que evitan el cáncer.

Ingredientes:

- 4 granadillas.
- 1/5 guanábana
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.



- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y las semillas de la parte empleada de la guanábana.
3. Cortar la granadilla y pasar por un colador su interior.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.4.16 Batido/jugo regenerativo: mango + granadilla

Propósito: Contribuye a prevenir enfermedades cardíacas, ayuda en la protección y regeneración del hígado, combate efectivamente la anemia, y le proporciona brillo al pelo.

Ingredientes:

- 3 granadillas
- ½ mango
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza del mango y retirar su semilla.
3. Cortar la granadilla y pasar por un colador su interior.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.4.17 Batido/jugo inmunizador: guanábana + mango

Propósito: Esta combinación contribuye para tener un buen sistema inmunológico, buena digestión, y fortalecimiento de la flora intestinal.

Ingredientes:

- ½ mango.
- 1/5 guanábana
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y las semillas de la parte empleada de la guanábana.
3. Retirar la corteza del mango y retirar su semilla.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.4.18 Batido/jugo energizante: guanábana + lucuma

Propósito: Esta combinación contribuye en el proceso de producción de la energía corporal, y aumenta la eficiencia de nuestro sistema inmunológico.

Ingredientes:

- ½ lúcuma.
- 1/5 guanábana
- 100 ml de agua.



- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza y las semillas de la parte empleada de la guanábana.
3. Retirar la corteza de la lúcuma y retirar su semilla.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.4.19 Batido/jugo reforzador: guanábana + piña

Propósito: Esta combinación contribuye a la eliminación de toxinas, mejora la digestión, destruye los parásitos intestinales, y ayuda a tratar cólicos, a más de ayudar a adelgazar.

Ingredientes:

- 1/5 piña.
- 1/5 guanábana
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar la parte requerida de la piña.
3. Retirar la corteza y corazón de la parte empleada de la piña.
4. Retirar la corteza y las semillas de la parte empleada de la guanábana.
5. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
6. Pasar la mezcla por un colador.
7. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
8. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.4.20 Batido/jugo anti-todo: guanábana + naranja

Propósito: Esta combinación contribuye como antiinflamatoria, antitumoral y anticoagulante, y ayuda a combatir el asma, bronquitis, neumonía y reumatismo.

Ingredientes:

- 3 naranjas
- 1/5 guanábana
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo



Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Corte las naranjas en mitades y extraiga su jugo mediante el exprimidor de cítricos.
3. Retirar la corteza y las semillas de la parte empleada de la guanábana.
4. Procesar la guanábana, el jugo de naranja, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.4.21 Batido/jugo fibra: durazno y mango

Propósito: Esta combinación contribuye a proporcionar fibra corporal y ayudar a la limpieza del riñón y la vesícula.

Ingredientes:

- 4 duraznos
- ½ mango.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza del mango, retirar su semilla.
3. Cortar en mitades y retirar el corazón la parte empleada de los duraznos.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.4.22 Batido/jugo estabilizador: durazno y piña

Propósito: Esta combinación contribuye a formar una robusta estructura ósea y dental, la formación de glóbulos rojos, y ayuda a que el sistema nervioso se mantenga estable, y brinda mucha energía.

Ingredientes:

- 4 duraznos
- ¼ piña.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar los duraznos en mitades, y extraer el corazón.
3. Cortar la parte requerida de la piña.
4. Retirar la corteza y corazón de la parte empleada de la piña.
5. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
6. Pasar la mezcla por un colador.
7. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
8. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.4.23 Batido/jugo dieta: durazno y melón

Propósito: Esta combinación contribuye en dietas para adelgazar, y también es recomendable para combatir el reumatismo, úlceras, insuficiencia renal, próstata y anemia. Estimula el estómago y las vías digestivas, y protege contra el cáncer de colon.

Ingredientes:

- 4 duraznos
- 1/5 melón.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar los duraznos en mitades, y extraer el corazón.
3. Cortar la parte requerida del melón, retirar su corteza y semillas.
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.4.24 Batido/jugo memoria: durazno y naranja

Propósito: Esta combinación contribuye a mejorar la memoria, fortalece los músculos, las paredes celulares, el sistema inmunológico y el sistema crecimiento óseo.

Ingredientes:

- 4 duraznos
- 4 naranjas.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Cortar los duraznos en mitades, y extraer el corazón.
3. Retirar la corteza de las naranjas, y extraer el jugo mediante el exprimidor de cítricos.
4. Procesar las frutas, el jugo de naranja, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.4.25 Batido/jugo fibra: melón y mango

Propósito: Esta combinación proporciona mucha fibra y energía, ayuda a prevenir las enfermedades cardiovasculares y cáncer, y protegen al organismo del envejecimiento celular. Conserva los tejidos, es útil para la vista y favorece el crecimiento y desarrollo de los huesos.

Ingredientes:

- ¼ melón.
- ½ mango.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la parte empleada de las frutas, y retirar sus semillas.
3. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
4. Pasar la mezcla por un colador.
5. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
6. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.4.26 Batido/jugo visión: naranja y mango

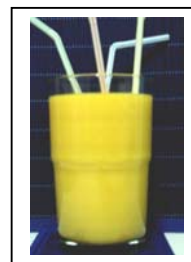
Propósito: Esta combinación ayuda a prevenir alergias, el cáncer, y a limpiar las vías respiratorias. Contribuya a mejorar la vista.

Ingredientes:

- 4 naranjas.
- ½ mango.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la parte empleada del mango, y retirar su semilla.
3. Retirar la corteza de las naranjas, y extraer el jugo con el exprimidor de cítricos.



4. Procesar el mango, el jugo de naranja, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.4.27 Batido/jugo refrescante: melón y piña

Propósito: Esta combinación refrescante tiene virtudes que son muy útiles en dietas para adelgazar, ayuda a mejorar la digestión, promueve la eliminación de grasas, colesterol, y toxinas.

Ingredientes:

- 1/5 melón.
- 1/5 piña.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la parte empleada de la piña, y retirar su corazón.
3. Retirar la corteza de la parte empleada del melón, y retirar sus semillas
4. Procesar las frutas, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.4.28 Batido/jugo liberador: melón y naranja

Propósito: Esta combinación ayuda a la desintoxicación de la piel, contribuye a liberar al organismo de parásitos intestinales, al funcionamiento óptimo del sistema digestivo.

Ingredientes:

- 1/5 melón.
- 4 naranjas.
- 100 ml de agua.
- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la parte empleada del melón, y retirar sus semillas.
3. Retirar la corteza de las naranjas, y extraer el jugo mediante el exprimidor de cítricos.
4. Procesar el melón, el jugo de naranja, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.4.29 Jugo tonificador: piña y naranja

Propósito: Esta combinación ayuda a limpiar y tonificar la sangre y todos sus tejidos, músculos y células, destruye la grasa y la obesidad.

Ingredientes:

- 1/5 piña.
- 4 naranjas.
- 100 ml de agua.



- 20 grs. de azúcar.
- 200 grs. de hielo

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Retirar la corteza de la parte empleada de la piña, y retirar su corazón.
3. Retirar la corteza de las naranjas, y extraer el jugo mediante el exprimidor de cítricos.
4. Procesar la piña, el jugo de naranja, el azúcar y el agua en la licuadora, durante 8 segundos
5. Pasar la mezcla por un colador.
6. Procesar la mezcla y el hielo en la licuadora durante 3 segundos.
7. Servir en un vaso de 16 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.5 Principales elixir medicinales con varias frutas y verduras

C.3.5.1 Elixir adelgazante: naranja + piña + berro

Propósito: Sirve para combatir la obesidad o el sobrepeso

Ingredientes:

- 6 naranjas
- ¼ de piña (2 rodajas).
- 25 gramos de berros.
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar las frutas y verduras.
2. Cortar las naranjas en mitades y extraiga su jugo mediante el exprimidor de cítricos.
3. Procesar las rodajas de piña, el berro, el jugo de naranja, y el hielo en la licuadora durante 8 segundos.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.5.2 Elixir abdomen plano: zanahorias + espinacas

Propósito: Contribuye a tener un abdomen plano

Ingredientes:

- 8 zanahorias.
- 200 grs. de espinacas.
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar y desinfectar las zanahorias y las espinacas.
2. Procesa las zanahorias y espinacas con ayuda de un extractor.
3. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.
4. Se puede agregar hielo (opcional).



C.3.5.3 Elixir calcificante: manzana + pera + amaranto

Propósito: Para combatir la anemia y ayudar a fijar el calcio en los huesos.

Ingredientes:

- 6 manzanas.
- 3 peras.
- 200 ml de leche de soya.
- 100 ml de amaranto.
- 1 gr. de canela molida.
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar las frutas.
2. Procesar todos los ingredientes en la licuadora, durante 8 segundos.
3. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.5.4 Elixir antigripal: naranja + limón

Propósito: Para combatir la gripe.

Ingredientes:

- 6 naranjas.
- 1 limón.
- 10 grs. de miel de abeja (2 cucharaditas).

Procedimiento:

1. Lavar la frutas
2. Cortar las frutas en mitades y extraiga su jugo mediante el exprimidor de cítricos.
3. Agregar la miel.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.5.5 Elixir cuida piel: zanahoria + manzana + apio + remolacha

Propósito: Este jugo es bueno para problemas en la piel.

Ingredientes:

- 4 zanahorias.
- 3 manzanas.
- 100 grs. apio (2 ramas).
- 100 grs. remolacha.
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar los ingredientes.
2. Corte las frutas y verdura en mitades.
3. Procese los ingredientes con ayuda de un extractor.
4. Procesar la mezcla con el hielo en la licuadora, durante 3 segundos.
5. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.5.6 Elixir anti-insomnio: manzana + lechuga + ajonjolí

Propósito: Combatir el insomnio y la depresión.

Ingredientes:

- 3 manzanas
- 100 grs. de lechuga.
- 10 grs. de ajonjolí.
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar las manzanas y lechuga.
2. Corte las manzanas en mitades.
3. Procese las manzanas y lechuga con ayuda de un extractor.
4. Procese la mezcla con el ajonjolí y el hielo en una licuadora.
5. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.5.7 Elixir circulatorio: pera + pepino

Propósito: Contribuye a la circulación.

Ingredientes:

- 8 peras.
- 100 grs. de pepino (con corteza).
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar los ingredientes.
2. Procese los ingredientes con ayuda de un extractor.
3. Procese la mezcla con el hielo en una licuadora.



- Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.5.8 Elixir desintoxicador: manzana + pera + zanahoria + pepino

Propósito: Contribuye a desintoxicar el organismo.

Ingredientes:

- 2 zanahorias
- 3 manzanas.
- 3peras.
- 50 grs. de pepino (con corteza).
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar los ingredientes.
2. Procese los ingredientes con ayuda de un extractor.
3. Procese la mezcla con el hielo en una licuadora.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.5.9 Elixir vitalizador: manzana + naranja + zanahoria + apio + limón

Propósito: Brinda vitalidad al organismo.

Ingredientes:

- 3 naranjas.
- 3 zanahorias.
- 3 manzanas.
- 1 limón.
- 100 grs. de apio.
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar los ingredientes.
2. Procese las manzanas, peras, zanahorias y apio con ayuda de un extractor.
3. Cortar las naranjas y limones en mitades y extraiga su jugo mediante el exprimidor de cítricos.
4. Procese la mezcla con el hielo en una licuadora.
5. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.5.10 Elixir inmunizador: manzana + zanahoria + jengibre + apio

Propósito: Ayuda a fortalecer el sistema inmunológico.

Ingredientes:

- 3 manzanas.
- 3 zanahorias.
- 50 grs. de jengibre.
- 100 grs. de apio.
- 200 grs. de hielo.

Preparación:

1. Lavar los ingredientes.
2. Procese todos los ingredientes con ayuda de un extractor.
3. Procese la mezcla con el hielo en una licuadora.
4. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.



C.3.5.11 Elixir antiresaca: naranja + piña + mango + lima + jengibre

Propósito: Ayuda a combatir los efectos de la resaca.

Ingredientes:

- 3 naranjas.

- 1/5 piña
- ½ mango.
- 1 lima
- 50 grs. de jengibre.
- 200 grs. de hielo.



Preparación:

1. Lavar los ingredientes.
2. Retirar la corteza y el corazón de la parte empleada de la piña.
3. Retirar la corteza del mango y retirar su semilla.
4. Procese la piña, el mango y jengibre con ayuda de un extractor.
5. Cortar las naranjas y lima en mitades y extraiga su jugo mediante el exprimidor de cítricos.
6. Procese la mezcla con el hielo en una licuadora.
7. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.5.12 Elixir limpiador: naranja + lima + pepino + apio

Propósito: Contribuye a la limpieza general del organismo y a adelgazar.

Ingredientes:

- 6 naranjas.
- 1 lima.
- 100 grs. de pepino (con corteza).
- 100 grs. de apio.
- 200 grs. de hielo.



Preparación:

1. Lavar los ingredientes.
2. Procese el pepino y el apio con ayuda de un extractor.
3. Cortar las naranjas y lima en mitades y extraiga su jugo mediante el exprimidor de cítricos.
4. Procese la mezcla con el hielo en una licuadora.
5. Servir en un vaso de 12 onzas, e incluir sorbete, servilleta y tapa.

C.3.6 Principales ensaladas de frutas

C.3.6.1 Ensalada personal

Ingredientes:

- ½ papaya.
- 1/5 piña.
- 5 fresas.
- ½ mango.
- 1 plátano.
- 1/5 melón.
- 5 uvas.
- 10 grs. de miel de abeja.
- 25 ml de yogurt.



Procedimiento:

1. Lavar las frutas
2. Obtener las cantidades descritas en los ingredientes, libres de corteza
3. Cortar todas las frutas en pequeños pedazos similares.
4. Servir en un contenedor redondo mediano, e incluir tenedor y servilleta.
5. Agregar la miel de abeja y el yogurt.

C.3.6.2 Ensalada especial

Ingredientes:

- 1/3 papaya.
- 1/5 piña.

- 5 fresas.
- ½ mango.
- ½ kiwi.
- 1 plátano.
- 1/5 melón.
- 5 uvas.
- 1 mandarina.
- 5 grs. de granola.
- 30 ml de probiótico.



Procedimiento:

1. Lavar las frutas
2. Obtener las cantidades descritas en los ingredientes, libres de corteza
3. Cortar todas las frutas en pequeños pedazos similares.
4. Servir en un contenedor redondo mediano, e incluir tenedor y servilleta.
5. Agregar la granola y el probiótico.

C.3.6.3 Ensalada extra especial

Ingredientes:

- 1 naranja
- 5 fresas.
- 1 plátano.
- 1/5 melón.
- ½ mango
- 1/3 de papaya.
- 5 uvas.
- 1/5 de piña.
- ½ kiwi.
- 1 pera.
- 1 mandarina.
- 1/5 de chirimoya.
- 10 grs. de miel de abeja.
- 30 ml de probiótico.



Procedimiento:

1. Lavar las frutas, y obtener las cantidades descritas en los ingredientes, libres de corteza
2. Cortar todas las frutas en pequeños pedazos similares.
3. Servir en un contenedor redondo mediano, e incluir tenedor y servilleta.
4. Agregar miel de abeja y el probiótico.

C.3.7 Alimentos comestibles elaborados

C.3.7.1 Sánduches

Para los sánduches se especifican los ingredientes empleados y su procedimiento de elaboración.

SANDUCHE CALIENTE: SENCILLO

Ingredientes:

- 50 grs. de pan blanco. (rebanadas)
- 15 grs. de queso mozzarella.
- 5 grs. de margarina.

Procedimiento:

1. Untar las rebanadas del pan con mantequilla.
2. Colocar en una de ellas la rodaja de queso mozzarella y cubrir con la otra rebanada.
3. Colocar el sándwich en la tostadora por un minuto con treinta segundos.
4. Servir en un contenedor redondo plano, e incluir servilleta.



SANDUCHE CALIENTE: MIXTO

Ingredientes:

- 50 grs. de pan blanco.
- 15 grs. de queso light.
- 10 grs. de jamón de pierna.
- 5 grs. de margarina.



Procedimiento:

1. Untar las rebanadas del pan con mantequilla.
2. Colocar en una de ellas la rodaja de queso Light y el jamón, y cubrir con la otra rebanada.
3. Colocar el sándwich en la tostadora por un minuto con treinta segundos.
4. Servir en un contenedor redondo plano, e incluir servilleta.
- 5.

SANDUCHE FRIO: ESPECIAL DE POLLO

Ingredientes:

- 130 grs. de pan baguette.
- 20 grs. de jamón de pollo.
- 40 grs. de lechuga cesar.
- 30 grs. de tomate riñón.
- 0,5 grs. de sal.
- 0,5 de pimienta.
- 10 grs. de mayonesa.
- 10 grs. de salsa de tomate.
- 3 grs. de mostaza.



Procedimiento:

1. Cortar el pan en mitades.
2. Colocar de una de ellas la lechuga, el tomate, y el jamón de pollo.
3. Esparcir la sal y la pimienta.
4. Colocar la mayonesa, la salsa de tomate y la mostaza.
5. Cubrir con la otra rebanada.
6. Servir en un contenedor rectangular bajo, e incluir servilleta.

SANDUCHE FRIO: ESPECIAL DE PAVO

Ingredientes:

- 130 grs. de pan baguette.
- 20 grs. de jamón de pavo.
- 40 grs. de lechuga cesar.
- 30 grs. de tomate riñón.
- 30 grs. de aceituna.
- 0,5 grs. de sal y 0,5 de pimienta.
- 10 grs. de mayonesa.
- 10 grs. de salsa de tomate.
- 3 grs. de mostaza.



Procedimiento:

1. Cortar el pan en mitades
2. Colocar de una de ellas la lechuga, el tomate, las aceitunas, y el jamón de pavo.
3. Esparcir la sal y la pimienta.
4. Colocar la mayonesa, la salsa de tomate y la mostaza.
5. Cubrir con la otra rebanada.
6. Servir en un contenedor rectangular bajo, e incluir servilleta.

C.3.7.2 Bolones de verde

Ingredientes:

- 120 gr de plátano verde
- 30 gr de queso o chicharrón de chancho (trozos).



- 5 gr de mantequilla
- 2 gr de sal
- 1 ml de achiote
- 4 gr de cebolla blanca finamente picada.
- 20 ml de aceite

Procedimiento:

1. Los plátanos verdes se pelan y se ponen a cocinar durante 8 minutos con un poco de sal.
2. Los verdes cocinados se majan en la máquina y se amasan con la mano, poniéndoles un poco de mantequilla, un poquito de agua y sal, achiote y la cebolla blanca.
3. Mientras se cocinan los verdes, se fríe los trozos de carne de cerdo por unos 5 minutos.
4. Con la masa de verde se forman las bolas s y se le incluyen el relleno de queso o chicharrón de chancho.
5. Servir en un contenedor redondo mediano, e incluir tenedor y servilleta.

C.3.7.3 Humitas de maíz

Ingredientes:

- 60 gr de choclo tierno molido
- 3 gr de manteca de cerdo
- 10 gr de queso rallado
- ½ huevo
- 3 gr de cebolla bien picada.
- 2 gr de polvo de hornear
- 2 gr de azúcar
- 6 gr de mantequilla
- 1 hoja de choclo
- 1 gr de sal



Procedimiento:

1. Separar las claras de huevo de las yemas y batir a punto de nieve.
2. Sofreír la cebolla picadita con el choclo, la manteca, la mantequilla, el queso, el azúcar, polvo de hornear, las yemas y la sal.
3. Cuando este mezclado todo se debe incorporar las claras batidas a punto de nieve con movimientos envolventes.
4. En las hojas de choclo poner la mezcla y envolver.
5. Cocinar al vapor por espacio de 50 minutos.
6. Servir en un contenedor rectangular pequeño, e incluir tenedor y servilleta.

Nota: Por el tiempo largo de preparación de las humitas, éstas deberán ser elaboradas al inicio y a la mitad del día en las cantidades calculadas de demanda diaria.

C.3.7.4 Postres fríos (flan)

Ingredientes:

- 30 gr de azúcar
- 20 ml de agua
- 20 ml de jugo de naranja
- ½ huevo
- 20 gr de leche evaporada
- 20 gr de leche de coco
- 10 gr de coco rallado
- 2gr de ralladura de cascara de naranja
- 1 gr de sal



Procedimiento:

1. Caliente el agua, jugo de naranja y la taza de azúcar en una cacerola pequeña a fuego alto para preparar el caramelo de naranja, haga hervir y cocine hasta que el caramelo empiece a tomar un color dorado, ponga atención porque el caramelo se puede quemar rápidamente.
2. Ponga el caramelo en los moldes para el flan
3. Pre-caliente el horno a 350 F
4. Usando una batidora eléctrica mezcle los huevos, leche evaporada, leche de coco, coco rallado, azúcar, raspadura de naranja, y la pizca de sal hasta que estén bien mezclados.
5. Llene los moldes para el flan con la mezcla anterior
6. Hornee los flanes a baño maría hasta que se cuajen, aproximadamente durante 40-50 minutos.
7. Deje que los flanes se enfríen (puede refrigerarlos), retire de los moldes y sirva.
8. Servir en un contenedor triangular alto, e incluir tenedor y servilleta.

Nota: Por el tiempo largo de preparación de los postres fríos, éstos deberán ser elaboradas al inicio y a la mitad del día en las cantidades calculadas de demanda diaria.

C.3.7.5 Empanadas de viento

Ingredientes:

- 40 gr de harina de trigo (con polvo de hornear).
- 10 ml de agua tibia.
- 20 gr de queso
- 5 gr de mantequilla
- 2 ml de limón
- 1 gr de sal
- 4 gr de cebolla blanca finamente picada.
- 2 gr de azúcar
- 100 ml de aceite



Procedimiento:

1. Mezclar la harina con la mantequilla y agregar el agua con la sal y limón. Formar una masa uniforme, extenderlas con el rodillo, y colocarla sobre el molde de empanada.
2. Rallar el queso y mezclar con la cebolla muy picada, y colocar el relleno en el centro de la masa.
3. Cerrar el molde para que la masa tome la forma de la empanada.
4. Freírlas en el aceite, bañándolas con éste para que se doren a la vez ambos lados sin voltearla.
5. Servir en un contenedor rectangular bajo, e incluir tenedor y servilleta.

C.3.7.6 Tamal

Ingredientes:

Masa:

- 2 gr de azúcar
- 20 gr de harina de maíz
- 5 gr de manteca de vegetal
- 1 gr de sal
- 1 gr de polvo de hornear
- 1 hoja de achira
- 1/2 huevo cocido (solo claras).
- 100 ml de consomé de pollo

Refrito:

- 5 gr de cebolla blanca.
- 5 gr de pimienta verde.
- 5 gr de pimienta rojo.



- 2 gr de ajo
- 1 gr de comino
- 1 gr de pimienta

Otros ingredientes:

- 1 aceituna rellenas
- 1 pasas
- 20 gr de carne de pollo cocida
- ½ de huevo cocidos

Procedimiento:

1. Hacer un refrito con la cebolla, ajo, comino, pimiento rojo, pimiento verde y ajo. Verter agua, sal, pimienta y la carne de pollo, y cocinarlo hasta que la carne de pollo se ponga suave y el jugo se vuelva espeso. Dejar entibiar y desmenuzar el pollo en trozos pequeños. Guardar el jugo para usarlo en la masa del tamal.
2. Preparar una masa con la manteca, el consomé de pollo, la harina, el azúcar, el polvo de hornear y la sal hasta que tome consistencia de puré. Poner en la hornilla, poner la clara del huevo y batir de manera constante a fuego lento. Una vez cocinada la mezcla, ponerla en las hojas de achira. Sobre la masa arreglar los huevos cocidos, las aceitunas, el ají, las pasas, la carne de pollo, el refrito y la salsa de maní, para envolver toda la mezcla. Doblar la hoja de achira, envolviendo al tamal, y cocinar en baño maría durante 20 minutos.
3. Servir en un contenedor rectangular bajo, e incluir tenedor y servilleta.

Nota: Por el tiempo largo de preparación de los tamales, éstos deberán ser elaboradas al inicio y a la mitad del día en las cantidades calculadas de demanda diaria.

C.3.7.7 Pasteles de pollo o carne

Ingredientes:

- 40 gr. de harina de trigo
- 10 gr. de mantequilla
- 12 ml. de leche
- 25 gr. de pollo (o carne)
- 10 gr de tomate riñón
- 10 gr de papa
- 1 gr de ajo
- 8 gr de cebolla perla pequeña
- 15 ml. de aceite
- 1 gr de sal
- 1 gr de pimienta



Procedimiento:

1. Picar finamente el tomate, la cebolla y el ajo y dorar lentamente en aceite caliente.
2. Incorporar el pollo cortado en cubitos, salpimentar y tapar.
3. Agregar la papa cortada en cubos, y cocinar durante cinco minutos más.
4. Amasar la harina con la sal y mantequilla, extender la masa con un rodillo lo más fino posible.
5. Cortar en círculos y colocar un poco del relleno en cada uno de ellos, doblar y presionar los bordes.
6. Barnizar con huevo y colocarlos en una lata engrasada.
7. Hornear durante 20 minutos a baja temperatura.
8. Servir en un contenedor rectangular pequeño, e incluir tenedor y servilleta.

Nota: Por el tiempo largo de preparación de los pasteles, éstos deberán ser elaboradas al inicio y a la mitad del día en las cantidades calculadas de demanda diaria.

C.3.7.8 Hayaca

Ingredientes:

Masa:

- 20 gr de harina de maíz
- 5 gr de margarina
- 2 gr de azúcar
- 1 hoja de achira
- 20 ml de caldo de gallina

Refrito:

- 5 gr de cebolla blanca.
- 5 gr de pimienta verde.
- 5 gr de pimienta rojo.
- 1 gr de ajo
- 1 gr de comino
- 1 gr de pimienta

Relleno:

- 100gr de gallina cocinada en 100 ml de agua con sal, ajo, cebolla colorada, apio, y medio cubo de caldo de gallina
- 1 aceitunas rellenas
- ¼ de huevos duros
- 5 gr de manteca de cerdo
- 1/8 de pimienta rojo cortado en juliana
- 1 pasas
- 1 gr de sal
- 1 gr de pimienta

Procedimiento:

1. En una olla calentar el caldo junto con el azúcar y la sal. Cuando empiece a hervir, agregar la harina y mover la preparación sin dejar de batir para que no se formen grumos. Añadir la margarina a la masa, cuya consistencia debe ser lisa.
2. Preparar el refrito con la cebolla, pimienta, comino, ajo y pimienta. Agregar la gallina desmenuzada y dejar cocinar. Una vez listo, retirar del fuego. Poner en el centro de cada hoja de achira una cucharada de masa, una porción de relleno, una tira de pimienta y un pedazo de huevo duro. Envolver la hayaca y cocinarla a baño maría por 30 minutos.
3. Servir en un contenedor rectangular bajo, e incluir tenedor y servilleta.



C.3.7.9 Quimbolitos

Ingredientes:

- 30 gr de harina de maíz
- 1 gr de polvo de hornear
- 10 gr de mantequilla
- 10 ml de jugo de naranja
- 10 ml de leche
- 1 ml de esencia de vainilla
- 1/5 de un huevo.
- 15 gr de azúcar
- 1 pasa
- 1 hojas de achira

Procedimiento:

1. Mezclar la harina con el polvo de hornear, la mantequilla, el jugo de naranja, la leche y la esencia de vainilla.
2. Batir las claras a punto de nieve, agregar el azúcar y las yemas de huevo.



3. Combinar las dos preparaciones anteriores hasta formar una masa suave y homogénea.
4. Lavar y secar con cuidado las hojas y colocar la masa en el centro de cada una.
5. Luego añadir las uvas pasas, cierre el quimbolito y ponga a cocinar, al vapor, durante 30 minutos.
6. Servir en un contenedor rectangular bajo, e incluir tenedor y servilleta.

C.4 Precios de los productos de la competencia.

PRECIOS DE LAS BEBIDAS A BASE DE FRUTAS DE LA COMPETENCIA UBICADA EN EL SECTOR CERCANO A DONDE SE ESTABLECERÁ LA NUEVA JUGUERÍA					
EMPRESA	Extractos	Jugos	Batidos	Zumos medicinales	Promedio
Bluedreams	1,50	1,25	1,50		1,42
Macedonia	1,40	1,30	1,50		1,40
Frutilight		1,60	1,80		1,70
D'Ramiro	1,40	1,20	1,40	1,20	1,30
PROMEDIO	1,43	1,34	1,55	1,20	1,36

PRECIOS DE LAS ENSALADAS Y S ALIMENTOS COMESTIBLES DE LA COMPETENCIA											
EMPRESA	Ensaladas	Sanduches	Bolones	Humitas	Postres	Empanadas	Tamales	Pasteles	Hayacas	Quimb	Promedio
Bluedreams	2,50	1,50	1,20		1,50			1,40			1,62
Macedonia	2,20	1,80	1,10	0,80		0,50	1,40		1,40	1,20	1,30
Frutilight	2,50	2,00	1,60	0,80	1,50					1,10	1,58
D'Ramiro		1,10	1,20	0,70	1,20	0,60		1,10	1,20	1,00	1,01
PROMEDIO	2,40	1,60	1,28	0,77	1,40	0,55	1,40	1,25	1,30	1,10	1,18

C.5 Mercado que maneja la competencia.

INFERENCIA DEL MERCADO QUE MANEJA LA COMPETENCIA

NÚMERO DE PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA DE 09:30 -10:30 DURANTE UNA SEMANA				
DIAS	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
LUN	17	23	8	6
MAR	15	21	7	6
MIÉ	17	22	8	8
JUE	16	20	7	6
VIE	18	21	9	7
SÁB	20	24	10	9
DOM	21	25	10	9
TOTAL	124	156	59	51

INFERENCIA DEL NÚMERO DE PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA DURANTE UNA SEMANA EN HORARIO DE 07:00-13:00				
DIAS	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
LUN	102	138	48	36
MAR	90	126	42	36
MIÉ	102	132	48	48
JUE	96	120	42	36
VIE	108	126	54	42
SÁB	120	144	60	54
DOM	126	150	60	54
TOTAL	744	936	354	306

NÚMERO DE PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA DE 15:30 -16:30 DURANTE UNA SEMANA				
DIAS	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
LUN	16	21	9	8
MAR	15	22	7	6
MIÉ	17	24	9	7
JUE	17	22	7	5
VIE	16	23	8	7
SÁB	20	22	9	8
DOM	21	23	8	8
TOTAL	122	157	57	49

INFERENCIA NÚMERO DE PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA DURANTE UNA SEMANA EN HORARIO DE 13:00-19:00				
DIAS	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
LUN	96	126	54	48
MAR	90	132	42	36
MIÉ	102	144	54	42
JUE	102	132	42	30
VIE	96	138	48	42
SÁB	120	132	54	48
DOM	126	138	48	48
TOTAL	732	942	342	294

NÚMERO DE PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA/MES				
TOTAL	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
	1.066	1.356	503	433

NÚMERO DE PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA/MES				
TOTAL	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
	6.396	8.138	3.016	2.600

Estimación de consumo de productos/persona:

UNIDADES CONSUMIDAS POR LAS PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA/MES				
TOTAL	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
	1.866	2.374	880	758

UNIDADES CONSUMIDAS POR LAS PERSONAS QUE INGRESAN A CONSUMIR EN LA COMPETENCIA/MES				
TOTAL	Bluedreams	Macedonia	Frutilight	D'Ramiro
	11.193	14.242	5.278	4.550

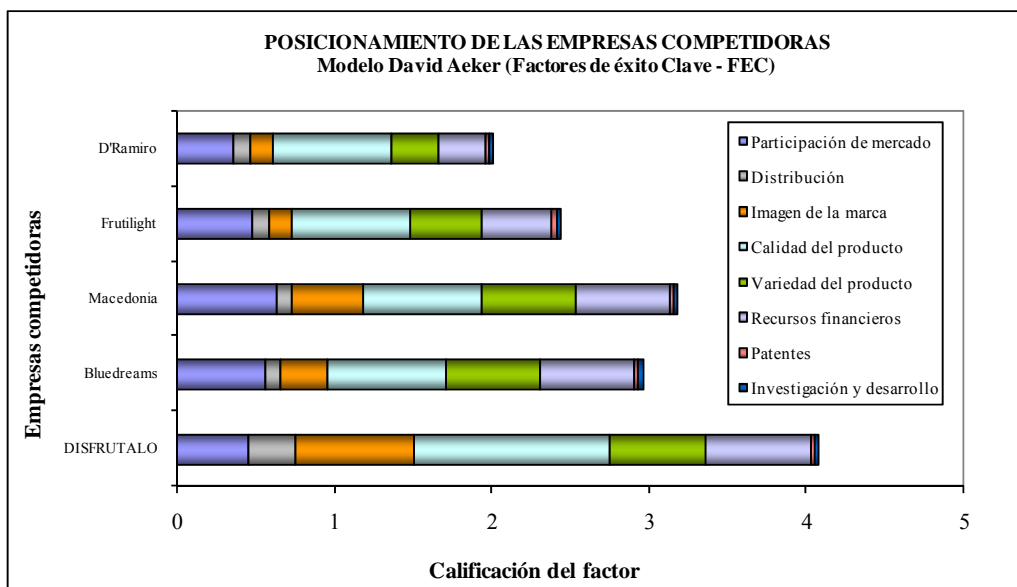
C.6 Posicionamiento de Disfrútaló y la competencia.

POSICIONAMIENTO DE LA COMPETENCIA											
FACTORES	IMPORTANCIA % (subjetivo)	DISFRUTALO		Bluedreams		Macedonia		Fruilight		D'Ramiro	
		CALIF	FORT	CALIF	FORT	CALIF	FORT	CALIF	FORT	CALIF	FORT
Participación de mercado	15,0%	3,0	0,5	3,7	0,6	4,2	0,6	3,2	0,5	2,4	0,4
Distribución	10,0%	3,0	0,3	1,0	0,1	1,0	0,1	1,0	0,1	1,0	0,1
Imagen de la marca	15,0%	5,0	0,8	2,0	0,3	3,0	0,5	1,0	0,2	1,0	0,2
Calidad del producto	25,0%	5,0	1,3	3,0	0,8	3,0	0,8	3,0	0,8	3,0	0,8
Variedad del producto	15,0%	4,0	0,6	4,0	0,6	4,0	0,6	3,0	0,5	2,0	0,3
Recursos financieros	15,0%	4,5	0,7	4,0	0,6	4,0	0,6	3,0	0,5	2,0	0,3
Patentes	2,5%	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	0,0
Investigación y desarrollo	2,5%	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	0,0
SUMAN	100%	4,1		3,0		3,2		2,4		2,0	

Nota: El rango de la calificación de cada factor va desde 1 para el mas débil y 5 para el más fuerte.

Elaborado por: Los autores.

Fuente: Percepciones del mercado de los autores.



C.7 Datos básicos del estudio de mercado.

Datos Básicos			
Descripción	Unidad	Valor	Observaciones
Rendimiento deseado sobre la inversión para establecer precios de ventas	%	22,0%	
Descuentos por consumo en días seleccionados	%	10%	
Crecimiento anual del precio de bebidas y alimentos complementarios	<input checked="" type="checkbox"/>	4,19%	
Crecimiento anual de la demanda de bebidas y alimentos complementarios (crecimiento anual real no mayor a 3.7%)	<input type="checkbox"/>	3,70%	Porcentaje que depende básicamente del crecimiento de la población. También depende del crecimiento de la tendencia a consumir bebidas a base de frutas frescas.
Crecimiento anual de la fracción de mercado	<input checked="" type="checkbox"/>	0,60%	
Aumento anual del precio de las materias primas directas	<input checked="" type="checkbox"/>	4,19%	
Incremento anual de salario y capital de trabajo por la inflación	<input checked="" type="checkbox"/>	4,19%	
Incremento anual del precio de servicios básicos, arriendo local, impuestos, seguro, vestimenta, colchon de efectivo, mantenimientos varios	<input checked="" type="checkbox"/>	4,19%	
Incremento anual del precio de equipos de oficina (luego de 3 años)	<input checked="" type="checkbox"/>	4,19%	
Incremento anual del precio de capacitación, servicios contables y asesoría, publicidad y transporte	<input checked="" type="checkbox"/>	4,19%	
Incremento anual del precio de papelería e insumos de limpieza, y primeros auxilios	<input checked="" type="checkbox"/>	4,19%	
IVA (ventas)	<input type="checkbox"/>	12,00%	
IVA (compras)	<input type="checkbox"/>	12,00%	
% de la política de ventas (empresa) al contado	%	100,00%	
Descuento por ventas de contado	%	0,00%	
% de la política de compras (al proveedor) al contado	%	100,00%	
Descuentos por compras de contado	%	0,00%	
Impuesto a la renta	%	25,00%	sobre la UAI
Reserva legal	%	10,0%	
Participación de utilidades de los trabajadores	%	15,0%	sobre la UAPI
Capital de los socios	\$	30.000,00	
Distribución de excedentes a los socios (Año 1 y 2)	%	0,0%	
Distribución de excedentes a los socios (Año 3, 4, 5)	%	80,0%	
Prestamo Bancario	\$	20.000,00	El banco prestará a la empresa hasta el 70% de los activos fijos a 3 años plazo.
Periodo para el cual se solicitaría un prestamo bancario	meses	36	Tabla de amortizacion del banco
Intereses bancarios	%	11,23%	Interes anual (Banco del Pacifico al 26/SEP/2011). El banco presta hasta el 70% del total de los activos fijos por 3 años.
Riesgo país	%	8,73%	Riesgo país (Media del 21/SEP/2009 al 23/SEP/2011)
Inflación	%	4,19%	Inflación acumulada proyectada a DIC/2011. Proyección efectuada en SEP/2011
Porcentaje de pobreza del país	%	21,46%	Porcentaje de la población ecuatoriana que está por debajo de la línea de la pobreza determinada por el INEC.

C.8 Determinación del mercado global de productos.

POBLACION DE STO DOMINGO PARA EL 2010 (PORCENTAJE URBANO PROYECTADO EN 2001 POR EL INEC)		
AREA	TOTAL	%
URBANA	232.918	68,9%
RURAL	104.410	31,1%
TOTAL	338.058	100%

Fuente: INEC - Censo de población y vivienda 2010

COMPOSICIÓN DE LA POBLACION DE SANTO DOMINGO POR EDADES AL 2010		
RANGO DE EDAD	HABITANTES	%
Mayor a 60	39.684	11,7%
Entre 45 y 59	49.951	14,8%
Entre 30 y 44	57.587	17,0%
Entre 15 y 29	92.291	27,3%
Entre 10 y 14	38.559	11,4%
Menor a 9	59.986	17,7%
TOTAL	338.058	100%

Fuente: INEC - Censo de población y vivienda 2010

POBLACION URBANA DE SANTO DOMINGO POR EDADES AL 2010 (PORCENTAJE URBANO PROYECTADO EN EL 2001 POR EL INEC PARA EL CALCULO DE LOS 232.918 HABITANTES)		
RANGO DE EDAD	HABITANTES	%
Mayor a 60	27.342	11,7%
Entre 45 y 59	34.416	14,8%
Entre 30 y 44	39.677	17,0%
Entre 15 y 29	63.588	27,3%
Entre 10 y 14	26.567	11,4%
Menor a 9	41.330	17,7%
TOTAL URBANA	232.918	100%

POBLACION URBANA DE SANTO DOMINGO POR EDADES AL 2010 [EXCEPTUANDO PERSONAS QUE ESTAN BAJO LA LINEA DE POBREZA]		
RANGO DE EDAD	HABITANTES	%
Mayor a 60	21.474	11,7%
Entre 45 y 59	27.030	14,8%
Entre 30 y 44	31.162	17,0%
Entre 15 y 29	49.942	27,3%
Entre 10 y 14	20.866	11,4%
Menor a 9	32.460	17,7%
TOTAL URBANA*	182.934	100%

CALCULO DEL NUMERO DE PERSONAS A SER ENCUESTADAS EN SANTO DOMINGO SEGÚN LA EDAD - 2010 [EXCEPTUANDO MENORES A 18 AÑOS Y EXCEPTUANDO PERSONAS QUE ESTAN BAJO LA LINEA DE POBREZA]		
RANGO DE EDAD	ENCUESTADOS	%
Mayor a 60	25	18,2%
Entre 45 y 59	32	22,9%
Entre 30 y 44	36	26,4%
Entre 18 y 29	45	32,4%
TOTAL	138	100%

POBLACION URBANA DE SANTO DOMINGO POR EDADES AL 2010 [EXCEPTUANDO MENORES A 18 AÑOS Y EXCEPTUANDO PERSONAS QUE ESTAN BAJO LA LINEA DE POBREZA]		
RANGO DE EDAD	HABITANTES	%
Mayor a 60	21.474	18,2%
Entre 45 y 59	27.030	22,9%
Entre 30 y 44	31.162	26,4%
Entre 18 y 29	38.173	32,4%
Menor a 18 (*excepto)		
TOTAL URBANA*	117.840	100%

RESULTADOS DE LA "DISPOSICION A CONSUMIR EN LA NUEVA JUGUERÍA" - MUESTRA URBANA (SE INCLUYEN A LOS QUE NUNCA CONSUMIRÍAN)		
Disposición	ENCUESTADO	%
Si consumiría	119	86,2%
No consumiría	8	5,8%
Quizá consumiría	5	3,6%
Depende del precio	6	4,3%
Total	138	100,0%

RESULTADOS DE LA "DISPOSICION A CONSUMIR EN LA NUEVA JUGUERÍA" - MUESTRA URBANA (SE SEPARA A LOS QUE NUNCA CONSUMIRÍAN)		
Disposición	ENCUESTADO	%
Si consumiría	112	81,2%
No consumiría	3	2,2%
Quizá consumiría	5	3,6%
Depende del precio	6	4,3%
Definitivamente no consumirían	12	8,7%
Total	138	100,0%

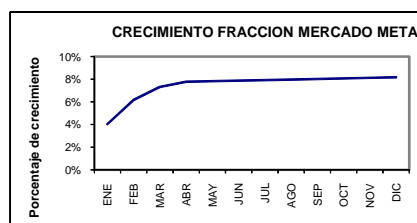
MERCADO TOTAL (ENCUESTADOS RESIDEN CERCA AL ESTABLECIMIENTO, TIENEN INGRESOS MAYORES A \$1001, ASISTIRIAN MAS DE 3 VECES/MES CON MAS DE 3 ACOMPAÑANTES, Y COMPRENDIDOS ENTRE 18 Y 44 AÑOS) MUESTRA		
RANGO DE EDAD	ENCUESTADOS	%
Mayor a 60	0	0,0%
Entre 45 y 59	0	0,0%
Entre 30 y 44	5	41,7%
Entre 18 y 29	7	58,3%
Subtotal	12	100%
Acompañantes	38	
Total	50	

MERCADO TOTAL (ENCUESTADOS RESIDEN CERCA AL ESTABLECIMIENTO, TIENEN INGRESOS MAYORES A \$1001, ASISTIRIAN MAS DE 3 VECES/MES CON MAS DE 3 ACOMPAÑANTES, Y COMPRENDIDOS ENTRE 18 Y 44 AÑOS) POBLACIÓN		
RANGO DE EDAD	HABITANTES	%
Mayor a 60	0	0,0%
Entre 45 y 59	0	0,0%
Entre 30 y 44	4.270	41,7%
Entre 18 y 29	5.977	58,3%
Subtotal	10.247	100%
Acompañantes	32.449	
Total	42.695	

C.9 Volumen de ventas del mercado meta y fracción de mercado.

FRACCION DEL MERCADO Y VENTAS MENSUALES DE BEBIDAS A BASE DE FRUTAS FRESCAS PARA EL AÑO 2012												
Periodos de venta (meses)	2012											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Fraccion del mercado	4,02%	6,17%	7,32%	7,77%	7,82%	7,87%	7,92%	7,97%	8,02%	8,07%	8,12%	8,17%
Precio promedio (\$) de bebidas a base de frutas	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75
Mercado global (u)	120.401	120.401	120.401	120.401	120.401	120.401	120.401	120.401	120.401	120.401	120.401	120.401
Volumen de ventas (u)	4.845	7.434	8.819	9.360	9.421	9.481	9.541	9.601	9.661	9.722	9.782	9.842
Volumen de ventas (\$)	8.479	13.010	15.433	16.381	16.486	16.592	16.697	16.802	16.908	17.013	17.118	17.224

FRACCION DEL MERCADO Y VENTAS ANUALES DE BEBIDAS A BASE DE FRUTAS FRESCAS (PERIODO 5 AÑOS)					
Periodos de venta (años)	2012	2013	2014	2015	2016
	Total	Total	Total	Total	Total
Fraccion promedio del mercado	7,4%	8,5%	9,1%	9,7%	10,3%
Precio promedio (\$) de bebidas a base de frutas	1,75	1,82	1,90	1,98	2,06
Mercado global (u)	1.444.815	1.444.815	1.444.815	1.444.815	1.444.815
Volumen de ventas (u)	107.510	122.801	131.469	140.138	148.807
Volumen de ventas (\$)	188.142	223.904	249.752	277.373	306.870



FRACCION DEL MERCADO Y VENTAS MENSUALES DE ALIMENTOS COMESTIBLES PARA EL AÑO 2011												
Periodos de venta (meses)	2012											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Fraccion del mercado	4,02%	6,17%	7,32%	7,77%	7,82%	7,87%	7,92%	7,97%	8,02%	8,07%	8,12%	8,17%
Precio promedio (\$) de alimentos complementarios	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26
Mercado global (u)	107.593	107.593	107.593	107.593	107.593	107.593	107.593	107.593	107.593	107.593	107.593	107.593
Volumen de ventas (u)	4.330	6.643	7.881	8.365	8.418	8.472	8.526	8.580	8.634	8.687	8.741	8.795
Volumen de ventas (\$)	5.450	8.362	9.919	10.529	10.597	10.664	10.732	10.800	10.867	10.935	11.003	11.071

FRACCION DEL MERCADO Y VENTAS ANUALES DE ALIMENTOS COMESTIBLES (PERIODO 5 AÑOS)					
Periodos de venta (años)	2012	2013	2014	2015	2016
	Total	Total	Total	Total	Total
Fraccion del mercado	7,4%	8,5%	9,1%	9,7%	10,3%
Precio promedio (\$) de alimentos complementarios	1,26	1,31	1,37	1,42	1,48
Mercado global (u)	1.291.112	1.291.112	1.291.112	1.291.112	1.291.112
Volumen de ventas (u)	96.072	109.737	117.483	125.230	132.977
Volumen de ventas (\$)	120.929	143.915	160.530	178.283	197.243

FRACCION DEL MERCADO Y VENTAS MENSUALES DE ENSALADAS DE FRUTAS PARA EL AÑO 2012												
Periodos de venta (meses)	2012											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Fraccion del mercado	4,02%	6,17%	7,32%	7,77%	7,82%	7,87%	7,92%	7,97%	8,02%	8,07%	8,12%	8,17%
Precio promedio (\$) de ensalada de frutas	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Mercado global (u)	17.078	17.078	17.078	17.078	17.078	17.078	17.078	17.078	17.078	17.078	17.078	17.078
Volumen de ventas (u)	687	1.054	1.251	1.328	1.336	1.345	1.353	1.362	1.370	1.379	1.387	1.396
Volumen de ventas (\$)	1.787	2.742	3.252	3.452	3.474	3.496	3.519	3.541	3.563	3.585	3.607	3.630

FRACCION DEL MERCADO Y VENTAS ANUALES DE ENSALADA DE FRUTAS (PERIODO 5 AÑOS)					
Periodos de venta (años)	2012	2013	2014	2015	2016
	Total	Total	Total	Total	Total
Fraccion promedio del mercado	7,4%	8,5%	9,1%	9,7%	10,3%
Precio promedio (\$) de ensalada de frutas	2,60	2,71	2,82	2,94	3,06
Mercado global (u)	204.938	204.938	204.938	204.938	204.938
Volumen de ventas (u)	15.250	17.419	18.648	19.878	21.107
Volumen de ventas (\$)	39.649	47.185	52.633	58.454	64.670

C.10 Encuesta preliminar y resultados obtenidos para conocer la probabilidad de éxito de una nueva juguería

**BREVE ENCUESTA DE CARÁCTER ACADÉMICO
LANZAMIENTO DE UNA NUEVA JUGUERÍA EN SANTO DOMINGO**

OBJETIVO: Conocer la probabilidad de éxito de una nueva juguería.



¿Estaría dispuesto a consumir las bebidas a base de frutas frescas (extractos, jugos, batidos, zumos medicinales), ensaladas de frutas, y alimentos comestibles preparados al instante (tamales, hayacas, quimbolitos, bolones, humitas, sánduches, empanadas, entre otros) elaborados en una nueva juguería que brinde excelentes servicios de atención al cliente, limpieza del establecimiento, higiene en los procesos de preparación, y calidad de los insumos empleados; y proporcione adicional y gratuitamente otros servicios como acceso a internet inalámbrico, área de recreación para niños, revistas y periódicos disponibles para leer y muro para dejar mensajes (huella)?

SI NO

**RESULTADOS OBTENIDOS DE LA BREVE ENCUESTA DE CARÁCTER ACADÉMICO
LANZAMIENTO DE UNA NUEVA JUGUERÍA EN SANTO DOMINGO**

La encuesta se realizó a las personas del área urbana de la ciudad de Santo Domingo, mayores a 18 años que circulaban por el sector cercano al redondel del círculo de los continentes.

Los resultados a la pregunta formulada permitirá conocer la probabilidad de éxito (p) de una nueva juguería en la ciudad, los cuales se muestran en la tabla siguiente:

ENCUESTA	RESULTADOS DE LA PREGUNTA FORMULADA		OBSERVACIONES
	SI	NO	
E1	1	0	
E2	1	0	
E3	1	0	
E4	1	0	
E5	1	0	
E6	1	0	
E7	1	0	
E8	0	1	El encuestado señaló que no consume bebidas de frutas
E9	1	0	
E10	1	0	
E11	1	0	
E12	1	0	
E13	0	1	El encuestado indicó simplemente que no le interesaba.
E14	1	0	
E15	1	0	
E16	0	1	-
E17	1	0	
E18	1	0	
E19	1	0	
E20	1	0	
E21	1	0	
E22	1	0	
E23	1	0	
E24	1	0	
E25	1	0	
E26	1	0	
E27	1	0	
E28	1	0	
E29	1	0	
E30	1	0	
TOTAL	27	3	
TOTAL (%)	90,0%	10,0%	

C.11 Determinación del mercado meta.

MERCADO POTENCIAL QUE ESTARIAN DISPUESTOS A CONSUMIR EN LA NUEVA JUGUERÍA SI ÉSTA SE UBICA CERCA A SU RESIDENCIA Y QUE NO LE INTERESA PARQUEADERO, Y QUE ESTAN DISPUESTOS A PAGAR AL MENOS \$2,5 POR CADA PRODUCTO			MERCADO POTENCIAL QUE ESTARIAN DISPUESTOS A CONSUMIR EN LA NUEVA JUGUERÍA SI ÉSTA SE UBICA CERCA A SU RESIDENCIA Y QUE NO LE INTERESA PARQUEADERO, Y QUE ESTAN DISPUESTOS A PAGAR AL MENOS \$2,5 POR CADA PRODUCTO		
RANGO DE EDAD	HABITANTES	%	RANGO DE EDAD	HABITANTES	%
Mayor a 60	0	0,0%	Mayor a 60	0	0,0%
Entre 45 y 59	0	0,0%	Entre 45 y 59	0	0,0%
Entre 30 y 44	1	25,0%	Entre 30 y 44	854	25,0%
Entre 18 y 29	3	75,0%	Entre 18 y 29	2.562	75,0%
TOTAL	4	100%	TOTAL	3.416	100%

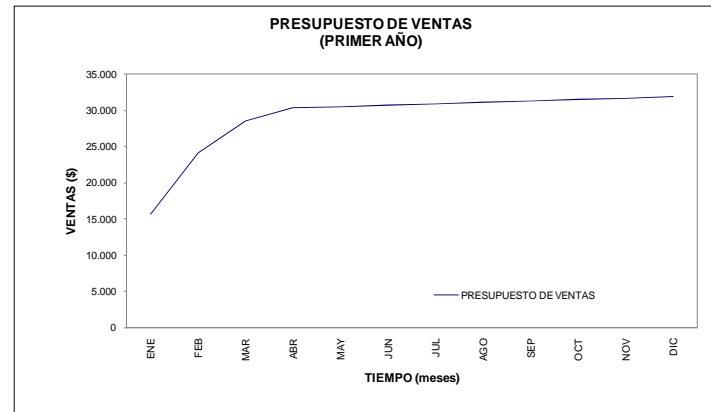
MERCADO META QUE SE ENTERA DE LA PUBLICIDAD POR MEDIO RADIALES, PREFERE PROMOCIONES ASOCIADAS A CUPONES DE DESCUENTO, Y LE GUSTA EL NOMBRE DE LA NUEVA JUGUERÍA MUESTRA			MERCADO META QUE SE ENTERA DE LA PUBLICIDAD POR MEDIO RADIALES, PREFERE PROMOCIONES ASOCIADAS A CUPONES DE DESCUENTO, Y LE GUSTA EL NOMBRE DE LA NUEVA JUGUERÍA - POBLACION		
RANGO DE EDAD	HABITANTES	%	RANGO DE EDAD	HABITANTES	%
Mayor a 60	0	0,0%	Mayor a 60	0	0,0%
Entre 45 y 59	0	0,0%	Entre 45 y 59	0	0,0%
Entre 30 y 44	0	0,0%	Entre 30 y 44	0	0,0%
Entre 18 y 29	1	100,0%	Entre 18 y 29	854	100,0%
SUBTOTAL	1	100%	SUBTOTAL	854	100%
TOTAL PERSONAS (INCLUIDO ACOMPAÑANTES)	4		TOTAL PERSONAS (INCLUIDO ACOMPAÑANTES)	3.416	
TOTAL PRODUCTOS CONSUMIDOS (EN LAS 3 VISITAS EN EL MES) QUE EFECTUARÍAN EL MERCADO META (ENCUESTADOS)	21		TOTAL PRODUCTOS CONSUMIDOS (EN LAS 3 VISITAS EN EL MES) QUE EFECTUARÍAN EL MERCADO REAL (POBLACION)	17.932	
CONSUMO PROMEDIO DE PRODUCTOS POR CADA ENCUESTADO DEL MERCADO META DURANTE EL MES	5,25		CONSUMO PROMEDIO DE PRODUCTOS POR CADA PERSONA DEL MERCADO META DURANTE EL MES	5,25	
CONSUMO DE PRODUCTOS POR CADA ENCUESTADO DEL MERCADO META EN CADA VISITA	1,75		CONSUMO DE PRODUCTOS POR CADA ENCUESTADO DEL MERCADO META EN CADA VISITA	1,75	

COMPOSICION PORCENTUAL DEL CONSUMO DE PRODUCTOS MENSUALES DE LA MUESTRA MERCADO TOTAL			UNIDADES DE PRODUCTOS CONSUMIDOS MENSUALMENTE POR LA POBLACION MERCADO META		
DESCRIPCION	CANTIDAD	%	DESCRIPCION	CANTIDAD	%
Extracto	39	13,6%	Extracto	2.437	13,6%
Jugo	45	15,7%	Jugo	2.812	15,7%
Batido	45	15,7%	Batido	2.812	15,7%
Zumo	12	4,2%	Zumo	750	4,2%
Alimentos comestibles	126	43,9%	Alimentos comestibles	7.873	43,9%
Ensaladas de frutas	20	7,0%	Ensaladas de frutas	1.250	7,0%
SUBTOTAL	287	100%	SUBTOTAL	17.932	100%

COMPOSICION PORCENTUAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS COMESTIBLES MENSUALES DE LA MUESTRA MERCADO TOTAL			UNIDADES DE ALIMENTOS COMESTIBLES CONSUMIDOS MENSUALMENTE POR POBLACION MERCADO META		
DESCRIPCION	CANTIDAD	%	DESCRIPCION	CANTIDAD	%
Sanduche	27	21,4%	Sanduche	1.687	21,4%
Bolón	6	4,8%	Bolón	375	4,8%
Humita	15	11,9%	Humita	937	11,9%
Postre	14	11,1%	Postre	875	11,1%
Empanada	11	8,7%	Empanada	687	8,7%
Tamales	12	9,5%	Tamales	750	9,5%
Pasteles	12	9,5%	Pasteles	750	9,5%
Hayacas	9	7,1%	Hayacas	562	7,1%
Quimbolitos	20	15,9%	Quimbolitos	1.250	15,9%
SUBTOTAL	126	100%	SUBTOTAL	7.873	100%

C.12 Presupuesto de ventas.

PRESUPUESTO DE VENTAS																		
DESCRIPCION	2012												TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	2012	2013	2014	2015	2016	
Volumen estimado de ventas																		
Bebidas	4.845	7.434	8.819	9.360	9.421	9.481	9.541	9.601	9.661	9.722	9.782	9.842	107.510	122.801	131.469	140.138	148.807	
Alimentos comestibles	4.330	6.643	7.881	8.365	8.418	8.472	8.526	8.580	8.634	8.687	8.741	8.795	96.072	109.737	117.483	125.230	132.977	
Ensaladas de frutas	687	1.054	1.251	1.328	1.336	1.345	1.353	1.362	1.370	1.379	1.387	1.396	15.250	17.419	18.648	19.878	21.107	
Precio de venta (\$/unidad)																		
Bebidas	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,82	1,90	1,98	2,06	
Alimentos comestibles	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,26	1,31	1,37	1,42	1,48	
Ensaladas de frutas	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,71	2,82	2,94	3,06	
Valor total de ventas (\$)	15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782	
Ventas de contado (\$)	100%	15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Ventas a plazo (\$)	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Descuento por ventas de contado	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas netas de contado		15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Total de ventas netas		15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782



C.13 Preguntas de la encuesta para el estudio de mercado.

ENCUESTA DE CARÁCTER ESTRICTAMENTE ACADÉMICO LANZAMIENTO DE UNA NUEVA JUGUERÍA EN SANTO DOMINGO

DATOS DEL ENCUESTADOR:
Nombres: Ersson Calle
Cédula de identidad: 0703243766
Universidad: ESPOL

Por favor llene la siguiente encuesta, respondiendo a las preguntas de la forma más apegada a la realidad. La información que nos proporcione será utilizada con fines estrictamente académicos para conocer el grado de aceptación de una nueva juguería en la ciudad de Santo Domingo. Gracias de antemano por su colaboración.

- ¿En qué grupo de edad se encuentra (años)?
Entre 18 y 29 Entre 30 y 44 Entre 45 y 59 Mayor a 60
- ¿En qué rango ubicaría aproximadamente su ingreso mensual (USD \$)?
No trabaja Menor a 500 Entre 501 y 1000 Mayor a 1001 Prefiero no contestar
- ¿Por qué frecuenta éste sector (lugar de la encuesta)?
Cercanía a residencia Cercanía al trabajo Cercanía a lugares donde realiza gestiones Otros
- ¿Estaría dispuesto a consumir las bebidas a base de frutas frescas (extractos, jugos, batidos, zumos medicinales), ensaladas de frutas, y alimentos comestibles preparados al instante (tamales, hayacas, quimbolitos, bolones, humitas, sánduches, empanadas, entre otros) elaborados en una nueva juguería que brinde excelentes servicios de atención al cliente, limpieza del establecimiento, higiene en los procesos de preparación, y calidad de los insumos empleados; y proporcione adicional y gratuitamente otros servicios como acceso a internet inalámbrico, área de recreación para niños, revistas y periódicos disponibles para leer y muro para dejar
Si consumiría No consumiría Quizá consumiría Depende del precio
- Estaría dispuesto a consumir en la nueva juguería si el establecimiento se ubica en éste sector?
No consumiría Quizá consumiría Si consumiría
- ¿Estaría dispuesto a consumir en la nueva juguería si el establecimiento dispone de parqueadero?
Quizá consumiría No consumiría Si consumiría No es importante el parqueadero



Nota: Si su respuesta es NO, finaliza la encuesta.

- ¿Con cuántas personas asistiría a consumir a la nueva Juguería?
1 2 3 4 5
6 7 8 Mayor a 8 Ninguna
- ¿Con qué frecuencia asistiría a consumir a la nueva juguería?
1 a 2 veces/mes 3 a 4 veces/mes 5 a 6 veces/mes 7 o más veces/mes
- ¿Qué días asistiría a consumir en la nueva Juguería?
Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes
Sábado Domingo
- ¿En qué horario asistiría a consumir en la nueva Juguería?
Entre 07:00 y 10:00 Entre 10:00 y 13:00 Entre 13:00 y 16:00 Entre 16:00 y 19:00 Entre 19:00 y 22:00
- Cada vez que asista a la nueva juguería, ¿cuánto (USD) estaría dispuesto a consumir en promedio? (Incluya el consumo de las personas con las que asistiría).
USD \$
- ¿En qué rango ubicaría el precio que pagaría por cada uno de los diferentes productos que se vendan en la nueva juguería?

Productos	Menor a \$1,50	Entre \$1,51 y \$2,50	Entre \$2,51 y \$3,50	Mayor a \$3,51
Extractos de frutas				
Jugos/Batidos				
Zumos medicinales				
Ensaladas de frutas				
Alimentos comestibles				

- El nombre de la nueva juguería podría ser "Disfrútaló". Para su gusto, ¿cómo lo considera?
Excelente Muy bueno Bueno Malo Pésimo
- La nueva juguería proporcionará el servicio a domicilio (oficina, gimnasio, etc.), ¿emplearía dicho servicio?
Sí No No lo sé
- ¿A través de qué medio le gustaría que publicitemos la nueva juguería? (Mencione el nombre del medio).
TV local ¿Cuál? Revista ¿Cuál? Radio ¿Cuál? Vallas (¿Dónde?) Otro. ¿Cuál?
- ¿Qué promoción le gustaría que brinde la nueva juguería?
Cupones de descuento Recompensa cliente frecuente Premios Pruebas gratuitas Otro. ¿Cuál?

17. ¿Cuál sería la **ORDEN DE PEDIDO** que consumiría en la **nueva** juguería? (En la orden de pedido, incluya su consumo y el de las personas con las que asistiría).

EXTRACTOS (Vaso de 12 onzas)

Una fruta	Durazno <input type="checkbox"/>	Manzana <input type="checkbox"/>	Naranja <input type="checkbox"/>	Pera <input type="checkbox"/>	Zanahoria <input type="checkbox"/>
	Otro <input type="checkbox"/>	Cual? _____			
Múltiples frutas	Durazno y fresa <input type="checkbox"/>	Durazno y pera <input type="checkbox"/>	Durazno y uva <input type="checkbox"/>	Manzana y durazno <input type="checkbox"/>	Manzana y pera <input type="checkbox"/>
	Manzana y zanahoria <input type="checkbox"/>	Manzana y naranja <input type="checkbox"/>	Manzana y fresa <input type="checkbox"/>	Pera y uva <input type="checkbox"/>	
	Otro <input type="checkbox"/>	Cual? _____			

JUGOS / BATIDOS (Vaso de 16 onzas)

Una fruta	Banano <input type="checkbox"/>	Durazno <input type="checkbox"/>	Coco <input type="checkbox"/>	Fresa <input type="checkbox"/>	Guanábana <input type="checkbox"/>
	Mango <input type="checkbox"/>	Manzana <input type="checkbox"/>	Melón <input type="checkbox"/>	Mora <input type="checkbox"/>	Naranja <input type="checkbox"/>
	Naranjilla <input type="checkbox"/>	Papaya <input type="checkbox"/>	Tomate <input type="checkbox"/>	Piña <input type="checkbox"/>	
	Otro <input type="checkbox"/>	Cual? _____			
Múltiples frutas	Fresa y banano <input type="checkbox"/>	Fresa y guanábana <input type="checkbox"/>	Fresa y papaya <input type="checkbox"/>	Fresa y piña <input type="checkbox"/>	Fresa y naranja <input type="checkbox"/>
	Fresa y granadilla <input type="checkbox"/>	Fresa y melón <input type="checkbox"/>	Banano y papaya <input type="checkbox"/>	Banano y piña <input type="checkbox"/>	Banano y naranja <input type="checkbox"/>
	Papaya y guanábana <input type="checkbox"/>	Papaya y piña <input type="checkbox"/>	Papaya y naranja <input type="checkbox"/>	Papaya y durazno <input type="checkbox"/>	Granadilla y guanábana <input type="checkbox"/>
	Granadilla y mango <input type="checkbox"/>	Guanábana y mango <input type="checkbox"/>	Guanábana y lúcuma <input type="checkbox"/>	Guanábana y piña <input type="checkbox"/>	Guanábana y naranja <input type="checkbox"/>
	Durazno y mango <input type="checkbox"/>	Durazno y piña <input type="checkbox"/>	Durazno y melón <input type="checkbox"/>	Durazno y naranja <input type="checkbox"/>	Mango y melón <input type="checkbox"/>
	Mango y naranja <input type="checkbox"/>	Melón y piña <input type="checkbox"/>	Melón y naranja <input type="checkbox"/>	Piña y naranja <input type="checkbox"/>	
	Otro <input type="checkbox"/>	Cual? _____			

ZUMOS MEDICINALES (Vaso de 12 onzas)

2 frutas y vegetales	Adelgazante <input type="checkbox"/>	Abdomen plano <input type="checkbox"/>	Calcificante <input type="checkbox"/>	Antigripal <input type="checkbox"/>	Cuida Piel <input type="checkbox"/>
	Anti-insomnio <input type="checkbox"/>	Circulatorio <input type="checkbox"/>	Desintoxicador <input type="checkbox"/>	Vitalizador <input type="checkbox"/>	Inmunizador <input type="checkbox"/>
	Anti-resaca <input type="checkbox"/>	Limpiador <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cual? _____	

ENSALADAS DE FRUTAS

Sencilla (7 frutas) Especial (9 frutas) Extra- especial (13 frutas)

Otro Cual? _____

ALIMENTOS COMESTIBLES

Bolones de verde <input type="checkbox"/>	Empanadas <input type="checkbox"/>	Hayacas <input type="checkbox"/>	Humitas de choclo <input type="checkbox"/>	Postres <input type="checkbox"/>
Pasteles de carne <input type="checkbox"/>	Quimbolitos <input type="checkbox"/>	Sánduches de queso/jamón <input type="checkbox"/>	Sánduches de pollo <input type="checkbox"/>	Sánduches de pavo <input type="checkbox"/>
Tamales <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cual? _____		

C.14 Resultados generales del estudio de mercado obtenidos a través del programa estadístico SPSS.

C.14.1 Resultados p1, p2, p3, p7, y p8: determinación del mercado total

3.- ¿Por qué frecuente este sector (lugar de la encuesta)?	2.- ¿En qué rango ubicaría aproximadamente su ingreso mensual (USD \$)?	7.- ¿Con cuántas personas asistiría a consumir a la nueva Juguería?	1.- ¿En qué grupo de edad se encuentra (años)?	8.- ¿Con qué frecuencia asistiría a consumir a la nueva juguería?			Total
				Entre 1 y 2	Entre 3 y 4	Entre 5 y 6	
Cerca a residencia	No trabaja	Ninguna	Mayor a 60 Total	1 1			1 1
	Menor a \$500	1	Entre 45 y 59 Total	1 1			1 1
		Ninguna	Entre 45 y 59 Total	1 1			1 1
	Entre \$501 y \$1000	1	Entre 18 y 29 Mayor a 60 Total	1 0 1	0 1 1		1 1 2
		2	Entre 45 y 59 Total		1 1		1 1
		3	Entre 30 y 44 Total			1 1	1 1
	Mayor a \$1001	1	Entre 18 y 29 Total	1 1			1 1
		2	Entre 45 y 59 Total	1 1			1 1
		3	Entre 18 y 29 Entre 30 y 44 Entre 45 y 59 Total	1 0 0 1	6 4 1 11	0 1 0 1	7 5 1 13
		4	Entre 18 y 29 Entre 45 y 59 Total		1 1 2		1 1 2
		Prefiere no contestar	2	Entre 30 y 44 Total		1 1	

C.14.2 Resultados p4, p5, p6, p11, y p12: determinación del mercado potencial

6.- ¿Estaría dispuesto a consumir en la nueva juguería si el establecimiento dispone de parqueadero?	5.- ¿Estaría dispuesto a consumir en la nueva juguería si el establecimiento se ubica en éste?	4.- ¿Estaría dispuesto a consumir en una nueva juguería?	11.- ¿Cuánto (USD) estaría dispuesto a consumir en promedio? (Incluya el consumo de las personas con las que asistiría).	12.1.- ¿En qué rango ubicaría el precio que pagaría por "extractos"?	12.2.- ¿En qué rango ubicaría el precio que pagaría por "jugos/batidos"?	12.3.- ¿En qué rango ubicaría el precio que pagaría por "zumos"?	12.4.- ¿En qué rango ubicaría el precio que pagaría por "ensaladas"?	12.5.- ¿En qué rango ubicaría el precio que pagaría por "alimentos comestibles"?	1.- ¿En qué grupo de edad se encuentra (años)?	8.- ¿Con qué frecuencia asistiría a consumir a la nueva juguería?		Total
										Entre 3 y 4	Entre 5 y 6	
No es importante el parqueo	si	si	12	Menor a \$1.50	Menor a \$1.50	Menor a \$1.50	Menor a \$1.50	Menor a \$1.50	Entre 30 y 44 Total		1 1	1 1
			17	Entre \$1.51 y \$2.50	Entre \$1.51 y \$2.50	Entre \$1.51 y \$2.50	Entre \$2.51 y \$3.50	Entre \$1.51 y \$2.50	Entre 18 y 29 Entre 30 y 44 Total	1 1 2		1 1 2
			18	Entre \$1.51 y \$2.50	Entre \$1.51 y \$2.50	Entre \$1.51 y \$2.50	Entre \$2.51 y \$3.50	Entre \$1.51 y \$2.50	Entre 18 y 29 Total	2 2		2 2

C.14.3 Resultados p9

C.14.3.1 Días de asistencia - mercado total

9.- ¿Qué días asistiría a consumir en la nueva Juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Lunes	2	16,7	16,7	16,7
Martes	1	8,3	8,3	25,0
Miercoles	4	33,3	33,3	58,3
Jueves	1	8,3	8,3	66,7
Viernes	1	8,3	8,3	75,0
Sábado	1	8,3	8,3	83,3
Domingo	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

C.14.3.2 Días de asistencia - mercado potencial

9.- ¿Qué días asistiría a consumir en la nueva Juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Lunes	1	25,0	25,0	25,0
Martes	1	25,0	25,0	50,0
Miercoles	1	25,0	25,0	75,0
Sábado	1	25,0	25,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

C.14.3.3 Días de asistencia - mercado meta

9.- ¿Qué días asistiría a consumir en la nueva Juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Martes	1	100,0	100,0	100,0

C.14.4 Resultados p10**C.14.4.1 Horario de asistencia - mercado total**

10.- ¿En qué horario asistiría a consumir en la nueva Juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 07:00 - 10:00	1	8,3	8,3	8,3
10:00 - 13:00	3	25,0	25,0	33,3
13:00 - 16:00	2	16,7	16,7	50,0
16:00 - 19:00	6	50,0	50,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

C.14.4.2 Horario de asistencia - mercado potencial

10.- ¿En qué horario asistiría a consumir en la nueva Juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 07:00 - 10:00	1	25,0	25,0	25,0
10:00 - 13:00	1	25,0	25,0	50,0
13:00 - 16:00	1	25,0	25,0	75,0
16:00 - 19:00	1	25,0	25,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

C.14.4.3 Horario de asistencia - mercado meta

10.- ¿En qué horario asistiría a consumir en la nueva Juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 07:00 - 10:00	1	100,0	100,0	100,0

C.14.5 Resultados p11**C.14.5.1 Pago promedio - mercado total****Estadísticos descriptivos**

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
11.- ¿cuánto (USD) estaría dispuesto a consumir en promedio? (Incluya el consumo de las personas con las que asistiría).	12	10	10	20	16,75	3,079	9,477
N válido (según lista)	12						

C.14.5.2 Pago promedio - mercado potencial**Estadísticos descriptivos**

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
11.- ¿cuánto (USD) estaría dispuesto a consumir en promedio? (Incluya el consumo de las personas con las que asistiría).	4	1	17	18	17,50	,577	,333
N válido (según lista)	4						

C.14.5.3 Pago promedio - mercado meta**Estadísticos descriptivos**

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
11.- ¿cuánto (USD) estaría dispuesto a consumir en promedio? (Incluya el consumo de las personas con las que asistiría).	1	0	17	17	17,00	.	.
N válido (según lista)	1						

C.14.6 Resultados p12**C.14.6.1 Rango de precios a pagar- mercado total****12.1- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "extractos"**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menor a \$1.50	2	16,7	16,7	16,7
Entre \$1.51 y \$2.50	10	83,3	83,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

12.2- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por jugos/batidos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menor a \$1.50	2	16,7	16,7	16,7
Entre \$1.51 y \$2.50	10	83,3	83,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

12.3- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "zumos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menor a \$1.50	2	16,7	16,7	16,7
Entre \$1.51 y \$2.50	10	83,3	83,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

12.4- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "ensaladas"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menor a \$1.50	2	16,7	16,7	16,7
Entre \$1.51 y \$2.50	2	16,7	16,7	33,3
Entre \$2.51 y \$3.50	8	66,7	66,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

12.5- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "alimentos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Menor a \$1.50	2	16,7	16,7	16,7
Entre \$1.51 y \$2.50	8	66,7	66,7	83,3
Entre \$2.51 y \$3.50	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

C.14.6.2 Rango de precios a pagar- mercado potencial**12.1- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "extractos"**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$1.51 y \$2.50	4	100,0	100,0	100,0

12.2- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por jugos/batidos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$1.51 y \$2.50	4	100,0	100,0	100,0

12.3- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "zumos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$1.51 y \$2.50	4	100,0	100,0	100,0

12.4- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "ensaladas"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$2.51 y \$3.50	4	100,0	100,0	100,0

12.5- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "alimentos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$1.51 y \$2.50	4	100,0	100,0	100,0

C.14.6.3 Rango de precios a pagar- mercado meta**12.1- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "extractos"**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$1.51 y \$2.50	1	100,0	100,0	100,0

12.2- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por jugos/batidos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$1.51 y \$2.50	1	100,0	100,0	100,0

12.3- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "zumos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$1.51 y \$2.50	1	100,0	100,0	100,0

12.4- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "ensaladas"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$2.51 y \$3.50	1	100,0	100,0	100,0

12.5- ¿En que rango ubicaría el precio que pagaría por "alimentos"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre \$1.51 y \$2.50	1	100,0	100,0	100,0

C.14.7 Resultados p13**C.14.7.1 Preferencia por el nombre de la juguería - mercado total**

13.- 13. El nombre de la nueva juguería podría ser "Disfrútaló". Para su gusto, ¿cómo lo considera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Excelente	11	91,7	91,7	91,7
Malo	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

C.14.7.2 Preferencia por el nombre de la juguería - mercado potencial

13.- 13. El nombre de la nueva juguería podría ser "Disfrútaló". Para su gusto, ¿cómo lo considera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Excelente	4	100,0	100,0	100,0

C.14.7.3 Preferencia por el nombre de la juguería - mercado meta

13.- 13. El nombre de la nueva juguería podría ser "Disfrútaló". Para su gusto, ¿cómo lo considera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Excelente	1	100,0	100,0	100,0

C.14.8 Resultados p14

C.14.8.1 Servicio a domicilio - mercado total

14.- La nueva juguería proporcionará el servicio a domicilio (oficina, gimnasio, etc.), ¿emplearía dicho servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	9	75,0	75,0	75,0
no	1	8,3	8,3	83,3
no lo sé	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

C.14.8.2 Servicio a domicilio - mercado potencial

14.- La nueva juguería proporcionará el servicio a domicilio (oficina, gimnasio, etc.), ¿emplearía dicho servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	4	100,0	100,0	100,0

C.14.8.3 Servicio a domicilio - mercado meta

14.- La nueva juguería proporcionará el servicio a domicilio (oficina, gimnasio, etc.), ¿emplearía dicho servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	1	100,0	100,0	100,0

C.14.9 Resultados p15

C.14.9.1 Publicidad preferida - mercado total

15.1- ¿A través de qué medio le gustaría que publicitemos la nueva juguería? (Mencione el nombre del medio).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Televisión	2	16,7	16,7	16,7
Revista	1	8,3	8,3	25,0
Radio	5	41,7	41,7	66,7
Valla	1	8,3	8,3	75,0
Otros	3	25,0	25,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

C.14.9.2 Publicidad preferida - mercado potencial

15.1- ¿A través de qué medio le gustaría que publicitemos la nueva juguería?
(Mencione el nombre del medio).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Televisión	1	25,0	25,0	25,0
	Revista	1	25,0	25,0	50,0
	Radio	2	50,0	50,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

C.14.9.3 Publicidad preferida - mercado meta

15.1- ¿A través de qué medio le gustaría que publicitemos la nueva juguería?
(Mencione el nombre del medio).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Radio	1	100,0	100,0	100,0

C.14.9.4 Medio de comunicación preferido - mercado total

15.2- Nombre del medio preferido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TV Majestad	1	8,3	8,3	8,3
	TV Zaracay	1	8,3	8,3	16,7
	Revista Visión	1	8,3	8,3	25,0
	Radio Canela	1	8,3	8,3	33,3
	Radio Majestad	1	8,3	8,3	41,7
	Radio Zaracay	3	25,0	25,0	66,7
	Valla Quito	1	8,3	8,3	75,0
	Amigos	2	16,7	16,7	91,7
	Periodico	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

C.14.9.5 Medio de comunicación preferido - mercado potencial

15.2- Nombre del medio preferido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TV Zaracay	1	25,0	25,0	25,0
	Revista Visión	1	25,0	25,0	50,0
	Radio Canela	1	25,0	25,0	75,0
	Radio Zaracay	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

C.14.9.6 Medio de comunicación preferido - mercado meta

15.2- Nombre del medio preferido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Radio Zaracay	1	100,0	100,0	100,0

C.14.10 Resultados p16**C.14.10.1 Promoción preferida - mercado total**

16.- ¿Qué promoción le gustaría que brinde la nueva juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Cupones de descuento	6	50,0	50,0	50,0
Recompensa cliente frecuente	2	16,7	16,7	66,7
Premios	2	16,7	16,7	83,3
Pruebas gratuitas	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

C.14.10.2 Promoción preferida - mercado potencial

16.- ¿Qué promoción le gustaría que brinde la nueva juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Cupones de descuento	2	50,0	50,0	50,0
Premios	1	25,0	25,0	75,0
Pruebas gratuitas	1	25,0	25,0	100,0
Total	4	100,0	100,0	

C.14.10.3 Promoción preferida - mercado meta

16.- ¿Qué promoción le gustaría que brinde la nueva juguería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Cupones de descuento	1	100,0	100,0	100,0

C.14.11 Resultados p17

17.1.- Orden de pedido extracto: (durazno)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	1	8,3	8,3	8,3
No	11	91,7	91,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

17.2.- Orden de pedido extracto: (manzana)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	1	8,3	8,3	8,3
No	11	91,7	91,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

17.3.- Orden de pedido extracto: (naranja)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No	12	100,0	100,0	100,0

17.4.- Orden de pedido extracto: (pera)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No	12	100,0	100,0	100,0

17.5.- Orden de pedido extracto: (zanahoria)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No	12	100,0	100,0	100,0

17.6.- Orden de pedido extracto: (otros)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No	12	100,0	100,0	100,0

17.7.- Orden de pedido extrac_mix: (dur y fresa)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No	12	100,0	100,0	100,0

17.8.- Orden de pedido extrac_mix: (dur y pera)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	1	8,3	8,3	8,3
No	11	91,7	91,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

17.9.- Orden de pedido extrac_mix: (dur y uva)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	1	8,3	8,3	8,3
No	11	91,7	91,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

17.10.- Orden de pedido extrac_mix: (man y duraz)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

17.11.- Orden de pedido extrac_mix: (man y pera)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

17.12.- Orden de pedido extrac_mix: (man y zana)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	16,7	16,7	16,7
	No	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

17.13.- Orden de pedido extrac_mix: (man y naran)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

17.14.- Orden de pedido extrac_mix: (man y fresa)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

17.15.- Orden de pedido extrac_mix: (pera y uva)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	16,7	16,7	16,7
	No	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

17.16.- Orden de pedido extrac_mix: (otros)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.1.- Orden de pedido jugos y batidos: (banano)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.2.- Orden de pedido jugos y batidos: (durazno)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.3.- Orden de pedido jugos y batidos: (coco)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.4.- Orden de pedido jugos y batidos: (fresa)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.5.- Orden de pedido jugos y batidos: (guanábana)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.6.- Orden de pedido jugos y batidos: (mango)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.7.- Orden de pedido jugos y batidos: (manzana)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.8.- Orden de pedido jugos y batidos: (melón)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.9.- Orden de pedido jugos y batidos: (mora)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.10.- Orden de pedido jugos y batidos: (naranja)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.11.- Orden de pedido jugos y batidos: (naranja)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.12.- Orden de pedido jugos y batidos: (papaya)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.13.- Orden de pedido jugos y batidos: (tomate)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.14.- Orden de pedido jugos y batidos: (piña)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.15.- Orden de pedido jugos y batidos: (otro)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.16.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: fresa y banano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	16,7	16,7	16,7
	No	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.17.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: fresa y guanab

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.18.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: fresa y papaya

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	16,7	16,7	16,7
	No	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.19.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: fresa y piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.20.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: fresa y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.21.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: fresa y granadilla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.22.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: fresa y melón

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.23.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: banana y papaya

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.24.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: banana y piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.25.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: banana y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.26.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: papaya y guanábana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.27.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: papaya y piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.28.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: papaya y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	16,7	16,7	16,7
	No	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.29.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: papaya y durazno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.30.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: granadilla y guanábana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.31.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: guanábana y mango

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.32.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: guanábana y lúcumá

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.33.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: guanábana y piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.34.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: guanábana y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.35.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: durazno y mango

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.36.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: durazno y piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.37.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: durazno y melón

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.38.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: durazno y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.39.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: mango y melón

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.40.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: mango y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.41.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: melón y piña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.42.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: melón y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	--	------------	------------	----------------------	-------------------------

18.42.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: melón y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

18.43.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: piña y naranja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

18.44.- Orden de pedido jugos y batidos_mix: otros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.1.- Orden de pedido zumos: adelgazante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.2.- Orden de pedido zumos: abdomen plano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

19.3.- Orden de pedido zumos: calcificante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.4.- Orden de pedido zumos: antigripal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.5.- Orden de pedido zumos: cuida piel

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.6.- Orden de pedido zumos: anti-insomnio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.7.- Orden de pedido zumos: circulatorio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.8.- Orden de pedido zumos: desintoxicador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

19.9.- Orden de pedido zumos: vitalizador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.10.- Orden de pedido zumos: inmunizador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

19.11.- Orden de pedido zumos: anti-resaca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

19.12.- Orden de pedido zumos: limpiador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

19.13.- Orden de pedido zumos: otros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

20.1.- Orden de pedido ensaladas de frutas: sencilla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	3	25,0	25,0	25,0
	No	9	75,0	75,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

20.2.- Orden de pedido ensaladas de frutas: especial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	16,7	16,7	16,7
	No	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

20.3.- Orden de pedido ensaladas de frutas: extra especial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

20.4.- Orden de pedido ensaladas de frutas: otra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	12	100,0	100,0	100,0

21.1.- Orden de pedido alimentos Comestibles: bolones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	16,7	16,7	16,7
	No	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.2.- Orden de pedido alimentos Comestibles: empanadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	3	25,0	25,0	25,0
	No	9	75,0	75,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.3.- Orden de pedido alimentos Comestibles: hayacas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	3	25,0	25,0	25,0
	No	9	75,0	75,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.4.- Orden de pedido alimentos Comestibles: humitas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	5	41,7	41,7	41,7
	No	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.5.- Orden de pedido alimentos Comestibles: postres

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	4	33,3	33,3	33,3
	No	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.6.- Orden de pedido alimentos Comestibles: pasteles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válidos	Si	4	33,3	33,3	33,3
	No	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.7.- Orden de pedido alimentos Comestibles: quimbolitos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	6	50,0	50,0	50,0
	No	6	50,0	50,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.8.- Orden de pedido alimentos Comestibles: sánduches queso y mixto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	4	33,3	33,3	33,3
	No	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.9.- Orden de pedido alimentos Comestibles: sánduches de pollo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	4	33,3	33,3	33,3
	No	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.10.- Orden de pedido alimentos Comestibles: sánduches de pavo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	8,3	8,3	8,3
	No	11	91,7	91,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

21.11.- Orden de pedido alimentos Comestibles: tamales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	4	33,3	33,3	33,3
	No	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

C.15 Determinación del precio de venta basado en el rendimiento deseado.

CALCULO DEL PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS BASADO EN EL RENDIMIENTO DESEADO

CALCULO PRECIO BASADO EN LA UTILIDAD DESEADA	
AÑO	2011
CT	337.359,17
IF	41.924,47
IV	2,3%
R	22,0%
U	218.831,47
P	1,59

CT	Costo total de las unidades vendidas
U	Unidades vendidas
IF	Inversión fija (activos no circulantes)
IV	Inversión variables(capital de trabajo) expresada como % de ventas
R	Rendimiento deseado sobre la inversión fija

$$\text{Precio} = \frac{(\text{CT} + \text{R} \cdot \text{IF})}{(1 - \text{R} \cdot \text{IV}) \cdot \text{U}}$$

CAPITAL DE TRABAJO	8.075,53
VENTAS	348.719,77

PORCENTAJES DE PRODUCTOS POR FAMILIA (SEGÚN UNIDADES DE VENTAS)	
PRODUCTOS	%
Bebidas	49,1%
Ensaladas	7,0%
Alimentos complementarios	43,9%

RELACIONES DE COSTOS VARIABLES PP SEGÚN FAMILIAS DE PRODUCTOS	
CV PPM (\$)	RELACION X/CVPP
0,87	1,000
1,31	1,494
0,63	0,716

CALCULOS INICIALES DE PRECIOS DE PRODUCTOS POR FAMILIAS (\$)	
PRODUCTOS	PRECIOS
Bebidas	1,75
Ensaladas	2,61
Alimentos complementarios	1,25

PORCENTAJES DE BEBIDAS (SEGÚN UNIDADES DE VENTAS)	
PRODUCTOS	%
Extracto	27,7%
Jugo	31,9%
Batido	31,9%
Zumo	8,5%

RELACIONES DE COSTOS VARIABLES SEGÚN BEBIDAS	
CV (\$)	RELACION X/CV
1,00	1,000
0,73	0,730
0,81	0,810
0,90	0,906

CALCULOS INICIALES DE PRECIOS DE BEBIDAS (\$)		
PRODUCTOS	PRECIOS CALCULADO	PRECIOS FINALES
Extracto	2,07	2,05
Jugo	1,51	1,50
Batido	1,68	1,70
Zumo	1,87	1,90

PORCENTAJES DE ENSALADAS (SEGÚN UNIDADES DE VENTAS)	
PRODUCTOS	%
Ensaladas	100,0%

RELACIONES DE COSTOS VARIABLES SEGÚN ENSALADAS	
CV (\$)	RELACION X/CV
1,31	1,000

CALCULOS INICIALES DE PRECIOS DE ENSALADAS DE FRUTAS (\$)		
PRODUCTOS	PRECIOS CALCULADO	PRECIOS FINALES
Ensaladas	2,61	2,60

PORCENTAJES DE ALIMENTOS COMPLEMENTARIOS (SEGÚN UNIDADES DE VENTAS)	
PRODUCTOS	%
Sanduche	21,4%
Bolón	4,8%
Humita	11,9%
Postre	11,1%
Empanada	8,7%
Precio tamales	9,5%
Pasteles	9,5%
Ayacac	7,1%
Otros (quimbolitos)	15,9%

RELACIONES DE COSTOS VARIABLES SEGÚN ALIMENTOS COMPLEMENTARIOS	
CV (\$)	RELACION X/CV
0,77	1,000
0,59	0,769
0,56	0,726
0,74	0,961
0,51	0,665
0,68	0,884
0,57	0,741
0,73	0,949
0,44	0,578

CALCULOS INICIALES DE PRECIOS DE ALIMENTOS COMPLEMENTARIOS (\$)		
PRODUCTOS	PRECIOS CALCULADO	PRECIOS FINALES
Sanduche	1,53	1,55
Bolón	1,18	1,20
Humita	1,11	1,10
Postre	1,48	1,50
Empanada	1,02	1,00
Precio tamales	1,36	1,35
Pasteles	1,14	1,15
Ayacac	1,46	1,45
Otros (quimbolitos)	0,89	0,90

C.16 Determinación del precio y costos promedios ponderados por familia de productos.

CALCULO DE PRECIOS/COSTOS PROMEDIOS PONDERADOS POR FAMILIA SEGÚN LAS CANTIDADES DEMANDADAS

FAMILIA DE PRODUCTOS	PRODUCTO	VENTAS (U y %) DE PRODUCTOS EN EL 2011				VENTAS (U y %) DE PRODUCTOS POR GRUPOS DE FAMILIAS										
		Cantidad (u)	%	Cantidad (u)	%	Cantidad (u)	%	Cantidad (u)	%	Cantidad (u)	%					
Bebidas	Extracto	29.737	13,6%	107.510	49,1%	29.737	27,7%	15.250	100%	15.250	100%					
	Jugo	34.312	15,7%													
	Batido	34.312	15,7%													
	Zumo	9.150	4,2%													
Ensaladas	Ensalada	15.250	7,0%	15.250	7,0%											
	Sanduche	20.587	9,4%	96.072	43,9%							20.587	21,4%			
Alimentos complementarios	Bolón	4.575	2,1%											4.575	4,8%	
	Humita	11.437	5,2%											11.437	11,9%	
	Postre	10.675	4,9%											10.675	11,1%	
	Empanada	8.387	3,8%											8.387	8,7%	
	Precio tamales	9.150	4,2%											9.150	9,5%	
	Pasteles	9.150	4,2%											9.150	9,5%	
	Ayacac	6.862	3,1%											6.862	7,1%	
	Otros (quimbolitos)	15.250	7,0%												15.250	15,9%
			218.831			100,0%	218.831	100,0%								96.072

FAMILIA DE PRODUCTOS	PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO PONDERADO (\$) POR FAMILIA			COSTOS VARIABLES PROMEDIOS PONDERADOS (\$) POR FAMILIA		
		BEBIDAS	ENSALADAS	ALIMENTOS COMPLEMENTARIOS	BEBIDAS* (para descuento)	ENSALADAS	ALIMENTOS COMPLEMENTARIOS
Bebidas	Extracto	0,57			0,29		
	Jugo	0,48			0,24		
	Batido	0,54			0,27		
	Zumo	0,16			0,08		
Ensaladas	Ensalada	1,750	2,6		0,874	1,31	
Alimentos complementarios	Sanduche		2,6	0,33		1,31	0,16
	Bolón			0,06			0,03
	Humita			0,13			0,07
	Postre			0,17			0,08
	Empanada			0,09			0,04
	Precio tamales			0,13			0,06
	Pasteles			0,11			0,05
	Ayacac			0,10			0,05
	Otros (quimbolitos)			0,14			0,07
				1,26	1,26		0,63
		PRECIO PROMEDIO PONDERADO (\$)		1,594	COSTO VARIABLE PROMEDIO PONDERADO (\$)		0,795

BEBIDAS* (hecho el descuento)
0,28
0,23
0,26
0,08
0,84

C.17 Consumos y costos unitarios de las bebidas a base de frutas.

C.17.1 Extractos

C.17.1.1 Extractos de una fruta

NOMBRE DE LA BEBIDA			UNA FRUTA									
			NARANJA		DURAZNO		ZANAHORIA		MANZANA		PERA	
Insumo	unidad	\$/u	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$
nararanja	u	0.05	6	0.31								
frutilla	u	0.04										
durazno	u	0.14			11,0	1,54						
zanahoria	u	0.01					9	0,11				
manzana	u	0.15							3	0,46		
uva	u	0.03										
pera	u	0.13									10	1,30
Sorbete	u	0.003	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00
Servilleta	u	0.004	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00
Envase 12 onzas	u	0.098	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10
Costo unitario promedio (\$)				0,42		1,65		0,22		0,57		1,41
% estimado consumo		100.0%		14%		7%		4%		11%		4%
Tiempo de producción (h)		0:01:54		01:30		02:00		02:00		01:30		02:00
Costo unitario ponderado (\$)		1,00		0,06		0,12		0,01		0,06		0,05

C.17.1.2 Extractos dos frutas

NOMBRE DE LA BEBIDA			DOS FRUTAS																	
			GESTRO-REFERESCANTE		EMOLIENTE		INSUMO-DEPURADOR		DESINTOXICANTE		DELICIA		REDUCTOR-MINERALIZANTE		PURIFICADOR PIEL		REJUVENECEDOR		PROTECTOR	
Insumo	unidad	\$/u	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$
nararanja	u	0.05							3	0,16										
frutilla	u	0.04									12	0,46	12	0,46						
durazno	u	0.14	5	0,70									7	0,98	5	0,70	7	0,98		
zanahoria	u	0.01					4	0,05												
manzana	u	0.15	2	0,31	2	0,31	2	0,31	2	0,31	3	0,46								
uva	u	0.03															12	0,36	12	0,36
pera	u	0.13			6	0,78								6	0,78			7	0,91	
Sorbete	u	0.003	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00
Servilleta	u	0.004	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00
Envase 12 onzas	u	0.098	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10
Costo unitario promedio (\$)				1,12		1,20		0,46		0,57		1,03		1,55		1,59		1,45		1,38
% estimado consumo		100.0%		7%		7%		5%		7%		7%		5%		7%		7%		7%
Tiempo de producción (h)		0:01:54		02:00		01:30		02:00		02:00		02:00		02:00		02:00		02:00		02:00
Costo unitario ponderado (\$)		1,00		0,08		0,09		0,02		0,04		0,07		0,08		0,11		0,10		0,10

C.17.2 Jugos

C.17.2.1 Jugos de una fruta

NOMBRE DE LA BEBIDA			UNA FRUTA																	
			FRUTILLA		GUANABANA		MELON		TOMATE		NARANJILLA		MANGO		PAPAYA		MORA		PIÑA	
Insumo	unidad	\$/u	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$
nararanja	u	0.05																		
frutilla	u	0.04	16	0,61																
guanabana	u	4.06			0,3	1,02														
melón	u	0.74					0,5	0,37												
tomate	u	0.10							2	0,20										
narajilla	u	0.09									2	0,18								
banana	u	0.03																		
durazno	u	0.14																		
mango	u	0.42										1	0,42							
papaya	u	0.16												1	0,08					
mora*	u	0.02														20	0,41			
piña	u	0.70																	0,33	0,23
granadilla	u	0.15																		
licuma	u	0.59																		
Agua	ml	0.0001	100	0,01	100	0,01	100	0,01	100	0,01	100	0,01	100	0,01	100	0,01	100	0,01	100	0,01
Azúcar	gr	0.0012	20	0,02	20	0,02	20	0,02	20	0,02	20	0,02	20	0,02	20	0,02	20	0,02	20	0,02
Hielo	gr	0.0003	200	0,05	200	0,05	200	0,05	200	0,05	200	0,05	200	0,05	200	0,05	200	0,05	200	0,05
Sorbete	u	0.0035	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00
Servilleta	u	0.0044	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00
Costo unitario promedio (\$)				0,81		1,21		0,56		0,39		0,38		0,62		0,27		0,61		0,43
% estimado consumo		100.0%		6%		3%		6%		4%		3%		3%		3%		5%		6%
Tiempo de producción (h)		0:03:14		03:00		03:30		03:00		03:00		03:00		03:30		03:00		03:00		03:00
Costo unitario ponderado (\$)		0,73		0,0488		0,0366		0,0341		0,0157		0,0114		0,0187		0,0083		0,0306		0,0258

C.17.3.2 Batidos de dos frutas

Table with columns for NOMBRE DE LA BEBIDA, UNIDAD, \$/U, and various health categories under DOS FRUTAS (e.g., PREL SALUDABLE, SALUD COMPLETA, DIGESTIVO QUENA, etc.).

Table with columns for NOMBRE DE LA BEBIDA, UNIDAD, \$/U, and various health categories under DOS FRUTAS (e.g., ANTI-CANCERIGENO, REGENERATIVO, INMUNIZADOR, etc.).

C.17.4 Zumos medicinales

Table with columns for NOMBRE DE LA BEBIDA, UNIDAD, \$/U, and various health categories under VARIAS FRUTAS Y VERDURAS (e.g., ADELGAZANTE, ABDOMEN PLANO, CALCIFICANTE, etc.).

C.18 Costos promedios históricos de las principales materias prima de las bebidas frutas.

COSTO HISTORICO Y PROMEDIO DE LA MATERIA PRIMA REQUERIDAS PARA BEBIDAS DE FRUTAS																
Descripción del insumo	2010					2011								COSTO PROMEDIO MAYORISTA	UNIDADES POR CAJA	COSTO PROMEDIO UNITARIO
	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago			
coco (unidad)	1,00	1,00	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	1,00	1,00	1,10	0,88	1	0,88
naranja (100 unidades)	4,00	4,00	5,00	6,00	7,00	8,00	7,00	7,00	4,00	3,00	4,00	4,20	4,20	5,18	100	0,05
frutilla (caja de 7 libras: 175)	7,00	7,00	8,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	8,00	6,69	175	0,04
guanabana (unidad)	3,70	4,00	4,00	3,90	4,00	4,10	4,00	4,10	4,50	4,50	4,00	4,00	4,00	4,06	1	4,06
melón (unidad)	0,90	1,00	1,00	1,00	0,90	0,30	0,30	0,30	0,30	0,50	1,00	1,00	1,10	0,74	1	0,74
tomate (10 unidades)	1,00	0,90	0,90	0,90	1,00	0,80	1,10	1,20	1,20	0,80	0,90	1,00	1,00	0,98	10	0,10
naranja (10 unidades)	1,00	1,00	1,00	1,00	1,20	1,00	0,80	0,50	0,60	0,80	0,90	1,00	1,20	0,92	10	0,09
banana (racimo con 70 unidades)	1,60	2,00	2,20	2,00	1,80	1,80	1,80	1,80	1,90	1,90	1,60	1,70	1,70	1,83	70	0,03
durazno (caja de 125 unidades)	17,00	17,00	17,00	18,00	17,00	18,00	17,00	17,00	17,00	18,00	19,00	18,00	18,00	17,54	125	0,14
mango (10 unidades)	5,00	5,00	5,00	4,00	2,00	2,00	3,00	4,00	4,00	5,00	5,00	6,00	5,00	4,23	10	0,42
papaya (18 unidades)	2,50	3,00	3,00	3,00	3,00	2,50	2,50	2,80	2,80	3,00	4,00	3,00	3,00	2,93	18	0,16
zanahoria (100 unidades)	2,00	1,80	2,00	1,00	1,00	1,00	0,90	0,80	0,80	0,80	1,00	1,00	2,00	1,24	100	0,01
manzana (caja de 125 unidades)	20,00	20,00	20,00	22,00	25,00	20,00	16,00	14,00	12,00	16,00	22,00	22,00	22,00	19,31	125	0,15
Mora* (canasto de 25 libras: 1000 unidades)	20,00	18,00	18,00	22,00	20,00	20,00	18,00	20,00	24,00	24,00	22,00	20,00	22,00	20,62	1000	0,02
uva roja (caja de 18 libras: 630 unidades)	20,00	18,00	20,00	22,00	24,00	18,00	16,00	12,00	15,00	15,00	20,00	22,00	22,00	18,77	630	0,03
piña (unidad)	1,00	1,00	0,80	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,90	1,00	1,00	1,00	1,10	0,70	1	0,70
kiwi (caja de 120 unidades)	20,00	20,00	22,00	22,00	20,00	19,00	20,00	20,00	20,00	22,00	18,00	20,00	20,00	20,23	120	0,17
pera (caja de 125 unidades)	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	16,00	12,00	12,00	13,00	13,00	18,00	20,00	18,00	16,31	125	0,13
granadilla (caja de 120 unidades)	20,00	18,00	18,00	14,00	14,00	15,00	24,00	18,00	14,00	16,00	20,00	20,00	21,00	17,85	120	0,15
lúcuma (unidad)	0,50	0,50	0,50	0,60	0,60	0,60	0,50	0,50	0,80	0,70	0,70	0,60	0,60	0,59	1	0,59
durazno lata mitad (conserva de 50 unidades)	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	10,00	10,00	10,00	9,23	50	0,18
mandarina (12 unidades)	0,90	0,80	0,70	0,70	0,90	0,90	0,90	0,90	1,00	1,00	0,80	0,80	0,90	0,86	12	0,07
chirimoya (unidad)	0,50	0,60	0,50	0,50	0,50	0,40	0,40	0,40	0,40	0,50	0,50	0,60	0,60	0,49	1	0,49

C.19 Consumos y costos unitarios de las ensaladas de frutas y alimentos comestibles.

C.19.1 Ensaladas de frutas

NOMBRE DE LA ENSALADA DE FRUTAS			PERSONAL		ESPECIAL		EXTRAESPECIAL	
Insumos	unidad	\$/u	cant	\$	cant	\$	cant	\$
nararanja	u	0,05					1	0,05
frutilla	u	0,04	5,00	0,19	5,00	0,19	5,00	0,19
melón	u	0,74	0,20	0,15	0,20	0,15	0,20	0,15
banana	u	0,03	1,00	0,03	1,00	0,03	1,00	0,03
mango	u	0,42	0,50	0,21	0,50	0,21	0,50	0,21
papaya	u	0,16	0,33	0,05	0,33	0,05	0,33	0,05
uva	u	0,03	5,00	0,15	5,00	0,15	5,00	0,15
piña	u	0,70	0,20	0,14	0,20	0,14	0,20	0,14
kiwi	u	0,17			0,50	0,08	0,50	0,08
pera	u	0,13					1	0,13
mandarina	u	0,07			1,00	0,07	1,00	0,07
chirimoya	u	0,49					0,20	0,10
miel de abeja	gr	0,0038	10	0,04			10	0,04
vogurth	ml	0,0025	25	0,06				
granola	gr	0,005			5,00	0,03		
Tenedor	u	0,023	1	0,02	1	0,02	1	0,02
Servilleta	u	0,004	1	0,00	1	0,00	1	0,00
Contenedor redondo mediano	u	0,198	1	0,20	1	0,20	1	0,20
Tiempo de producción (h)		0:05		0:05		0:05		0:06
Costo unitario ponderado (\$)		1,31		0,75		0,40		0,16

C.19.2 Sánduches

NOMBRE DEL SANDUCHE			Sanduches calientes							
			Sencillo		Mixto		Especial de pollo		Especial de pavo	
Insumo	unidad	\$/u	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$
Servilleta	u	0,004	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00
Contenedor rectangular plano	u	0,124	1	0,12	1	0,12				
Contenedor rectangular bajo	u	0,207					1	0,21	1	0,21
Pan blanco	gr	0,003	50	0,13	50	0,13				
Pan baguette	gr	0,003					130	0,40	130	0,40
Queso mozzarella	gr	0,008	15	0,12						
Queso light	gr	0,008			15	0,12				
Margarina	gr	0,003	5	0,02	5	0,02				
Jamón de pierna	gr	0,020			10	0,20				
Jamón de Pollo	gr	0,018					20	0,36		
Jamón de pavo	gr	0,015							20	0,30
Lechuga cesar	gr	0,003					40	0,13	40	0,13
Tomate riñon	gr	0,003					30	0,08	30	0,08
Aceituna	gr	0,002							30	0,07
Sal	gr	0,000					0,5	0,0002	0,5	0,0002
Pimienta	gr	0,016					0,5	0,008	0,5	0,008
Mayonesa	gr	0,004					10	0,04	10	0,04
Salsa de tomate	gr	0,003					10	0,03	10	0,03
Mostaza	gr	0,004					3,00	0,01	3,00	0,01
Costo unitario promedio				0,39		0,60		1,28		1,29
% estimado consumo	100%			35%		30%		20%		15%
Tiempo de producción (h)		0:04		0:04		0:04		0:05		0:05
Costo unitario ponderado		0,77		0,14		0,18		0,26		0,19

C.19.3 Alimentos comestibles restantes

NOMBRE DEL ALIMENTO COMESTIBLE			Bolones		Humitas		Postres		Empanadas		Tamales		Pasteles		Hayacas		Quimbolitos		
Insuno	unidad	\$/u	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	cant	\$	
Servilleta	u	0,004	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	
Contenedor triangular	u	0,154						1	0,15										
Contenedor rectangular	u	0,145					1	0,14					1	0,14					
Tenedor	u	0,023	1	0,02	1	0,02	1	0,02			1	0,02	1	0,02	1	0,02	1	0,02	
Bolones																			
Plátano verde	gr	0,001	120	0,13															
Chicharrón de chancho	gr	0,005	30	0,15															
Mantequilla	gr	0,003	5	0,02															
Sal	gr	0,000	2	0,00															
Achote	gr	0,004	1	0,00															
Cebolla blanca	gr	0,001	4	0,00															
Acetite	ml	0,003	20	0,06															
Humitas																			
choclo tierno molido	gr	0,003			60	0,15													
manteca de cerdo	gr	0,003			3	0,01													
queso rallado	gr	0,008			10	0,08													
huevo	u	0,163			0,5	0,08													
Cebolla	gr	0,001			3	0,00													
Polv de hornear	gr	0,018			2	0,04													
azúcar	gr	0,001			2	0,00													
mantequilla	gr	0,003			5	0,02													
hoja de choclo	u	0,010			1	0,01													
sal	gr	0,000			1	0,00													
Postres																			
Azúcar	gr	0,001					30	0,02											
Agua	ml	0,000					20	0,00											
Jugo de naranja	ml	0,001					20	0,02											
Huevo	u	0,163					0,5	0,08											
Leche evaporada	gr	0,005					20	0,09											
Leche de coco	gr	0,006					20	0,12											
Coco rallado	gr	0,022					10	0,22											
Cascara de naranja	gr	0,000					2	0,00											
Sal	gr	0,000					1	0,00											
Empanadas																			
Harina de trigo	gr	0,003							40	0,11									
Agua	ml	0,000							10	0,00									
Queso	gr	0,008							20	0,16									
Mantequilla	gr	0,003							5	0,02									
Limón	ml	0,005							2	0,01									
Sal	gr	0,000							1	0,00									
Cebolla blanca	gr	0,001							4	0,00									
azúcar	gr	0,001							2	0,00									
Acetite	ml	0,003							1	0,00									
Tamales																			
Hoja de achira	u	0,040									1	0,04							
huevo	u	0,163									0,5	0,08							
Cebolla blanca	gr	0,001									5	0,01							
Pimiento verde	gr	0,004									5	0,02							
Pimiento rojo	gr	0,007									5	0,03							
Ajo	gr	0,003									2	0,01							
Comino	gr	0,011									1	0,01							
Pimienta	gr	0,011									1	0,01							
Acetuna rellenas	u	0,044									1	0,04							
Pasas	u	0,011									1	0,01							
Carne de pollo	gr	0,005									20	0,11							
Pasteles																			
Harina de trigo	gr	0,003											40	0,11					
Mantequilla	gr	0,003											10	0,03					
Leche	ml	0,001											12	0,01					
Pollo	gr	0,005											25	0,13					
Tomate riñón	gr	0,003											10	0,03					
Papa	gr	0,001											10	0,01					
Ajo	gr	0,003											1	0,00					
Cebolla perla	gr	0,002											8	0,01					
aceite	gr	0,003											15	0,05					
sal	gr	0,000											1	0,00					
pimienta	gr	0,011											1	0,01					
Hayacas																			
Harina de maiz	gr	0,002													20	0,04			
Margarina	gr	0,003													5	0,02			
Azúcar	gr	0,001													2	0,00			
Hoja de achira	u	0,040													1	0,04			
Cebolla blanca	gr	0,001													5	0,01			
Pimiento verde	gr	0,004													5	0,02			
Pimiento rojo	gr	0,007													5	0,03			
Ajo	gr	0,003													1	0,00			
Comino	gr	0,011													1	0,01			
Pimienta	gr	0,011													1	0,01			
Carne de gallina	gr	0,008													20	0,16			
Acetunas rellenas	u	0,044													1	0,04			
Huevo	u	0,163													0,25	0,04			
Manteca de chancho	gr	0,003													5	0,01			
Pimiento rojo	gr	0,007													5	0,03			
Pasas	u	0,011													1	0,01			
Sal	gr	0,000													1	0,00			
Pimienta	gr	0,011													1	0,01			
Quimbolitos																			
Harina de maiz	gr	0,002															30	0,06	
Polv de hornear	gr	0,018															1	0,02	
Mantequilla	gr	0,003															5	0,02	
Jugo de naranja	ml	0,001															5	0,00	
Leche	ml	0,001															5	0,01	
Esencia de vainilla	ml	0,011															1	0,01	
Huevo	u	0,163															0,2	0,03	
Azúcar	gr	0,001															15	0,01	
Pasas	u	0,011															1	0,01	
Hoja de achira	u	0,040															1	0,04	
Tiempo de producción (h)					0:10		0:01		0:01		0:15		0:02		0:02		0:03		0:01
Costo unitario (\$)					0,59		0,56		0,74		0,51		0,68		0,57		0,73		0,44

C.20 Costos de los alimentos comestibles y otros insumos

Costos de materia prima para elaborar las bebidas a base de frutas								
Descripción del insumo		Presentación	Costo insumo (presentación comercial) (€)	ml o gr por empaque	Costo del ml o gr	Costo promedio del empaque	Proveedor	Teléfonos
Leche	Semidescremada "Nutrileche"	Cartón de 1 litro	1,27	1000	0,0013	0,0013	Comercial Normita (Entrega a Domicilio)	2762168,0
	Deslactosada "La lechera"	Cartón de 1 litro	1,44	1000	0,0014			
	Entera "Nutrileche"	Cartón de 1 litro	1,19	1000	0,0012			
Agua	Bidón Tetsalia	Bidón de 10 litros	2,20	20000	0,0001	0,0001		
Azúcar	Morena	Empaque de 5 Kg	4,00	5000	0,0008	0,0012		
	Blanca - La troncal	Empaque de 5 Kg	3,80	5000	0,0008			
Hielo	Hielo cubitos	Empaque de 3 Kg	0,75	3000	0,0003	0,0003		

Costos de insumos no perecibles para las bebidas y alimentos complementarios								
Descripción del insumo		Presentación	Costo insumo (presentación comercial) (€)	Unidades por empaque	Costo de la unidad	Costo unitario	Proveedor	Teléfonos
Sorbete	Tetrapack blanco de propepleno en U (curvo) largo de 8 1/2 (12 onzas)	50 paquetes de 150 unidades	25,00	7500	0,003	0,003	Plásticos del litoral	02 2460486 097001446
	Tetrapack blanco de propepleno en U (curvo) extra largo de 10 1/2 (16 onzas)	50 paquetes de 150 unidades	26,00	7500	0,003	0,003		
Servilleta	Servilleta impresa sin logo de la empresa	45 paquete de 100 unidades	20,00	4500	0,004	0,004	GENDISCA	99976623
Tenedor	Al Blancos	Millar (20 empaques de 50 unidades)	23,00	1000	0,023	0,023	GENDISCA	99976623
Vaso descartable para bebidas	(Cartulina Polycoated Full color) Biodegradable	Tamaño de 12 onzas	98,00	1000	0,10	0,098	Grpo grafico Abad	245 4875 245 9604
	(Cartulina Polycoated Full color) Biodegradable	Tamaño de 16 onzas	100,00	1000	0,10	0,100		
Envase descartable para alimentos complementarios	Contenedor triangular alto (pasteles y postres)	120x120 95 mm / 70 mm Alto	154,00	1000	0,15	0,15	Plásticos del litoral	02 2460486 097001446
	Contenedor redondo mediano (ensaldas de frutas y bolones)	135 mm Diámetro 80 mm Alto	198,00	1000	0,20	0,20	Plásticos del litoral	02 2460486 097001446
	Contenedor rectangular bajo (tamales, ayacas, quimbolitos, empanadas, sandwiches frios)	180 mm Largo 80 mm Ancho 60 mm Alto	207,00	1000	0,21	0,21	Plásticos del litoral	02 2460486 097001446
	Contenedor rectangular plano (sandwiches calientes)	94 mm Largo 94 mm Ancho 40 mm Alto	124,00	1000	0,12	0,12	Plásticos del litoral	02 2460486 097001446
	Contenedor rectangular pequeño (humitas)	150 mm Largo 50 mm Ancho 20 mm Alto	144,50	1000	0,14	0,14	Plásticos del litoral	02 2460486 097001446

Costos de materias prima adicional (estimulantes) para agregar a las ensaladas de frutas								
Descripción del insumo		Unidad	Costo insumo (presentación comercial) (€)	ml o gr por empaque	Costo del ml o gr	Costo promedio del empaque	Proveedor	Teléfonos
Miel de abeja	La abejita	Envase de 1000 gr	3,80	1000	0,004	0,004	Comercial Normita (Entrega a Domicilio)	2762168
yoghurt	Chiveria - Natural	Envase de 2 lts	5,00	2000	0,003	0,003		
Granola	Heidi Sport	Empaque 400 gr	2,00	400	0,005	0,005		

Costos de materias prima adicional (verduras) para elaborar los zumos medicinales								
Descripción del insumo		Presentación	Costo insumo (presentación comercial) (€)	ml o gr por empaque	Costo del ml o gr	Costo promedio del empaque	Proveedor	Teléfonos
hierro		atado de 200 gr	0,50	200	0,003	0,003	Comercial Normita (Entrega a Domicilio)	2762168
espinaca		atado de 454 gr	0,55	454	0,001	0,001		
soya	ADFS	Envase de 1 lt	2,00	1000	0,002	0,002		
amaranto		atado de 454 gr	0,40	454	0,001	0,001		
cañola	molida	Empaque de 50gr	1,00	50	0,020	0,020		
limón	sutil	lt	0,63	1	0,050	0,050		
lima	verde	atado	0,30	454	0,001	0,001		
remolacha		lb (454 gr)	0,45	454	0,001	0,001		
tomatoli		lb (454 gr)	0,50	454	0,001	0,001		
Penino		u (400 gr)	0,30	400	0,001	0,001		

Costos de materia prima para elaborar sandwiches								
Descripción del insumo		Presentación	Costo insumo (presentación comercial) (€)	ml o gr por empaque	Costo del ml o gr	Costo promedio del empaque	Proveedor	Teléfonos
Pan blanco	molde	Empaque de 500 gr (20 rebanadas de 25cm)	1,30	500	0,0026	0,0026	Comercial Normita (Entrega a Domicilio)	2762168
Pan	baquette	Palanqueta de 390 gr	1,70	390	0,0031	0,0031		
Queso	Rev queso - Mozzarella	Empaque de 500 gr	3,90	500	0,0078	0,0078		
Queso light	Rev queso - Mozzarella light	Empaque de 500 gr	4,05	500	0,0081	0,0081		
Margarina	Bonella	Empaque de 1 kg	3,40	1000	0,0034	0,0034		
Jamón de Perna	Plumrose	Empaque de 1 kg	20,00	1000	0,0200	0,0200		
Jamón de Pollo	Don Diego	Empaque de 1 kg	18,00	1000	0,0180	0,0180		
Jamón de Pavo	Fritz	Empaque de 1 kg	15,00	1000	0,0150	0,0150		
Lechusa cesar	Tino Cesar	Empaque de 300gr	0,98	300	0,0033	0,0033		
Tomate	Tino rillon	Libra (454 gr)	1,75	454	0,0038	0,0038		
Ascutina	Tajadas	Empaque de 4 kg	9,00	4000	0,0023	0,0023		
Sal	Crisal	Empaque de 2Kg	0,75	2000	0,0004	0,0004		
Pimienta	Molida	Empaque de 50gr	0,80	50	0,0160	0,0160		
Mayonesa	Marei light	Empaque de 1Kg	4,47	1000	0,0045	0,0045		
Salsa de tomate	Marei	Empaque de 1Kg	3,42	1000	0,0034	0,0034		
Mostaza	Marei	Empaque de 900 gr	3,57	900	0,0040	0,0040		

Costos de insumos para elaborar alimentos comestibles							
Descripción del insumo	Presentación	Costo insumo (presentación comercial) (C)	ml o gr por empaque	Costo del ml o gr.	Costo promedio del insumo	Proveedor	Teléfonos
Bolones de verde							
Plátano verde	-	Racimo de 30 unidades	4,00	3600	0,0011	0,0011	
Chicharrón de chanco	Mr. Chanco	Empaque de 1 kg	4,85	1000	0,0049	0,0049	
Mantequilla	Bonella	Empaque de 1 kg	3,40	1000	0,0034	0,0034	
Sal	Cri-sal	Empaque de 2Kg	0,75	2000	0,0004	0,0004	
Achiote	La Favorita	Botella de 1/2 litro	1,84	500	0,0037	0,0037	
Cebolla blanca	-	Atado (1 Kg)	1	1000	0,0010	0,0010	
Aceite	Girasol	Botella de 1 litro	3	1000	0,0030	0,0030	
Humitas de choclo							
chocolo tierno molido	-	Empaque de 1 kg	2,50	1000	0,0025	0,0025	
mantequilla de cerdo	Los 3 chanchitos	Empaque de 500 gr	1,25	500	0,0025	0,0025	
queso rallado	Rev queso - Mozzarella	Empaque de 500 gr	3,90	500	0,0078	0,0078	
huevo	Indaves	Empaque de 12 unidades	1,95	12	0,1626	0,1626	
Cebolla	-	1 Kg	0,95	1000	0,0010	0,0010	
Polvo de hornear	Royal	Envase de 100gr	1,8	100	0,0180	0,0180	
azúcar	Morena	Empaque de 5 Kg	4,00	5000	0,0008	0,0008	
mantequilla	Bonella	Empaque de 1 kg	3,40	1000	0,0034	0,0034	
hoja de choclo	-	Envoltura de 100 hojas	0,3	30	0,0100	0,0100	
sal	Cri-sal	Empaque de 2Kg	0,75	2000	0,0004	0,0004	
Postres							
Azúcar	Morena	Empaque de 5 Kg	4,00	5000	0,0008	0,0008	
Agua	Bidón Tesalia	Bidón de 20 litros	2,20	20000	0,0001	0,0001	
Jugo de naranja	-	Caja de 100 unidades (100u*60ml)	5,18	6000	0,0009	0,0009	
Huevo	Indaves	Empaque de 12 unidades	1,95	12	0,1626	0,1626	
Leche evaporada	La lechera	Envase de 410 gr	1,85	410	0,0045	0,0045	
Leche de coco	-	Envase de 500gr	3,00	500	0,0060	0,0060	
Coco rallado	-	Empaque de 50 gr	2,20	100	0,0220	0,0220	
Cascara de naranja	-	Porción de 50 gr	0,01	50	0,0002	0,0002	
Sal	Cri-sal	Empaque de 2Kg	0,75	2000	0,0004	0,0004	
Empanadas							
Harina de trigo	Harina YA	Empaque de 1 kg	2,63	1000	0,0026	0,0026	
Agua	Bidón Tesalia	Bidón de 20 litros	2,20	20000	0,0001	0,0001	
Queso	Rev queso - Mozzarella	Empaque de 500 gr	3,90	500	0,0078	0,0078	
Mantequilla	Bonella	Empaque de 1 kg	3,40	1000	0,0034	0,0034	
Limón	sutil	u (1u* 10ml)	0,05	10	0,0050	0,0050	
Sal	Cri-sal	Empaque de 2Kg	0,75	2000	0,0004	0,0004	
Cebolla blanca	-	Atado (1 Kg)	1	1000	0,0010	0,0010	
azúcar	Morena	Empaque de 5 Kg	4,00	5000	0,0008	0,0008	
Aceite	Girasol	Botella de 1 litro	3	1000	0,0030	0,0030	
Tamales de maíz.							
Azúcar	Morena	Empaque de 5 Kg	4,00	5000	0,0008	0,0008	
Harina de maíz	Harina Maizabrosa	Empaque de 1 kg	1,89	1000	0,0019	0,0019	
Mantequilla vegetal	Tres coronas	Empaque de 1 kg	2,79	1001	0,0028	0,0028	
sal	Cri-sal	Empaque de 2Kg	0,75	2000	0,0004	0,0004	
Polvo de hornear	Royal	Envase de 100gr	1,8	100	0,0180	0,0180	
Hoja de achira	-	Envoltura de 20 hojas	1,2	30	0,0400	0,0400	
huevo	Indaves	Empaque de 12 unidades	1,95	12	0,1626	0,1626	
Cebolla blanca	-	Atado (1 Kg)	1	1000	0,0010	0,0010	
Pimiento verde	-	4 unidades (total 250 gr)	1	250	0,0040	0,0040	
Pimiento rojo	-	2 unidades (total 120 gr)	1	150	0,0067	0,0067	
Ajo	Pasta de ajo Natural	Empaque de 500gr	1,66	500	0,0033	0,0033	
Comino	Comido molido El Sabor	Empaque de 50 gr	0,55	50	0,0110	0,0110	
Pimienta	Pimienta molida McGodoy	Empaque de 50 gr	0,54	50	0,0108	0,0108	
Acetuna rellenas	SNOB	Empaque de 220 gr (35 u)	1,55	35	0,0443	0,0443	
Pasas	Ciruela pasa El sabor	Empaque de 300 gr (200 u)	2,25	200	0,0113	0,0113	
Carne de pollo	Pechugas Mr pollo	Empaque de 1 kg	5,39	1000	0,0054	0,0054	
Pastels							
Harina de trigo	Harina YA	Empaque de 1 kg	2,63	1000	0,0026	0,0026	
Mantequilla	Bonella	Empaque de 1 kg	3,40	1000	0,0034	0,0034	
Leche	Entera "Nutrileche"	Cartón de 1 litro	1,19	1000	0,0012	0,0012	
Pollo	Pechugas Mr pollo	Empaque de 1 kg	5,39	1000	0,0054	0,0054	
Tomate riñón	Tipo riñón	Libra (454 gr)	1,25	454	0,0028	0,0028	
Papa	-	Libra (454 gr)	0,4	454	0,0009	0,0009	
Ajo	Pasta de ajo Natural	Empaque de 500gr	1,66	500	0,0033	0,0033	
Cebolla perla	-	Libra (454 gr)	0,7	454	0,0015	0,0015	
aceite	Girasol	Botella de 1 litro	3	1000	0,0030	0,0030	
sal	Cri-sal	Empaque de 2Kg	0,75	2000	0,0004	0,0004	
pimienta	Pimienta molida McGodoy	Empaque de 50 gr	0,54	50	0,0108	0,0108	
Havacas de maíz							
Harina de maíz	Harina Maizabrosa	Empaque de 1 kg	1,89	1000	0,0019	0,0019	
Margarina	Bonella	Empaque de 1 kg	3,40	1000	0,0034	0,0034	
Azúcar	Morena	Empaque de 5 Kg	4,00	5000	0,0008	0,0008	
Hoja de achira	-	Envoltura de 20 hojas	1,2	30	0,0400	0,0400	
Cebolla blanca	-	Atado (1 Kg)	1	1000	0,0010	0,0010	
Pimiento verde	-	4 unidades (total 250 gr)	1	250	0,0040	0,0040	
Pimiento rojo	-	2 unidades (total 120 gr)	1	150	0,0067	0,0067	
Ajo	Pasta de ajo Natural	Empaque de 500gr	1,66	500	0,0033	0,0033	
Comino	Comido molido El Sabor	Empaque de 50 gr	0,55	50	0,0110	0,0110	
Pimienta	Pimienta molida McGodoy	Empaque de 50 gr	0,54	50	0,0108	0,0108	
Carne de gallina	-	1 kg	8	1000	0,0080	0,0080	
Acetunas rellenas	SNOB	Empaque de 220 gr (35 u)	1,55	35	0,0443	0,0443	
Huevo	Indaves	Empaque de 12 unidades	1,95	12	0,1626	0,1626	
Mantequilla de chanco	Los 3 chanchitos	Empaque de 500 gr	1,25	500	0,0025	0,0025	
Pimiento rojo	-	2 unidades (total 120 gr)	1	150	0,0067	0,0067	
Pasas	Ciruela pasa El sabor	Empaque de 300 gr (200 u)	2,25	200	0,0113	0,0113	
Sal	Cri-sal	Empaque de 2Kg	0,75	2000	0,0004	0,0004	
Pimienta	Pimienta molida McGodoy	Empaque de 50 gr	0,54	50	0,0108	0,0108	
Quimbolitos de maíz							
Harina de maíz	Harina Maizabrosa	Empaque de 1 kg	1,89	1000	0,0019	0,0019	
Polvo de hornear	Royal	Envase de 100gr	1,8	100	0,0180	0,0180	
Mantequilla	Bonella	Empaque de 1 kg	3,40	1000	0,0034	0,0034	
Jugo de naranja	-	Caja de 100 unidades (100u*60ml)	5,18	6000	0,0009	0,0009	
Leche	Entera "Nutrileche"	Cartón de 1 litro	1,19	1000	0,0012	0,0012	
Esencia de vainilla	Levapan	Envase de 100 ml	1,09	100	0,0109	0,0109	
Huevo	Indaves	Empaque de 12 unidades	1,95	12	0,1626	0,1626	
Azúcar	Morena	Empaque de 5 Kg	4,00	5000	0,0008	0,0008	
Pasas	Ciruela pasa El sabor	Empaque de 300 gr (200 u)	2,25	200	0,0113	0,0113	
Hoja de achira	-	Envoltura de 20 hojas	1,2	30	0,0400	0,0400	

Comercial
Normita
(Entrega a
Domicilio)

2762168

C.21 Ciclo de vida y forma de conservación de las materias primas e insumos.

CICLO DE VIDA MATERIA PRIMA				
Frutas y Vegetales	Vegetales	Refrigerados básicos	Panadería	Salsas, especias y Conservas
amaranto	ajo	Aceituna	Pan blanco molde	Aceite
apio	cebolla blanca	Aceituna rellenas	Pan bagette	Achiote
banana	cebolla perla	Agua		Ajonjolí
berro	choclo tierno molido	Carne de chancho		Azúcar
espinaca	jenjibre	huevo		Esencia de vainilla
frutilla	lechuga cesar	Jamón de Pavo		Granola
granadilla	limón	Jamón de Pierna		Harina de maíz
guanabana	papa	Jamón de Pollo		Harina de trigo
kiwi	pimiento rojo.	Leche		Leche evaporada
lima	pimiento verde.	Leche		manteca de cerdo
limón	plátano verde	Leche de coco		Manteca de vegetal
lúcuma	tomate	Mantequilla		Mayonesa
mango		Margarina		Miel de abeja
manzana		Pasas		Mostaza
melón		Queso light Mozzarella		Pimienta Molida
mora*		Queso Mozzarella		Polvo de hornear
nararanja		Yogurth		Sal
nanajilla				Salsa de tomate
papaya				
Pepino				
pera				
piña				
remolacha				
soya				
tomate				
uva				
zanahoria				
1 días	7 días	15 días	1 días	180m días o más
Lugar Fresco y seco y refrigeración	Lugar Fresco y seco y/o refrigeración	Refrigeración	Lugar Fresco y seco	Lugar Fresco y seco y/o refrigeración

C.22 Lista de equipos, enseres y requerimientos de puesta en marcha.

LISTA DE EQUIPOS/ENSERES/MUEBLES REQUERIDOS PARA DISFRUTALO						
ITEM	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO O HERRAMIENTA O TRABAJO	PROVEEDOR	TELEFONOS	PAGINA WEB	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
1	Mueble sofa	D'Rosie	(02)-742171	-	1	400,00
2	Dispensador de toalla de baño 1. Ref 8090	Distribuidora Jerusalen	593- 2- 2744-100	-	2	25,00
3	Dispensador de papel de baño 1. Ref 8032	Distribuidora Jerusalen	593- 2- 2744-100	-	2	20,00
4	Dispensador de papel de baño 2. Ref 8032	Distribuidora Jerusalen	593- 2- 2744-100	-	2	20,00
5	Diseño de pagina web (Multilinguae)	Equideas	(02)-2742028	www.ecuadeas.com	1	400,00
6	Blending Station Advanc. Motor: Motor con = 3 CV de pico Electricidad: 120 V, 50/60 Hz, 15 Amperios.Dimensiones: 49,23 x 23,50 x 26,67 cm (H x A x P)	EQUINDECA CIA. LTDA.	Tel: (593) 7282-5555 Fax: (593) 7283-8888	-	3	1.321,00
7	Mostrador principal	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	800,00
8	Molino	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	650,00
9	Amasadora	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	500,00
10	Batidora B-12	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	300,00
11	Fregadero de 2 pozos	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	700,00
12	Cocinador a vapor	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	800,00
13	Campana	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	700,00
14	Fablas de picar	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	8,00
15	Juego de cedazos metalico de 3 piezas	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	2	13,50
16	Cocina industrial 4 quemadores con planchadora y horno	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	1.200,00
17	Vitrina termica giratoria	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	2	960,00
18	Juegos de cucharas de palo para cocina	Fritega S.A	(02)-271-031	www.fritega.com.ec	1	12,00
19	Juego de ollas de 12 piezas	Fritega S.A	(02)-271-032	www.fritega.com.ec	2	230,00
20	Juegos de Tazones	Fritega S.A	(02)-271-033	www.fritega.com.ec	1	90,00
21	Juego de moldes para decoración panadería	Fritega S.A	(02)-271-034	www.fritega.com.ec	1	60,00
22	Juego de rodillos de 6 piezas	Fritega S.A	(02)-271-035	www.fritega.com.ec	1	30,00
23	Telefono celular LG GB107 con radio FM *Banda GSM 850/1900 GSM 900/1800 *Pantalla de 128 x 128 1.5 pulgadas *Memoria de 1MB *Bateria de 2000mAh *Carga USB 39.4Ah. FM	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	40,00
24	FAX PANASONIC DE PAPEL NORMAL KX-FHD351LACARACTERISTICAS:* Sistema contestador totalmente digital* Alloway con micrófono duplex	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	121,43
25	Juego cuchillos sencillo	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	30,00
26	Juego de cucharas sencillo	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	20,00
27	Televisor LCD LG modelo :32LD310 de 32" con soporte EMP 108XST	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	2	545,54
28	DVD SONY DVPN 5628P	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	70,54
29	Aire acondicionado LG SJ242CD DE 24000 BTU	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-173	www.importadoracastro.com	1	525,89
30	VITRINA COMERCIAL DUREX VDEI5BB-1 CARACTERISTICAS: * 15 pies * Luz * Puerta con doble vidrio * Seguridad en puertas * Comercial Durex 280 litros * Sistema de ventilación * Sistema de funcionamiento diseñado de Conectividad LG-603 y Conectividad de Internet 2400 L	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	647,32
31	MICROONDA PANASONIC NN-GD58SCARACTERISTICAS* Tecnologia Inverter* Microondas + Grill* Puerta en acero inoxidable* Panel con botón Giratorio* 1.0 cft* 1100W Microondas* 1100W Grill	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	181,25
32	Tostadora Oster 3280	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	66,07
33	Sanduchera	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	2	90,00
34	Estractor industrial Power Juicer Elite	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	299,00
35	Exprimidor de citricos	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	100,00
36	BATIDORA OSTER 2601CARACTERISTICAS:* Batidora de mano y pedestal de 10 velocidades* Diseño de dos motores	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	85,71
37	Juego de vasos de vidrio (80 unidades)	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	250,00
38	Juego de platos (80 unidades)	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	243,00
39	Juego de cuchillos Oster T26131	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	57,14
40	Juegos de cuchara 66940/020	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	116,07
41	Aspiradora rainbow	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	550,00
42	TELEFONO INALAMBRICO PANASONIC KX-TG6421CARACTERISTICAS:* Teléfono DECT con contestador digital* Expandible hasta 6 auriculares	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	50,00
43	Telefono celular LG GB107 con radio FM.Banda GSM 850/1900 GSM 900/1800	Importadora Castro	593- 2- 2744-190 593- 2- 2744-172	www.importadoracastro.com	1	50,00
44	Computador con case power bevoit DVD, procesador intel dual core 2.7, tarjeta madre biostar DG41RQ, incluido tarjeta de video, sonido, red. Disco duro de 320 GB, memoria de 2GB, Lector de memoria, DVD-RW LG, Monitor 17 LCD LG, Teclado, mouse, parlantes, mouse pad, coверtes, regulador	Intel Direct	(02)-275-7199 (02)-275-8580	-	1	500,00
45	Impresora multifunción HP F2430	Intel Direct	(02)-275-7199 (02)-275-8580	-	1	100,00
46	Mini extratech intel ATOM 1,6 Ghz	Intel Direct	(02)-275-7199 (02)-275-8580	-	1	428,57
47	Impresora TMU-220	Intel Direct	(02)-275-7199 (02)-275-8580	-	1	214,29
48	Sistema SACI	Intel Direct	(02)-275-7199 (02)-275-8580	-	1	300,00
49	Escritorio estación de 150x150 en L.	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	1	293,75
50	Sillon ejecutivo con respaldar bajo	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	1	141,07
51	Archivador de 4 gavetas con frente de formica	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	1	191,96
52	Archivador de aire de 0.9 metros de longitud	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	1	123,21
53	Bandeja metálica	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	1	40,00
54	Sillas graffiti	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	2	44,64
55	Mesas redondas para 4 personas	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	4	160,00
56	Mesas cuadradas para 4 personas	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	4	150,00
57	Vidrios para mesas redondas	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	4	30,00
58	Vidrios para mesas cuadradas	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	4	30,00
59	Impresiones de juegos en mesas	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	8	30,00
60	Sillas para mesas	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	32	100,00
61	Taburetes bar hidraulico	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	3	52,68
62	Percha Gondola tipo isla	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	2	176,79
63	Cancel (looker) de 8 personas	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	2	290,18
64	Sillas corte de pluma	Muebles M-class	(02)-275-0687 (02)-275-1361	-	2	33,93
65	Mesa de trabajo. Accero mate de 200x70 con division y puertas abatibles	Ochoa Hermanos	593- 2- 2746-628	-	1	1.200,00
66	Refrigerador de autoservicio de puerta corrediza	Ochoa Hermanos	593- 2- 2746-628	-	1	2.200,00
67	Estanteria de 115x33x200	Ochoa Hermanos	593- 2- 2746-628	-	1	200,00
68	Grupo de juegos infantiles (resbaladera, casita, tobogan , columpio, brinador).	Patricio Carrasco	089054532 o 062993806	www.peckelandia.com	1	2.000,00
69	Instalación de equipos para internet inalambrico (instalación 2 misquinas + router inalambrico) que permite conectar varias computadoras. (Se estiman 10 PC en linea)	Puntonet	02-2750511	www.puntonet.ec	1	75,00
70	Licencia de Windows XP v Office 2003	Systemas 2000	(02)-2752509	-	1	380,00
71	Licencia de Antivirus ESET NOD32	Systemas 2000	(02)-2752509	-	1	28,00

LISTA DE REQUERIMIENTOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE DISFRUTALO						
ITEM	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO O HERRAMIENTA O TRABAJO	PROVEEDOR	TELEFONOS	PAGINA WEB	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
1	Diseño de la decoración del establecimiento	Eventos	2751748	-	1	700,00
2	Adecuaciones de las instalaciones eléctricas del establecimiento	Ing. Ersson Calle	95652944	-	1	300,00
3	Adecuación y montaje de accesorios para iluminación	Ferreterías varias	-	-	1	600,00
4	Adecuaciones del área para baños	Eventos	2751748	-	1	300,00
5	Adecuaciones de todo el establecimiento	Eventos	2751748	-	1	1.000,00
6	Fabricación y montaje de accesorios para decoración interior	Eventos	2751748	-	1	800,00
7	Fabricación y montaje de accesorios para decoración exterior	Eventos	2751748	-	1	500,00
8	Instalación del sistema de climatización	Ing. Ersson Calle	95652944	-	1	300,00
9	Instalación de red para servicios computacionales e internet	RepairMain	99687123	-	1	80,00
10	Instalación de equipos audiovisuales	RepairMain	99687123	-	1	60,00
11	Entrenamiento del personal	Promaxservice	98544354	-	1	2.000,00
12	Implementación de trampas de grasa	Macons	023043-150 / 097590915	www.acerosinoxidablesecuador.com	1	700,00
13	Instalación de equipos de seguridad industrial	RTM	2299687	-	1	200,00

C.23 Plan de producción

PLAN DE PRODUCCIÓN (UNIDADES)																	
DESCRIPCION	2012												TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	2012	2013	2014	2015	2016
Volumen de ventas																	
Bebidas	4.845	7.434	8.819	9.360	9.421	9.481	9.541	9.601	9.661	9.722	9.782	9.842	107.510	122.801	131.469	140.138	148.807
Alimentos comestibles	4.330	6.643	7.881	8.365	8.418	8.472	8.526	8.580	8.634	8.687	8.741	8.795	96.072	109.737	117.483	125.230	132.977
Ensalada de frutas	687	1.054	1.251	1.328	1.336	1.345	1.353	1.362	1.370	1.379	1.387	1.396	15.250	17.419	18.648	19.878	21.107
Total volumen de ventas	9.863	15.132	17.950	19.053	19.175	19.298	19.420	19.543	19.666	19.788	19.911	20.033	218.831	249.956	267.601	285.246	302.891
Inventario producto terminado																	
Inventario inicial producto terminado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inventario final producto terminado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total inventario producto terminado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inventario producto en proceso																	
Inventario final producto en proceso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inventario inicial producto en proceso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total inventario producto en proceso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Unidades producidas	9.863	15.132	17.950	19.053	19.175	19.298	19.420	19.543	19.666	19.788	19.911	20.033	218.831	249.956	267.601	285.246	302.891
Número de operarios directos	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9
Número de directivos asociados a producción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PLAN DE CONSUMO Y COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS PARA LA ELABORACION																		
ENSALDAS DE FRUTAS Y ALIMENTOS COMESTIBLES (UNIDADES)																		
INSUMOS	unidad	Su	2011															
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC				
			Total	2010	2013	2014	2015	2016					Total					
coco	u	0.88	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
naranja	u	0.05	69	105	125	133	134	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144
frutilla	u	0.04	3.436	5.272	6.254	6.639	6.681	6.724	6.767	6.809	6.852	6.895	6.937	6.980	76.248	87.093	93.241	99.389
melón	u	0.74	137	211	250	266	267	269	271	272	274	276	277	279	3.050	3.484	3.730	4.221
banana	u	0.03	687	1.054	1.251	1.328	1.336	1.345	1.353	1.362	1.370	1.379	1.387	1.396	15.250	17.419	18.648	19.878
manago	u	0.42	344	527	625	664	668	672	677	681	685	689	694	698	7.625	8.709	9.324	9.939
papaya	u	0.16	229	351	417	443	445	448	451	454	457	460	462	465	5.083	6.216	6.626	7.036
aca	u	0.03	3.436	5.272	6.254	6.639	6.681	6.724	6.767	6.809	6.852	6.895	6.937	6.980	76.248	87.093	93.241	99.389
pita	u	0.70	137	211	250	266	267	269	271	272	274	276	277	279	3.050	3.484	3.730	4.221
kiwi	u	0.17	137	211	250	266	267	269	271	272	274	276	277	279	3.050	3.484	3.730	4.221
pera	u	0.13	69	105	125	133	134	134	135	136	137	138	139	140	1.525	1.742	1.865	1.988
mandarina	u	0.07	275	422	500	531	535	538	541	545	548	552	555	558	6.100	6.967	7.459	7.951
chirimoya	u	0.49	14	21	25	27	27	27	27	27	27	27	28	28	305	348	373	398
miel de abeja	Kg.	3.80	5	7	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	107	122	131	139
jugosith	lt	2.50	10	16	19	20	20	20	20	20	21	21	21	21	229	261	280	298
granola	Kg.	5.00	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23	26	28	30
Pan blanco	Kg.	2.60	30	46	55	58	59	59	59	60	60	61	61	61	669	764	818	872
Pan baguette	Kg.	3.08	42	63	77	82	82	83	83	84	84	85	85	86	937	1.070	1.145	1.221
Queso mozarella	Kg.	7.80	18	27	32	34	34	34	35	35	35	35	36	36	390	446	477	509
Queso light	Kg.	8.10	4	6	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	95	106	113	121
Margarina	Kg.	3.40	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	101	116	124	132
Jamón de puerca	Kg.	20.00	3	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	62	71	76	81
Jamón de Pollo	Kg.	18.00	4	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	82	94	101	107
Jamón de pavo	Kg.	15.00	3	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	62	71	76	81
Lechuga cesar	Kg.	3.27	13	20	24	25	25	25	25	26	26	26	26	26	288	329	352	376
Tomate rifon	Kg.	2.75	14	21	25	27	27	27	27	27	28	28	28	28	308	351	376	401
Acetuna	Kg.	2.25	4	6	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	95	106	113	121
Sól	Kg.	0.38	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	68	78	84	89
Pimentón	Kg.	16.00	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	41	44	46
Mayonesa	Kg.	4.47	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72	82	88	94
Salsa de tomate	Kg.	3.42	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72	82	88	94
Mostaza	Kg.	3.97	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22	25	26	28
Plátano verde	Kg.	1.11	25	38	45	48	48	48	49	49	49	50	50	50	549	627	671	716
Chicharrón de chanco	Kg.	4.85	4	6	8	11	12	12	12	12	12	12	12	12	137	157	168	179
Mantecilla	Kg.	3.40	13	20	24	25	25	26	26	26	26	26	26	27	290	331	354	378
Achiote	Kg.	3.68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5	6	6
Cebolla blanca	Kg.	1.00	7	11	14	14	15	15	15	15	15	15	15	15	166	190	203	217
Acete	lt	3.00	11	16	19	21	21	21	21	21	21	21	22	22	237	271	290	309
chocho tierno molido	Kg.	2.50	31	47	56	60	60	61	61	62	62	62	62	63	686	784	839	894
mantecca de cerdo	Kg.	2.50	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	69	78	84	89
bueno	u	0.16	919	1.410	1.673	1.776	1.787	1.799	1.810	1.822	1.833	1.844	1.856	1.867	20.396	23.297	24.942	26.587
Polvvo de hornear	Kg.	18.00	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54	58	62	65
añejar	Kg.	0.80	28	43	51	54	54	55	55	55	56	56	56	57	621	709	759	809
hoja de choclo	u	0.01	515	791	938	996	1.002	1.009	1.015	1.021	1.028	1.034	1.041	1.047	11.437	13.064	14.908	15.831
Agua	lt	0.11	13	21	24	26	26	26	26	26	27	27	27	27	297	340	364	388
Jugo de naranja	lt	0.86	13	20	24	25	25	26	26	26	26	26	26	26	290	331	354	378
Leche evaporada	Kg.	4.51	10	15	18	19	19	19	19	19	19	19	19	19	213	244	261	278
Leche de coco	Kg.	6.00	10	15	18	19	19	19	19	19	19	19	19	19	209	213	244	261
Coco rallado	Kg.	22.00	5	7	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	107	122	131	139
Cascara de naranja	Kg.	0.20	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21	24	26	28
Harina de trigo	Kg.	2.63	32	49	58	61	61	62	62	63	63	63	64	64	701	801	858	914
Limon	lt	5.00	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	10	11	12
Harina de maiz	Kg.	1.89	35	54	64	68	68	69	69	69	70	70	71	71	778	888	951	1.014
Mantecca de vegetal	Kg.	2.79	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46	52	56	60
Hoja de achita	u	0.04	1.409	2.162	2.564	2.722	2.739	2.757	2.774	2.792	2.809	2.827	2.844	2.862	31.262	35.708	38.229	40.749
Pimientto verde	Kg.	4.00	4	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	80	91	98	104
Pimientto rojo	Kg.	6.67	5	8	9	10	10	10	10	10	10	10	10	10	114	131	140	149
Ajo	Kg.	3.32	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34	39	42	45
Comino	Kg.	11.00	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	10	11	12
Acetuna rellenas	u	0.04	722	1.107	1.313	1.394	1.403	1.412	1.421	1.430	1.439	1.448	1.457	1.466	16.012	18.289	19.581	20.872
Pava	u	0.01	1.409	2.162	2.564	2.722	2.739	2.757	2.774	2.792	2.809	2.827	2.844	2.862	31.262	35.708	38.229	40.749
Carne de pollo	Kg.	5.39	19	28	34	36	36	36	37	37	37	37	37	38	412	470	503	537
Leche	lt	1.19	8	13	15	16	16	16	16	17	17	17	17	17	186	213	228	243
Papa	Kg.	0.88	4	6	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	91	105	112	119
Cebolla perla	Kg.	1.54	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	73	84	90	95
Carne de gallina	Kg.	8.00	6	9	11	12	12	12	12	12	12	12	12	12	137	157	168	179
Esencia de vainilla	lt	10.90	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	17	19	20
Tenedor	u	0.02	3.711	5.694	6.755	7.170	7.262	7.308	7.354	7.400	7.446	7.492	7.539	82.348	94.600	100.700	107.340	
Sevilleta	u	0.00	5.017	7.698	9.131	9.692	9.755	9.817	9.879	9.942	10.004	10.066	10.129	10.191	111.322	127.155	136.131	145.108
Contenedor triangular alto	u	0.15	481	738	876	929	935	941	947	953	959	965	971	977	10.675	12.193	13.054	14.194
Contenedor redondo mediano	u	0.20	893	1.371	1.626	1.726	1.737	1.748	1.759	1.770	1.782	1.793	1.804	1.815	19.824	22.644	24.243	25.841
Contenedor rectangular bajo	u	0.21	2.112	3.240	3.843	4.079	4.106	4.132	4.158	4.184	4.211	4.237	4.263	4.289	46.854	53.518	57.296	61.074
Contenedor rectangular plano	u	0.12	603	925	1.098	1.165	1.173	1.180	1.188	1.195	1.203	1.210	1.218	1.225	13.382	15.285	16.364	17.443
Contenedor rectangular pequeño	u	0.14	928	1.424	1.689	1.792	1.804	1.815	1.827	1.839	1.850	1.862	1.873	1.885	20.587	23.515	25.173	26.835

C.25 Experiencias del grupo empresarial y ejecutivo, y funciones de los empleados.

C.25.1 Experiencias y habilidades del grupo empresarial

Las experiencias del grupo empresarial son:

- Ing. Ersson Calle, es un supervisor operativo de una importante empresa del Sector Eléctrico del país; en donde, a más de las actividades relacionadas a la parte técnica, también ha obtenido experiencia en administración de contratos, manejo de personal, y gestión de recursos.
- El Sr. Pablo Patiño, reconocido agricultor independiente de la provincia de Santo Domingo y de sectores aledaños, tiene altísima experiencia y experticia en siembra, cosecha y venta de frutas y hortalizas. Su actividad agrícola, entre otras cosas, también le ha permitido tener experiencia en manejo de personal y gestión de recursos.

C.25.2 Funciones del personal a ser contratado

Las funciones principales del personal a ser contratado son:

- Jefe del Establecimiento (Administrador – Pagador): Se encargará principalmente de llevar un control de entrada/salida y hacer seguimientos de desempeño laboral de los colaboradores, velar por el cumplimiento de las metas establecidas, manejar el inventario físico diarios, facilitar la logística para adquisición de los insumos y materia prima, contactarse con proveedores, pagar nómina del personal, realizar arqueos de caja diaria, y efectuar los reportes mensuales de los estados financieros a los accionistas.
- Cajera - Servicio al Cliente: Su función principal será el cobro de los pedidos de los consumidores y liquidación de caja diaria. Una función adicional será la atención al cliente de los pedidos para entrega a domicilio, por lo que deberá conocer de todos los productos que se allí se elaboran y la diversidad de ingredientes empleados. Respecto a su experiencia y conocimientos previos, estarán relacionados con contabilidad básica, manejo de utilitarios, páginas web, correo electrónico, y servicio al cliente.
- Mesero - Personal de Entretenimiento y atención al cliente: Se encargarán de la atención exclusiva a los consumidores que visiten el establecimiento, por lo que deberán conocer de todos los productos que se allí se elaboran, y la diversidad de ingredientes empleados. Dentro de esta funciones están el proporcionar el menú, hacer sugerencias nutricionales a los consumidores, tomar órdenes, servir los pedidos. Así mismo, serán los encargados de efectuar un breve entretenimiento a la mesa del cliente, explicar las bondades existentes en el establecimiento para su uso, y hacer la realimentación de las inquietudes, sugerencias, o cualquier otra novedad observada por el consumidor. Respecto a su experiencia y conocimientos previos, estarán relacionados con el servicio al cliente y el entretenimiento.
- Preparador de bebidas: Ejecutará todos los pedidos de los consumidores, y serán los responsables de la organización general del sector de preparación y de su impecable

limpieza. Otra de sus principales responsabilidades será la compra-recepción diaria de insumos y materias primas que entregarán los proveedores. Respecto a su experiencia y conocimientos previos, estarán relacionados con la preparación de bebidas de frutas, ensaladas de frutas y sánduches, y con el servicio al cliente.

- Auxiliares de preparación de bebidas: Serán los responsables del almacenamiento apropiado, lavado y asepsia de las materias primas e insumos; elaboración todos los pedidos de los consumidores bajo el monitoreo del preparador de bebidas principal; el mantenimiento y limpieza de los equipos de producción, conservación, almacenamiento, y calentamiento, así como de las áreas de almacenamiento o del establecimiento cuando se lo requiera. Respecto a su experiencia y conocimientos previos, estarán relacionados con la preparación de bebidas de frutas, ensaladas de frutas y sánduches, y con el servicio al cliente
- Repartidor y auxiliar de limpieza: Estará a cargo de la entrega de los pedidos a domicilio, limpieza integral del establecimiento, compras que no suministren a domicilio los proveedores. Respecto a su experiencia y conocimientos previos, estarán relacionados con el servicio al cliente. Este colaborador adicional y necesariamente deberá poseer motocicleta y disponer de la licencia respectiva.

Finalmente se indica que todos los colaboradores, estarán bajo la dependencia administrativa del Jefe del Establecimiento, de acuerdo al organigrama descrito en el documento principal.

C.26 Determinación del número de empleados.

DETERMINACION DEL NÚMERO DE EMPLEADOS A CONTRATARSE							
PRODUCTOS	DEMANDA PRONOSTICADA (UNIDADES/DIA)	%	TIEMPOS DE PREPARACION DE LOS PRODUCTOS (hh:mm:ss)	TIEMPOS PP (hh:mm:ss)	DEMANDA PRONOSTICADA POR DIA Y POR HORA (POR FAMILIA DE PRODUCTO)		
					UNID / DIA	UNID / HORA	%
Extractos	83	27,7%	0:01:54	0:00:31	299	25	49,1%
Jugos	95	31,9%	0:03:14	0:01:02			
Batidos	95	31,9%	0:03:15	0:01:02			
Zumos	25	8,5%	0:04:00	0:00:20			
Ensalada de frutas	42	100,0%	0:05:20	0:05:20			
Sanduches	57	21,4%	0:04:30	0:00:58	42	4	7,0%
Bolones	13	4,8%	0:10:00	0:00:29			
Humitas	32	11,9%	0:01:16	0:00:09	267	22	43,9%
Postres	30	11,1%	0:01:01	0:00:07			
Empanadas	23	8,7%	0:15:00	0:01:19			
Tamales	25	9,5%	0:02:22	0:00:13			
Pasteles	25	9,5%	0:02:22	0:00:13			
Hayacas	19	7,1%	0:03:09	0:00:13			
Quimbolitos	42	15,9%	0:01:11	0:00:11			
TOTAL	608				608	51	100%

CAPACIDAD MAXIMA DE LA PLANTA /HORA	
# de mesas	8
# máximo de sillas/mesa	4
# máximo de sillas	32
# máximo de personas en el local/media hora	32
Tiempo de consumo del cliente (hh:mm:ss)	0:30:00
# Máximo de personas/hora	64
# Máximo de bebidas a venderse/hora	56
# Máximo de ensaladas a venderse/hora	8
# Máximo de comestibles a venderse/hora	50

TIEMPOS REQUERIDOS PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS POR EL PERSONAL OPERATIVO		
DESCRIPCION	EN DEMANDA MAXIMA (hh:mm:ss)	MERCADO MBTA (PROMEDIO) (hh:mm:ss)
Sumatoria de tiempos de preparación - Bebidas	2:44:13	1:12:58
Sumatoria de tiempos de preparación - Ensaladas	0:42:22	0:18:50
Sumatoria de tiempos de preparación - Comestibles	3:13:52	1:26:09
TOTAL	6:40:27	2:57:58

PERSONAL OPERATIVO REQUERIDO POR HORA PARA EL MERCADO META		
DESCRIPCION	EN DEMANDA MAXIMA	EN DEMANDA PROMEDIO
NÚMERO DE PERSONAS CALCULADAS	6,7	3,0
NÚMERO DE PERSONAS CALCULADAS (ENTERO)	7,0	3,0
TIEMPO EMPLEADO POR CADA EMPLEADO PARA SUS ACTIVIDADES	0:57:12	0:59:19
TOTAL A CONTRATARSE (SE INCLUYE UNA PERSONA ADICIONAL POR TURNOS)	8,0	4,0

TIEMPOS REQUERIDOS PARA ATENCIÓN DE CLIENTES POR EL PERSONAL DE VENTAS (MESEROS) /HORA		
DESCRIPCION	PEDIDO POR MESA (hh:mm:ss)	PEDIDOS POR MESA TOTALES PARA DEMANDA MAXIMA (hh:mm:ss)
Mesero se traslada de la sede a la mesa, y entrega: menú, orden de pedido (con datos) y vasos.	0:00:40	0:10:40
Mesero se traslada de la mesa a la sede.	0:00:10	0:02:40
Tiempo del cliente para decidir pedido.		0:00:00
Mesero se traslada de la sede a la mesa.	0:00:10	0:02:40
Mesero recibe la orden de pedido del cliente.	0:00:30	0:08:00
Mesero se traslada de la mesa a la sede.	0:00:10	0:02:40
Mesero entrega la orden de pedido al personal operativo.	0:00:10	0:02:40
Mesero recibe la orden de pedido y el pedido listo por personal operativo.	0:00:20	0:05:20
Mesero entrega de la orden de pedido a caja y se traslada hacia la mesa para entregar de pedido a los clientes.	0:00:50	0:13:20
Mesero se traslada de la mesa a la sede.	0:00:10	0:02:40
Personal de Entrenamiento se traslada a la mesa	0:00:10	0:02:40
Personal de Entrenamiento realiza pequeño acto de entretenimiento	0:01:30	0:24:00
Personal de Entrenamiento retira de la mesa	0:00:10	0:02:40
TOTAL	0:05:00	1:20:00

PERSONAL VENTAS (MESEROS) REQUERIDOS POR HORA PARA EL MERCADO META		
DESCRIPCION	EN DEMANDA MAXIMA	EN DEMANDA PROMEDIO
NÚMERO DE PERSONAS CALCULADAS	1,3	0,3
NÚMERO DE PERSONAS CALCULADAS (ENTERO)	2,0	1,0
TIEMPO EMPLEADO POR CADA EMPLEADO PARA SUS ACTIVIDADES	0:40:00	0:17:46
TOTAL A CONTRATARSE (SE INCLUYE UNA PERSONA ADICIONAL POR TURNOS)	3,0	2,0

Nota: Adicionalmente dentro del personal de ventas se necesitará una persona que realice la entrega a domicilio, y realice la limpieza del establecimiento. Por ello el personal de ventas estará compuesto por 5 personas.

TIEMPOS REQUERIDOS PARA ATENCIÓN DE CLIENTES POR EL PERSONAL DE VENTAS (CAJA) /HORA		
DESCRIPCION	PEDIDO POR MESA (hh:mm:ss)	PEDIDOS POR MESA TOTALES PARA DEMANDA MAXIMA (hh:mm:ss)
Caja ingresa la orden en el sistema	0:01:50	0:29:20
Caja imprime la factura	0:00:20	0:05:20
Caja cobra la factura (cliente paga en caja)	0:00:30	0:08:00
TOTAL	0:02:40	0:42:40

PERSONAL VENTAS (CAJEROS) REQUERIDOS POR HORA PARA EL MERCADO META		
DESCRIPCION	EN DEMANDA MAXIMA	EN DEMANDA PROMEDIO
NÚMERO DE PERSONAS CALCULADAS	0,7	0,2
NÚMERO DE PERSONAS CALCULADAS (ENTERO)	1,0	1,0
TIEMPO EMPLEADO POR CADA EMPLEADO PARA SUS ACTIVIDADES	0:42:40	0:09:28

Nota: Se contratarán 1 persona

C.27 Horario de asistencia del personal

HORAS LABORADAS (HORAS NORMALES)										HORARIO			
PERSONAL	# Emp	Ln	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	TOTAL	DESDE	HASTA	DESDE	HASTA
Personal administrativo													
Administrador-Pagador	1	8	8	8	8	8			40	7:00	12:00	13:00	16:00
Total personal administrativo	1	8	8	8	8	8			40				
Personal de venta													
Cajero y atención al cliente	1			8	8	8	8	8	40	7:00	13:00	14:00	16:00
Atención y de entretenimiento1	1	8	8	8			8	8	40	7:00	12:00	13:00	16:00
Atención y de entretenimiento2	1	8	8				8	8	40	7:00	12:00	13:00	16:00
Atención y de entretenimiento3	1			8	8	8	8	8	40	7:00	12:00	13:00	16:00
Repartidor y auxiliar limpieza	1	8	8	8	8	8			40	7:00	13:00	14:00	16:00
Total personal de venta	5	24	24	32	24	32	32	32	200				
Personal de Operaciones													
Preparador principal 1	1	8	8			8	8	8	40	7:00	12:00	13:00	16:00
Preparador principal 2	1			8	8	8	8	8	40	7:00	12:00	13:00	16:00
Preparador principal 3	1	8	8	8	8				40	7:00	12:00	13:00	16:00
Auxiliar preparador de bebidas1	1	8	8	8	8			8	40	7:00	13:00	14:00	16:00
Auxiliar preparador de bebidas2	1		8	8	8	8	8		40	7:00	13:00	14:00	16:00
Auxiliar preparador de bebidas3	1	8			8	8	8	8	40	7:00	13:00	14:00	16:00
Auxiliar preparador de bebidas4	1			8	8	8	8	8	40	7:00	13:00	14:00	16:00
Auxiliar preparador de bebidas5	1	8	8	8			8	8	40	7:00	13:00	14:00	16:00
Total personal de operación	8	40	40	48	48	48	48	48	320				

HORAS LABORADAS (SUPLEMENTARIAS)										HORARIO	
PERSONAL	# Empl	Ln	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	TOTAL	DESDE	HASTA
Personal administrativo											
Administrador-Pagador	1		3	3	3	3			12	16:00	19:00
Total personal administrativo	1	0	3	3	3	3			12		
Personal de venta											
Cajero y atención al cliente	1				3	3	3	3	12	16:00	19:00
Atención y de entretenimiento1	1	3	3	3				3	12	16:00	19:00
Atención y de entretenimiento2	1	3	3				3	3	12	16:00	19:00
Atención y de entretenimiento3	1			3	3	3	3		12	16:00	19:00
Repartidor y auxiliar limpieza	1	3		3	3	3			12	16:00	19:00
Total personal de venta	5	9	6	9	9	9	9	9	60		
Personal de Operaciones											
Preparador principal 1	1		3			3	3	3	12	16:00	19:00
Preparador principal 2	1				3	3	3	3	12	16:00	19:00
Preparador principal 3	1	3	3	3	3				12	16:00	19:00
Auxiliar preparador de bebidas1	1	3		3	3			3	12	16:00	19:00
Auxiliar preparador de bebidas2	1		3	3		3	3		12	16:00	19:00
Auxiliar preparador de bebidas3	1	3			3	3		3	12	16:00	19:00
Auxiliar preparador de bebidas4	1				3	3	3	3	12	16:00	19:00
Auxiliar preparador de bebidas5	1	3	3	3			3		12	16:00	19:00
Total personal de operación	8	12	12	12	15	15	15	15	96	16:00	19:00

C.28 Personal de planta.

Personal de planta					
Número de trabajadores					
Descripción cargos	2012	2013	2014	2015	2016
Personal administrativo					
Administrador-Pagador	1	1	1	1	1
Total personal administrativo	1	1	1	1	1
Personal de ventas					
Cajero y atención al cliente	1	1	1	1	1
Atención y de entretenimiento	3	3	3	4	4
Repartidor y auxiliar limpieza + logistica	1	1	1	1	1
Total personal de ventas	5	5	5	6	6
Personal de operaciones					
Preparador + compras	3	3	3	3	3
Auxiliar preparador + compras	5	5	5	6	6
Total personal de operaciones	8	8	8	9	9
Total trabajadores	14	14	14	16	16
Nota: En el cuarto año se contratarían 2 personas adicionales: una operativa y uno de ventas					
Salario básico mensual del personal en cada periodo anual (USD \$.)					
Descripción cargos	2012	2013	2014	2015	2016
Personal administrativo					
Administrador-Pagador	580,8	605,1	630,5	656,9	684,4
Total personal administrativo	580,8	605,1	630,5	656,9	684,4
Personal de ventas					
Cajero y atención al cliente	316,8	330,1	343,9	358,3	373,3
Atención y de entretenimiento	316,8	330,1	343,9	358,3	373,3
Repartidor y auxiliar limpieza + logistica	290,4	302,6	315,2	328,4	342,2
Total personal de ventas	924,0	962,7	1.003,0	1.045,1	1.088,8
Personal de operaciones					
Preparador + compras	528,0	550,1	573,2	597,2	622,2
Auxiliar preparador + compras	316,8	330,1	343,9	358,3	373,3
Total personal de operaciones	844,8	880,2	917,1	955,5	995,5

C.29 Procedimientos para la conformación de la sociedad.

1. Registrar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías. Para lo cual se deberá presentar:
 - Nombre de la Compañía.
 - Solicitud de aprobación
 - Objeto Social.
 - Origen de la inversión
 - Accionistas de la compañía y porcentajes de participación.
 - Capital Social

2. Registrar la marca que manejará la empresa E&S, en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI. Para lo cual se debe presentar los requisitos siguientes:
 - a) Llenar el formulario que entrega el IEPI, al cual se debe adjuntar:
 1. Comprobante original de pago de la tasa por registro de marcas (USD54,00)
 2. Cédula de Ciudadanía para personas naturales y nombramiento del representante legal para personas jurídicas nacionales.
 3. En caso de personas naturales o jurídicas extranjeras, un poder para realizar el trámite.
 4. Seis (6) etiquetas, si la marca tuviera un diseño o logo.
 5. Documento de Prioridad, si se hubiese solicitado un registro previo en otro país.

3. Abrir una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma. Para lo cual se deben presentar los requisitos:
 - Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
 - Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
 - Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital en un banco de la localidad, que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
 - El valor del depósito

4. Celebrar la escritura Pública por lo que se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía con los siguientes requisitos:
 - Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
 - Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
 - Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco

- Minuta para constituir la Compañía
- Pago derechos Notaría

5. Gestionar la aprobación de las Escrituras de constitución por la Superintendencia de Compañías. Para lo que se presentará:

- Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución
- Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
- Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía

La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura, por lo que se deberá:

- Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
- Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
- Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

6. Inscribir las escrituras de constitución en el registro mercantil, por lo que para la legalización de la compañía se deberá presentar:

- Mínimo tres copias certificadas de la Escritura de Constitución.
- Mínimo tres resoluciones, aprobatorias de la escritura, sean estas de la Superintendencia de Compañías tratándose de compañías anónimas o limitadas.
- Publicación del extracto de la escritura, en el periódico de mayor circulación de la ciudad, generalmente lo hacen en el diario La Hora, según ordena la respectiva resolución.
- Razones notariales, que indiquen que los notarios han tomado nota de las disposiciones al margen de la constitución, de acuerdo con lo ordenado en la resolución.
- Deben constar las inscripciones anteriores, de los registros, cuando la resolución así lo ordene.
- Una vez inscrita la compañía en el Registro Mercantil, el usuario deberá sacar una copia Xerox de la misma con el contenido de la razón de inscripción que el Registro Mercantil a su vez remite a la Superintendencia de Compañías para que el trámite pueda ingresar al Registro de Sociedades de dicha institución.

7. Inscribir los nombramientos en el Registro Mercantil, por lo que es necesario presentar de la siguiente forma los documentos:

- Cuatro originales de nombramiento de Presidente o Gerente que contendrá

- La Ciudad (Santo Domingo) y la fecha del Nombramiento.
 - Notificación del cargo para el que ha sido nombrado y el período de duración del mismo
 - La firma del Presidente, del Gerente del Secretario de Actas que le notifica
 - La aceptación de la persona designada con su respectiva firma.
 - Referencia de la fecha en que se constituyó, la Notaría, la fecha de inscripción en el Registro Mercantil de la Compañía.
 - Una vez inscrito el Nombramiento el Registro Mercantil envía uno de los originales a las Oficinas de la Superintendencia de Compañías para que ingrese a la base de datos de dicha Dependencia.
8. Reingreso de las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía. Para lo cual se deberá presentar:
- Formulario RUC 01A
 - Formulario RUC 01B
 - Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
 - Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
 - Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
 - Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
 - Publicación del extracto
9. Obtener el Registro Único de Contribuyentes - RUC en el Servicio de Rentas Internas - SRI, con los siguientes requisitos:
- Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
 - Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
 - Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión
 - Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)
 - Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil

- Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales).
 - Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador.
 - Las Sociedades privadas nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales deberán presentar el original y copia de pago de la patente municipal.
10. Retiro de la cuenta de integración de Capital en la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para apertura la cuenta de Integración de Capital. Por lo que se deberá presentar:
- Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para apertura de la cuenta de Integración de Capital.
 - Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
 - Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.
11. Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa recientemente constituida, en donde se deberá presentar:
- Solicitud de apertura de cuenta.
 - Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
 - Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
 - Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.
12. Obtener permiso para imprimir facturas, en el SRI, mediante la presentación de:
- Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
 - Permiso de Bomberos.
 - Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
 - Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
 - Registro patronal en el IESS.
 - Patente Municipal.
 - Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
 - Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

C.30 Implicaciones tributarias, comerciales y labores asociadas al tipo de sociedad.

1. Implicaciones tributarias.

Una vez que iniciadas las operaciones, se deberá cumplir con los pagos mensuales como agente de retención “Persona Jurídica”.

- Declaración de impuesto al valor agregado (IVA): pago mensual
- Declaración del impuesto a la renta: pago anual
- Declaración de retenciones en la fuente del impuesto a la renta: pago mensual
- Anexo de retenciones en la fuente del impuesto a la renta por otros conceptos (REOC): presentación mensual
- Anexo de impuesto a la renta en relación de dependencia (RDEP): presentación anual.

El anticipo del impuesto a la renta, según el Código Tributario Art. 41, la empresa estará sujeta al pago de este anticipo después del quinto año de operación efectiva, entendiéndose por tal la iniciación de su proceso productivo y comercial. En caso de que el proceso productivo así lo requiera, este plazo podrá ser ampliado, previa autorización de la Secretaría Técnica del Consejo Sectorial de la Producción y el Servicio de Rentas Internas.

Finalmente se menciona que en mayo de cada año se presentará, en la Superintendencia de Compañías, la declaración del Impuesto a la Renta pagado en el Servicio de Rentas Internas, adjuntando declaración de Nómina de Accionistas, informe de Comisario sobre los balances presentados, informe de Presidente de la Compañía sobre las actividades económicas realizadas en el periodo fiscal. En Septiembre de cada año se realizará la Contribución a esta entidad de Control.

2. Implicaciones laborales.

a. Asegurar al trabajador

En el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social se debe obtener el número patronal y realizar la afiliación de los empleados, para lo cual se deben presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC.
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.

- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal.
 - Copia de pago de teléfono, o luz
 - Registrar al trabajador, a través de la página web del IESS, desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral.
- b. Dentro de las implicaciones laborales, la empresa debe cumplir con los beneficios de ley para con el trabajador, los cuales son:
- Décimo tercera remuneración; la cual equivale a la doceava parte de las remuneraciones que hubiera percibido el trabajador en el año, y que debe ser pagada antes del 24 de diciembre de cada año.
 - Décima cuarta remuneración; la cual equivale a una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores, es decir \$264,00 para el año 2011.
 - Vacaciones; la cual equivale a la veinticuatroava parte de lo percibido por el trabajador durante el año completo de trabajo incluidas horas ordinarias, suplementarias, extraordinarias; y que serán pagadas cuando el trabajador tome sus vacaciones.
 - Fondos de reserva; el cual equivale al 8,33% de la remuneración que percibe mensualmente el trabajador; y que pueden ser depositados por el empleador mensualmente en el IESS, o pagarlos en el sueldo mensual.
 - Aporte patronal; el cual equivale al 12,15% de la remuneración que percibe mensualmente el trabajador incluidas horas ordinarias, suplementarias, extraordinarias; y que pueden ser depositados por el empleador mensualmente en el IESS, o pagarlos en el sueldo mensual.

3. Otras obligaciones laborales.

Una de las políticas de la empresa es brindar a sus colaboradores un salario digno y justas remuneraciones, considerando las particularidades sectoriales. Además, se considerará las siguientes obligaciones para con los colaboradores:

- Todos los empleados estarán afiliados al IESS.
- Se emitirán contratos a prueba por tres meses, luego de que se cumpla este plazo pasará a ser contrato indefinido, el cual posteriormente será presentado para su legalidad al Ministerio de Relaciones Laborales.

- Se realizará anualmente la fijación y revisión del salario básico con carácter progresivo tendiente a alcanzar el salario digno, considerando las realidades sectoriales y los componentes adicionales a la remuneración.
- Se verificará el cumplimiento del pago de horas extraordinarias y suplementarias.
- Se pagará en las fechas según lo estipulado en el Código de Trabajo el décimo tercero, cuarto sueldos, vacaciones y fondo de reserva, manteniendo el concepto de remuneraciones adicionales.
- Cabe indicar que si un empleado cumple trece meses en la empresa, los colaboradores serán consultados por escrito su disposición para acumular sus fondos de reserva en el IESS o su pago mensual a través de la nómina mensual.
- Se realizara el pago real y oportuno de utilidades.
- Se propiciará la creación o adaptación de entornos laborales accesibles y en condiciones seguras y saludables para los trabajadores.

C.31 Normas y procedimientos sobre la comercialización de los productos.

1. Procedimientos para el almacenamiento de alimentos

Para este fin, es necesario cumplir al menos con los mencionados aquí:

- Los alimentos que no necesitan frío se deben almacenar en lugares limpios, secos, ventilados y protegidos de la luz solar y la humedad, siendo estos quienes favorecen la reproducción de bacterias y hongos.
- Los alimentos que por sus características sean favorables al crecimiento bacteriano hay que conservarlos en régimen frío.
- Los alimentos deben colocarse en estanterías de fácil acceso a la limpieza, nunca en el suelo ni en contacto con las paredes.
- No sobrepasar la capacidad de almacenamiento de las instalaciones.
- No barrer en seco (en ninguna instalación donde se conserven y/o manipulen alimentos).
- Separar los alimentos crudos de los cocidos: si no se puede evitar que compartan el mismo estante, al menos, aislarlos con bolsas apropiadas o recipientes de plástico o vidrio.
- Tape las frutas y verduras que se encuentran en el refrigerador.
- Almacene las frutas y verduras en el refrigerador a una temperatura ubicada alrededor de 0 °C con una humedad de entre 85-90%.

2. Procedimientos para la preparación de alimentos – moverlo a la parte administrativa

Para este fin, es necesario cumplir al menos con los mencionados aquí:

- Los utensilios utilizados para la preparación y servido de la comida deben estar siempre en perfecto estado de limpieza. Lavarlos con detergente correctamente diluido y agua caliente, procurando siempre que no queden restos de comida.
- Evitar mantener los alimentos a temperaturas entre 10 y 60 °C en las cuales se produce la multiplicación rápida y progresiva de los microorganismos.
- Evitar la contaminación cruzada (*)
- No cortar la cadena de frío de los alimentos (congelados, refrigerados).
- Controlar siempre fecha de vencimiento y estado general de envases y recipientes (latas, frascos, botellas, cajas, bolsas, etc.).

- Se deben utilizar guantes de látex ó nitrilo con la certificación correspondiente emitida por las normas locales. Solo el nitrilo podrá tocar aceites y grasas; y solo el látex no podrá manipular dichos productos.

*Aquí se hace una breve recomendación para evitar la contaminación cruzada, la cual es el contacto de alimentos crudos con cocidos mediante las manos del manipulador o la utilización de la misma superficie sin previa limpieza y/o utensilios de cocina).

- Limpiar con agua potable todas las superficies, después que hayan estado en contacto con los alimentos crudos y antes de utilizarlas con alimentos cocinados o que deben consumirse crudos (e.g., frutas y verduras).
- De preferencia los elementos como tablas de picar deben ser diferentes para alimentos crudos y cocidos, si esto no es posible, lavarlos correctamente.
- Limpiar con abundante agua caliente y detergente los utensilios después de haberlos utilizado con alimentos crudos.
- Lavarse las manos después de manipular alimentos crudos aunque haya utilizado guantes.

C.32 Trámites y permisos ante los organismos de gobierno.

Se menciona que otros de los requisitos necesarios para el funcionamiento de un negocio en la ciudad son:

La patente municipal, obtenida en el Gobierno Municipal de la ciudad, y cuyos requisitos para su obtención son:

- Formulario de patente (\$ 3 dólares)
- Copia cédula y certificado votación del representante legal.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Copia RUC de empresa actualizado (los dos lados)
- Copia del RUC o licencia del contador.
- Copia del permiso del cuerpo de bomberos actualizada
- Original y copia del balance de situación inicial (con cuanto inicia en Sto. Dgo.) firmado por contador y representante legal.
- Copia de escritura de constitución de la personería jurídica.

El permiso de funcionamiento, obtenida en el Cuerpo de Bomberos de la ciudad, y cuyos requisitos para su obtención son:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Permiso del año anterior
- Patente municipal del año anterior
- Dependiendo del espacio del local, se requiere el uso de extintores.

Registro sanitario para la fabricación y comercialización de productos alimenticios, obtenido en el Ministerio de Salud Pública, y cuyos requisitos para su obtención son:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Plano del establecimiento a escala 1:50 7.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

- 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.
- Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.
- Costos del permiso: (Descritos en el Ac. Ministerial No 818 del 19 de diciembre del 2008)

Certificado de salud, obtenido en el Gobierno Municipal de la ciudad, y cuyos requisitos para su obtención son:

- Formulario certificado de salud (\$5 dólares).
- Copia impuesto predial del año en curso.
- Copia del RUC.
- Copia de cedula y certificado de votación.
- Patente Municipal.

C.33 Riesgos para los trabajadores.

Referente a los riesgos para los trabajadores, existen varios, pero su probabilidad de ocurrencia es variada. Por ello, se mencionarán en orden de importancia solo algunos riesgos más probables a los que estarían expuestos los trabajadores:

1. Riesgos de cortes: En vista de que el personal operativo empleará equipos e implementos de tajado, el riesgo de cortes en esta área será mayor. Sin embargo, los equipos principales están diseñados para menguar este riesgo, pero no los implementos de corte manual, por lo que el personal deberá extremar su atención al realizar éstas tareas. Adicionalmente, en caso de existir alguno, se contará con botiquines de primeros auxilios.
2. Riesgos de quemaduras: Al emplear equipos para calentar algunos de los alimentos complementarios a comercializar, es evidente el incremento del riesgo por quemaduras. Ante ello, y con el afán de disminuirlo, el personal dispondrá de elementos para el manejo de utensilios a alta temperatura, y se establecerán recomendaciones para la ubicación más apropiada y de menor impacto de los elementos generadores de calor.
3. Riesgo de caídas al mismo nivel: Por razones de que el piso puede estar impregnado con sustancias resbaladizas (grasas o restos de comida) o mojados, este riesgo también es considerable. Para disminuirlo, es imprescindible mantener los lugares de trabajo limpio, eliminado los derrames tan pronto como se produzcan, y emplear calzado tipo suela.
4. Contactos eléctricos: La frecuencia de conexión y desconexión de los equipos eléctricos a emplearse puede contribuir a aumentar el riesgo de un contacto eléctrico. Aunque las instalaciones eléctricas previamente estarán implementadas, ya que el inmueble será alquilado, se realizarán adecuaciones necesarias para asegurar el aislamiento apropiado y manejos seguros para la energización o desenergización de los equipos y aparatos eléctricos. Esta asesoría e implementación estará a cargo de uno de los accionistas, quien es especialista en el tema.

C.34 Presupuesto de inversión en activos fijos, diferidos y depreciaciones.

C.34.1 Activos fijos y depreciaciones

Muebles y enseres para administración										
Descripción	Cantidad	Valor unitario (\$)	Total (\$)	Tiempo de depreciación (años)	% de depreciación anual	2012	2013	2014	2015	2016
Escritorio ejecutivo	1	293,75	293,75	10	10%	29,38	29,38	29,38	29,38	29,38
Sillón ejecutivo	1	141,07	141,07	10	10%	14,11	14,11	14,11	14,11	14,11
Archivador de 4 gavetas	1	191,96	191,96	10	10%	19,20	19,20	19,20	19,20	19,20
Archivador aire	1	123,21	123,21	10	10%	12,32	12,32	12,32	12,32	12,32
Bandeja de 3 servicios	1	40,00	40,00	10	10%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Sillas de espera	2	44,64	89,29	10	10%	8,93	8,93	8,93	8,93	8,93
Total			879,29			87,93	87,93	87,93	87,93	87,93

Equipos de oficina para administración										
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación (años)	% de depreciación anual	2012	2013	2014	2015	2016
Computador de escritorio completo	1	500,00	500,00	3	33%	166,67	166,67	166,67		
Impresora, escáner y copiadora	1	100,00	100,00	3	33%	33,33	33,33	33,33		
Licencia de Windows XP	1	380,00	380,00	3	33%	126,67	126,67	126,67		
Licencia de Office XP	1	28,00	28,00	3	33%	9,33	9,33	9,33		
Equipo telefónico celular	1	40,00	40,00	3	33%	13,33	13,33	13,33		
Equipo telefax	1	121,43	121,43	3	33%	40,48	40,48	40,48		
Total			1.169,43			389,81	389,81	389,81	0,00	0,00

Equipos de oficina nuevos para administración										
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación (años)	% de depreciación anual	2012	2013	2014	2015	2016
Computador de escritorio (N)	1	\$ 562,84	562,84	3	33%				187,61	187,61
Impresora, escáner y copiadora (N)	1	\$ 112,57	112,57	3	33%				37,52	37,52
Licencia de Windows XP (N)	1	\$ 427,76	427,76	3	33%				142,59	142,59
Licencia de Office XP (N)	1	\$ 31,52	31,52	3	33%				10,51	10,51
Equipo telefónico celular (N)	1	\$ 45,03	45,03	3	33%				15,01	15,01
Equipo telefax (N)	1	\$ 136,69	136,69	3	33%				45,56	45,56
Total			1.316,40			0,00	0,00	0,00	438,80	438,80

N: Nuevo

Muebles y enseres para producción 1										
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación (años)	% de depreciación anual	2012	2013	2014	2015	2016
Mesas redondas para 4 personas	4	160,00	640,00	10	10%	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
Mesas cuadradas para 4 personas	4	150,00	600,00	10	10%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Mueble sofá	1	400,00	400,00	10	10%	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Grupo de juegos infantiles	1	2.000,00	2.000,00	10	10%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Sillas para mesas	32	100,00	3.200,00	10	10%	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Mostrador principal	1	800,00	800,00	10	10%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Mesa de acero mate	1	1.200,00	1.200,00	10	10%	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Molino	1	650,00	650,00	10	10%	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
Amasadora	1	500,00	500,00	10	10%	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Batidora B-12	1	300,00	300,00	10	10%	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Fregadero de 2 pozos	1	800,00	800,00	10	10%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Cocinador a vapor	1	800,00	800,00	10	10%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Campana	1	700,00	700,00	10	10%	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Taburetes hidráulicos	3	52,68	158,04	10	10%	15,80	15,80	15,80	15,80	15,80
Televisor plasma panasonic 32"	2	545,54	1.091,07	10	10%	109,11	109,11	109,11	109,11	109,11
DVD	1	70,54	70,54	10	10%	7,05	7,05	7,05	7,05	7,05
Aire acondicionado LG 24000 BTU	1	525,89	525,89	10	10%	52,59	52,59	52,59	52,59	52,59
Refrigerador autoservicio	1	2.200,00	2.200,00	10	10%	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
Refrigerador vitrina comercial duresx	1	647,32	647,32	10	10%	64,73	64,73	64,73	64,73	64,73
Microondas	1	181,25	181,25	10	10%	18,13	18,13	18,13	18,13	18,13
Licadoras tipo 1	0	83,04	0,00	10	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licadoras tipo 2	3	1.321,00	3.963,00	10	10%	396,30	396,30	396,30	396,30	396,30
Cocina Industrial con horno	1	1.200,00	1.200,00	10	10%	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Tostadora	1	66,07	66,07	10	10%	6,61	6,61	6,61	6,61	6,61
Sanduchera	2	90,00	180,00	10	10%	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Extractor Oster	1	299,00	299,00	10	10%	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90
Exprimidor de cítricos	1	100,00	100,00	10	10%	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Batidora	1	85,71	85,71	10	10%	8,57	8,57	8,57	8,57	8,57
Vitrina para alimentos calientes	2	960,00	1.920,00	10	10%	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
Perchas góndola	2	176,79	353,57	10	10%	35,36	35,36	35,36	35,36	35,36
Estantería	1	200,00	200,00	10	10%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Casilleros para personal	2	290,18	580,36	10	10%	58,04	58,04	58,04	58,04	58,04
Silla personal	2	33,93	67,86	10	10%	6,79	6,79	6,79	6,79	6,79
Total			26.479,68			2.647,97	2.647,97	2.647,97	2.647,97	2.647,97

Muebles y enseres para producción 2										
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación (años)	% de depreciación anual	2012	2013	2014	2015	2016
Impresiones de juegos en mesas	8	30,00	240,00	5	20%	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
Vidrios para mesas redondas	4	30,00	120,00	5	20%	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Vidrios para mesas cuadradas	4	30,00	120,00	5	20%	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Juego cuchillos	1	30,00	30,00	5	20%	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Juego de cucharas	1	20,00	20,00	5	20%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Tablas de picar	1	8,00	8,00	5	20%	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
Juego de cedazos	2	13,50	27,00	5	20%	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
Juego de vasos de vidrio	1	250,00	250,00	5	20%	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Juego de platos	1	243,00	243,00	5	20%	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60
Juego de cuchillos oster	1	57,14	57,14	5	20%	11,43	11,43	11,43	11,43	11,43
Juegos de cuchara 66940/020	1	116,07	116,07	5	20%	23,21	23,21	23,21	23,21	23,21
Juegos de cucharas de palo para cocina	1	12,00	12,00	5	20%	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40
Juego de ollas de 12 piezas	2	230,00	460,00	5	20%	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00
Juegos de Tazones	1	90,00	90,00	5	20%	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Juego de moldes para panadería	1	60,00	60,00	5	20%	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Juego de rodillos de 6 piezas	1	30,00	30,00	5	20%	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Dispensador de toalla de baño 1. Ref 8090	1	25,00	25,00	5	20%	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Dispensador de papel de baño 1. Ref 8032	2	20,00	40,00	5	20%	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Dispensador de papel de baño 2. Ref 8032	2	20,00	40,00	5	20%	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Total			1.988,21			397,64	397,64	397,64	397,64	397,64

Equipos de oficina para producción										
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación (años)	% de depreciación anual	2012	2013	2014	2015	2016
Mini extratech intel ATOM 1,6 Ghz	1	428,57	428,57	3	33%	142,86	142,86	142,86		
Impresora TMU-220	1	214,29	214,29	3	33%	71,43	71,43	71,43		
Sistema SACI	1	300,00	300,00	3	33%	100,00	100,00	100,00		
Licencia de Windows XP	1	380,00	380,00	3	33%	126,67	126,67	126,67		
Diseño de página web	1	400,00	400,00	3	33%	133,33	133,33	133,33		
Equipo telefónico convencional	1	50,00	50,00	3	33%	16,67	16,67	16,67		
Equipo telefónico celular	1	50,00	50,00	3	33%	16,67	16,67	16,67		
Instalación de internet inalámbrico	1	75,00	75,00	3	33%	25,00	25,00	25,00		
Total			1.897,86			632,62	632,62	632,62	0,00	0,00

Equipos de oficina nuevos para producción										
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	Tiempo de depreciación (años)	% de depreciación anual	2012	2013	2014	2015	2016
Mini extratech intel ATOM 1,6 Ghz (N)	1	\$ 482,44	482,44	3	33%				160,81	160,81
Impresora TMU-220 (N)	1	\$ 241,22	241,22	3	33%				80,41	80,41
Sistema SACI (N)	1	\$ 337,70	337,70	3	33%				112,57	112,57
Licencia de Windows XP (N)	1	\$ 427,76	427,76	3	33%				142,59	142,59
Diseño de página web	1	\$ 450,27	450,27	3	33%				150,09	150,09
Equipo telefónico convencional (N)	1	\$ 56,28	56,28	3	33%				18,76	18,76
Equipo telefónico celular (N)	1	\$ 56,28	56,28	3	33%				18,76	18,76
Instalación de internet inalámbrico	1	\$ 84,43	84,43	3	33%				28,14	28,14
Total			2.136,39			0,00	0,00	0,00	712,13	712,13

N: Nuevo

Resumen de activos fijos y depreciaciones									
Descripción	Total	2012	2013	2014	2015	2016			
Activos fijos de administración y depreciación	2.048,71	477,74	477,74	477,74	87,93	87,93			
Activos fijos de producción y depreciación	30.365,76	3.678,23	3.678,23	3.678,23	3.045,61	3.045,61			
Total	32.414,47	4.155,97	4.155,97	4.155,97	3.133,54	3.133,54			

Resumen de activos fijos y depreciaciones (nuevos activos a comprar en el 2015)									
Descripción	Total	2012	2013	2014	2015	2016			
Activos fijos de administración y depreciación	1.316,40	0,00	0,00	0,00	438,80	438,80			
Activos fijos de producción y depreciación	2.136,39	0,00	0,00	0,00	712,13	712,13			
Total	3.452,79	0,00	0,00	0,00	1.150,93	1.150,93			

C.34.2 Activos diferidos y amortizaciones

INVERSIONES AMORTIZABLES PRE-OPERACIONALES								
Gastos de puesta en marcha del negocio y amortizaciones								
Descripción	Monto	Tiempo de amortización (años)	% de amortización	2012	2013	2014	2015	2016
Diseño de la decoración del establecimiento	400,00	5	20%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Adecuaciones de las instalaciones eléctricas del establecimiento	300,00	5	20%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Adecuación y montaje de accesorios para iluminación	600,00	5	20%	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Adecuaciones del área para baños	300,00	5	20%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Adecuaciones de todo el establecimiento	1.000,00	5	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Fabricación y montaje de accesorios para decoración interior	1.000,00	5	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Fabricación y montaje de accesorios para decoración exterior	500,00	5	20%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Instalación del sistema de climatización	300,00	5	20%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Instalación de red para servicios computacionales e internet	80,00	5	20%	16,00	16,00	16,00	16,00	16,00
Instalación de equipos audiovisuales	60,00	5	20%	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Entrenamiento del personal	2.000,00	5	20%	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Implementación de trampas de grasa	700,00	5	20%	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Instalación de equipos de seguridad industrial	200,00	5	20%	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Total	7.440,00			1.488,00	1.488,00	1.488,00	1.488,00	1.488,00

GASTOS INICIALES DE CONSTITUCIÓN								
Gastos de permisos/constitución del negocio y amortizaciones								
Descripción	Monto	Tiempo de amortización (años)	Porcentaje de amortización	2012	2013	2014	2015	2016
Registrar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.	300,00	5	20%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Registrar la patente en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI.	800,00	5	20%	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Abrir una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.	300,00	5	20%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Celebrar la escritura Pública por lo que se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía.	20,00	5	20%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Gestionar la aprobación de las Escrituras de constitución por la Superintendencia de Compañías.	30,00	5	20%	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Inscribir las escrituras de constitución en el registro mercantil	40,00	5	20%	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Inscribir los nombramientos en el Registro Mercantil.	40,00	5	20%	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Reingreso de las Escrituras a la Superintendencia de Compañías	20,00	5	20%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas.	0,00	5	20%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Retiro de la cuenta de integración de Capital en la Superintendencia de Compañías	-300,00	5	20%	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00	-60,00
Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa.	300,00	5	20%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Obtener permiso para imprimir facturas, en el SRI.	50,00	5	20%	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
La patente municipal, obtenida en el Gobierno Municipal de la ciudad.	120,00	5	20%	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
El permiso de funcionamiento, del Cuerpo de Bomberos de la ciudad.	20,00	5	20%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Registro sanitario para la fabricación y comercialización de productos alimenticios, obtenido en el Ministerio de Salud Pública.	20,00	5	20%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Certificado de salud, obtenido en el Gobierno Municipal de la ciudad.	10,00	5	20%	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Imprevistos	200,00	5	20%	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Inscripciones varias	100,00	5	20%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Total	2.070,00			414,00	414,00	414,00	414,00	414,00

Resumen de inversiones fijas y Amortizaciones								
Descripción	Total			2012	2013	2014	2015	2016
Gastos de puesta en marcha del negocio y amortizaciones	7.440,00			1.488,00	1.488,00	1.488,00	1.488,00	1.488,00
Gastos de permisos/constitución del negocio y amortizaciones	2.070,00			414,00	414,00	414,00	414,00	414,00
Total inversión y amortizaciones	9.510,00			1.902,00	1.902,00	1.902,00	1.902,00	1.902,00

C.35 Presupuesto de ingresos.

PRESUPUESTO DE INGRESOS (\$)																		
DESCRIPCION		2012												TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	2012	2013	2014	2015	2016
Total ventas netas de contado	100%	15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Total ventas netas a crédito	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total ventas netas (sin IVA)		15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Valor total IVA	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total ventas netas (con IVA)		15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Ingresos por ventas de contado (con IVA)		15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Ingresos por cuentas por cobrar		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total ingresos netos (efectivos)		15.717	24.113	28.604	30.362	30.557	30.752	30.948	31.143	31.338	31.533	31.729	31.924	348.720	415.005	462.914	514.110	568.782
Total cuentas por cobrar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

C.36 Presupuesto de compras de materias primas e insumos.

PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS (\$)																		
Descripción	2012												2012	2013	2014	2015	2016	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	Total	Total	Total	Total	
Valor subtotal compras materia prima e insumos para bebidas (\$)		4.091	6.277	7.446	7.903	7.954	8.005	8.056	8.107	8.158	8.208	8.259	8.310	90.775	108.029	120.500	133.827	148.059
Valor subtotal compras materia prima e insumos para ensaladas de frutas y alimentos		3.613	5.543	6.575	6.979	7.024	7.069	7.114	7.159	7.204	7.249	7.294	7.339	80.162	95.400	106.413	118.182	130.750
Valor total compras de materia prima (sin IVA)		7.704	11.820	14.021	14.883	14.979	15.074	15.170	15.266	15.361	15.457	15.553	15.649	170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Valor compras de contado (sin IVA)	100%	7.704	11.820	14.021	14.883	14.979	15.074	15.170	15.266	15.361	15.457	15.553	15.649	170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Descuentos por compras de contado	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor neto de compras de contado (sin IVA)		7.704	11.820	14.021	14.883	14.979	15.074	15.170	15.266	15.361	15.457	15.553	15.649	170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Valor cuentas por pagar periodos (sin IVA)	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos por compras de materia prima e insumos (sin IVA)		7.704	11.820	14.021	14.883	14.979	15.074	15.170	15.266	15.361	15.457	15.553	15.649	170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Valor total IVA (solo lo que grava IVA)	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor total por compras de materia prima e insumos (con IVA)		7.704	11.820	14.021	14.883	14.979	15.074	15.170	15.266	15.361	15.457	15.553	15.649	170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Pago de compras de contado (con IVA)		7.704	11.820	14.021	14.883	14.979	15.074	15.170	15.266	15.361	15.457	15.553	15.649	170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Pago de cuentas por pagar		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total egresos de efectivo (con IVA)		7.704	11.820	14.021	14.883	14.979	15.074	15.170	15.266	15.361	15.457	15.553	15.649	170.937	203.429	226.913	252.009	278.808
Total cuentas por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

C.38 Costos fijos de producción, administración y venta.

Varios costos fijos de producción					
DETALLE	Cantidad	Valor	Total mensual	Total anual	OBSERVACIONES
Servicios básicos para producción					
Energía eléctrica	1	80,00	80,00	960,00	Consumo de energía eléctrica para todo el establecimiento. (Energía para equipos necesarios para la elaboración del producto, iluminación del establecimiento, equipos de oficina, etc.)
Agua potable	1	10,00	30,00	360,00	Consumo de agua para todo el establecimiento. (Lavado de frutas, limpieza de baños, etc.)
Total servicios básicos			110,00	1320,00	
Arriendo del establecimiento para producción					
Arriendo establecimiento	1	1000,00	1000,00	12000,00	
Total arriendo del establecimiento para oficina			1000,00	12000,00	
Vestimenta de personal operativo					
Uniformes (pantalón, camiseta, gorra)	8	100,00		800,00	Se entregará anualmente 5 uniformes para cada trabajador (dotación individual: 2 pantalones, 5 camisetas; 2 gorras)
Paquete de implementos para la preparación de alimentos: Guantes, gorros, tapabocas,	8	100,00		800,00	Cada paquete anual contendrá: 6 gorros, 48 guantes, 12 tapabocas
Total vestimenta personal			0,00	1600,00	
Gastos fijos de administración					
DETALLE	Cantidad	Valor	Total mensual	Total anual	OBSERVACIONES
Suministros de implementos de primeros auxilios					
Botiquín de primeros auxilios con suministros básicos	4	30		120,00	Gastos trimestrales
Total suministros de implementos de primeros auxilios			0	120	
Servicios de contabilidad					
Servicios contables y declaraciones mensuales (externo).	1	250,00	250,00	3000,00	Se contratará los servicios contables de una contadora. Beatriz Alvarado. (094990103)
Total servicios de contabilidad			250,00	3000,00	
Asesoramiento nutricional/gastronómico (externo)					
Asesoramiento gastronómico	1	300,00		300,00	El asesoramiento se lo contratará una vez al año para definir las recomendaciones para todo el año. El desembolso será en enero
Asesoramiento nutricional	1	300,00		300,00	El asesoramiento se lo contratará una vez al año para definir las recomendaciones para todo el año. El desembolso será en enero
Total asesoramiento			-	600,00	
Servicios básicos para oficina					
Luz	1	10,00	10,00	120,00	
Agua	1	6,00	6,00	72,00	
Teléfono convencional	1	20,00	20,00	240,00	
Teléfono celular	1	15,00	15,00	180,00	
Total servicios básicos			51,00	612,00	
Arriendo del establecimiento para oficina					
Arriendo establecimiento oficina	0	0	0	0	La oficina formará parte de las instalaciones de producción
Total arriendo del establecimiento para oficina			0	0	
Suministros de oficina para administración					
Papelaría	2	5,00	10,00	120,00	
Tinta impresora	1	10,00	10,00	120,00	
Insumos e implementos menores	1	12,00	12,00	144,00	
Total suministro de oficina			32,00	384,00	
Servicios tecnología para establecimiento					
Internet	1	32,90	32,90	394,80	Conexión internet con Puntonet con un router inalámbrico para 10 usuarios más. La velocidad nominal para 3 usuarios es 1100/1100 KBPS y disminuirá según aumente los usuarios.
Tv cable	1	12,00	12,00	144,00	Cable de Colorados Visión
Total servicio de tecnología			44,90	538,80	

Insumos de limpieza para oficina					
Desinfectantes líquidos	1	3,00	3,00	36,00	
Desinfectantes ambientales	2	1,50	3,00	36,00	
Cloro	1	1,50	1,50	18,00	
Detergente	1	3,00	3,00	36,00	
Papel de baño	1	4,00	4,00	48,00	Paquete de 12 unidades
Jabón líquido	1	12,00	12,00	144,00	
Toallas de papel	2	3,00	6,00	72,00	Paquete de 100 unidades
Fundas	1	1,00	1,00	12,00	
Total insumos de limpieza			33,50	402,00	
Insumos de limpieza para el establecimiento					
Desinfectantes líquidos	5	3,00	15,00	180,00	
Desinfectantes ambientales	10	1,50	15,00	180,00	
Cloro	5	1,50	7,50	90,00	
Detergente	4	3,00	12,00	144,00	
Papel de baño	2	4,00	8,00	96,00	Paquete de 12 unidades
Jabón líquido	4	12,00	48,00	576,00	
Toallas de papel	12	3,00	36,00	432,00	Paquete de 100 unidades
Fundas	5	1,00	5,00	60,00	
Total insumos de limpieza			146,50	1758,00	
Mantenimientos varios para administración					
Mantenimiento de equipos de Seguridad Ind.				60,00	Mantenimiento anual
Total seguro de equipos de oficina			0,00	60,00	
Vestimenta de personal administrativo (ventas)					
Uniformes (pantalón, camiseta, gorra)	5	100,00		500,00	Se entregará anualmente 5 uniformes para
Total vestimenta personal			0,00	500,00	
Capacitación de personal en general					
Capacitación Jugoterapia	1	1200,00	100,00	1200,00	Reciben las 8 personas que preparan las bebidas un curso en el año (junio)
Capacitación en primeros auxilios	1	600,00	50,00	600,00	Reciben todos los colaboradores que están en contacto directo o indirecto con el cliente, un curso en el año (agosto)
Capacitación en Servicio al cliente	1	1500,00	125,00	1500,00	Reciben todos los colaboradores que están en contacto directo o indirecto con el cliente, un curso en el año (octubre)
Total capacitación en general			275,00	3300,00	
Reparación y/o adecuación de establecimiento					
Reparación y adecuación	1	1000,00		1000	Adecuaciones en agosto de cada año. Valor estimado.
Total servicio de transporte personal				1000,00	

Gastos fijos de ventas					
DETALLE	Cantidad	Valor	Total mensual	Total anual	OBSERVACIONES
Promoción y publicidad					
Televisión	3	350,00	-	1050,00	Primer trimestre. Tres cuñas diarias de L-V en horario rotativo de 09:00 a 18:00 es \$350 sin IVA. En Zaracay TV
Radio	9	426,40	-	3837,60	Los 3 últimos trimestres de año. Dos cuñas diarias de L-V en horario rotativo de 09:00 a 18:00 es \$528 sin IVA. Radio Zaracay
Alojamiento y dominio de página web y trípticos	1	-	-	75,00	El hosting manejado y el dominio será a través de eucuaideas
Total promoción y publicidad				4962,60	

Movilización para entregas a domicilio					
Alquiler de vehiculo al repartidor	30	6,00	180,00	2160,00	El repartidor cobrará un valor de \$180 mensuales [(30 comb +20 amortización + 60 mto + 20 llantas + 10 aceite)*1,28] por el alquiler de la motocicleta
Total movilización			180,00	2160,00	
Suministros de oficina para venta					
Rollos de papel para impresora de facturas	3	2,00	6,00	72,00	
Block de factura	1	10,00	10,00	120,00	
Block de nota de venta	1	8,00	8,00	96,00	
Cinta impresora de factura	2	2,00	4,00	48,00	
Insumos menores	1	5,00	5,00	60,00	
Total suministro de oficina			33	396	
Juegos para mesas					
Varis juegos para mesas	4	100,00		400	
Total telefonía			0,00	400,00	
Servicio de telefonía para entregas a domicilio					
Teléfono convencional	1	50,00	50,00	600,00	
Teléfono celular	1	60,00	60,00	720,00	
Total telefonía			110,00	1320,00	

C.39 Presupuesto de otros gastos.

PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS																	
Gastos de operación	2012												2012	2013	2014	2015	2016
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Gastos variables de producción (indirectos)																	
Subtotal costos variables de producción (indirectos)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Costos fijos de producción																	
Depreciación de Muebles y enseres para producción 1	220,7	220,7	220,7	220,7	220,7	220,7	220,7	220,7	220,7	220,7	220,7	220,7	2.648,0	2.648,0	2.648,0	2.648,0	2.648,0
Depreciación de Muebles y enseres para producción 2	33,1	33,1	33,1	33,1	33,1	33,1	33,1	33,1	33,1	33,1	33,1	33,1	397,6	397,6	397,6	397,6	397,6
Depreciación de Equipos de oficina para producción	52,7	52,7	52,7	52,7	52,7	52,7	52,7	52,7	52,7	52,7	52,7	52,7	632,6	632,6	632,6	712,1	712,1
Servicios básicos para producción	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	1.320,0	1.375,3	1.432,9	1.492,9	1.555,3
Arriendo del establecimiento para producción	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	12.000,0	12.502,7	13.026,5	13.572,2	14.140,8
Vestimenta de personal operativo	533,3	533,3	533,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.600,0	1.667,0	1.736,9	1.809,6	1.885,4
Subtotal costos fijos de producción	1.949,9	1.949,9	1.949,9	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	18.598,2	19.223,3	19.874,5	20.632,5	21.339,5
Total gastos de operación	1.949,9	1.949,9	1.949,9	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	1.416,5	18.598,2	19.223,3	19.874,5	20.632,5	21.339,5
Gastos de administración																	
Gastos variables de administración	2012												2012	2013	2014	2015	2016
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Subtotal gastos variables de administración	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos fijos de administración																	
Depreciación de Muebles y enseres para administración	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	87,9	87,9	87,9	87,9	87,9
Depreciación de Equipos de oficina para administración	32,5	32,5	32,5	32,5	32,5	32,5	32,5	32,5	32,5	32,5	32,5	32,5	389,8	389,8	389,8	438,8	438,8
Suministros de implementos de primeros auxilios	0,0	0,0	30,0	0,0	0,0	30,0	0,0	0,0	30,0	0,0	0,0	30,0	120,0	120,0	130,3	135,7	141,4
Servicios de contabilidad	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	3.000,0	3.125,7	3.256,6	3.393,1	3.535,2
Asesoramiento nutricional/gastronómico (externo)	600,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	600,0	625,1	651,3	678,6	707,0
Servicios básicos para oficina	51,0	51,0	51,0	51,0	51,0	51,0	51,0	51,0	51,0	51,0	51,0	51,0	612,0	637,6	664,4	692,2	721,2
Arriendo del establecimiento para oficina	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suministros de oficina para administración	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	384,0	400,1	416,8	434,3	452,5
Servicios tecnología para establecimiento	44,9	44,9	44,9	44,9	44,9	44,9	44,9	44,9	44,9	44,9	44,9	44,9	538,8	561,4	584,9	609,4	634,9
Insumos de limpieza para oficina	33,5	33,5	33,5	33,5	33,5	33,5	33,5	33,5	33,5	33,5	33,5	33,5	402,0	418,8	436,4	454,7	473,7
Insumos de limpieza para el establecimiento	146,5	146,5	146,5	146,5	146,5	146,5	146,5	146,5	146,5	146,5	146,5	146,5	1.758,0	1.831,6	1.908,4	1.988,3	2.071,6
Mantenimientos varios para administración	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	60,0	62,5	65,1	67,9	70,7
Capacitación de personal en general	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.200,0	0,0	600,0	0,0	1.500,0	0,0	0,0	3.300,0	3.438,2	3.582,3	3.732,4	3.888,7
Amortizaciones	158,5	158,5	158,5	158,5	158,5	158,5	158,5	158,5	158,5	158,5	158,5	158,5	1.902,0	1.902,0	1.902,0	1.902,0	1.902,0
Servicios de transporte de personal	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reparación y/o adecuación de establecimiento	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.000,0	1.041,9	1.085,5	1.131,0	1.178,4
Subtotal gastos fijos de administración	1.356,2	756,2	786,2	756,2	756,2	1.986,2	756,2	2.356,2	786,2	2.256,2	816,2	786,2	14.154,5	14.647,8	15.161,8	15.746,2	16.304,2
Total gastos de administración	1.356,2	756,2	786,2	756,2	756,2	1.986,2	756,2	2.356,2	786,2	2.256,2	816,2	786,2	14.154,5	14.647,8	15.161,8	15.746,2	16.304,2
Gastos de ventas																	
Gastos variables de ventas	2012												2012	2013	2014	2015	2016
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Descuento por consumo en horarios seleccionados	141,3	216,8	257,2	273,0	274,8	276,5	278,3	280,0	281,8	283,5	285,3	287,1	3.135,7	3.731,7	4.162,5	4.622,9	5.114,5
Subtotal gastos variables de ventas	141,3	216,8	257,2	273,0	274,8	276,5	278,3	280,0	281,8	283,5	285,3	287,1	3.135,7	3.731,7	4.162,5	4.622,9	5.114,5
Gastos fijos de ventas																	
Promoción y publicidad	350,0	350,0	350,0	426,4	426,4	426,4	426,4	426,4	426,4	426,4	426,4	426,4	4.887,6	5.092,4	5.305,7	5.528,0	5.759,5
Movilización para entregas a domicilio	180,0	180,0	180,0	180,0	180,0	180,0	180,0	180,0	180,0	180,0	180,0	180,0	2.160,0	2.250,5	2.344,8	2.443,0	2.545,3
Suministros de oficina para venta	33,0	33,0	33,0	33,0	33,0	33,0	33,0	33,0	33,0	33,0	33,0	33,0	396,0	412,6	429,9	447,9	466,6
Juegos para mesas	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	400,0	416,8	434,2	452,4	471,4
Vestimenta de personal administrativo (ventas)	166,7	166,7	166,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	500,0	520,9	542,8	565,5	589,2
Servicio de telefonía para entregas a domicilio	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	1.320,0	1.375,3	1.432,9	1.492,9	1.555,3
Subtotal gastos fijos de ventas	839,7	839,7	939,7	749,4	749,4	849,4	749,4	849,4	749,4	749,4	849,4	849,4	9.663,6	10.068,4	10.490,2	10.929,7	11.387,6
Total gastos de ventas	981,0	1.056,5	1.196,9	1.022,4	1.024,2	1.125,9	1.027,7	1.029,4	1.131,2	1.032,9	1.034,7	1.136,5	12.799,3	13.800,2	14.652,8	15.552,6	16.502,1
Gastos de financiamiento																	
Gastos fijos de financiamiento	2012												2012	2013	2014	2015	2016
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Interes bancario (si se hace préstamo al banco)	374,33	178,37	173,90	169,37	164,81	160,21	155,56	150,86	146,13	141,35	136,52	131,65	2.083,07	1.182,92	384,28	0,00	0,00
Subtotal gastos fijos de financiamiento	374,33	178,37	173,90	169,37	164,81	160,21	155,56	150,86	146,13	141,35	136,52	131,65	2.083,07	1.182,92	384,28	0,00	0,00

E&J.S.A.

C.40 Deduciones tributarias.

DEDUCCIONES TRIBUTARIAS					
Descripción	2012	2013	2014	2015	2016
Depreciación de activos fijos de administración	477,7	477,7	477,7	526,7	526,7
Depreciación de activos fijos de producción	3.678,2	3.678,2	3.678,2	3.757,7	3.757,7
Amortizaciones de inversiones de puesta en marcha del negocio	1.488,0	1.488,0	1.488,0	1.488,0	1.488,0
Amortizaciones de inversiones por permisos/constitución del negocio	414,0	414,0	414,0	414,0	414,0
Total deducciones tributarias	6.058,0	6.058,0	6.058,0	6.186,5	6.186,5

C.41 Análisis de costos y cálculo del punto de equilibrio.

ANALISIS DE COSTOS					
Costos fijos	2012	2013	2014	2015	2016
Gasto fijo de personal administrativo	12.861,0	14.266,2	14.852,8	15.464,0	16.100,7
Gasto fijo de personal de ventas	35.102,9	38.871,4	40.444,5	50.638,4	52.693,5
Gasto fijo de personal operativo	70.823,1	78.487,6	81.687,2	93.575,8	97.396,4
Costos fijos de producción	18.598,2	19.223,3	19.874,5	20.632,5	21.339,5
Gastos fijos de administración	14.154,5	14.647,8	15.161,8	15.746,2	16.304,2
Gastos fijos de ventas	9.663,6	10.068,4	10.490,2	10.929,7	11.387,6
Gastos fijos de financiamiento	2.083,1	1.182,9	384,3	0,0	0,0
Total costos fijos	163.286,5	176.747,6	182.895,3	206.986,7	215.221,9
Costos variables	2012	2013	2014	2015	2016
Gastos por compras de materia prima e insumos (sin IVA)	170.937,0	203.429,1	226.913,4	252.008,6	278.808,3
Costos variables de producción (indirectos)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos variables de administración	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos variables de ventas	3.135,7	3.731,7	4.162,5	4.622,9	5.114,5
Total costos variables	174.072,7	207.160,9	231.075,9	256.631,5	283.922,8
Calculo del punto de equilibrio	2012	2013	2014	2015	2016
Costo total	337.359,2	383.908,5	413.971,3	463.618,2	499.144,7
Volumen de ventas (\$) - Vneg (\$)	348.719,8	415.004,6	462.914,3	514.109,9	568.782,5
Unidades producidas - Qneg (unidades)	218.831,5	249.955,6	267.600,8	285.246,0	302.891,2
Costo promedio (\$)	1.542	1.536	1.547	1.625	1.648
Costo variable unitario ponderado (\$)	0,795	0,829	0,864	0,900	0,937
Precio unitario ponderado (\$)	1,594	1,660	1,730	1,802	1,878
Contribución marginal unitaria ponderada (\$)	0,798	0,832	0,866	0,903	0,940
Punto de equilibrio - Veq (\$)	326.035,9	352.914,6	365.189,2	413.292,6	429.735,9
Punto de equilibrio - Qeq (unidades)	204.596,7	212.559,1	211.108,0	229.309,1	228.845,4
Utilidad (pérdida) (\$)	\$ 11.360,60	\$ 31.096,10	\$ 48.943,06	\$ 50.491,66	\$ 69.637,79
AO: Diferencia para llegar al equilibrio	14.234,75	37.396,58	56.492,81	55.936,91	74.045,84
AV: Diferencia para llegar al equilibrio (\$)	\$ 22.683,84	\$ 62.090,03	\$ 97.725,15	\$ 100.817,25	\$ 139.046,55
O (cantidades) POR FAMILIAS DE PRODUCTOS					
Bebidas a fase de frutas frescas					
Bebidas - Qneg	107.509,54	122.800,50	131.469,39	140.138,29	148.807,18
Bebidas - Qeq	100.516,16	104.427,97	103.715,09	112.657,09	112.429,26
AO: Diferencia para llegar al Eq (unidades)	6.993,38	18.372,54	27.754,31	27.481,20	36.377,92
Ensaladas de frutas					
Ensaladas - Qneg	15.249,58	17.418,51	18.648,14	19.877,77	21.107,40
Ensaladas - Qeq	14.257,61	14.812,48	14.711,36	15.979,73	15.947,41
AO: Diferencia para llegar al Eq (unidades)	991,97	2.606,03	3.936,78	3.898,04	5.159,99
Alimentos complementarios					
Alimentos complementarios - Qneg	96.072,35	109.736,62	117.483,29	125.229,96	132.976,63
Alimentos complementarios - Qeq	89.822,95	93.318,61	92.681,57	100.672,29	100.468,70
AO: Diferencia para llegar al Eq (unidades)	6.249,40	16.418,01	24.801,72	24.557,67	32.507,93
V (\$) POR FAMILIAS DE PRODUCTOS					
Bebidas a fase de frutas frescas					
Bebidas - Vneg	188.141,69	214.900,88	230.071,44	245.242,00	260.412,56
Bebidas - Veq	175.903,28	182.748,94	181.501,40	197.149,90	196.751,20
AV: Diferencia para llegar al Eq (\$)	12.238,41	32.151,94	48.570,04	48.092,10	63.661,36
Ensaladas de frutas					
Ensaladas - Vneg	39.648,91	45.288,13	48.485,17	51.682,21	54.879,24
Ensaladas - Veq	37.069,79	38.512,44	38.249,54	41.547,29	41.463,27
AV: Diferencia para llegar al Eq (\$)	2.579,12	6.775,69	10.235,63	10.134,91	13.415,97
Alimentos complementarios					
Alimentos complementarios - Vneg	120.929,17	138.128,79	147.879,76	157.630,73	167.381,69
Alimentos complementarios - Veq	113.062,86	117.462,95	116.661,08	126.719,25	126.462,98
AV: Diferencia para llegar al Eq (\$)	7.866,31	20.665,85	31.218,68	30.911,48	40.918,71

C.42 Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA							
FLUJO DE CAJA	DATOS	2011	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
		DIC	2012	2013	2014	2015	2016
Saldo en efectivo disponible							
Caja inicial (saldo anterior)		0,0	8.075,53	26.605,1	57.136,7	80.114,0	95.077,4
Saldo minimo de efectivo deseado (ninguno)							
Total efectivo disponible		0,0	8.075,5	26.605,1	57.136,7	80.114,0	95.077,4
Ingresos y desembolsos de efectivo							
Ingresos de efectivo		0,0	348.719,8	415.004,6	462.914,3	514.109,9	568.782,5
Inversiones en activos fijos		(32.414)				(3.453)	
Inversiones de constitución y pre-operacionales		(9.510)					
Egresos efectivos por compras de materia prima		-	(170.937,0)	(203.429,1)	(226.913,4)	(252.008,6)	(278.808,3)
Egresos gastos de personal		-	(63.676,8)	(66.344,4)	(69.123,8)	(80.619,0)	(83.996,4)
Egresos décimo tercero			(7.053,1)	(7.989,8)	(8.324,5)	(9.625,7)	(10.115,6)
Egresos décimo cuarto			(616,0)	(3.696,0)	(3.696,0)	(3.784,0)	(4.224,0)
Egresos vacaciones			0,00	(3.847,1)	(4.008,3)	(4.176,2)	(4.870,7)
Egresos fondo de reserva			0,00	(4.008,3)	(8.184,5)	(9.047,0)	(9.945,5)
Egresos aporte patronal			(11.218,3)	(11.688,2)	(12.177,9)	(14.203,0)	(14.798,1)
Egreso horas suplementarias			(28.654,6)	(29.855,0)	(31.105,7)	(36.278,5)	(37.798,4)
Egresos por gastos de producción		-	(14.920,0)	(15.545,0)	(16.196,3)	(16.874,8)	(17.581,7)
Egresos gastos de administración			(11.774,8)	(12.268,1)	(12.782,0)	(13.317,5)	(13.875,4)
Egresos gastos de ventas			(12.799)	(13.800)	(14.653)	(15.553)	(16.502)
Egresos IVA (declaración mes siguiente)			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Egresos participación de trabajadores			0,00	(1.704,1)	(4.664,4)	(7.341,5)	(7.573,7)
Impuesto a la renta			0,00	(2.414)	(6.608)	(10.400)	(10.729)
Total ingresos y desembolsos de efectivo		(41.924)	27.070,0	38.415,1	44.476,8	37.428,2	57.963,1
Neto disponible - Superavit (Déficit)		(41.924)	35.145,5	65.020,2	101.613,5	117.542,3	153.040,5
Financiamiento							
<u>Aporte socios</u>		30.000,0					
Egreso pago (distribución) de excedentes a socios			0,0	0,00	(14.273,1)	(22.464,9)	(23.175,7)
<u>Bancos (prestamo al inicio del mes)</u>	36	20.000,0					
Egresos (no fijos) pagos del capital del prestamo (al final del mes)			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Egresos (fijos) por pagos del capital del prestamo (al final del mes)	(657,0)		(6.457,3)	(6.700,5)	(6.842,1)	0,00	0,00
Egreso pagos de intereses (al final del mes)	11,23%		(2.083,1)	(1.182,9)	(384,3)	0,00	0,00
Total financiamiento		50.000,0	(8.540)	(7.883)	(21.500)	(22.465)	(23.176)
Caja final (saldo final de efectivo)		8.075,5	26.605	57.137	80.114	95.077	129.865

C.43 Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS						
Descripción	2012	2013	2014	2015	2016	
Ventas netas	348.719,77	415.004,59	462.914,31	514.109,87	568.782,48	
Costos de ventas						
Costos de materia prima e insumos						
Costos de materia prima e insumos	(170.937,0)	(203.429,1)	(226.913,4)	(252.008,6)	(278.808,3)	
Costos de mano de obra						
Costos de personal operativo	(70.823,1)	(78.487,6)	(81.687,2)	(93.575,8)	(97.396,4)	
Costos indirectos de producción						
Servicios básicos para producción	(1.320,0)	(1.375,3)	(1.432,9)	(1.492,9)	(1.555,5)	
Arriendo del establecimiento para producción	(12.000,0)	(12.502,7)	(13.026,5)	(13.572,2)	(14.140,8)	
Vestimenta de personal operativo	(1.600,0)	(1.667,0)	(1.736,9)	(1.809,6)	(1.885,4)	
Depreciación de Muebles y enseres para producción 1	(2.648,0)	(2.648,0)	(2.648,0)	(2.648,0)	(2.648,0)	
Depreciación de Muebles y enseres para producción 2	(397,6)	(397,6)	(397,6)	(397,6)	(397,6)	
Depreciación de Equipos de oficina para producción	(632,6)	(632,6)	(632,6)	(712,1)	(712,1)	
Total Costo de ventas	(260.358,3)	(301.140,0)	(328.475,1)	(366.217,0)	(397.544,2)	
Utilidad Bruta / o / Margen bruto	88.361,47	113.864,56	134.439,17	147.892,89	171.238,26	
Gastos de administración						
Costos de personal administrativo	(12.861,0)	(14.266,2)	(14.852,8)	(15.464,0)	(16.100,7)	
Suministros de implementos de primeros auxilios	(120,0)	(125,0)	(130,3)	(135,7)	(141,4)	
Servicios de contabilidad	(3.000,0)	(3.125,7)	(3.256,6)	(3.393,1)	(3.535,2)	
Asesoramiento nutricional/gastronómico (externo)	(600,0)	(625,1)	(651,3)	(678,6)	(707,0)	
Servicios básicos para oficina	(612,0)	(637,6)	(664,4)	(692,2)	(721,2)	
Arriendo del establecimiento para oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Suministros de oficina para administración	(384,0)	(400,1)	(416,8)	(434,3)	(452,5)	
Servicios tecnología para establecimiento	(538,8)	(561,4)	(584,9)	(609,4)	(634,9)	
Insumos de limpieza para oficina	(402,0)	(418,8)	(436,4)	(454,7)	(473,7)	
Insumos de limpieza para el establecimiento	(1.758,0)	(1.831,6)	(1.908,4)	(1.988,3)	(2.071,6)	
Mantenimientos varios para administración	(60,0)	(62,5)	(65,1)	(67,9)	(70,7)	
Vestimenta de personal administrativo (ventas)	(500,0)	(520,9)	(542,8)	(565,5)	(589,2)	
Capacitación de personal en general	(3.300,0)	(3.438,2)	(3.582,3)	(3.732,4)	(3.888,7)	
Servicios de transporte de personal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Reparación y/o adecuación de establecimiento	(1.000,0)	(1.041,9)	(1.085,5)	(1.131,0)	(1.178,4)	
Depreciación de Muebles y enseres para administración	(87,9)	(87,9)	(87,9)	(87,9)	(87,9)	
Depreciación de Equipos de oficina para administración	(389,8)	(389,8)	(389,8)	(438,8)	(438,8)	
Amortizaciones	(1.902,0)	(1.902,0)	(1.902,0)	(1.902,0)	(1.902,0)	
Total Gastos de administración	(27.515,6)	(29.435,0)	(30.557,3)	(31.775,7)	(32.994,1)	
Gastos de ventas						
Descuentos por consumo en horarios seleccionados	(3.135,7)	(3.731,7)	(4.162,5)	(4.622,9)	(5.114,5)	
Costos de personal de ventas	(35.102,9)	(38.871,4)	(40.444,5)	(50.638,4)	(52.693,5)	
Promoción y publicidad	(4.887,6)	(5.092,4)	(5.305,7)	(5.528,0)	(5.759,5)	
Movilización para entregas a domicilio	(2.160,0)	(2.250,5)	(2.344,8)	(2.443,0)	(2.545,3)	
Suministros de oficina para venta	(396,0)	(412,6)	(429,9)	(447,9)	(466,6)	
Juegos para mesas	(400,0)	(416,8)	(434,2)	(452,4)	(471,4)	
Servicio de telefonía para entregas a domicilio	(1.320,0)	(1.375,3)	(1.432,9)	(1.492,9)	(1.555,5)	
Total Gastos de ventas	(47.402,2)	(52.150,6)	(54.554,5)	(65.625,5)	(68.606,4)	
Utilidad (pérdida) Operacional - UO	13.443,67	32.279,02	49.327,34	50.491,66	69.637,79	
Gastos financieros						
Gastos de intereses	(2.083,1)	(1.182,9)	(384,3)	0,00	0,00	
Total Gastos financieros	(2.083,1)	(1.182,9)	(384,3)	0,00	0,00	
Utilidad antes de Part. e Imp. - UAPI	11.360,60	31.096,10	48.943,06	50.491,66	69.637,79	
Participación trabajadores	15%	1.704,09	4.664,42	7.341,46	7.573,75	10.445,67
Utilidad (pérdida) antes de impuestos - UAI	9.656,51	26.431,69	41.601,60	42.917,91	59.192,12	
Impuesto a la renta	25%	2.414,13	6.607,92	10.400,40	10.729,48	14.798,03
Utilidad (pérdida) neta - UN	7.242,38	19.823,76	31.201,20	32.188,43	44.394,09	
Reserva legal	10%	724,24	1.982,38	3.120,12	3.218,84	4.439,41
Utilidad líquida del periodo	6.518,14	17.841,39	28.081,08	28.969,59	39.954,68	

C.44 Balance general.

BALANCE GENERAL						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activos						
Activo corriente						
Caja y bancos (disponible)	8.075,5	26.605,1	57.136,7	80.114,0	95.077,4	129.864,9
Cuentas por cobrar (deudores)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Inventario						
Total Activo corriente	8.075,5	26.605,1	57.136,7	80.114,0	95.077,4	129.864,9
Activos Fijos						
Activos depreciables	30.365,8	30.365,8	30.365,8	30.365,8	30.365,8	30.365,8
Activos depreciables (2014)					2.136,4	2.136,4
Activos de oficina depreciables	2.048,7	2.048,7	2.048,7	2.048,7	2.048,7	2.048,7
Activos de oficina depreciables (4to año)					1.316,4	1.316,4
Depreciación acumulada de planta y equipos		(3.678,2)	(7.356,5)	(11.034,7)	(14.792,4)	(18.550,2)
Depreciación acumulada de oficina		(477,7)	(955,5)	(1.433,2)	(1.959,9)	(2.486,7)
Total activos fijos	32.414,5	28.258,5	24.102,5	19.946,6	19.114,9	14.830,4
Activos intangibles						
Gastos de puesta en marcha del negocio y amortizaciones	7.440,0	7.440,0	7.440,0	7.440,0	7.440,0	7.440,0
Gastos de permisos/constitución del negocio y amortizaciones	2.070,0	2.070,0	2.070,0	2.070,0	2.070,0	2.070,0
Amortización acumulada		(1.902,0)	(3.804,0)	(5.706,0)	(7.608,0)	(9.510,0)
Total activos intangibles	9.510,0	7.608,0	5.706,0	3.804,0	1.902,0	0,0
Total activos	50.000,0	62.471,6	86.945,3	103.864,6	116.094,3	144.695,3
Total Pasivos y Patrimonio						
Pasivos						
Pasivo corriente						
Cuentas por pagar a proveedores	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Décimo tercero por pagar		641,2	668,1	696,0	811,8	845,8
Décimo cuarto por pagar		3.080,0	3.080,0	3.080,0	3.520,0	3.520,0
Vacaciones por pagar		3.847,1	4.008,3	4.176,2	4.870,7	5.074,8
Fondos de reserva por pagar			4.008,3	4.176,2	4.870,7	5.074,8
Participación de trabajadores por pagar		1.704,1	4.664,4	7.341,5	7.573,7	10.445,7
Impuestos a la renta por pagar	0,0	2.414,1	6.607,9	10.400,4	10.729,5	14.798,0
IVA de ventas - por pagar al SRI (mes sig.)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total pasivo corriente	0,0	11.686,5	23.037,0	29.870,4	32.376,5	39.759,1
Pasivo a largo plazo						
Cuentas por pagar a banco	20.000,0	13.542,7	6.842,1	0,0	0,0	0,0
Dividendos por pagar (a los socios por excedentes de Util.)	-	0,0	14.273,1	22.464,9	23.175,7	31.963,7
Obligaciones financieras						
Total pasivo a largo plazo	20.000,0	13.542,7	21.115,2	22.464,9	23.175,7	31.963,7
Total Pasivos	20.000,0	25.229,2	44.152,2	52.335,2	55.552,1	71.722,8
Patrimonio						
Capital social	30.000,0	30.000,0	30.000,0	30.000,0	30.000,0	30.000,0
Revalorización del patrimonio						
Reservas legal acumulada		724,2	2.706,6	5.826,7	9.045,6	13.485,0
Utilidades (pérdidas) del ejercicio a ser acumuladas		6.518,1	3.568,3	5.616,2	5.793,9	7.990,9
Utilidades acumuladas (Año 1: 100%; resto 20%).		0,0	6.518,1	10.086,4	15.702,6	21.496,6
Total patrimonio	30.000,0	37.242,4	42.793,0	51.529,4	60.542,1	72.972,5
Total pasivos + patrimonio	50.000,0	62.471,6	86.945,3	103.864,6	116.094,3	144.695,3