

794-28193



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



**ESCUELA DE POSTGRADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**BIBLIOTECA ESPAE
ESPOL**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XVI PROMOCIÓN**

**ESPÍRITU EMPRESARIAL Y DESARROLLO DE NUEVOS
NEGOCIOS**

**PLAN DE NEGOCIOS
SABOR & SALUD**

INTEGRANTES:

CARLOS RIVERA
TATIANA TAPIA
ADRIANA VERA

PROFESOR:

Ph.D. RODRIGO VARELA

Guayaquil, Mayo 2001



DP-01946



El placer de comer sano...

Tabla de Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ANÁLISIS DEL MERCADO.....	2
SITUACIÓN DEL ENTORNO ECONÓMICO	2
PRODUCTO	3
COMPETENCIA.....	5
CLIENTE Y TAMAÑO DEL MERCADO.....	7
PLAN DE VENTAS.....	10
ESTRATEGIA DE VENTA	12
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	12
POLÍTICA DE SERVICIO.....	14
ANÁLISIS TÉCNICO	15
PROCESO DE SERVICIO	15
DESARROLLO DEL PRODUCTO	16
LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO.....	16
EQUIPO Y MAQUINARIA	17
DISTRIBUCIÓN DEL RESTAURANTE.....	20
MECANISMOS DE CONTROL	20
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	21
ORGANIZACIÓN.....	21
PROPIETARIOS Y EMPLEADOS	22
PERFILES DE FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS	23
FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS	24
ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL	25
ASPECTOS LEGALES	25
ASPECTOS ÉTICOS Y/O MORALES	25
ANÁLISIS DE VALORES SOCIALES	25
ANÁLISIS ECONÓMICO	26
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	26

GASTO DE ARRANQUE.....	26
PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	26
PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS	27
PRESUPUESTO DE PERSONAL.....	27
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	28
PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN	28
PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	29
ANÁLISIS DE COSTOS.....	29
ANÁLISIS FINANCIERO.....	29
FLUJO DE CAJA.....	29
ESTADO DE RESULTADOS.....	30
BALANCE GENERAL.....	30
EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO.....	30
PARÁMETROS PARA LA DECISIÓN DE INVERSIÓN.....	30
OTROS ANÁLISIS.....	31
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	31
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	31
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	32
CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN.....	33
CONCLUSIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	33

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, quién estuvo siempre conmigo, a mis padres que supieron apoyarme y comprenderme en todo momento, a mis hermanos y sobrinas, a mis amigos de verdad y en especial a mis compañeros de trabajo que han hecho posible la realización de este trabajo

Adriana Vera

DEDICATORIA

Queremos agradecer a **Dios** y dedicar el presente trabajo a nuestro hijo **Carlitos Javier**, la persona más importante en nuestra existencia, quien inocentemente ha compartido con travesuras esta importante etapa de estudio en nuestras vidas.

Tatiana y Carlos Rivera



RESUMEN EJECUTIVO

“Sabor & Salud”, es un restaurante de comida sana y nutritiva, que se establecerá en la zona del casco comercial de la ciudad de Guayaquil, en la cual los clientes encontrarán una variedad muy amplia de ensaladas de vegetales que podrán consumir acompañado de carnes blancas a la plancha. Además se ofrecerán otras alternativas como porciones de frutas, jugos, etc.

El Restaurante surge de la necesidad de alimentar de la mejor forma a la fuerza laboral con las combinaciones y cantidades adecuadas de nutrientes, para de esta forma no se vea afectado en su trabajo.

La compra de la materia prima se la realizará en los mercados mayoristas de Guayaquil, ya que en estos lugares los víveres tienen un menor costo.

Los socios del Restaurante están conformados por Tatiana Tapia, Adriana Vera y Carlos Rivera, quienes tienen conocimientos en el manejo de restaurantes y además poseen estudios de Administración de Empresas de la ESPOL. El personal operativo es altamente calificado y siempre predispuesto a atender de mejor manera a los clientes.

Es evidente que hay una oportunidad de mercado, ya que hay muy pocos restaurantes enfocados al servicio que ofreceremos en la zona del casco comercial de la ciudad, y además no cubren todos los beneficios que nuestro Restaurante ofrecerá a la clientela.

El Restaurante requiere una inversión total de \$ 24,000 y los socios aportarán el 100%. La rentabilidad del proyecto, en un análisis de tres años, es del 64.21% anual, muy superior a cualquier opción financiera existente en el mercado. El valor presente neto, al 20% es de \$ 23, 547 y el periodo de pago descontado es 3 años.

ANÁLISIS DEL MERCADO

Situación del Entorno Económico

El rubro de hoteles, bares y restaurantes como lo clasifica la Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETUR) participa con un 1.60% del PIB, y se espera que para finales del 2001 no se modifique mayormente.

En general, las empresas privadas tienen que gravar una gran cantidad de impuestos, pero debemos recalcar que las turísticas aportan con una cantidad adicional de valores como controles sanitarios y permisos de funcionamiento.

Una nueva visión relacionada con el sector turístico a nivel nacional fundamentado en estrategias a largo plazo, permitirá un crecimiento sostenido de este sector, beneficiando de esta forma a las diferentes ramas que conforman el sector turístico.

Actualmente, la economía ecuatoriana está en vías de recuperación, producto de los efectos de la dolarización establecido en nuestro país desde hace un año, por lo tanto se espera que el PIB crezca entre un 3% y 4% en el presente año y que la inflación a fin de año llegará a un 30%, cifra mucho menor a la registrada en el 2000, que fue del 91%.

Además se considera positivo para la recuperación económica los recursos que llegan por remesas del exterior.

Por otro lado, el Gobierno Nacional creó el Consejo de Competitividad, organismo que se encargará de impulsar políticas tendentes a aumentar la productividad del país y dar una presencia más agresiva del Ecuador en los mercados internacionales.

Entre las estrategias que llevará a cabo el Consejo, con el objetivo de mejorar el clima de negocios, consta: carreteras, conformación de compañías, comunicaciones telefónicas y seguridad jurídica.

PRODUCTO

El producto principal que ofrecerá **Sabor & Salud** y son los combos, los mismos que están constituidos de acuerdo a los principios de una adecuada combinación de alimentos, proporcionándoles a los clientes un nivel óptimo de energía y buena salud en forma permanente.

Los diferentes combos se detallan a continuación:

COMBO POLLO	Porciones		Cantidad
	No.	Kg.	Kg. Total
Verduras	2	0.045	0.091
Granos	1	0.050	0.050
Carbohidratos	1	0.105	0.105
Proteínas	1	0.125	0.125
Fruta	1	0.227	0.227
Aceite de oliva	1	1.000	1.000

Combo Pescado	Porciones		Cantidad
	No.	Kg	Kg. Total
Verduras	2	0.045	0.091
Granos	1	0.050	0.050
Carbohidratos	1	0.105	0.105
Proteínas	1	0.125	0.125
Fruta	1	0.227	0.227
Aceite de oliva	1	1.000	1.000

Alternativamente se ofrecerá ensaladas de frutas, jugos y batidos, los mismos que se detallan a continuación:

ENSALADA DE FRUTA	JUGO DE FRUTAS	BATIDO DE FRUTAS
Piña	Piña	Piña
Sandia	Sandia	Sandia
Melón	Melón	Melón
Papaya	Papaya	Papaya
Guineo	Naranja	Naranja
Manzana roja	Guayabas	Guayabas
Uva negra	Tomatillo	Tomatillo
Naranja		Leche de soya
Miel de abeja		

La materia prima será previamente seleccionada de los mercados mayoristas cada semana y será guardada en los respectivos frigoríficos para su conservación.

Adicionalmente, la empresa no va a depender de ningún proveedor en particular, puesto que nuestro país cuenta con muchos lugares en donde se puede adquirir las materias primas que provienen de las distintas regiones del país.

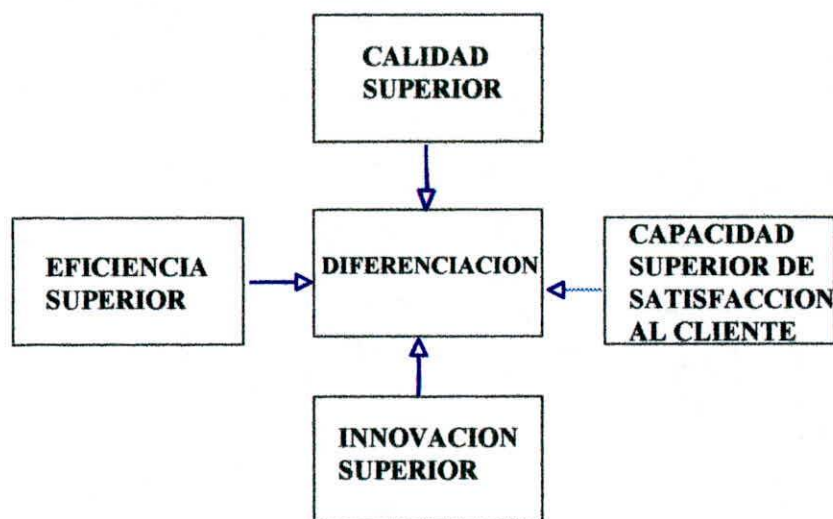
El Ecuador es un país que tiene diversidad de climas por encontrarse en la mitad del mundo, por lo que se utilizará como materia prima todos los frutos que les proporciona tanto la costa como la sierra, para brindar un servicio altamente nutritivo y de muy buena calidad.

COMPETENCIA

Debido a que se trata de un producto completamente nuevo, en nuestro medio actualmente el nivel de competencia es bastante limitado, lo que refleja poca atención en este servicio, por lo que **Sabor & Salud** se diferenciará de su competencia al ofrecer productos estrictamente nutritivos y bajos en caloría. Además se concientizará a los clientes y potenciales mercados meta, de alimentarse con comidas nutritivas.

Los restaurantes donde generalmente las personas acuden a degustar los alimentos están enfocadas únicamente a servir almuerzos sin ningún conocimiento previo de nutrición y mucho menos priorizando la salud del cliente.

Sabor & Salud, será fuerte frente a la mayoría de sus competidores, pues la estrategia que utilizará será la de diferenciación de su producto, y se basará en los cuatro bloques genéricos de formación de ventaja competitiva.



Eficiencia, calidad, innovación y capacidad de satisfacción del cliente son las tres maneras que impulsaremos para lograr una marcada diferenciación de nuestro negocio para lograr lealtad por parte de nuestros clientes.



BIBLIOTECAS ESPAA

Eficiencia.- Constituye uno de nuestros principales objetivos lo cual nos brindará la posibilidad de bajar costos en la elaboración y preparación de los productos con lo cual obtendremos mayor productividad.

La eficiencia la lograremos por medio de la capacitación y óptima selección de nuestros empleados.

Una de nuestras metas es la de lograr una adecuada administración de materia prima por medio de la eliminación del inventario al máximo grado para reducir los costos de mantenimiento.

Calidad.- Principalmente en los productos que ofreceremos ya que serán comprados y preparados con las más estrictas normas de higiene prevaleciendo siempre la salud del cliente.

Nuestros empleados estarán comprometidos con la política del restaurante ya que serán debidamente entrenados en la atención al cliente e incentivados mediante la otorgación de bonificaciones de acuerdo al desempeño en su trabajo.

Buscaremos a proveedores que ofrezcan productos de excelente calidad y estado exigiendo atención oportuna en nuestros pedidos.

Innovación.- Caracterizado principalmente por el servicio y el tipo de comida que brindaremos no disponible en nuestro medio.

El ambiente del restaurante será muy agradable, decorado con colores pasteles con música suave de fondo que invite a saborear los alimentos con satisfacción.



Capacidad de Satisfacción al cliente.- Otorgada principalmente en la atención personalizada que vamos a brindar a todos y cada uno de nuestros clientes en la preparación de los menús debidamente asesorados por personal experto y la actitud que el personal demuestre a los clientes.

Priorizaremos en nuestro servicio el tiempo de respuesta en la atención al cliente optimizándolo de tal forma que logremos lealtad de marca hacia nuestro negocio.

CLIENTE Y TAMAÑO DEL MERCADO

Los clientes potenciales para nuestro producto serán las personas que trabajan en la zona del casco comercial de la ciudad de Guayaquil

Los datos para este cálculo lo obtuvimos del estudio poblacional de Guayaquil del INEC del año 1998.

Seleccionamos la población ocupada según rama de actividad por sectores económicos y grupos de ocupación, las ramas económicas seleccionadas fueron:

- Electricidad gas y agua,
- Comercio y restaurantes
- Servicios financieros
- Servicios de Comunicación
- No bien especificadas

El sector económico a estudiar es el sector moderno, y dentro de este los grupos de ocupación seleccionados fueron:

- Profesionales y técnicos
- Personal directivo
- Personal administrativo
- Comerciantes y vendedores
- Servicios personales

De la tabla de población ocupada, según tramos de ingreso mensual por sectores económicos y grupo de ocupación, se seleccionó a la población cuyos ingresos están entre 200.000 y 600.000 sucres, se obtuvieron los porcentajes según los grupos ocupacionales seleccionados, luego se aplicó los porcentajes obtenidos a la población seleccionada en la tabla anterior, al total obtenido se aplicó el 20% (asumiendo que el 20% de esta población labora en el casco comercial de la ciudad).

La población objetivo es: 24.408, la exactitud de inferir los resultados muestrales a la población seleccionada para determinar las características del mercado, no será menor que el 3%, con un nivel de confianza del 95%, se obtuvo un tamaño de muestra de 1067 personas a encuestar, pero debido a ciertos factores como costo y tiempo se encuestaron 216 personas. Los principales resultados de esta investigación fueron:

- El 86.11% trabajan en la zona del casco comercial
- El 44.44% comen en un restaurante, el 36.57% comen en la empresa, el 10.19% traen su lunch propio y el 8.80% otros
- El presupuesto que tienen para almorzar es: hasta \$1 el 34.26%, hasta \$1.50 el 37.50%, hasta \$2 el 10.65%, hasta \$2.5 el 8.8% y más de \$2 el 8.8%.
- El 95% tienen preferencia por este tipo de servicio.

- Razones por la que la gente consumiría este tipo de producto:

SALUD	36,79%
NUTRITIVA	17,47%
SABOR	9,25%
VARIEDAD	6,99%
BAJA EN CALORIAS	5,04%
DIETA	4,52%
ECONOMIA	4,42%
CALIDAD	4,21%
ENSALADAS	1,44%
CERCA DEL TRABAJO	1,34%
HIGIENE	1,34%
VEGETARIANO	1,03%
OTROS	6,17%

- Sugerencias para mejorar el servicio:

SERVICIO RAPIDO	17%
PRECIOS COMODOS	13%
VARIEDAD	11%
HIGIENE	8%
BUEN AMBIENTE	7%
CERCANO AL TRABAJO	5%
BUEN SABOR	4%
CALIDAD	4%
PUBLICIDAD	4%
BAJA EN CALORÍAS	2%
NUTRITIVA	2%
SERVICIO A DOMICILIO	2%
OTROS	21%



Con los resultados de la encuesta se infirió del total de las 24.408 personas, que el 86.11% trabajan en el sector, el 44.44% comen en un restaurante, y el 10.19% comen lunch propio, dándonos un mercado objetivo de 11.482 clientes, tal valor multiplicándolo por 20 días al mes y por 12 meses que tiene el año, tenemos un total de 2'755.680 comensales anuales.

Para más detalle ver anexo "*Estudio de Mercado*".

PLAN DE VENTAS

Al tener un tamaño de Mercado de 2'755.680 comensales, con base en nuestras fortalezas trataremos de lograr una fracción de mercado equivalente al 1.79%, esta cantidad es proyectada de acuerdo al crecimiento mensual que vamos a tener durante el primer año de operaciones, ver Anexo "*Crecimiento mensual proyectado*". Con el 1.79% obtendremos un valor de Volumen de ventas en el primer año equivalente a **49.763** unidades de productos, tal como se muestra en el Anexo "**Fracción del Mercado y Ventas**", el cuál muestra la proyección de ventas en forma mensual para 2002 y en forma anual para 2003 y 2004.

ESTRATEGIA DE PRECIO

Los precios determinados para cada uno de los productos no fueron basados en la competencia, los mismos fueron determinados por la calidad del producto que se ofrecerá y al mismo tiempo tomando en cuenta la capacidad de pago de nuestros potenciales clientes.

Producto	Precio
Combo Pollo	\$ 1.60
Combo Pescado	\$ 1.60
Ensalada de frutas	\$ 0.80
Batidos de frutas	\$ 0.60
Jugos de frutas	\$ 0.40

El esquema de pago de los combos será:

- 20% de descuento a los clientes seleccionados a partir del séptimo mes de funcionamiento.
- El cliente será seleccionado a partir de la historia del cliente registrada en nuestra base de datos relacionada con la frecuencia que ha asistido al restaurante.

Para visualizar las proyecciones de ventas, ver Anexo “Proyección de Ventas”, para una mejor apreciación de los mismos.

ESTRATEGIA DE VENTA

Se realizará visitas a las diferentes entidades financieras y comerciales del sector donde se encuentra ubicado nuestro Restaurante, para dar a conocer sobre los beneficios de nuestro servicio y además se podrá mantener convenios entre estas entidades.

Los potenciales clientes serán identificados de acuerdo como éstos concurran al negocio ya que serán registrados en nuestra base de datos.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

La estrategia de ventas que adoptaremos es básicamente para quitarle clientela a nuestra competencia y educar a los clientes sobre las bondades que ofrece nuestro producto. Las estrategias a realizar son las siguientes:

- Se repartirá folletos para promocionar la venta de comida sana y nutritiva en la zona del casco comercial de Guayaquil. Esta publicidad se la realizará durante los tres primeros meses de inicio de operaciones.
- Por un período de tres meses, se anunciará al restaurante en uno de los periódicos más prestigiosos de la ciudad como es El Universo, los días en que se publicará el anuncio será los miércoles y domingos. Esta publicidad se mantendrá durante los 3 primeros meses de inicio de operaciones.
- Se entregará un vale del 5% de descuento al momento que la persona consuma un determinado producto, y el valor del vale de descuento será deducido de la compra futura que el cliente haga del producto. Esta estrategia tendrá una duración de tres meses.



- Para mantener una base de datos del cliente, se le pedirá el nombre al momento que se le facture con lo que se generará automáticamente un código de identificación, con la finalidad de realizar sorteos cada mes de: camisetas, llaveros y gorras con el logotipo de la empresa, de esta forma se difundirá la imagen de la empresa y el cliente dará a gusto su nombre.
- El cumpleaños come gratis, al cual se le pedirá su cédula para verificar si es el día de su cumpleaños y todo lo que vaya a consumir en ese momento no se le cobrará ningún valor. Esta estrategia se mantendrá todo el tiempo.
- La primera vez que vaya un cliente a nuestro restaurante se le entregará la tarjeta ponchadora, que constará de cuatro ensaladas que debe ponchar y la quinta consume completamente gratis. Si el cliente se olvida de llevar su tarjeta no pierde nada, ya que se le ponchará la próxima vez que la presente, porque se va a llevar este registro en la base de datos, y automáticamente se le entregará una nueva cada vez que haya ponchado totalmente la misma. Esta estrategia se mantendrá permanentemente.
- El cliente favorecido, de acuerdo al promedio de consumo del cliente se le dará gratis un combo totalmente gratis. Esta estrategia se mantendrá todo el tiempo.
- Uso de la tecnología, manteniendo el servicio de e-mails a todo tipo de conocidos.
- Resumiendo, existirán los tres primeros meses un descuento equivalente al 10% y en adelante existirá otro del 5%.



POLÍTICA DE SERVICIO

El Restaurante atenderá de una forma muy rápida el pedido de los clientes, y se garantizará que los alimentos servidos sean de óptima calidad y bajos en calorías.

Principalmente la limpieza, servicio, y preparación de los alimentos serán nuestra tarjeta de presentación.

La decoración del local será la mas optima y adecuada, al puro estilo minimalista conjugando colores barrocos, terracotas y claros ofreciendo un lugar agradable al cliente.

ANÁLISIS TÉCNICO

PROCESO DE SERVICIO

Para una mejor atención, se ha establecido un proceso de servicio de la siguiente manera:

- Si en el local no hay lugar para servirse los alimentos, el cliente podrá dirigirse a la sala de estar en donde podrá esperar cómodamente.
- A la entrada del restaurante existirá un panel de precios donde podrá visualizar fácilmente la lista de precios de los diferentes productos.
- El cliente toma su charol y recorre por el self-service solicitando lo que se va a servir.
- En la sección bebidas podrá solicitar la bebida deseada que puede ser: el jugo del día, agua o batidos y jugos preparados en ese instante.
Si el cliente elige un jugo específico el mesero se lo llevara a su respectiva mesa.
- Al final del self-service, el cliente se acerca a caja y cancela lo pedido.
- El cliente podrá dirigirse hacia la mesa de aderezos preparados con productos naturales y libres de grasas en donde podrá escoger según su preferencia y gusto.
- Por último el cliente se dirige al lugar donde están las mesas, la barra o puede ir a servirse en el mezanine.
- Una vez que el cliente haya terminado de consumir sus alimentos, un mesero retirará la vajilla.
- Terminado su almuerzo si el cliente desea puede dirigirse a descansar a la sala de estar junto con una bebida de agua de hierbas proporcionado por el establecimiento.

Para ver el esquema funcional del servicio del Restaurante, ver Anexo "**Proceso de Servicio al Cliente de Sabor & Salud**".



BIBLIOTECA ESPA
ESPOL



DESARROLLO DEL PRODUCTO

Los ingredientes del producto serán seleccionados bajo estrictos controles de calidad y el producto elaborado será balanceado y contendrá las cantidades requeridas de carbohidratos, proteínas, vitaminas y minerales, necesarios para que una persona no baje su nivel de rendimiento en el trabajo después de almorzar y se mantenga saludable.

En nuestro local siguiendo con nuestro lema “**el placer de comer sano**” no se expendrán bebidas gaseosas, únicamente agua, bebidas aromáticas realizadas con plantas medicinales, tampoco serviremos carnes rojas solamente carnes blancas preparadas a la plancha.

Nuestra característica esencial será la cocina poco elaborada, consideramos que cuanto menos elaborados sean los platos mucho mejor ya que la cocina muy elaborada por lo general resulta demasiado pesada y el cliente pierde el interés rápidamente.

LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

Sabor & Salud estará ubicado en la zona del casco comercial de la ciudad de Guayaquil, en la calle Baquerizo Moreno y Fco. de P. Icaza, en un local de 80 metros cuadrados, cuyo alquiler mensual es de US \$ 1.000.

Este local cuenta con todos los servicios básicos: agua, energía, alcantarillado, aire acondicionado y una línea telefónica.

EQUIPO Y MAQUINARIA

Para el buen funcionamiento del restaurante se requiere de los siguientes equipos e implementos:

Equipos:

- 1 Computador Pentium de 500 Mhz, con 64 MB de RAM y 20 GB de disco duro con UPS.
- 1 Impresora matricial
- 1 Sistema de alarma

Muebles y Enseres:

- 1 escritorio para computadora
- 1 silla para escritorio
- 1 Archivador
- 1 Extintor
- Varios implementos

Equipos e implementos de cocina:

La adquisición de los equipos industriales para restaurante se la realizara con la empresa **Equindeca** quienes nos ofrecen una garantía de 1 año de esta manera la empresa no incurra en gastos de mantenimiento.

- 1 Cocina industrial marca Venancio de 4 quemadores
- 1 Extractor de olores
- 1 licuadora Hamilton Beach de ½ galón
- 1 Set de Ollas
- 1 Set de cuchillos

- Varios utensilios
- 1 Mesa de acero inoxidable
- 1 Procesador de alimentos
- 1 Congelador
- 1 Refrigerador
- 1 Modular

Implementos de self-service

- Dispensador de agua caliente y fría
- 4 Botellones para agua de 4 galones
- 1 Extractor de jugo de naranja
- 1 Licuadora
- 1 Estación de self-service de 6 pozos calientes
- 1 Estación de self-service de 10 pozos refrigerada
- 2 Bandejas largas
- 10 Bandejas de ½
- 4 Bandejas de 1/4
- 1 Bandejas de 1/3
- 4 Bandejas de 1/6
- Vaciador exacto de 1 onza para el aceite de oliva
- Juguera de 2 servicios de 4 galones c/u
- 80 soperos
- 80 platos tendidos
- 80 vasos para jugos
- 40 Vasos para batidos

- 40 copas de plástico para ensaladas de frutas
- 80 cucharas
- 80 cucharitas
- 80 Tenedores
- 80 Cuchillos
- 80 Bandejas de polipropileno
- 1 Caja registradora

Implementos para adecuación del lugar

- 64 sillas
- 16 mesas
- 16 manteles
- 10 Butacas
- 1 panel para avisos
- 1 Mueble para el área de estar
- 1 Televisor LG 21"
- 1 Equipo de sonido
- 1 Panel de precios
- 1 Letrero exterior

DISTRIBUCIÓN DEL RESTAURANTE

El local cuenta con un área de 80 metros cuadrados, los cuales se distribuyen en la forma indicada en el *Anexo "Distribución del Restaurante"*

Además de las áreas comunes del restaurante habrá a la entrada una sala de estar, la cual consta de muebles para descansar, una cartelera informativa la cual será regularmente actualizada con información relacionada con alimentación, belleza, y cuidados en general para todo tipo de personas, y un televisor para mayor comodidad de nuestros clientes.

El lugar donde se realizará la preparación de los alimentos puede ser observada por los clientes, de tal forma que puedan constatar la limpieza y forma de preparación de los mismos.

El local cuenta con un área adicional de mezanine donde podrá dirigirse los clientes a degustar sus alimentos con una mayor privacidad.

MECANISMOS DE CONTROL

El robo y el desperdicio son uno de los principales puntos negativos que atraviesa este tipo de negocio, para evitarlos hemos desarrollado las siguientes estrategias.

- El robo se evitara con el cuidado del guardia en la puerta principal, quien estará visualizando y chequeando que exista el orden.
- Por parte del Administrador, existirá un chequeo continuo a la entrada y salida en la sección del vestidor de empleados.

- Creación de bonos mensuales sobre materia prima al cocinero y su ayudante y estipulación de topes mínimos y máximos con el objetivo de que la avaricia del chef no repercuta en la calidad del producto.

ANALISIS ADMINISTRATIVO

ORGANIZACIÓN

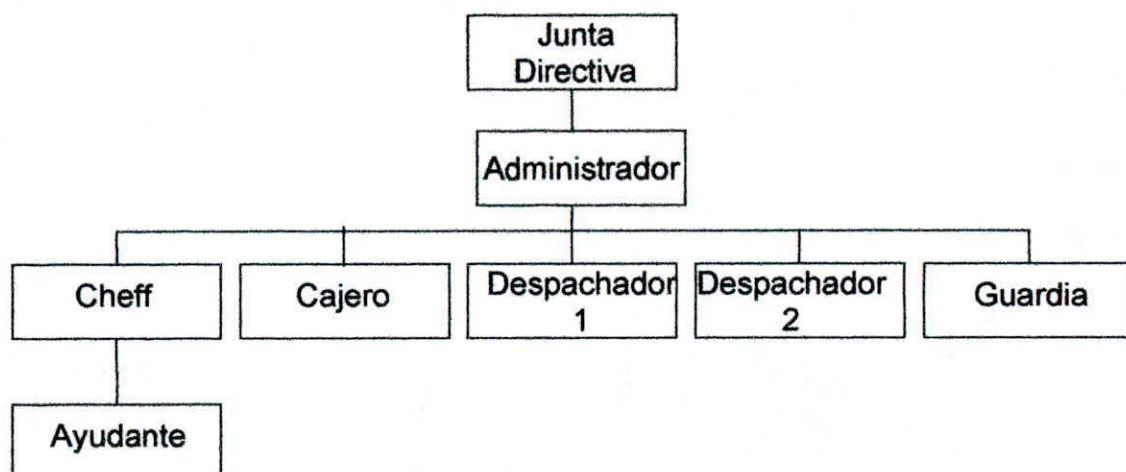
Sabor & Salud es un Restaurante enfocado en la venta de comida sana y nutritiva, el mismo que estará conformado por tres socios.

El Restaurante contará con el siguiente personal a tiempo completo y parcial:

- 1 Jefe Administrativo Financiero (tiempo completo)
- 1 Chef (tiempo completo)
- 1 Ayudante de cocina (tiempo completo)
- 1 Guardia (tiempo completo)
- 1 Cajero (tiempo parcial)
- 2 Despachadores (tiempo parcial)

Los socios aportarán el 100% de la inversión inicial.

La siguiente figura presenta el organigrama de Sabor & Salud.



PROPIETARIOS Y EMPLEADOS

El socio mayoritario, es una persona que se ha desempeñado durante algún tiempo en actividades relacionadas a Restaurante, además tomará decisiones que involucren aportaciones de capital o la decisión de invertir en nuevas adquisiciones de activos fijos.

Se organizarán reuniones cada dos meses en las que intervendrán los tres socios para evaluar el rendimiento de la organización, pero si hubiese la necesidad de reunirse antes de este tiempo, se convocará una reunión.

El pago de sueldos del personal a tiempo completo se realizará de acuerdo a lo dispuesto en el Código de trabajo.

Al personal de tiempo parcial se lo contratará por un número determinado de horas.

PERFILES DE FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS

El Administrador debe ser una persona responsable, de buen trato, con amplia cultura que posea estudios universitarios, con amplios conocimientos contables y administrativos.

El cajero debe ser una persona correcta, honorable, con estudios secundarios o universitarios y que goce de la confianza del administrador.

El chef a contratarse, es una persona con amplia experiencia en el negocio de restaurantes y en atención al cliente. Tenemos a una persona que ha trabajado por mas de 8 años en cargos similares, por lo cual consideramos que contamos con la persona óptima.

Los despachadores serán contratados a medio tiempo e ingresaran a laborar desde las 11 de la mañana hasta las 15h00, consideramos contratar jóvenes con muy buena presencia, de buenos modales y de preferencia que posean estudios secundarios o universitarios.

El guardia será contratado a tiempo completo a una empresa de guardias de seguridad y permanecerá en el local desde su apertura 9h00 hasta las 17h00, hora de cierre del restaurante.

Adicionalmente, todo nuestro personal utilizará uniformes acordes con los colores de la decoración del local, sus cabellos estarán cubiertos con la finalidad de mantener la imagen pulcra del negocio.

Adiestraremos continuamente a nuestro personal de servicio en todo lo relacionado con la atención al público, para lo cual contaremos con el asesoramiento de un chef con amplia experiencia en la materia.

FUNCIONES DE LOS EMPLEADOS

El Administrador será responsable de la administración financiera y contable del Restaurante.

El cajero se ocupara únicamente de realizar el cobro a los clientes su puesto de trabajo será la caja del restaurante.

El chef dentro de sus labores tiene las de preparación de ensaladas, carnes varias y demás productos como también el adiestramiento del personal en atención al cliente.

El ayudante del chef, ayudara a la preparación de los alimentos y también realizara la labor de lavado de platos.

Entre las labores de los despachadores serán las de despachar los alimentos y jugos a los clientes en el self-service, como también levantar los platos de las mesas.

El guardia permanecerá en la puerta del local, realizará las labores de vigilar la entrada y guardar la seguridad del local.

ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

ASPECTOS LEGALES

No existen regulaciones que prohíban la creación de empresas de servicios de comida, mas bien se fomenta la libre competencia. Los únicos requisitos a cumplir tienen que ver con las regulaciones fiscales en el pago de impuestos, y con los permisos de funcionamiento al que tienen que acogerse todas las empresas.

ASPECTOS ÉTICOS Y/O MORALES

Debido a la naturaleza del negocio en el que se incursionará, venta de comida sana y nutritiva, no se contraponen a valores personales o ideologías de los clientes o personal que labore en la empresa.

ANÁLISIS DE VALORES SOCIALES

En vista de que **Sabor & Salud** contribuye a la salud y economía de los ecuatorianos y por consiguiente al desarrollo de la productividad, la misma tiene un efecto positivo en la sociedad ecuatoriana.

Muchas de las personas desconocen el grave daño que realizan a su organismo al ingerir alimentos preparados con un alto grado de grasa, carbohidratos y calorías los cuales con el tiempo tienden a desgastar nuestro organismo con lo cual se da inicio a las enfermedades, por esta razón en nuestro restaurante encontraran la adecuada combinación de alimentos que no perjudiquen su salud.



De nuestra investigación hemos obtenido que como promedio las personas gastan una tercera parte de su presupuesto en comidas preparadas y alimentos de conveniencia tales como las hamburguesas, patatas fritas, caramelos y pasteles, que son altos en grasa, sal o azúcar sin embargo están consientes del daño que éstas traen y por tales razones se muestran muy a favor en la apertura de este tipo de restaurante.

ANÁLISIS ECONÓMICO

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Los equipos y demás implementos necesarios serán adquiridos al contado. El valor de esta inversión asciende a \$16,900 en este monto esta incluido las adecuaciones a realizarse en el local. Se encuentra detallado en el Anexo "*Presupuesto de Inversión*", junto con el Anexo "*Depreciación y Amortización*"

GASTO DE ARRANQUE

Los gastos de arranque cubren: la constitución de la compañía, tramites ante las distintas agencias gubernamentales y además el valor del estudio del proyecto, todo tiene un valor de \$ 1.300.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

De acuerdo a la estimación realizada sobre el mercado total y la participación a obtener en el mismo se ha calculado los ingresos mensuales durante el año 2002, posteriormente para proyectar las ventas a los dos siguientes años 2003 y 2004 se



consideró la misma participación de mercado con un incremento anual del 10% y 5% en los precios respectivamente. Ver Anexo "*Presupuesto de Ingresos*"

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS

De acuerdo a la planificación programada de los productos en cada mes del año (**Proyección de Ventas**), se determinó la cantidad de cada materia prima que sería necesaria para la elaboración de los combos, jugos y ensaladas de frutas, ver Anexo "*Presupuesto de consumo de componentes*", en base al presupuesto de consumo de componentes y estimación del costo promedio de la materia prima, ver Anexo "**Materia prima**", se ha estimado el presupuesto de insumos, ver Anexo "*Presupuesto de materia prima e insumos*".

PRESUPUESTO DE PERSONAL

Se ha presupuestado el sueldo de cada uno de los empleados que laborara en **Sabor & Salud** así como sus beneficios sociales. Para el año 2003 se tiene presupuestado un incremento del 10% a todos los colaboradores y para el 2004 el incremento será de un 5%.

Las prestaciones sociales ascienden a 32.97%, algunas se pagan en forma mensual y otras en forma anual.

El fondo de reserva equivalente al promedio de un sueldo anual se paga después de un año de trabajo.

El décimo tercer sueldo equivalente a un sueldo es pagadero en el mes de Diciembre, todos los empleados tienen derecho al mismo.

Respecto a las vacaciones, se realiza una provisión equivalente a la veinticuatroava parte de los sueldos por ser quince días de vacaciones después de un año de trabajo.

El monto por concepto de sueldos es de \$ 13,562 en el año 2002, tal como se muestra mensualmente en el anexo "**Presupuesto de mano de obra directa e indirecta**" y "**Presupuesto gastos de persona**". Para los años subsiguientes no se han presupuestado nuevas contrataciones de personal.

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Los equipos de computo se deprecian en un periodo de cinco años mediante el método de línea recta.

Los muebles y enseres así como las maquinarias y equipos de cocina se deprecian en diez años en línea recta.

Las inversiones amortizables se amortizan en diez años.

Para una mejor visualización de los datos diríjase al Anexo "**Depreciación y Amortización**"

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN

Se ha presupuestado los siguientes gastos de operación para **Sabor & Salud**: arriendos, servicios públicos, seguro, permisos e impuestos y depreciaciones de equipos, ver Anexo "**Presupuesto de gastos de operación**"

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Se ha presupuestado los siguientes gastos de administración y ventas para **Sabor & Salud**: gastos de publicidad, gastos de transporte, gastos de papelería, seguridad y depreciaciones de muebles y enseres, ver Anexo "*Presupuesto de gastos de administración y ventas*"

ANÁLISIS DE COSTOS

Se ha presupuestado año por año, los costos fijos y los costos variables y muestra, además el costo total anual, ver Anexo "*Presupuesto de gastos de administración y ventas*".

Aunque cada tipo de producto, como los combos, jugos y ensaladas de frutas tienen una estructura de precios diferente, se ha calculado el precio de venta unitario y el costo variable unitario del producto promedio, dividiendo los valores totales por el número de productos de cada año. Ver Anexo "*Análisis de Costos*"

ANÁLISIS FINANCIERO

FLUJO DE CAJA

Con el nivel de ventas proyectadas y el aporte de los socios el negocio no presenta problemas de caja. Ver Anexo "*Flujo de Caja*". Como puede apreciarse, con la inversión prevista de \$24,000 el proyecto se mantiene en muy buena situación de liquidez.

ESTADO DE RESULTADOS

Se elaboro un estado de resultados para cada uno de los tres años, en que se han hecho las proyecciones. Como se ve, desde el primer año el proyecto generará utilidades. Ver Anexo "*Estado de Resultados*".

BALANCE GENERAL

Se elaboró un balance general desde inicio de operaciones y cubriendo los tres primeros años completamente, en cual podemos observar todas las principales operaciones, a breves rasgos podemos determinar que las cifras se mantienen y están en ascenso. Ver Anexo "*Balance General*".

EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

Parámetros para la decisión de inversión.

- Por disposición de la Junta General de Accionistas las utilidades liquidas se repartirán entre los accionistas y el 50% restante se mantendrá como reserva para futuras capitalizaciones de la empresa después de los tres años de operación.
- Que rinda como mínimo y en promedio un 15% sobre el capital propio o patrimonial, y que genere fondos en cuantía suficiente, permitiendo recuperar los recursos propios en un plazo mínimo de tres años y la inversión total en un plazo máximo de 5 años.
- El costo promedio de oportunidad de los recursos propios (capital social) es del 10% anual.

OTROS ANÁLISIS

Se realizara el pago de impuestos que el gobierno impone según se detalla en el Anexo “*Permisos de Impuestos*”, en el cual se encuentran detallados los siguientes: bomberos, permisos de funcionamiento, tasa de habilitación del negocio, activos totales municipales, superintendencia de compañías, y la universidad de Guayaquil.

Anualmente se realizara el pago del Impuesto a la Renta, según el cronograma presentado en el Anexo “*Impuesto a la Renta*”.

El pago correspondiente al I.V.A., se pagara mensualmente al S. R. I. según el cuadro “*Pago de IVA*”

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Criterio del Valor Actual Neto (Van), plantea que el proyecto debe aceptarse si éste valor es igual o superior a cero, por lo tanto el Valor Actual Neto para el Sabor & Salud es igual a \$ 23.547, lo cual demuestra que es superior a cero, por lo tanto el resultado obtenido hace que el proyecto desarrollado sea rentable, según se demuestra en el Anexo “*Flujo de caja Neto*”.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

A partir del criterio de decisión el cual dice que la tasa interna de retorno para emprender un proyecto debe ser mayor al costo de capital o la tasa de interés pertinente par el inversionista, el resultado en el flujo de caja realizado muestra una TIR de 64.21% siendo el mismo mayor que el del costo ponderado de capital que es de 20%.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables determinantes que causan efectos en la determinación de la utilidad de la empresa, consideramos son el tamaño de mercado, la participación de mercado y el precio, que son las variables directamente relacionadas con los ingresos.

Para analizar el efecto de estas variables en los resultados se elaboró tres escenarios:

- 1.- Variación de 20% en el tamaño de Mercado
- 2.- Variación del 20% en la participación de Mercado
- 3.- Variación del 15% en el precio de los productos.

Resultados obtenidos:

VAN para diferentes valores de variables críticas

Variable	%Var. - / +	Rango			VAN		
		Mínimo	Esperado	Máximo	Mínimo	Esperado	Máximo
Tamaño de Mercado	20%	2.204.541	2.755.676	3.306.811	2.682	23.547	44.415
Participación de Mercado	20%	1,61%	1,79%	2,15%	6.898	23.547	40.197
Precio Unitario Promedio	15%	1,32	1,46	1,68	-9.577	23.547	56.671

De los resultados obtenidos deducimos que el precio que se determine para cada uno de los productos deberá analizarse cuidadosamente, ya que el efecto de este en los resultados finales será muy significativo. Realizando un análisis mas con el precio, encontramos que el precio promedio de los productos deberá ser superior a \$1,32, esto es, manteniendo la misma participación de mercado.

En cuanto al tamaño del mercado y participación en el mismo, se puede apreciar que teniendo un margen de error del 20%, en las variables esperadas el VAN todavía es positivo.

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Las actividades de pre-operación se realizarán a partir del 1° de septiembre hasta los primeros días de diciembre del 2001, ver Anexo "*Cronograma de Implementación*"

CONCLUSIÓN DE LA EVALUACIÓN

Al realizar el análisis, se logra la tasa de retorno del proyecto de **64.21%** es decir los flujos generados por el proyecto se encuentran en la capacidad de recuperar la inversión de los **\$24.000**.

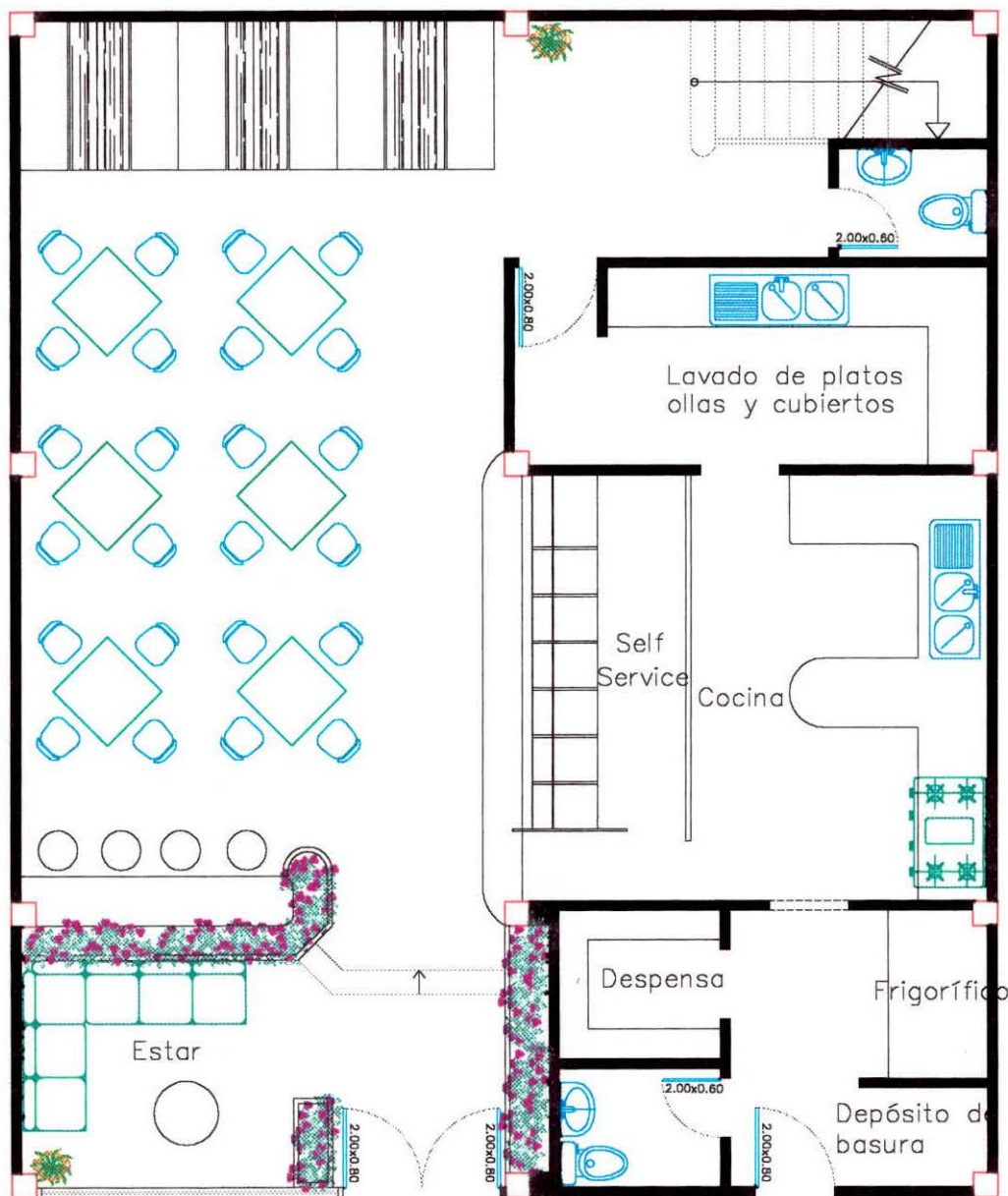
Esta rentabilidad es superior al 20% anual que los socios han definido como su tasa mínima de retorno y por lo tanto el proyecto es **Económicamente factible**.

El Valor Presente Neto asciende a **\$ 23.547**, y el balance del proyecto indica que luego del primer año se logra el periodo de pago descontado.

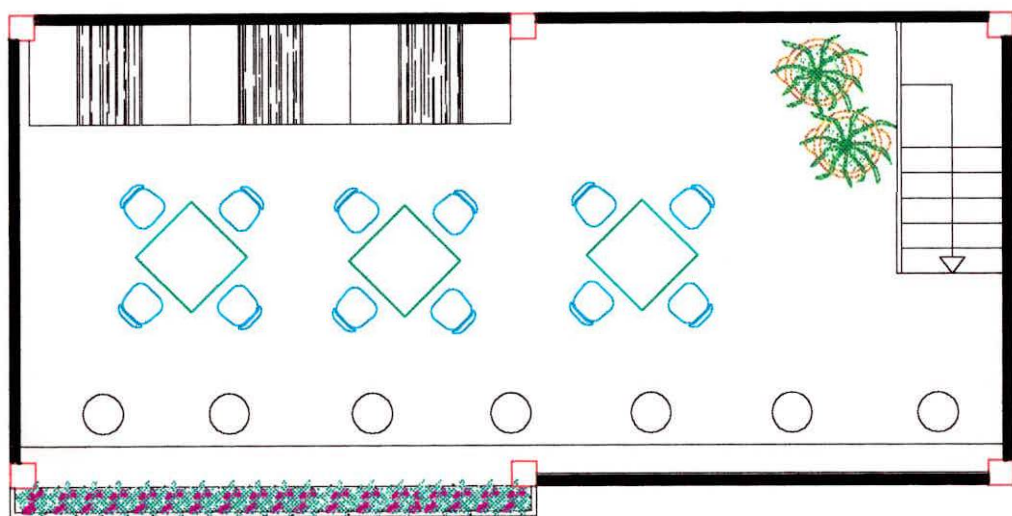
Así mismo, los recursos propios se recuperan a partir del tercer año que es mucho menor que el plazo que otorgan los inversionistas para recuperar la inversión.

Al realizar el análisis de punto el equilibrio económico se encuentra que con un nivel de 47.213 clientes, el proyecto alcanzará su nivel de factibilidad, ver anexo de "*Punto de Equilibrio Económico*".

DISTRIBUCIÓN DEL RESTAURANTE



PLANTA BAJA



MEZZANINE

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO DE MERCADO SABOR & SALUD

Objetivo General

Conocer la situación actual del gusto y preferencia por las ensaladas

Objetivos específicos

- Estimar el porcentaje de personas que almuerzan dentro de su empresa o fuera de ella, que puede ser en la casa o en algún restaurante.
- Conocer las razones de consumo de este tipo de producto.
- Conocer la frecuencia de consumo por este tipo de producto.
- Cuál sería el precio que el cliente estaría dispuesto a pagar?
- Conocer restaurantes que brinden este mismo tipo de producto.

Definición de la población

Los datos para este calculo lo obtuvimos del estudio poblacional de Guayaquil del INEC del año 1998.

Seleccionamos la población ocupada según rama de actividad por sectores económicos y grupos de ocupación, las ramas económicas seleccionadas fueron:

- Electricidad gas y agua,
- Comercio y restaurantes
- Servicios financieros
- Servicios de Comunicación
- No bien especificadas

El sector económico a estudiar es el sector moderno, y dentro de este los grupos de ocupación seleccionados fueron:

- Profesionales y técnicos
- Personal directivo
- Personal administrativo
- Comerciantes y vendedores
- Servicios personales

De la tabla de población ocupada, según tramos de ingreso mensual por sectores económicos y grupo de ocupación, se selecciono a la población cuyos ingresos están entre 200.000 y 600.000 sucres, se obtuvieron los porcentajes según los grupos ocupacionales

seleccionados, luego se aplico los porcentajes obtenidos a la población seleccionada en la tabla anterior, al total obtenido se aplico el 20% (asumiendo que el 20% de esta población labora en el casco comercial de la ciudad.

La población objetivo es: 24.408

Tamaño de la muestra

La muestra que resulte de la aplicación de ciertas variables es la que nos indicará el número de personas a encuestar para poder respaldar la investigación.

Cabe mencionar que debido a algunos factores tales como tiempo y costos, se realizará 216 encuestas.

La exactitud de inferir los resultados muestrales a la población seleccionada, no será menor que el 3% significando esto que:

Grado de Error: No mayor al 3%

El nivel de confianza de la muestra que se requiere en ésta investigación es:

Nivel de Confianza: 95%

Para obtener el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q}{\ell^2}$$

En la que:

n = Tamaño de la muestra

σ^2 = Nivel de Confianza, con 95% = 1.96

ℓ^2 = Grado de error = 0.03 (3%)

Reemplazando los valores en la fórmula se tiene:

$$\text{Se } n = \frac{(1.96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,03)^2}$$

n =

La muestra indica que deben ser 1.067 personas las encuestadas, por el tiempo limitado se tomará una muestra de 216 personas.

Fuentes de información

Las fuentes de información para nuestra investigación son las personas que trabajan en la zona del casco comercial de la ciudad de Guayaquil. Para obtener la información definida en los objetivos se diseñó la encuesta. Este cuestionario previo fue discutido por el grupo.

Una vez discutida la encuesta se hizo una prueba piloto con 30 personas de una de las entidades financieras del casco comercial de la ciudad. Con base en los resultados de la prueba piloto, se acordó redactar en forma clara algunas preguntas.

Diseño de la encuesta

Se aplicará una encuesta estructurada en la cual las preguntas se presentarán al encuestado en una forma ordenada y que permita respuestas concretas a cada una de ellas.

Recolección de la información

Para recolectar la información se visitaron algunas entidades financieras que existen en la zona del casco comercial de Guayaquil. Además se realizó la encuesta en la calle 9 de Octubre con ayuda de estudiantes universitarios.

Encuesta

ENCUESTA DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE COMIDA SANA Y NUTRITIVA

Hola, disculpe que moleste su atención. Estamos investigando las preferencias de los ejecutivos del sector en el consumo de comida sana y nutritiva a la hora del almuerzo; ¿querría usted colaborar respondiendo un corto cuestionario?

1. ¿Trabaja Usted en el sector bancario del centro de la ciudad?

() Sí () No

2. ¿Dónde almuerza Usted regularmente?

() Restaurante () Lunch propio
() Cafetería de la Empresa () Otro _____

3. Sí almuerza en un restaurante:

- ¿Cuántas veces a la semana lo hace? _____
- En orden de preferencia, enumere tres restaurantes a los que Ud. más frecuenta
1 _____ 2 _____ 3 _____

4. ¿Cuál es su horario de almuerzo? _____

5. ¿De cuánto es su presupuesto para almorzar?

() Hasta \$1 () Entre \$1 y \$1.50 () Entre \$1.51 y \$2
() Entre \$2 y \$2.50 () Mas de \$2.50

6. Si existiera un Restaurante donde le ofrezca todo tipo de ensaladas acompañadas de carnes blancas a la plancha y alternativamente ensaladas de frutas, porciones de frutas, batidos, etc.:

- ¿Asistiría a este lugar? () Sí () No
- ¿Cuántas veces a la semana? _____
- Principales razones por las que consumiría este tipo de producto
1 _____ 2 _____ 3 _____
- ¿Conoce algún lugar donde le ofrezcan este tipo de servicio?
() Sí Nombre del local: _____
() No
- ¿Qué nos sugeriría para este tipo restaurante de comida sana y nutritiva?

Datos del encuestado:

- Fecha: ____/Marzo/2001 Hora: _____ Lugar: _____
- Edad: () menos de 25 () 25 – 35 () 36 – 45 () más de 45
- Sexo: () Mujer () Hombre

Gracias por su colaboración!

Procesamiento de la información

La información procesada se encuentra resumida en tablas y cuadros estadísticos

Total de entrevistados: 216

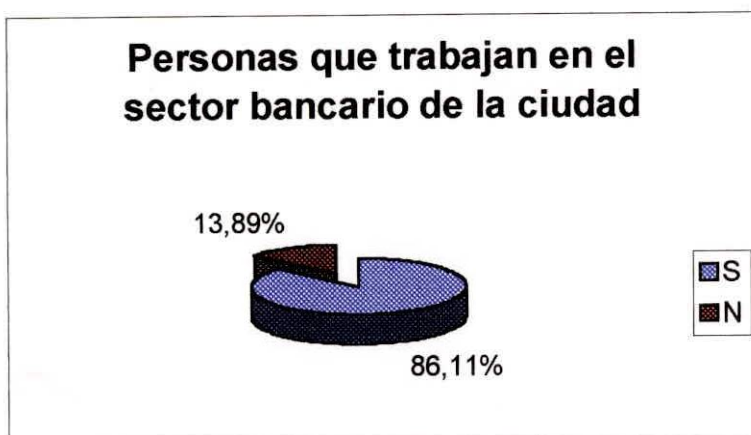
Fecha de realización del estudio: Marzo del 2001

Edad de los entrevistados:

INTERVALO	%
Menos de 25	30.09
25 a 35	48.15
36 a 45	18.52
Más de 45	3.24
PROMEDIO (años)	29

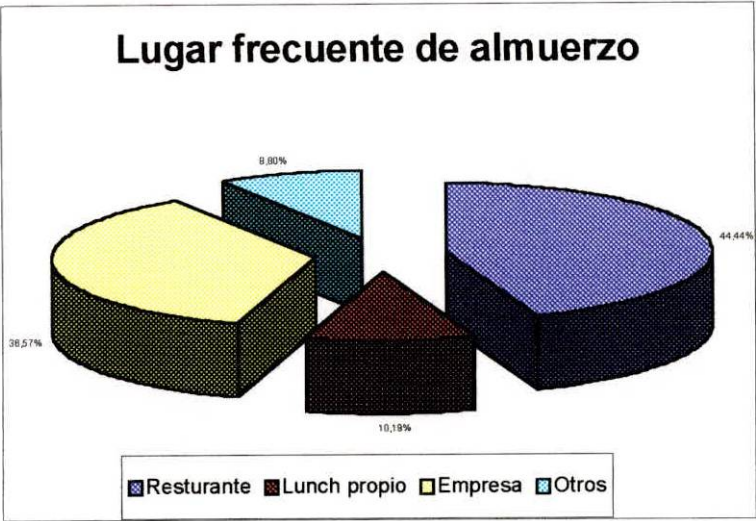
Personas que trabajan en el sector bancario de la ciudad

S	N
86,11%	13,89%



Lugar que frecuentan regularmente las personas a almorzar

Restaurant e	Lunch propio	Empresa	Otros
44,44%	10,19%	36,57%	8,80%



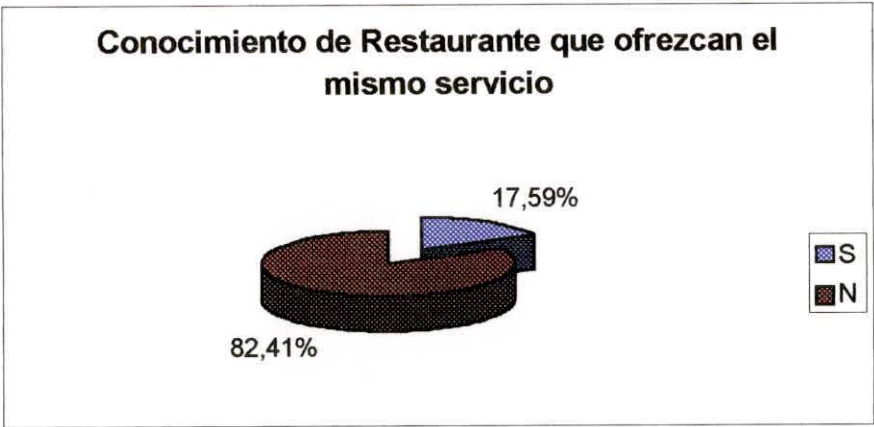
Número de veces a la semana que almuerza en Restaurante

0 días	1 días	2 días	3 días	4 días	5 días
25,93%	16,20%	11,11%	8,33%	4,63%	33,80%

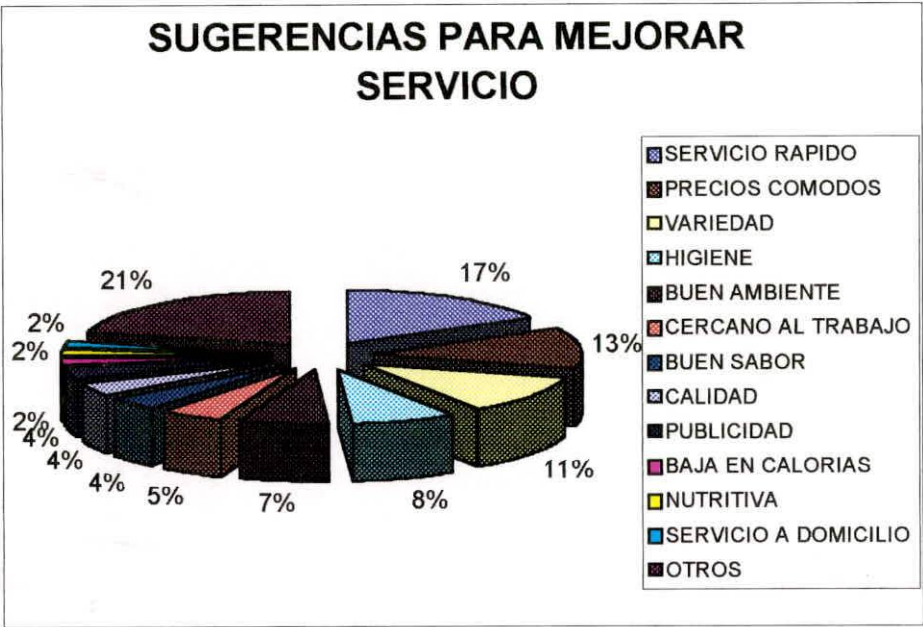


Conocimiento de algún lugar donde ofrezcan el mismo tipo de servicio

S	N
17,59%	82,41%

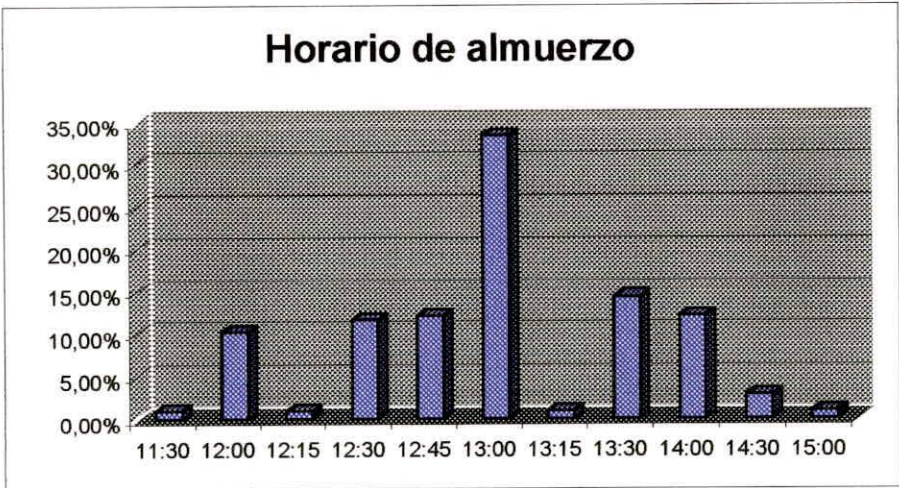


Sugerencias dadas por los encuestados para este tipo de servicio



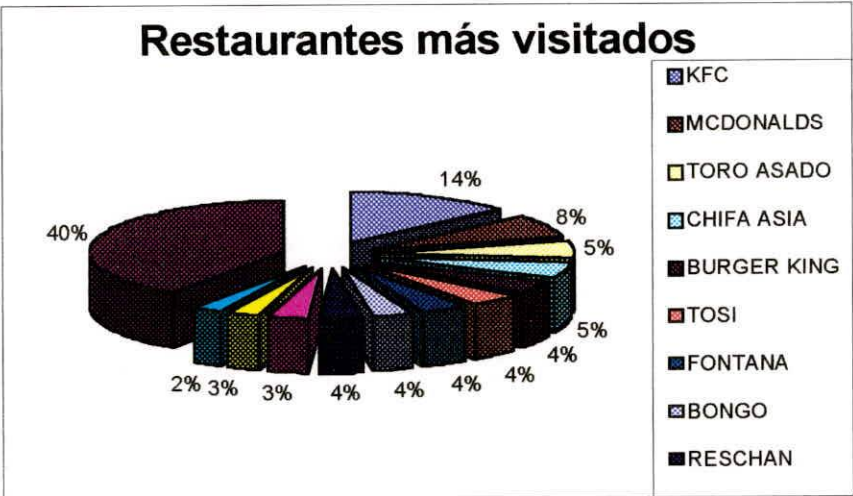
Horario de almuerzo

11:30	12:00	12:15	12:30	12:45	13:00	13:15	13:30	14:00	14:30	15:00
0,93%	10,19%	0,93%	11,57%	12,04%	33,33%	0,93%	14,35%	12,04%	2,78%	0,93%



Restaurantes que más frecuentan para almorzar

KFC	13,84%
MCDONALDS	7,51%
TORO ASADO	5,45%
CHIFA ASIA	5,01%
BURGER KING	4,27%
TOSI	4,12%
FONTANA	3,83%
BONGO	3,53%
RESCHAN	3,53%
CANOA	3,24%
FENIX	2,95%
SOL DE ORIENTE	2,36%
Otros	40,35%



Presupuesto para almorzar

Hasta \$1	Hasta \$1.50	Hasta \$2	Hasta \$2.5	Mas de \$2.50
34,26%	37,50%	10,65%	8,80%	8,80%



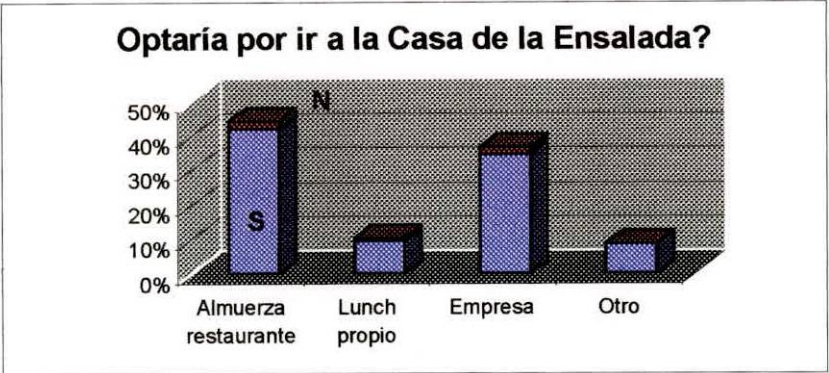
Preferencia por este tipo de servicio

S	N
95%	5%

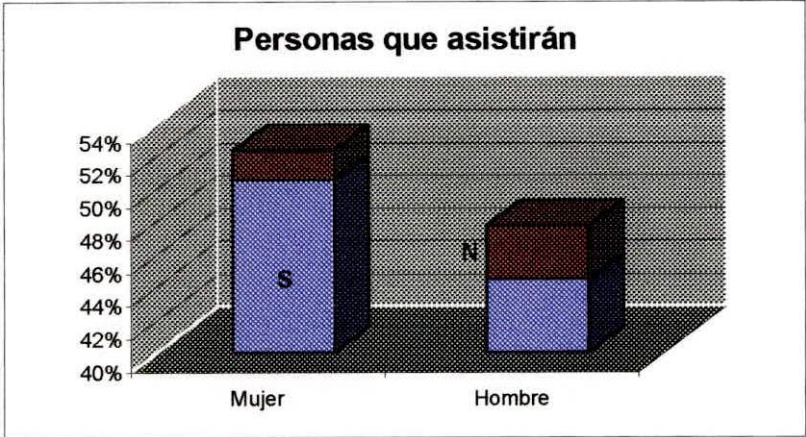


Más de la mitad de los encuestados le gustaría visitar SABOR & SALUD.

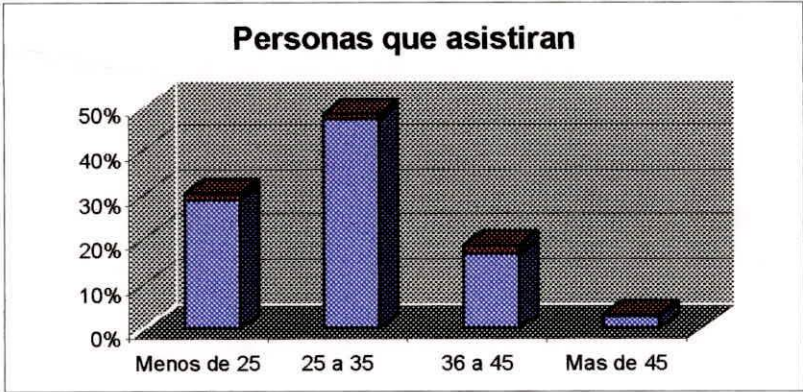
En el siguiente gráfico observamos el porcentaje de personas que optarían por este servicio y que regularmente almuerza ya sea en un restaurante, en la empresa, lunch propio u otro.



Personas que optarían por este servicio, clasificados por sexo:



Personas que optarían por este servicio, clasificados por edad:

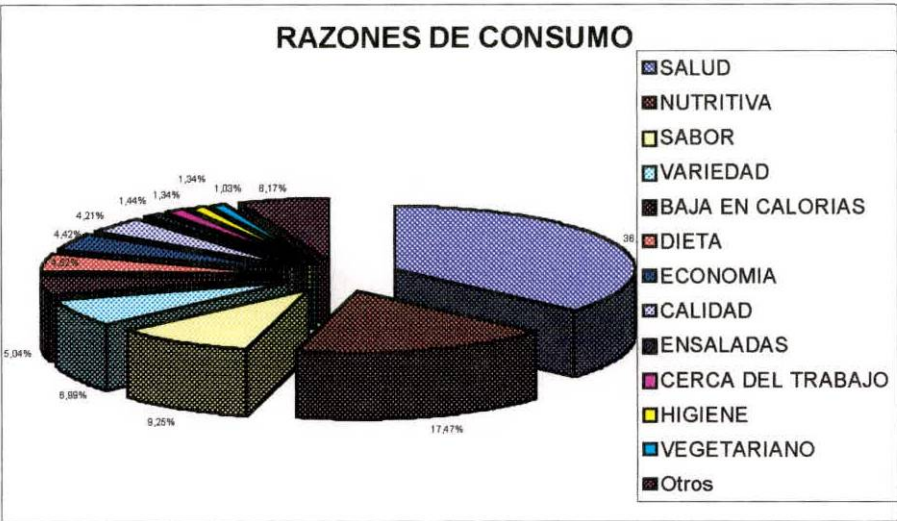


Número de veces a la semana que le gustaría ir a la Casa de la Ensalada

5 días	4 días	3 días	2 días	1 día	0 días
31,94%	3,70%	18,98%	17,59%	16,20%	11,57%



Razones por que la gente consumiría este tipo de producto



Procesamiento de la información

La información procesada se encuentra resumida en tablas y cuadros estadísticos

Total de entrevistados: 216

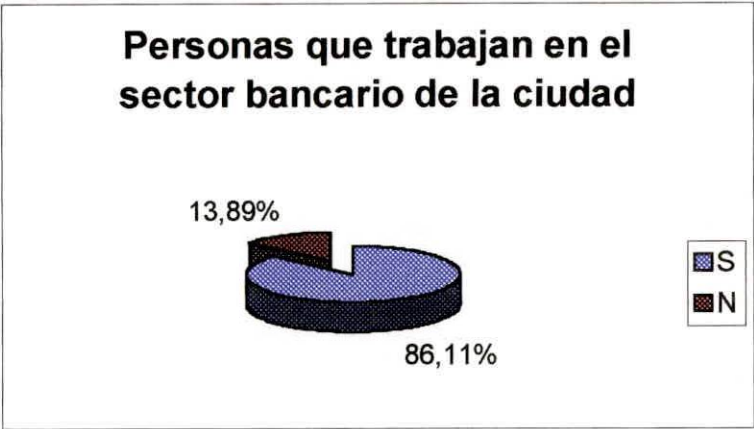
Fecha de realización del estudio: Marzo del 2001

Edad de los entrevistados:

INTERVALO	N
Menos de 25	30.09
25 a 35	48.15
36 a 45	18.52
Más de 45	3.24
PROMEDIO (años)	29

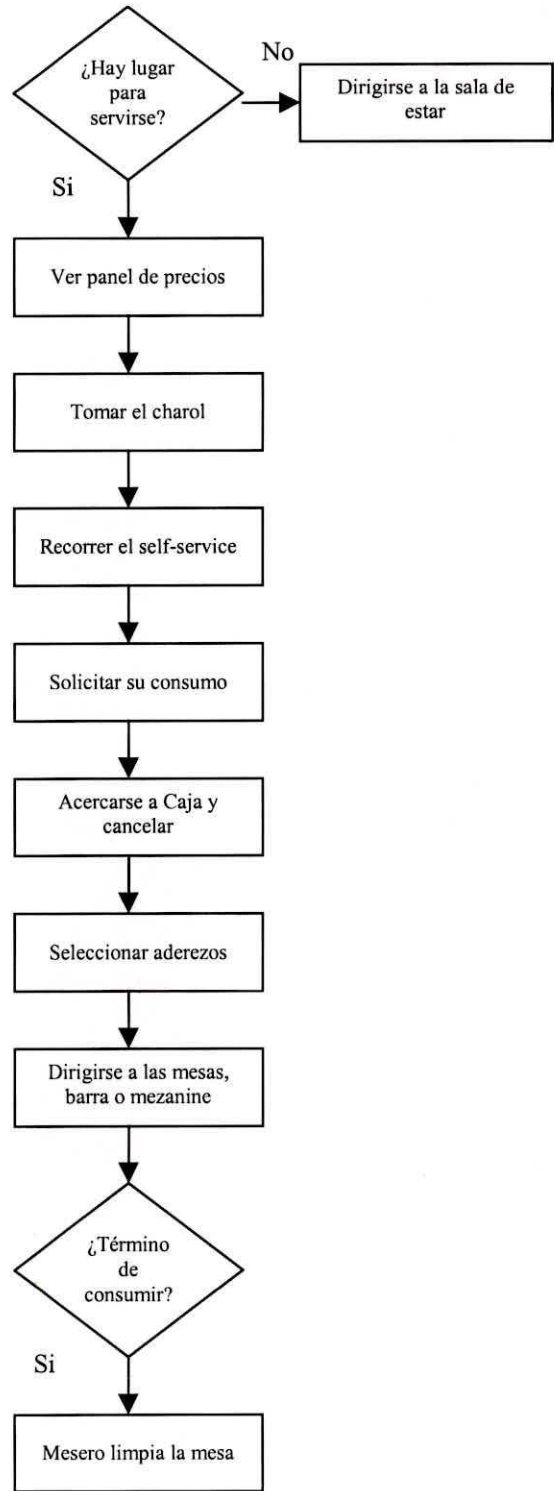
Personas que trabajan en el sector bancario de la ciudad

S	N
86,11%	13,89%



**ANÁLISIS TÉCNICO,
ECONÓMICO Y FINANCIERO**

PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE DE SABOR & SALUD



FRACCION DEL MERCADO Y VENTAS

	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE			2002	2003	2004
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes			
MERCADO TOTAL (UDS)	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.755.676	2.783.233	2.811.065
FRACCION DE MERCADO	0,07%	0,07%	0,08%	0,10%	0,10%	0,12%	0,14%	0,16%	0,18%	0,19%	0,26%	0,33%	1,79%	2,29%	2,79%
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	1.838	2.019	2.226	2.700	2.846	3.259	3.720	4.318	5.075	5.188	7.164	8.955	49.308	63.717	78.409

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE COMPONENTES (KILOGRAMOS)

	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE			2002	2003	2004
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes			
VERDURAS															
CONSUMO VERDURAS	167	183	202	245	258	296	338	392	461	471	650	813	4.476	5.784	7.117
GRANOS															
CONSUMO GRANOS	92	101	111	135	142	163	186	216	254	259	358	448	2.465	3.186	3.920
CARBOHIDRATOS															
CONSUMO CARBOHIDRATOS	193	212	234	284	299	342	391	453	533	545	752	940	5.177	6.690	8.233
POLLO															
CONSUMO POLLO	161	177	195	236	249	285	326	378	444	454	627	784	4.314	5.575	6.861
PESCADO															
CONSUMO PESCADO	69	76	83	101	107	122	140	162	190	195	269	336	1.849	2.389	2.940
ACEITE DE OLIVA															
CONSUMO ACEITE DE OLIVA (ONZAS)	1.838	2.019	2.226	2.700	2.846	3.259	3.720	4.318	5.075	5.188	7.164	8.955	49.308	63.717	78.409
FRUTA															
CONSUMO FRUTA	511	562	619	751	792	907	1.035	1.201	1.412	1.443	1.993	2.491	13.716	17.725	21.812
MIEL DE ABEJA															
CONSUMO MIEL	1,47	2	2	2	2	3	3	3	4	4	6	7	39	51	63

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE			2002	2003	2004
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes			
VERDURAS															
CANTIDAD A COMPRAR	166,83	183,26	202,05	245,08	258,33	295,82	337,66	391,94	460,65	470,91	650,27	812,84	4.475,65	5.783,54	7.117,12
COSTO PROMEDIO	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,43	0,48
COSTO TOTAL	63,44	69,68	76,83	93,19	98,23	112,48	128,39	149,03	175,16	179,06	247,25	309,07	1.701,79	2.462,99	3.394,62
GRANOS															
CANTIDAD A COMPRAR	91,90	100,95	111,30	135,00	142,30	162,95	186,00	215,90	253,75	259,40	358,20	447,75	2.465,40	3.185,85	3.920,45
COSTO PROMEDIO	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,42	1,59
COSTO TOTAL	116,25	127,70	140,79	170,78	180,01	206,13	235,29	273,11	320,99	328,14	453,12	566,40	3.118,73	4.513,71	6.221,03
CARBOHIDRATOS															
CANTIDAD A COMPRAR	192,99	212,00	233,73	283,50	298,83	342,20	390,60	453,39	532,88	544,74	752,22	940,28	5.177,34	6.690,29	8.232,95
COSTO PROMEDIO	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,36	0,41
COSTO TOTAL	62,48	68,63	75,67	91,78	96,75	110,79	126,46	146,79	172,52	176,36	243,53	304,42	1.676,17	2.425,91	3.343,51
POLLO															
CANTIDAD A COMPRAR	160,83	176,66	194,78	236,25	249,03	285,16	325,50	377,83	444,06	453,95	626,85	783,56	4.314,45	5.575,24	6.860,79
COSTO PROMEDIO	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,70	4,15
COSTO TOTAL	531,83	584,20	644,10	781,25	823,50	943,00	1.076,39	1.249,42	1.468,46	1.501,16	2.072,92	2.591,15	14.267,36	20.649,03	28.459,56
PESCADO															
CANTIDAD A COMPRAR	68,93	75,71	83,48	101,25	106,73	122,21	139,50	161,93	190,31	194,55	268,65	335,81	1.849,05	2.389,39	2.940,34
COSTO PROMEDIO	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,31	3,70	4,15
COSTO TOTAL	227,93	250,37	276,04	334,82	352,93	404,14	461,31	535,47	629,34	643,35	888,39	1.110,49	6.114,58	8.849,58	12.196,96
ACEITE DE OLIVA															
CANTIDAD A COMPRAR	1.838,00	2.019,00	2.226,00	2.700,00	2.846,00	3.259,00	3.720,00	4.318,00	5.075,00	5.188,00	7.164,00	8.955,00	49.308,00	63.717,00	78.409,00
COSTO PROMEDIO	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,17	0,19
COSTO TOTAL	271,89	298,67	329,29	399,41	421,01	482,10	550,30	638,76	750,74	767,46	1.059,76	1.324,70	7.294,08	10.556,66	14.549,74
FRUTA															
CANTIDAD A COMPRAR	511,29	561,64	619,22	751,08	791,69	906,58	1.034,82	1.201,17	1.411,75	1.443,18	1.992,86	2.491,08	13.716,36	17.724,61	21.811,59
COSTO PROMEDIO	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,34	0,38	0,43
COSTO TOTAL	174,04	191,18	210,79	255,67	269,49	308,60	352,26	408,88	480,56	491,26	678,38	847,97	4.669,09	6.757,53	9.313,59
MIEL DE ABEJA															
CANTIDAD A COMPRAR	1,47	1,62	1,78	2,16	2,28	2,61	2,98	3,45	4,06	4,15	5,73	7,16	39,45	50,97	62,73
COSTO Kg.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
COSTO TOTAL	3,68	4,04	4,45	5,40	5,69	6,52	7,44	8,64	10,15	10,38	14,33	17,91	98,62	127,43	156,82
COSTO MATERIAS PRIMAS	1.452	1.594	1.758	2.132	2.248	2.574	2.938	3.410	4.008	4.097	5.658	7.072	38.940	56.343	77.636
IVA 12%	33	36	40	48	51	58	66	77	90	92	127	159	875	1.267	1.746
COSTO TOTAL MATERIAS PRIMAS	1.484	1.630	1.797	2.180	2.298	2.632	3.004	3.487	4.098	4.189	5.785	7.231	39.816	57.610	79.382
PAGO DE CONTADO	1.484	1.630	1.797	1.541	1.624	1.859	2.123	2.464	2.896	2.960	4.088	5.109	28.134	42.828	61.246
PAGO A PLAZOS	0	0	0	640	674	772	881	1.023	1.202	1.229	1.697	2.122	11.682	16.903	23.291
PAGOS VENCIDOS	0	0	0	0	640	674	772	881	1.023	1.202	1.229	1.697	8.119	11.748	16.188
EGRESOS EFECTIVOS	1.484	1.630	1.797	1.541	2.264	2.534	2.895	3.345	3.919	4.182	5.317	6.807	37.684	54.576	77.434
CUENTAS POR PAGAR	0	0	0	640	674	772	881	1.023	1.202	1.229	1.697	2.122	2.122	5.155	7.103

PRESUPUESTO DE INGRESOS

PRODUCTO	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE			2002	2003	2004
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes			
1- COMBO POLLO															
CANTIDAD A VENDER	1.287	1.413	1.558	1.890	1.992	2.281	2.604	3.023	3.553	3.632	5.015	6.269	34.516	44.602	54.886
PRECIO DE VENTA UNITARIO	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,76	1,85
VENTA TOTAL	2.058,56	2.261,28	2.493,12	3.024,00	3.187,52	3.650,08	4.166,40	4.836,16	5.684,00	5.810,56	8.023,68	10.029,60	55.224,96	78.499,34	101.429,88
2- COMBO PESCADO															
CANTIDAD A VENDER	551	606	668	810	854	978	1.116	1.295	1.523	1.556	2.149	2.687	14.792	19.115	23.523
PRECIO DE VENTA UNITARIO	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,76	1,85
VENTA TOTAL	882,24	969,12	1.068,48	1.296,00	1.366,08	1.564,32	1.785,60	2.072,64	2.436,00	2.490,24	3.438,72	4.298,40	23.667,84	33.642,58	43.469,95
3- ENSALADA DE FRUTAS															
CANTIDAD A VENDER	74	81	89	108	114	130	149	173	203	208	287	358	1.972	2.549	3.136
PRECIO DE VENTA UNITARIO	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,66	0,69
VENTA TOTAL	58,82	64,61	71,23	86,40	91,07	104,29	119,04	138,18	162,40	166,02	229,25	286,56	1.577,66	1.682,13	2.173,50
4- JUGO DE FRUTAS															
CANTIDAD A VENDER	147	162	178	216	228	261	298	345	406	415	573	716	3.945	2.549	3.136
PRECIO DE VENTA UNITARIO	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,44	0,46
VENTA TOTAL	88,22	96,91	106,85	129,60	136,61	156,43	178,56	207,26	243,60	249,02	343,87	429,84	2.366,78	1.121,42	1.449,00
5- BATIDO DE FRUTAS															
CANTIDAD A VENDER	74	81	89	108	114	130	149	173	203	208	287	358	1.972	2.549	3.136
PRECIO DE VENTA UNITARIO	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,44	0,46
VENTA TOTAL	29,41	32,30	35,62	43,20	45,54	52,14	59,52	69,09	81,20	83,01	114,62	143,28	788,93	1.121,42	1.449,00
VENTAS BRUTAS	3.117,25	3.424,22	3.775,30	4.579,20	4.826,82	5.527,26	6.309,12	7.323,33	8.607,20	8.798,85	12.150,14	15.187,68	83.626,37	116.066,89	149.971,33
IVA 12%	374,07	410,91	453,04	549,50	579,22	663,27	757,09	878,80	1.032,86	1.055,86	1.458,02	1.822,52	10.035,16	13.928,03	17.996,56
VENTAS NETAS	3.491,32	3.835,13	4.228,33	5.128,70	5.406,03	6.190,54	7.066,21	8.202,13	9.640,06	9.854,71	13.608,16	17.010,20	93.661,53	129.994,91	167.967,89
VENTAS AL CONTADO	3.491	3.835	4.228	5.129	5.406	6.191	5.804	6.737	7.919	8.095	11.178	13.973	81.986	106.782	137.974
VENTAS A PLAZOS	0	0	0	0	0	0	1.262	1.465	1.721	1.760	2.430	3.038	11.675	23.213	29.994
RECUPERACION DE CARTERA	0	0	0	0	0	0	0	1.262	1.465	1.721	1.760	2.430	8.638	19.257	24.882
INGRESOS EFECTIVOS	3.491	3.835	4.228	5.129	5.406	6.191	5.804	7.999	9.383	9.816	12.938	16.403	90.624	128.039	162.856
CUENTAS POR COBRAR	0	0	0	0	0	0	1.262	1.465	1.721	1.760	2.430	3.038	3.038	3.956	5.112

Materia Prima

Producto	Kg.	Minimo Medida	Precio	Medida	Costo/Kg.	Kg.	Porcion Costo
Vegetales							
Rabanos				Kg.	0,5400	0,050	0,0270
Zanahoria	27,27			6 Kg.	0,2200	0,050	0,0110
Remolacha				Kg.	0,2200	0,050	0,0110
Col				Kg.	0,1000	0,020	0,0020
Col Morada				Kg.	0,7700	0,020	0,0154
Lechuga				Kg.	0,2000	0,020	0,0040
Brocoli				Kg.	0,4200	0,050	0,0210
Coliflor				Kg.	0,4000	0,040	0,0160
Vainitas	5,45		1,4	Kg.	0,2569	0,050	0,0128
Pepinos	4,26		0,8	Kg.	0,1878	0,070	0,0131
pimientos	6		1	Kg.	0,1667	0,050	0,0083
Tomate	20,5		8	Kg.	0,3902	0,050	0,0195
Aguacate	0,28		0,3	Kg.	1,0714	0,070	0,0750
Promedio					0,380	0,045	0,0182

Granos							
Choclo					1,1000	0,070	0,0770
Frejol					1,1000	0,050	0,0550
Haba					1,1000	0,050	0,0550
Alverja					1,7600	0,030	0,0528
Promedio					1,2650	0,050	0,0600

Carbohidratos							
Papa	45,45		8		0,1760	0,150	0,0264
Yuca					0,2000	0,150	0,0300
Arroz	45,45		20		0,4400	0,060	0,0264
Arroz integral	45,45		21,768		0,4789	0,060	0,0287
Promedio					0,3238	0,105	0,0279

aceite de oliva (onzas)	33,8 1 litro		5 onzas		0,1479	1,000	0,1479
--------------------------------	--------------	--	---------	--	--------	-------	--------

Proteinas							
Pollo deshuesado	0,4536 libra		1,5		3,3069	0,125	0,4134
Pescado (corvina blanca)	0,4536 libra		1,5		3,3069	0,125	0,4134

Frutas							
Piña	2		0,6		0,3000		
Sandia	10,12		1,8		0,1779		
Melon	2		0,9		0,4500		
Papaya	1		0,4		0,4000		
Papaya Hawayana	1		0,18		0,1800		
Manzana roja	0,1 unidad		0,18		1,8000		
Uva negra	0,4536		1,16		2,5573192		
Uva roja	0,4536		1,6		3,5273369		
Frutilla	0,4536		1,6		3,5273369		
Guineo					0,0200		
Naranja	15 100unidades		2		0,1333		
Guayabas	2,15		1		0,4651		
Tomatillo	7,5 60 unidades		6		0,8000		
					1,1029		
miel de abeja	0,6		1,5		2,5000		

Frutas Porciones							
Piña					0,3000	0,060	0,0180
Sandia					0,1779	0,625	0,1112
Melon					0,4500	0,200	0,0900
Papaya					0,4000	0,125	0,0500
Papaya Hawayana					0,1800	0,125	0,0225
Costo Promedio					0,3016	0,227	0,0583

Ensalada de Frutas							
Piña					0,3000	0,120	0,0360
Sandia					0,1779	0,625	0,1112
Melon					0,4500	0,200	0,0900
Papaya					0,4000	0,250	0,1000
Guineo					0,0200	0,300	0,0060
Manzana roja					1,8000	0,100	0,1800
Uva negra					2,5573	0,120	0,3069
Naranja					0,1333	0,600	0,0800
miel de abeja					2,5000	0,100	0,0003
azucar						0,050	0,0500
Costo porcion					0,7298	0,4930	0,1921

Jugos de Frutas							
Piña					0,3000	0,060	0,0180
Sandia					0,1779	0,625	0,1112
Melon					0,4500	0,200	0,0900
Papaya					0,4000	0,125	0,0500
Naranja					0,1333	0,600	0,0800
Guayabas					0,4651	0,170	0,0791
Tomatillo					0,8000	0,125	0,1000
azucar						0,050	0,0500
Costo Jugo					0,3895	0,105	0,0723

Batidos de Frutas							
Costo Jugo							0,0723
Leche de soya							0,1000
Costo Batido					0,3895		0,1723

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA POR UNIDAD

COMBO POLLO

	Porciones		Cantidad	VR. UNITARIO	VR.TOTAL
	No.	Kg.	Kg.		
Verduras	2	0,045	0,091	0,018	0,04
Granos	1	0,050	0,050	0,060	0,06
Carbohidratos	1	0,105	0,105	0,028	0,03
Proteinas	1	0,125	0,125	0,413	0,41
Fruta	1	0,227	0,227	0,058	0,06
Aceite de oliva	1	1,000	1,000	0,148	0,15
					0,74
IVA	12%				0,02
TOTAL					0,76

COMBO PESCADO

	Porciones		Cantidad	VR. UNITARIO	VR.TOTAL
	No.	Kg.	Kg.		
Verduras	2	0,045	0,091	0,018	0,04
Granos	1	0,050	0,050	0,060	0,06
Carbohidratos	1	0,105	0,105	0,028	0,03
Proteinas	1	0,125	0,125	0,413	0,41
Fruta	1	0,227	0,227	0,058	0,06
Aceite de oliva	1	1,000	1,000	0,148	0,15
					0,74
IVA	12%				0,02
TOTAL					0,76

ENSALADA DE FRUTAS

	No.	Kg.	CANTIDAD Kg.	VR. UNITARIO	VR.TOTAL
Piña	0,20	0,120	0,024	0,3000	0,01
Sandia	0,20	0,625	0,125	0,1779	0,02
Melon	0,20	0,200	0,040	0,4500	0,02
Papaya	0,20	0,250	0,050	0,4000	0,02
Guineo	0,20	0,300	0,060	0,0200	0,00
Manzana roja	0,20	0,100	0,020	1,8000	0,04
Uva negra	0,20	0,120	0,024	2,5573	0,06
Naranja	0,20	0,600	0,120	0,1333	0,02
miel de abeja	0,20	0,100	0,020	2,5000	0,05
			0,463		0,23
IVA	12%				0,01
TOTAL					0,24

JUGO DE FRUTAS

	No.	Kg.	CANTIDAD Kg.	VR. UNITARIO	VR.TOTAL
Piña	1,00	0,060	0,060	0,3000	0,02
Sandia	1,00	0,625	0,625	0,1779	0,11
Melon	1,00	0,200	0,200	0,4500	0,09
Papaya	1,00	0,125	0,125	0,4000	0,05
Naranja	1,00	0,600	0,600	0,1333	0,08
Guayabas	1,00	0,170	0,170	0,4651	0,08
Tomatillo	1,00	0,125	0,125	0,8000	0,10
azucar	1,00	0,050	0,050	0,1333	0,01
PROMEDIO			0,272		0,07

BATIDOS DE DE FRUTAS

	No.	Kg.	CANTIDAD Kg.	VR. UNITARIO	VR.TOTAL
Piña	1,00	0,060	0,060	0,3000	0,02
Sandia	1,00	0,625	0,625	0,1779	0,11
Melon	1,00	0,200	0,200	0,4500	0,09
Papaya	1,00	0,125	0,125	0,4000	0,05
Naranja	1,00	0,600	0,600	0,1333	0,08
Guayabas	1,00	0,170	0,170	0,4651	0,08
Tomatillo	1,00	0,125	0,125	0,8000	0,10
azucar	1,00	0,05	0,050	0,1333	0,01
Leche de soya			1	0,100	0,10
COSTO			0,272		0,17

PROYECCIÓN DE VENTAS (\$)

	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE					
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes	2002	2003	2004
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS															
Combo Pollo	1,287	1,413	1,558	1,890	1,992	2,281	2,604	3,023	3,553	3,632	5,015	6,269	34,516	44,602	54,886
Precio de Venta (\$/Und).	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,76	1,85
Combo Pescado	551	606	668	810	854	978	1,116	1,295	1,523	1,556	2,149	2,687	14,792	19,115	23,523
Precio de Venta (\$/Und)	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,76	1,85
Ensaladas de frutas	74	81	89	108	114	130	149	173	203	208	287	358	1,972	2,549	3,136
precio de Venta (\$/Und)	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,88	0,92
Jugos de frutas	147	162	178	216	228	261	298	345	406	415	573	716	3,945	5,097	6,273
precio de Venta (\$/Und)	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,66	0,69
Batidos de frutas	74	81	89	108	114	130	149	173	203	208	287	358	1,972	2,549	3,136
precio de Venta (\$/Und)	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,44	0,46
VALOR DE VENTAS (\$) TOTAL	3,117	3,424	3,775	4,579	4,827	5,527	6,309	7,323	8,607	8,799	12,150	15,188	83,626	118,870	153,594
% DESCUENTOS	10%	10%	10%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	6%	5%	5%
VALOR DESCUENTOS	311,72	342,42	377,53	228,96	241,34	276,36	315,46	366,17	430,36	439,94	607,51	759,38	4,697,16	5,943,52	7,679,69
VALOR NETO DE VENTAS	2,806	3,082	3,398	4,350	4,585	5,251	5,994	6,957	8,177	8,359	11,543	14,428	78,929	112,927	145,914
POLITICA DE CARTERA (DIAS)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
% VENTAS DE CONTADO	100%	100%	100%	100%	100%	100%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	90%	80%	80%
VALOR VENTAS DE CONTADO	2,806	3,082	3,398	4,350	4,585	5,251	4,795	5,566	6,541	6,687	9,234	11,543	67,838	90,342	116,731
%VENTA A PLAZOS	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	10%	20%	20%
VALOR VENTAS A PLAZOS	0	0	0	0	0	0	1,199	1,391	1,635	1,672	2,309	2,886	2,886	22,585	29,183

PRECIO DE VENTA DE C/PRODUCTO

PRODUCTO	2002	2003	2004
		10%	5%
Combo Pollo	1,60	1,76	1,85
Combo Pescado	1,60	1,76	1,85
Ensalada de frutas	0,80	0,88	0,92
Batidos de frutas	0,60	0,66	0,69
Jugos de frutas	0,40	0,44	0,46

GASTOS PREOPERATIVOS

	ANO 0	2.002	2.003	2.004
GASTOS DE CONSTITUCION DE LA CIA.	500			
GASTOS DEL ESTUDIO DEL PROYECTO	800	0	0	0
TOTAL	1.300	0	0	0

PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE OFICINA			
COMPUTADOR	1	750,00	750,00
IMPRESORA MATRICIAL	1	100,00	100,00
REGULADOR DE VOLTAJE	1	30,00	30,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			880,00
MUEBLES Y ENSERES			
SISTEMA DE ALARMA	1	400,00	400,00
MUEBLE PARA COMPUTADORA	1	120,00	120,00
SILLA PARA ESCRITORIO	1	50,00	50,00
ARCHIVADOR	1	80,00	80,00
TELEFONO	1	30,00	30,00
EXTINTOR	1	50,00	50,00
VARIOS OFICINA	1	20,00	20,00
ESTACION SELF SERVICE DE 6 POZOS	2	1.350,00	2.700,00
ESTACION SELF SERVICE DE 10 POZOS	1	1.450,00	1.450,00
BANDEJAS LARGAS	2	40,00	80,00
BANDEJAS DE 1/2	10	25,00	250,00
BANDEJAS DE 1/4	4	18,00	72,00
BANDEJAS DE 1/3	1	16,00	16,00
BANDEJAS DE 1/6	4	14,00	56,00
VACIADOR EXACTO DE 1 ONZA (PARA E)	1	15,00	15,00
JUGUERA DE 2 SERVICIOS DE 4 GALON	1	1.012,00	1.012,00
SOPEROS	80	0,50	40,00
PLATOS TENDIDO	80	0,80	64,00
VASOS PARA JUGO	80	0,60	48,00
VASOS PARA BATIDOS	40	0,80	32,00
COPAS PARA ENSALADAS DE FRUTAS	40	0,80	32,00
CUCHARAS SOPERAS	80	0,60	48,00
CHUCHARITAS	80	0,50	40,00
TENEDORES	80	0,60	48,00
CUCHILLOS	80	1,00	80,00
BANDEJAS DE POLIPROPILENO	80	1,20	96,00
CAJA REGISTRADORA	1	110,00	110,00
SILLAS	64	7,00	448,00
MESAS	16	12,00	192,00
MANTELES	16	1,50	24,00
BUTACAS	10	8,00	80,00
PANEL PARA AVISOS	1	40,00	40,00
MUEBLES PARA ESPERA	1	300,00	300,00
TELEVISOR LG 21"	1	500,00	500,00
EQUIPO DE SONIDO	1	450,00	450,00
PANEL DE PRECIOS	1	100,00	100,00
LETRERO EXTERIOR	1	150,00	150,00
ADECUACIONES	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			10.823,00
MAQUINAS Y EQUIPOS			
COCINA INDUSTRIAL MARCA VENANCIO	1	750,00	750,00
EXTRACTOR DE OLORES	1	250,00	250,00
LICUADORA HAMILTON BEACH DE 1/2 G	1	335,00	335,00
OLLAS	1	200,00	200,00
SET DE CUCHILLOS	1	30,00	30,00
UTENSILIOS VARIOS	1	200,00	200,00
MESA DE ACERO INOXIDABLE	1	200,00	200,00
PROCESADOR DE ALIMENTOS	1	80,00	80,00
CONGELADOR	1	960,00	960,00
REFRIGERADOR	1	780,00	780,00
MODULARES	1	500,00	500,00
DISPENSADOR DE AGUA CALIENTE Y FR	1	224,00	224,00
BOTELLONES PARA AGUA DE 4 GALONE	4	7,00	28,00
EXTRACTOR DE JUGOS DE NARANJA	1	40,00	40,00
LICUADORA	2	60,00	120,00
ADECUACIONES	1	500,00	500,00
TOTAL MAQUINAS Y EQUIPOS			5.197,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			16.900

DEPRECIACION Y AMORTIZACION

	PERIODO	PAAG	INVERSION	AJUSTE	DEPRECIACION	AJUSTE DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA
EQUIPOS DE OFICINA(5 AÑOS)	0	20%	880	0	0		
	1	20%	880	0	176	0	176
	2	20%	880	0	176	0	352
	3	20%	880	0	176	0	528
MUEBLES Y ENSERES (10 AÑOS)	0	10%	10.823		0	0	
	1	10%	10.823	0	1.082	0	1.082
	2	10%	10.823	0	1.082	0	2.165
	3	10%	10.823	0	1.082	0	3.247
MAQUINARIAS Y EQUIPOS (10 AÑOS)	0	10%	5.197		0	0	
	1	10%	5.197	0	520	0	520
	2	10%	5.197	0	520	0	1.039
	3	10%	5.197	0	520	0	1.559
	PERIODO	PAAG	VR.ACTUAL	AJUSTE	AMORTIZACION	AJUSTE AMORTIZACION	AMORTIZACION ACUMULADA
GASTOS PREOPERATIVOS	0	10%	1.300	0	0	0	0
	1	10%	1.300	0	130	0	130
	2	10%	1.300	0	130	0	260
	3	10%	1.300	0	130	0	390

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

CARGO	CONCEPTO	ANO 1		ANO 2		ANO 3	
		No.	Valor	No.	Valor	No.	Valor
					10%		5%
ADMINISTRADOR	SALARIO BASICO MENSUAL	1	300	1	330	1	347
	COMPONENTE SALARIAL		32		32		32
	SALARIO ANUAL		3.984		4.344		4.542
	PRESTACIONES SOC.		1.195		1.314		1.379
COCINERO	SALARIO BASICO MENSUAL	1	118	1	130	1	136
	COMPONENTE SALARIAL		32		32		32
	SALARIO ANUAL		1.800		1.942		2.019
	PRESTACIONES SOC.		475		522		547
AYUDANTE COCINA	SALARIO BASICO MENSUAL	1	48	1	53	1	55
	COMPONENTE SALARIAL		32		32		32
	SALARIO ANUAL		960		1.018		1.049
	PRESTACIONES SOC.		198		217		227
GUARDIA	SALARIO BASICO MENSUAL	1	68	1	75	1	79
	COMPONENTE SALARIAL		32		32		32
	SALARIO ANUAL		1.200		1.282		1.326
	PRESTACIONES SOC.		277		304		319
PERSONAL A MEDIO	SALARIO BASICO MENSUAL	3	48	3	53	3	55
	COMPONENTE SALARIAL		32		32		32
	SALARIO ANUAL		2.880		3.053		3.148
	PRESTACIONES SOC.		594		651		682
	TOTAL SALARIOS MENSUALES		678		746		783
	TOTAL COMPONENTES SALARIALES		224		224		224
	TOTAL SALARIOS ANUALES		10.824		11.638		12.085
	TOTAL PRESTACIONES ANUAL		2.738		3.007		3.154
	TOTAL COSTO MANO DE OBRA		13.562		14.644		15.239

PRESTACIONES SOCIALES

CONCEPTO	PORCENTAJE
APORTE PATRONAL I.E.S.S	11,15%
SECAP	0,50%
IECE	0,50%
13 SUELDO	8,33%
FONDO DE RESERVA	8,33%
VACACIONES	4,16%
TOTAL	32,97%

PRESUPUESTO GASTOS DE PERSONAL

	1er.TRIMESTRE			2do.TRIMESTRE			3er.TRIMESTRE			4to.TRIMESTRE			2002	2003	2004
CONCEPTO	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes			
SALARIO BASICO	678	678	678	678	678	678	678	678	678	678	678	678	8,136	8,950	9,397
COMPONENTE SALARIAL	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	2,688	2,688	2,688
APORTE PATRONAL AL I.E.S.S	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	907	998	1,048
SECAP	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	45	47
IECE	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	45	47
13 SUELDO	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	678	746	783
FONDO DE RESERVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	678	746	783
VACACIONES	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	338	372	391
14 SUELDO	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	4.67	56	56	56
TOTAL MANO DE OBRA MENSUAL	1,074	1,074	1,074	1,074	1,074	1,074	1,074	1,074	1,074	1,074	1,074	1,074	13,563	14,644	15,239

PERMISOS DE IMPUESTOS

	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE			2002	2003	2004
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes			
A LOS ACTIVOS TOTALES A LOS MUNICI	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	25	25
SUPERINTENDENCIA DE CIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	17
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	34	34	34
BOMBEROS	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	20	20
LETREROS Y ROTULOS	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10	10
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	80	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	0	0
TASA DE HABILITACION DEL NEGOCIO	200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	200	0	0
TOTAL	369	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	369	106	106

IVA POR PAGAR

	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE			2002	2003	2004
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes			
IVA COBRADO EN VENTAS	374	411	453	550	579	663	757	879	1.033	1.056	1.458	1.823	10.035	13.928	17.997
IVA PAGADO EN COMPRAS	33	36	40	48	51	58	66	77	90	92	127	159	875	1.267	1.746
IVA A PAGAR	341	375	414	502	529	605	691	802	943	964	1.331	1.664	9.160	12.661	16.251

1

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACION

	MES	2.002	2.003	2.004
ARRIENDO	1.000	12.000	13.200	14.520
SERVICIOS PUBLICOS	80	960	1.056	1.162
SEGURO	88	354	389	428
PERMISOS E IMPUESTOS		369	106	106
DEPRECIACION MAQUINARIAS Y EQUIPOS	0	520	520	520
TOTAL GASTOS DE FABRICACION		14.203	15.271	16.736

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS

	MES	2.002	2.003	2.004
GASTOS DE PUBLICIDAD	209	2.509	1.161	1.500
GASTOS TRANSPORTE	200	2.400	2.640	2.904
GASTOS PAPELERIA	5	60	66	73
SEGURIDAD (RESPUESTA ARMADA)	30	360	396	436
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		1.258	1.258	1.258
TOTAL GASTOS DE ADMIN. Y VTAS		6.587	5.521	6.170

BIBLIOTECA ESPAE
ESPOL



IMPUESTO DE RENTA

	2002
IMPORENTA PAGADO POR ANTICIPADO	0
IMPUESTO DEL AÑO	1.170
VR. A PAGAR POR IMPUESTO DE RENTA	1.170
	2003
IMPORENTA PAGADO POR ANTICIPADO	0
IMPUESTO DEL AÑO	3.871
VR. A PAGAR POR IMPUESTO DE RENTA	3.871
	2004
IMPRENTA PAGADO POR ANTICIPADO	0
IMPUESTO DEL AÑO	5.606
VR. A PAGAR POR IMPUESTO DE RENTA	5.606

ANALISIS DE COSTOS

COSTOS FIJOS	2002	2003	2004
MANO DE OBRA	13.563	14.644	15.239
ARRIENDO	12.000	13.200	14.520
SERVICIOS PUBLICOS	960	1.056	1.162
SEGURO	354	389	428
SEGURIDAD (RESPUESTA ARMADA)	360	396	436
PERMISOS E IMPUESTOS	369	106	106
DEPRECIACION EQUIPOS Y MUEBLES	1.778	1.778	1.778
AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS	130	130	130
GASTOS PAPELERIA	60	66	73
TOTAL COSTOS FIJOS	29.574	31.766	33.871
COSTOS VARIABLES			
MATERIA PRIMA (SIN IVA)	38.940	56.343	77.636
GASTO PUBLICIDAD	2.509	1.161	1.500
GASTO TRANSPORTE	2.400	2.640	2.904
TOTAL COSTOS VARIABLES	43.849	60.144	82.040
COSTO TOTAL	73.423	91.909	115.911
NUMERO PRODUCTOS	57.197	73.912	90.954
COSTO PROMEDIO PRODUCTO	1,28	1,24	1,27
COSTO VAR UNIT PROM	0,77	0,81	0,90
PRECIO PROMEDIO UNITARIO*(SIN IVA)	1,46	1,57	1,65
MARGEN UNITARIO PROMEDIO	0,70	0,76	0,75
PUNTO DE EQUILIBRIO	42.525	41.983	45.351
REQUERIMIENTOS CAPITAL DE TRABAJO	2.305	2.488	2.664

FLUJO DE CAJA

	1er.TRIMESTRE			2do.TRIMESTRE			3er.TRIMESTRE			4To.TRIMESTRE			2002			2003			2004		
ITEM	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12								
CAJA INICIAL	0,00	3.800,00	2.611,72	1.618,11	781,81	1.212,95	1.186,47	1.612,12	1.174,93	2.345,86	4.151,91	5.997,02	9.620,88	3.800,00	14.700,54	34.601,16					
ACTIVIDADES OPERATIVAS																					
Más : COBROS EN EFECTIVO A CLIENTES																					
Ventas al Contado	0,00	3.179,59	3.492,71	3.850,80	4.899,74	5.164,69	5.914,17	5.488,93	6.371,30	7.488,26	7.655,00	10.570,63	13.213,28	77.289,11	100.838,01	130.293,93					
Recuperacion de Cartera	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.261,82	1.464,67	1.721,44	1.759,77	2.430,03	8.637,73	22.294,73	28.838,62					
Total Efectivo de Clientes	0,00	3.179,59	3.492,71	3.850,80	4.899,74	5.164,69	5.914,17	5.488,93	7.633,12	8.952,93	9.376,44	12.330,39	15.643,31	85.926,84	123.132,74	159.132,55					
Menos : PAGOS EN EFECTIVO																					
A Proveedores	0,00	1.484,17	1.630,32	1.797,47	1.540,53	2.263,53	2.533,76	2.894,64	3.345,06	3.918,66	4.162,49	5.316,70	6.806,75	37.694,09	54.576,23	77.433,76					
A Empleados (Salarios)	0,00	902,00	902,00	902,00	902,00	902,00	902,00	902,00	902,00	902,00	902,00	902,00	902,00	10.824,00	14.376,04	15.091,76					
A Empleados (Utilidades)	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	825,96	2.732,12					
Arriendo	0,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	12.000,00	13.200,00	14.520,00					
Servicios Publicos	0,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	960,00	1.056,00	1.161,60					
Seguro	0,00	88,49	88,49	88,49	88,49	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	353,96	389,37	428,30					
Seguridad (Respuesta Armada)	0,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	396,00	435,60					
Permisos e Impuestos	0,00	369,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	369,15	106,05	106,05					
Publicidad	0,00	209,07	209,07	209,07	209,07	209,07	209,07	209,07	209,07	209,07	209,07	209,07	209,07	2.400,00	2.640,00	2.904,00					
Transporte	0,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	60,00	66,00	72,60					
Papeleria	0,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	60,00	66,00	72,60					
IVA	0,00	0,00	341,44	375,07	413,52	501,58	528,70	605,42	691,06	802,15	942,78	963,77	1.330,85	7.496,32	13.269,68	15.951,48					
Impuesto a la Renta	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	1.170,12	3.870,51					
Total de Pagos en Efectivo	0,00	4.367,87	4.486,32	4.687,10	4.468,61	5.191,17	5.488,52	5.926,13	6.462,19	7.146,88	7.531,33	8.706,53	10.563,66	75.026,30	103.232,12	136.207,50					
Efectivo Neto de Act. Operativas	0,00	2.611,72	1.618,11	781,81	1.212,95	1.186,47	1.612,12	1.174,93	2.345,86	4.151,91	5.997,02	9.620,88	14.700,54	14.700,54	34.601,16	57.526,21					
ACTIVIDADES DE INVERSION																					
Adquisicion de Activos Fijos	16.900,00	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					
Depositos en Garantia	2.000,00	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					
Gastos Pre Operativos	1.300,00	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					
Efectivo neto usado en actividades de inversion	20.200,00	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					
ACTIVIDADES FINANCIERAS																					
Más : Aporte de Socios	24.000,00	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					
Menos: Dividendos Pagados (%)	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					
Efectivo neto generado por las actividades financieras	24.000,00	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					
CAJA FINAL	3.800,00	2.611,72	1.618,11	781,81	1.212,95	1.186,47	1.612,12	1.174,93	2.345,86	4.151,91	5.997,02	9.620,88	14.700,54	14.700,54	34.601,16	57.526,21					

- 1.186,47

(2)

14.700,54
10.900,54

BALANCE GENERAL

ACTIVO	AÑO 0	2002	2003	2004
ACTIVO CORRIENTE				
Caja y Bancos	3.800	14.701	34.601	57.526
Cuentas por Cobrar- Clientes	0	3.038	3.956	5.112
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	3.800	17.738	38.557	62.638
ACTIVO FIJO				
Equipos de Oficina	880	880	880	880
Menos: Depreciación	0	176	352	528
Muebles y Enseres	10.823	10.823	10.823	10.823
Menos: Depreciación	0	1.082	2.165	3.247
Maquinaria y Equipos	5.197	5.197	5.197	5.197
Menos: Depreciación	0	520	1.039	1.559
TOTAL ACTIVOS FIJOS	16.900	15.122	13.344	11.566
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES				
Gastos PreOperativos	1.300	1.300	1.300	1.300
Menos: Amortización	0	130	260	390
Gastos Pagados por Anticipado	2.000	2.000	2.000	2.000
TOTAL OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	3.300	3.170	3.040	2.910
TOTAL ACTIVOS	24.000	36.030	54.941	77.114
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
Prestaciones Sociales por Pagar	0	2.738	3.007	3.154
Cuentas por pagar- Proveedores	0	2.122	5.155	7.103
Impuesto de Renta por Pagar	0	1.170	3.871	5.606
Retefuente por pagar		0	0	0
Iva por pagar	0	1.664	1.055	1.354
Participacion de Trabajadores	0	826	2.732	3.957
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	8.520	15.820	21.175
TOTAL PASIVOS	0	8.520	15.820	21.175
PATRIMONIO				
Capital	24.000	24.000	24.000	24.000
Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0	3.510	15.122
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	0	3.510	11.612	16.818
Reserva Legal		0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	24.000	27.510	39.122	55.940
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	24.000	36.030	54.941	77.114

76,35
27.510

ESTADO DE RESULTADOS

ITEM	2002	2003	2004
VENTAS BRUTAS	83.626	116.067	149.971
Menos: Descuentos en Ventas	4.697	5.944	7.680
Menos: Compra de Materia prima	38.940	56.343	77.636
Menos: Costo mano de Obra <i>operación</i>	13.562	14.644	15.239
Menos: Gastos de Fabricación	14.203	15.271	16.736
Menos: Gastos de Administración y Ventas	6.587	5.521	6.170
Menos: Amortización	130	130	130
UTILIDAD GRAVABLE	5.506	18.214	26.381
Menos: Participación Trabajadores (15%)	826	2.732	3.957
Utilidad antes de impuestos	4.680	15.482	22.424
Menos: Impuesto de Renta (15%)	1.170	3.871	5.606
UTILIDAD NETA	3.510	11.612	16.818

4

FLUJO DE CAJA NETO

	ANO 0	2002	2003	2004
UTILIDAD BUTA	0	5.506	18.214	26.381
Más: Depreciación	0	1.778	1.778	1.778
Más: Amortización	0	130	130	130
1. FLUJO DE FONDOS NETO DEL PERIODO		7.414	20.122	28.289
Inversiones en Activos Fijos del Período	16.900	0	0	0
Gastos Preoperativos	1.300	0	0	0
Inversiones en Capital de Trabajo	3.800	0	-1.136	
2. INVERSIONES NETAS DEL PERIODO	22.000	0	-1.136	0
3. LIQUIDACION DEL NEGOCIO				14.230
4. (=1-2+3) FLUJOS DE CAJA TOTALMENTE NETOS	-22.000	7.414	21.259	42.518

TASA INTERNA DE RETORNO	64,21%			
VALOR PRESENTE NETO(20%)	23.547			
BALANCE DE PROYECTO	-22.000	-18.986	-1.524	40.689
PERIODO DE PAGO DESCONTADO	0,91			

5

INDICES FINANCIEROS

CONCEPTO/AÑO	2002	2003	2004
A: LIQUIDEZ			
Capital de Trabajo	2.305	2.488	2.664
Solvencia	2,08	2,44	2,96
B: ENDEUDAMIENTO			
Patrimonio/Act. Total	76%	71%	73%
C: RENTABILIDAD			
Util. Oper./Vtas. Netas	17%	28%	36%
Util. Neta./Vtas. Netas	4%	10%	11%
Util. Neta./Patrimonio	13%	30%	30%

PUNTO DE EQUILIBRIO ECONOMICO

Csoto de Capital		I =		20%		Años		3		Inversion		-22.000			
1		2		3		4		5		6		(5-6)		(4+7)	
Años	Ingresos		Costo Variable		Costo Fijo		Depreciacion		Utilidad antes de impuestos		Impuestos		Utilidades Netas		Flujo de Caja
1	1,6960	Q	0,7897	Q	29.574		1.908		0,9063	Q	-31.482		0,2266	Q	(7.870)
2	1,8656	Q	0,8843	Q	31.766		1.908		0,9813	Q	-33.674		0,2453	Q	(8.418)
3	1,9589	Q	0,9901	Q	33.871		1.908		0,9687	Q	-35.779		0,2422	Q	(8.945)

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

