



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HELADERÍA PARA PERSONAS CON DIABETES E HIPERTENSIÓN EN EL SECTOR DE LA GONZÁLEZ SUÁREZ EN LA CIUDAD DE QUITO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciada en Gastronomía.

Profesor Guía
MSC. Gabriela Jácome

Autora
Carolina Alejandra Miño Coello

Año
2015

DECLARACION DEL PROFESOR GUIA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de Titulación”

MSC. Gabriela Jácome

0801646704

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Carolina Miño C.

1802987154

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios que ha estado junto a mí en todo momento dándome aliento y fuerzas para seguir adelante.

Luego, quiero agradecer infinitamente a mis padres, quienes de una u otra forma son autores indirectos de este trabajo al inculcar en mí los pilares fundamentales de la vida, que son el amor, respeto, confianza y sobre todo, la responsabilidad.

También quiero agradecer a todas las personas que han estado junto a mí, apoyándome y ayudándome desde el principio hasta el fin en la realización de este trabajo.

Finalmente, a mi asesora MSC. Gabriela Jácome, quien me guio y ayudo en la realización del proyecto.

Dedicatoria

Mi proyecto lo dedico a mis padres porque son ellos los que me incentivan día a día y me dan su apoyo y amor incondicional. Quiero dedicárselo para que así sientan orgullo de mí, al observar mi dedicación y la responsabilidad y arduo trabajo que este proyecto implico.

Carolina Miño C.

RESUMEN

El proyecto busca comprobar la factibilidad y rentabilidad para la implementación de una heladería para personas con diabetes e hipertensión, que debido a su estado de salud deben mantener una dieta especial.

En primera estancia se definirán los conceptos básicos de las enfermedades mencionadas para comprender al consumidor y sus necesidades, seguido de la descripción y un análisis interno y externo del negocio. Además se desarrollará la marca y logo que identificaran a la heladería “Sweet Snow”, y se definirá la tecnología y equipamiento del local.

Para establecer la factibilidad del proyecto es necesario un estudio de mercado el cual se realizó mediante encuestas a personas con diabetes y entrevistas a doctores, con los resultados se logró definir las preferencias de los futuros clientes. Para poder llegar al consumidor se elaboró un plan de Marketing basado en las 8 P’s del Marketing de Servicios de Lovelock.

Finalmente para determinar la rentabilidad se realizará un plan financiero que consta de todos los costos que implica producir los helados y otros productos, Además se realizara una proyección a 5 años que demuestran el crecimiento y las ganancias del negocio.

ABSTRACT

This project is trying to test the feasibility and profitability for the implementation of an ice cream parlour for people with diabetes and hypertension, which must maintain a special diet because of health.

The basic concepts of the mentioned diseases to understand the consumer and their needs will be first defined, followed by the description and an internal and external analysis of the business. Also is will develop the brand and logo that will identify to the ice cream "Sweet Snow", and is will define the technology and equipment of the local.

After this, the logo and the brand will be created to identify the ice cream parlour "Sweet Snow", and will be defined the technology and equipment of the shop.

A study of marketing, which took place through surveys to people with diabetes and interviews with doctors, is necessary to establish the feasibility of the project. With the results show the preferences of future customers. To reach the consumer, was elaborated a Marketing plan based on the 8 P's of the Marketing of services of Lovelock.

Finally, to determine the profitability will be a financial plan that consists of all the costs that involves producing ice cream and other products, also will be a projection to 5 years showing the growth and profits of the business.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
Formulación del problema.....	2
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVOS	4
1 Capítulo I. Marco Teórico	5
1.1 Antecedentes.....	5
1.2 La diabetes y su definición	6
1.2.1 La Diabetes en el Ecuador y en el mundo	6
1.2.2 Clasificación de la diabetes	7
1.2.2.1 Diabetes Mellitus Insulino dependiente tipo 1	7
1.2.2.2 Diabetes Mellitus no insulino dependiente tipo 2	7
1.2.2.3 Diabetes Gestacional	8
1.2.3 Factores de Riesgo y Prevención	8
1.2.4 Alimentación para diabéticos	9
1.3 La Hipertensión	10
1.3.1 Factores que afectan la presión arterial.....	10
1.3.2 La Hipertensión y su relación con la diabetes	10
1.4 El Helado, un alimento apto para el consumo de diabéticos e hipertensos.....	11
1.4.1 Historia Breve del Helado.....	12
1.4.2 Definición y clasificación de los helados	12
1.4.3 Evolución de las heladerías en el Ecuador	13
2 Capítulo II. Descripción del Negocio	14
2.1 Visión.....	
2.2 Misión.....	15
2.3 Características del Negocio.....	15

2.3.1	Naturaleza del Negocio.....	15
2.3.2	Localización	17
2.4	Análisis del Entorno.....	17
2.4.1	Factores Económicos.....	17
2.4.2	Factores Culturales	18
2.4.3	Factores Normativos	19
2.4.4	Factores Tecnológicos.....	20
2.5	Análisis FODA.....	20
2.5.1	Fortalezas	20
2.5.2	Oportunidades.....	21
2.5.3	Debilidades	21
2.5.4	Amenazas	21
2.5.5	Análisis de Competitividad	21
2.5.6	Ventajas Competitivas	22
3	Capítulo III. Fases de planificación	24
3.1	Plan Técnico	24
3.1.1	Logo	27
3.1.2	Marca	27
3.1.3	Concepto	28
3.1.4	Recetas	28
3.1.5	Menú	29
3.1.6	Definir la capacidad Instalada.....	30
3.1.6.1	Cuadro de insumos y materia prima	31
3.1.6.2	Definir tecnología y equipamiento	31
3.1.6.3	Definir las necesidades de infraestructura física.....	32
3.1.6.4	Diagrama del macro- proceso actual	
3.1.6.5	Cadena de valor	34
3.1.6.6	Análisis interno.....	34
3.2	Plan de Organización y recursos humanos	34
3.2.1	Inventario de recursos humanos.....	35

3.2.2	Estructura organizativa de la empresa.....	36
3.2.3	Descripción de funciones	36
4	Capítulo IV. Plan de mercado	37
4.1	Investigación de mercado.....	37
4.1.1	Objetivos	37
4.1.1.1	Objetivo general.....	37
4.1.1.2	Objetivos específicos	37
4.1.2	Análisis de mercado	37
4.2	Identificación y caracterización de la demanda.....	38
4.3	Identificación y caracterización de la oferta.....	38
4.4	Instrumentos de recolección	38
4.4.1	Entrevistas a especialistas	39
4.4.2	Encuestas	40
4.4.2.1	Fórmula para la muestra	41
4.4.2.2	Modelo de la encuesta.....	42
4.4.2.3	Resultado y análisis de las encuestas	44
4.4.2.4	Focus Group.....	54
4.4.2.5	Resultados del focus group	56
5	Capítulo V. Plan de marketing.....	57
5.1	Objetivos.....	57
5.1.1	Objetivo general	57
5.1.2	Objetivos Específicos	57
5.2	Estrategias de Marketing.....	58
5.3	Estrategia de Producto	
5.4	Estrategia de Precio	58
5.5	Estrategia de Plaza.....	59
5.6	Estrategia de Promoción	59
5.6.1	Promoción de Ventas	59
5.6.2	Ventas personales.....	60

5.7	Estrategia de Publicidad	60
5.7.1	Mensaje	60
5.7.2	Medios	61
5.8	Estrategia de Alianzas	61
5.9	Estrategia de Procesos	62
5.10	Estrategia de persona	63
6	Capítulo VI. Plan financiero	64
6.1	Receta estándar.....	64
6.2	Ticket Promedio y utilidad.....	76
6.3	Rotaciones y Ventas estimadas.....	78
6.4	Nómina Salarial.....	99
6.5	Costos Fijos/ Otros Costos	101
6.6	Inversion Inicial y prestamo	102
6.7	Flujo de Caja.....	104
6.8	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	104
7	Capítulo VII. Conclusiones y Recomendaciones	105
7.1	Conclusiones	105
7.2	Recomendaciones.....	105
	REFERENCIAS.....	106
	ANEXOS.....	112

INTRODUCCIÓN

El proyecto se enfoca en la creación de un plan de negocios de una heladería dirigida a personas con diabetes e hipertensión, por lo cual es necesario un estudio completo en campos como: Gastronomía, Medicina, Administración, y también en el marco legal.

Actualmente la diabetes y la hipertensión son unas de las principales causas de muerte en el mundo, esto se da porque la gente ha cambiado su ritmo de vida. Hoy en día las personas ya no tienen los mismos hábitos alimenticios de antes y han dejado de lado la buena nutrición y los ejercicios. Asimismo existe poca información sobre la prevención y los tratamientos que estas enfermedades implican, por lo que es adecuado implementar más lugares dedicados a personas con estos padecimientos, en este caso una heladería en la Ciudad de Quito, ya que no existen tantos lugares en donde se puedan tomar un helado con bajo contenido calórico, libre de grasas y bajo en azúcares.

En primera estancia se explicará acerca de la diabetes y la hipertensión, su clasificación, la alimentación adecuada, entre otras cosas. A demás de una breve reseña de los helados, para de esta manera conocer y comprender el producto ofrecido. Se hablará del establecimiento como tal y se desarrollará un plan de investigación de mercado basado en encuestas y entrevistas. Seguido de la parte financiera para la creación de una heladería, al final se determinaran las conclusiones y las recomendaciones obtenidas por medio de la investigación de mercado.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“La diabetes es una enfermedad metabólica caracterizada por eliminación excesiva de orina, adelgazamiento, sed intensa y otros trastornos generales” (Amaguaya, J, 2006, p.6). En Ecuador aproximadamente el 6% de personas sufren de diabetes y esta es la causa principal de muerte en el país. El ex secretario General de la Asociación Latinoamericana de Diabetes y actual Coordinador del Grupo Latinoamericano del Estudio del Pie diabético, afirma que actualmente en el mundo existen 220 millones de personas que sufren de esta enfermedad que muchas veces es silenciosa, se estima que para el 2030 las cifras mundiales ascenderán a 370 millones (El Mercurio, 2011)

En el caso de la hipertensión el 95% de pacientes sufren esta enfermedad por causas hereditarias o factores externos como el estrés, la obesidad o el consumo excesivo de alcohol y sal. Cuando esta enfermedad no es controlada varios órganos del cuerpo pueden sufrir daño, siendo los más vulnerables el corazón, riñones, cerebro y ojos.

El tratamiento primordial para las personas que sufren diabetes al igual que las personas con hipertensión, es diseñar una dieta en la que los pacientes mantengan su peso ideal, y en el caso de la diabetes deben mantener correctamente los niveles de glucosa en la sangre. Según la enfermedad que padezca se debe crear una dieta balanceada y nutritiva que mantenga su salud y peso ideal.

Formulación del problema

¿Es rentable una heladería dirigida a personas diabéticas e hipertensas?

JUSTIFICACIÓN

La idea de la creación de una heladería para diabéticos e hipertensos, tiene muchos puntos a su favor, ya que la industria de la gastronomía en Ecuador y en muchas partes del mundo se ha olvidado de esta parte del mercado.

Las personas que padecen enfermedades de este tipo deben tener un control en su dieta, por lo que muchas veces no encuentran lugares dirigidos hacia sus necesidades, por lo que creo que una heladería que les brinde productos adecuados para su dieta es una gran opción y creo que la creación de esta dará frutos.

Además este proyecto aportara con mucha información para los estudiantes que necesiten averiguar sobre los beneficios que tienen algunos productos para las personas que sufren de estas enfermedades, también podrán recopilar datos históricos de la diabetes y la hipertensión y les ayudara en el desarrollo de sus investigaciones ya que toda la información de este proyecto tiene referencias confiables.

OBJETIVOS

- **Objetivo General**

- Establecer una propuesta para la creación de una heladería en la que se ofrezcan productos para satisfacer las necesidades físicas y nutritivas de las personas con diabetes e hipertensión.

- **Objetivos Específicos**

- Realizar una investigación sobre la diabetes y la hipertensión
- Realizar un estudio de mercado para ver qué tan factible es el plan de negocios.
- Diseñar las recetas estándar para la creación de un menú.
- Analizar la información nutritiva que se debe tener para la creación de los productos a ofrecer.
- Identificar las barreras de entrada en el mercado local.
- Determinar la capacidad del negocio mediante un estudio financiero.
- Establecer estrategias de marketing para la venta de los productos.

1 Capítulo I. Marco Teórico

1.1 Antecedentes

La diabetes y la hipertensión son las enfermedades que más muertes causan en el mundo. Por su parte la diabetes Mellitus 2 está considerada como la nueva epidemia del siglo XXI. En grupos como los Indios Pima de Arizona y la población Nauru de Oceanía es donde se observa una gran incidencia, ya que la enfermedad afecta a un 20% de su población, es aquí donde se demuestra que la diabetes tiene que ver con el grupo étnico; sin embargo, otros pueblos también se ven altamente afectados, esto se da en poblaciones que han cambiado su estilo de vida y se ha vuelto más industrializado en un corto periodo de tiempo, siendo un ejemplo claro algunas zonas del sudoeste asiático, Oceánico y en algunas reservas indias de Norteamérica. Además la diabetes está considerada como hereditaria, es decir si tienes un pariente de primer grado el riesgo de padecer diabetes aumenta en un 40% (Goday, A, 2002).

En las ultimas 3 décadas la diabetes ha tenido un incremento alarmante, en 1980 la cifra de personas con esta enfermedad era de 153 millones y en el 2011 llego a 347 millones, es decir más del doble. La causa principal de que estas cifras hayan aumentado considerablemente es el incremento de la población y su envejecimiento en un 70%. Pero el otro 30% es por causas como la obesidad y el sedentarismo.

La hipertensión por su parte causa la muerte de nueve millones cuatrocientos mil personas en el mundo, siendo responsable del 45% de los ataques de corazón y del 51% de los derrames cerebrales. Hasta el 2008, el 40% de personas de más de 25 años en el mundo sufrían de hipertensión. Las causas principales que causan esta enfermedad son el consumo excesivo de sal, el tabaquismo, el colesterol y el sedentarismo. Esta enfermedad afecta principalmente a países de ingresos medios y bajos, debido a su sistema de salud muchas veces los casos no son ni siquiera diagnosticados y mucho

menos tratados. En consecuencia África es el continente en donde el índice de hipertensión llega a un 46% de los casos en el mundo (CNN México, 2013)

1.2 La diabetes y su definición

La diabetes es una enfermedad catalogada como crónica, esta surge cuando el páncreas no produce suficiente insulina o cuando el cuerpo de una persona no procesa eficazmente la insulina que su organismo produce. La insulina es la hormona que regula el azúcar en la sangre. Cuando la diabetes no es controlada daña varios órganos y sistemas del cuerpo (OMS, 2014).

La insulina es vital para que el organismo emplee la glucosa como fuente de energía. Al comer, el cuerpo procesa los carbohidratos y los convierte en glucosa, la cual es primordial para el funcionamiento de las células del cuerpo. La insulina se encarga de transportar la glucosa a las células, pero cuando esta no ingresa en las células, se acumula en la sangre y es ahí donde empiezan las complicaciones que pueden producir diabetes. (American Diabetes Association, 2013).

1.2.1 La Diabetes en el Ecuador y en el mundo

En el mundo cada vez hay más personas con diabetes, esta enfermedad ha ido incrementando rápidamente, hasta el 2011 cerca de 366 millones de personas padecían diabetes, se estima que para el 2030 esta cifra aumentara hasta alcanzar 552 millones. Aproximadamente el 80% de las personas con diabetes son de países no tan desarrollados con ingresos medios y bajos. La mayoría de personas con diabetes tienen entre 40 y 59 años de edad y existen muchas personas que desconocen que tienen este mal (International Diabetes Federation, 2014).

En el 2010 en Ecuador fueron notificados 92 629 casos de diabetes Mellitus tipo 2; sin embargo, el número de casos es más alto dado que más de la mitad de los ecuatorianos que lo padecen no lo saben. A esto hay que sumarle las personas con diabetes tipo 1, cuya cifra se desconoce (El Telégrafo, 2011). Para el 2013 se registraron 4695 muertes a causa de la diabetes, siendo está considerada como una de las principales causas de fallecimiento del país según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2014).

1.2.2 Clasificación de la diabetes

La diabetes se clasifica en 3 tipos que son:

1.2.2.1 Diabetes Mellitus Insulino dependiente tipo 1

Este tipo de diabetes suele manifestarse en niños y jóvenes. Esta está caracterizada por la producción deficiente de la hormona insulina, por lo que requiere la administración diaria de esta. No se sabe a ciencia cierta la razón de este tipo de diabetes, sus síntomas más comunes son: excreción excesiva de orina, sed, hambre, cansancio y trastornos visuales (OMS, 2014).

1.2.2.2 Diabetes Mellitus no insulino dependiente tipo 2

Esta diabetes es la más común en el mundo, aproximadamente un 90% de los casos son de diabetes de este tipo. El riesgo de tener diabetes tipo 2 puede ser por sobrepeso u obesidad, sedentarismo y por la edad, pero también se puede dar por factores hereditarios, grupo étnico, la presión sanguínea y los triglicéridos altos (UCSF, 2014).

1.2.2.3 Diabetes Gestacional

Se desconocen las causas exactas que producen este tipo de diabetes pero se cree que se da porque las hormonas de la placenta del bebe obstruyen o bloquean la acción de la insulina en el cuerpo de la madre y es aquí cuando se produce la resistencia a la insulina. Entonces la madre no puede utilizar la cantidad necesaria de insulina que necesita durante el embarazo (American Diabetes Association, 2013). Aproximadamente un 4% de las mujeres embarazadas la desarrollan pero al dar a luz sus niveles de azúcar se normalizan; sin embargo corren el riesgo de desarrollarla otra vez en los futuros embarazos (UCSF, 2014).

1.2.3 Factores de Riesgo y Prevención

Existen evidencias de que la alta producción de ácidos grasos no esferificados contribuyen a la insulino-resistencia. En la mayoría de la población hay una relación entre el síndrome metabólico y el aumento de peso en la zona de la circunferencia abdominal que muchas veces predice la diabetes. La OMS define a la obesidad como una condición en la cual hay una acumulación excesiva de grasa, en los hombres de un 25% y en las mujeres un 35%, la cual incrementa el porcentaje en el desarrollo de la diabetes (Acosta, M. Pacheco, V, 2008).

El riesgo de desarrollar diabetes tipo 2 aumenta con la edad. También uno de los factores que no ayudan a la prevención de la diabetes es el sedentarismo, se dice que solo se necesita 30 minutos de ejercicio diario, ya sea caminar, trotar o ir al gimnasio, esto ayuda a mejorar la sensibilidad a la insulina y favorece el control de la glucemia. Asimismo se debe controlar la presión arterial y estar pendientes de los antecedentes de diabéticos en nuestra familia (Fundación para la Diabetes, 2008)

Es imprescindible tener un estilo de vida sano. Está comprobado que las personas que sufren de esta enfermedad al hacer ejercicio y mantener una dieta equilibrada, reducen la progresión de la diabetes hasta en un 58% (Acosta, M. Pacheco, V, 2008).

1.2.4 Alimentación para diabéticos

La alimentación en la gente que sufre de diabetes debe ser fundamentalmente controlada ya que alimentarse sanamente ayuda a los diabéticos a que sus niveles de azúcar en la sangre estén en el nivel correcto. Además con una buena dieta, se puede evitar complicaciones típicas de la diabetes (MedlinePlus, 2014).

Existen varias formas para que los diabéticos controlen lo que comen sin privarse de los alimentos que le gustan, la cuestión es controlar la porción y con qué frecuencia puede consumirlo. Uno de los métodos es contar los carbohidratos que van a consumir, deben establecer un número de gramos que va aproximadamente de 45 a 60 gr por comida, este número puede variar dependiendo la actividad física y el tipo de medicinas que está tomando. El otro método es el Índice Glucémico (glycemic index o GI), este se trata de saber en qué medida los carbohidratos de un alimento elevan la glucosa en la sangre, para esto deben escoger alimentos con GI bajo o mediano, y si se escoge un alimento con GI alto deben combinarlo con uno de GI bajo. Por ejemplo alimentos con GI bajo son legumbres, vegetales, frutas y cereales de grano integral (American Diabetes Association, 2014).

La alimentación saludable para el diabético incluye: comer porciones pequeñas varias veces al día, comer pocas grasas, limitar el consumo de alcohol y de alimentos con elevado contenido de azúcar, bajar el consumo de sal y consumir una gran variedad de frutas vegetales y alimentos integrales ricos en fibra (MedlinePlus, 2014).

1.3 La Hipertensión

Es un trastorno en el cual los vasos sanguíneos tienen una tensión permanentemente alta. Los vasos sanguíneos son los encargados de llevar la sangre desde el corazón a todas las partes del organismo. La tensión arterial es el impulso que ejerce la sangre hacia las arterias cuando es bombeada por el corazón, por eso cuando más elevada es la tensión más energía tiene que gastar el corazón para bombear la sangre. Cuando la tensión arterial es muy alta, el riesgo de daño en el corazón y en los vasos sanguíneos del cerebro y los riñones es mayor. Al no ser controlada la hipertensión puede provocar infartos e insuficiencia cardíaca (OMS, 2013).

1.3.1 Factores que afectan la presión arterial

Entre los factores que más afectan a la presión arterial son factores hereditarios y factores externos como la dieta, la actividad física y también elementos psicosociales, siendo la dieta la que más afecta. La reducción de la presión arterial tiene un fuerte impacto en las tasas de mortalidad de la población, bajar tan solo un 3 mmhg de la tensión arterial, reduce un 8% de muertes por accidentes cardiovasculares y un 5% en enfermedades coronarias mortales (Coca, A. Aranda, P. Rendón, J, 2009).

1.3.2 La Hipertensión y su relación con la diabetes

“La hipertensión arterial (HTA) es 2 veces más frecuente en los diabéticos que en la población general y es responsable del 85% del riesgo cardiovascular global de estos pacientes.” (Coca, A. Aranda, P. Rendón, J, 2009, p.313).

La hipertensión y la diabetes son 2 enfermedades graves y son las principales causas de problemas cardiovasculares. Además estas tienden a relacionarse con mucha frecuencia, ya que hay muchos mecanismos en común que generan estas enfermedades. Aproximadamente entre el 40 y 60% de diabéticos tienen hipertensión arterial. La HTA (hipertensión arterial) afecta y

acelera el daño que la diabetes realiza sobre las arterias, lo que hace que las personas que sufren de estos dos males sufran con mayor frecuencia infartos, insuficiencia renal, accidentes cerebro vasculares y más (Club del hipertenso, 2011).

La realidad es que tanto la hipertensión como la diabetes no tiene cura, pero se las puede controlar mediante la medición de la glucosa en la sangre y la revisión de la presión arterial, con esto se pueden evitar o retrasar los daños que estas producen en el organismo. Los cuidados para una persona con diabetes e hipertensión básicamente se tratan de evitar subir de peso, mantener una dieta equilibrada, hacer ejercicio, evitar el alcohol y tabaco y revisarse constantemente y tomar las medicinas necesarias si fuera el caso (GeoSalud, s.f.).

1.4 El Helado, un alimento apto para el consumo de diabéticos e hipertensos.

El helado esta categorizado como una golosina o un alimento que aporta demasiadas calorías al cuerpo; sin embargo, la realidad es que los helados brindan muchos beneficios para el organismo. El helado es un alimento completo que se puede incluir en una dieta equilibrada, además este nos ayuda a controlar la presión arterial y a fortalecer la masa ósea, la mayoría de helados están hechos con leche lo que brinda calcio al cuerpo, también está la fruta que aporta vitaminas y proteínas que ayudan a la digestión. Los helados artesanales tienen un bajo contenido de grasa, alrededor del 6% y esta hace que los diabéticos retrasen la absorción del azúcar, por lo que el helado tiene un gran valor nutritivo y es bueno para la salud (De tu salud, 2012).

1.4.1 Historia Breve del Helado.

De acuerdo a Gallegos, J. (2006, p.55), el helado es originario de China desde hace veinticinco siglos aunque la información más precisa del consumo de este producto se debe a los griegos quienes mezclaban sus frutas con miel y nieve que mandaban a traer de las montañas. Se dice que varias figuras míticas adoptaron esta costumbre y empezaron a consumirlo y a ponerle nombres tales como “charat” o “chorbet” (Cienciapopular.com, 2014).

Catarina de Médicis introdujo el helado en Francia y es aquí donde aumentan huevo, el cual da otra textura al helado, además en ese país se creó la primera heladería. Años más tarde la nieta de Catarina introduce el helado a Inglaterra y ellos a su vez lo introducen a los Estados Unidos y es aquí donde empieza la primera fábrica de helados a gran escala (finamac.com.br, 2014).

1.4.2 Definición y clasificación de los helados

El helado es un producto que se obtiene mediante el movimiento de la mezcla compuesta por algún producto lácteo, materia grasa, azúcar o algún tipo de endulzante, huevos, colorantes y otros, para incorporar aire y darle una textura suave, seguido finalmente de su congelación (Quiminet.com, 2010).

Según Madrid, A. Cenzano, I. (2003), los helados son una mezcla homogénea de varios productos que han tenido un cambio en su estado y han pasado a sólido, semi-sólido o viscoso debido a la congelación, y que deberán mantener su plasticidad hasta la venta de los mismos.

De acuerdo a su composición los Helados se clasifican en: Helado de leche, Helado de crema, Sorbete, Helado de agua, Helado Francés, Gelato y Helados con sustitutos de la leche (Gastronomía y Cía., 2011).

1.4.3 Evolución de las heladerías en el Ecuador

A finales de la década de los 40 Edmundo Kronfle trajo desde Europa la idea de producir helados en el Ecuador con la marca de “Pingüino”, años más tarde Unilever adquiere la marca y empezaron a sacar nuevos sabores y mejorar tecnologías para el desarrollo de los helados en el país (Hidalgo, S., Mora, M. & Muños, G, 2012).

En Ecuador se estima que el consumo de helado es de 1.8 litros per cápita lo que hace que este debajo de otros países de América del Sur, por lo que las grandes marcas están eliminando los sabores artificiales y están empezando a innovar sus helados con sabores y colores naturales para lograr que este mercado crezca (El Universo, 2011).

En Ecuador hay varios tipos de helados, cada región tiene su estilo para elaborarlos, pero a Quito han llegado todos los tipos y hoy se encuentra en sus calles Helados de Salcedo, Helados de paila hechos por monjitas, Helados de crema de “La Avelina”, Helados de fruta de San Carlos y muchos más (El Comercio, 2011).

Para finalizar con este capítulo se llega a la conclusión de que los helados son aptos y recomendados para el consumo de personas que padecen las enfermedades ya mencionadas, ya que estos los van a satisfacer en el aspecto nutricional y también en la parte sensorial, a continuación se explicará el negocio en sí.

2 Capítulo II. Descripción del Negocio

En vista de que la industria de la heladería ha ido tomado fuerza en Quito en los últimos años, se ha visto la posibilidad de crear una heladería destinada específicamente a las personas que padecen de diabetes e hipertensión. Se conoce que las personas con estas enfermedades tienen restringido el consumo de algunos productos como son el azúcar, la leche entera y la sal. Es por esto que esta heladería se dedica a la creación de productos aptos para el consumo de éstas personas; sin embargo, al ser helados que no contienen azúcar y muchos de ellos no contienen leche de vaca, son helados que también pueden ser consumidos por personas con intolerancia a la lactosa y a la vez para personas que quieren bajar de peso, ya que estos contienen un bajo contenido calórico y un alto contenido nutritivo por lo que son muy saludables.

2.1 Visión

Sweet Snow es una heladería que quiere posicionarse como una empresa productora y distribuidora de helados en el mercado Ecuatoriano, Para el 2015 esta empresa funcionará en dos zonas estratégicas de Quito como los son la República del Salvador y la González Suárez. En el 2018 Sweet Snow contará con una extensa variedad de sabores y texturas diferentes. Y en un futuro la empresa expandirá sus sucursales en varias ciudades de Ecuador, generando así muchos empleos y manteniendo siempre su calidad, su valor nutricional y frescura.

2.2 Misión

Sweet Snow es una empresa dirigida a las personas con problemas de diabetes e hipertensión, que se especializa en la creación de helados a base de productos con bajo contenido de sodio y grasas, y con suplementos del azúcar para así ofrecer una gran variedad de productos saludables que ayuden a mejorar su calidad de vida de acuerdo a sus necesidades.

2.3 Características del Negocio

Sweet Snow es una heladería diferente, que tiene un estilo propio con un toque retro, aquí se podrá disfrutar de un delicioso helado en un ambiente muy relajado. Los helados tienen texturas y sabores incomparables, ya que los helados serán hechos a base de sustitutos de la leche como son la leche de almendras, arroz y soya, pero también habrá helados con leche descremada. Los sustitutos de la leche antes mencionados pueden llegar a tener un costo más elevado como es el caso de la leche de arroz y la de almendras, es por esto que serán pocos los helados que se hagan con estos productos y se recompensara con los costos bajos de los productos que se realizaran con leche de soya y leche descremada.

2.3.1 Naturaleza del Negocio

Sweet Snow es una heladería que se dedica a la comercialización de helados basados en las normas nutricionales que deben seguir las personas con diabetes e hipertensión.

Este negocio se enfoca en brindar alimentos dedicados a las personas con las enfermedades ya mencionadas, a un precio justo que va de acuerdo con el servicio que estamos ofreciendo. Además tratamos de ganar la confianza de

nuestros consumidores para así posicionarnos en el mercado y ser la primera opción de compra para aquellas personas que buscan mejorar y mantener su salud.

Esta es una heladería que ofrece productos saludables, nutritivo y con sabores diferentes. Aquí ofrecemos helados, batidos y postres con ingredientes que aportan valor nutricional y cien por ciento naturales. .

2.3.2 Localización

La Heladería Sweet Snow estará ubicada en la calle González Suárez y Ernesto Noboa y Caamaño frente a la panadería Ambato, el sector en donde se encuentra ubicada la heladería es uno de los más transcurridos y es una zona residencial donde vive gente de clase media, media-alta, por lo que el sector es ideal para una heladería que ofrece un producto innovador. Además la gente que vive o que pasa por esta zona es gente que se cuida físicamente y cuida su salud y está dispuesta a pagar por un producto que no existe en otro lugar.

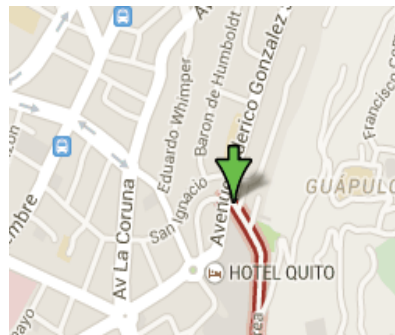


Figura 2 1 Mapa de ubicación del local

Tomado de: Google. (2014). Mapas. Recuperado de <https://www.google.com.ec/#q=Gonz%C3%A1lez+suarez+y+rafael+leon+quito&spell=1>

2.4 Análisis del Entorno

Para el mejor desarrollo del proyecto se realizará a continuación el análisis de diversos factores que influyen en el buen funcionamiento del mismo.

2.4.1 Factores Económicos

- **Inflación:** Datos del INEC muestran que en la actualidad en el Ecuador se registra una inflación mensual de 0,61% en el mes de septiembre del

2014, mientras que en el mismo mes del año pasado la inflación era de 0,57%.

- **Tasa de interés:** La tasa de interés depende del tipo de préstamo, del banco y de las facilidades de pago que estos ofrecen. Las tasas varían o aumentan cada año, por esto siempre hay que considerarlo como un factor económico que puede afectar al negocio, ya que cada mes hay que estar pendiente de la deuda que se debe pagar y los intereses que esta genera. Cifras del Banco Central del Ecuador para Octubre del 2014 muestran una tasa de interés referencial de 9,64% y máxima del 10, 21% anual en el segmento productivo empresarial.
- **Ingreso salarial:** Hay que tomar en cuenta el ingreso de nuestros consumidores, ya que de este depende que ellos sigan consumiendo los productos que les brindamos. Según datos que el INEC obtuvo en el 2011, 35,9% de la población ecuatoriana representarían a la clase de consumidores que estarían dispuestos a consumir y pagar por los productos de Sweet Snow, en este 35,9% están incluidas 3 clases socioeconómicas, como son la clase alta, media alta y media.

2.4.2 Factores Culturales

- **Alimentación saludable:** En la actualidad la alimentación sana se ha convertido en un nuevo estilo de vida, son muchas las personas que hoy están preocupadas por el contenido nutricional que tienen los productos que consumen.
- **Nuevas tendencias:** Hoy en día la alimentación se ha vuelto una moda junto con el ejercicio. La gente en el Ecuador al igual que en todo el mundo están más preocupados que antes por su apariencia física y saben que comer saludable ayuda a mantener una buena figura. Al igual que la moda ecologista, la cual se trata de comer más productos

naturales y evitar los alimentos que tengan algún impacto para el medio ambiente.

2.4.3 Factores Normativos

Existen reglamentos para el funcionamiento de los restaurantes, pueden haber varios cambios en las leyes municipales que afectan en la creación de un lugar de alimentos y bebidas.

- **Permiso de funcionamiento:** Es el documento que otorga la autoridad de Salud a los establecimientos sujetos a un Control y Vigilancia Sanitaria, se deben cumplir con los requisitos que solicita este establecimiento para poder funcionar. El o los propietarios del negocio deben presentar una solicitud dirigida a la Dirección, con su nombre, cédula o RUC, nombre de establecimiento, actividad que se realiza y la ubicación (MSP, 2013).

Según la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria (2014), los requisitos para el funcionamiento de bares, restaurantes, cafeterías, heladerías, etc. Son:

- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; o LUAE en el caso de establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Certificado de salud ocupacional por cada empleado.
- Certificado de categorización emitido por el Ministerio de Industrias y Productividad cuando corresponda.
- Certificado de categorización emitido por el Ministerio de Turismo cuando corresponda.

2.4.4 Factores Tecnológicos

- **Maquinas:** Las maquinas que se ocuparan agilitan la elaboración de los productos, además existen nuevas máquinas que ayudan a cambiar las texturas y hay cada día más innovación de maquinaria en el mercado.
- **Software gastronómico:** Es un programa donde se puede efectuar un control de ventas, pedidos y facturación correcta. Este tipo de programas facilita y agilita la contabilidad del negocio.
- **Internet:** Actualmente el internet es indispensable, en el caso de un negocio este nos sirve para efectuar pagos, transacciones. Además nos sirve para el marketing del negocio.

2.5 Análisis FODA

En el análisis FODA se podrá ver las diferencias que tiene Sweet Snow frente a su competencia, se verán sus puntos a favor y los puntos negativos que tiene la empresa para enfrentarse en el mercado.

2.5.1 Fortalezas

- Productos naturales
- No usan aditivos, colorantes, ni preservantes
- Variedad de sabores diferentes a los de la competencia
- Alto valor nutritivo
- Bajo en azúcar
- Apto para diabéticos, hipertensos y personas con problemas de alimentación
- Saludable

2.5.2 Oportunidades

- Aumento de la Diabetes Mellitus en Quito
- Aumento de hipertensión en la ciudad de Quito
- Poca competencia
- No existe una heladería dedicada a los diabéticos e hipertensos

2.5.3 Debilidades

- Entrar al mercado
- Costos altos que aumentan el precio final del producto
- Clientes potenciales no interesados

2.5.4 Amenazas

- Ingreso de competencia nueva
- Alza de tasas de impuestos y aranceles
- Nuevas leyes para el funcionamiento del local

2.5.5 Análisis de Competitividad

Frozyu es una empresa de helados que venden helados de yogurt, dos de sus sabores están hechos con edulcorantes, además ofrece gran variedad de toppings y el costo de su producto es al peso.

Zero Azúcar es una heladería ubicada en el CCI, ofrece helados endulzados con edulcorantes y están hechos a base de leche y otros de agua. Sus helados los venden en cono y los sabores que ofrecen son los clásicos.

Dulce placer tiene una amplia gama de sabores de helados, sus sabores son exóticos y diferentes, también ofrecen una pequeña variedad de helados sin azúcar. Esta heladería está ubicada en el sector de “La Ronda”.

Tabla 2-1 Análisis de Competitividad.

	ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD				
	Sweet Snow	Frozyu	Zero Azúcar	Dulce Placer	CONCLUSIÓN
ATRIBUTOS DEL PRODUCTO					
leche vegetal	F	D	D	D	Factor crítico de éxito
producto fresco	F	D	F	F	característica común positiva
uso de edulcorantes	F	F	F	F	característica común positiva
valor nutricional	F	D	D	F	característica común positiva
presentacion	F	D	D	D	Factor crítico de éxito
ATRIBUTOS DE PRECIO					
precio justo	D	D	F	F	debilidad
ATRIBUTOS DE PLAZA					
cercania	F	F	D	D	característica común positiva
facil de encontrar	D	D	F	D	debilidad
clientela de nicho gourmet	F	F	D	D	característica común positiva
ATRIBUTOS DE PROMOCIÓN					
descuentos	D	D	D	D	oportunidad
promociones	D	D	D	D	oportunidad
ATRIBUTOS DE PERSONALIZACION					
sabores diferentes	F	D	D	F	característica común positiva
sin aditivos	F	D	D	D	Factor crítico de éxito

Nota Cuadro de análisis realizado entre las heladerías que ofrecen productos similares.

2.5.6 Ventajas Competitivas

- **Helados saludables:** La competencia directa ofrece helados light como por ejemplo Frozyu, Zero Azúcar y Dulce placer y otros; sin embargo, no son especializados en productos a base de sustitutos de la leche y edulcorantes que son permitidos para el consumo de personas con diabetes e hipertensión.
- **Sin aditivos:** Es natural hacer uso de estos métodos de conservación, sin embargo brindar un producto fresco y natural es lo que nos identificará y diferenciará de nuestros competidores.

- **Bajo en Calorías:** Actualmente la gente se preocupa mucho por su salud y estado físico, estos helados son bajos en calorías y su valor nutritivo es muy bueno por lo que estos helados son diferentes y únicos.

En conclusión Sweet Snow es una heladería diferente a las demás porque ofrece productos aptos para un sector en específico, además de ofrecer helados que contienen un alto valor nutricional y productos bajos en calorías. Según las nuevas tendencias y modas la gente prefiere consumir productos que les ayuden a cuidar su cuerpo y su salud y esto es lo que ofrece Sweet Snow, aunque se dirige a un sector en especial, sus cualidades también son las que buscan las personas que hacen dieta.

3 Capítulo III. Fases de planificación

En la fase de planificación se hace un análisis de la situación actual del negocio mediante el cual se establecen los objetivos y los procesos que se deben seguir para que estos sean alcanzados de la forma correcta. Planificar paso por paso ayuda a que la organización sea ágil y efectiva, además ayuda a la toma de decisiones para lograr el éxito.

3.1 Plan Técnico

Análisis de grupos de interés

Involucrados

Propietarios

- Toma de decisiones importantes
- Asesoría en implementación del negocio
- Aporte del capital
- Selección de los cargos administrativos y operativos

Trabajadores

Chef

- Elaboración de la lista de compras
- Control de inventarios
- Pedidos a proveedores
- Formulación de recetas
- Control de las tareas del personal de cocina
- Recepción de materia prima
- Control de bodegas

Ayudante de cocina

- Trabajar bajo la supervisión del chef
- Preparación de los productos

Vendedor

- Comercialización de productos
- Cobros
- Paso de pedidos a encargados del área

Proveedores

- Entrega de producto a tiempo
- Productos de excelente calidad

Clientes**Relacionados**

- **Entes fiscales**
- **SRI**
- Actualización del Ruc
- Declaración de impuestos

IESS

- Registro de contratos de trabajo
- Registro de actas de finiquito
- Aportes por empleado

Municipio de Quito

- Obtención de patentes
- Actualizaciones de permisos
- Obtención de permiso de funcionalidad

Bomberos

- Permiso del cuerpo de bomberos

Ministerio de Salud Publica

- Obtención del carnet de manipulación
- Obtención del permiso de salud

Competencia

- Identificación de los competidores
- Estrategias de ventas de competidores
- Estrategias y promociones de la competencia
- Identificación de productos sustitutos

3.1.1 Logo



El logotipo de Sweet Snow es un helado, sus colores son fuertes y llamativos lo que genera curiosidad en las personas, el nombre de la heladería va unida al dibujo por lo que el logo es fácil de recordar.

3.1.2 Marca

La marca es todo signo o símbolo que diferencia y distingue un producto de otros, o servicios de la misma clase. Puede estar formada por sonidos, colores, logotipos, frases o la unión de estos. Una marca registrada te da varios beneficios como por ejemplo la creación de franquicias, derecho a presentar acciones legales, derecho al uso exclusivo de la marca y mucho más. Para registrar una marca comercial se debe pagar \$116.00 USD y previamente se

debe hacer una búsqueda de similitudes en el IEPI con el costo de \$16.00 USD para verificar que la marca no tenga similitudes con otras (IEPI, 2014).

Sweet Snow es la unión de palabras y figuras que juntas forman la imagen de un helado. En la parte inferior derecha tiene un lema en inglés que significa “Siempre es un buen clima para un helado”.

3.1.3 Concepto

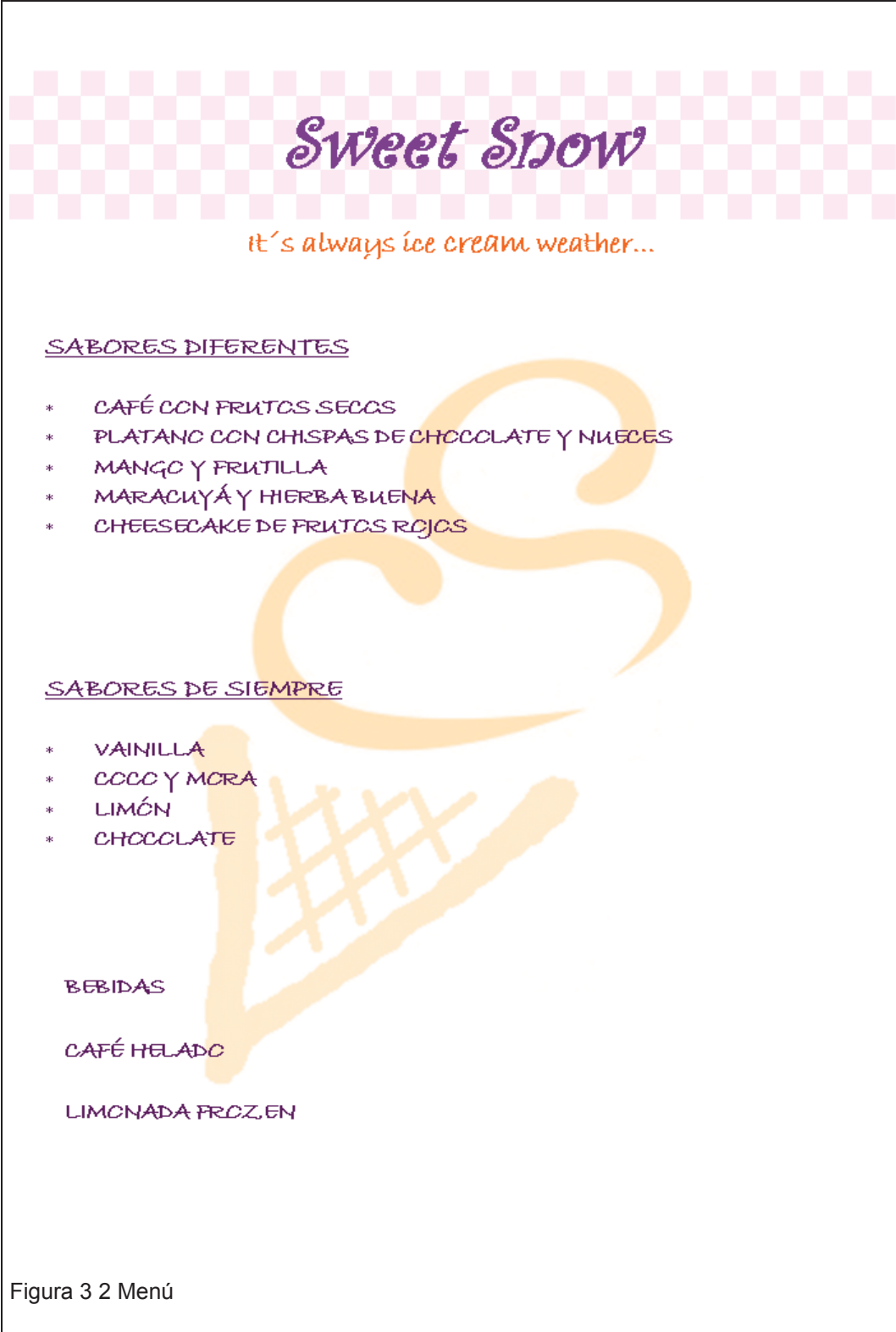
El concepto de la heladería Sweet Snow es ofrecer helados altamente nutritivos y saludables para las personas que sufren de diabetes e hipertensión, siempre brindando productos frescos y sin aditivos.

3.1.4 Recetas

La elaboración de recetas estándar es fundamental para la creación de productos que siempre ofrezcan el mismo sabor y calidad. Las recetas a usarse tienen un formato y fórmula específica basada en kilos o litros. A continuación una lista de los productos que ofrecerá “Sweet Snow”.

- Helado de café con frutos secos
- Helado de plátano con chispas de chocolate y nueces
- Helado de mango y frutilla
- Helado de maracuyá y hierba buena
- Helado de cheesecake de frutos rojos
- Helado de vainilla
- Helado de coco y mora
- Helado de limón
- Helado de chocolate
- Limonada frozen
- Café helado

3.1.5 Menú



Sweet Snow

it's always ice cream weather...

SABORES DIFERENTES

- * CAFÉ CON FRUTOS SECOS
- * PLATANO CON CHISPAS DE CHOCOLATE Y NUECES
- * MANGO Y FRUTILLA
- * MARACUYÁ Y HIERBA BUENA
- * CHEESECAKE DE FRUTOS ROJOS

SABORES DE SIEMPRE

- * VAINILLA
- * COCO Y MORA
- * LIMÓN
- * CHOCOLATE

BEBIDAS

CAFÉ HELADO

LIMONADA FROZEN

Figura 3 2 Menú

3.1.6 Definir la capacidad Instalada

$$C = \frac{L(m) \times A(m)}{e(m) + 0.20 m^2}$$

Fórmula tomada del departamento de matemáticas de la UDLA

C= capacidad instalada

L= largo del restaurante en metros

A= ancho del restaurante en metros

e= espacio que ocupa el cliente

0.20 m² = espacio para servicio y movilidad

$$C = \frac{7m \times 5m}{0.65m^2 + 0.20 m^2}$$

$$C = \frac{35 m^2}{0,85 m^2}$$

$$C = 41,17$$

Entonces 41 es el número de personas que entran en el local.

3.1.6.1 Cuadro de insumos y materia prima

Tabla 3-1 Insumos

Cuadro de insumos y materia prima		
Materia prima		Insumos
leche de soya	frambuesas	servilletas
chispas de chocolate	vainilla	copas de plástico
naranja	huevos	cucharas
miel	leche de coco	sorbetes
plátano	limón	vasos
galleta	maicena	
nuez	cacao en polvo	
stevia	chocolate negro	
leche descremada	hierba buena	
crema	queso crema light	
mango	galleta integral	
yogurt natural	frutillas	
maracuyá	moras	

3.1.6.2 Definir tecnología y equipamiento

La tecnología y el equipamiento es la unión de todos los instrumentos que en este caso forman la heladería. Son el medio por el cual se logra la producción de los helados.

3.1.6.2.1 Cocina

Es el lugar en donde se van a producir los helados para esto se necesita equipos como:

- Maquinas mantecadoras
- Cocina industrial pequeña

- Refrigeradora
- Congeladora
- Licuadora
- Ollas
- Paletas
- Sartenes
- Bowls
- Pinzas
- Tablas de picar
- Cuchillos
- Cucharones
- Mesones

3.1.6.2.2 Servicio

Es el lugar en donde se muestra los productos que se ofrecen y donde se obtiene la ganancia, para esto se necesita:

- Vitrina para helados
- Recipientes para helados
- Computador

3.1.6.2.3 Servicio (clientes)

Este es el lugar en donde los clientes van a recibir su producto para esto se necesita:

- Mesas cuadradas para dos (75 x 75 cm diámetro)
- Sillas (40 cm)

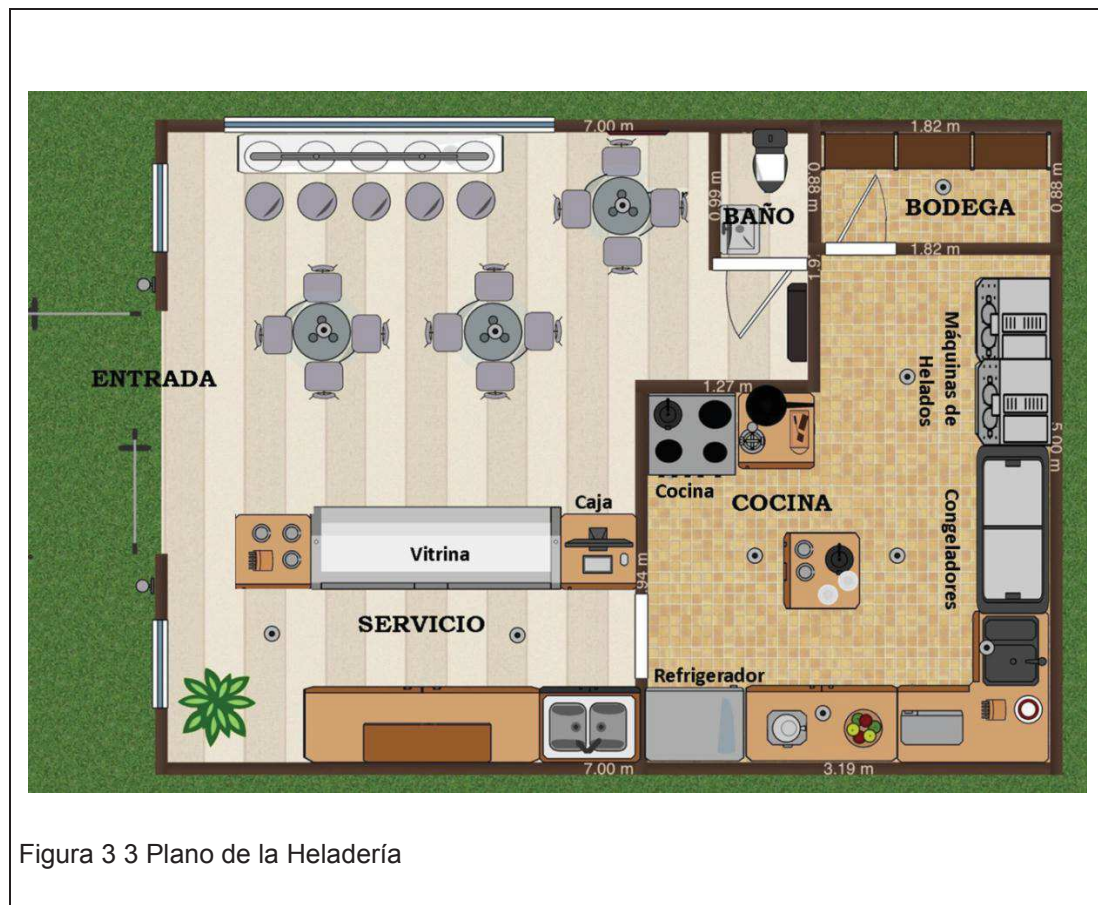
3.1.6.3 Definir las necesidades de infraestructura física

Para la creación de un local que ofrece productos para la alimentación es necesario ofrecer a los clientes las mejores instalaciones que faciliten su visita por esto Sweet Snow ofrece:

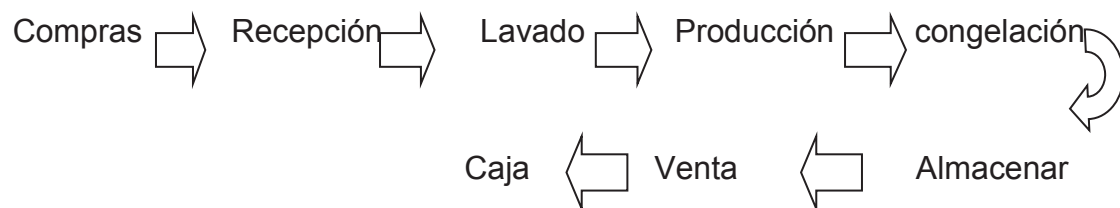
- Rampa de acceso para silla de ruedas
- 1 Servicio higiénico

- Extintor de incendios
- El local se encuentra ubicado en la planta baja por lo que facilitan el acceso de personas adultas y en caso de emergencia la salida es rápida.

3.1.6.3.1 Planos de la heladería



3.1.6.4 Diagrama del macro- proceso actual



3.1.6.5 Cadena de valor

Sweet Snow busca satisfacer y cumplir con las necesidades de sus clientes por lo que ofrece productos de buena calidad ya que los proveedores que tienen son confiables, además el chef es el encargado de hacer las compras lo que asegura la adquisición de materia prima de la mejor calidad. Asimismo la heladería garantiza la manipulación desde la pasteurización, maduración y la cadena de frío para la conservación de sus helados.

3.1.6.6 Análisis interno

La estrategia de la heladería en cuanto a la adquisición de su materia prima es obtenerla mediante la visita del chef a las instalaciones de los proveedores para poder seleccionar los productos y evitar las devoluciones o atrasos por productos equivocados. Las compras se realizarán en la mañana para obtener los productos más frescos y serán dos veces por semana.

3.2 Plan de Organización y recursos humanos

Es en donde se realiza un análisis del personal junto con los detalles del perfil de sus puestos, jerarquías y trabajos a desempeñar y todo lo relacionado con el personal como es la motivación o la detección de problemas que se dan dentro de la empresa.

- **Departamento Administrativo**

Esta parte de la empresa es la encargada de hacer que la misma funcione en cuanto a la organización, dirección y control de todas las

actividades que se realizan dentro de la heladería como es el caso, siempre rigiéndose a las políticas de la empresa. Además se encarga de la contabilidad y todo lo que esta conlleva por ejemplo: estar siempre pendiente de los pagos que deben realizarse, manejo de caja, facturación, etc.

- **Departamento operativo**

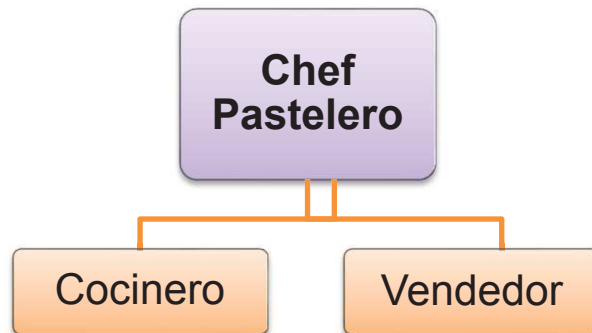
Son los encargados de la producción y la manipulación adecuada de los productos, desde la compra, la recepción, lavado, almacenamiento, etc. Hasta la entrega del producto final.

3.2.1 Inventario de recursos humanos

Tabla 3-2 Personal

Personal Necesario	
Chef pastelero	1
Cocinero	1
Vendedor	1

3.2.2 Estructura organizativa de la empresa



3.2.3 Descripción de funciones

- **Chef Pastelero:** El propietario de la heladería cumple con esta función, es el encargado de la producción de los helados con la ayuda del cocinero, crear recetas, mantener buenos proveedores y control de calidad; Asimismo será encargado de revisar la contabilidad y control de inventarios.
- **Cocinero:** Es el encargado de las compras y recepción del producto, también se encarga del control e inventarios de la bodega, además de la producción de helados, una vez que se termina la producción de los helados ayuda a la venta de los mismos.
- **Vendedor:** Se encarga de la organización del front of the house, de la venta de los productos, además está encargado de la caja.

Este capítulo trata sobre un análisis a fondo de la infraestructura que se tendrá en el local, sobre la adquisición de la materia prima y de los equipos necesarios para el funcionamiento de la heladería. Además también se habla de la parte de recursos humanos donde se da la descripción de los puestos para lograr un servicio de calidad.

4 Capítulo IV. Plan de mercado

Es un estudio que muestra las tendencias, perfiles y necesidades del mercado; asimismo aspectos del consumidor como su opinión y sus hábitos. Este estudio puede realizarse mediante encuestas, entrevistas, estadísticas, etc. (Dejerencia.com, 2014).

4.1 Investigación de mercado

El propósito de la investigación de mercado es proyectar resultados que serán de gran ayuda para la toma de decisiones finales sobre el plan de negocios. Se realizará dos tipos de investigaciones, una será cualitativa y la otra cuantitativa. La información que nos proporcionen dichas investigaciones será fundamental para seguir elaborando el proyecto.

4.1.1 Objetivos

4.1.1.1 Objetivo general

Analizar las opiniones y expectativas de las personas con respecto a la creación de una heladería para personas con diabetes e hipertensión.

4.1.1.2 Objetivos específicos

Determinar los sabores de helado de mayor consumo.

Establecer la frecuencia de consumo de helados en las personas con diabetes e hipertensión.

4.1.2 Análisis de mercado

En los capítulos anteriores se analizaron varios aspectos acerca de la competencia y descubrimos cuáles son las ventajas y oportunidades que

tenemos sobre ellos por ejemplo no usar aditivos y brindar productos bajos en grasa. En este capítulo se recopilara información para poder ofertar el producto a nuestros futuros clientes.

4.2 Identificación y caracterización de la demanda

En el primer capítulo se explica que los índices de diabetes e hipertensión están aumentando constantemente en el Ecuador, por lo que muchas personas están tomando conciencia sobre su salud y buscan lugares que les brinden alimentos sanos y nutritivos. Al ser una heladería que ofrece productos bajos en grasa y en azúcar las personas con diabetes e hipertensión son los clientes en potencia de esta heladería, pero como se dijo anteriormente los futuros clientes también pueden ser personas que quieren evitar estas enfermedades y personas que cuidan su cuerpo.

4.3 Identificación y caracterización de la oferta

“El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio.” (eumed.net, 2014). El producto que la heladería está ofreciendo es un producto de calidad que contiene ingredientes que tienen un costo superior al de los ingredientes de helados normales por lo que el costo total del producto aumenta; sin embargo la cantidad ofrecida del producto tiene una relación apreciable con el precio del producto.

4.4 Instrumentos de recolección

Existen tipos de investigación como los cualitativos y cuantitativos, en el caso de los cualitativos estos no son secuenciales ni lineales, este tipo de

investigación logra recopilar datos y opiniones más profundas, al realizarlo se debe respetar la opinión del entrevistado (personal.ua.es, s.f.). Por otra parte el método cuantitativo trata de recopilar datos e información por medio de la medición de estos, sea con valores numéricos o símbolos que representen respuestas específicas por eso las preguntas deben ser claras y concisas para revelar con exactitud el comportamiento de una población (personal.ua.es, s.f.). En este proyecto se utilizarán los dos tipos de investigación por medio de entrevistas a especialistas en el caso del método cualitativo y para el método cuantitativo se realizarán cuestionarios y un focus group a personas con estas enfermedades.

4.4.1 Entrevistas a especialistas

Para realizar estas entrevistas me puse en contacto con doctores especialistas en el tema, la visita a todos fue en su consultorio, dos de estos doctores son mis doctores personales por lo que fue fácil acceder a la entrevista, el Doctor Pasquel fue contactado con la ayuda de uno de sus pacientes que es cercano a mí. Las entrevistas tuvieron una duración aproximada de 20 minutos y fueron grabadas con un celular. A continuación la conclusión de las respuestas

1.- ¿Considera usted que la creación de restaurantes, en este caso una heladería especializada en personas con diabetes e hipertensión es una buena opción?

Analizando las respuestas de los tres entrevistados concluimos que la idea de crear esta heladería es buena e innovadora, pero los 3 coinciden en que los excesos nunca son buenos.

2.- ¿Cuál cree usted que es el mejor sustituto para el azúcar?

Las respuestas están divididas entre Sucralosa y Stevia, recomiendan estas dos porque son edulcorantes naturales y no son tan dañinos.

3.- ¿Cuál es el mejor sustituto de la leche?

Las opciones más recomendadas son la leche descremada, la leche de soya y la leche de almendras.

4.- ¿cuáles frutas son recomendables y cuáles no?

Dos de los doctores coinciden en que las frutas no recomendadas son: pasas, chirimoya, sandía, mientras que uno opina que todas son recomendadas, pero que se debe tener en cuenta la porción y la hora en la que se consume; sin embargo, los 3 coinciden en que las frutas cítricas son las más recomendables.

En conclusión los especialistas creen que la idea de crear una heladería para diabéticos e hipertensos es muy acertada ya que esta heladería ofrece productos con pocas calorías que es lo que se recomienda a los pacientes con estas enfermedades, además recomiendan el uso de edulcorantes naturales y aprueban el uso de leche descremada y sustitutos de la leche y coinciden en que son pocas las frutas que deben evitar consumirse.

4.4.2 Encuestas

La encuesta es un método de investigación cuantitativa, para realizar las encuestas se necesita sacar el número de la muestra con una fórmula en este caso obtenida del departamento de matemáticas de la Universidad de las Américas. Se tomara como población a los pacientes de la clínica especializada en endocrinología del hospital Metropolitano.

4.4.2.1 Fórmula para la muestra

Fórmula

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

Dónde:

n= Tamaño de muestra

N= Población

e= Margen de error

La fórmula se despeja de la siguiente manera:

$$n = \frac{217}{0.05^2(217 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{217}{0.05^2(216) + 1}$$

$$n = \frac{217}{0.0025 (216) + 1}$$

$$n = \frac{217}{0.54 + 1}$$

$$n = \frac{217}{1.54}$$

$$n = 140.90$$

4.4.2.2 Modelo de la encuesta

Encuesta Heladería para personas con diabetes e hipertensión

Heladería

El propósito es recopilar información para la creación de una heladería que se especializa en productos bajos en grasas y azúcar.

1. ¿Género?

- Femenino
- Masculino

2. ¿Qué edad tiene?

- Menor de 18 años
- 18 a 25 años
- 25 a 35 años
- 36 a 45 años
- 46 años o más

3. ¿Cuál es el nivel de educación más alto que ha recibido?

- Escuela primaria
- Escuela secundaria
- universidad
- Posgrado (maestría, doctorado, etc.)
- Ninguno

4. ¿Qué tipo de helado consume?

- Crema
- Paila
- Yogurt

5. ¿Con que frecuencia consume usted helados?

- 1 vez a la semana
- 2 veces a la semana
- 3 ó más veces al mes

6. ¿Cuál es su sabor preferido?

- Frutas clásicas (mora, frutilla, coco)
- Frutas cítricas (limón, maracuyá, naranjilla)
- Clásicos (vainilla, chocolate)
- Otros (almendra, pistacho, café)

7. ¿Qué presentación prefiere para su helado?

- Vaso desechable
- Copa de vidrio
- Paleta

8. ¿Qué precio esta dispuesto a pagar por una bola grande de helado de 80 gr creado con productos adecuados para su salud?

- \$1,75
- \$2,25
- \$2,75

9. ¿En qué horario prefiere consumirlos?

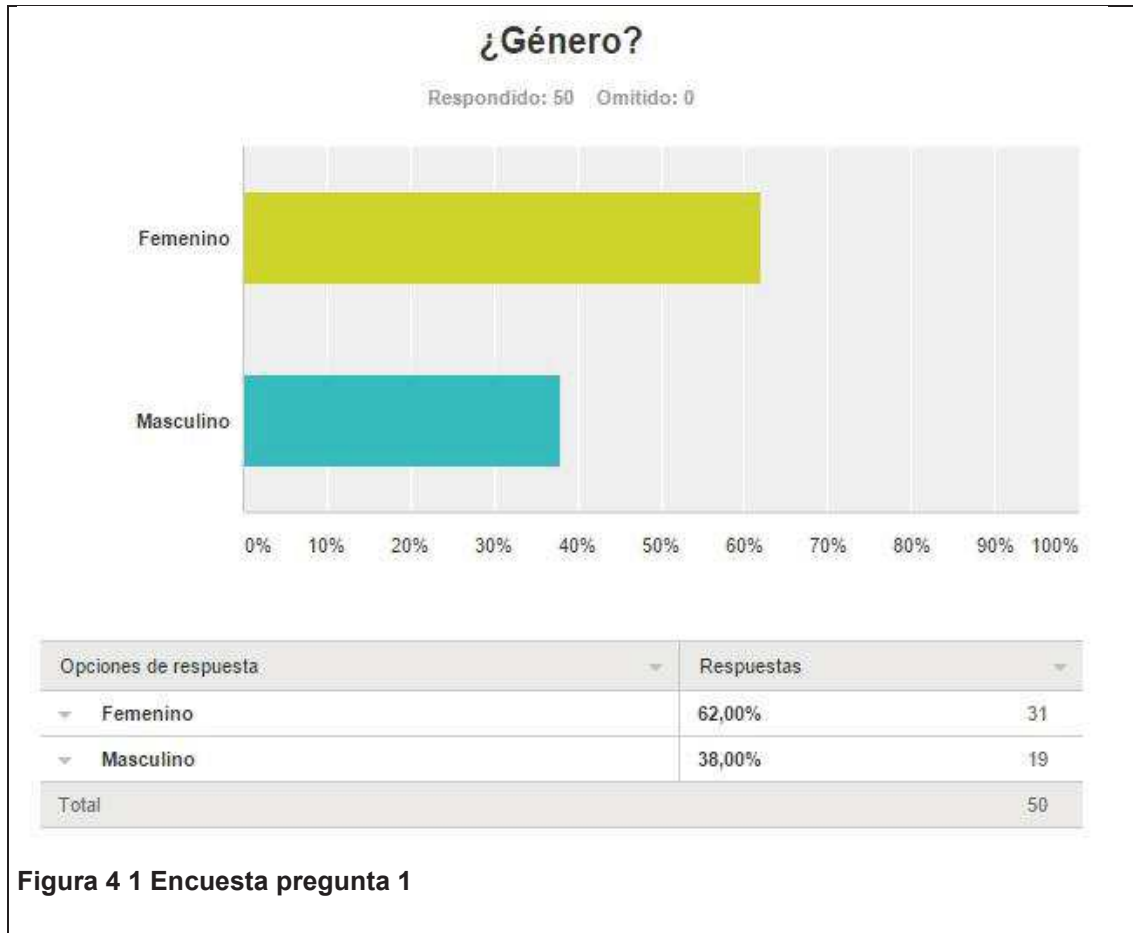
- En la mañana
- En la tarde
- En la noche

10. ¿Qué le parece la idea de crear una heladería que ofrezca productos aptos para personas con diabetes e hipertensión?

- Excelente
- Buena
- Mala

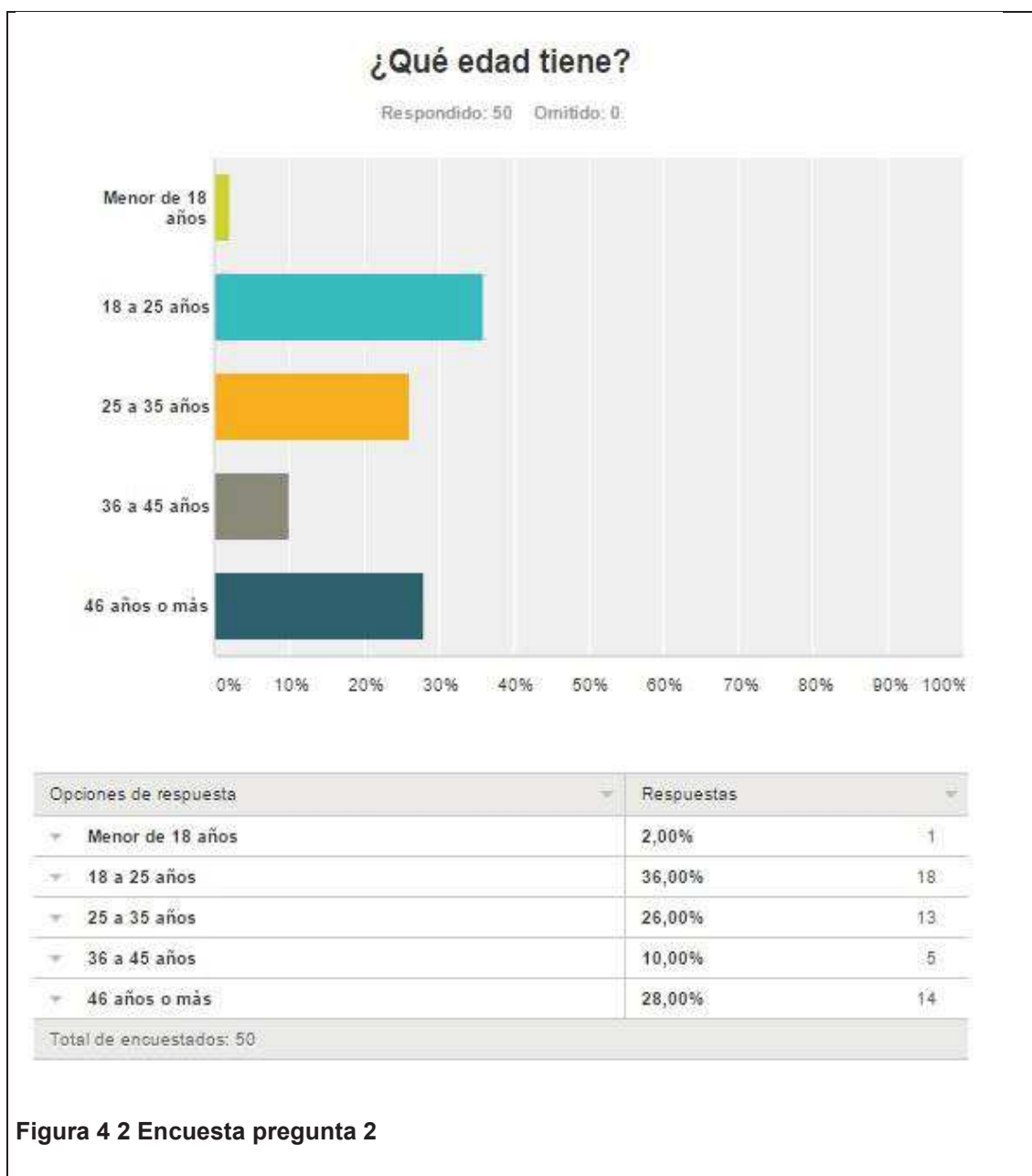
4.4.2.3 Resultado y análisis de las encuestas

Pregunta 1



La respuesta a la primera pregunta nos da como resultado que la mayoría de pacientes son de sexo femenino con el 62% mientras que el sexo masculino fue de 38%

Pregunta 2



La edad promedio de los pacientes va de los 18 a 25 años con el 36% seguido de las personas de 46 años o más con el 28%.

Pregunta 3

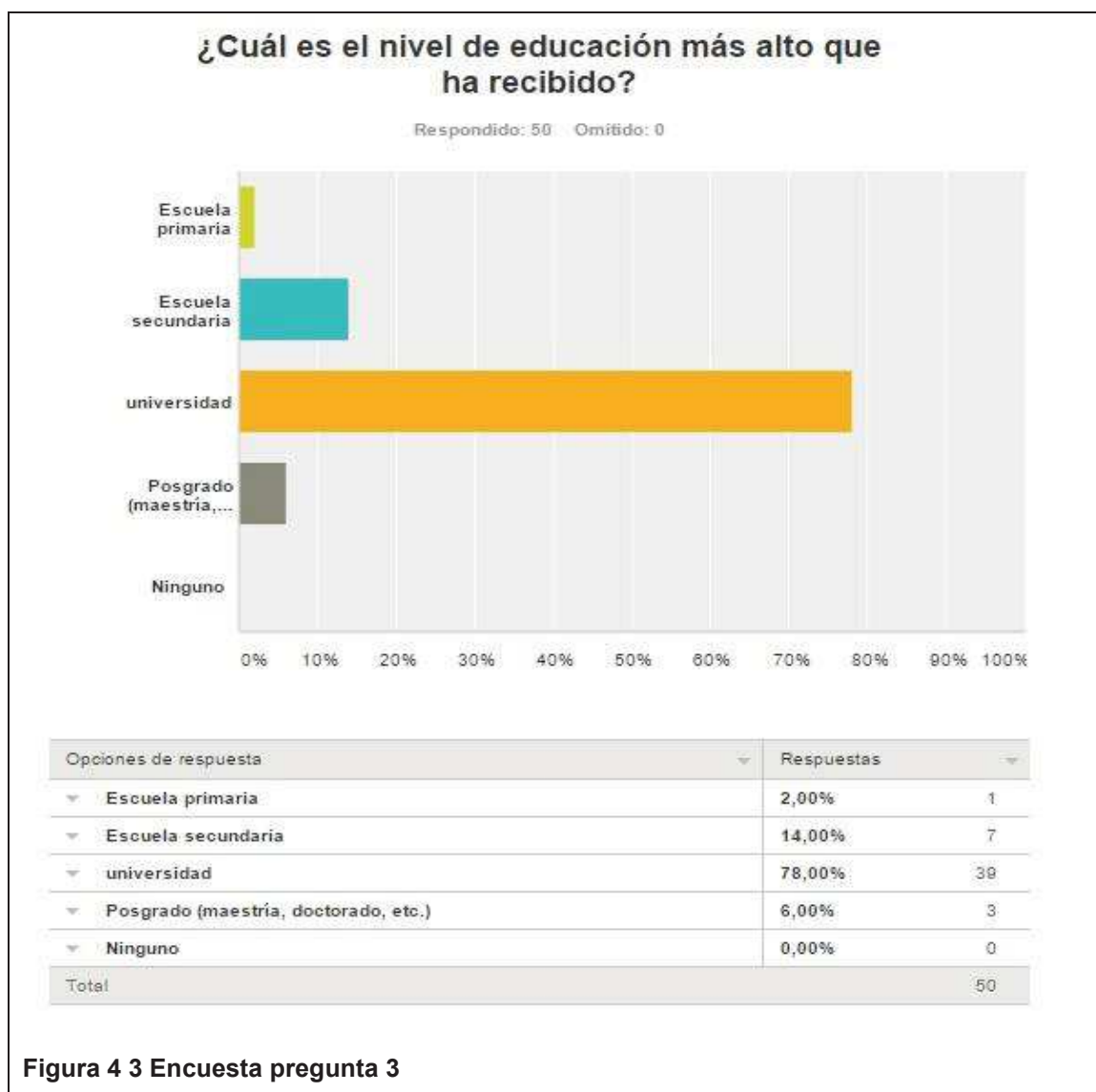


Figura 4 3 Encuesta pregunta 3

El 78% de los encuestados dicen tener estudios universitarios, siendo una gran mayoría.

Pregunta 4

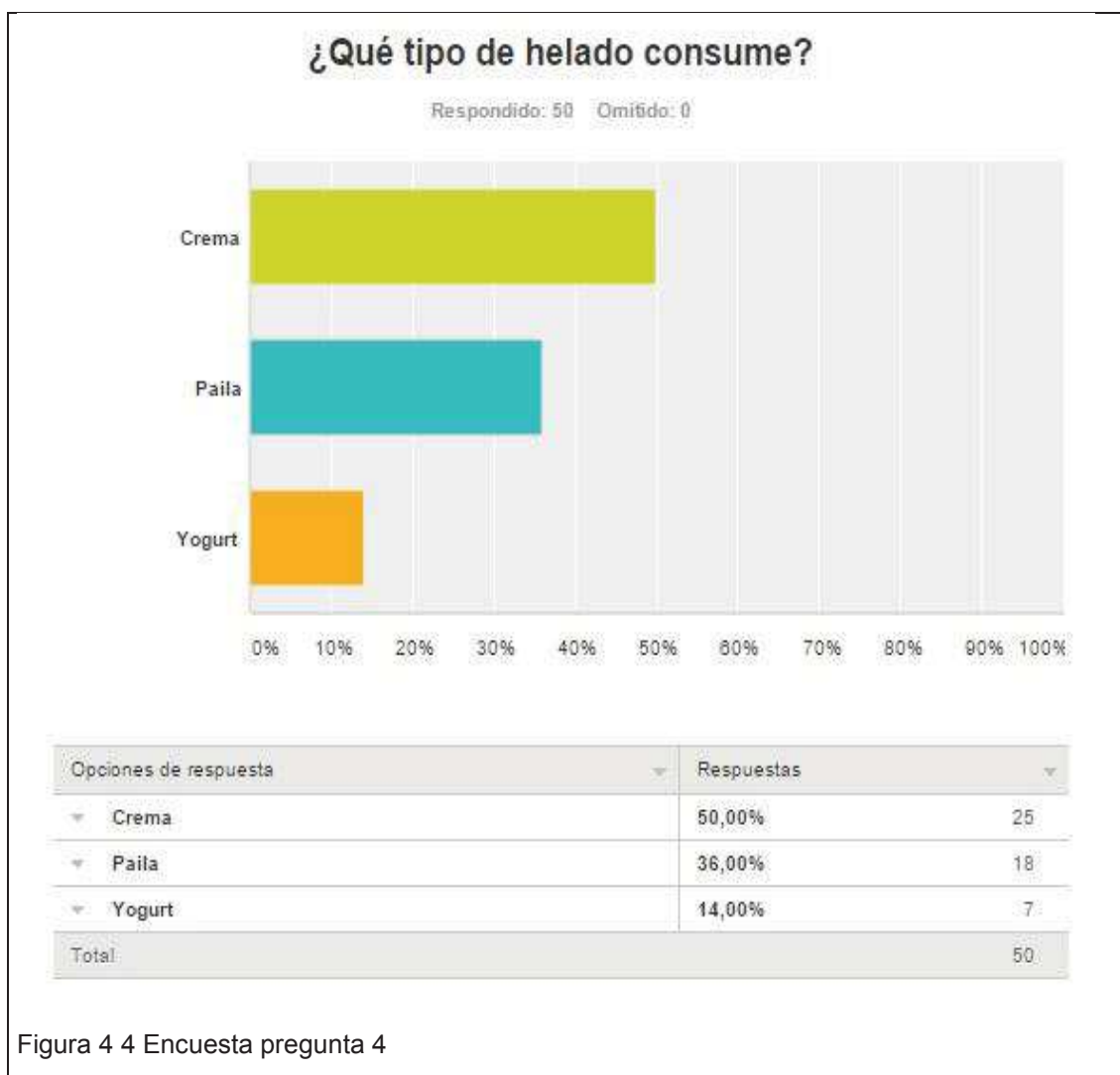
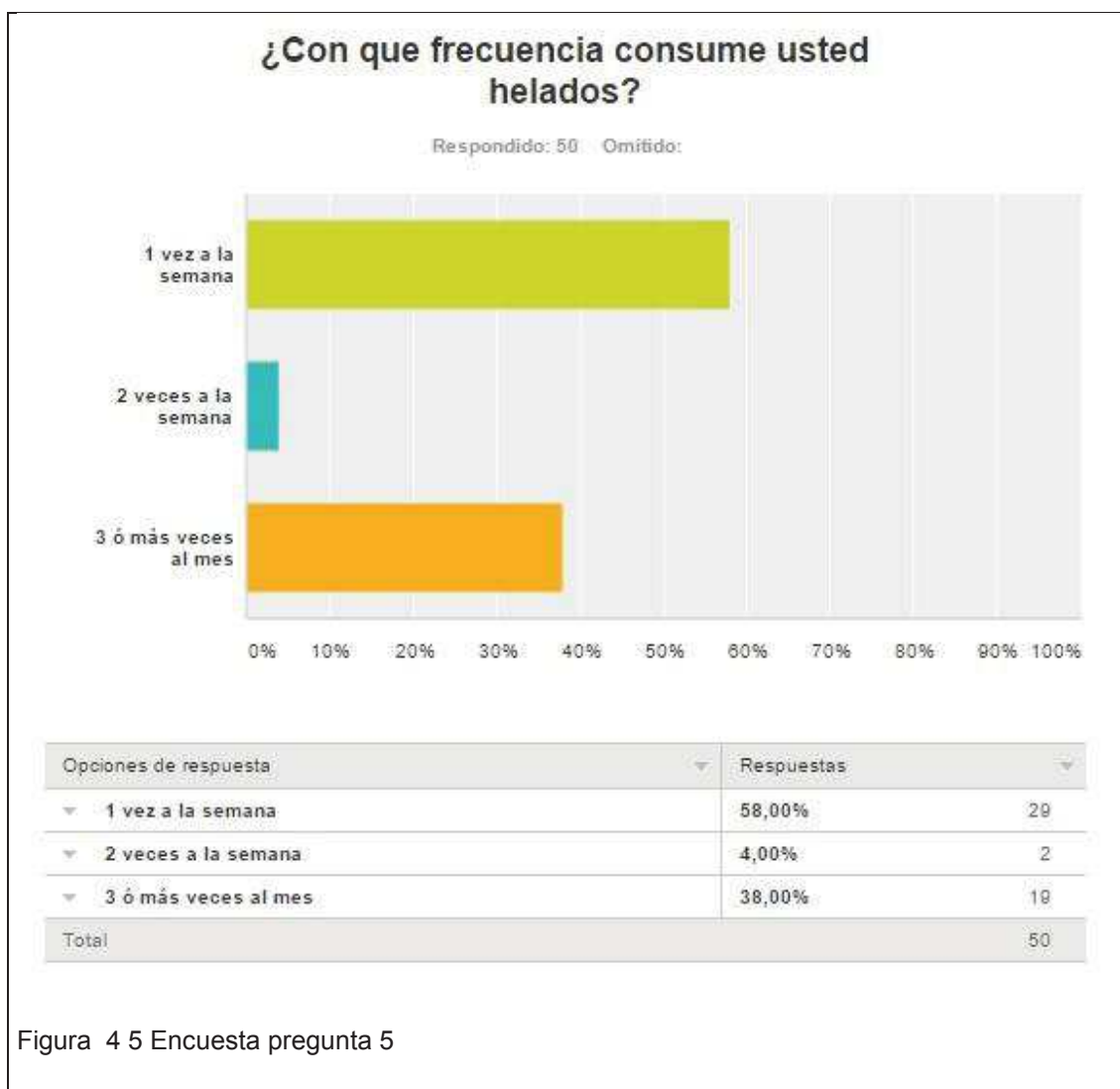


Figura 4 4 Encuesta pregunta 4

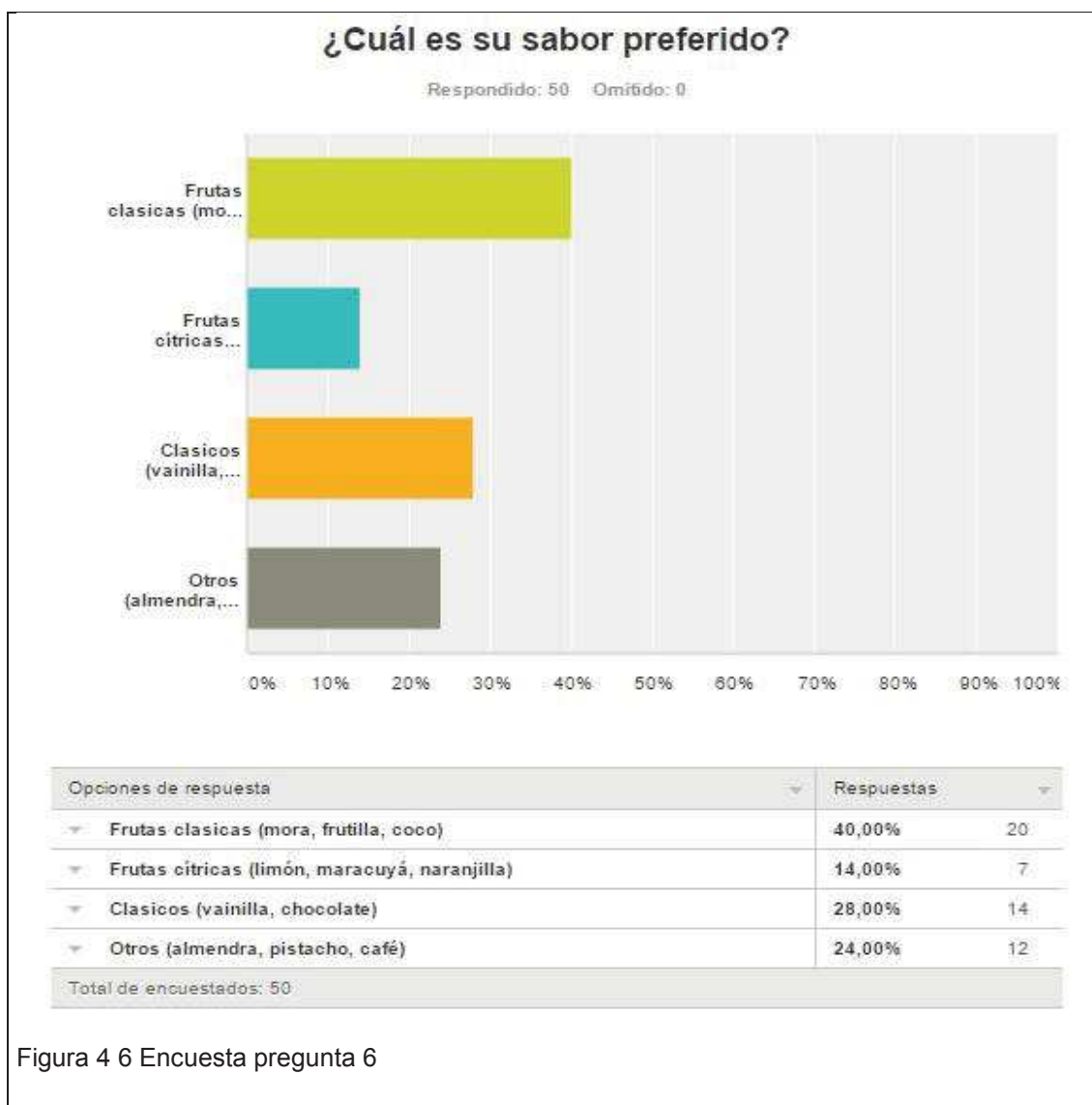
La mitad de los pacientes prefieren los helados de crema con un porcentaje del 50%, seguido de los de paila con el 36% y por último el helado de yogurt con el 7%

Pregunta 5



La mayoría de los pacientes con el 58% toman helados una vez a la semana, tan solo el 4% consume helados 2 veces a la semana.

Pregunta 6



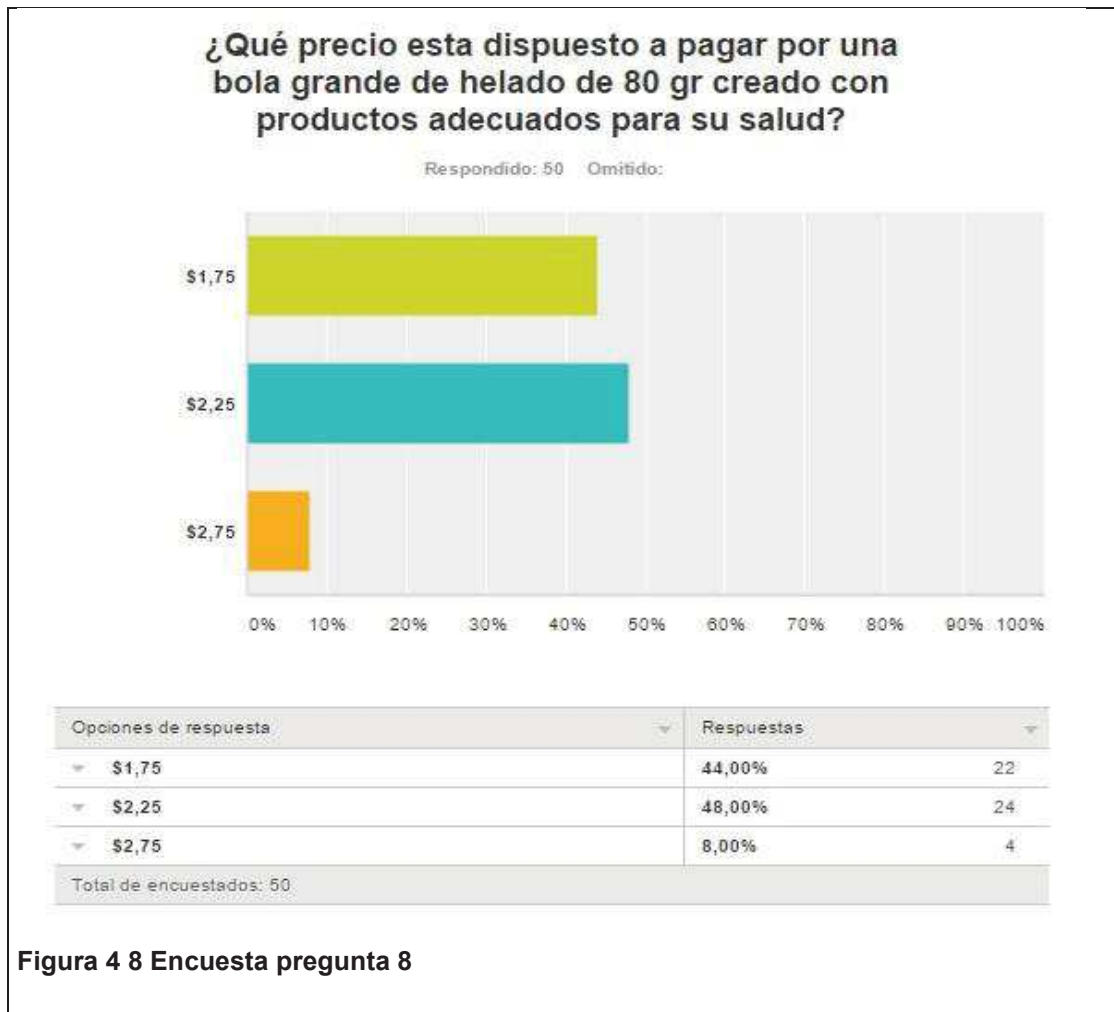
Los helados de frutas clásicas son los preferidos por los pacientes con un 40% seguido de los sabores clásicos con un 28%

Pregunta 7



Figura 4 7 Encuesta pregunta 7

Con un 64% se demuestra que la mayoría de las personas prefieren un envase desechable para consumir su helado, lo que demuestra que no es necesario consumirlo en el local.

Pregunta 8

El 44% de pacientes está dispuesto a pagar \$2,25 por su helado.

Pregunta 9

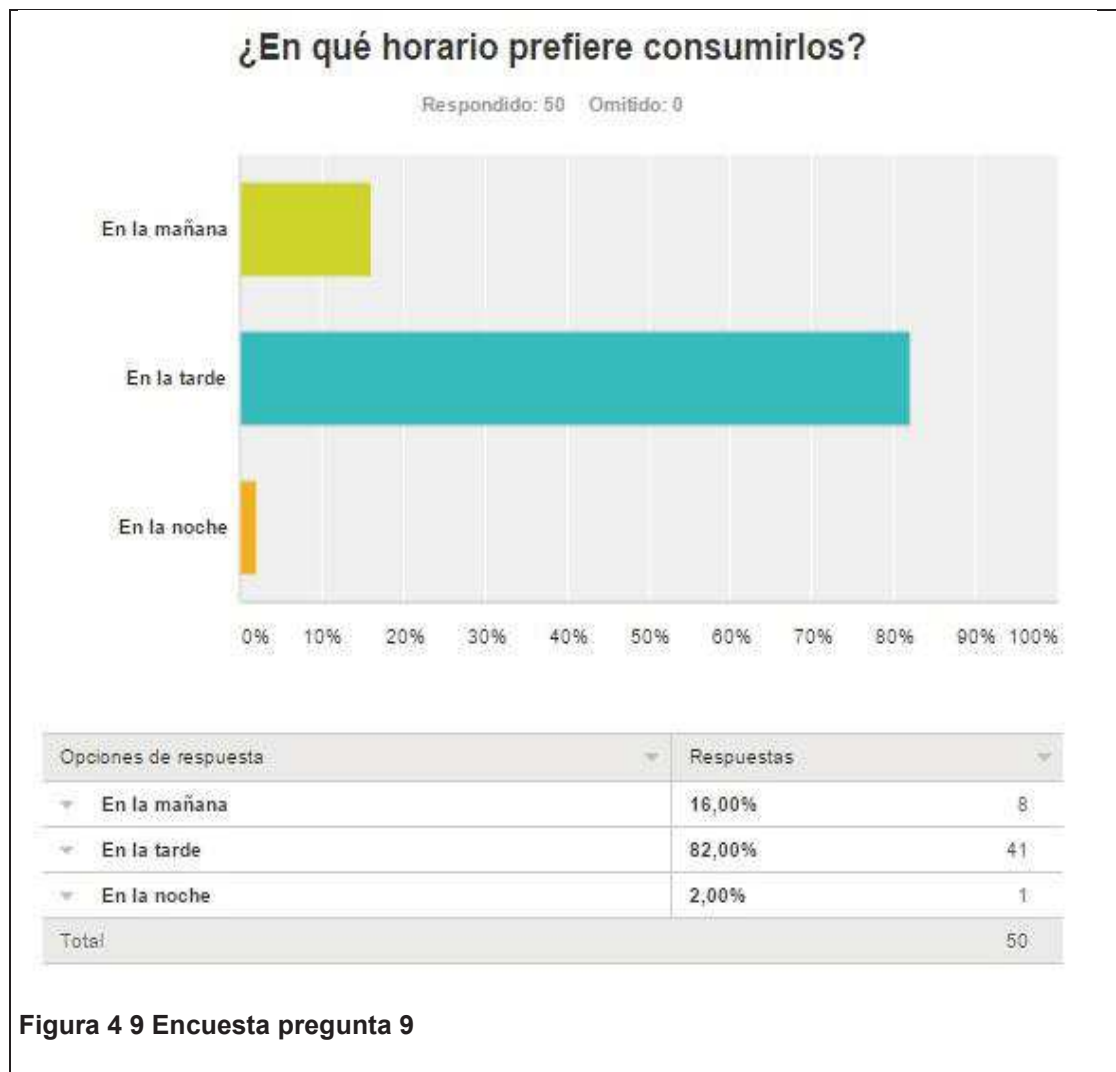


Figura 4 9 Encuesta pregunta 9

Con una gran diferencia del 82% las personas prefieren consumir helado en la tarde y tan solo el 2% prefiere consumirlo en la noche.

Pregunta 1

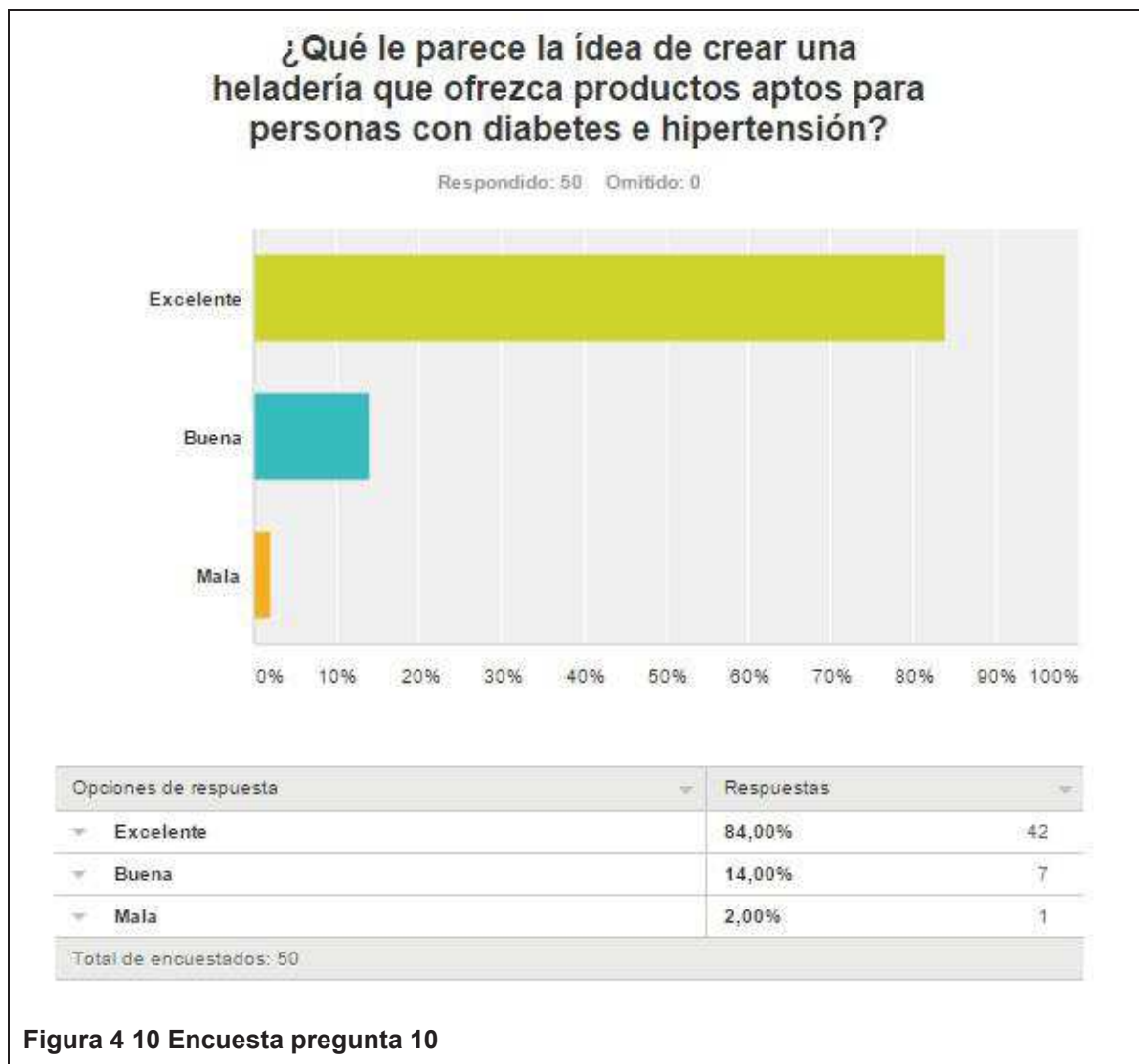


Figura 4 10 Encuesta pregunta 10

A un gran número de pacientes le parece que la idea de crear una heladería es excelente y tan solo el 2% dice que la idea es mala.

4.4.2.4 Focus Group

A continuación se presenta el modelo del cuestionario realizado en el Focus Group para que la gente pueda dar su opinión sobre el producto que degustaron. Este Focus Group se realizó con la colaboración de 7 personas con problemas de diabetes e hipertensión. Las personas que degustaron el helado fueron:

Lorena Andrade	48 años	diabetes tipo 2 e hipertensión
Jorge Camacho	37 años	hipertensión
Mónica Proaño	33 años	diabetes tipo 2
Diego Velasco	30 años	diabetes tipo 2
Gabriela Naranjo	23 años	Diabetes tipo 2
Ana Naranjo	26 años	Principios de diabetes
Martin Cáceres	10 años	Diabetes tipo 1

Cuestionario

1. ¿Qué le pareció el helado Sweet Snow?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

2. De estos sabores escoja el que más le gusto.

- Café con frutos secos
- Plátano con chispas de chocolate y nueces
- Cheesecake de frutos rojos

3. De los siguientes sabores, ¿Cuál es su favorito?

- Mango y frutilla
- Maracuyá y menta
- Limón

4. De los sabores clásicos ¿cuál prefiere?

- Mora
- Vainilla
- Chocolate

5. ¿Qué le pareció el dulzor del helado?

- Perfecto
- Muy dulce
- Falto dulzor

6. La textura del helado le parece?

- Prefecta
- Se deslió rápido
- Suave y refrescante
- Muy congelada

4.4.2.5 Análisis de los Resultados del focus group

Analizando las respuestas del cuestionario que llenaron 7 personas que padecen de hipertensión y diabetes se puede decir que el helado Sweet Snow les pareció muy bueno a cuatro de siete personas y ninguna respondió la opción de que el helado les pareció malo. En cuanto a los sabores, las preguntas fueron divididas en tres partes, estas fueron: sabores nuevos, sabores frutales y sabores clásicos, los sabores que más gustaron fueron: plátano con chispas de chocolate y nueces, mango con frutilla y el de chocolate respectivamente, mientras que los que menos acogida tuvieron fueron el helado de limón, vainilla y el de maracuyá con menta siendo el motivo la acides del producto. Mientras que la respuesta de la pregunta 5 que se refiere al dulzor la mayoría respondió que estaba perfecto por lo que se puede decir que la cantidad de edulcorante que se usa para las recetas es la adecuada, por ultimo 4 de las 7 personas opinan que la textura del helado es suave y refrescante.

5 Capítulo V. Plan de marketing

En este capítulo se analizarán las estrategias de mercadeo que son necesarias para que un negocio cumpla sus metas en ventas y reconocimiento.

El plan de marketing ayuda a obtener información fundamental para introducir un negocio al mercado, además ayuda a crear estrategias de comercialización del producto o servicio, posicionándolo mediante una marca en la mente de los consumidores, estas estrategias se logran con la información recopilada mediante el plan de mercado y la investigación de las 8 p's del marketing de servicios del autor Christopher Lovelock,

5.1 Objetivos

5.1.1 Objetivo general

- Dar a conocer a Sweet Snow en toda la ciudad de Quito logrando ser la marca Top of Mind de los consumidores de alimentos saludables.

5.1.2 Objetivos Específicos

- Elaborar una campaña efectiva de comunicación para introducir la heladería en la ciudad de Quito.
- Crear una cuenta en Facebook que contenga varias fotos de los productos, en especial el contenido calórico y su tabla nutricional, con la finalidad de que los consumidores y futuros clientes confíen en la calidad de los productos.
- Realizar convenios con restaurantes, para que puedan ofrecer una nueva línea de helados.

5.2 Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing son las acciones que se deben realizar para conseguir los objetivos relacionados con el marketing como lo son: aumentar el porcentaje de ventas, darse a conocer en el mercado o sacar un nuevo producto o servicio y darlo a conocer. Para poder saber que estrategias se deben realizar se debe estudiar al público objetivo y a la competencia (CreceNegocios, 2013). Para esto se analizaran las 8 p's del marketing de servicios según Lovelock.

5.3 Estrategia de Producto

Sweet Snow ofrece helados bajos en calorías y sin azúcar que ayudaran a cuidar la salud de las personas que deben evitar subir de peso como son las personas con diabetes e hipertensión, pero además también va dirigido a las personas que mantienen su figura. Además de ofrecer el mejor sabor y calidad, brinda una gran variedad de sabores totalmente nuevos y diferentes a los de la competencia. El empaque que tiene este helado es desechable y muy cómodo por lo que el producto se lo puede consumir dentro del local o llevarlo a casa. Además las personas encargadas de atender brindaran un servicio personalizado y cordial, conjuntamente el servicio también será dado por el dueño del local.

5.4 Estrategia de Precio

Establecer el precio es una parte fundamental para la percepción que tienen los consumidores frente a nuestro producto. Debemos tener en cuenta siempre el mercado meta que tenemos, además saber si nuestros clientes prefieren calidad sin importar mucho el precio, o ver si el precio influye más en su

decisión de compra. La fijación de precios de los helados Sweet Snow está ligada al costo que implica producirlos y el costo monetario que el cliente está dispuesto a pagar según las encuestas realizadas, ya que las personas saben que los productos se realizarán con materia prima que tiene costos más altos porque son especializados.

Las formas de pago que se aceptarán en la heladería son: efectivo, tarjeta de débito y de crédito por la compra de más de \$10.00 USD.

5.5 Estrategia de Plaza

Principalmente lo que se quiere lograr con Sweet Snow es que sea una heladería ubicada en uno de los sectores más prestigiosos de Quito como lo es la Avenida González Suárez, la gente que vive o trabaja en este sector está dispuesta a invertir su dinero en productos que ayudan a mantener su salud. Además de ser un sector reconocido, el tráfico es fluido y hay lugares donde parquear el auto, igualmente es una zona tranquila y residencial donde se puede disfrutar de un helado sin preocupación alguna.

5.6 Estrategia de Promoción

5.6.1 Promoción de Ventas

La estrategia de promoción de ventas que se utilizará es PULL, es decir atraer a los clientes para que ellos acudan a adquirir los productos o servicios que se ofrece. Se procura crear demanda en los consumidores.

Lo que se hará es llamar la atención del cliente mediante varias promociones que los lleve a comprar los productos. Las promociones podrán ser de este tipo:

- Dar una muestra de degustación, es decir poner a uno de nuestros empleados a obsequiar pequeñas muestras del producto para que la gente lo pruebe y se anime a comprar, esto se realizara durante las dos primeras semanas de apertura.
- El día 14 de Noviembre, día mundial de la diabetes habrá un descuento del 25% en todos los productos.
- El día 17 de Mayo, día internacional de la hipertensión habrá un descuento del 25% en todos los productos.
- El primer lunes de cada mes habrá 2x1 de 3pm a 5pm.

5.6.2 Ventas personales

La persona encargada del local jugara un papel importante, desde su imagen, la manera en la que promocioe los productos y servicios y sobretodo deberá ser una persona capacitada que pueda transmitir a los clientes confianza de que los productos son saludables y que no por esto su sabor no es tan rico como los de las demás heladerías y que se animen a comprarlos.

5.7 Estrategia de Publicidad

5.7.1 Mensaje

Lo que se transmitirá en la publicidad de Sweet Snow es principalmente que los productos que se ofrece son bajos en calorías y aptos para personas con diabetes e hipertensión, con este mensaje se trata de convencer a la gente de que se ofrece productos saludables, que no engordan y la nueva moda es cuidar la figura por lo que la mayoría de personas se animaran a visitar el local.

El mensaje será muy llamativo, se utilizarán los mismos colores del logotipo de Sweet Snow al igual que el estilo de fuente, se incluirán también imágenes que

muestren los productos que se ofrecen y se incluirá los teléfonos y dirección del local.

5.7.2 Medios

Según los hábitos de medios que tienen los consumidores meta de Sweet Snow, se ha elegido los siguientes medios para la realización de la publicidad:

- **Página web:** Se creará una página web sencilla, en donde se publicara los productos que se ofrecen, fotos de eventos que hayan sido realizados en el local y finalmente publicar allí cualquier dato importante de la empresa como misión, visión, teléfonos, dirección y e-mail.
- **Facebook:** Crear una cuenta en Facebook que contenga varias fotos de los productos, los procesos que se realizan para la producción de los helados y datos nutricionales de los productos. Se contará también con los teléfonos del almacén y con una persona que se encuentre constantemente respondiendo a los comentarios o pedidos.
- **Revista:** Sacar el anuncio mensualmente en la revista “Familia” de todos los domingos durante dos meses

5.8 Estrategia de Alianzas

Las alianzas principales se realizaran con el hospital Metropolitano en donde ofrecerá el producto en el almuerzo en envases con el logo y ellos podrán ofrecer productos aptos para los pacientes enfermos. También se realizaran alianzas con algunos restaurantes que ofrecen comida saludable como son Go Green y Salad Room donde no hay postres en su menú y podrán ponerlos como una nueva opción en su carta. También se hará una alianza con Fybeca mediante cupones con descuentos o productos gratis por la compra de medicamentos para personas con diabetes e hipertensión.

5.9 Estrategia de Procesos

Los procesos que sigue Sweet Snow son realizados con calidad y responsabilidad, desde la compra y recepción de materia prima, hasta la producción y venta del producto y servicio. El servicio que se brindará en el local se da por la capacitación que tendrán sus empleados constantemente, y gracias a la presencia del dueño. Las personas encargadas de dar el servicio tendrán conocimientos básicos de Inglés y también de nutrición, con lo que podrán dar información importante y datos sobre los productos a los clientes. Además habrá un buzón de sugerencias para que haya nuevos productos y sabores.

5.10 Estrategia de persona

Los uniformes del personal están compuestos por una chaqueta negra con naranja por el logo de Sweet Snow, delantal naranja, pantalón color negro y zapatos negros antideslizantes

Figura 5-1 Uniforme



Figura 5 1 Uniforme

Tomado de: Aliexpress. (2015). Uniforme. Recuperado el 16 de Diciembre de 2014, de:
<http://es.aliexpress.com/item/Chef-Uniforms/954286694.html>

Con un correcto mercadeo se puede lograr que la heladería funcione de acuerdo a lo estimado y que se logre cumplir los objetivos sin perder el enfoque del negocio.

6 Capítulo VI. Plan financiero

En este capítulo se detalla todos los costos que genera producir los servicios y productos de Sweet Snow, además se hace una proyección de las ventas de aquí a 5 años. Con este análisis se puede definir si el proyecto es conveniente y si genera ganancias o pérdidas.

6.1 Receta estándar

A continuación se presentan las recetas de todos los productos que ofrece Sweet Snow, todas se realizan con gramaje de kilos y litros para que se muestre un formato ordenado y de fácil comprensión. Una receta estándar es aquella en donde se muestra el peso, unidad, ingrediente, costo unitario, costo total de la receta, número de porciones, peso por porción y nombre de la receta, todo esto con el fin de lograr que el resultado de la receta siempre sea el mismo, además de optimizar el tiempo de preparación y evitar los desperdicios.

Tabla 6-1 Receta estándar 1

				
Nombre de la receta	Helado de café con frutos secos			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio	10 porciones/ 100gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	L	leche de soya	\$ 0,75	\$ 0,75
0,03	K	café	\$ 11,72	\$ 0,35
0,02	K	edulcorante	\$ 193,00	\$ 3,86
0,12	K	huevos	\$ 1,95	\$ 0,23
0,1	K	almendras	\$ 20,85	\$ 2,09
0,1	K	nuez	\$ 25,00	\$ 2,50
			Costo total:	\$ 9,78
			Costo unitario:	\$ 0,98

Tabla 6-2 Receta estándar 2

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	Helado de plátano con chispas de chocolate y nueces			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio	10 porciones/100gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,5	L	leche de soya	\$ 0,75	\$ 0,38
0,5	L	leche descremada	\$ 0,79	\$ 0,40
0,1	K	cocoa en polvo	\$ 5,17	\$ 0,52
0,1	K	chocolate	\$ 12,18	\$ 1,22
0,3	K	plátano	\$ 0,75	\$ 0,23
0,05	K	galleta	\$ 8,96	\$ 0,45
0,1	K	nuez	\$ 25,00	\$ 2,50
0,015	K	edulcorante	\$ 193,00	\$ 2,90
0,12	K	huevos	\$ 1,95	\$ 0,23
			Costo total:	\$ 8,81
			Costo unitario:	\$ 0,88

Tabla 6-3 Receta estándar 3

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	helado de mango y frutilla			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio	10 porciones/100gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,55	L	leche de arroz	\$ 4,32	\$ 2,38
0,55	L	leche descremada	\$ 0,79	\$ 0,43
0,5	K	crema	\$ 3,02	\$ 1,51
0,2	K	mango	\$ 2,00	\$ 0,40
0,2	K	fresa	\$ 2,00	\$ 0,40
0,01	K	edulcorante	\$ 193,00	\$ 1,93
0,12	K	huevos	\$ 1,95	\$ 0,23
			Costo total:	\$ 7,28
			costo unitario	\$ 0,73

Tabla 6-4 Receta estándar 4

				
Nombre de la receta	Helado de maracuyá y menta			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio	10 porciones /100gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,5	K	yogurt natural	\$ 3,61	\$ 1,81
0,5	L	leche descremada	\$ 0,79	\$ 0,40
0,4	K	maracuyá	\$ 1,00	\$ 0,40
0,1	K	menta	\$ 13,55	\$ 1,36
0,02	K	edulcorante	\$ 193,00	\$ 3,86
0,12	K	huevos	\$ 1,95	\$ 0,23
			Costo total:	\$ 8,05
			costo unitario	\$ 0,80

Tabla 6-5 Receta estándar 5


				
Nombre de la receta	Helado de vainilla			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio				
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,6	L	leche de almendras	\$ 4,32	\$ 2,59
0,3	K	yogurt	\$ 3,61	\$ 1,08
0,1	K	crema	\$ 3,02	\$ 0,30
0,02	K	edulcorante	\$ 193,00	\$ 3,86
0,015	K	vainilla	\$ 3,00	\$ 0,05
0,16	K	huevo	\$ 1,95	\$ 0,31
			Costo total:	\$ 8,19
			costo unitario	\$ 0,82

Tabla 6-6 Receta estándar 6


				
Nombre de la receta	helado de chesee cake con frutos rojos			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio	10 porciones/100gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,3	K	yogurt natural	3,61	\$ 1,08
0,5	L	leche de almendras	4,32	\$ 2,16
0,2	K	queso crema light	\$ 4,40	\$ 0,88
0,15	K	galleta integral	\$ 8,96	\$ 1,34
0,01	K	edulcorante	\$ 193,00	\$ 1,93
0,2	K	frutillas	\$ 2,00	\$ 0,40
0,15	K	moras	\$ 3,00	\$ 0,45
0,5	K	frambuesas	\$ 5,00	\$ 2,50
0,12	K	huevos	\$ 1,95	\$ 0,23
			Costo total:	\$ 10,98
			costo unitario	\$ 1,10

Tabla 6-7 Receta estándar 7

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	helado de mora			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio	10 porciones/ 100gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,5	L	leche de arroz	\$ 4,32	\$ 2,16
0,3	L	leche descremada	\$ 0,79	\$ 0,24
0,005	K	vainilla	\$ 3,00	\$ 0,02
0,4	K	mora	\$ 3,00	\$ 1,20
0,02	K	maicena	\$ 1,74	\$ 0,03
0,015	K	edulcorante	\$ 193,00	\$ 2,90
0,12	K	huevo	\$ 1,95	\$ 0,23
			Costo total:	\$ 6,78
			costo unitario	\$ 0,68

Tabla 6-8 Receta estándar 8


				
Nombre de la receta	Helado de limón			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio	10 porciones/ 100gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,2	K	huevos	\$ 1,95	\$ 0,39
0,02	K	edulcorante	\$ 193,00	\$ 3,86
0,3	L	agua	\$ 0,00	\$ -
0,3	K	yogurt	\$ 3,61	\$ 1,08
0,3	L	jugo de limón	\$ 1,25	\$ 0,38
0,02	K	ralladura de limón	\$ 0,00	\$ -
			Costo total:	\$ 5,71
			costo unitario	\$ 0,57

Tabla 6-9 Receta estándar 9


				
Nombre de la receta	Helado de Chocolate			
Genero	helado			
Porciones/Peso porcio	10 porciones/ 100gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,3	L	leche de almendra	\$ 4,32	\$ 1,30
0,5	L	leche descremada	\$ 0,79	\$ 0,40
0,1	K	crema	\$ 3,02	\$ 0,30
0,01	K	maicena	\$ 1,74	\$ 0,02
0,1	K	cacao en polvo	\$ 5,15	\$ 0,52
0,2	K	chocolate negr	\$ 12,18	\$ 2,44
0,12	K	huevo	\$ 1,95	\$ 0,23
			Costo total:	\$ 5,20
			costo unitario	\$ 0,52

Tabla 6-10 Receta estándar 10


				
Nombre de la receta	Limonada Frozen			
Genero	bebida			
Porciones/Peso porcio	10 porciones/ 300			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,3	L	Jugo de Limón	\$ 1,25	\$ 0,38
0,2	K	Frutillas	\$ 2,00	\$ 0,40
0,03	K	gota dulce	\$ 193,00	\$ 5,79
1	K	hielos	\$ 0,00	\$ -
2	L	agua	\$ 0,00	\$ -
				\$ -
			Costo total:	\$ 6,57
			costo unitario	\$ 0,66

Tabla 6-11 Receta estándar 11

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	Café helado			
Genero	bebida			
Porciones/Peso porcio	10/300gr			
Fecha de elaboracion	1/10/2015			
Tecnicas aplicadas				
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	L	leche descremada	\$ 0,79	\$ 0,79
1	k	helado de café	\$ 9,78	\$ 9,78
0,01	k	gota dulce	\$ 193,00	\$ 1,93
0,1	k	cacao	\$ 5,17	\$ 0,52
0,5	k	hielo	\$ 0,00	\$ -
			Costo total	\$ 13,02
			Costo unitario:	\$ 1,30

6.2 Ticket Promedio y utilidad

El ticket promedio es la cantidad o facturación promedio de consumo de un cliente por visita. Esto nos ayuda a crear estrategias nuevas, por ejemplo si un producto no se está vendiendo tanto, esto puede ayudar a promocionarlo. Además en estos cuadros se puede ver la utilidad del negocio y los costos que generan la producción de cada helado. El costo de la materia prima se obtiene de las recetas estándar.

Tabla 6-12 Ticket Promedio

TICKET PROMEDIO & UTILIDAD							
RUBRO DE COSTOS	COSTOS TOTALES MENSUALES MAXIMOS	CAPACIDAD PAX INSTALADA	Costo de Rubro por PAX	ALIMENTOS		BEBIDAS	
				70%		30%	
MP	\$ 35.184,83	11280	\$ 3,12	\$ 2,18	\$ 0,66		
OC-CF	\$ 1.383,50	11280	\$ 0,12	\$ 0,09	\$ 0,03		
MANO DE OBRA	\$ 1.963,63	11280	\$ 0,17	\$ 0,12	\$ 0,04		
GASTO TOTAL MENSUAL	\$ 38.531,96	11280	\$ 3,42	\$ 2,39	\$ 0,72		

TICKET PROMEDIO													PROBABLES ESCENARIOS DE TICKET PROMEDIO			Promedio de Escenarios Posibles 1-3-3 = TICKET PROMEDIO
Secciones del Menú	Platos & Bebidas	MP	CF	MO	COSTO TOTAL	Utilidad Bruta con Impuestos	% Utilidad	Precio sin IVA	Precio \$ + IVA	Promedio x Sección	1 3 helados + bebida	2 2 helados + bebida	3 helado + bebida			
A	café y frutos secos	\$ 0,98 35%	\$ 0,09 3%	\$ 0,12 5%	\$ 1,19	\$ 1,31 52%	\$ 2,23 \$ 2,50									
	plátano con choco y nuez	\$ 0,88 35%	\$ 0,09 3%	\$ 0,12 5%	\$ 1,09	\$ 1,41 58%	\$ 2,23 \$ 2,50									
	Cheesecake de frutos rojos	\$ 1,10 44%	\$ 0,09 3%	\$ 0,12 5%	\$ 1,31	\$ 1,19 48%	\$ 2,23 \$ 2,50									
B	mango y fresa	\$ 0,73 32%	\$ 0,09 4%	\$ 0,12 5%	\$ 0,94	\$ 1,31 58%	\$ 2,01 \$ 2,25									
	maracuyá y menta	\$ 0,80 36%	\$ 0,09 4%	\$ 0,12 5%	\$ 1,01	\$ 1,24 55%	\$ 2,01 \$ 2,25									
	limón	\$ 0,57 25%	\$ 0,09 4%	\$ 0,12 5%	\$ 0,76	\$ 1,47 65%	\$ 2,01 \$ 2,25									
C	mora	\$ 0,68 30%	\$ 0,09 4%	\$ 0,12 5%	\$ 0,89	\$ 1,36 61%	\$ 2,01 \$ 2,25									
	vainilla	\$ 0,82 36%	\$ 0,09 4%	\$ 0,12 5%	\$ 1,03	\$ 1,22 54%	\$ 2,01 \$ 2,25									
	chocolate	\$ 0,52 23%	\$ 0,09 4%	\$ 0,12 5%	\$ 0,73	\$ 1,52 68%	\$ 2,01 \$ 2,25				\$ 10,63	\$ 8,25	\$ 6,13	\$ 8,33		
D	Limonada frozen	\$ 0,66 20%	\$ 0,09 3%	\$ 0,12 4%	\$ 0,87	\$ 2,38 73%	\$ 2,90 \$ 3,25									
	café helado	\$ 1,30 33%	\$ 0,09 2%	\$ 0,12 3%	\$ 1,51	\$ 2,49 62%	\$ 3,57 \$ 4,00									
E	Otros															
		Costo Promedio MP	32%	Costo Promedio OC	3%	Costo Promedio MO	5%		Utilidad Promedio	59%						

Tabla 6-13 Costo materia prima

COSTO MP PROMEDIO			PROBABLES ESCENARIOS DE TICKET PROMEDIO			Promedio de Escenarios Posibles 1-2-3 = TICKET PROMEDIO
Platos & Bebidas	MP	Promedio o Sección	1 • (A) Entrada • (B) Plato Fuerte • (C) Postre • (D) Bebida	2 Promedio: (A) Entrada o (C) Postre • (B) Plato Fuerte • (D) Bebida	3 Promedio: (A) Entrada o (C) Postre • (B) Plato Fuerte • (D) Bebida x 2	
Helados nuevos	Café y frutos secos	\$ 0,98	\$ 3,34	\$ 2,50	\$ 3,48	\$ 3,10
	Platano con choco y nue	\$ 0,88				
	cheese cake de frutos roj	\$ 1,10				
		\$ 0,99				
helados frutales	Mango y frutilla	\$ 0,73				
	Maracujá y menta	\$ 0,80				
	Limón	\$ 0,57				
helados clásicos	Mora	\$ 0,68				
	Vainilla	\$ 0,82				
	Chocolate	\$ 0,52				
		\$ 0,67				
Bebidas	Limonada frozen	\$ 0,66				
	Café helado	\$ 1,30				
		\$ 0,98				

6.3 Rotaciones y Ventas estimadas

En los siguientes cuadros se presenta una estimación de las ventas y su crecimiento por año durante 5 años. Para esto es necesario saber cuál es el ticket promedio y también se necesita sacar la capacidad de producción por mes que es 400. Este número se obtiene de la cantidad de helado que se hace por las 5 máquinas que se compraron, cada una hace dos litros en 25 minutos por lo que en 50 minutos hay 20 litros de helado por día, esto por los 5 días de la semana que el local atiende y por 4 semanas del mes me da el total de 400 litros de helado al mes. Además en los siguientes cuadros se puede ver el porcentaje de crecimiento de ventas año tras año que empieza con el segundo año con un 33% esto se da porque se estima que para la mitad del primer año y el segundo año la heladería ya será más conocida por las personas, por lo que el porcentaje de ventas incrementa considerablemente, en los siguientes años hay un crecimiento de 17%, 12% y 16% respectivamente por lo que se demuestra que las ventas siguen creciendo. Además de acuerdo a las ganancias que se obtendrán, se puede renegociar la deuda con el banco y pagarla en menos tiempo aumentando las cuotas mensuales.

La rotación es un estimado de las ventas por día en los dos turnos, en este caso el porcentaje de las ventas en la tarde es mayor ya que con las encuestas realizadas se calculó que la mayoría de las personas prefieren consumir helados en la tarde, pero en el caso del fin de semana las ventas en los dos turnos son iguales.

Tabla 6-14 Rotación año 1

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1								
\$ 8,33	TICKET PROMEDIO		ENERO			FEBRERO			MARZO		
\$ 3,10	COSTO MP PROMEDIO		35%			35%			40%		
TARDE (J) 12h00 - 16h00			Capacidad Instalada			Capacidad Instalada			Capacidad Instalada		
Noche (N) 16h00 - 20h00			400	PAX	TURNOS	400	PAX	TURNOS	400	PAX	TURNOS
					TARDE (J) 12h00 - 16h00			TARDE (J) 12h00 - 16h00			TARDE (J) 12h00 - 16h00
					Noche (N) 16h00 - 20h00			Noche (N) 16h00 - 20h00			Noche (N) 16h00 - 20h00
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)
LUNES CERRADO	TARDE	0%	T	0%	0	T	0%	0	T	0%	0
	NOCHE	0%	N	0%	0	N	0%	0	N	0%	0
MARTES CERRADO	TARDE	0%	T	0%	0	T	0%	0	T	0%	0
	NOCHE	0%	N	0%	0	N	0%	0	N	0%	0
MIERCOLES	TARDE	35%	T	35%	49	T	35%	49	T	35%	56
	NOCHE	40%	N	40%	56	N	40%	56	N	40%	64
JUEVES	TARDE	70%	T	70%	98	T	70%	98	T	70%	112
	NOCHE	50%	N	50%	70	N	50%	70	N	50%	80
VIERNES	TARDE	100%	T	100%	140	T	100%	140	T	100%	160
	NOCHE	75%	N	75%	105	N	75%	105	N	75%	120
SABADO	TARDE	100%	T	100%	140	T	100%	140	T	100%	160
	NOCHE	100%	N	100%	140	N	100%	140	N	100%	160
DOMINGO	TARDE	100%	T	100%	140	T	100%	140	T	100%	160
	NOCHE	60%	N	60%	84	N	60%	84	N	60%	96
			TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO			TOTAL SEMANA FEBRER PROMEDIO			TOTAL SEMANA MARZO PROMEDIO		
			1022			1022			1168		
			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		
			4088			4088			4672		
			TICKET PROMEDIO	\$	8,33	TICKET PROMEDIO	\$	8,33	TICKET PROMEDIO	\$	8,33
			FACTURACION	ENERO	\$ 34.066,67	FACTURACION	FEBRER	\$ 34.066,67	FACTURACION	MARZO	\$ 38.933,33
			COSTO MATERIA PRIMA	\$	3,10	COSTO MATERIA PRIMA	\$	3,10	COSTO MATERIA PRIMA	\$	3,10
			COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$	12.690,97	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$	12.690,97	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$	14.503,96
			UTILIDAD BRUTA	\$	21.375,70	UTILIDAD BRUTA	\$	21.375,70	UTILIDAD BRUTA	\$	24.429,37
			MANO DE OBRA	\$	1.963,63	MANO DE OBRA	\$	1.963,63	MANO DE OBRA	\$	1.963,63
			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	\$	1.383,50	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	\$	1.383,50	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS	\$	1.383,50
			EBIDTA	\$	18.028,57	EBIDTA	\$	18.028,57	EBIDTA	\$	21.082,24
			Amortizaciones & Depreciaciones	\$	379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$	379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$	379,55
			BAIT	\$	17.649,01	BAIT	\$	17.649,01	BAIT	\$	20.702,68
			Intereses Bancarios	\$	781,31	Intereses Bancarios	\$	781,31	Intereses Bancarios	\$	781,31
			BAT	\$	16.867,70	BAT	\$	16.867,70	BAT	\$	19.921,37
			Impuestos	\$	3.650,00	Impuestos	\$	3.650,00	Impuestos	\$	4.171,43
			BDT	\$	13.217,70	BDT	\$	13.217,70	BDT	\$	15.749,95

AÑO
1

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1												Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1											
ABRIL						MAYO						JUNIO						JULIO					
(A) % Consumo Mensual 50%						(A) % Consumo Mensual 60%						(A) % Consumo Mensual 70%						(A) % Consumo Mensual 80%					
Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS			
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00		Noche (N) 16h00 - 20h00		400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00		Noche (N) 16h00 - 20h00		400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00		Noche (N) 16h00 - 20h00		400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00		Noche (N) 16h00 - 20h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	
T	0%	0		0		T	0%	0		0		T	0%	0		0		T	0%	0		0	
N	0%	0		0		N	0%	0		0		N	0%	0		0		N	0%	0		0	
T	0%	0		0		T	0%	0		0		T	0%	0		0		T	0%	0		0	
N	0%	0		0		N	0%	0		0		N	0%	0		0		N	0%	0		0	
T	35%	70		150		T	35%	84		180		T	35%	98		210		T	35%	112		240	
N	40%	80		240		N	40%	96		288		N	40%	112		336		N	40%	128		384	
T	70%	140		350		T	70%	168		420		T	70%	196		490		T	70%	224		560	
N	50%	100		400		N	50%	120		480		N	50%	140		560		N	50%	160		640	
T	100%	200		400		T	100%	240		480		T	100%	280		560		T	100%	320		640	
N	75%	150		350		N	75%	180		420		N	75%	210		490		N	75%	240		560	
T	100%	200		400		T	100%	240		480		T	100%	280		560		T	100%	320		640	
N	100%	200		400		N	100%	240		480		N	100%	280		560		N	100%	320		640	
T	100%	200		400		T	100%	240		480		T	100%	280		560		T	100%	320		640	
N	60%	120		320		N	60%	144		384		N	60%	168		448		N	60%	192		512	
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				1460		TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				1752		TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				2044		TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				2336	
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				5840		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				7008		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				8176		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				9344	
TICKET PROMEDIO				\$ 8,33		TICKET PROMEDIO				\$ 8,33		TICKET PROMEDIO				\$ 8,33		TICKET PROMEDIO				\$ 8,33	
FACTURACION ABRIL				\$ 48.666,67		FACTURACION MAYO				\$ 58.400,00		FACTURACION JUNIO				\$ 68.133,33		FACTURACION JULIO				\$ 77.866,67	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,10		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,10		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,10		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,10	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 18.129,96		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 21.755,95		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 25.381,94		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 29.007,93	
UTILIDAD BRUTA				\$ 30.536,71		UTILIDAD BRUTA				\$ 36.644,05		UTILIDAD BRUTA				\$ 42.751,40		UTILIDAD BRUTA				\$ 48.858,74	
MANO DE OBRA				\$ 1.963,63		MANO DE OBRA				\$ 1.963,63		MANO DE OBRA				\$ 1.963,63		MANO DE OBRA				\$ 1.963,63	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.383,50		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.383,50		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.383,50		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.383,50	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 27.189,58		EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 33.296,92		EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 39.404,26		EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 45.511,61	
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 26.810,03		BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 32.917,37		BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 39.024,71		BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 45.132,05	
Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31		Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31		Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31		Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 26.028,72		BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 32.136,06		BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 38.243,40		BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 44.350,74	
Impuestos Taxes				\$ 5.214,29		Impuestos Taxes				\$ 6.257,14		Impuestos Taxes				\$ 7.300,00		Impuestos Taxes				\$ 8.342,86	
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 20.814,43		BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 25.878,92		BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 30.943,40		BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 36.007,89	

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1

1

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1

1

AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 80%					(A) % Consumo Mensual 80%					(A) % Consumo Mensual 80%					(A) % Consumo Mensual 80%				
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MIÉ	T 35%	112		240	MIÉ	T 35%	112		240	MIÉ	T 35%	112		240	MIÉ	T 35%	112		240
	N 40%	128				N 40%	128				N 40%	128				N 40%	128		
JUE	T 70%	224		384	JUE	T 70%	224		384	JUE	T 70%	224		384	JUE	T 70%	224		384
	N 50%	160				N 50%	160				N 50%	160				N 50%	160		
VIÉ	T 100%	320		560	VIÉ	T 100%	320		560	VIÉ	T 100%	320		560	VIÉ	T 100%	320		560
	N 75%	240				N 75%	240				N 75%	240				N 75%	240		
SAB	T 100%	320		640	SAB	T 100%	320		640	SAB	T 100%	320		640	SAB	T 100%	320		640
	N 100%	320				N 100%	320				N 100%	320				N 100%	320		
DOM	T 100%	320		512	DOM	T 100%	320		512	DOM	T 100%	320		512	DOM	T 100%	320		512
	N 60%	192				N 60%	192				N 60%	192				N 60%	192		
TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO				2336	TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE				2336	TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE				2336	TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE				2336
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				9344	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				9344	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				9344	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				9344
TICKET PROMEDIO				\$ 8,33	TICKET PROMEDIO				\$ 8,33	TICKET PROMEDIO				\$ 8,33	TICKET PROMEDIO				\$ 8,33
FACTURACION AGOSTO				\$ 77.866,67	FACTURACION SEPTIEMBRE				\$ 77.866,67	FACTURACION OCTUBRE				\$ 77.866,67	FACTURACION NOVIEMBRE				\$ 77.866,67
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,10	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,10	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,10	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,10
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 29.007,93	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 29.007,93	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 29.007,93	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 29.007,93
UTILIDAD BRUTA				\$ 48.858,74	UTILIDAD BRUTA				\$ 48.858,74	UTILIDAD BRUTA				\$ 48.858,74	UTILIDAD BRUTA				\$ 48.858,74
MANO DE OBRA				\$ 1.966,39	MANO DE OBRA				\$ 1.966,39	MANO DE OBRA				\$ 1.966,39	MANO DE OBRA				\$ 1.966,39
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.383,50	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.383,50	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.383,50	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.383,50
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 45.508,85	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 45.508,85	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 45.508,85	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 45.508,85
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 45.129,29	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 45.129,29	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 45.129,29	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 45.129,29
Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 44.347,98	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 44.347,98	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 44.347,98	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 44.347,98
Impuestos Taxes				\$ 8.342,86	Impuestos Taxes				\$ 8.342,86	Impuestos Taxes				\$ 8.342,86	Impuestos Taxes				\$ 8.342,86
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 36.005,13	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 36.005,13	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 36.005,13	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 36.005,13

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

1

DICIEMBRE				
(A)		80%		
Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE () 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	
TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MIE	T	35%	112	240
	N	40%	128	
JUE	T	70%	224	384
	N	50%	160	
VIE	T	100%	320	560
	N	75%	240	
SAB	T	100%	320	640
	N	100%	320	
DOM	T	100%	320	512
	N	60%	192	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE			2336	
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			9344	
TICKET PROMEDIO			\$ 8,33	
FACTURACION DICIEMBRE			\$ 77.866,67	
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3,10	
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 29.007,93	
UTILIDAD BRUTA			\$ 48.858,74	
MANO DE OBRA			\$ 1.966,39	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 1.383,50	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 45.508,85		
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55		
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 45.129,29		
Intereses Bancarios Interests		\$ 781,31		
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 44.347,98		
Impuestos Taxes		\$ 8.342,86		
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes		\$ 36.005,13		

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$ 335.836,32		-

Tabla 6-15 Rotación año 2

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2		
\$ 8,64	TICKET PROMEDIO				
\$ 3,23	COSTO MP PROMEDIO				
3,70%	% Aumento de Precios				
4,17%	Inflacion Annual 2014				
4,11%	Aumento Salarial Annual				
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO					
LUNES	TARDE 0%	NOCHE 0%			
MARTES	TARDE 0%	NOCHE 0%			
MIERCOLES	TARDE 35%	NOCHE 40%			
JUEVES	TARDE 70%	NOCHE 50%			
VIERNES	TARDE 100%	NOCHE 75%			
SABADO	TARDE 100%	NOCHE 100%			
DOMINGO	TARDE 100%	NOCHE 60%			
			ENERO		
			(A) % Consumo Mensual 50%		
			(B) Capacidad Instalada		
			TURNOS		
			400	PAX	TARDE (T) 12h00 - 16h00
					Noche (N) 16h00 - 20h00
			TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)
					TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	N 0%	0	0	0
MAR	T 0%	N 0%	0	0	0
MIÉ	T 35%	N 40%	70	80	150
JUE	T 70%	N 50%	140	100	240
VIÉ	T 100%	N 75%	200	150	350
SÁB	T 100%	N 100%	200	200	400
DOM	T 100%	N 60%	200	120	320
			TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO 1460		
			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS 5840		
			TICKET PROMEDIO \$ 8,64		
			FACTURACION ENERO \$ 50.467,33		
			COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,23		
			COSTO TOTAL MATERIA PRIMA \$ 18.885,97		
			UTILIDAD BRUTA \$ 31.581,36		
			MANO DE OBRA \$ 2.044,34		
			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS \$ 1.441,19		
			EBIDTA \$ 28.095,83		
			Amortizaciones & Depreciaciones \$ 379,55		
			BAIT \$ 27.716,28		
			Intereses Bancarios \$ 781,31		
			BAT \$ 26.934,97		
			Impuestos \$ 5.407,21		
			BDT \$ 21.527,75		
			EBIDTA \$ 33.546,86		
			Amortizaciones & Depreciaciones \$ 379,55		
			BAIT \$ 33.167,31		
			Intereses Bancarios \$ 781,31		
			BAT \$ 32.386,00		
			Impuestos \$ 6.340,51		
			BDT \$ 26.045,48		
			EBIDTA \$ 38.997,89		
			Amortizaciones & Depreciaciones \$ 379,55		
			BAIT \$ 38.618,33		
			Intereses Bancarios \$ 781,31		
			BAT \$ 37.837,02		
			Impuestos \$ 7.273,81		
			BDT \$ 30.563,21		
			TICKET PROMEDIO \$ 8,64		
			FACTURACION FEBRER \$ 59.178,13		
			COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,23		
			COSTO MATERIA PRIMA \$ 22.145,75		
			UTILIDAD BRUTA \$ 37.032,39		
			MANO DE OBRA \$ 2.044,34		
			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS \$ 1.441,19		
			TICKET PROMEDIO \$ 8,64		
			FACTURACION MARZO \$ 67.888,93		
			COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,23		
			COSTO MATERIA PRIMA \$ 25.405,52		
			UTILIDAD BRUTA \$ 42.483,42		
			MANO DE OBRA \$ 2.044,34		
			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS \$ 1.441,19		
			TICKET PROMEDIO \$ 8,64		
			FACTURACION MARZO \$ 67.888,93		
			COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,23		
			COSTO MATERIA PRIMA \$ 25.405,52		
			UTILIDAD BRUTA \$ 42.483,42		
			MANO DE OBRA \$ 2.044,34		
			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS \$ 1.441,19		

AÑO
2

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2

ABRIL					MAYO					JUNIO					JULIO				
(A) % Consumo Mensual 70%					(A) % Consumo Mensual 75%					(A) % Consumo Mensual 90%					(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		
LEN	T 0%	0		0	LEN	T 0%	0		0	LEN	T 0%	0		0	LEN	T 0%	0		0
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
ABR	T 35%	98		210	ABR	T 35%	105		225	ABR	T 35%	126		270	ABR	T 35%	140		300
	N 40%	112				N 40%	120				N 40%	144				N 40%	160		
MAY	T 70%	196		336	MAY	T 70%	210		360	MAY	T 70%	252		432	MAY	T 70%	280		480
	N 50%	140				N 50%	150				N 50%	180				N 50%	200		
JUN	T 100%	280		490	JUN	T 100%	300		525	JUN	T 100%	360		630	JUN	T 100%	400		700
	N 75%	210				N 75%	225				N 75%	270				N 75%	300		
JUL	T 100%	280		560	JUL	T 100%	300		600	JUL	T 100%	360		720	JUL	T 100%	400		800
	N 100%	280				N 100%	300				N 100%	360				N 100%	400		
AGO	T 100%	200		368	AGO	T 100%	200		380	AGO	T 100%	200		416	AGO	T 100%	200		440
	N 60%	168				N 60%	180				N 60%	216				N 60%	240		
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				1964	TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				2090	TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				2468	TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				2720
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				7856	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				8360	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				9872	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				10880
TICKET PROMEDIO				\$ 8,64	TICKET PROMEDIO				\$ 8,64	TICKET PROMEDIO				\$ 8,64	TICKET PROMEDIO				\$ 8,64
FACTURACION ABRIL				\$ 67.888,93	FACTURACION MAYO				\$ 72.244,33	FACTURACION JUNIO				\$ 85.310,53	FACTURACION JULIO				\$ 94.021,33
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 25.405,52	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 27.035,40	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 31.925,06	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 35.184,83
UTILIDAD BRUTA				\$ 42.483,42	UTILIDAD BRUTA				\$ 45.208,93	UTILIDAD BRUTA				\$ 53.385,47	UTILIDAD BRUTA				\$ 58.836,50
MANO DE OBRA				\$ 2.044,34	MANO DE OBRA				\$ 2.044,34	MANO DE OBRA				\$ 2.044,34	MANO DE OBRA				\$ 2.044,34
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19
EBIDTA		\$ 38.997,89			EBIDTA		\$ 41.723,40			EBIDTA		\$ 49.899,95			EBIDTA		\$ 55.350,98		
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55		
BAIT		\$ 38.618,33			BAIT		\$ 41.343,85			BAIT		\$ 49.520,39			BAIT		\$ 54.971,42		
Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31		
BAT		\$ 37.837,02			BAT		\$ 40.562,54			BAT		\$ 48.739,08			BAT		\$ 54.190,11		
Impuestos		\$ 7.273,81			Impuestos		\$ 7.740,46			Impuestos		\$ 9.140,41			Impuestos		\$ 10.073,71		
BDT		\$ 30.563,21			BDT		\$ 32.822,07			BDT		\$ 39.598,67			BDT		\$ 44.116,40		

AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE									
(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%									
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS							
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA					
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)							
LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0			N	0%	0			N	0%	0			N	0%	0			N	0%	0	
MAR	T	0%	0	0	MAR	T	0%	0	0	MAR	T	0%	0	0	MAR	T	0%	0	0	MAR	T	0%	0	0
	N	0%	0			N	0%	0			N	0%	0			N	0%	0			N	0%	0	
MIE	T	35%	140	300	MIE	T	35%	140	300	MIE	T	35%	140	300	MIE	T	35%	140	300	MIE	T	35%	140	300
	N	40%	160			N	40%	160			N	40%	160			N	40%	160			N	40%	160	
JUE	T	70%	280	480	JUE	T	70%	280	480	JUE	T	70%	280	480	JUE	T	70%	280	480	JUE	T	70%	280	480
	N	50%	200			N	50%	200			N	50%	200			N	50%	200			N	50%	200	
VIE	T	100%	400	700	VIE	T	100%	400	700	VIE	T	100%	400	700	VIE	T	100%	400	700	VIE	T	100%	400	700
	N	75%	300			N	75%	300			N	75%	300			N	75%	300			N	75%	300	
SAB	T	100%	400	800	SAB	T	100%	400	800	SAB	T	100%	400	800	SAB	T	100%	400	800	SAB	T	100%	400	800
	N	100%	400			N	100%	400			N	100%	400			N	100%	400			N	100%	400	
DOM	T	100%	200	440	DOM	T	100%	200	440	DOM	T	100%	200	440	DOM	T	100%	200	440	DOM	T	100%	200	440
	N	60%	240			N	60%	240			N	60%	240			N	60%	240			N	60%	240	
TOTAL SEMANA PROMEDIO				2720	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2720	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2720	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2720					
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				10880	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				10880	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				10880	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				10880					
TICKET PROMEDIO				\$ 8,64	TICKET PROMEDIO				\$ 8,64	TICKET PROMEDIO				\$ 8,64	TICKET PROMEDIO				\$ 8,64					
FACTURACION				\$ 94.021,33	FACTURACION				\$ 94.021,33	FACTURACION				\$ 94.021,33	FACTURACION				\$ 94.021,33					
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23					
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 35.184,83	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 35.184,83	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 35.184,83	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 35.184,83					
UTILIDAD BRUTA				\$ 58.836,50	UTILIDAD BRUTA				\$ 58.836,50	UTILIDAD BRUTA				\$ 58.836,50	UTILIDAD BRUTA				\$ 58.836,50					
MANO DE OBRA				\$ 2.047,21	MANO DE OBRA				\$ 2.047,21	MANO DE OBRA				\$ 2.047,21	MANO DE OBRA				\$ 2.047,21					
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19					
EBIDTA		\$ 55.348,10			EBIDTA		\$ 55.348,10			EBIDTA		\$ 55.348,10			EBIDTA		\$ 55.348,10							
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations					Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations					Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations					Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations									
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55							
BAIT		\$ 54.968,55			BAIT		\$ 54.968,55			BAIT		\$ 54.968,55			BAIT		\$ 54.968,55							
Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes					Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes					Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes					Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes									
Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31							
Interests					Interests					Interests					Interests									
BAT		\$ 54.187,24			BAT		\$ 54.187,24			BAT		\$ 54.187,24			BAT		\$ 54.187,24							
Earnings Before Amortizations and Taxes					Earnings Before Amortizations and Taxes					Earnings Before Amortizations and Taxes					Earnings Before Amortizations and Taxes									
Impuestos		\$ 10.073,71			Impuestos		\$ 10.073,71			Impuestos		\$ 10.073,71			Impuestos		\$ 10.073,71							
Taxes					Taxes					Taxes					Taxes									
BDT		\$ 44.113,53			BDT		\$ 44.113,53			BDT		\$ 44.113,53			BDT		\$ 44.113,53							
Earnings Before Depreciations and Taxes					Earnings Before Depreciations and Taxes					Earnings Before Depreciations and Taxes					Earnings Before Depreciations and Taxes									

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

2

DICIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MIE	T	35%	140	300
	N	40%	160	
JUE	T	70%	280	480
	N	50%	200	
VIE	T	100%	400	700
	N	75%	300	
SAB	T	100%	400	800
	N	100%	400	
DOM	T	100%	200	440
	N	60%	240	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				2720
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				10880
TICKET PROMEDIO				\$ 8,64
FACTURACION DICIEMBRE				\$ 94.021,33
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,23
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 35.184,83
UTILIDAD BRUTA				\$ 58.836,50
MANO DE OBRA				\$ 2.047,21
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.441,19
EBIDTA				
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 55.348,10
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55
BAIT				
Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 54.968,55
Intereses Bancarios				\$ 781,31
Interests				
BAT				
Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 54.187,24
Impuestos				\$ 10.073,71
Taxes				
BDT				
Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 44.113,53

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$	445.784,33	33%

Tabla 6-16 Rotación año 3

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 3			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 3						
\$ 9,05	TICKET PROMEDIO								
\$ 3,37	COSTO MP PROMEDIO								
4,70%	% Aumento de Precios								
4,17%	Inflacion Annual 2014								
4,11%	Aumento Salarial Annual								
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO		ENERO		FEBRERO		MARZO			
		(A) % Consumo Mensual 75%		(A) % Consumo Mensual 75%		(A) % Consumo Mensual 75%			
		(B) Capacidad Instalada		(B) Capacidad Instalada		(B) Capacidad Instalada			
		TURNOS		TURNOS		TURNOS			
		400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00
		TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA
LUNES	TARDE 0%	LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0
	NOCHE 0%	N	N 0%	0	0		NOCHE 0%	N	N 0%
MARTES	TARDE 0%	MAR	T 0%	0	0	MAR	T 0%	0	0
	NOCHE 0%	N	N 0%	0	0		NOCHE 0%	N	N 0%
MIERCOLES	TARDE 35%	MIÉ	T 35%	105	225	MIÉ	T 35%	105	225
	NOCHE 40%	N	N 40%	120			NOCHE 40%	N	N 40%
JUEVES	TARDE 70%	JUE	T 70%	210	360	JUE	T 70%	210	360
	NOCHE 50%	N	N 50%	150			NOCHE 50%	N	N 50%
VIERNES	TARDE 100%	VIE	T 100%	300	525	VIE	T 100%	300	525
	NOCHE 75%	N	N 75%	225			NOCHE 75%	N	N 75%
SABADO	TARDE 100%	SAB	T 100%	300	600	SAB	T 100%	300	600
	NOCHE 100%	N	N 100%	300			NOCHE 100%	N	N 100%
DOMINGO	TARDE 100%	DOM	T 100%	300	480	DOM	T 100%	300	480
	NOCHE 60%	N	N 60%	180			NOCHE 60%	N	N 60%
		TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO		2190		TOTAL SEMANA FEBRER PROMEDIO		2190	
		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		8760		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		8760	
		TICKET PROMEDIO		\$ 9,05		TICKET PROMEDIO		\$ 9,05	
		FACTURACION ENERO		\$ 79.258,95		FACTURACION FEBRER		\$ 79.258,95	
		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,37		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,37	
		COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 29.510,28		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 29.510,28	
		UTILIDAD BRUTA		\$ 49.748,67		UTILIDAD BRUTA		\$ 49.748,67	
		MANO DE OBRA		\$ 2.128,36		MANO DE OBRA		\$ 2.128,36	
		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.501,29		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.501,29	
		TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO		2190		TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO		2190	
		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		8760		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		8760	
		TICKET PROMEDIO		\$ 9,05		TICKET PROMEDIO		\$ 9,05	
		FACTURACION MARZO		\$ 79.258,95		FACTURACION MARZO		\$ 79.258,95	
		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,37		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3,37	
		COSTO TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 29.510,28		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 29.510,28	
		UTILIDAD BRUTA		\$ 49.748,67		UTILIDAD BRUTA		\$ 49.748,67	
		MANO DE OBRA		\$ 2.128,36		MANO DE OBRA		\$ 2.128,36	
		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.501,29		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS		\$ 1.501,29	
EBIDTA		EBIDTA		\$ 46.119,02		EBIDTA		\$ 46.119,02	
Resultado Antes de Impuestos - Depreciaciones - Amortizaciones		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			
Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55	
BAIT		BAIT		\$ 45.739,47		BAIT		\$ 45.739,47	
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos		Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			
Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas		Intereses Bancarios		\$ 781,31		Intereses Bancarios		\$ 781,31	
		Interests				Interests			
BAT		BAT		\$ 44.958,16		BAT		\$ 44.958,16	
Beneficio Antes de Impuestos		Earnings Before Amortizations and Taxes				Earnings Before Amortizations and Taxes			
Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA		Impuestos		\$ 8.492,03		Impuestos		\$ 8.492,03	
		Taxes				Taxes			
Beneficio Despues de Impuestos		BDT		\$ 36.466,13		BDT		\$ 36.466,13	
		Earnings Before Depreciations and Taxes				Earnings Before Depreciations and Taxes			

AÑO
3

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

3

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

3

ABRIL					MAYO					JUNIO					JULIO				
(A) % Consumo Mensual 75%					(A) % Consumo Mensual 85%					(A) % Consumo Mensual 90%					(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MIE	T 35%	105		225	MIE	T 35%	119		255	MIE	T 35%	126		270	MIE	T 35%	140		300
	N 40%	120				N 40%	136				N 40%	144		432		N 40%	160		480
JUE	T 70%	210		360	JUE	T 70%	238		408	JUE	T 70%	252		432	JUE	T 70%	280		480
	N 50%	150				N 50%	170				N 50%	180		720		N 50%	200		800
VEN	T 100%	300		525	VEN	T 100%	340		595	VEN	T 100%	360		630	VEN	T 100%	400		700
	N 75%	225				N 75%	255				N 75%	270		720		N 75%	300		800
SAB	T 100%	300		600	SAB	T 100%	340		680	SAB	T 100%	360		720	SAB	T 100%	400		800
	N 100%	300				N 100%	340				N 100%	360		720		N 100%	400		800
DOM	T 100%	300		480	DOM	T 100%	300		504	DOM	T 100%	300		516	DOM	T 100%	300		540
	N 60%	180				N 60%	204				N 60%	216		516		N 60%	240		540
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				2190	TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				2442	TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				2568	TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				2820
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				8760	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				9768	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				10272	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11280
TICKET PROMEDIO				\$ 9,05	TICKET PROMEDIO				\$ 9,05	TICKET PROMEDIO				\$ 9,05	TICKET PROMEDIO				\$ 9,05
FACTURACION ABRIL				\$ 79.258,95	FACTURACION MAYO				\$ 88.379,15	FACTURACION JUNIO				\$ 92.939,26	FACTURACION JULIO				\$ 102.059,47
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 29.510,28	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 32.905,98	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 34.603,83	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 37.999,54
UTILIDAD BRUTA				\$ 49.748,67	UTILIDAD BRUTA				\$ 55.473,17	UTILIDAD BRUTA				\$ 58.335,42	UTILIDAD BRUTA				\$ 64.059,93
MANO DE OBRA				\$ 2.128,36	MANO DE OBRA				\$ 2.128,36	MANO DE OBRA				\$ 2.128,36	MANO DE OBRA				\$ 2.128,36
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 46.119,02	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 51.843,52	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 54.705,78	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 60.430,28
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 45.739,47	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 51.463,97	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 54.326,22	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 60.050,73
Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 44.958,16	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 50.682,66	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 53.544,91	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 59.269,42
Impuestos Taxes				\$ 8.492,03	Impuestos Taxes				\$ 9.469,20	Impuestos Taxes				\$ 9.957,78	Impuestos Taxes				\$ 10.934,94
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 36.466,13	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 41.213,46	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 43.587,13	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 48.334,47

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

3

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

3

AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0
	N 0%	0		0		N 0%	0		0		N 0%	0		0		N 0%	0		0
MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0
	N 0%	0		0		N 0%	0		0		N 0%	0		0		N 0%	0		0
MIE	T 35%	140		300	MIE	T 35%	140		300	MIE	T 35%	140		300	MIE	T 35%	140		300
	N 40%	160		300		N 40%	160		300		N 40%	160		300		N 40%	160		300
JUE	T 70%	280		480	JUE	T 70%	280		480	JUE	T 70%	280		480	JUE	T 70%	280		480
	N 50%	200		480		N 50%	200		480		N 50%	200		480		N 50%	200		480
VIÉ	T 100%	400		700	VIÉ	T 100%	400		700	VIÉ	T 100%	400		700	VIÉ	T 100%	400		700
	N 75%	300		700		N 75%	300		700		N 75%	300		700		N 75%	300		700
SAB	T 100%	400		800	SAB	T 100%	400		800	SAB	T 100%	400		800	SAB	T 100%	400		800
	N 100%	400		800		N 100%	400		800		N 100%	400		800		N 100%	400		800
DOM	T 100%	300		540	DOM	T 100%	300		540	DOM	T 100%	300		540	DOM	T 100%	300		540
	N 60%	240		540		N 60%	240		540		N 60%	240		540		N 60%	240		540
TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO				2820	TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE				2820	TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE				2820	TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE				2820
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11280	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11280	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11280	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11280
TICKET PROMEDIO				\$ 9,05	TICKET PROMEDIO				\$ 9,05	TICKET PROMEDIO				\$ 9,05	TICKET PROMEDIO				\$ 9,05
FACTURACION AGOSTO				\$ 102.059,47	FACTURACION SEPTIEMBRE				\$ 102.059,47	FACTURACION OCTUBRE				\$ 102.059,47	FACTURACION NOVIEMBRE				\$ 102.059,47
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 37.999,54	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 37.999,54	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 37.999,54	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 37.999,54
UTILIDAD BRUTA				\$ 64.059,93	UTILIDAD BRUTA				\$ 64.059,93	UTILIDAD BRUTA				\$ 64.059,93	UTILIDAD BRUTA				\$ 64.059,93
MANO DE OBRA				\$ 2.131,35	MANO DE OBRA				\$ 2.131,35	MANO DE OBRA				\$ 2.131,35	MANO DE OBRA				\$ 2.131,35
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29
EBIDTA				\$ 60.427,29	EBIDTA				\$ 60.427,29	EBIDTA				\$ 60.427,29	EBIDTA				\$ 60.427,29
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55
BAIT				\$ 60.047,74	BAIT				\$ 60.047,74	BAIT				\$ 60.047,74	BAIT				\$ 60.047,74
Intereses Bancarios				\$ 781,31	Intereses Bancarios				\$ 781,31	Intereses Bancarios				\$ 781,31	Intereses Bancarios				\$ 781,31
BAT				\$ 59.266,43	BAT				\$ 59.266,43	BAT				\$ 59.266,43	BAT				\$ 59.266,43
Impuestos				\$ 10.934,94	Impuestos				\$ 10.934,94	Impuestos				\$ 10.934,94	Impuestos				\$ 10.934,94
BDT				\$ 48.331,48	BDT				\$ 48.331,48	BDT				\$ 48.331,48	BDT				\$ 48.331,48

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

3

DICIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (T) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MIE	T	35%	140	300
	N	40%	160	
JUE	T	70%	280	480
	N	50%	200	
VIE	T	100%	400	700
	N	75%	300	
SAB	T	100%	400	800
	N	100%	400	
DOM	T	100%	300	540
	N	60%	240	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				2820
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11280
TICKET PROMEDIO				\$ 9,05
FACTURACION DICIEMBRE				\$ 102.059,47
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,37
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 37.999,54
UTILIDAD BRUTA				\$ 64.059,93
MANO DE OBRA				\$ 2.131,35
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.501,29
EBIDTA				
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 60.427,29
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55
BAIT				
Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 60.047,74
Intereses Bancarios				\$ 781,31
BAT				
Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 59.266,43
Impuestos				\$ 10.934,94
BDT				
Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 48.331,48

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$	520.636,06	17%

Tabla 6-17 Rotación año 4

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
\$ 9,56	TICKET PROMEDIO																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
\$ 3,51	COSTO MP PROMEDIO																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
5,70%	% Aumento de Precios																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
4,17%	Inflacion Annual 2014																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
4,11%	Aumento Salarial Annual																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO			ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
LUNES	TARDE 0%	NOCHE 0%	LUNES	TARDE 0%	NOCHE 0%																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
MARTES	TARDE 0%	NOCHE 0%	MARTES	TARDE 0%	NOCHE 0%																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
MIERCOLES	TARDE 35%	NOCHE 40%	MIERCOLES	TARDE 35%	NOCHE 40%																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
JUEVES	TARDE 70%	NOCHE 50%	JUEVES	TARDE 70%	NOCHE 50%																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
VIERNES	TARDE 100%	NOCHE 75%	VIERNES	TARDE 100%	NOCHE 75%																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
SABADO	TARDE 100%	NOCHE 100%	SABADO	TARDE 100%	NOCHE 100%																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
DOMINGO	TARDE 100%	NOCHE 60%	DOMINGO	TARDE 100%	NOCHE 60%																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">ENERO</th> <th colspan="2">FEBRERO</th> <th colspan="2">MARZO</th> </tr> <tr> <th colspan="2">(A) % Consumo Mensual 80%</th> <th colspan="2">(A) % Consumo Mensual 80%</th> <th colspan="2">(A) % Consumo Mensual 80%</th> </tr> <tr> <th colspan="2">(B) Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">(B) Capacidad Instalada</th> <th colspan="2">(B) Capacidad Instalada</th> </tr> <tr> <th>400</th> <th>PAX</th> <th>400</th> <th>PAX</th> <th>400</th> <th>PAX</th> </tr> <tr> <th>TURNO</th> <th>(C) % de Ocupación x Turno</th> <th>TURNO</th> <th>(C) % de Ocupación x Turno</th> <th>TURNO</th> <th>(C) % de Ocupación x Turno</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Rotación x Turno (A) x (B) x (C)</th> <th></th> <th>Rotación x Turno (A) x (B) x (C)</th> <th></th> <th>Rotación x Turno (A) x (B) x (C)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>TOTAL PAX AL DIA</th> <th></th> <th>TOTAL PAX AL DIA</th> <th></th> <th>TOTAL PAX AL DIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>LUN</td> <td>T 0%</td> <td>N 0%</td> <td>0</td> <td>LUN</td> <td>T 0%</td> <td>N 0%</td> <td>0</td> <td>LUN</td> <td>T 0%</td> <td>N 0%</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>MAR</td> <td>T 0%</td> <td>N 0%</td> <td>0</td> <td>MAR</td> <td>T 0%</td> <td>N 0%</td> <td>0</td> <td>MAR</td> <td>T 0%</td> <td>N 0%</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>MIÉ</td> <td>T 35%</td> <td>N 40%</td> <td>112</td> <td>MIÉ</td> <td>T 35%</td> <td>N 40%</td> <td>112</td> <td>MIÉ</td> <td>T 35%</td> <td>N 40%</td> <td>112</td> </tr> <tr> <td>JUE</td> <td>T 70%</td> <td>N 50%</td> <td>224</td> <td>JUE</td> <td>T 70%</td> <td>N 50%</td> <td>224</td> <td>JUE</td> <td>T 70%</td> <td>N 50%</td> <td>224</td> </tr> <tr> <td>VIÉ</td> <td>T 100%</td> <td>N 75%</td> <td>320</td> <td>VIÉ</td> <td>T 100%</td> <td>N 75%</td> <td>320</td> <td>VIÉ</td> <td>T 100%</td> <td>N 75%</td> <td>320</td> </tr> <tr> <td>SÁB</td> <td>T 100%</td> <td>N 100%</td> <td>320</td> <td>SÁB</td> <td>T 100%</td> <td>N 100%</td> <td>320</td> <td>SÁB</td> <td>T 100%</td> <td>N 100%</td> <td>320</td> </tr> <tr> <td>DOM</td> <td>T 100%</td> <td>N 60%</td> <td>320</td> <td>DOM</td> <td>T 100%</td> <td>N 60%</td> <td>320</td> <td>DOM</td> <td>T 100%</td> <td>N 60%</td> <td>320</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>192</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>192</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>192</td> </tr> <tr> <td colspan="3">TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO</td> <td>2336</td> <td colspan="3">TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO</td> <td>2336</td> <td colspan="3">TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO</td> <td>2336</td> </tr> <tr> <td colspan="3">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td> <td>9344</td> <td colspan="3">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td> <td>9344</td> <td colspan="3">TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS</td> <td>9344</td> </tr> <tr> <td colspan="3">TICKET PROMEDIO</td> <td>\$ 9,56</td> <td colspan="3">TICKET PROMEDIO</td> <td>\$ 9,56</td> <td colspan="3">TICKET PROMEDIO</td> <td>\$ 9,56</td> </tr> <tr> <td colspan="3">FACTURACION ENERO</td> <td>\$ 89.361,82</td> <td colspan="3">FACTURACION FEBRERO</td> <td>\$ 89.361,82</td> <td colspan="3">FACTURACION MARZO</td> <td>\$ 89.361,82</td> </tr> <tr> <td colspan="3">COSTO MATERIA PRIMA</td> <td>\$ 3,51</td> <td colspan="3">COSTO MATERIA PRIMA</td> <td>\$ 3,51</td> <td colspan="3">COSTO MATERIA PRIMA</td> <td>\$ 3,51</td> </tr> <tr> <td colspan="3">COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</td> <td>\$ 32.790,25</td> <td colspan="3">COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</td> <td>\$ 32.790,25</td> <td colspan="3">COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</td> <td>\$ 32.790,25</td> </tr> <tr> <td colspan="3">UTILIDAD BRUTA</td> <td>\$ 56.571,57</td> <td colspan="3">UTILIDAD BRUTA</td> <td>\$ 56.571,57</td> <td colspan="3">UTILIDAD BRUTA</td> <td>\$ 56.571,57</td> </tr> <tr> <td colspan="3">MANO DE OBRA</td> <td>\$ 2.215,83</td> <td colspan="3">MANO DE OBRA</td> <td>\$ 2.215,83</td> <td colspan="3">MANO DE OBRA</td> <td>\$ 2.215,83</td> </tr> <tr> <td colspan="3">COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</td> <td>\$ 1.563,89</td> <td colspan="3">COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</td> <td>\$ 1.563,89</td> <td colspan="3">COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS</td> <td>\$ 1.563,89</td> </tr> </tbody> </table>			ENERO		FEBRERO		MARZO		(A) % Consumo Mensual 80%		(A) % Consumo Mensual 80%		(A) % Consumo Mensual 80%		(B) Capacidad Instalada		(B) Capacidad Instalada		(B) Capacidad Instalada		400	PAX	400	PAX	400	PAX	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno		Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TOTAL PAX AL DIA		TOTAL PAX AL DIA	LUN	T 0%	N 0%	0	LUN	T 0%	N 0%	0	LUN	T 0%	N 0%	0	MAR	T 0%	N 0%	0	MAR	T 0%	N 0%	0	MAR	T 0%	N 0%	0	MIÉ	T 35%	N 40%	112	MIÉ	T 35%	N 40%	112	MIÉ	T 35%	N 40%	112	JUE	T 70%	N 50%	224	JUE	T 70%	N 50%	224	JUE	T 70%	N 50%	224	VIÉ	T 100%	N 75%	320	VIÉ	T 100%	N 75%	320	VIÉ	T 100%	N 75%	320	SÁB	T 100%	N 100%	320	SÁB	T 100%	N 100%	320	SÁB	T 100%	N 100%	320	DOM	T 100%	N 60%	320	DOM	T 100%	N 60%	320	DOM	T 100%	N 60%	320				192				192				192	TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO			2336	TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO			2336	TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO			2336	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			9344	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			9344	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			9344	TICKET PROMEDIO			\$ 9,56	TICKET PROMEDIO			\$ 9,56	TICKET PROMEDIO			\$ 9,56	FACTURACION ENERO			\$ 89.361,82	FACTURACION FEBRERO			\$ 89.361,82	FACTURACION MARZO			\$ 89.361,82	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3,51	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 32.790,25	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 32.790,25	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 32.790,25	UTILIDAD BRUTA			\$ 56.571,57	UTILIDAD BRUTA			\$ 56.571,57	UTILIDAD BRUTA			\$ 56.571,57	MANO DE OBRA			\$ 2.215,83	MANO DE OBRA			\$ 2.215,83	MANO DE OBRA			\$ 2.215,83	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 1.563,89	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">EBIDTA</th> <th colspan="2">EBIDTA</th> <th colspan="2">EBIDTA</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations</th> <th colspan="2">Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations</th> <th colspan="2">Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)</td> <td>\$ 379,55</td> <td>Amortizaciones & Depreciaciones</td> <td>\$ 379,55</td> <td>Amortizaciones & Depreciaciones</td> <td>\$ 379,55</td> </tr> <tr> <td>BAIT</td> <td>\$ 52.412,29</td> <td>BAIT</td> <td>\$ 52.412,29</td> <td>BAIT</td> <td>\$ 52.412,29</td> </tr> <tr> <td>Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas</td> <td>\$ 781,31</td> <td>Intereses Bancarios</td> <td>\$ 781,31</td> <td>Intereses Bancarios</td> <td>\$ 781,31</td> </tr> <tr> <td>BAT</td> <td>\$ 51.630,98</td> <td>BAT</td> <td>\$ 51.630,98</td> <td>BAT</td> <td>\$ 51.630,98</td> </tr> <tr> <td>Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA</td> <td>\$ 9.574,48</td> <td>Impuestos</td> <td>\$ 9.574,48</td> <td>Impuestos</td> <td>\$ 9.574,48</td> </tr> <tr> <td>Beneficio Después de Impuestos</td> <td>\$ 42.056,50</td> <td>BDT</td> <td>\$ 42.056,50</td> <td>BDT</td> <td>\$ 42.056,50</td> </tr> </tbody> </table>			EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)	\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 379,55	BAIT	\$ 52.412,29	BAIT	\$ 52.412,29	BAIT	\$ 52.412,29	Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas	\$ 781,31	Intereses Bancarios	\$ 781,31	Intereses Bancarios	\$ 781,31	BAT	\$ 51.630,98	BAT	\$ 51.630,98	BAT	\$ 51.630,98	Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA	\$ 9.574,48	Impuestos	\$ 9.574,48	Impuestos	\$ 9.574,48	Beneficio Después de Impuestos	\$ 42.056,50	BDT	\$ 42.056,50	BDT	\$ 42.056,50
ENERO		FEBRERO		MARZO																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
(A) % Consumo Mensual 80%		(A) % Consumo Mensual 80%		(A) % Consumo Mensual 80%																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
(B) Capacidad Instalada		(B) Capacidad Instalada		(B) Capacidad Instalada																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
400	PAX	400	PAX	400	PAX																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		Rotación x Turno (A) x (B) x (C)																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
	TOTAL PAX AL DIA		TOTAL PAX AL DIA		TOTAL PAX AL DIA																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
LUN	T 0%	N 0%	0	LUN	T 0%	N 0%	0	LUN	T 0%	N 0%	0																																																																																																																																																																																																																																																																																																
MAR	T 0%	N 0%	0	MAR	T 0%	N 0%	0	MAR	T 0%	N 0%	0																																																																																																																																																																																																																																																																																																
MIÉ	T 35%	N 40%	112	MIÉ	T 35%	N 40%	112	MIÉ	T 35%	N 40%	112																																																																																																																																																																																																																																																																																																
JUE	T 70%	N 50%	224	JUE	T 70%	N 50%	224	JUE	T 70%	N 50%	224																																																																																																																																																																																																																																																																																																
VIÉ	T 100%	N 75%	320	VIÉ	T 100%	N 75%	320	VIÉ	T 100%	N 75%	320																																																																																																																																																																																																																																																																																																
SÁB	T 100%	N 100%	320	SÁB	T 100%	N 100%	320	SÁB	T 100%	N 100%	320																																																																																																																																																																																																																																																																																																
DOM	T 100%	N 60%	320	DOM	T 100%	N 60%	320	DOM	T 100%	N 60%	320																																																																																																																																																																																																																																																																																																
			192				192				192																																																																																																																																																																																																																																																																																																
TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO			2336	TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO			2336	TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO			2336																																																																																																																																																																																																																																																																																																
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			9344	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			9344	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			9344																																																																																																																																																																																																																																																																																																
TICKET PROMEDIO			\$ 9,56	TICKET PROMEDIO			\$ 9,56	TICKET PROMEDIO			\$ 9,56																																																																																																																																																																																																																																																																																																
FACTURACION ENERO			\$ 89.361,82	FACTURACION FEBRERO			\$ 89.361,82	FACTURACION MARZO			\$ 89.361,82																																																																																																																																																																																																																																																																																																
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3,51																																																																																																																																																																																																																																																																																																
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 32.790,25	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 32.790,25	COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 32.790,25																																																																																																																																																																																																																																																																																																
UTILIDAD BRUTA			\$ 56.571,57	UTILIDAD BRUTA			\$ 56.571,57	UTILIDAD BRUTA			\$ 56.571,57																																																																																																																																																																																																																																																																																																
MANO DE OBRA			\$ 2.215,83	MANO DE OBRA			\$ 2.215,83	MANO DE OBRA			\$ 2.215,83																																																																																																																																																																																																																																																																																																
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 1.563,89																																																																																																																																																																																																																																																																																																
EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)	\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 379,55																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
BAIT	\$ 52.412,29	BAIT	\$ 52.412,29	BAIT	\$ 52.412,29																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas	\$ 781,31	Intereses Bancarios	\$ 781,31	Intereses Bancarios	\$ 781,31																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
BAT	\$ 51.630,98	BAT	\$ 51.630,98	BAT	\$ 51.630,98																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA	\$ 9.574,48	Impuestos	\$ 9.574,48	Impuestos	\$ 9.574,48																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Beneficio Después de Impuestos	\$ 42.056,50	BDT	\$ 42.056,50	BDT	\$ 42.056,50																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
<p>AÑO 4</p>			<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">EBIDTA</th> <th colspan="2">EBIDTA</th> <th colspan="2">EBIDTA</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations</th> <th colspan="2">Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations</th> <th colspan="2">Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)</td> <td>\$ 379,55</td> <td>Amortizaciones & Depreciaciones</td> <td>\$ 379,55</td> <td>Amortizaciones & Depreciaciones</td> <td>\$ 379,55</td> </tr> <tr> <td>BAIT</td> <td>\$ 52.412,29</td> <td>BAIT</td> <td>\$ 52.412,29</td> <td>BAIT</td> <td>\$ 52.412,29</td> </tr> <tr> <td>Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas</td> <td>\$ 781,31</td> <td>Intereses Bancarios</td> <td>\$ 781,31</td> <td>Intereses Bancarios</td> <td>\$ 781,31</td> </tr> <tr> <td>BAT</td> <td>\$ 51.630,98</td> <td>BAT</td> <td>\$ 51.630,98</td> <td>BAT</td> <td>\$ 51.630,98</td> </tr> <tr> <td>Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA</td> <td>\$ 9.574,48</td> <td>Impuestos</td> <td>\$ 9.574,48</td> <td>Impuestos</td> <td>\$ 9.574,48</td> </tr> <tr> <td>Beneficio Después de Impuestos</td> <td>\$ 42.056,50</td> <td>BDT</td> <td>\$ 42.056,50</td> <td>BDT</td> <td>\$ 42.056,50</td> </tr> </tbody> </table>			EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)	\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 379,55	BAIT	\$ 52.412,29	BAIT	\$ 52.412,29	BAIT	\$ 52.412,29	Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas	\$ 781,31	Intereses Bancarios	\$ 781,31	Intereses Bancarios	\$ 781,31	BAT	\$ 51.630,98	BAT	\$ 51.630,98	BAT	\$ 51.630,98	Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA	\$ 9.574,48	Impuestos	\$ 9.574,48	Impuestos	\$ 9.574,48	Beneficio Después de Impuestos	\$ 42.056,50	BDT	\$ 42.056,50	BDT	\$ 42.056,50																																																																																																																																																																																																																																																						
			EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)	\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones	\$ 379,55																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
BAIT	\$ 52.412,29	BAIT	\$ 52.412,29	BAIT	\$ 52.412,29																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas	\$ 781,31	Intereses Bancarios	\$ 781,31	Intereses Bancarios	\$ 781,31																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
BAT	\$ 51.630,98	BAT	\$ 51.630,98	BAT	\$ 51.630,98																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA	\$ 9.574,48	Impuestos	\$ 9.574,48	Impuestos	\$ 9.574,48																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Beneficio Después de Impuestos	\$ 42.056,50	BDT	\$ 42.056,50	BDT	\$ 42.056,50																																																																																																																																																																																																																																																																																																						

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

4

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

4

ABRIL					MAYO					JUNIO					JULIO				
(A) % Consumo Mensual 85%					(A) % Consumo Mensual 90%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		
LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MIÉ	T 35%	119		255	MIÉ	T 35%	126		270	MIÉ	T 35%	140		300	MIÉ	T 35%	140		300
	N 40%	136				N 40%	144				N 40%	160				N 40%	160		
JUE	T 70%	238		408	JUE	T 70%	252		432	JUE	T 70%	280		480	JUE	T 70%	280		480
	N 50%	170				N 50%	180				N 50%	200				N 50%	200		
VIÉ	T 100%	340		595	VIÉ	T 100%	360		630	VIÉ	T 100%	400		700	VIÉ	T 100%	400		700
	N 75%	255				N 75%	270				N 75%	300				N 75%	300		
SAB	T 100%	340		680	SAB	T 100%	360		720	SAB	T 100%	400		800	SAB	T 100%	400		800
	N 100%	340				N 100%	360				N 100%	400				N 100%	400		
DOM	T 100%	320		524	DOM	T 100%	320		536	DOM	T 100%	320		560	DOM	T 100%	320		560
	N 60%	204				N 60%	216				N 60%	240				N 60%	240		
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				2462	TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				2588	TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				2840	TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				2840
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				9848	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				10352	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11360	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11360
TICKET PROMEDIO				\$ 9,56	TICKET PROMEDIO				\$ 9,56	TICKET PROMEDIO				\$ 9,56	TICKET PROMEDIO				\$ 9,56
FACTURACION ABRIL				\$ 94.181,85	FACTURACION MAYO				\$ 99.001,88	FACTURACION JUNIO				\$ 108.641,94	FACTURACION JULIO				\$ 108.641,94
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 34.558,90	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 36.327,55	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 39.864,86	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 39.864,86
UTILIDAD BRUTA				\$ 59.622,95	UTILIDAD BRUTA				\$ 62.674,33	UTILIDAD BRUTA				\$ 68.777,08	UTILIDAD BRUTA				\$ 68.777,08
MANO DE OBRA				\$ 2.215,83	MANO DE OBRA				\$ 2.215,83	MANO DE OBRA				\$ 2.215,83	MANO DE OBRA				\$ 2.215,83
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 55.843,22	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 58.894,60	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 64.997,35	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 64.997,35
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 55.463,67	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 58.515,05	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 64.617,80	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 64.617,80
Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 54.682,36	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 57.733,74	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 63.836,49	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 63.836,49
Impuestos Taxes				\$ 10.090,91	Impuestos Taxes				\$ 10.607,34	Impuestos Taxes				\$ 11.640,21	Impuestos Taxes				\$ 11.640,21
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 44.591,45	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 47.126,39	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 52.196,28	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 52.196,28

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

4

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

4

AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		
LUN	T 0%	0	0		LUN	T 0%	0	0		LUN	T 0%	0	0		LUN	T 0%	0	0	
	N 0%	0	0			N 0%	0	0			N 0%	0	0			N 0%	0	0	
MAR	T 0%	0	0		MAR	T 0%	0	0		MAR	T 0%	0	0		MAR	T 0%	0	0	
	N 0%	0	0			N 0%	0	0			N 0%	0	0			N 0%	0	0	
MIE	T 35%	140	300		MIE	T 35%	140	300		MIE	T 35%	140	300		MIE	T 35%	140	300	
	N 40%	160				N 40%	160				N 40%	160				N 40%	160		
JUE	T 70%	280	480		JUE	T 70%	280	480		JUE	T 70%	280	480		JUE	T 70%	280	480	
	N 50%	200				N 50%	200				N 50%	200				N 50%	200		
VEN	T 100%	400	700		VEN	T 100%	400	700		VEN	T 100%	400	700		VEN	T 100%	400	700	
	N 75%	300				N 75%	300				N 75%	300				N 75%	300		
SAB	T 100%	400	800		SAB	T 100%	400	800		SAB	T 100%	400	800		SAB	T 100%	400	800	
	N 100%	400				N 100%	400				N 100%	400				N 100%	400		
DOM	T 100%	320	560		DOM	T 100%	320	560		DOM	T 100%	320	560		DOM	T 100%	320	560	
	N 60%	240				N 60%	240				N 60%	240				N 60%	240		
TOTAL SEMANA PROMEDIO				2840	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2840	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2840	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2840
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11360	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11360	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11360	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11360
TICKET PROMEDIO				\$ 9,56	TICKET PROMEDIO				\$ 9,56	TICKET PROMEDIO				\$ 9,56	TICKET PROMEDIO				\$ 9,56
FACTURACION				AGOSTO \$ 108.641,94	FACTURACION				SEPTIEMBRE \$ 108.641,94	FACTURACION				OCTUBRE \$ 108.641,94	FACTURACION				NOVIEMBRE \$ 108.641,94
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 39.864,86	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 39.864,86	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 39.864,86	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 39.864,86
UTILIDAD BRUTA				\$ 68.777,08	UTILIDAD BRUTA				\$ 68.777,08	UTILIDAD BRUTA				\$ 68.777,08	UTILIDAD BRUTA				\$ 68.777,08
MANO DE OBRA				\$ 2.218,95	MANO DE OBRA				\$ 2.218,95	MANO DE OBRA				\$ 2.218,95	MANO DE OBRA				\$ 2.218,95
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89
EBIDTA				\$ 64.994,24	EBIDTA				\$ 64.994,24	EBIDTA				\$ 64.994,24	EBIDTA				\$ 64.994,24
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55
BAIT				\$ 64.614,69	BAIT				\$ 64.614,69	BAIT				\$ 64.614,69	BAIT				\$ 64.614,69
Intereses Bancarios				\$ 781,31	Intereses Bancarios				\$ 781,31	Intereses Bancarios				\$ 781,31	Intereses Bancarios				\$ 781,31
BAT				\$ 63.833,38	BAT				\$ 63.833,38	BAT				\$ 63.833,38	BAT				\$ 63.833,38
Impuestos				\$ 11.640,21	Impuestos				\$ 11.640,21	Impuestos				\$ 11.640,21	Impuestos				\$ 11.640,21
BDT				\$ 52.193,17	BDT				\$ 52.193,17	BDT				\$ 52.193,17	BDT				\$ 52.193,17

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

4

DICIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE () 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MIE	T	35%	140	300
	N	40%	160	
JUE	T	70%	280	480
	N	50%	200	
VIE	T	100%	400	700
	N	75%	300	
SAB	T	100%	400	800
	N	100%	400	
DOM	T	100%	320	560
	N	60%	240	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				2840
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11360
TICKET PROMEDIO				\$ 9,56
FACTURACION DICIEMBRE				\$ 108.641,94
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,51
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 39.864,86
UTILIDAD BRUTA				\$ 68.777,08
MANO DE OBRA				\$ 2.218,95
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.563,89
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 64.994,24		
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55		
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 64.614,69		
Intereses Bancarios Interests		\$ 781,31		
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 63.833,38		
Impuestos Taxes		\$ 11.640,21		
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes		\$ 52.193,17		

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$ 583.223,97		12%

Tabla 6-18 Rotación año 5

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5		Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5					
\$ 10,11	TICKET PROMEDIO						
\$ 3,66	COSTO MP PROMEDIO						
5,70%	% Aumento de Precios						
4,17%	Inflacion Annual 2014						
4,11%	Aumento Salarial Annual						
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO							
LUNES	TARDE 0%	NOCHE 0%					
MARTES	TARDE 0%	NOCHE 0%					
MIERCOLES	TARDE 35%	NOCHE 40%					
JUEVES	TARDE 70%	NOCHE 50%					
VIERNES	TARDE 100%	NOCHE 75%					
SABADO	TARDE 100%	NOCHE 100%					
DOMINGO	TARDE 100%	NOCHE 60%					
AÑO 5		ENERO		FEBRERO		MARZO	
		100%		100%		75%	
		(A) % Consumo Mensual		(A) % Consumo Mensual		(A) % Consumo Mensual	
		(B) Capacidad Instalada		(B) Capacidad Instalada		(B) Capacidad Instalada	
		TURNOS		TURNOS		TURNOS	
		400	PAX	400	PAX	400	PAX
		TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00
		TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno
		Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0
LUN	N 0%	0	0	LUN	N 0%	0	0
MAR	T 0%	0	0	MAR	T 0%	0	0
MAR	N 0%	0	0	MAR	N 0%	0	0
MIE	T 35%	140	300	MIE	T 35%	140	300
MIE	N 40%	160	300	MIE	N 40%	160	300
JUE	T 70%	280	480	JUE	T 70%	280	480
JUE	N 50%	200	480	JUE	N 50%	200	480
VIE	T 100%	400	700	VIE	T 100%	400	700
VIE	N 75%	300	700	VIE	N 75%	300	700
SAB	T 100%	400	800	SAB	T 100%	400	800
SAB	N 100%	400	800	SAB	N 100%	400	800
DOM	T 100%	400	640	DOM	T 100%	400	640
DOM	N 60%	240	640	DOM	N 60%	240	640
		TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO		TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO		TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO	
		2920		2920		2290	
		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS	
		11680		11680		9160	
		TICKET PROMEDIO \$ 10,11		TICKET PROMEDIO \$ 10,11		TICKET PROMEDIO \$ 10,11	
		FACTURACION ENERO \$ 118.069,31		FACTURACION FEBRER \$ 118.069,31		FACTURACION MARZO \$ 92.595,45	
		COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,66		COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,66		COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,66	
		COSTO TOTAL MATERIA PRIMA \$ 42.697,00		COSTO MATERIA PRIMA \$ 42.697,00		COSTO MATERIA PRIMA \$ 33.484,98	
		UTILIDAD BRUTA \$ 75.372,30		UTILIDAD BRUTA \$ 75.372,30		UTILIDAD BRUTA \$ 59.110,47	
		MANO DE OBRA \$ 2.306,91		MANO DE OBRA \$ 2.306,91		MANO DE OBRA \$ 2.306,91	
		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS \$ 1.629,11		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS \$ 1.629,11		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS \$ 1.629,11	
EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA	
Resultado Antes de Impuestos - Depreciaciones - Amortizaciones		\$ 71.436,29		\$ 71.436,29		\$ 55.174,46	
Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)		\$ 379,55		\$ 379,55		\$ 379,55	
BAIT		BAIT		BAIT		BAIT	
Beneficio Antes de Intereses y Impuestos		\$ 71.056,74		\$ 71.056,74		\$ 54.794,90	
Intereses Bancarios		Intereses Bancarios		Intereses Bancarios		Intereses Bancarios	
Interests		\$ 781,31		\$ 781,31		\$ 781,31	
BAT		BAT		BAT		BAT	
Beneficio Antes de Impuestos		\$ 70.275,43		\$ 70.275,43		\$ 54.013,59	
Impuestos		Impuestos		Impuestos		Impuestos	
Impuesto a la Ganacia Impuesto a la Renta - IVA		\$ 12.650,28		\$ 12.650,28		\$ 9.920,94	
BDT		BDT		BDT		BDT	
Beneficio Despues de Impuestos		\$ 57.625,14		\$ 57.625,14		\$ 44.092,65	

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

5

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

5

ABRIL					MAYO					JUNIO					JULIO				
(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		
LUN	T 0%	0	0		LUN	T 0%	0	0		LUN	T 0%	0	0		LUN	T 0%	0	0	
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MAR	T 0%	0	0		MAR	T 0%	0	0		MAR	T 0%	0	0		MAR	T 0%	0	0	
	N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0				N 0%	0		
MIE	T 35%	140	300		MIE	T 35%	140	300		MIE	T 35%	140	300		MIE	T 35%	140	300	
	N 40%	160				N 40%	160				N 40%	160				N 40%	160		
JUE	T 70%	280	480		JUE	T 70%	280	480		JUE	T 70%	280	480		JUE	T 70%	280	480	
	N 50%	200				N 50%	200				N 50%	200				N 50%	200		
VIÉ	T 100%	400	700		VIÉ	T 100%	400	700		VIÉ	T 100%	400	700		VIÉ	T 100%	400	700	
	N 75%	300				N 75%	300				N 75%	300				N 75%	300		
SAB	T 100%	400	800		SAB	T 100%	400	800		SAB	T 100%	400	800		SAB	T 100%	400	800	
	N 100%	400				N 100%	400				N 100%	400				N 100%	400		
DOM	T 100%	400	640		DOM	T 100%	400	640		DOM	T 100%	400	640		DOM	T 100%	400	640	
	N 60%	240				N 60%	240				N 60%	240				N 60%	240		
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				2920	TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				2920	TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				2920	TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				2920
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680
TICKET PROMEDIO				\$ 10,11	TICKET PROMEDIO				\$ 10,11	TICKET PROMEDIO				\$ 10,11	TICKET PROMEDIO				\$ 10,11
FACTURACION ABRIL				\$ 118.069,31	FACTURACION MAYO				\$ 118.069,31	FACTURACION JUNIO				\$ 118.069,31	FACTURACION JULIO				\$ 118.069,31
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00
UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30	UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30	UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30	UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30
MANO DE OBRA				\$ 2.306,91	MANO DE OBRA				\$ 2.306,91	MANO DE OBRA				\$ 2.306,91	MANO DE OBRA				\$ 2.306,91
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11
EBIDTA Earnings Before Interest, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 71.436,29	EBIDTA Earnings Before Interest, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 71.436,29	EBIDTA Earnings Before Interest, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 71.436,29	EBIDTA Earnings Before Interest, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 71.436,29
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 379,55
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 71.056,74	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 71.056,74	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 71.056,74	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 71.056,74
Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31	Intereses Bancarios Interests				\$ 781,31
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 70.275,43	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 70.275,43	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 70.275,43	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 70.275,43
Impuestos Taxes				\$ 12.650,28	Impuestos Taxes				\$ 12.650,28	Impuestos Taxes				\$ 12.650,28	Impuestos Taxes				\$ 12.650,28
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 57.625,14	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 57.625,14	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 57.625,14	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 57.625,14

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

5

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

5

AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%					(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS			Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA	400	PAX	TARDE (I) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	TOTAL PAX AL DIA
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		
LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0	LUN	T 0%	0		0
	N 0%	0		0		N 0%	0		0		N 0%	0		0		N 0%	0		0
MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0	MAR	T 0%	0		0
	N 0%	0		0		N 0%	0		0		N 0%	0		0		N 0%	0		0
MIE	T 35%	140		300	MIE	T 35%	140		300	MIE	T 35%	140		300	MIE	T 35%	140		300
	N 40%	160		300		N 40%	160		300		N 40%	160		300		N 40%	160		300
JUE	T 70%	280		480	JUE	T 70%	280		480	JUE	T 70%	280		480	JUE	T 70%	280		480
	N 50%	200		480		N 50%	200		480		N 50%	200		480		N 50%	200		480
VIÉ	T 100%	400		700	VIÉ	T 100%	400		700	VIÉ	T 100%	400		700	VIÉ	T 100%	400		700
	N 75%	300		700		N 75%	300		700		N 75%	300		700		N 75%	300		700
SAB	T 100%	400		800	SAB	T 100%	400		800	SAB	T 100%	400		800	SAB	T 100%	400		800
	N 100%	400		800		N 100%	400		800		N 100%	400		800		N 100%	400		800
DOM	T 100%	400		640	DOM	T 100%	400		640	DOM	T 100%	400		640	DOM	T 100%	400		640
	N 60%	240		640		N 60%	240		640		N 60%	240		640		N 60%	240		640
TOTAL SEMANA PROMEDIO				2920	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2920	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2920	TOTAL SEMANA PROMEDIO				2920
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680
TICKET PROMEDIO				\$ 10,11	TICKET PROMEDIO				\$ 10,11	TICKET PROMEDIO				\$ 10,11	TICKET PROMEDIO				\$ 10,11
FACTURACION				AGOSTO \$ 118.069,31	FACTURACION				SEPTIEMBRE \$ 118.069,31	FACTURACION				OCTUBRE \$ 118.069,31	FACTURACION				NOVIEMBRE \$ 118.069,31
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00
UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30	UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30	UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30	UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30
MANO DE OBRA				\$ 2.310,15	MANO DE OBRA				\$ 2.310,15	MANO DE OBRA				\$ 2.310,15	MANO DE OBRA				\$ 2.310,15
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11
EBIDTA		\$ 71.433,05			EBIDTA		\$ 71.433,05			EBIDTA		\$ 71.433,05			EBIDTA		\$ 71.433,05		
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55			Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 379,55		
BAIT		\$ 71.053,50			BAIT		\$ 71.053,50			BAIT		\$ 71.053,50			BAIT		\$ 71.053,50		
Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31			Intereses Bancarios		\$ 781,31		
BAT		\$ 70.272,19			BAT		\$ 70.272,19			BAT		\$ 70.272,19			BAT		\$ 70.272,19		
Impuestos		\$ 12.650,28			Impuestos		\$ 12.650,28			Impuestos		\$ 12.650,28			Impuestos		\$ 12.650,28		
BDT		\$ 57.621,90			BDT		\$ 57.621,90			BDT		\$ 57.621,90			BDT		\$ 57.621,90		

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

5

DICIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS		
400	PAX	TARDE (T) 12h00 - 16h00	Noche (N) 16h00 - 20h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MIE	T	35%	140	300
	N	40%	160	
JUE	T	70%	280	480
	N	50%	200	
VIE	T	100%	400	700
	N	75%	300	
SAB	T	100%	400	800
	N	100%	400	
DOM	T	100%	400	640
	N	60%	240	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				2920
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				11680
TICKET PROMEDIO				\$ 10,11
FACTURACION DICIEMBRE				\$ 118.069,31
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,66
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 42.697,00
UTILIDAD BRUTA				\$ 75.372,30
MANO DE OBRA				\$ 2.310,15
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 1.629,11
EBIDTA				
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 71.433,05
Amortizaciones & Depreciaciones				
				\$ 379,55
BAIT				
Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 71.053,50
Intereses Bancarios				
Interests				\$ 781,31
BAT				
Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 70.272,19
Impuestos				
Taxes				\$ 12.650,28
BDT				
Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 57.621,90

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$ 677.930,35		16%

6.4 Nómina Salarial

En estos cuadros se observa el sueldo que recibirán las 3 personas que trabajarán en el negocio, en el caso del vendedor y cocinero tienen una hora extra porque todos los días miércoles producen helado para la apertura, para los siguientes días el helado se hace el día anterior.

Tabla 6-19 Nómina Salarial

CARGO	(A) JORNADA ORDINARIA 40 Horas semanales, 5 días a la semana, dos días de descanso		(B) HORAS SUPLEMENTARIAS al 50% & al 100% Cuando pasan sus 8 horas de trabajo diarias; con un máximo de 4 horas por día, 12 horas por semana. Hasta las 12H00 de la noche tendrá un recargo del 50% en cada hora suplementaria Después de las 12H00 de la noche tendrá un recargo del 100% en cada hora suplementaria					(C) JORNADAS NOCTURNAS al 25% Jornada entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, que podrá durar igual que la jornada diurna de hasta 8 horas. Tendrá un recargo del 25%		
	(A1) Sueldo Bruto Base	(A2) Valor x Hora Ordinaria Jornada de 8 horas (A1 ÷ 30 días ÷ 8 horas)	(B1) Valor \$ Total a pagar x Horas Suplementarias al 50% y 100% (B2x3 + B4x5)	(B2) Q Horas Suplementarias (Hasta las 12H00) al 50% extra	(B3) Valor x Hora Suplementaria al 50% extra (A2 x 1,5)	(B4) Q Horas Suplementarias (Desde las 12H00 hasta las 06H00) al 100% extra	(B5) Valor x Hora Suplementaria al 100% extra (A2 x 2)	(C1) Valor \$ Total a pagar x Horas en Jornada Nocturna al 25% (C2 x C3)	(C2) Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	(C3) Valor x Hora en Jornada Suplementaria al 25% extra (A2 x 1,25)
	Administrador/ Chef ejecutivo	\$ 650,00	\$ 2,71	\$ -	0	\$ 4,06	0	\$ 5,42	\$ -	0
Vendedor	\$ 500,00	\$ 2,08	\$ 3,13	1	\$ 3,13	0	\$ 4,17	\$ -	0	\$ 2,60
Cocinero	\$ 354,00	\$ 1,48	\$ 2,21	1	\$ 2,21	0	\$ 2,95	\$ -	0	\$ 1,84
	\$ 1.504,00	\$ 2,09	\$ 5,34	2	\$ 3,13	0	\$ 4,18	\$ -	0	\$ 2,61
	Valor Total a Pagar en Sueldos Brutos	Valor promedio Hora Ordinaria	Valor Total a Pagar en Horas Extraordinarias	TOTAL Q Horas Suplementarias (Hasta las 12h00)	Valor promedio Hora Suplementaria	TOTAL Q Horas Suplementarias (desde las 12h00)	Valor promedio Hora Suplementaria (desde las 06h00)	TOTAL a Pagar en Jornadas Nocturnas al 25%	TOTAL Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna al 25%

(D) HORAS EXTRAS al 100% Cuando el empleado trabaja sábados, domingos (o sus días libres) o días feriados Tendrá un recargo del 100%			(E) TOTAL SUELDO BRUTO		Sueldo Bruto ÷ 12 Meses	Sueldo Básico ÷ 12 Meses	Sueldo Bruto ÷ 360 días x 15 días	APORTES al IESS Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social			Sueldo Neto
(D1) Valor \$ Total a pagar x Horas Extras al 100% (D2 x D3)	(D2) Q Horas Extras (Días libres y feriados) al 100%	(D3) Valor x Hora Extra 100% (A2 x 2)	(A1) Sueldo Bruto Base +(B1) H. Suplementarias +(C1) Horas J. Nocturna +(D1) Horas Extras ----- (E) TOTAL SUELDO BRUTO	DTR Decimo Tercera Remuneración	DCR Decimo Cuarta Remuneración	Vacaciones 15 días al año	9,45% del sueldo Bruto (Paga el Empleado)	11,15% del Sueldo Bruto (Paga el Patrono)	SECAP 0,5% del Sueldo Bruto IECES 0,5% del Sueldo Bruto	IECE 0,50% SECAP 0,50%	
\$ -	0	\$ 5,42	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 28,33	\$ 27,08	\$ 61,43	\$ 72,48	\$ 6,50	\$ 838,56	
\$ -	0	\$ 3,91	\$ 503,13	\$ 41,93	\$ 28,33	\$ 20,96	\$ 47,55	\$ 56,10	\$ 5,03	\$ 655,48	
\$ -	0	\$ 2,77	\$ 356,21	\$ 29,68	\$ 28,33	\$ 14,84	\$ 33,66	\$ 39,72	\$ 3,56	\$ 472,35	
\$ -	0	\$ 4,03	\$ 1.509,34	\$ 125,78	\$ 85,00	\$ 62,89	\$ 142,63	\$ 168,29	\$ 15,09	\$ 1.966,39	
Valor Total a Pagar en Jornadas Nocturnas	Total Horas Jornada Nocturna	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna	TOTAL SUELDO BRUTO NOMINA	\$ 273,67			\$ 326,02			\$ 1.966,39	
<i>Previsión Mensual RRHH</i>							<i>Pago Mensual Aportes al IESS</i>			<i>Pago Mensual en Sueldos</i>	

\$ 1.966,39

6.5 Costos Fijos/ Otros Costos

Aquí se observan los costos fijos de cada mes y otros costos que son costos que tal vez no siempre se generen pero estos ayudaran a cuadrar las cuentas.

Tabla 6-20 Costos

OTROS COSTOS - COSTOS FIJOS		
Servicios Basicos		OBSERVACIONES
Agua	\$ 50,00	Consumo Básico
Luz	\$ 50,00	Consumo Básico
Celulares	\$ 20,00	Plan de 1 celular CNT
Gas	\$ 13,50	Gas subcidiado
Internet	\$ 35,00	Trabajo + Wifi Clientes+ linea telefonica (CNT)
Servicios Complementarios		
Asesoramiento Legal	\$ 50,00	Contratos, Permisos, MRL, Etc.
Costos Bancarios	\$ 50,00	Retiros, Transferencias, Chequeras, Certificaciones, etc.
Tramites Varios	\$ 50,00	Peajes, Parquaderos, Propinas, etc.
Gastos de Gestion	\$ 50,00	Permisos, Autorizaciones,
Equipos & Materiales		
Mantenimiento	\$ 120,00	Mantenimiento Equipo Pesado
Reposición	\$ 150,00	Menaje de Servicio y de Cocina
Material de Oficina	\$ 60,00	Papel, tinta, esferos, rollo impresora, etc.
Otros Costos		
Alquiler Local	\$ 300,00	Renta del local
Marketing& Publicidad	\$ 75,00	Manejo de Cuenta Publicitaria Básica
Caja Chica No Recuperable	\$ 50,00	Gastos no deducibles ni recuperables
Gasolina	\$ 60,00	Movilidad del negocio o del Administrador
Materiales de Limpieza	\$ 200,00	Materiales de limpieza
Otros Costos COSTOS FIJOS	\$ 1.383,50	<i>Todos los costos que no dependen del giro especifico del negocio Independientemente de si se generan mes a mes</i>

6.6 Inversión Inicial y prestamo

El prestamo que se solicito al banco es a un plazo de 5 años, pero en el cuadro de rotacion se demuestra que a partir del segundo años se puede renegociar la deuda y bajar los años de deuda aumentando las cuotas mensuales. En este cuadro se detallan todas las compras que se van a realizar para poder abrir el negocio.

Tabla 6-21 Detalle de inversión inicial

Capacidad Instalada		400	PAX			
Equipo Cocina						
Pesado	Equipo	Destinatario	Cantidad	Precio x Und	Sub Total	Observaciones
	Cocina	Entradas, Platos Fuertes, Postres	1	\$ 2.384,30	\$ 2.384,30	
	Refrigerador	Trabajo general	1	\$ 1.981,52	\$ 1.981,52	
	Congelador	helados	1	\$ 4.656,95	\$ 4.656,95	
	Maquina de helados	helado	5	\$ 257,99	\$ 1.289,95	
	Mesadas	Trabajo general	1	\$ 800,00	\$ 800,00	
	Bacha	limpieza	1	\$ 449,49	\$ 449,49	
	basurero	limpieza	2	\$ 194,99	\$ 389,98	
	bombona de gas	trabajo general	1	\$ 60,00	\$ 60,00	
TOTAL EQUIPO PESADO COCINA					\$ 12.012,19	
Menaje Cocina	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Bowls	Trabajo general	10	\$ 3,59	\$ 35,90	
	Cuchillos	Trabajo general	4	\$ 11,91	\$ 47,64	
	Tablas	Trabajo general	4	\$ 15,64	\$ 62,56	
	Colador de malla	Trabajo general	10	\$ 18,00	\$ 180,00	
	Ollas	Trabajo general	3	\$ 21,08	\$ 63,24	
	Espatulas silikon	Trabajo general	4	\$ 3,83	\$ 15,32	
	Sarten	Trabajo general	3	\$ 16,91	\$ 50,73	
	Batidor	Trabajo general	2	\$ 7,02	\$ 14,04	
	Exprimidor limones	Trabajo general	2	\$ 3,57	\$ 7,14	
	Pinzas	Trabajo general	4	\$ 3,11	\$ 12,44	
	Cuchillo (puntilla)	Trabajo general	4	\$ 2,52	\$ 10,08	
	Salsero	Trabajo general	4	\$ 1,00	\$ 4,00	
	Cucharas	Trabajo general	4	\$ 2,55	\$ 10,20	
	TOTAL MENAJE COCINA					\$ 513,29
Equipo Servicio						
Pesado	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Porcionador	Helados	4	\$ 13,85	\$ 55,40	
	limpion	vitriñas	4	\$ 1,99	\$ 7,96	
	Barra Bebidas	Despacho Bebidas en General	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
	Gorros desechable	Personal	50	\$ 2,50	\$ 125,00	
	Cuchara de plastico	Comensal	600	\$ 0,02	\$ 12,00	
	Exhibidor	helados	1	\$ 4.685,73	\$ 4.685,73	
	Copa de plastico	Comensal	500	\$ 0,11	\$ 55,00	
vasos de plastico	Comensal	400	\$ 0,10	\$ 40,00		
TOTAL EQUIPO PESADO SERVICIO					\$ 5.981,09	

Decoración & Adecuaciones						
Decoración	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Cuadro grande	Decoracion	5	\$ 15,00	\$ 75,00	Uno por pared
	cuadro pequeño	decoracion	5	\$ 30,00	\$ 150,00	Doble de la capacidad de mesas Instaladas
	mesas	Servicios Primarios	3	\$ 250,00	\$ 750,00	Unidad o dos
	sillas	Servicios Primarios	8	\$ 164,71	\$ 1.317,68	Adecuaciones Hombres, Mujeres
TOTAL DECORACION				\$ 2.292,68		
Uniformes RRHH						
Uniformes	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Uniforme Cocina 1	Chef Ejecutivo	2	\$ 69,00	\$ 138,00	Un Chef Ejecutivo x 2 uniformes c/u
	Uniforme Cocina 2	Cocineros	2	\$ 69,00	\$ 138,00	dos Cocineros x 2 uniformes c/u
	Uniforme servicio	Vendedor	2	\$ 69,00	\$ 138,00	Un vendedor x 2 uniformes c/u
TOTAL UNIFORMES				\$ 414,00		
Equipo Oficina & Administracion						
Equipo Oficina	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Mueble aparador	Administracion	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
	Computadora	Administracion	1	\$ 719,99	\$ 719,99	
	Impresora	Administracion	1	\$ 449,99	\$ 449,99	
	Parlante	Servicio	1	\$ 139,99	\$ 139,99	
TOTAL EQUIPO OFICINA				\$ 1.559,97		
OTROS						
TOTAL INVERSION INICIAL				\$22.773,22		Total de lo necesario a invertir en el inicio
Amortizacion de Equipos				\$ 379,55		60 Meses promedio de duracion equipos

Préstamo Bancario & Intereses				Sub Montos	Observaciones
TOTAL INVERSION INICIAL				\$ 22.773,22	Total de lo necesario a invertir en el inicio
TOTAL Capital de Trabajo MP				\$ 12.690,97	Materia Prima del primer Mes de Trabajo
TOTAL Capital de Trabajo MO				\$ 1.966,39	Mano de Obra del primer Mes de Trabajo
TOTAL Capital de Trabajo OC				\$ 1.383,50	Otros Costos del primer Mes de Trabajo
Posibles Meses en Contra				\$ -	1,2,3 Primeros meses a perdida
Otras Inversiones					
Otras Inversiones				\$(10.814,08)	Regalo de mis padres
TOTAL Préstamo a Solicitar				\$28.000,00	Total a Solicitar al Banco del Pichincha
12	Meses	Interes Simp	\$ 2.627,39		
24	Meses	Interes Simp	\$ 1.459,51		
36	Meses	Interes Simp	\$ 1.076,69		
48	Meses	Interes Simp	\$ 889,79		
60	Meses	Interes Simp	\$ 781,31		

6.7 Flujo de Caja

Tabla 6-22 Flujo de caja

Fujo de caja					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Efectivo Inicial	28000	363869,41	809688,2	1330360,13	1913621,46
Ingresos					
Ventas	749466,67	967106,2	1110711	1221762,77	1391357,81
- Costo de Venta	279201,32	361912,19	413548,17	448311,2	503152,01
Total Ingresos	470265,35	605194,01	697162,83	773451,57	888205,8
Egresos					
- Costos Fijos y Gastos Operativos	16602	17294,3	18015,48	18766,72	19549,29
- Sueldos y Salarios	23563,58	24532,04	25540,31	26590,01	27682,86
- Intereses Bancarios	9375,72	9375,72	9375,72	9375,72	9375,72
- Amortizaciones y Depreciaciones	4554,64	4554,64	4554,64	4554,64	4554,64
- Impuestos	80300	103618,52	119004,75	130903,15	149074,05
Total Egresos	134395,94	159375,22	176490,9	190190,24	210236,56
Efectivo al Final del Período	363869,41	809688,2	1330360,13	1913621,46	2591590,7
* Ingresos - Egresos	335869,41	445818,79	520671,93	583261,33	677969,24

6.8 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 6-23 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$	\$	\$	\$	\$
Ventas Netas	749466,67	967106,2	1110711	1221762,8	1391357,81
(-) Costo de Ventas	279201,32	361912,19	413548,17	448311,2	503152,01
Utilidad Bruta	470265,35	605194,01	697162,83	773451,57	888205,8
(-) Gastos de Operación	16602	17294,3	18015,48	18766,72	19549,29
(-) Sueldos y Salarios	23563,58	24532,04	25540,31	26590,01	27682,86
Utilidad Operacional	430099,77	563367,67	653607,04	728094,84	840973,65
(-) Gastos Financieros e Intereses	9375,72	9375,72	9375,72	9375,72	9375,72
(-) Amortizaciones y Depreciaciones	4554,64	4554,64	4554,64	4554,64	4554,64
Utilidad antes del Impuesto	416169,41	549437,31	639676,68	714164,48	827043,29
(-) Impuestos	80300	103618,52	119004,75	130903,15	149074,05
Utilidad Neta	335869,41	445818,79	520671,93	583261,33	677969,24

7 Capítulo VII. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

- De acuerdo al estudio de mercado, se demuestra que este nuevo concepto de heladería tendrá una gran aceptación entre los consumidores.
- Según las entrevistas realizadas a los doctores especialistas en diabetes, hipertensión y nutrición, se concluyó que la creación de una heladería para diabéticos e hipertensos es viable ya que los productos que ofrecemos están permitidos y benefician a la salud de los pacientes.
- Luego del análisis financiero concluyo que el proyecto si es factible debido a que habrá una pronta recuperación de la inversión inicial.
- El estudio financiero demuestra que según los ingresos se puede llegar a una renegociación de la deuda, permitiendo pagar el préstamo realizado al banco mucho antes del plazo original.

7.2 Recomendaciones

- Se debe conservar siempre la calidad de los productos para obtener a cambio la fidelidad del consumidor.
- Se recomienda realizar constantemente publicidad por diferentes medios, informando a los clientes las nuevas promociones y productos que ofrece la heladería, y así podemos atraer a nuevos clientes.
- Se recomienda realizar investigaciones de mercado constantemente, ya que gracias a estas se puede obtener nuevas ideas que beneficiaran a “Sweet Snow”.

REFERENCIAS

- Acosta, M. Pacheco, V. (2008). *Diabetes Mellitus tipo 2: de la teoría a la práctica*. Quito, Ecuador. MERCK C.A.
- Agencia de Regulación, Control y Vigilancia sanitaria. (2014). *Permiso de funcionamiento para Establecimientos sujetos a Vigilancia Sanitaria*. Recuperado el 23 de Octubre de 2014, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-para-establecimientos-sujetos-a-vigilancia-sanitaria/>
- Amaguaya, J. (2006). *Propuesta de creación de un restaurante para personas diabéticas*. Tesis de Grado. Universidad tecnológica Equinoccial, Quito. Recuperado el 6 de octubre de 2014, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9442/1/28870_1.pdf
- American Diabetes Association. (2013) *¿Qué es la diabetes gestacional?* Recuperado el 15 de Octubre de 2014, de <http://www.diabetes.org/es/informacion-basica-de-la-diabetes/diabetes-gestacional/que-es-la-diabetes-gestacional.html>
- American Diabetes Association. (2013). *Diabetes tipo 2*. Recuperado el 15 de Octubre de 2014, de <http://www.diabetes.org/es/informacion-basica-de-la-diabetes/diabetes-tipo-2/?loc=db-es-slabnav#sthash.EBRPwYCj.dpuf>
- American Diabetes Association. (2014) *Contar los carbohidratos*. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de <http://www.diabetes.org/es/alimentos-y-actividad-fisica/alimentos/que-voy-a-comer/comprension-de-los-carbohidratos/contar-carbohidratos.html>
- American Diabetes Association. (2014). *Índice glucémico y diabetes*. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de <http://www.diabetes.org/es/alimentos-y-actividad-fisica/alimentos/que-voy-a-comer/comprension-de-los-carbohidratos/indice-glucemico-y-diabetes.html>
- Banco Central del Ecuador. (2014). Tasas de interés. Recuperado el 23 de Octubre de 2014, de

<http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Banco Central del Ecuador. (2015). Inflación. Recuperado el 2 de Febrero de 2015, de:

http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Banco del Pichincha. (2015). Simulador de microcrédito. Recuperado el 3 de Febrero de 2015, de <https://www.pichincha.com/portal/Banca-Microempresas/Simuladores/Simulador-de-Microcredit>

Ceaelpalma.com. (2011). *Organización y recursos humanos*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de

<http://ceaelpalma.pbworks.com/w/page/32380606/Organizacion%20y%20Recursos%20Humanos>

Cienciapopular.com, (2014). *Historia del Helado*. Recuperado el 1 de Octubre de 2014, de: <http://www.cienciapopular.com/historia-y-arqueologia/historia-del-helado>

Club del Hipertenso. (2011). *HTA y diabetes*. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de <http://clubdelhipertenso.es/index.php/hta-y-diabetes>

CNN México. (2013). *La hipertensión causa la muerte a 9.4 millones de personas cada año: OMS*. Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de <http://mexico.cnn.com/salud/2013/04/03/la-hipertension-causa-la-muerte-a-94-millones-de-personas-cada-ano-oms>

Coca, A. Aranda, P. Rendón, J. (2009). *Manejo del paciente hipertenso en la práctica clínica*. Madrid, España. Editorial Médica Panamericana S.A.

Cruz, G. (2009). Plan de Marketing para posicionar a la empresa VIACOM en la ciudad de Quito. Tesis de grado. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito. Recuperado el 12 de Enero de 2015, de:

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10793/1/38121_1.pdf

De tu salud. (2012). *Los beneficios de comer helado*. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de <http://www.detusalud.com/los-beneficios-de-comer-helado.html>

- Degerencia.com. (2014). *Investigación de mercado*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2014, de:
http://www.degerencia.com/tema/investigacion_de_mercado
- Ecuador inmediato. (2013). El sector comercial hace mal uso del gas subsidiado. Recuperado el 2 de Febrero de 2015, de:
http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=wap_news_view&id=202679
- Ecuared. (2012). *Planificación empresarial*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de
http://www.ecured.cu/index.php/Planificaci%C3%B3n_empresarial
- El Comercio. (2011). *Las huecas de los helados tradicionales*. Recuperado el 6 de Octubre de 2014, de:
<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/quito/huecas-de-helados-tradicionales.html>
- El Mercurio. (2011). *El 6% de la población del Ecuador padece diabetes*. Recuperado el 6 de Octubre de 2014, de:
<http://www.elmercurio.com.ec/272011-el-6-de-la-poblacion-del-ecuador-padece-diabetes/>
- El Mercurio. (2011). El 6% de la población padece diabetes. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de <http://www.elmercurio.com.ec/272011-el-6-de-la-poblacion-del-ecuador-padece-diabetes/>
- El Telégrafo. (2011). *OMS: En Ecuador hay 500 mil enfermos de diabetes*. Recuperado el 15 de Octubre de 2014, de
<http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/oms-en-ecuador-hay-500-mil-enfermos-de-diabetes.html>
- El Universo. (2011). *Marcas de helado buscan “descongelar” el consumo*. Recuperado el 5 de Octubre de 2014, de:
<http://www.eluniverso.com/2011/05/11/1/1356/marcas-helados-buscan-descongelar-consumo.html>
- El universo. (2014). Salario básico unificado del 2015. Recuperado el 2 de Febrero de 2015, de:

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/30/nota/4388021/salario-basico-unificado-2015-sera-354-alza-14>

Eumed.net. (2014). *Análisis de la oferta*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2014, de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>

Finamac.com.br, (2014). *El origen del helado*. Recuperado el 1 de Octubre de 2014, de: <http://www.finamac.com.br/es/noticias/2012/09/376/el-origen-del-helado>

Fundación para la Diabetes. (2008). *Factores de riesgo de desarrollar diabetes tipo 2*. Recuperado el 15 de Octubre de 2014, de <http://www.fundaciondiabetes.org/findrisk/factoresriesgo.asp>

Gallegos, J. (2006). *Manual práctico de cafetería y bar*. Madrid, España. Thomson Paraninfo

Gastronomía y Cía. (2011). *Clasificación de los helados*. Recuperado el 5 de Octubre de 2014, de: <http://www.saborysalud.com/content/articles/866/1/Conozca-los-diferentes-tipos-de-helados/Page1.html>

GeoSalud. (s.f.). *Hipertensión arterial en el paciente diabético*. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de http://www.geosalud.com/hipertension/hiper_diabetes.htm

Goday, A. (2002). *Epidemiología de la diabetes y sus complicaciones no coronarias*. Revista española de cardiología, [online] (06). Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de <http://www.revespcardiol.org/es/epidemiologia-diabetes-sus-complicaciones-no/articulo/13032546/>

Hidalgo, S., Mora, M. & Muños, G. (2012). *Proyecto de inversión para el establecimiento de una heladería temática en la ciudad de Guayaquil*. Tesis de grado. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil. Recuperado el 6 de Octubre de 2014, de: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20957/1/Helader%20Tem%C3%A1tica.pdf>

- IEPI. (2014). *Signos distintivos*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>
- INEC. (2011). *Encuesta de estratificación del nivel socioeconómico*. Recuperado el 23 de Octubre de 2014, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&
- INEC. (2014). *Diabetes y enfermedades hipertensivas entre las principales causas de muerte en el 2013*. Recuperado el 15 de Octubre de, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/diabetes-y-enfermedades-hipertensivas-entre-las-principales-causas-de-muerte-en-el-2013/>
- INEC. (2014). *Inflación*. Recuperado el 23 de Octubre de 2014, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/InflacionSeptiembre2014/Reporte_de_inflacion_sep14.pdf
- International Diabetes Federation. (2014). *La carga mundial*. Recuperado el 15 de Octubre de 2014 de, <http://www.idf.org/diabetesatlas/5e/es/la-carga-mundial?language=es>
- Lovelock, C. Writz, J (2009). *Marketing de Servicios*. Naucalpan de Juárez, México. Pearson Educación.
- Madrid, A. Cenzano, I. (2003). *Helados: Elaboración, Análisis y Control de calidad*. Madrid, España: AMV ediciones
- MedlinePlus. (2014). *Dieta para diabéticos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/diabeticdiet.html>
- MSP. (2013). *Conozca los requisitos y valores a pagar para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos comerciales y de servicios*. Recuperado el 23 de Octubre de 2014, de <http://www.salud.gob.ec/conozca-los-requisitos-y-valores-a-pagar-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-de-establecimientos-comerciales-y-de-servicios/>
- OMS. (2013). *Preguntas y respuestas sobre la hipertensión*. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de <http://www.who.int/features/qa/82/es/>

- OMS. (2014). *Diabetes*. Recuperado el 12 de Octubre de 2014, de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/es/>
- Padrón, R. Romero, J. (2010). Plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de helados en la ciudad de Cuenca. Maestría. Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2643/14/UPS-CT002230.pdf>
- Personal.ua.es. (s.f.) *El paradigma cuantitativo y el paradigma cualitativo*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2014, de: <http://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema1/el-paradigma-cuantitativo-y-el-paradigma-cualitativo.html>
- Quiminet.com. (2010). *El proceso de la elaboración del helado*. Recuperado el 5 de octubre de 2014, de: <http://www.quiminet.com/articulos/el-proceso-de-elaboracion-del-helado-41748.htm>
- SINC. (2011). *Hay 347 millones de diabéticos en el mundo, más del doble que en 1980*. Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de <http://www.agenciasinc.es/Noticias/Hay-347-millones-de-diabeticos-en-el-mundo-mas-del-doble-que-en-1980>
- Tensoval. (2010). *Causas y consecuencias de la hipertensión*. Recuperado el 6 de Octubre de 2014, de: <http://www.tensoval.es/Causas-y-consecuencias.php>
- Tensoval. (2010). *Señales de aviso de la hipertensión*. Recuperado el 4 de Octubre de 2014, de <http://www.tensoval.es/Senales-de-aviso-de-la-hipertension%20.php>
- UCSF. (2014) *¿Qué es la diabetes tipo 2?* Recuperado el 12 de Octubre de 2014, de <http://drc.ucsf.edu/es/que-es-la-diabetes-tipo-2/>
- UCSF. (2014). *Diabetes Gestacional*. Recuperado el 12 de Octubre de 2014, de <http://drc.ucsf.edu/es/tipos-de-diabetes/diabetes-gestacional/>

ANEXOS

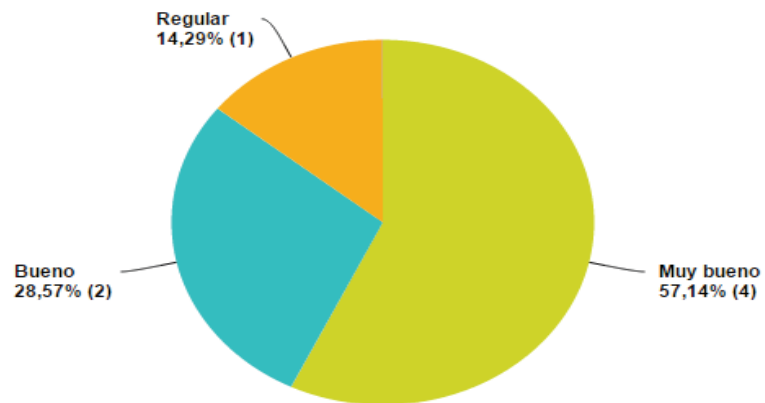
Anexo 1

Resultados del cuestionario realizado en el Focus Group

Pregunta # 1

Que le pareció el helado Sweet Snow?

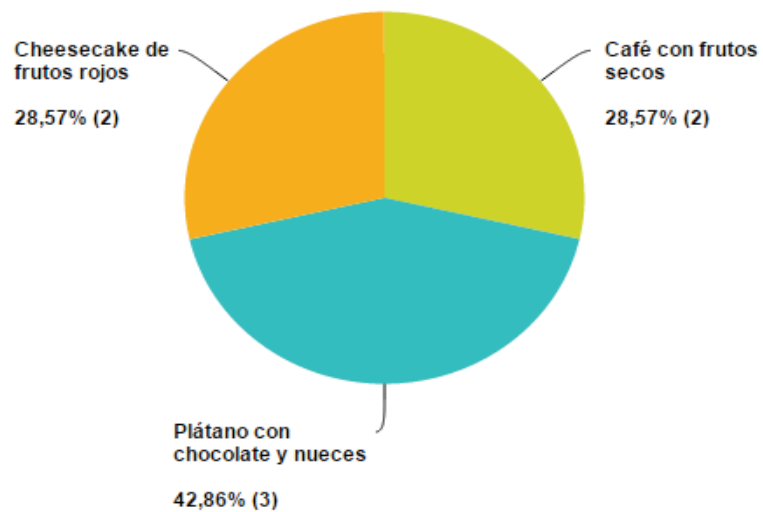
Respondido: 7 Omitido: 0



Pregunta #2

De estos sabores escoja el que más le gusta.

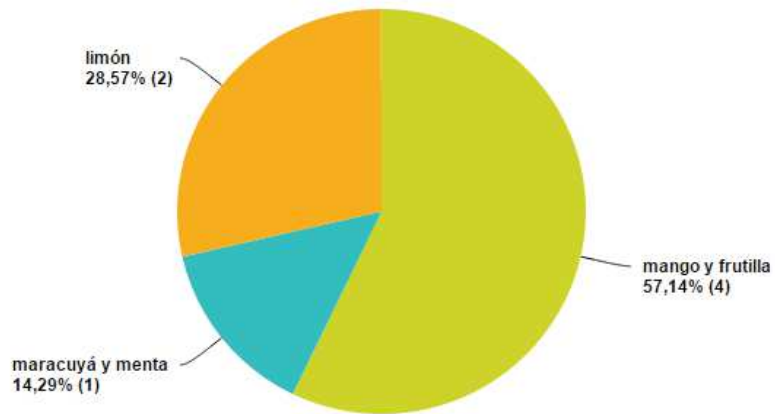
Respondido: 7 Omitido: 0



Pregunta #3

De los siguientes sabores cual es su favorito?

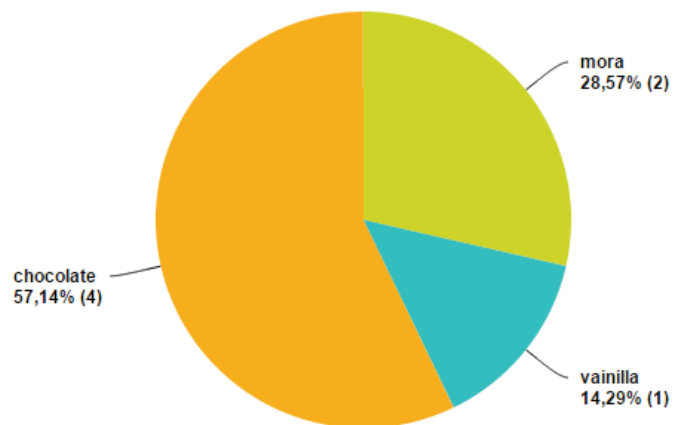
Respondido: 7 Omitido: 0



Pregunta #4

De los sabores clásicos cual prefiere?

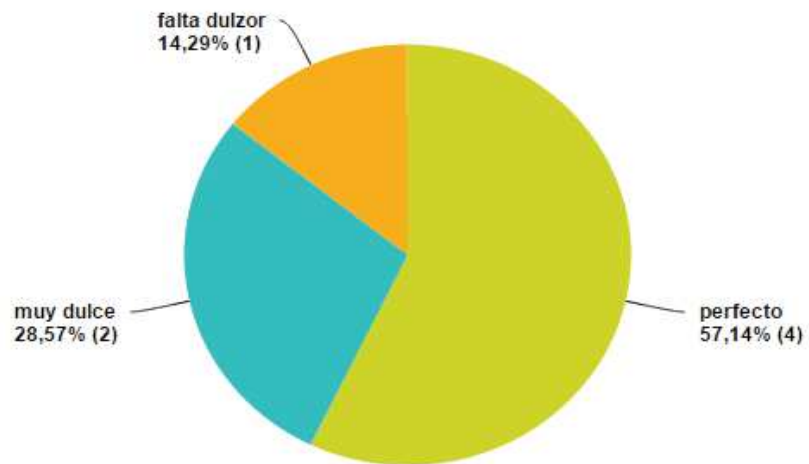
Respondido: 7 Omitido: 0



Pregunta #5

Qué le pareció el dulzor del helado?

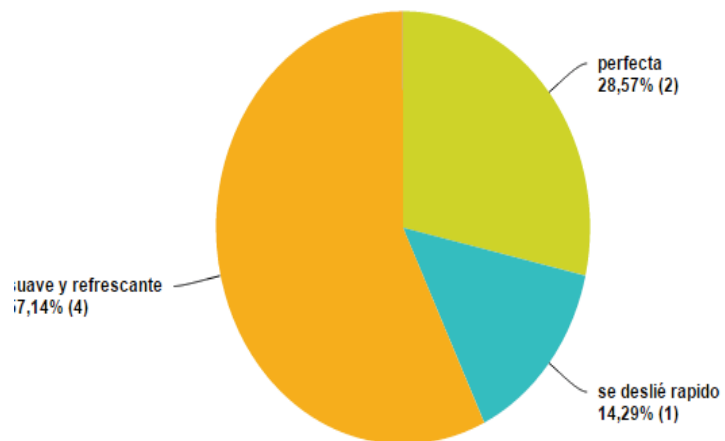
Respondido: 7 Omitido: 0



Pregunta #6

La textura del helado le parece?

Respondido: 7 Omitido: 0



Anexo 2

Fotos del focus group y de los helados Sweet Snow





Anexo 3

Cotización de insumos del mercado

TAMAY GALORA CLARA ALEXANDRA

VENTA AL POR MENOR DE FRUTAS EN FERIA
Matriz y Est. Tomas Sevilla s/n y Araujo
AMBATO - ECUADOR

RUC. 1803330966001
001-001
0000698
Aut. SRI 1116004306

FECHA: 14 | 01 | 2015

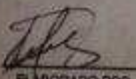

SR: Carolina Niño

DIRECCIÓN: dito TELF: _____

RUC: 1802987154 GUÍA DE REMISIÓN:

CANT.	DETALLE	V. UNIT	V. TOTAL
1	Kilo Huevos		1.95
1	Kilo de Mora		3
1	Kilo Fresa		2
1	Kilo ginepro		75
1	Kilo Mora carya		1
1	Kilo Mango		2
1	Kilo Frambuesa		5
1	Kilo Limon		1,25
1	Kilo Almendra		25
1	Kilo nuez		25

MORALES PAZMINO EDISON PAUL, MECAGRAF TELF: 283000
RUC: 180359175001 Av. 2236 Numerado (00001 al 00070)
Fecha de Autorización: 02 Diciembre 2014
Valido para su Emisión: 02 Diciembre 2015

ELABORADO POR:  RECIBI CONFORME: 

V. TOTAL	
IVA 0%	
IVA 12%	
TOTAL U.S.D	91.95

Original Adquiriente 1Copia Emisor

Anexo 4

Cotización de aparatos electrónicos, Sukasa

CANT	UNID.	DESCRIPCIÓN	U. TOT. DOL.
1		0830440462 0813 567 MATDURA 575W 1 OHEL 1472 KITCHEN AID -B- 422418K SOLID FRIE THE TA	645.99
1		8710752425004 0954 256 BAKBRETU TOUCH 7FLN 30LT BRANPATIA -C- 425004 KON TAPAK AC IND	194.99
1		08627908589 2182 072 MADJINA P/HE LADOG 50W CUISHWART -ELECT ICE-508C 24CL AC INOX	257.99
1		888182115015 3364 432 PC 18-4021 GE LEUCH 408 HP F3822AA AEM	219.99
1		010343905887 3372 070 IMPRESOR A L555 EPSOM EPSON1100C962	449.99
1		798502971452 3532 179 TECLADO 1 MALAMERITO KLIP KKM-3108	24.99
1		679247090798 3623 049 RELOJ DESPEKTA DGR NEGRO ILUM -C- DM155BK PARA IPOD	139.99
1		843956739042 3737 010 CORDON RETAB LO KACETA JOVEE CRAFT -AB- F327A	10.99
1		843956740060 3737 051 CUADRO RETABLO JOVEE CRAFT -AB- TB207C KINT 20X30CM NEIGE CRACOL/ESTRELLA 20X30CM	7.63

2.225.29 ✓
CANTADO
12 x 1201.92 TOTAL: 3.477.-

Anexo 5

Cotización de uniformes de trabajo (Chef City Clothing)

athing

UNIFORMES PARA INSTITUCIONES
HOTELERAS Y GASTRONOMICAS
CENTRO COMERCIAL UNICORNIO- LOCAL 309
Almacén: 593 2464-567
Fabrica: 593 2401-144
www.mychefcity.com
chefcity@gmail.com
chefcity2000@yahoo.com

COTIZACION

12 de Enero del 2015
Chef City Clothing

Sra. Ma Augusta Veintimilla
maeuvvs@hotmail.com 984426743

	ARTICULO MESEROS	UNIDAD	TOTAL
5	Chaqueta Suiza	30,00	150,00
5	Safaris	4,24	21,20
4	Delantales de pechera	8,45	33,80
5	Pantalon cargo	28,00	128,00
1	Delantal Impermiable	6,00	6,00
1	Delantal Frances	14,00	14,00
		sub	350,12
		IVA 12%	42,01
		total	392,13

Anexo 6

Proforma (Almacenes Montero)

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO
RUC: 1792144566001
SUCURSAL: ESTADIO TIF. 02-3332404

Fecha: 21 de noviembre de 2014 1:17 p.m

Documento N°: 006999000000496

Cliente: NIÑO CUELLO CAROLINA

Teléfono:

R.U.C./C.L: 1802987154

Dirección: GONZALES SUAREZ

Vendedor: TORRES DEFILIA

COTIZACIÓN

COD. PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS0307170004868	ILKO CUCHARETA PARA HELADO EN ACERO INOXIDABLE CLASICO	5	13.07	0.00	0.00	65.37
GAS0307150002528	KITCH EXPRESIDOR LIMON GRANDE BRILLANTE	3	3.57	0.00	0.00	10.71
GAS0307250003334	ONIX PINZA GRANDE MULTUSO ACERO INOXIDABLE 12PUL.BBL	1	2.38	0.00	0.00	2.38
GAS0307280003547	ILKO RALLADOR ESTANADO DE 4 LADOS CLASICO	2	2.53	0.00	0.00	5.07
GAS0307230003191	KITCH PALA ARROCERA PEQUENA	4	2.71	0.00	0.00	10.86
GAS0307060001614	UM.FC BOWL CON BASE SILICONA ACERO INOXIDABLE 20.12CM	15	9.45	0.00	0.00	141.80
GAS0201020007111	MONTE DA.GR BANDEJA DIVISORA PARA CHAFING TAMAÑO 1/4	5	12.28	0.00	0.00	61.40
GAS0307060001612	UM.FC BOWL CON BASE SILICONA ACERO INOXIDABLE 16.10CM	10	7.21	0.00	0.00	72.13
GAS0404090005066	PLESC SALSERO GRABADO PEQUEÑO TRANSPARENTE 0.4 LTRS.	5	1.00	0.00	0.00	4.99
GAS0307120002111	ONIX CUCHARON PARA SOPA DE ACERO INOXIDABLE	5	2.55	0.00	0.00	12.73
GAS0901010004978	MONTE 3HPTW LICUADORA TRAPEADORA DE USO COMERCIAL C	1	312.49	0.00	0.00	312.49
GAS0701040004142	ALEGA NSF TABLA PARA PICAR MEDIA DENSIDAD COLOR BEIGE	5	15.64	0.00	0.00	78.21
GAS0307240005389	TRAMO UTILI PELADOR DE PAPAS Y VERDURAS APTO PARA DERI	2	2.07	0.00	0.00	4.15
GAS0902030002655	MONTE GORROS DESECHABLES PARA LA PREPARACION DE ALIM	1	2.50	0.00	0.00	2.50
GAS0306010000106	L.CHE LIMPION PARA CHEF 50X40CM	5	1.99	0.00	0.00	9.93
GAS0403010002090	CATER CUCHARA SOPERA X 12un.	1	9.05	0.00	0.00	9.05

TIEMPO DE VALIDEZ: 8 días

DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

FORMA DE PAGO: Efectivo o Cheque a nombre de INSUPROF CIA. LTDA.

Este documento es solo un listado de precios, no garantiza la disponibilidad de stock.

SUBTOTAL: 803.78

DESCUENTO: 0.00

RECARGO: 0.00

I.V.A 12%: 96.45

TOTAL: 900.24

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.
 ALMACENES MONTERO
 RUC: 1792144566001
 SUCURSAL: ESTADIO TÍF. 02-3332404

Fecha: 21 de noviembre de 2014 1:20 p.m

Documento N°: 006999000000497

Cliente: MIÑO CUELLO CAROLINA

Teléfono:

R.U.C./C.I.: 1802987154

Dirección: GONZÁLES SUAREZ

Vendedor: TORRES DEIFILIA

COTIZACIÓN

COD. PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS1009020000374	TRAMO PARIS SARTEN TEFLON CON ESPATULA	3	16.91	0.00	0.00	50.73
GAS1001010000175	WIKIN OLLA DE 11.1LT ACERO INOX. DIA28CMXALT18CM TRIPLE	2	89.24	0.00	0.00	178.48
GAS10020100007399	WIKIN CACEROLA DE 1.9 LT DE ACERO INOXIDABLE QUIRURGIC	2	42.81	0.00	0.00	85.63
GAS1203070002451	GENER ESPATULA DE SILICON AMA -NU-RJ	5	3.83	0.00	0.00	19.13
GAS1203010000610	SUNNE BATIDOR A-GRUESO 25cm.	3	7.02	0.00	0.00	21.06
GAS0801010000750	UM.EC CAFETERA ELECTRICA COMERCIAL - 50 TAZAS DE CAPACI	5	80.53	0.00	0.00	402.67
GAS0703010002155	TRAMO MASTE CUCHILLO CHEF CEBOLLERO PROFESIONAL NSF (2	11.91	0.00	0.00	23.82

TIEMPO DE VALIDEZ: 8 días

DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

FORMA DE PAGO: Efectivo o Cheque a nombre de INSUPROF CIA. LTDA.

Este documento es solo un listado de precios, no garantiza la disponibilidad de stock.

SUBTOTAL: 781.50
DESCUENTO: 0.00
RECARGO: 0.00
I.V.A 12%: 93.78
TOTAL: 875.28

Anexo 7

Costo y características del local



Anexo 8

Proforma (Equindeca)




Quote

11/26/2014

Project:
Carolina Miño
caromino90@hotmail.com

From:
Equindeca
Ma. Elizabeth Vera
Mariscal Lamar 24-205 y
Ave. de las Americas
Cuenca, AZ EC010150
+59372825555 (Contact)

Job Reference Number: EV.14.11.153

Item	Qty	Description	Sell	Sell Total
1	1 ea	 EXHIBIDOR ARTESANAL VITRINA PROFESIONAL Custom Model No. SAM0012000P Packed: ea MARCA: COF. MOD: MEDEA 120 EXHIBIDOR ARTESANAL VITRINA PROFESIONAL Modelo: MEDEA 120. Ventilada. Exposición inclinada de las bandejas. Vidrio curvo temperado. Temperatura producto: -16 / -14 C. 230V/60Hz/ 14 bandejas. 1000 W. Medidas exteriores: 135.4 x 78.5 x 124.7 cm. CODIGO: 617931 STOCK	\$4,685.73	\$4,685.73
2	1 ea	MANTECADORA Custom Model No. PRATICA 35-50 Packed: ea Marca: TELME Características: Maquina de cilindro vertical. Se caracteriza por su rápido ciclo de mantecación, y una completa extracción automática de helado fabricado. Posee unas elevadas prestaciones con una bajo coste. Mezcla y mantecación optimas con agitador de 3 palas rascadoras. Fácil de utilizar y de limpiar. Adición de ingredientes en cualquier momento. Frontal y plano superior en acero inoxidable. Dimensiones: 492 x 600 x 1100 mm. alto. Capacidad de la cuba: 7 litros. Duración del ciclo: De 8 a 12 minutos. Condensación por aire o agua. Producción: 50 litros hora. Potencia: 3600 w a 220 v 60 h. trifásico. CODIGO: 637913 IMPORTACION	\$19,500.00	\$19,500.00
3	1 ea	MANTECADORA Custom Model No. PRATICA 42-60 Packed: ea Marca: TELME	\$24,050.00	\$24,050.00

Carolina Miño

Initial: _____
Page 1 of 6

		Equindec	11/26/2014	
Item	Qty	Description	Sell	Sell Total
		<p>Maquina de cilindro vertical. Se caracteriza por su rápido ciclo de mantecación, y una completa extracción automática de helado fabricado. Posee unas elevadas prestaciones con una bajo coste, Mezcla y mantecación optimas con agitador de 3 palas rascadoras. Fácil de utilizar y de limpiar. Adición de ingredientes en cualquier momento. Frontal y plano superior en acero inoxidable. Dimensiones: 492 x 700 x 1100 mm. alto. Capacidad de la cuba: 8 litros. Duración del ciclo: De 10 a 12 minutos. Condensación por aire Opcional: Condensación por agua. Consultar precio. Producción: 60 litros hora. Potencia: 7000 w a 220/60. trifásico. CODIGO: 637911 IMPORTACION</p>		
4	1 ea	<p>ICE CREAM DIPPER DISHER Thunder Group Model No. SLTHDP020 Packed: 60 ea Dishet, 2 oz. capacity, one-piece, cast aluminum, smooth finish CODIGO: 827912 STOCK</p> 	\$4.29	\$4.29
5	1 ea	<p>SAUCE PAN Vollrath Model No. 67302 Packed: 6 ea Tapered Saucepan, 2 3/4 quart, Aluminum, Natural finish, featuring TriVent® plated handle, 7 3/4" inside top dia, 6-1/2" inside bottom dia, 4-1/4" inside depth, 11 ga., NSF, Made in U.S.A. CODIGO: 172204 STOCK</p> 	\$21.08	\$21.08
6	1 ea	<p>FRY PAN Vollrath Model No. 67612 Packed: 2 ea Wear-Ever® Aluminum Fry Pan, 12" (30 cm), with SteelCoat x3™ non-stick coating, featuring permanently bonded TriVent® silicone insulated handle & innovative EverTite™ Riveting System, handle rated at 450° for stovetop or oven use, 9-3/4" (25cm) bottom diameter, 2-1/2"H (6.4 cm), 8 ga., NSF, Made in U.S.A. CODIGO: 172316 STOCK</p> 	\$53.26	\$53.26
7	1 ea	<p>MESH STRAINER Thunder Group Model No. SLSTN5210 Packed: 24 ea Strainer, 10" dia., double fine mesh, flat wood handle, stainless steel CODIGO: 822413 STOCK</p> 	\$11.64	\$11.64
8	1 ea	<p>MIXING BOWL</p>	\$6.06	\$6.06

Item	Qty	Description	Sell	Sell Total
		Thunder Group Model No. SLMB203 Packed: 72 ea Mixing Bowl, 3 quart, curved lip, flat bottom, heavy duty, 22 gauge/0.8mm stainless steel, mirror finish CODIGO: 822523 STOCK		
9	1 ea	MIXING BOWL Thunder Group Model No. SLMB006 Packed: 24 ea Mixing Bowl, 8 quart capacity, flat base, curved lip, economy stainless steel, mirror finish CODIGO: 822504 STOCK	\$4.41	\$4.41
				
10	1 ea	FRENCH WHIP Vollrath Model No. 47091 Packed: 12 ea French Whip, 12" long, one-piece, aqua nylon handle, heat resistant up to 475° F (246° C), textured handle with end knob, 18-8 type 304 stainless wires with center reinforcement wire, NSF, imported, Jacob's Pride® Collection CODIGO: 172702 STOCK	\$11.19	\$11.19
				
11	1 ea	UTILITY TONGS Vollrath Model No. 47113 Packed: 12 ea Utility Tong, 12", standard, stainless, imported CODIGO: 172803 STOCK	\$3.11	\$3.11
				
12	1 ea	PLASTIC SPATULA Vollrath Model No. 52010 Packed: 6 ea High-Temp Spatula, 10", white contoured flexible blade, non-scratching, non-staining silicone spoon/blade resists heat up to 500°F (260°C), red polypropylene handle molded to spoon blade to form sanitary seal, dishwasher safe, NSF, Made in U.S.A. CODIGO: 172840 STOCK	\$8.38	\$8.38
				
13	1 ea	CUCHILLO PARA CARNE Custom Model No. 24609/088 Packed: ea MARCA: TRAMONTINA Hoja de acero inoxidable. Mango polipropileno. Color Blanco. 20.32 cm. CODIGO: 213146 STOCK	\$6.59	\$6.59
				
14	1 ea	CUCHILLO MONDADOR Custom Model No. 24626/083 Packed: ea MARCA: TRAMONTINA CUCHILLO MONDADOR Modelo: 24626/083. Hoja de acero inoxidable. Mango polipropileno. 7.62 cm CODIGO: 213129	\$2.52	\$2.52
				

Item	Qty	Description	Sell	Sell Total
STOCK				
15	1 ea	REFRIGERADOR VERTICAL, 1 PUERTA, ACERO INOX  Desmon Professional Refrigeration Model No. ISM7-A Packed: ea Controles electrónicos. Ventilado. Descongelamiento automático. Aislamiento de poliuretano de 60mm. Interior y exterior en acero inoxidable. Patas ajustables de plástico. 3 Repisas recubiertas de plástico. Puertas reversibles y autocierre. Temperatura: -2C a +8C. Capacidad: 700lts. 375 Watts. Dimensiones: 72x80x212cm CODIGO: 8051501 IMPORTACION	\$1,981.52	\$1,981.52
16	1 ea	CONGELADOR VERTICAL, 1 PUERTA, ACERO INOX  Desmon Professional Refrigeration Model No. ISB7-A Packed: ea Controles electrónicos. Ventilado. Descongelamiento automático. Aislamiento de poliuretano de 60mm. Interior y exterior en acero inoxidable. Patas ajustables de plástico. 3 Repisas recubiertas de plástico. Puertas reversibles y auto cierre. Temperatura: -10C a -25C. Capacidad: 700lts. 474 Watts. Dimensiones: 72x80x212cm CODIGO: 8052501 STOCK	\$2,340.20	\$2,340.20
17	1 ea	ICE CUBER WITH BIN  Manitowoc Model No. QM-30A Packed: ea Ice Maker with Bin, cube-style, air-cooled, self-contained condenser, up to 60-lb approximately/24 hours, 30-lb. ice storage capacity, stainless steel finish, dice size cubes, 6" adjustable legs 1 ea (-161) 115v/60/1ph, 5.3 amps, 6' cord with NEMA 5-15P CODIGO: 99575708 IMPORTACION	\$2,196.48	\$2,196.48
18	1 ea	WATER FILTER ASSEMBLY  Everpure Model No. EV9324-21 Packed: ea INSURICE 2000 Single System, 1/2 micron precoat filtration, (1) I2000 Cartridge, with self-contained scale inhibitor feed, (1) EC210 sediment prefilter Cartridge, for cubers up to 750 lbs/day or flakers up to 1,500 lbs/day, pressure gauge, flushing valve, flow rate: 1.67 gpm CODIGO: 665870 STOCK	\$152.77	\$152.77
19	1 ea	RANGE, 24", 4 OPEN BURNERS  Garland/US Range Model No. X24-4L Packed: ea Sunfire® Restaurant Range, gas, 24", (4) 30,000 BTU open burners, with cast iron top & ring grates, space saver oven with 2 position rack guides with oven rack, stainless steel front, sides, plate rail, backguard, & high shelf, 6" steel core legs, 145,000 BTU, NSF, CSA 1 ea LP gas, specify elevation if over 2,000 ft 1 ea Stainless steel backguard with shelf, standard 1 ea 6" steel core legs with adjustable feet, standard CODIGO: 090521 IMPORTACION	\$2,010.96	\$2,010.96

Initial: _____

Item	Qty	Description	Sell	Sell Total
20	1 ea	COPA PLASTICA  Custom Model No. S08-0090 Packed: ea Marca: SOLO Capacidad: 8 OZ CODIGO: 969740 STOCK	\$0.11	\$0.11
21	1 ea	BLENDER  Waring Model No. HGB140 Packed: ea Commercial Food Blender, 1/2 gallon, removable polycarbonate container, polycarbonate housing, two-speed operation, 1.5 HP motor assembly, NSF, CUL & UL listed 1 ea 120v, 50/60Hz, std. CODIGO: 361612 STOCK	\$419.82	\$419.82
22	1 ea	CITRUS JUICER, ELECTRIC  Waring Model No. JC4000 Packed: ea Juicer, electric, citrus reamer, universal reamer, heavy duty direct drive motor with polycarbonate housing, stainless steel juice collector with large spout, detachable dome, 1800 RPM, 120v, 60Hz, UL CODIGO: 361610 STOCK	\$850.44	\$850.44
23	1 ea	VASO PLASTICO 9 OZ Custom Model No. T9W Packed: ea Marca: SOLO CODIGO: 969750 STOCK	\$0.10	\$0.10
24	1 ea	SORBETE FLEXIBLE(10000 U) Custom Model No. 875WX-2050 Packed: ea Marca: SOLO CODIGO: 9697162 STOCK	\$0.02	\$0.02
			Merchandise	\$58,320.68
			Tax 12%	\$6,998.48
			Total	\$65,319.16

CONDICIONES GENERALES

- Precios en dólares.
- Validez de la oferta 15 días.
- Forma de Pago: A Convenir
- Oferta no incluye costos de transporte hasta sus instalaciones.
- Materiales de instalación corren a cargo del cliente.
- Garantía de los equipos de un año contra defectos de fábrica.
- Entrega de equipos bajo importacion 45 a 60 días laborables.

Atentamente:

Carolina Miño

Initial: _____
Page 5 of 6

Anexo 9

Cotización insumos (Megamaxi)

Reporte Page 1 of 2

COMPAÑIA FUENTE S.A. - TEL. 4 DE DICIEMBRE Ref: 17962862348

COTIZACIÓN (VERBA POR A FAVOR)

No. de pedido: 11236321888

Fecha del cliente: **Fecha del contacto:**

Documento: CI-1822967134 **SIN CONTACTO**

Nombre: NIÑO COELLO CAROLINA ALEXANDRA

Teléfono: TEL. SA - TT - SA - TC SA

Email:

Lugar y fecha: QUITO, 2015-01-21 Elaborado en: TEL. 4 DE DICIEMBRE

Teléfono local: 2462702 Administrador local: ALEJANDRO IGARZA - SUSANA CEVALLOS - JESSY TORO O

Detalle del pedido (C. valor agregado 6% IVA)

No. Orden	Nombre	Artículo	Cant.	Precio unitario	Subtotal	Tar. 6%	Tar. 12%	Tar. 17%
1	791779	NUEVO TARRUNA COF. 82, 12	2	1.34	2.68	0.16	0.32	0.45
2	791123	NATURAL HEART BERRA ALMONDA, 800ML, 12	1	4.25	4.25	0.25	0.50	0.70
3	791123	NATURAL HEART BERRA ARROZ, 800ML, 12	1	4.25	4.25	0.25	0.50	0.70
4	791123	ASAKER BELVITA DULCE, 8.9 28 g. 24	4	2.00	8.00	0.48	0.96	1.32
5	791123	BELLO RISO CAPE, 500g, 12	2	5.22	10.44	0.62	1.24	1.70
6	791123	DULCE DOTA ENOVALIZANTE LJO, 400ML, 12	4	7.72	30.88	1.85	3.70	5.07
7	791123	SOLO BOMBA LICHÉ, 300ML, 12	1	0.75	0.75	0.04	0.08	0.11
8	791123	EL FINO NATURAL HOJALTA, 1200g, 12	1	2.42	2.42	0.14	0.28	0.38
9	791123	ESENCIA DE VAINILLA SABOR, 300ML, 24	2	1.24	2.48	0.15	0.30	0.40
10	791123	MECASA NACIONAL, 300 g. 24	2	0.87	1.74	0.10	0.20	0.27
11	791123	ALSAQUA LICHÉ CHOCORRADA LITR. 2000ML, 24	1	0.79	0.79	0.04	0.08	0.11
12	791123	SA DULCE CREMA, 400g, 8	2	1.88	3.76	0.22	0.44	0.60
13	791123	EX ALMONDAS, 150g, 18	2	8.95	17.90	1.07	2.15	2.90
14	791123	MEYONNAISE DE LICHÉ, 400ML, 12	1	2.43	2.43	0.14	0.28	0.38
15	791123	GRANICARDEN MENTA, 2 540g, 8	12	0.81	9.72	0.58	1.17	1.59
16	791123	UNIVERSAL COCOA VITAFONA, 440g, 27	2	2.03	4.06	0.24	0.48	0.65
17	791123	CHOCORRADA CREMADO CHOCOLATE LICHÉ, 500g, 12	1	11.05	11.05	0.66	1.32	1.78
TOTAL A PAGAR:						133.26		

El descuento se aplica sobre el precio del artículo sin IVA

RESUMEN TRIBUTARIO

SUBTOTAL SIN IVA: 147.88
 DEDUCCIONES: 0.00
SUBTOTAL NETO: 147.88
 TARIFA 6%: 8.87
 TARIFA 12%: 17.75
 17% IVA: 25.13
 COSTO FIJETO: 0.00
TOTAL: 199.63

NOTAS:

- Los artículos que están marcados con un (*) no tienen suficiente stock.
- La responsabilidad que el artículo del beneficiario debe tener la siguiente información: Código, nombre, teléfono, local y dirección de destino, fecha de entrega.

CONDICIONES:

- Para obtener el precio de afiliado, debe presentar la tarjeta de afiliado (aplicar restricciones).
- Los precios aplicados son de afiliado, no de afiliado.
- El pago podrá ser: efectivo, tarjeta de crédito, cheque, etc.

http://www.megamaxi.com.pe/reportes/cotizacion_reservacion.asp?PedidoTexto.jsp?id=142... 2015/01/21

- 4.- Para el pago con cheque presentar la tarjeta de afiliación que deberá ser del titular de la cuenta corriente y el cheque a nombre de Supermár, Megamaxi o Corporación Favorita C.A. (aplican restricciones).
- 5.- En caso de efectuarse retención a la fuente deberá registrarse a nombre de Corporación Favorita C.A.
- 6.- Si se va a requerir la factura debe cargarse la nota de venta, acercándose a servicios al cliente y presentar el RUC y la razón social.
- 7.- La confirmación del cliente para servir esta proforma, debe ser con un mínimo de 72 horas de anticipación.
- 8.- Al confirmar debe ser cancelado el valor total de la proforma.
- 9.- La mercadería está sujeta a disponibilidad.
- 10.- Al confirmar el valor total de la proforma puede variar debido a un posible costo de flete si existen entregas a domicilio.
- 11.- Al confirmar el valor total de la proforma puede variar si existen artículos de peso variable ya que estos se reservan con el peso medio y en el momento de ser pesados puede variar al costo.
- 12.- Los precios serán ajustados a favor del cliente.
- 13.- Los valores autorizados para los artículos que aplican a diferidos son:
- 14.- Por la restricción de la ley, ESTÁ PROHIBIDA LA VENTA Y ENTREGA DE LICONES LOS DÍAS DOMINGOS

Firma y sello:
D/C

MEGAMAXI
DE DICIEMBRE

Elaborado por: MEGAMAXI 711 SUB-GERENTE DE CAJAS AV. 6 DE

Anexo 10

Proforma muebles (IMSA)

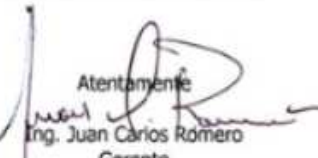
IMSA MUEBLES DE OFICINA
Av. 10 de Agosto 2707 y Gral. Aguirre **SHOWROOM:** Av. de la República y Ulloa
Tel. 2546721 / 2267686 Fax. 2238360 E-mail: imsa@porta.net Quito – Ecuador

Srta.
CAROLINA MIÑO
Presente.-

PROFORMA		FEBRERO 3 / 2015		
CODIGO	DETALLE	CANTIDAD	P. UNIT.	P. TOTAL
ME7575	MESA DE CAFETERIA CUADRADA 75X75. BASE METALICA CON PINTURA ELECTROSTATICA, TABLERO FORMICA CON CANTO PVC DE 2mm. BASE CON NIVELADORES. TABLERO 75X75.	25	250,00	6.250,00
BEEKAT	SILLA BEEKAT FABRICADA EN PP Y FIBRA DE VIDRIO	16	164,71	2.635,36
	SUBTOTAL		USD	8.885,36
	12% IVA		USD	1.066,24
	TOTAL		USD	9.951,60

SON: NUEVE MIL NOVECIENTOS CINCUENTA Y UNO 60/100 DOLARES.

FORMA DE PAGO: CONTADO.
TIEMPO DE ENTREGA: 3 DIAS.
GARANTIA: 3 AÑOS.

Atentamente

Ing. Juan Carlos Romero
Gerente