

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**Estudio de factibilidad para la creación de ROOTS – Juice
Bar, Quito-Ecuador
Emprendimiento**

Victoria Meythaler Galarza

Karla Nicole Larrea Torres

Administración de Empresas de Hospitalidad

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, 5 de mayo de 2016

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE HOSPITALIDAD, ARTE CULINARIO Y TURISMO

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Estudio de factibilidad para la creación de ROOTS – Juice Bar, Quito-Ecuador

**Victoria Meythaler Galarza
Karla Nicole Larrea Torres**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Mauricio Cepeda, Master of
Management in Hospitality

Firma del profesor

Quito, 5 de mayo de 2016

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Victoria Meythaler Galarza

Código: 00107148

Cédula de Identidad: 1717436446

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2016

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Karla Nicole Larrea Torres

Código: 00128409

Cédula de Identidad: 1714191622

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2016

RESUMEN

ROOTS – Juice Bar es un proyecto que tiene como fin la creación de experiencias sensoriales para nuestros clientes ofreciendo productos naturales que aporten múltiples beneficios a sus consumidores. Sentimos un fuerte apego por el bienestar de la comunidad, por lo que su lealtad es imprescindible para el éxito de nuestro negocio. Es por esto, que se ha realizado una exhaustiva investigación en donde se han resaltado aspectos que nos han permitido determinar cuáles son sus necesidades y por ende sus gustos.

Nuestro negocio se encargará de ofrecer un servicio inigualable, razón por la cual el área de Recursos Humanos debe ser considerada de manera minuciosa, para así, lograr los objetivos planteados.

El interés por un estilo de vida saludable es una tendencia que ha ganado popularidad debido a los grandes beneficios que significan para el bienestar físico y mental; por esta razón, a través de la realización de un análisis de la oferta y la demanda, hemos determinado que ROOTS – Juice Bar es un proyecto viable en el cual ofreceremos principalmente bebidas energizantes, desintoxicantes, antioxidantes y revitalizantes; mediante la oferta de jugos naturales, smoothies, limonadas saborizadas naturalmente, aguas detox, con la perfecta combinación de ciertos alimentos como tostadas, bagels, pancakes y brownies a base de quinoa.

Dentro del ámbito financiero, nuestro negocio presenta un panorama positivo con un Valor Actual Neto de \$16,184.04 y un período de retorno del capital de aproximadamente 1 año y medio, considerando una inversión inicial de \$40000. Por su parte, la Tasa Interna de Retorno es del 49% (superior a la tasa de interés bancaria del 8%).

ABSTRACT

ROOTS - Juice Bar is a project that aims to create sensory experiences for our customers by offering natural products that provide multiple benefits to our consumers. We feel a strong attachment to the welfare of the community, so their loyalty is essential to the success of our business. That's why, we have done an extensive research where we have highlighted aspects that have allowed us to determine what their needs are and thus their specific and changing tastes.

Our business is responsible for providing outstanding service, that's why the Human Resources Department should be considered minutely in order to achieve the objectives of the organization.

The interest for a healthy lifestyle is a trend that has gained popularity because of the great benefits they mean to the physical and mental wellbeing; for this reason, through an analysis of supply and demand, we have determined that ROOTS - Juice Bar is a viable project in which we will mainly offer energetic, detoxifying and revitalizing drinks; by offering natural juices, smoothies, naturally flavored lemonades, detox waters, among with the perfect combination of certain foods such as toast, bagels and quinoa based pancakes and brownies.

Within the financial sector, our business has a positive outlook with a Net Present Value of \$ 16,184.04 and a Payback Period of approximately 1 year and a half, considering it requires \$40000 as initial investment. It benefits from an Internal Return Rate of 49% (superior to the bank's interest rate of 8%)

TABLA DE CONTENIDO

1. Concepto del proyecto	10
1.1. Tipo de empresa	10
1.2. Tipo de concepto	10
1.3. Experiencia del cliente	10
1.4. Ubicación	11
1.5. Dimensión	11
1.6. Servicios	11
1.7. Capacidad del local	12
1.8. Mercado Meta	13
2. Estudio de Factibilidad	13
2.1. Entorno Macroeconómico	13
2.2. Análisis de Sitio	16
2.2.1. Localización	16
2.2.2. Adaptabilidad y conveniencia física del terreno	17
2.2.3. Acceso y Visibilidad	18
2.2.4. Servicios Básicos.....	19
2.2.5. Situación Legal y Regulaciones Municipales aplicables	20
2.3. Análisis del vecindario	20
2.4. Análisis del área de mercado	22
2.5. Análisis de la oferta	24
2.5.1. Competencia Primaria.....	26
2.6. Análisis de la demanda	27
2.7. Pronóstico de ingresos y gastos	28
2.8. Análisis de Rentabilidad del proyecto	31
3. Diseño y Arquitectura	31
3.1. Programa de Espacio	34
3.2. Public Space Design	35
4. Programa de Alimentos y Bebidas	39
4.1. Menú	39
5. Recursos Humanos	40
5.1. Cultura Organizacional	40
5.1.1. Misión.....	40
5.1.2. Visión.....	40
5.1.3. Promesa de Servicio	41
5.2. Nómina Salarial	41
5.3. Reclutamiento y selección de personal	42
6. Plan de Comunicación de Marketing	43
Conclusiones	47

Referencias Bibliográficas.....	48
Anexos	49
ANEXO A: Planos Complejo “La Tejedora”	49
ANEXO B: Informe de Regulación Metropolitana.....	50
ANEXO C: Recetas Estándar Jugos	51
ANEXO D: Recetas Estándar Smoothies	53
ANEXO E: Recetas Estándar Limonadas.....	54
ANEXO F: Recetas Estándar Aguas Detox.....	55
ANEXO G: Recetas Estándar Alimentos	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Inflación mensual según el Banco Central del Ecuador	15
Tabla 2 - Censo INEC 2010, Grupo de Ocupación.....	23
Tabla 3 - Censo INEC 2010, Índices de Pobreza.....	24

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 – Mapa general de ubicación Complejo “La Tejedora”	16
Imagen 2 – Mapa 3D ubicación Complejo “La Tejedora”	17
Imagen 3 – Vista superior externa local ROOTS – Juice Bar	36
Imagen 4 – Vista posterior terraza local ROOTS – Juice Bar.....	36
Imagen 5 – Vista frontal local ROOTS – Juice Bar	37
Imagen 6 – Vista interior local ROOTS – Juice Bar	37
Imagen 7 – Vista superior frontal local ROOTS – Juice Bar	38
Imagen 8 – Vista superior local ROOTS – Juice Bar.....	38

1. Concepto del proyecto

1.1. Tipo de empresa.

ROOTS - Juice Bar, es una empresa de alimentos y bebidas que tiene como fin ofrecer productos naturales, energéticos y proteicos a sus consumidores; a su vez, incentivar una cultura alimenticia saludable, resaltando los beneficios y características que éstos puedan ofrecer.

1.2. Tipo de concepto.

ROOTS – Juice Bar se enfocará en satisfacer las necesidades y gustos tanto nutritivas como innovadoras de nuestros consumidores, destacando los beneficios de los productos ecuatorianos y de esta manera, promoviendo lo nuestro. Por otra parte, consideramos importante el proporcionar características revitalizantes, energizantes, antioxidantes y desintoxicantes en nuestros productos.

1.3. Experiencia del cliente.

Nuestro enfoque principal es ofrecer un servicio de primera a nuestros clientes, donde podrán beneficiarse y disfrutar de un ambiente relajado, desintoxicante y sobretodo refrescante, con el fin de brindar una experiencia enriquecedora tanto por el servicio como por el producto a ofrecer. Queremos que nuestros clientes vengan y disfruten de esta ambientación única, para así poder establecer identidad de marca y crear lealtad; excediendo de esta manera sus más altas expectativas.

Dicho esto, queremos transmitir nuestro interés por el bienestar de cada uno de nuestros consumidores y por ende de la comunidad, creando así un ambiente positivo y armonioso.

1.4. Ubicación.

Esta franquicia, ROOTS - Juice Bar, estará ubicada en el Complejo “La Tejedora” el cual se encuentra dentro de la Administración Zonal de Tumbaco, en la Parroquia de Cumbayá, dentro del barrio o sector denominado La Praga. Este lugar consta de amplias instalaciones con un crecimiento potencial futuro bastante positivo; con negocios comerciales de concepto innovador y de cierta forma “artesanal”, como los que ya se encuentran actualmente (de recreación deportiva, artística, alimenticia, etc.)

Nuestro negocio estará ubicado en el Bloque 2 del complejo; como lo podemos observar en los planos (véase **Anexo A**), estaremos ubicados en el local #9, en lo que se denomina la primera planta alta.

1.5. Dimensión.

El área total de nuestro local es de 49.93 metros cuadrados, con una ampliación hacia la parte exterior del establecimiento, para la creación de un espacio al aire libre, es decir, una terraza cubierta por una pérgola.

1.6. Servicios.

Como mencionamos anteriormente, ofreceremos una alta gama de productos con características especiales, tales como:

- Bebidas
 - Jugos Naturales
 - Smoothies
 - Limonadas saborizadas naturalmente
 - Aguas Detox
- Alimentos:
 - Brownies a base de quinua
 - Bagels
 - Tostadas
 - Huevos
 - Parfait de Frutas
 - Pancakes a base de quinua

1.7. Capacidad del local.

- **ROOTS - Juice Bar Complejo “La Tejedora”:** 19 Pax aproximadamente.

Cabe recalcar que las ventas en nuestro establecimiento no dependen específicamente de la capacidad de nuestro local, ya que a pesar de que la capacidad física del establecimiento es de 19 personas, queremos potencializar el concepto del producto con un servicio “Take-Away” para que así nuestros clientes tengan la opción de obtener su producto para llevar.

Esta metodología abrirá paso al incremento en las ventas sin depender de los puestos específicos del local, dando la oportunidad también de incrementar los niveles de rotación y tráfico de consumidores.

1.8. Mercado meta.

Nuestro segmento de mercado estará enfocado en personas con alto interés en las nuevas tendencias de vida saludable y natural, que se encuentren dentro del rango de edades entre los 20 años en adelante.

Tomando en cuenta los valores y estilo de vida de la sociedad, se ha identificado una fuerte tendencia y aceptación al producto orgánico. Las personas de nuestro segmento tienen un gran interés en el origen de los productos que consumen y los beneficios que pueden ser obtenidos con el consumo de los mismos. La sociedad en la actualidad tiene un mayor interés por el consumo de productos saludables que brinden múltiples características al organismo de manera natural, tal como: energía, desintoxicación, relajación, características antioxidantes, digestivas e incluso adelgazantes. En el Ecuador también se ha ido incrementando el interés por destacar “Lo Nuestro”, es decir, destacar productos nativos o producidos en nuestras tierras, incrementando el “orgullo” nacional.

2. Estudio de factibilidad

2.1. Entorno macroeconómico.

Es vital la capacidad de competir de una empresa, pues ésta señala la posibilidad de un desarrollo sostenido, a su vez, una generación de empleo permanente y una contribución al desarrollo del país.

Es de suma importancia realizar un análisis con respecto al entorno macroeconómico para que de esta manera se pueda determinar en qué condiciones de soporte compite una empresa.

Al hablar del ambiente macroeconómico, se incluyen siete componentes considerados principales: *características demográficas, factores ecológicos y medioambientales, condiciones económicas generales y fuerzas globales, valores y estilo de vida de la sociedad, factores legales, políticos y regulatorios y factores tecnológicos.*

Con respecto a las características demográficas, ROOTS - Juice Bar se enfocará en un segmento de mercado determinado por el siguiente rango de edades que varía entre los 20 hasta los 60 años aproximadamente, en un nivel socioeconómico medio a medio-alto.

En cuanto a los factores ecológicos y medioambientales, nuestro local no afectará al medio ambiente en lo relacionado a destrucción de la tierra por construcción, ya que la tierra ya se encuentra desarrollada para la implementación de negocios tanto a tiempo presente como a futuro; a pesar de que su ubicación está rodeada por varios negocios comerciales, de igual manera nos vemos beneficiados de un gran espacio verde al ESTE de nuestro negocio.

Con respecto a las condiciones económicas generales y fuerzas globales, la inflación es un factor influyente en los flujos de efectivo en un corto plazo, sin embargo, es importante mencionar que ésta se mantiene en rangos menores en comparación a otros países en América Latina como lo son Chile, Colombia y Perú.

Los datos de la inflación mensual en el Ecuador del pasado año 2015 hasta la actualidad (Febrero 2016) se detallan a continuación:

FECHA	VALOR
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %

Tabla 1 - Inflación mensual según el Banco Central del Ecuador

Entrando a los temas de factores legales, políticos y regulatorios que influenciarán nuestro negocio se debe recalcar la inestabilidad económica que atraviesa el país en los últimos años; considerando el fuerte rechazo hacia las políticas de liberación económica, los tratados de libre comercio (TLC) y préstamos con instituciones internacionales como el Banco Mundial. Dicho esto se entiende que el gobierno del país quiere mejorar la distribución interna de la riqueza y aumentar el consumo de productos nacionales, como lo mencionamos anteriormente; para esto hubo la imposición de altos impuestos y aranceles a los bienes importados, con el fin de ayudar y proteger al proveedor ecuatoriano para que las empresas puedan realizar la creación de alianzas estratégicas, lo que a su vez, permitirá reducir costos. Esto no se considera una desventaja o amenaza para ROOTS - Juice Bar ya que nuestro propósito es rescatar la esencia ecuatoriana mediante la elaboración de nuestros productos con materia prima local.

En la actualidad, es indispensable para un negocio contar con los beneficios de la tecnología; por esta razón, en ROOTS - Juice Bar se implementará diversos factores

tecnológicos, tales como: WiFi para beneficio tanto de nuestros clientes como para el desarrollo diario de nuestro negocio, el uso de la aplicación Spotify para la ambientación del local, la implementación de un sistema operativo específico para la industria hospitalaria (como por ejemplo Micros) para el manejo de comandas y facturación y el uso de DataFast para cobros con tarjeta de crédito a nuestros clientes.

2.2. Análisis de sitio.

2.2.1. Localización.

Nuestro local para ROOTS - Juice Bar, estará ubicado en la ciudad de Quito, en el valle de Cumbayá, en la Av. Oswaldo Guayasamín E4-145 Complejo La Tejedora a 150 metros del Centro Comercial Scala.

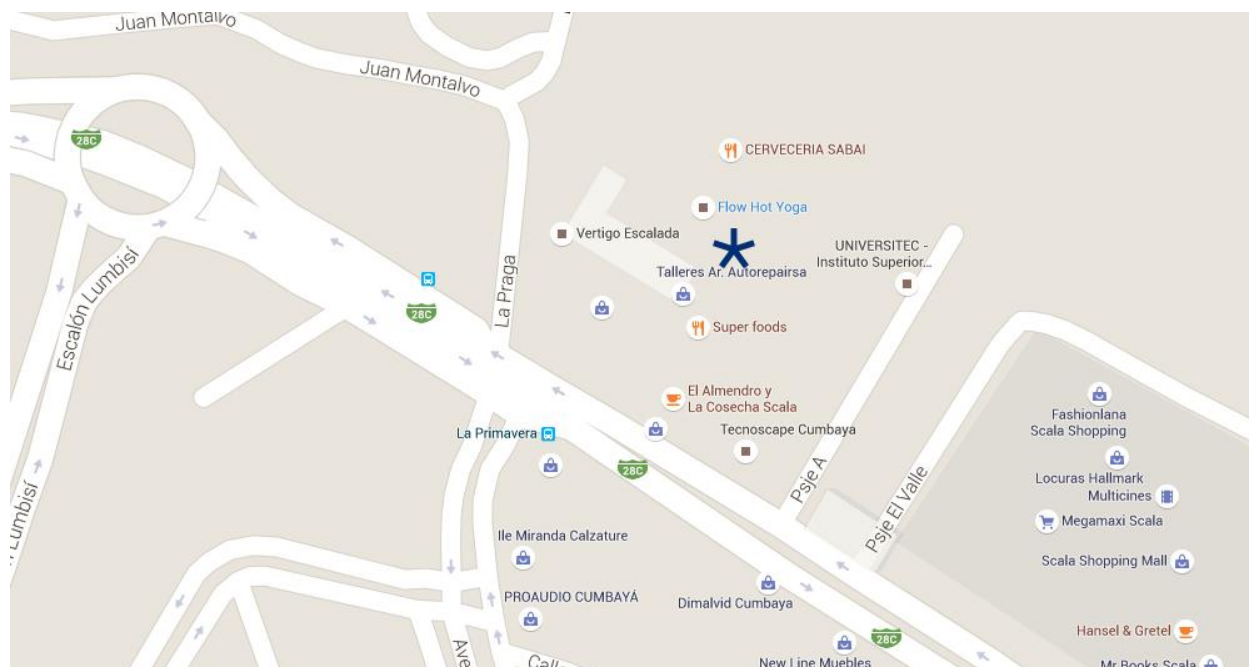


Imagen No. 1 – Mapa general de ubicación Complejo “La Tejedora”



Imagen No. 2 – Imagen 3D ubicación Complejo “La Tejedora”

- Las coordenadas de nuestro local son: 0°12'20.2"S 78°25'40.1"W
- El tamaño total de terreno es:
 - Área del lote (escritura): 9876,00 metros cuadrados.
 - Área bruta de construcción total: 7223,73 metros cuadrados.
- El tamaño requerido para el proyecto es: 49.93 metros cuadrados donde se incluye la ampliación externa, utilizada para la creación de una terraza cubierta por una pérgola.

2.2.2. Adaptabilidad y conveniencia física del terreno.

Al hablar de la topografía, el terreno es plano debido a que hubo anteriormente una edificación. Con respecto a sus alrededores, en la parte norte se encuentra la cervecería

Sabai, en sur Super Foods (restaurante de comida orgánica), al oeste está Vértigo escalada y al este, el centro comercial Scala.

Actualmente el terreno se encuentra bajo remodelación como adaptación para un futuro funcionamiento de diversos negocios, en este caso ROOTS - Juice Bar, entre otros generadores de demanda. El local escogido ya cuenta con la estructura física necesaria para el desarrollo del negocio, sin embargo, este debe ser adaptado para el negocio específico a desarrollar, nuestro Juice Bar; con características como iluminación, áreas de preparación del producto, áreas de ventilación, entre otras (Front & Back of the House). Hemos decidido implementar un área extra de aproximadamente 12 metros cuadrados (incluidos ya en el área total del local de 49.93 metros cuadrados), como extensión hacia la terraza comunal, para así poder hacer uso de un espacio al aire libre y con luz natural.

Esta localización es óptima para el desarrollo de nuestro Juice Bar, ya que cuenta con diferentes generadores de demanda a su alrededor y tiene una expansión potencial a futuro bastante prometedora con varios lugares que ofrecen servicios innovadores de alta categoría como lugares de recreación deportiva, restaurantes, librerías y centros artísticos y de desarrollo personal, aumentando así la rotación considerablemente.

2.2.3. Acceso y visibilidad.

La Tejedora, el complejo donde estará ubicado nuestro negocio, está ubicado en el área de Cumbayá, con varias vías de acceso tanto al Este como al Oeste del complejo:

- **Oeste:** En esta dirección podemos acceder por la ruta principal conectada desde el Centro Comercial Cumbayá vía a Tumbaco, pasando el redondel de la Ruta Viva, en dirección al centro comercial Scala Shopping. También podemos acceder bajando por

la calle Interoceánica Cumbayá, hasta llegar al redondel de la Ruta Viva, siguiendo las direcciones especificadas anteriormente. La tercera opción, desde Quito es bajar por toda la Ruta Viva y tomar la salida hacia Lumbisí, siguiendo el camino en dirección al Scala Shopping.

- **Este:** Esta dirección conecta con la vía que lleva hasta Tumbaco. Si vienen de esta dirección se debe seguir el camino hacia el redondel de la Ruta Viva con dirección a Cumbayá, 150 metros después del Scala Shopping, antes del semáforo, se debe girar a la derecha en el Complejo “La Tejedora” donde nuestro negocio ROOTS - Juice Bar se encontrará en la vía principal, pasando Super Foods.

El acceso al complejo es identificable fácilmente, sin embargo, vamos a disponer de letreros vistosos que permitan a nuestros clientes reconocer nuestro negocio fácilmente.

La visibilidad se puede ver un poco obstruida, sin embargo, el enfoque que tiene ROOTS - Juice Bar no es la visibilidad alrededor o en las afueras del negocio sino, es crear una ambientación específica y relajante para nuestros clientes en el interior del local.

2.2.4. Servicios básicos.

La Tejedora cuenta con los servicios básicos, tales como agua, electricidad, alcantarillado, servicio telefónico, telefonía celular y recolección de basura. Es importante mencionar que para el uso de maquinaria se optará por la electricidad como fuente de energía, pues el negocio se verá beneficiado con respecto a costos y, el impacto ambiental es menor.

2.2.5. Situación legal y regulaciones municipales aplicables.

- Propietarios del terreno: Hilanderías Cumbayá S.A
- Tipo de Zona: Zona tipo A10 (A604-50)
- Lote mínimo: 600 metros cuadrados.
- Frente mínimo: 15 metros.
- Pisos:
 - Altura: 16 metros
 - Número de pisos: 4
- Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano.
- Forma de ocupación del suelo: (A) Aislado.
- Uso principal: (I2) Industrial mediano impacto.
- Restricción de construcción en la zona:
 - Retiros:
 - Frontal: 5 metros
 - Lateral: 3 metros
 - Posterior: 3 metros
 - Entre bloques: 6 metros

Para mayor detalle y observación de los correspondientes planos, véase el **Anexo 1**.

2.3. Análisis de vecindario.

En general, el clima que tiene el valle de Cumbayá es seco y caluroso, éste posee un clima subtropical que puede llegar hasta 32 grados centígrados, con escasa lluvia. Es importante mencionar que cuenta con 24.12 km² con una altura promedio de 2.433 msnm, y sus zonas de vida son: Bosque Húmedo Montano Bajo y Bosque Seco Montano Bajo.

Los principales generadores de demanda de nuestro negocio son los locales de recreación deportiva y artística existentes dentro del complejo, tales como:

- Crossfit Cumbayá

- Gimnasio Cecil Terán
- Hot Flow Yoga
- Bike Beat
- Vértigo Escalada
- Libri Mundi
- Secret of Flower
- Super Foods
- Pacha Journeys
- Iridium Blue
- Ché (alfajores)
- Cervecería Sabai
- Entre otros.

En la parte externa al complejo, podemos considerar como generador de demanda secundario al Centro Comercial Scala, al Hospital de los Valles y al Conjunto Residencial La Primavera.

El estado de las vías alrededor del Complejo “La Tejedora”, se encuentran en muy buen estado tras haber sido pavimentadas recientemente, cuentan con señalización clara y vías de acceso y distribución del tráfico a los diferentes puntos bien distribuidos. El tráfico es fluido y el acceso al complejo es seguro ya que la manera más óptima de realizar la vuelta en “U” necesaria para acceder es ingresar por la vía de acceso al Scala Shopping y salir por su punto de salida.

El vecindario en general proyecta seguridad debido a la gran afluencia de gente durante todo el día y, a que la actividad comercial se desempeña hasta horas moderadas de la noche. El diseño de las construcciones en los alrededores es moderno, tomando en cuenta al Centro Comercial Scala, el Hospital de los Valles, el intercambiador y vías de acceso conectadas con la Ruta Viva y las edificaciones de la zona residencial La Primavera.

Esta zona tiene un crecimiento potencial bastante amplio donde se están planteando ideas innovadoras que potenciará el crecimiento y la existencia de generadores de demanda.

2.4. Análisis del área de mercado.

Tomando en cuenta la definición de límites con respecto al perímetro determinado por distancia en automóvil (30 minutos) y con una buena afluencia de tráfico de vehículos, tenemos a:

- Puembo
- Pifo
- Tababela
- Checa
- Quito, Zona Centro-Norte
- Cumbayá
- Tumbaco

Con mayor especificación, al hablar del valle de Cumbayá:

- Norte: Nayón, confluencia de Río San Pedro y Río Machángara.
- Sur: Guangopolo y Conocoto.
- Este: Río San Pedro.
- Oeste: Río Machangara

Por otra parte, al tomar en cuenta la información económica y demográfica, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) notamos que:

- La edad promedio en Pichincha es de 29 años.
- El porcentaje de mujeres (25.6%) y hombres (16.9%) que se enfocan en los servicios son del 42,5%.

- Promedio de años de escolaridad para personas de 24 años y más, es de 11.4 años.
- Fuerza laboral potencial (23-30 años): 18.9%

Dicho esto, la población estaría posicionada demográficamente en el tercer lugar, después de Calderón y Tumbaco. Se considera que hay paridad de género, con una población total de 31,463 habitantes (9.4%).

Por otra parte, tomando en cuenta el nivel de pobreza del sector, un 76,52% no son categorizados como tal, mientras que un 23,48% si.

Los pobladores del sector (Cumbayá), como tradición han tenido a la agricultura y a la ganadería como fuentes de ingreso. Sin embargo, en la actualidad se ha visto una mayor inclinación en el sector comercial y de prestación de servicios, representando un 13,90%.

(Instituto Nacional de Estadística y Censos, n.d.)

GRUPO DE OCUPACIÓN	CASOS	%
Directores y gerentes	2346	14,21
Profesionales científicos e intelectuales	3236	19,60
Técnicos y profesionales del nivel medio	1286	7,79
Personal de apoyo administrativo	1362	8,25
Trabajadores de los servicios y vendedores	2295	13,90
Agricultores y trabajadores calificados	307	1,86
Oficiales, operarios y artesanos	1536	9,31
Operadores de instalaciones y maquinaria	793	4,80
Ocupaciones elementales	2015	12,21
Ocupaciones militares	24	0,15
No declarado	993	6,02
Trabajador nuevo	314	1,90
Total	16507	100,00

Tabla 2 - Censo INEC 2010, Grupo de Ocupación

Parroquias	Población	Índice NBI	Incidencia de la pobreza por consumo	% Severidad de la pobreza	Incidencia de la extrema pobreza de consumo	% Brecha de extrema pobreza por consumo
Quito	1.413.179	405.002	232.295	2,20%	59.252	1,1
Cumbayá	21078	6118	2178	1,10%	2	2,8
Tumbaco	38498	19217	8918	3,00%	6	7
Puambo	10958	6086	3423	4,00%	8	9,4
Pifo	12334	7172	4554	5,40%	11,5	12,2
Yaruquí	13793	9037	5455	5,50%	11,5	12,6
Tababela	2277	1375	750	5,30%	11,3	11,3
Checa	7333	5197	2922	5,40%	11	12,6
El Quinche	12870	8403	5036	5,80%	12,2	12,9

Tabla 3 - Censo INEC 2010, Índices de Pobreza

2.5. Análisis de la oferta.

Con respecto al análisis de la oferta, se ha decidido realizar un estudio mediante visitas e investigación. Hemos optado por la visita hacia los establecimientos considerados como competencia primaria, logrando así, obtener un conocimiento más amplio sobre lo que ofrecen y a su vez, cómo estos se diferencian de ROOTS - Juice Bar. Es importante mencionar que ROOTS - Juice Bar, al ser partícipe de una nueva tendencia, la competencia principal es mínima. Sin embargo, tanto Hilli Juices como Watermelon Juices han tenido una fuerte acogida (concepto y productos a ofrecer similares); lo cual es un factor importante para el desarrollo de nuestro Juice Bar en un futuro a corto plazo.

Podríamos considerar como competencia primaria al restaurante Super Foods que se encuentra ubicado en el mismo complejo de nuestro local, sin embargo, al ofrecer un tipo de servicio diferente al nuestro (Super Foods - restaurante, ROOTS - Juice Bar) pero con la misma esencia (natural), podríamos plantear una idea de alianza estratégica para unificar y ampliar los beneficios y el mercado para ambos negocios. Otro negocio considerado como competencia primaria es el centro Hot Flow Yoga, ya que a pesar de que su servicio principal

son las clases de Yoga, este cuenta con una pequeña (y limitada) barra de jugos naturales y snacks; sin embargo, en un futuro próximo retirarán la oferta de estos servicios debido a modificaciones que realizarán en su local. Nuestra competencia secundaria, se considera los locales dentro del Scala Shopping como Sweet and Coffee, Juan Valdez, El Español Cafetería; sin embargo, consideramos que no es una competencia directa ya que tenemos diferentes segmentos de mercado y la esencia y oferta difieren entre sí; al mismo tiempo, debido al servicio extra de alimentos y bebidas que ofrece el gimnasio Physique - Paseo San Francisco, podemos considerarlo como competencia secundaria, su menú consiste en productos y jugos 100% naturales con características y beneficios similares al producto que ROOTS - Juice Bar ofrecerá; sin embargo, por razones de proximidad y ubicación la concurrencia de clientes para nuestro negocio no se verá alterada. La competencia futura si puede ser creciente, ya que el espacio disponible en el Complejo “La Tejedora” es bastante amplio, sus planes a futuro son la construcción de oficinas y locales innovadores de concepto artesanal y orgánico.

Por otra parte, las redes sociales han sido de gran aporte. Múltiples factores han sido recopilados para tener un conocimiento más amplio sobre la calidad percibida por los consumidores, al segmento de mercado al cual se dirigen particularmente, su menú y sus respectivos precios.

Consideramos que lo más importante son las reseñas, pues conocemos lo que el consumidor siente/piensa y, si sus expectativas fueron satisfechas. Si ese no fuese el caso, esta herramienta nos ayudará a determinar qué puede hacer ROOTS - Juice Bar para atraer y crear lealtad para aquellos consumidores insatisfechos; más importante aún, qué se puede hacer para que nuestra clientela se sienta a gusto en todo momento.

2.5.1 Competencia primaria.

	Super Foods	Barra/Hot Flow Yoga	Hilli Juices	Watermelon Juices
Ubicación	Cumbayá, La Tejedora	Cumbayá, La Tejedora	Cumbayá, Salinas y Francisco de Orellana	Quito, Diego de Almagro y Whymper
Capacidad	25 Pax Aprox.	4 Pax Aprox.	-----	19 Pax Aprox.
Calidad Percibida (1-5)	5	2	4,4	5
Fecha de Apertura	2015	2015	2015	2016
Imagen	Excelente	Regular	Buena	Muy Buena
Acceso y Visibilidad	Mala	Mala	Buena	Buena
Condición Física (1-4)	4	2	3	4
Segmento de Mercado	Alto y Medio-Alto	Alto y Medio-Alto	Alto y Medio-Alto	Alto y Medio-Alto
Cheque Promedio	\$8,50	\$4,00	\$4,20	\$4,21
Valor Agregado	Aporta al desarrollo sustentable, mayor oferta de alimentos saludables y orgánicos.	Se encuentra dentro del estudio de yoga. Siendo este su generador de demanda.	Productos andinos, 100% naturales. Destaca la importancia del producto nacional.	Recetas innovadoras y llamativas.

2.6. Análisis de la demanda.

Para determinar la creciente demanda hacia los Juice Bar hemos realizado varias investigaciones que nos han permitido impulsar proyecciones positivas para la creación de ROOTS - Juice Bar. Estamos conscientes de la creciente importancia en la comunidad ecuatoriana sobre adquirir un estilo de vida más saludable; siendo los vegetales y frutas los principales actores de esta nueva tendencia. Hoy más que nunca se tiene gran interés y afinidad por los beneficios adquiridos que estos productos brindan a nuestro organismo; ya sea revitalizante, desintoxicante, refrescante o simplemente por ser apetecible, como se ha mencionado previamente. Estas investigaciones fueron basadas en el estimado de tráfico de consumidores que asisten al Complejo “La Tejedora”, donde se obtuvo un total aproximado de 340 personas diarias, como movimiento en el complejo con sus locales en totalidad. Del total de las 340 personas aproximadamente que van al complejo, estimamos que un 15%, representando unas 51 personas aproximadamente, estarían dispuestas a comprar nuestro producto diariamente; sin embargo, hemos considerado incrementar en un 5% el tráfico de personas, el cual representa la demanda inducida pronosticada como resultado de la aplicación de las diferentes estrategias de marketing.

Por otra parte, los consumidores hoy en día exigen productos frescos y de primera calidad, sobretodo desean sentir que aportan a la comunidad local mediante la adquisición de aquellos productos que ofrezcan ingredientes pertenecientes a la industria ecuatoriana. Se ha inculcado un fuerte orgullo hacia lo “nuestro”. Además, al beneficiarnos de un país con riqueza agrícola, la variedad u oferta es amplia, en donde se nos facilita la creación de recetas innovadoras y a su vez, que cumplan su fin alimenticio.

De esta manera, se nos ha facilitado el determinar esta demanda mediante las visitas realizadas a nuestra competencia. Los consumidores se encuentran interesados y están dispuestos a gastar hasta 3,50\$ por bebida; a su vez, determinamos que los consumidores estarían dispuestos a pagar un poco más si el servicio y el producto son sobresalientes, creando así, una experiencia única, factor de diferenciación que ROOTS – Juice Bar aplicará para la satisfacción de su mercado meta.

2.7. Pronóstico de ingresos y gastos.

Para determinar la Utilidad Neta y posteriormente el Valor Actual Neto es fundamental tener una estimación tanto de las ventas como de los costos anuales. De esta manera, con el uso de recetas estándar hemos podido determinar el precio de venta y costo de elaboración de cada ítem a ofrecer. Por su parte, el cheque promedio se lo obtuvo mediante la sumatoria del PVP promedio total de alimentos (\$3,46) y PVP promedio total de bebidas (\$2,70), dando como resultado \$6,15; asumiendo un panorama positivo en el que nuestros clientes consumirán una bebida y un alimento.

Por otra parte, para establecer el índice de rotación se ha investigado el flujo de personas que concurren al Complejo "La Tejedora" diariamente. Tomando en cuenta a todos los generadores de demanda internos, se tiene un flujo mínimo de 340 personas aproximadamente, de el cual captaremos un 15% más un 5% de demanda inducida a consecuencia de las estrategias de marketing a utilizar. Al ser un 20% de 340 personas, obtenemos como resultado, una estimación de 68 personas como mínimo diariamente; lo cual a su vez, nos permite la obtención de dicho índice, mediante la división entre el flujo de personas diarias para el total de nuestra capacidad, lo que nos da como resultado 3,58.

Por consiguiente, para calcular las ventas anuales (\$110893.38) de ROOTS Juice-Bar, se ha tomado en cuenta su capacidad (19 puestos), el cheque promedio (\$6,15), los días de operación (265 días al año, es decir cinco días semanales), y el índice de rotación (3,58).

Es fundamental mencionar que se ha tomado en cuenta una inflación de 4% anual y se espera que el cheque promedio se incremente en un 5% anualmente.

DATOS GENERALES ROOTS Juice- Bar			
TOTAL PUESTOS	19		
PUESTOS	14		
BARRA	5		
CHEQUE PROMEDIO	6.15		
ÍNDICE DE ROTACIÓN	3.58		
ROTACION	68	ESTIMANDO UN 20%, 68 PERSONAS DIARIAS.	
FOOD COST	28%		
COSTO PROMEDIO ALIMENTOS	\$ 0.88	PVP PROMEDIO ALIMENTOS	\$ 3.46
COSTO PROMEDIO BEBIDAS	\$ 0.74	PVP PROMEDIO BEBIDAS	\$ 2.70
COSTO TOTAL PROMEDIO	\$ 1.62	PVP TOTAL PROMEDIO	\$ 6.15
PAX	68	PAX	68.00
DIAS	265	DIAS	265.00
COSTO POR PAX ANUAL	\$ 29210.16	PVP POR PAX ANUAL	\$ 110893.38
ADMINISTRACION			
ADMINISTRADOR	\$ 639.00		
COCINERO	\$ 480.00	342380.00	PERSONAS AL AÑO
MESERO	\$ 480.00	3.58	ÍNDICE DE ROTACIÓN
TOTAL SUELDOS	\$ 1599.00		
FRANQUICIA FEE	4%		
MERCADEO			
		340	100%
TOTAL	70	68	20%

MANTENIMIENTO			
TOTAL	80		
UTILITIES			
AGUA	90		
LUZ	230		
TELEFONO	8		
INTERNET	60		
TOTAL	388		
GATOS FINANCIEROS			
GATOS FINANCIEROS	562.5		
PRESTAMO	25000		
CAPITAL	25000		
PLAZO	48		
INTERES	8%		
GASTOS DE EQUIPOS	15000		
COSTO DE ADQUISICION	1000		
RENTA	11	EL METRO CUADRADO	
TOTAL	539		

ROOTS - JUICE BAR				
PUESTOS	19			
CHEQUE PROMEDIO	\$ 6.15	Se espera que el cheque se incremente en un 5% al año		
DIAS ROTACION	265			
	3.58	Se espera que se mantenga durante los próximos 5 años		
VENTAS				Total
	\$ 110893.38			\$ 110893.38

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas	\$ 110893.38	\$ 116438.04	\$ 122259.95	\$ 128372.94
+ Total Ingresos	\$ 110893.38	\$ 116438.04	\$ 122259.95	\$ 128372.94
Costos y Gastos	\$ 29210.16	\$ 30378.56	\$ 31593.71	\$ 32857.45
- Total Costos y Gastos	\$ 29210.16	\$ 30378.56	\$ 31593.71	\$ 32857.45
= Utilidad	\$ 81683.22	\$ 86059.48	\$ 90666.24	\$ 95515.49
Administración	\$ 19188.00	\$ 19188.00	\$ 19188.00	\$ 19188.00
Mercadeo	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00
Mantenimiento	\$ 960.00	\$ 960.00	\$ 960.00	\$ 960.00
Utilities (Agua-Luz-Fuerza)	\$ 4656.00	\$ 4656.00	\$ 4656.00	\$ 4656.00
- Total Gastos No Distribuidos	\$ 25644.00	\$ 25644.00	\$ 25644.00	\$ 25644.00
= utilidad despues de gastos operativos no distribuidos	\$ 56039.22	\$ 60415.48	\$ 65022.24	\$ 69871.49
Fee de la Franquicia	\$ 4435.74	\$ 4657.52	\$ 4890.40	\$ 5134.92
Gastos financieros	\$ 6750.00	\$ 6750.00	\$ 6750.00	\$ 6750.00
Depreciación	\$ 8000.00	\$ 8000.00	\$ 8000.00	\$ 8000.00
Amortización	\$ 5000.00	\$ 5000.00	\$ 5000.00	\$ 5000.00
Renta	\$ 6468.00	\$ 6468.00	\$ 6468.00	\$ 6468.00
- Total Cargos Fijos	\$ 24185.74	\$ 24407.52	\$ 24640.40	\$ 24884.92
= utilidad antes de impuestos	\$ 31853.48	\$ 36007.96	\$ 40381.84	\$ 44986.57
(15% Empleados)	\$ 4778.02	\$ 5401.19	\$ 6057.28	\$ 6747.99
Saldo	\$ 27075.46	\$ 30606.77	\$ 34324.57	\$ 38238.59
(24% Impuesto a la renta)	\$ 6498.11	\$ 7345.62	\$ 8237.90	\$ 9177.26
= Utilidad Neta	\$ 20577.35	\$ 23261.14	\$ 26086.67	\$ 29061.33

1) Flujo de caja Operativo después de impuestos				
= utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA)	\$ 51603.48	\$ 55757.96	\$ 60131.84	\$ 64736.57
- Intereses	\$ 1440.31	\$ 1440.31	\$ 1440.31	\$ 1440.31
- Pago de Principal (Capital)	\$ 15095.85	\$ 17010.38	\$ 19167.72	\$ 21598.67
= Flujo de caja antes de impuestos	\$ 35067.33	\$ 37307.27	\$ 39523.81	\$ 41697.60
- Impuestos de la operación	\$ 11276.13	\$ 12746.82	\$ 14295.17	\$ 15925.25
= Flujo operativo despues de impuestos	\$ 23791.19	\$ 24560.45	\$ 25228.64	\$ 25772.35
Flujo de Caja Total	\$ 23791.19	\$ 24560.45	\$ 25228.64	\$ 25772.35
Cálculo de impuestos para el flujo operativo				
(EBITDA)	\$ 51603.48	\$ 55757.96	\$ 60131.84	\$ 64736.57
- Intereses sobre la deuda	\$ 1440.31	\$ 1440.31	\$ 1440.31	\$ 1440.31
- Depreciacion	\$ 8000.00	\$ 8000.00	\$ 8000.00	\$ 8000.00
- Costos financieros amortizados	\$ 5000.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
= utilidad antes de impuestos	\$ 37163.17	\$ 45817.65	\$ 50191.53	\$ 54796.26
- 15% trabajadores	\$ 4778.02	\$ 5401.19	\$ 6057.28	\$ 6747.99
saldo	\$ 32385.15	\$ 40416.46	\$ 44134.26	\$ 48048.28
- 24 % impuesto renta	\$ 6498.11	\$ 7345.62	\$ 8237.90	\$ 9177.26

2) Estimar la Reversión del patrimonio después de impuestos				
Precio de Venta Esperado	\$ 95453.15			
- Gastos de venta	\$ 5727.19			
= ingresos netos por venta	\$ 89725.96			
- Saldo pendiente de la deuda	\$ (0.00)			
Reversión del patrimonio antes de impuestos	\$ 89725.96			
- Impuesto Generado en Venta 25 %	\$ (20000.00)			
Reversión del patrimonio despues de impuestos	\$ 69725.96			
Cálculo de impuestos generados por la venta				
= ingresos netos por venta	\$ 89725.96			
- valor en libros	\$ 33000.00			
= Ganancia por venta de Activos	\$ 56725.96			
- Impuesto Generado en Venta 25 %	\$ 14181.49			

2.8. Análisis de rentabilidad del proyecto.

Paso 3				
CAPITAL	\$	(20000.00)		
COSTO DE PROYECTO	\$	40000.00		
COSTO TOTAL	\$	(20000.00)		
PRESTAMO	\$	(20000.00)		
INVERSION	\$	(40000.00)		
Año 0		Año 1	Año 2	Año 3
\$	(40000.00)	\$ 23791.19	\$ 24560.45	\$ 25228.64
				\$ 25772.35
Costo de Capital			27%	
VP			\$56184.04	
Inversión Inicial		\$	(40000.00)	
VAN		\$	16184.04	VAN POSITIVO, LO QUE INDICA QUE EL PROYECTO ES VIABLE.
TIR		49%		
PERIODO		FLUJO	FLUJO ACUMULADO	
0		20000		
1	\$	23791.19	\$ 23791.19	
2	\$	24560.45	\$ 48351.65	
3	\$	25228.64	\$ 73580.29	
4	\$	25772.35	\$ 99352.64	
		\$ 16208.81		
		0.66		
PAYBACK		1.66		

Tomando en cuenta que el valor de la inversión es de \$40000, podemos recalcar que es un valor en el cual se ven incluidos los costos que deberemos incurrir para la adaptación del local a nuestro negocio, su diseño, maquinaria a utilizar, respectiva tecnología aplicada en su funcionamiento diario, y demás gastos necesarios para sus operaciones diarias en su apertura.

Es importante mencionar que del total del valor de la inversión (\$40000), el 50% del mismo es inversión propia, mientras que el 50% restante será financiado en dos partes: \$10000 será otorgado por el franquiciador y los \$10000 restantes, serán financiados por inversionistas.

3. Diseño y arquitectura

ROOTS Juice-Bar es un espacio saludable de interacción con la comunidad y la naturaleza, en donde se tiene como fin proyectar un estilo moderno y contemporáneo; es

un punto de encuentro para todos aquellos interesados en un ambiente revitalizador, vibrante, energético, desintoxicante y purificador del cuerpo y alma, a través del consumo de nuestros productos. A su vez, en el concepto se ha querido plasmar la exploración de la raíz como núcleo principal del ecosistema, siendo este el punto de estabilidad y origen de la vida.

Es importante mencionar que ROOTS Juice-Bar tiene áreas destinadas al consumo ya sea dentro del establecimiento como al aire libre, con una capacidad para 19 personas. Sin embargo, la venta no depende en su totalidad de la capacidad instalada de mesas sino de aquellos clientes que prefieren su producto para llevar (servicio "Take-Away"), siendo así el bar de gran utilidad.

Por otra parte, hemos optado por adaptarnos a los posibles requerimientos de nuestros clientes con respecto a las mesas a escoger. Estas tienen capacidad para dos personas y en caso de necesitar más, las mesas pueden unirse sin ningún problema, debido a su forma cuadrangular, para así adaptarse a un party mix mayor y que los factores de ocupación de puestos no se vean afectados. Hemos querido resaltar este punto debido a que estudios indican que entre un 40% a 50% de los clientes llegan en pares, un 30% solos y tan solo un 20% de ellos entre cuatro o más. Además, debemos recalcar que será un área libre de humo, de esta manera nos mantendremos firmes en nuestro concepto e identidad. Con respecto a la distribución de las mismas, se ha tomado en cuenta una separación significativa de 0,8 metros cuadrados, mejorando de esta manera la circulación y el espacio entre clientes. (Lundberg & Walker, 1993)

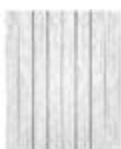
Con respecto a la iluminación, el lugar se verá equipado de luz LED fluorescente a lo largo del techo y, además se beneficiará de luz natural proveniente del espacio al aire libre,

debido a que este se encuentra en división por medio de una puerta de vidrio que permanecerá abierta, facilitando la ventilación del lugar y así mismo, evitando posibles olores indeseados, ya que consideramos que un extractor de olor no es realmente necesario como parte de la maquinaria.

Por otro lado, ROOTS Juice-Bar se ve beneficiado al encontrarse situado dentro de un edificio en el Complejo “La Tejedora”, con factores como parqueaderos, cuarto de basura y baños tanto de servicio como de clientes. El edificio ofrece estas tres facilidades, siendo estas, amplias unidades con su respectiva seguridad y mantenimiento; razón por la cual no fueron un factor influyente en la construcción y diseño de los mismos.

Finalmente, consideramos importante recalcar que al ser una franquicia de ROOTS Juice-Bar Universidad San Francisco de Quito, debemos acoplarnos en el diseño del local de acuerdo a sus estándares. Es por esto, que el diseño cuenta con materiales como:

Madera Reciclada



Concreto



Vidrio



Granito



Acero Inoxidable



MDF Madera



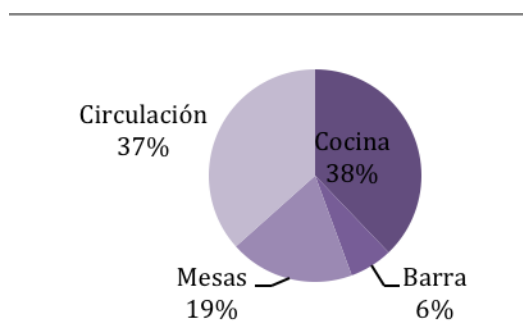
Acrílico Naranja



3.1. Programa de espacio.

Con respecto al metraje del Juice Bar, este cuenta con un total de 34,53 metros cuadrados en el interior, más la parte exterior que cuenta con 15,4 metros cuadrados. Siendo un total de 49,93 metros cuadrados.

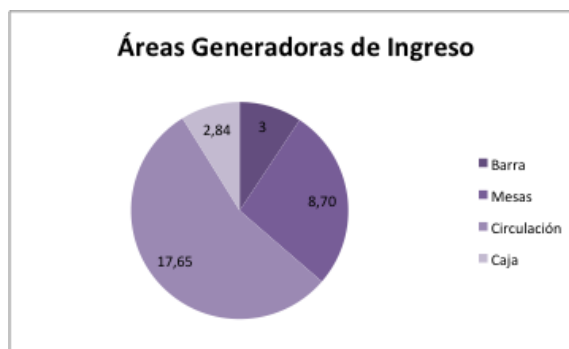
Espacio	Área
Barra	3
Mesas	8.70
Circulación	17.65
Caja	2.84
Bodega	0.4
Cocina	17.34
TOTAL	49.93



❖ Áreas Generadoras de Ingresos:

- Barra: Cinco (5) puestos
- Mesas: Seis (6) mesas, donde cinco (5) de ellas son de 2 personas en la parte externa del local (terraza) y una (1) es de 4 personas, ubicada en la parte interna del establecimiento.
- Caja registradora
- Área de Circulación

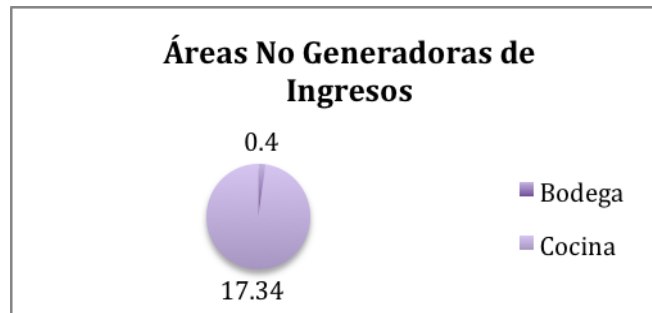
Áreas Generadoras de Ingresos	Área-Metros Cuadrados
Barra	3
Mesas	8.70
Circulación	17.65
Caja	2.84
Total	32.19



❖ **Áreas No-Generadoras de Ingresos:**

- Bodega
- Cocina

Áreas No-Generadoras de Ingresos	Área-Metros Cuadrados
Bodega	0.4
Cocina	17.34
Total	17.74



Front of the House	Back of the House
64%	36%

3.2. Public space design.

A continuación presentaremos una imagen tentativa del posible diseño del establecimiento ROOTS – Juice Bar, en el cual se incluirá vistas tanto frontales como laterales, superiores, exteriores y posteriores.



Imagen 3 – Vista superior externa local ROOTS – Juice Bar



Imagen 4 – Vista posterior terraza local ROOTS – Juice Bar

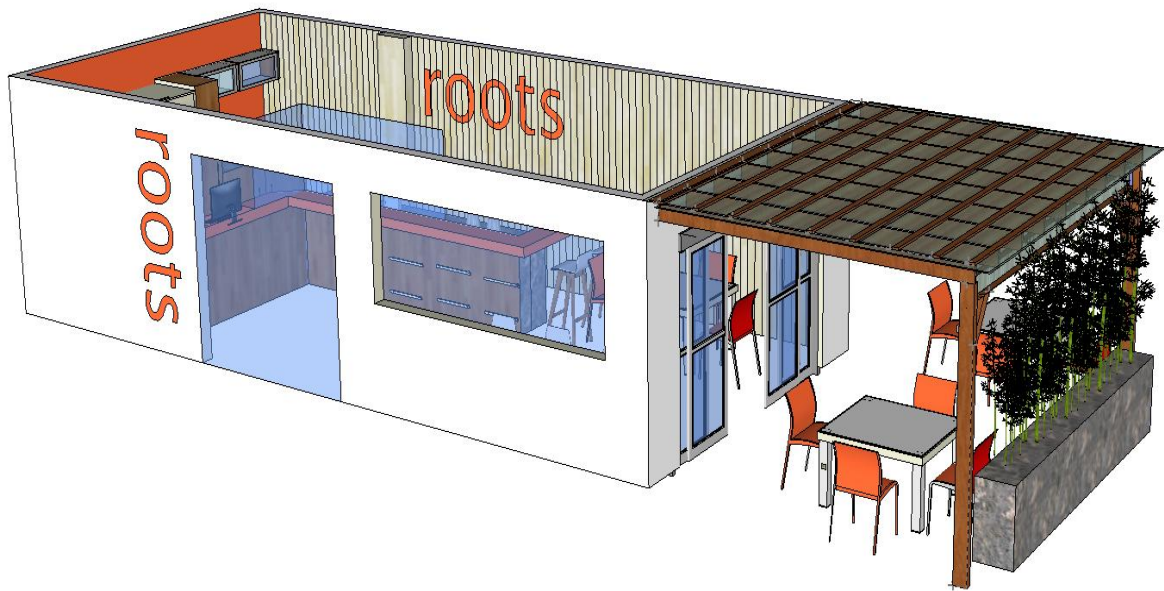


Imagen 5 – Vista frontal local ROOTS – Juice Bar



Imagen 6 – Vista interior local ROOTS – Juice Bar



Imagen 7 – Vista superior frontal local ROOTS – Juice Bar

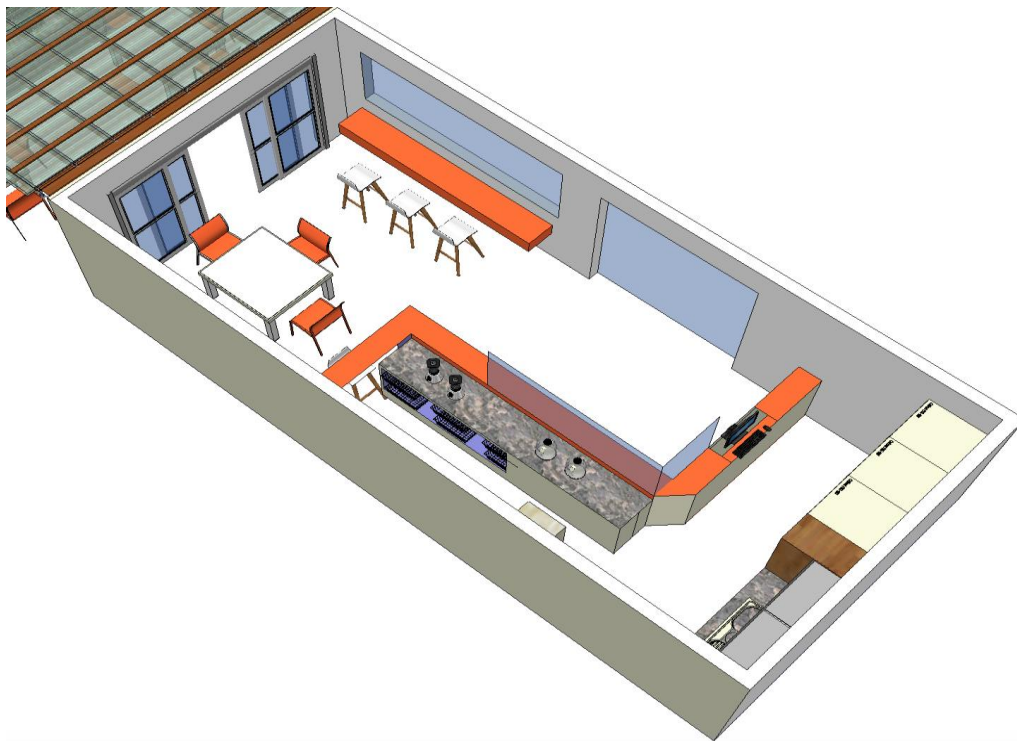


Imagen 8 – Vista superior local ROOTS – Juice Bar

4. Programa de alimentos y bebidas

4.1. Menú.

Para la presentación de nuestro menú hemos optado por una variedad nutritiva y deliciosa de productos tanto en alimentos como en bebidas, en la cual hemos incluido ingredientes naturales tales como frutas y vegetales.

- *Jugos*

- Carrot Apple Ginger
- Orange Carrot Pineapple
- Kale Cucumber Carrot
- Purple Rain
- The Big C Eraser
- Not a Piña Colada
- The Green Machine

- *Smoothies*

- Get Your Glow On
- Chocolate Peanut Butter
- Bloat B' Gone
- Smooth Avocado

- *Limonadas*

- Watermelon Lemonade
- Lavander Coconut Lemonade
- Vanilla Lemonade

- *Aguas Detox*

- Apple Cinnamon
- Tummy Tonic
- The A-Team

- *Alimentos*

- Peanut Butter Bagel
- Avocado Cream Cheese Bagel
- Club Bagel
- Peanut Butter Toast
- Avocado Cream Cheese Toast
- Club Toast
- Fruit Parfait
- Banana & Quinoa Pancakes
- Quinoa Brownies

Adjunto en el **Anexo C** podremos encontrar las respectivas recetas estándar, con su respectivo costo y precio de venta.

5. Recursos humanos

5.1. Cultura organizacional.

5.1.1. Misión.

Crear experiencias inolvidables mediante un servicio impecable y a su vez, posicionarnos en la mente del cliente como una marca innovadora enfocada en el bienestar de la comunidad mediante la elaboración de jugos naturales, desintoxicantes y revitalizantes.

5.1.2. Visión.

ROOTS Juice-bar quiere liderar mediante la continua innovación en el mercado ecuatoriano, inculcando a la comunidad la importancia de adoptar tendencias saludables en

el ámbito alimenticio y a su vez, forjando el verdadero significado de la hospitalidad y su impacto en el servicio.

5.1.3. Promesa de Servicio.

¿Cuál es nuestra promesa de servicio? Tenemos en claro que los clientes reciben expectativas de nuestros servicios en todo momento. De esta manera, aquellas expectativas son la promesa de servicio. Dicho esto, consideramos crucial brindar un servicio de primera en donde el cliente sea el protagonista de una experiencia sensorial.

El tiempo de preparación y entrega de nuestro producto no deberá exceder los 5 minutos, después de realizada la orden. Una vez entregada la orden, nuestro cliente tiene la opción de disfrutar nuestro producto en la comodidad de nuestro local o a su vez optar por la opción "Take-away".

5.2. Nómina salarial.

A continuación presentaremos la nómina salarial donde encontraremos descrito el personal necesario para la operación diaria de nuestro negocio; contaremos con un mesero, un cajero y un administrador por turno, a cargo del servicio de ROOTS – Juice Bar; que trabajarán bajo un horario determinado por dos turnos de 4 horas cada uno.

Estos horarios serán:

- Martes a Sábado, turno de apertura de 8h00 a 12h00
- Martes a Sábado, turno de cierre de 15h00 a 19h00

DEPTO	PUESTO	SALARIO BASE	IESS (9,35%)	SALARIO NETO	13ERO	14TO	SUBTOTAL		VACACIONES	IESS (11.15%)	FONDO DE RESERVA	TOTAL
ADMINISTRATIVOS												
Administración	Administrador	\$ 500.00	\$ 46.75	\$ 453.25	\$ 41.67		\$ 541.67		20.83	\$ 55.75	\$ 41.67	639.08
OPERATIVOS												
Servicio	Mesero	\$ 366.00	\$ 34.22	\$ 331.78	\$ 30.50	\$ 12.50	\$ 409.00		15.25	\$ 40.81	\$ 30.50	480.31
Cocina	Cocinero	\$ 366.00	\$ 34.22	\$ 331.78	\$ 30.50	\$ 12.50	\$ 409.00		15.25	\$ 40.81	\$ 30.50	480.31
TOTAL		\$ 1232.00	\$ 115.19		\$ 102.67	\$ 25.00	\$ 1359.67	PAGO MENSUAL	51.33	\$ 137.37	\$ 102.67	1599.70
NOTAS		SALARIO MÍNIMO					\$ 16316.00	PAGO ANUAL				19196.42

5.3. Reclutamiento y selección de personal.

Para el reclutamiento y selección, como se mencionó anteriormente, se deberá definir el perfil necesario para cada cargo correspondiente. Sin embargo, como empresa hemos querido dar un enfoque prioritario a las habilidades emocionales más que a las habilidades técnicas, ya que éstas pueden ser adquiridas con niveles de entrenamiento y capacitación adecuados, mientras que las habilidades emocionales son innatas para cada persona y por ende, son más difíciles de controlar. Dicho esto, es de suma importancia el reclutar y seleccionar personas que puedan entablar fácilmente relaciones interpersonales con los clientes; que puedan plasmar calidez, empatía y bondad genuina en todo momento a pesar de las adversidades; demostrar interés por aprender y buena predisposición en el área de trabajo. Consideramos fundamental el poseer ética laboral e integridad para que el empoderamiento sea efectivo y genere confianza y tranquilidad al equipo de trabajo. (Meyer, 2008)

Al querer diferenciarnos por nuestra actitud hospitalaria y servicial, es primordial que el equipo de trabajo cuente con inteligencia emocional junto con una inclinación hacia la orientación al servicio de óptima calidad; es decir, buscamos un equipo de trabajo con actitud positiva y dispuesta a dar lo mejor de sí mismos. (American Hotel & Lodging Educational Institute, 2006)

Con respecto a las habilidades técnicas, nuestro enfoque gira en torno a un buen manejo de la tecnología, conocimientos de matemáticas básicas e inglés y experiencia pasada con respecto al servicio al cliente y uso de maquinaria.

Por lo tanto, consideramos como herramienta principal de selección, la aplicación de entrevistas directas con el posible empleado, dirigidas por el administrador del negocio.

6. Plan de comunicación de marketing

Al ser parte de ROOTS-Juice Bar, estamos conscientes de la importancia de las diferentes estrategias del Marketing de Servicios que podríamos implementar en nuestro negocio; más aún, si nuestro enfoque va hacia el comunicar y transmitir el valor de nuestra marca y sobretodo, promover la promesa de servicio. Además, tenemos como fin mantener una comunicación abierta y activa con nuestros clientes para forjar relaciones duraderas y leales, mediante la obtención de un continuo feedback por su parte. (Ramia, 2016)

Facilitaremos esta comunicación mediante la implementación de canales destinados a sugerencias y/o opiniones, tales como reseñas en nuestras páginas oficiales en: Tripadvisor, Facebook, Instagram y Twitter. Además, el administrador será el responsable de atender a cualquier queja o descontento, sugerencia y/o opinión, pues consideramos importante el facilitar y motivar una comunicación sincera. Es importante que el cliente se sienta escuchado y comprendido y sobretodo que tenga claro que su opinión tendrá la respectiva atención inmediata.

De igual manera contaremos con nuestra propia página web, en donde nuestros clientes podrán navegar y encontrar información valiosa como: recetas, beneficios y demás

información acerca de nuestros productos, promociones y noticias importantes con respecto a las nuevas tendencias de bebidas detox y alimentos. Es importante mencionar que la página web será diseñada por profesionales en tema junto con el administrador para que así sean considerados factores cruciales relacionados con nuestra marca como el diseño, que tan amigable es con el consumidor (el manejo de la página) y su funcionalidad. Esta deberá ser innovadora y actualizada frecuentemente.

Por otro lado, consideramos importante resaltar que nuestras estrategias de Marketing englobarán y marcarán tanto la importancia de la hospitalidad, como la de un servicio impecable, junto con la oferta gastronómica que se ofrecerá en ROOTS-Juice Bar en todo momento. A su vez, consideramos fundamental el determinar la alineación que tiene la promesa de servicio con la percepción de nuestros clientes en un futuro a corto, mediano y largo plazo, para que las experiencias sean placenteras y así, beneficiarnos de clientes que sientan el gusto de la repetición, pues son escuchados y atendidos de la manera correcta. Es válido resaltar que esta debe ser transmitida de manera interna para que haya concordancia en la cultura organizacional de nuestro negocio; es decir, el objetivo es que el personal sea parte del producto y de esta manera brindar una experiencia completa, que incluya la oferta gastronómica, el servicio y el ambiente (iluminación, olor, diseño, etc.) en su totalidad, como se ha mencionado previamente.

Dicho esto, ¿qué factores externos influyen en los niveles de expectativa? y ¿cómo el Marketing de servicios nos facilita la obtención de dicha información? Inicialmente, se debe tomar en cuenta las opciones brindadas por la competencia, ya que el nivel de servicio se verá influenciado por las opciones ya disponibles en el mercado. A su vez, el contexto social

en el que se desenvuelven las personas es de gran influencia en la toma de decisiones; aspecto que nos beneficia ya que las nuevas tendencias, como se ha mencionado previamente, son de carácter saludable y revitalizador, dentro de una sociedad que tiene interés por el bienestar físico y mental. El WOM (Word of Mouth) o también conocido como “Boca a Boca” es considerado un factor de gran influencia, siendo éste, la fuente de información más utilizada por los consumidores. Dicho esto, queremos beneficiarnos del WOM en su totalidad, ya que su función es relevante y sus costos son nulos; siempre y cuando se realice un buen trabajo dentro del establecimiento, con una comunicación adecuada y eficiente y la promesa de servicio sea cumplida.

Como parte de nuestra estrategia de Marketing también queremos influir en los niveles de expectativas del cliente, mediante:

- El transmitir una imagen corporativa responsable, seria, confiable y que demuestre preocupación por el bienestar de la comunidad.
- La realización de promociones en diversas situaciones que generen altas expectativas y por ende, nos permita captar un porcentaje más amplio del mercado.
- Precio-Valor. El PVP impuesto en nuestros productos van de la mano con la calidad y el valor que pueden ser percibidos por nuestros clientes. Además, hemos sido conscientes con respecto a la competencia, por lo tanto, no existirá una percepción errónea de injusticia o sobrevaloración del producto.
- El Menú también es crucial para generar expectativas, ya que este será diseñado de manera minuciosa. Es decir, impregnar descripciones y características llamativas para apelar a los sentidos de nuestros consumidores. Además, aquellos ítems con mayor

interés en ser promocionados, deberán ubicarse de manera estratégica. Los precios por su parte deberán ser plasmados en números, sin decimales, ni con el signo de dólar.

De igual manera, ROOTS Juice-bar deberá dar prioridad a la respuesta de las reseñas realizadas por los consumidores en las redes sociales de manera constante y objetiva; sin importar que esta sea una reseña positiva o negativa. En caso de tener una temática negativa, lo importante será resaltar una disculpa sincera y posteriormente una solución viable e inmediata al problema. Si la temática es positiva se deberá dar dicho agradecimiento e incentivar una próxima visita.

Concluimos resaltando que nuestra campaña de marketing se enfocará en influir mediante la ambientación, el diseño y el servicio, a las emociones de las personas, con el fin de crear recuerdos y generar experiencias positivas e inolvidables.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis e investigaciones presentadas anteriormente, podemos determinar que nuestro proyecto es factible. Nuestro Valor Actual Neto es de \$16,184.04 siendo un valor positivo. A su vez, podemos recalcar que la tasa interna de retorno es de un 49%, con un período de retorno de la inversión de 1 año y medio aproximadamente; indicando que es un proyecto viable.

Con este proyecto, queremos principalmente revolucionar el concepto del servicio ofrecido en la industria hospitalaria, logrando que nuestros clientes comprendan que sin importar el producto que estén obteniendo o el precio que estén pagando por el mismo, deben recibir el más óptimo y cálido nivel de servicio, siendo ésta nuestra promesa de servicio en la cual nos enfocaremos día tras día.

Por otra parte, hemos determinado que este proyecto logrará satisfacer las necesidades y gustos actuales de nuestros clientes, considerando las nuevas tendencias de vida saludable junto con el consumo de productos naturales que brinden beneficios tanto energéticos como desintoxicantes a los cuales nuestros clientes se sienten ahora atraídos.

ROOTS – Juice Bar se ve beneficiado de una ubicación clave en un ambiente donde se plasma y se hace énfasis a la importancia del cuidado del cuerpo y alma; además, se ve rodeado por importantes generadores de demanda que atraen un gran flujo de personas, potenciando así un incremento de nuestro segmento de mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Lundberg, D., & Walker, J. (1993). *The Restaurant: From the Concept to Operation*. New York, USA: John Wiley & Sons.

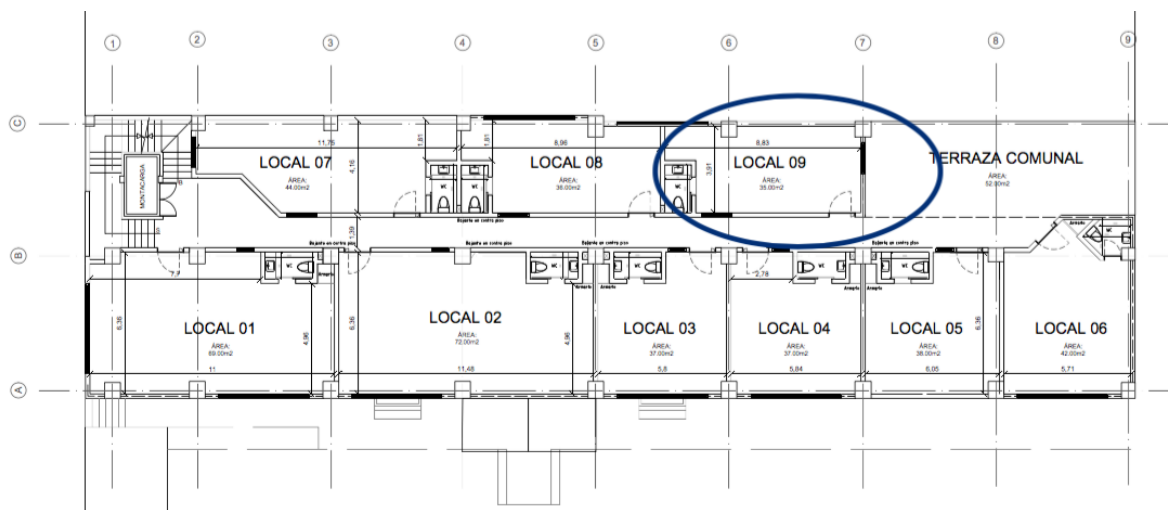
Instituto Nacional de Estadística y Censos. (n.d.). *INEC*. Recuperado el Mayo de 2016, de Base de Datos Censo 2010: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-2010/>

American Hotel & Lodging Educational Institute. (2006). *Administración de Recursos Humanos en la Industria Hotelera*. Lansing, Michigan: Priscilla J. Wood.

Meyer, D. (2008). *Setting the Table: The Transforming Power of Hospitality in Business*. HarperCollins.

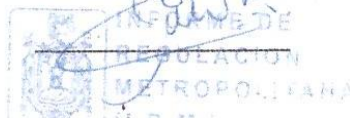
Ramia, D. (2016). *Marketing de Servicios*. Quito.

ANEXO A: PLANOS COMPLEJO “LA TEJEDORA”



ANEXO B: INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA

		INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA Municipio del Distrito Metropolitano de Quito							
Fecha: 2014-09-09 12:25		No. 498486							
1.- INFORMACIÓN CATASTRAL DEL PREDIO EN UNIPROPIEDAD *		2.- UBICACIÓN DEL PREDIO *							
PROPIETARIO C.C./R.U.C: 1790290735 Nombre del propietario: HILANDERIAS CUMBAYA SA									
DATOS TÉCNICOS DEL LOTE Número de predio: 258381 Geo clave: 170109570183002111 Clave catastral anterior: 10416 05 002 000 000 000									
En propiedad horizontal: NO En derechos y acciones: NO Área del lote (escritura): 9876,00 m2 Área del lote (levantamiento): 0,00 m2 ETAM (SU) - Según Ord.#269: 1,01 % (-+94,14 m2) Área bruta de construcción total: 7223,73 m2 Frente del lote: 54,35 m									
Administración zonal: TUMBACO Parroquia: Cumbaya Barrio / Sector: LA PRAGA									
3.- CALLES									
Calle	Ancho (m)					Referencia	Retiro	Radio curva de retorno	Nomenclatura
OSWALDO GUAYASAMIN	0					0	5		
4.- REGULACIONES									
ZONA Zonificación: A10 (A604-50) Lote mínimo: 600 m2 Frente mínimo: 15 m COS total: 200 % COS en planta baja: 50 %						PISOS Altura: 16 m Número de pisos: 4		RETIROS Frontal: 5 m Lateral: 3 m Posterior: 3 m Entre bloques: 6 m	
Forma de ocupación del suelo: (A) Aislada Uso principal: (I2) Industrial mediano impacto						Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano Servicios básicos: SI			
A31 (PQ) Quebradas no se permiten habilitaciones de suelo ni edificaciones) (PQ) Quebradas no se permiten habilitaciones de suelo ni edificaciones Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano Uso principal: (PE) Protección ecológica/Áreas naturales									
5.- AFECTACIONES									
Descripción	Tipo de vía	Derecho de vía	Retiro	Observación					
6.- OBSERVACIONES									
- SOLICITAR DEFINICIÓN Y REPLANTEO VIAL. SECTOR LA PRAGA PARROQUIA DE CUMBAYA - PROTECCION DE QUEBRADAS Y TALUDES: SE CONSIDERARA EL AREA DE PROTECCION DE QUEBRADAS Y/O TALUDES DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO EN LOS ARTICULOS 116 Y 117 DE LA ORDENANZA 172 QUE ESTABLECE EL REGIMEN ADMINISTRATIVO DEL SUELO EN EL DISTRITO METROPOLITANO - El predio está asignado con protección de quebrada (PQ), para precisar el área correspondiente a la zona PQ solicitará la definición del borde superior de quebrada a la DMC. - (PQ) Quebradas no se permiten habilitaciones de suelo ni edificaciones - Predio afectado en el sistema catastral, solicitar información en la DMC o en la jefatura zonal de catastro de la Administración Zonal respectiva.									
8.- NOTAS									
- Los datos aquí representados están referidos al Plan de Uso y Ocupación del Suelo e instrumentos de planificación complementarios, vigentes en el DMQ. - * Esta información consta en los archivos catastrales del MDMDQ. Si existe algún error acercarse a las unidades desconcentradas de Catastro de la Administración Zonal correspondiente para la actualización y corrección respectiva. - Este informe no representa título legal alguno que perjudique a terceros. - Este informe no autoriza ningún trabajo de construcción o división de lotes, tampoco autoriza el funcionamiento de actividad alguna. - El ETAM es el "Error Técnico Aceptable de Medición", expresado en porcentaje y m2, que se acepta entre el área establecida en el título de propiedad (escritura) y el área del levantamiento del terreno, dentro del proceso de regularización de excedentes y diferencias de áreas de acuerdo a los artículos 481 y 481.1 del COOTAD y a la Ordenanza Metropolitana 269. - Para iniciar cualquier proceso de habilitación de la edificación del suelo, o actividad, se deberá obtener el IRM respectivo en la administración zonal correspondiente. - Este informe tendrá validez durante el tiempo de vigencia del PUOS.									



ANEXO C: RECETAS ESTÁNDAR JUGOS

Receta:	CARROT APPLE GINGER		Cantidad de Porción:	1		
Rendimiento:	0.354 LT		Tamaño de Porción (Kg):	0.354	LITRO	ONZA
JUICE BAR	ROOTS				0.354	12
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
kg	0.132	Zanahorias	\$ 1.23	\$ 0.16	100%	Rendimiento
kg	0.200	Manzana Roja	\$ 2.27	\$ 0.45	28%	Food Cost
kg	0.009	Jengibre	\$ 3.23	\$ 0.03		
			Costo Total	\$ 0.65	Food Cost	28%
			Costo por porcion	\$ 0.65	PVP	\$ 2.31

Receta:	ORANGE CARROT PINEAPPLE		Cantidad de Porción:	1		
Rendimiento:	0.354 LT		Tamaño de Porción (Kg):	0.354		
Uso:	ROOTS					
JUICE BAR	ROOTS					
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
kg	0.250	Naranja	\$ 1.14	\$ 0.29		
kg	0.132	Zanahoria	\$ 1.23	\$ 0.16		
kg	0.166	Piña	\$ 0.95	\$ 0.16		
				\$ -		
			Costo Total	\$ 0.61	Food Cost	28%
			Costo por porcion	\$ 0.61	PVP	\$ 2.16

Receta:	KALE CUCUMBER CARROT		Cantidad de Porción:	1		
Rendimiento:	0.354 LT		Tamaño de Porción (Kg):	0.354		
Uso:	ROOTS					
JUICE BAR	ROOTS					
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
kg	0.018	Kale/Col	\$ 0.70	\$ 0.01		
kg	0.250	Pepinillo	\$ 0.46	\$ 0.12		
kg	0.200	Manzana Verde	\$ 2.66	\$ 0.53		
				\$ -		
			Costo Total	\$ 0.66	Food Cost	28%
			Costo por porcion	\$ 0.66	PVP	\$ 2.36

Receta:	PURPLE RAIN		Cantidad de Porción:	1		
Rendimiento:	0.354 LT		Tamaño de Porción (Kg):	0.354		
JUICE BAR	ROOTS					
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
kg	0.200	Manzana Roja	\$ 2.27	\$ 0.45		
kg	0.170	Remolacha con tallo	\$ 0.86	\$ 0.15		
kg	0.006	Kale/Col	\$ 0.70	\$ 0.00		
				\$ -		
			Costo Total	\$ 0.60	Food Cost	28%
			Costo por porcion	\$ 0.60	PVP	\$ 2.16

Receta:	THE BIG C ERASER					
Rendimiento:	0.354	LT	Cantidad de Porción:	1		
JUICE BAR	ROOTS			Tamaño de Porción (Kg):	0.354	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
kg	0.232	Toronja	\$ 0.66	\$ 0.15		
kg	0.260	Naranja	\$ 1.52	\$ 0.40		
kg	0.008	Jengibre	\$ 3.23	\$ 0.03		
kg	0.025	Limón	\$ 0.60	\$ 0.02		
				\$ -		
			Costo Total	\$ 0.59	Food Cost	28%
			Costo por porcion	\$ 0.59	PVP	\$ 2.11

Receta:	Not a Piña Colada					
Rendimiento:	0.354	LT	Cantidad de Porción:	1		
Uso:				Tamaño de Porción (Kg):	0.354	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
kg	0.200	Piña	\$ 0.95	\$ 0.19		
kg	0.112	Manzana Roja	\$ 4.62	\$ 0.52		
kg	0.016	Jengibre	\$ 3.23	\$ 0.05		
kg	0.112	Duraznos	\$ 3.33	\$ 0.37		
			Costo Total	\$ 1.13	FoodCost	28%
			Costo por porcion	\$ 1.13	PVP	\$ 4.05

Receta:	The Green Machine					
Rendimiento:	0.354	LT	Cantidad de Porción:	1		
Uso:				Tamaño de Porción (Kg):	0.354	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
kg	0.024	Limón	\$ 0.60	0.01		
kg	0.220	Apio	\$ 0.58	0.13		
kg	0.240	Pepino	\$ 0.82	0.20		
kg	0.108	Kiwi	\$ 2.91	0.31		
kg	0.015	Hojas de Espinaca	\$ 1.13	0.02		
				0.00		
			Costo Total	\$ 0.67	Food Cost	28%
			Costo por porcion	\$ 0.67	PVP	\$ 2.39

PROMEDIO JUGOS		
COSTO JUGOS		\$ 0.70
PRECIO DE VENTA JUGOS		\$ 2.50
COSTO TOTAL PROMEDIO	0.70	
PAX	68.00	
DÍAS	265.00	
	\$ 12632.17	
PVP TOTAL PROMEDIO	\$ 2.50	
PAX	68.00	
DÍAS	265.00	
	45114.90	
UTILIDAD	32482.73	

ANEXO D: RECETAS ESTÁNDAR SMOOTHIES

Receta:	GET YOUR GLOW ON			Cantidad de Porción:	1.000			
Rendimiento:	0.325 KG/ LT			Tamaño de Porción (kg):	0.325		LITRO	ONZA
Uso:							0.325	12
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL			100%	RENDIMIENTO
kg	0.225	Espinaca	\$ 1.43	\$ 0.32			28%	FOOD COST
kg	0.138	Banana	\$ 1.05	\$ 0.14				
lt	0.118	Leche de Almendra	\$ 5.00	\$ 0.59				
kg	0.014	Semillas de Chía	\$ 5.64	\$ 0.08				
			\$	-				
			Costo Total	\$ 1.14	Food Cost	28%		
			Costo por porcion	\$ 1.14	PVP	\$ 4.06		

Receta:	CHOCOLATE PEANUT BUTTER			Cantidad de Porción:	1.000			
Rendimiento:	0.325 KG/ LT			Tamaño de Porción (kg):	0.325			
Uso:								
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL				
lt	0.237	Leche	\$ 1.26	\$ 0.30				
kg	0.021	Mantequilla de Maní	\$ 20.20	\$ 0.43				
kg	0.014	Miel	\$ 6.50	\$ 0.09				
kg	0.007	Cacao en polvo	\$ 5.68	\$ 0.04				
kg	0.138	Banano	\$ 1.05	\$ 0.14				
kg	0.225	Hielo	\$ 0.24	\$ 0.05				
			\$	-				
			Costo Total	\$ 1.06	Food Cost	28%		
			Costo por porcion	\$ 1.06	PVP	\$ 3.80		

Receta:	BLOAT B' GONE			Cantidad de Porción:	1.000			
Rendimiento:	0.325 KG/ LT			Tamaño de Porción (kg):	0.325			
Uso:								
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL				
lt	0.237	Agua de Coco	\$ 3.55	\$ 0.84				
kg	0.014	Plátano	\$ 1.05	\$ 0.01				
kg	0.014	Pepino	\$ 0.82	\$ 0.01				
g	0.010	Jengibre	\$ 3.23	\$ 0.03				
			\$	-				
			Costo Total	\$ 0.90	Food Cost	28%		
			Costo por porcion	\$ 0.90	PVP	\$ 3.21		

Receta:	Smooth Avocado			Cantidad de Porción:	1.000			
Rendimiento:	0.325 KG/ LT			Tamaño de Porción (kg):	0.325			
Uso:								
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL				
kg	0.110	Aguacate	\$ 2.47	\$ 0.27				
kg	0.100	Manzana	\$ 2.94	\$ 0.29				
lt	0.100	Leche de Almendras	\$ 4.30	\$ 0.43				
kg	0.020	Miel de Abeja	\$ 6.50	\$ 0.13				
			\$	-				
			Costo Total	\$ 1.13	Food Cost	28%		
			Costo por porcion	\$ 1.13	PVP	\$ 4.02		

PROMEDIO SMOOTHIES	
COSTOS SMOOTHIES	\$ 1.06
PRECIO DE VENTA SM	\$ 4.00
COSTO TOTAL PROMEDIO	\$ 1.06
PAX	68.00
DÍAS	265.00
	\$ 19021.95
PVP TOTAL PROMEDIO	\$ 4.00
PAX	68.00
DÍAS	265.00
	\$ 72080.00
UTILIDAD	\$ 53058.05

ANEXO E: RECETAS ESTÁNDAR LIMONADAS

Receta:	Watermelon Lemonade					LITRO	ONZA
Rendimiento:	0.325	KG/ LT	Cantidad de Porción:	1		0.325	12
Uso:			Tamaño de Porción (kg):	0.325			
						100%	Rendimiento
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		28%	Food Cost
kg	0.225	Sandía	\$ 0.90	\$ 0.20			
lt	0.240	Agua	\$ -	\$ -			
lt	0.180	Zumo de Limón	\$ 2.31	\$ 0.42			
kg	0.045	Azúcar	\$ 0.76	\$ 0.03			
			\$ -	\$ -			
			Costo Total	\$ 0.65	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 0.65	PVP	\$ 2.33	
Receta:	Lavander Coconut Lemonade						
Rendimiento:	0.325	KG/ LT	Cantidad de Porción:	1			
Uso:			Tamaño de Porción (kg):	0.325			
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL			
lt	0.050	Zumo de Limón	\$ 2.31	\$ 0.12			
kg	0.002	Lavanda	\$ 85.00	\$ 0.17			
kg	0.045	Azúcar	\$ 0.76	\$ 0.03			
lt	0.250	Agua de Coco	\$ 1.00	\$ 0.25			
lt	0.030	Agua					
			Costo Total	\$ 0.57	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 0.57	PVP	\$ 2.03	

Receta:	Vanilla Lemonade			Cantidad de Porción:	1		
Rendimiento:	0.325	KG/ LT		Tamaño de Porción (kg):	0.325		
Uso:							
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL			
kg	0.002	Esencia Vainilla Blanca	\$ 7.06	\$ 0.01			
lt	0.150	Zumo de Limón	\$ 2.31	\$ 0.35			
lt	0.200	Agua					
kg	0.045	Azúcar	\$ 0.76	\$ 0.03			
			Costo Total	\$ 0.39	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 0.39	PVP	\$ 1.41	
			PROMEDIO LIMONADAS				
			COSTO PROMEDIO LIMONADAS	\$ 0.54			
			PRECIO DE VENTA	\$ 1.93			
			COSTO TOTAL PROMEDIO	0.54			
			PAX	68.00			
			DÍAS	265.00			
				\$ 9718.04			
			PVP TOTAL PROMEDIO	\$ 1.93			
			PAX	68.00			
			DÍAS	265.00			
				34707.27			
			UTILIDAD	\$ 24989.24			

ANEXO F: RECETAS ESTÁNDAR AGUAS DETOX

Receta:	APPLE CINNAMON			Cantidad de Porción:	1.000	LITRO	ONZA
Rendimiento:	0.325	KG/ LT		Tamaño de Porción (kg):	0.325	0.325	12
Uso:							
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		100%	Rendimiento
kg	0.112	Manzana	\$ 4.62	\$ 0.52		28%	Food Cost
kg	0.002	Canela (rama)	\$ 14.17	\$ 0.03			
lt	0.200	Agua	\$ -	\$ -			
				\$ -			
			Costo Total	\$ 0.55	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 0.55	PVP	\$ 1.95	
Receta:	TUMMY TONIC			Cantidad de Porción:	1.000		
Rendimiento:	0.325	KG/ LT		Tamaño de Porción (kg):	0.325		
Uso:							
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL			
kg	0.033	Jengibre	\$ 3.23	\$ 0.11			
kg	0.450	Piña	\$ 0.95	\$ 0.43			
kg	0.003	Menta	\$ 7.60	\$ 0.02			
lt	0.200	Agua	\$ -	\$ -			
				\$ -			
			Costo Total	\$ 0.56	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 0.56	PVP	\$ 1.99	

Receta:	THE A-TEAM				
Rendimiento:	0.325	KG/ LT	Cantidad de Porción:	1.000	
Uso:			Tamaño de Porción (kg)	0.325	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
kg	0.113	Frutillas	\$ 4.00	\$ 0.45	
kg	0.056	Piña	\$ 0.95	\$ 0.05	
kg	0.113	Mora	\$ 3.33	\$ 0.37	
lt	0.200	Agua	\$ -	\$ -	
			\$ -	\$ -	
			Costo Total	\$ 0.88	Food Cost 28%
			Costo por porcion	\$ 0.88	PVP \$ 3.13
			PROMEDIO AGUA DETOX		
			COSTO PROMEDIO AGUAS DETOX	\$ 0.66	
			PRECIO DE VENTA	\$ 2.36	
			COSTO TOTAL PROMEDIO	0.66	
			PAX	68.00	
			DÍAS	265.00	
				\$ 11888.31	
			PVP TOTAL PROMEDIO	\$ 2.36	
			PAX	68.00	
			DÍAS	265.00	
				42458.24	
			UTILIDAD	\$ 30569.94	

ANEXO G: RECETAS ESTÁNDAR ALIMENTOS

Receta:	PEANUT BUTTER BAGEL				
Rendimiento:	0.000	KG/ LT	Cantidad de Porción:	1.000	
Uso:			Tamaño de Porción (kg):	0.000	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
kg	0.029	Mantequilla de Maní	\$ 20.20	\$ 0.58	100% Rendimiento
und	1.000	Bagel	\$ 0.53	\$ 0.53	28% Food Cost
kg	0.138	Plátano	\$ 1.04	\$ 0.14	
			\$ -	\$ -	
			\$ -	\$ -	
			Costo Total	\$ 1.25	Food Cost 28%
			Costo por porcion	\$ 1.25	PVP \$ 4.47
Receta:	AVOCADO CREAM CHEESE BAGEL				
Rendimiento:	0.000	KG/ LT	Cantidad de Porción:	1.000	
Uso:			Tamaño de Porción (kg):	0.000	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
und	1.000	Bagel	\$ 0.53	\$ 0.53	
kg	0.500	Aguacate	\$ 2.47	\$ 1.24	
kg	0.029	Queso Crema	\$ 3.79	\$ 0.11	
			\$ -	\$ -	
			\$ -	\$ -	
			Costo Total	\$ 1.87	Food Cost 28%
			Costo por porcion	\$ 1.87	PVP \$ 6.69

Receta:	CLUB BAGEL				
Rendimiento:	KG/ LT		Cantidad de Porción:	1.000	
Uso:			Tamaño de Porción (kg):	0.000	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
und	1.000	Bagel	\$ 0.53	\$ 0.53	
kg	0.029	Queso Crema	\$ 3.79	\$ 0.11	
kg	0.025	Tomate	\$ 0.86	\$ 0.02	
kg	0.001	Lechuga Crespa	\$ 5.23	\$ 0.01	
Und	1.000	Huevo	\$ 0.10	\$ 0.10	
			\$	-	
			\$	-	
			Costo Total	\$ 0.76	Food Cost 28%
			Costo por porcion	\$ 0.76	PVP \$ 2.73

Receta:	PEANUT BUTTER TOAST				
Rendimiento:	0.000 KG/ LT		Cantidad de Porción:	1.000	
Uso:			Tamaño de Porción (kg):	0.000	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
kg	0.029	Mantequilla de Maní	\$ 20.20	\$ 0.58	
Un	1.000	Pan Integral Redondo	\$ 0.04	\$ 0.04	
kg	0.138	Plátano	\$ 1.05	\$ 0.14	
			\$	-	
			\$	-	
			Costo Total	\$ 0.76	Food Cost 28%
			Costo por porcion	\$ 0.76	PVP \$ 2.72

Receta:	AVOCADO CREAM CHEESE TOAST				
Rendimiento:	0.000 KG/ LT		Cantidad de Porción:	1.000	
Uso:			Tamaño de Porción (kg):	0.000	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Un	1.000	Pan Integral Redondo	\$ 0.04	\$ 0.04	
kg	0.500	Aguacate	\$ 2.47	\$ 1.24	
kg	0.029	Queso Crema	\$ 3.79	\$ 0.11	
			\$	-	
			\$	-	
			Costo Total	\$ 1.38	Food Cost 28%
			Costo por porcion	\$ 1.38	PVP \$ 4.94

Receta:	CLUB TOAST				
Rendimiento:	KG/ LT		Cantidad de Porción:	1.000	
Uso:			Tamaño de Porción (kg):		
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Un	1.000	Pan Integral Redondo	\$ 0.04	\$ 0.04	
kg	0.029	Queso Crema	\$ 3.79	\$ 0.11	
kg	0.025	Tomate	\$ 0.86	\$ 0.02	
kg	0.001	Lechuga Crespa	\$ 5.23	\$ 0.01	
Und	1.000	Huevo	\$ 0.10	\$ 0.10	
			\$	-	
			\$	-	
			Costo Total	\$ 0.28	Food Cost 28%
			Costo por porcion	\$ 0.28	PVP \$ 0.98

Receta:	HUEVO DE CODORNIZ						
Rendimiento:	KG/ LT		Cantidad de Porción:	1.000			
Uso:				Tamaño de Porción (kg):			
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL			
und	1.000	Huevo de Codorniz	\$ 0.11	\$ 0.11			
				\$ -			
			Costo Total	\$ 0.11	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 0.11	PVP	\$ 0.39	
Receta:	PARFAIT Mortiño						
Rendimiento:	0.265 KG/ LT		Cantidad de Porción:	1.000			
Uso:				Tamaño de Porción (kg):	0.000		
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL			
lt	0.166	Yogurt Vainilla Light	\$ 2.52	\$ 0.42			
kg	0.010	Frambuesas	\$ 13.89	\$ 0.14			
kg	0.020	Azúcar	\$ 0.76	\$ 0.02			
kg	0.060	Frutilla	\$ 4.00	\$ 0.24			
Kg	0.060	Mortiño	\$ 5.51	\$ 0.33			
kg	0.010	Granola	\$ 10.50	\$ 0.11			
				\$ -			
				\$ -			
			Costo Total	\$ 1.25	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 1.25	PVP	\$ 4.46	

Receta:	PANCAKES DE BANANA Y QUINOA						
Rendimiento:	0.000 KG/ LT		Cantidad de Porción:	3.000			
Uso:				Tamaño de Porción (kg):			
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL			
kg	0.128	Quinoa Pancake Mix	\$ 10.00	\$ 1.28			
lt	0.177	Agua	\$ -	\$ -			
Uni	1.000	Huevo	\$ 0.10	\$ 0.10			
kg	0.200	Plátano	\$ 1.04	\$ 0.21			
				\$ -			
			Costo Total	\$ 1.59	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 0.53	PVP	\$ 1.89	

Receta:	QUINOA BROWNIES						
Rendimiento:	0.000 KG/ LT		Cantidad de Porción:	6.000			
Uso:				Tamaño de Porción (kg):			
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL			
kg	0.250	Quinoa Brownie Mix	\$ 13.92	\$ 3.48			
lt	0.473	Agua	\$ -	\$ -			
und	1.000	Huevo	\$ 0.10	\$ 0.10			
lt	0.118	Aceite Vegetal	\$ 1.42	\$ 0.17			
				\$ -			
			Costo Total	\$ 3.75	Food Cost	28%	
			Costo por porcion	\$ 0.62	PVP	\$ 2.23	

PROMEDIO ALIMENTOS	
COSTO PROMEDIO ALIMENTOS	\$ 0.88
PRECIO DE VENTA	\$ 3.46
COSTO TOTAL PROMEDIO	0.88
PAX	68.00
DÍAS	265.00
	\$ 15895.04
PVP TOTAL PROMEDIO	\$ 3.46
PAX	68.00
DÍAS	265.00
	62303.27
UTILIDAD	\$ 46408.23