




AIU se une a la Iniciativa de "Acceso Abierto" A través de la iniciativa de Acceso Abierto, AIU y otras instituciones a nivel mundial, planean derrumbar los muros que existen actualmente en el acceso a la información y a trabajos de Investigación.

AIU esta interesado en la diseminación de avances realizados en la investigación científica, lo cual es de suma importancia para la operación efectiva de una sociedad moderna. La Visión y Misión de AIU, son consistentes con la visión expresada en la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest y con la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al conocimiento en las Ciencias y Humanidades Estamos verdaderamente complacidos, de poder hacer esta contribución a la comunidad global.

AIU sabe el valor que el conocimiento y el entendimiento, y espera que esta nueva iniciativa, pueda tener una gran repercusión en las vidas de nuestros estudiantes, y noestudiantes alrededor del mundo, quienes tienen la inclinación natural hacia la búsqueda de nuevo conocimiento.

Para ver más información acerca de esta Iniciativa, por favor sírvase a seguir el siguiente link:
<http://www.aiu.edu/spanish/StudentPublications.html>.

Student Publications



**ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS**



**VIABILIDAD DE ESTABLECER UNA
CAFETERIA DE COMIDA SALUDABLE
“SAN JUDAS”**

DEBRA SCHLOSSER DE RUBIO

Guatemala 28 de Abril de 2008

ABSTRACT

El presente proyecto denominado Viabilidad de establecer una Cafetería de comida saludable “San Judas” se realizó para determinar la posibilidad de invertir en una cafetería de comida saludable; aprovechando el interés que tienen las personas por comer bien y además sano, se decidió realizar un estudio para determinar la inversión que se necesitaría para iniciar la empresa, así como la rentabilidad que puede tener una cafetería de comida rápida y saludable en un centro comercial.

Entendiéndose por comida saludable a aquella que contribuye a la buena alimentación y nutrición de quien la ingiere, que no presenta contenidos grasos en exceso y que sus componentes contribuyen a una dieta equilibrada y nutritiva.

Según los estudios efectuados se escogió el centro comercial Plaza Futeca de la zona 14, porque a pocos metros de ese centro comercial se encuentra una academia deportiva de futbol, la cual también ofrece el servicio de alquiler de campos de futbol para encuentros deportivos de colegios y ligas particulares, siendo además uno de los lugares mas populares para disfrutar de ese deporte.

En el centro comercial Plaza Futeca se encuentra Exerzone uno de los gimnasios deportivos mas grande y más completo de Guatemala e incluye un público visitante asiduo al mismo y que pertenece a un grupo objetivo, con capacidad de compra y gasto. Que acostumbrara ingerir los alimentos fuera de casa.

Se escogió el centro comercial Plaza Futeca, zona 14, cuya dirección es 10 avenida 10-50, zona 14, por la ubicación de los negocios actuales y la tendencia que se observó del aumento de la apertura de nuevos restaurantes, en el futuro podría llegar a convertirse en un centro comercial de establecimientos que venden comida ya que los visitantes llegan a consumir sus alimentos en ese lugar.

Se investigó con los restaurantes de este tipo de comida y con los proveedores de suministros de restaurantes, sobre los costos estimados de equipo y mobiliario que se utiliza.

Se definió un menú tipo, que incluyera productos que cumplieran con el concepto inicial de comida sana y saludable, sin extender demasiado la gama de productos para la oferta; para hacer más fácil y efectiva la operación.

Se llevaron a cabo las proyecciones financieras para determinar la rentabilidad del proyecto y estimar la inversión inicial y la viabilidad del mismo.

Se concluyó en que es una buena inversión, ya que su retorno sobre la inversión será en el mes séptimo después de iniciada la operación.

Los resultados de los estudios de mercado y financieros realizados indican que el proyecto denominado "Cafetería San Judas", es viable en el centro comercial de Plaza Futeca y que cumple con las características de este centro, en cuanto al número de visitantes y con la disposición de gasto y consumo en este tipo de establecimientos.

La investigación de mercado que respalda este proyecto está basada en una encuesta realizada a 100 personas que frecuentan el centro comercial.

El concepto de la cafetería San Judas será el de un lugar agradable, en el que la gente se sienta cómoda, con decoración sobria y moderna en el que se pueden ingerir alimentos de tipo saludable. La oportunidad se presenta ya que en ese centro comercial no existe una cafetería de este tipo y la tendencia en la alimentación en general se está volcando hacia una comida más sana, por lo que la estrategia será que el público al notar la presencia de un tipo de establecimiento diferente a los actuales, lo perciba y se sienta inclinado a ingresar, probar y quedarse como consumidor asiduo.

El mercado objetivo está compuesto por los visitantes del centro comercial, quienes tienen un nivel económico por arriba del promedio en Guatemala y la ventaja competitiva será el tipo de cafetería y la comida que se sirva allí.

La rentabilidad del negocio esta basado en un margen bruto de operación del 38.9% de la venta.

El equipo humano que trabajará en el establecimiento son tres meseros y dos cocineros; más la gerencia que será el propietario.

El servicio será ofrecido de la manera tradicional, en la que el mesero se acerca a la mesa de los comensales, les presenta el menú y toma el pedido, el cual a su vez es llevado a la cocina para su elaboración, al estar listo se sirve y al finalizar los alimentos se les pasa la cuenta y cobro del servicio.

ÍNDICE

Agradecimiento	i
Abstract	ii
Capítulo 1. Introducción	1
Capítulo 2. Información del proyecto	3
2.1. Antecedentes	3
2.2. Problema	4
2.2.1. Árbol de problemas	4
2.2.1.2 Problema	4
2.2.1.3 Efecto	4
2.2.2. Árbol de objetivos	4
2.2.2.1 Finalidad	4
2.2.2.2 Medio	4
2.2.3. Análisis de alternativas de solución	4
2.3. Objetivos del presente proyecto	5
2.3.1 Objetivo general	5
2.3.2 Objetivo específico	5
2.4. Justificación del proyecto	5
2.5. Marco teórico conceptual	5
Capítulo 3. Estudio de Mercadeo	6
3.1. El producto en el mercado	6
3.1.1 Definición del producto	6
3.1.2 Producto principal y subproductos	6
3.1.3 Productos sustitutos o similares	6
3.1.4 Productos complementarios	7
3.2. El área del mercado	7
3.2.1 Población consumidora, contingente actual y futuro	7
3.2.2 Estructura de la población por grupos de edades, Segmentos	7
3.2.2.1 Nivel A (1%)	7
3.2.2.2 Nivel B (4%)	8
3.2.3 Tasa de crecimiento de la población	9
3.2.4 Ingresos de población, nivel actual y tasas de Crecimiento	9

3.2.5 Estratos actuales y cambios en la distribución de ingreso	10
3.3 Comportamiento de la demanda	10
3.4 Comportamiento de la oferta	11
3.5 Comportamiento de los precios	11
3.6 Análisis de la comercialización	12
3.7 Resultados del estudio de mercado	13
3.7.1 Objetivos del estudio	13
3.7.2 Sujeto muestra	13
3.7.3 Metodología	14
3.7.4 Tamaño de la muestra	14
3.7.5 Objetivos de la investigación	14
3.7.6 Preguntas de la encuesta	14
3.7.7 Resultados de la investigación	15
Capítulo 4. Estudio técnico	17
4.1 Localización	17
4.2 Macro	17
4.3 Micro	17
4.4 Proceso de producción	18
4.4.1 Proceso de transformación	18
4.4.2 Insumos principales, secundarios y alternativos	18
4.5 Obra física	21
4.6 Organización	21
4.7 Calendario	22
Capítulo 5. Estudio Administrativo legal	22
5.1 Descripción de puestos	22
5.2 Actividades	22
5.3 Requisitos	23
5.4 Puesto mesero	23
5.5 Requisitos meseros	23
5.6 Puesto cocineros	24
5.7 Requisitos cocinero	24
Capítulo 6. Análisis de impacto ambiental	24
Capítulo 7. Estudio financiero	25

7.1	Análisis de costos de operación	25
7.2	Inversión inicial	25
7.3	Estado de resultados mensual proyectado	26
7.4	Punto de equilibrio	26
7.5	Análisis de costos totales	26
7.5.1	Costo de la inversión física	26
7.5.2	Costo total de la operación	27
7.5.3	Costos unitarios básicos y su estructura	27
7.5.4	Clasificación de los rubros de costos en fijos y variables	28
7.6	Análisis de ingresos	28
7.6.1	Venta de productos y subproductos	28
7.6.2	Otros ingresos	29
7.6.3	Ingresos totales por año	29
7.6.4	Proyección de ingresos	29
7.7	Recursos financieros para la inversión	29
7.7.1	Capital disponible a corto, mediano y largo plazo	29
7.7.2	Calendario de las inversiones	29
7.7.3	Necesidades de capital de trabajo	29
7.7.4	Estructura y fuentes de financiamiento	30
7.7.5	Cuadro de fuentes y uso de fondos	30
7.7.6	Apalancamiento financiero	30
7.8	Estados financieros proyectados	31
7.9	Evaluación económica	31
7.9.1	Valor actual neto	31
7.9.2	Tasa Interna de retorno	32
7.9.3	Relación beneficio costo	32
7.9.4	Recuperación de la inversión	32
7.10	Análisis de sensibilidad	32
	Capítulo 8 Conclusiones	33
	Capítulo 9 Recomendaciones	34
	Capítulo 10 Bibliografía	35
	Glosario	36
	Anexos	37



Capítulo 1. Introducción

El presente proyecto denominado “Viabilidad de establecer una Cafetería de comida saludable San Judas” surgió de la inquietud y necesidad de contribuir con la sociedad guatemalteca proporcionándole el servicio de consumo de comida, saludable que, contribuye a conservar la salud, es provechosa y es rápida en su elaboración.

Existe en la actualidad una excesiva exposición a la publicidad para llevar una vida saludable y las demandas en función del tiempo que se dedica a ingerir los alimentos y comer fuera de casa, han hecho que la comida rápida se posicione como la primera opción para la mayoría de la gente, principalmente a quienes trabajan, estudian o dependen de un horario rígido que les obliga a aprovechar el tiempo de cualquier manera.

Sin embargo, las ventajas de la comida rápida son la facilidad y rapidez de preparación e ingesta de las mismas. La mayoría de estas comidas no son las más saludables para el organismo porque son elaboradas a base de frituras y alimentos con altos contenidos de grasas saturadas y preservantes químicos, que a largo plazo, se ha demostrado las consecuencias poco favorables para la salud y por lo tanto de poco beneficio para el ser humano.

Y la misma falta de tiempo, la distancia y el tráfico pesado, obliga en muchas ocasiones a hacerlo apresuradamente y no se toma ni siquiera una hora para comer, sino que se come cualquier cosa y en cualquier lugar.

Al identificar este mercado que no dispone de tiempo para ingerir sus alimentos, pero que desea consumir una comida, saludable y con buen sabor, es que se ha propuesto desarrollar la Cafetería San Judas y que cumple tanto con el buen sabor como con lo saludable de los alimentos preparados.

El concepto de esta cafetería de comida saludable es llevar a los clientes, hombres y mujeres de todas las edades, alimentos saludables y sabrosamente preparados, en un ambiente agradable.

Esta cafetería también está dirigida a aquellas personas que laboran en las oficinas cercanas, ejecutivos que desean hacer algún negocio, madres de familia que desea tomar un momento para salir de su rutina diaria, amigos que desea tomarse unos momentos para compartir.

Con un menú poco extenso; desde ensaladas, emparedados, comida liviana como entradas y por supuesto postres para aquellas personas que así lo deseen, elaborados con azúcar normal o suplemento de dieta.

Se espera que los visitantes que asistan a la Cafetería San Judas, experimenten de un ambiente agradable por un lado, acompañado de una comida sana que le ayude a mantenerse con buena salud y por el otro satisfacción por el sabor de los alimentos.

Capítulo 2. Información del proyecto

El propósito de este proyecto es determinar si es factible o no la apertura de una cafetería de comida saludable en el centro comercial Plaza Futeca de la zona 14 de la ciudad de Guatemala.

Para este fin se determinará la introducción al mercado de una cafetería con el concepto de comida saludable y con delicioso sabor.

2.1. Antecedentes

El centro comercial Plaza Futeca de la zona 14 se ha desarrollado como un lugar de moda, al cual concurren muchas personas, no solamente para asistir al gimnasio que es el comercio ancla del lugar sino que también es un lugar de encuentro de gente que vive en ese sector.

Muchas de las personas que visitan la Plaza Futeca de la zona 14 aprovechan para ingerir alimentos en cafeterías o pasar el tiempo compartiendo con amistades, siendo un lugar frecuentado por los trabajadores del área circunvecina.

Los negocios que se dedican a vender comida en el centro comercial son:

- Go Green: Venta de ensaladas.
- Rollitos: Venta de sándwiches a base de pan Pita (pan sin levadura).
- The Bagel Factory: Venta de sándwiches a base pan tipo Bagel.
- Piconas: Venta de comida típica salvadoreña, pupusas (tortillas de harina con relleno de queso, chicharrón, frijoles y otros condimentos).
- Los Shucos: Venta de Hot dog.

- La Playa: Venta de ceviches y cerveza.
- Subway: Venta de sándwiches con poco contenido de grasa.
- Taco Inn: Venta de comida típica mexicana, especialmente tacos.
- Italiano: Venta de comida italiana.
- Frozeen Yogurt - Helados a base de yogurt.
- Acá las alas: Venta de patitas y alas de pollo.

Existen una serie de negocios dedicados a la venta de comida, con el concepto de cafetería con comida de buen sabor, pero no necesariamente saludablemente, de buen sabor o comida saludable.

2.2. Problema

2.2.1 Árbol de problemas

2.2.1.2 Problema

La competencia: existen, en la actualidad, además de los negocios establecidos en el centro comercial Plaza Futeca, en los alrededores otros negocios dedicados a la venta de alimentos que son conocidos con la categoría de cafetería en la misma área con productos de calidad y buena imagen como lo son San Martín (Pan, sándwiches) y Prima Mocha (pastelería).

La causa se debe a que por ser un centro comercial de moda visitada y frecuentada por un público con capacidad de compra; se ha convertido en el público objetivo de establecimientos que se dedican a la venta de alimentos.

2.2.1.3 Efecto

Debido a la presencia de otros negocios similares en el área, aumentarán los costos de introducción, porque será más costoso dar a conocer la diferenciación de los productos.

2.2.2. Árbol de objetivos

2.2.2.1 Finalidad

Dar a conocer y demostrar a los clientes que pueden encontrar otra opción en la cual puedan velar por su salud sin sacrificar el buen sabor de la comida.

2.2.2.2 Medio

Proveer comida deliciosamente preparada, nutritiva, que proveerá salud al cuerpo humano.

2.2.3 Análisis de alternativas de solución

Se puede continuar ingiriendo comida poco saludable o tener la opción de ingerir comida saludable y sabrosa en un ambiente armonioso.

2.3 Objetivos del presente proyecto

2.3.1 Objetivo General

Determinar la viabilidad de introducir una cafetería de comida saludable y de buen sabor en el centro comercial de Plaza Futeca, zona 14 de la ciudad de Guatemala.

2.3.2 Objetivo específico

Determinar la demanda que existe para este tipo de negocio, para así obtener la rentabilidad de la Cafetería San Judas, de manera tal, que se justifique la inversión en ella al conocer la venta directa de este tipo de servicio de alimentación en el mencionado lugar.

2.4 Justificación del proyecto

En la actualidad existen diez establecimientos dedicados a la venta de productos alimenticios (en la primera semana de abril de 2008, abrirá Acá las Alas, será el número once) en la Plaza Futeca, zona 14 existiendo una variedad de comercios de venta comida. Pero ninguna opción representa una alternativa de comida saludable en un ambiente de cafetería, sino que o son tipo bar o autoservicios lo que les proporciona un ambiente frío y muy comercial.

Considerándose justificable ofrecer al público la nueva opción de comida saludable para el consumo en un ambiente agradable tipo cafetería, en donde pueden tomarse su tiempo para compartir a pesar de ser alimentos preparados, de una forma rápida.

2.5 Marco teórico conceptual

Cafetería San Judas será una cafetería de servicio de comida saludable, con exquisito sabor, dirigida a hombres y mujeres mayores de 20 años de edad , que tienen conciencia de la necesidad de alimentarse saludablemente y les gusta hacerlo en un ambiente bonito, agradable y donde acuden sus grupos de amistades.

Se considera una comida saludable aquella que sin descuidar el valor nutricional de los alimentos no riñe con el sabor de una comida tradicional, que es más rica en grasas y carbohidratos.

Los restaurantes de comida saludable son aquellos que ofrecen dentro de su gama de productos alimentos de bajo contenido en calorías y grasas saturadas.

Capítulo 3. Estudio de Mercadeo

3.1 El producto en el mercado

Es una cafetería dedicada a la alimentación con un menú a base de comida nutritiva para estar saludable.

3.1.1 Definición del producto

Cafetería de comida saludable, con un menú limitado, no extenso, en un ambiente agradable, acogedor, familiar, elegantemente informal. Con horario de 10:00 a.m. a 19:00 p.m., en el centro comercial Plaza Futeca, zona 14.

No compite directamente con otros negocios existentes; ya que los que existen actualmente no ofrecen el mismo concepto.

Se proveerá un servicio de alimentos preparados de calidad superior manufacturada con productos de primera y buen sabor en un ambiente relajando y armonioso, para jóvenes, adultos, madres con niños y ejecutivos.

3.1.2 Producto principal y subproductos

El producto principal de la cafetería San Judas, son la elaboración de ensaladas y emparedados con recetas saludables.

Los subproductos son las bebidas como café, te, refrescos.

3.1.3 Productos sustitutos o similares

Los productos similares y/o restaurantes que venden comida similar que se encuentran en la Plaza Futeca de la zona 14 o en el área vecina son:

- Go Green: Ensaladas.
- Rollitos: Sándwiches a base de pan Pita (sin levadura)
- The Bagel Factory: Sandwiches a base pan tipo Bagel.
- Subway: Sándwiches con poco contenido de grasa.
- San Martín: Panadería, sándwiches.
- Prima Mocha: Pastelería.

3.1.4 Productos complementarios

Los productos complementarios que se ofrecerán son aquellos que pueden acompañar las comidas o se pueden ingerir individualmente, como café, postres, conservas, pan.

3.2. El área del mercado

3.2.1 Población consumidora, contingente actual y futuro

La cafetería San Judas está dirigida a hombres y mujeres de 20 años de edad en adelante, de nivel socioeconómico alto, caracterizado por ingresos superiores en la pirámide poblacional. los habitantes de las zonas 13 y 14 y los asistentes a la Plaza Futeca de la zona 14.

3.2.2 Estructura de la población por grupos de edades, segmentos

Según el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala -INE, la población total de Guatemala es de 13,344,770 habitantes para el año 2007, de los cuales el 19.46 % es urbano, lo que nos da un total de 2,596,786 personas.

La población de 15 a 59 años de edad es de 50.76%, lo que da 1,318,128 personas, que conforman el grupo objetivo de la cafetería San Judas.

Según la clasificación de la descripción de los niveles socioeconómicos realizada por la empresa de investigación de mercados UNIDATA en el año 2006 y que continua vigente, los niveles A y B en la ciudad de Guatemala, tienen las siguientes características:

3.2.2.1 Nivel A (1%)

Vivienda propia y lujosa, en colonias residenciales, más frecuentemente en estilo mansión que departamento. En la ciudad capital habitan carretera a El Salvador, colonias como La Cañada, Elgin y Las Conchas en la zona 14, Vista Hermosa zona 15, la mayoría de viviendas que aún quedan en las zonas 9 y 10. Son casas con amplia área de recepción, alfombradas, parqué en otros terminados, muebles de gran categoría y generalmente un jardín espacioso.

Amplia gama de artefactos eléctricos: Televisión a color (100% de los hogares), refrigerador (100%), muchas veces de tamaño grande, cocina grande con licuadora, microondas y procesador de alimentos, lavadora (94%), aire acondicionado, antena parabólica o servicio de cable (98%). La mayoría de los hogares tiene por lo menos un vehículo (92%), pero con frecuencia existen más de dos automóviles de alto precio, pagados al contado. Probablemente casa en lugar de recreo, lancha, yate. Pertenencia a clubes privados de categoría. Posesión de tarjetas de crédito. Viajes al exterior. Predominio de personas de nivel educacional alto. Propietarios de sus fuentes de ingreso: fincas, industrias, grandes empresas comerciales, clínicas importantes, grandes estudios jurídicos, etc. En resumen, capacidad casi absoluta para obtener lo que deseen, en órdenes económicos.

3.2.2.2 Nivel B (4%)

Goza de casi todos los privilegios de la clase A, a nivel de consumidor, aún cuando los límites en su capacidad de adquisición son más estrechos. El nivel de vivienda suele ser similar al del nivel A, pero con alguna frecuencia puede no ser propia. El equipamiento y amueblado del hogar no se diferencia substancialmente del nivel A. Comúnmente poseen dos automóviles, tarjetas de crédito, viajes, educación superior en alto porcentaje, socio de clubes privados.

La diferencia entre el nivel A y el B, más que en conducta y hábitos de consumo, estriba en que este último está formado por personas que no son propietarias de bienes de capital que constituyan su fuente de ingreso: altos ejecutivos de grandes empresas, profesionales de éxito, gerencias de empresas medianas.

El nivel socioeconómico AB sería de el 5% de la población urbana, que es de 65,906 personas, de las cuales 31,569 son hombres y 34,337 mujeres.

En las zonas 13 y 14 viven un total de 45,056 personas, de las cuales 22,870 están en el rango de edad de 15 a 59 años y están conformados de la siguiente manera:

- Hombres= 10,955
- Mujeres= 11,915

Por lo que ellos son los que representarán el grupo objetivo.

3.2.3 Tasa de crecimiento de la población

En Guatemala la tasa de crecimiento para el año 2007, según el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala -INE, fue del 2.6%

3.2.4 Ingresos de población, nivel actual y tasas de crecimiento

Las características de población enunciadas anteriormente en el inciso 3.2.2 para los niveles socioeconómicos A y B.

Según la empresa de investigación de mercados PRODATOS los niveles de ingreso familiar por clase socioeconómica para el año 2003 fueron como se muestra en la tabla adjunta:

Tabla No. 1

LOS INGRESOS FAMILIARES MEDIOS DE CADA NIVEL: QUETZALES AL MES

A1	+ de 125,000	
A2	65,500	
B	38,600	
C1	23,500	
C2	10,500	
C3	6,100	
D	2,500	
E	1,100	

Fuente: Investigación de mercado; El comportamiento del consumidor. PRODATOS, 2003.

La proyección para los ingresos de los niveles A2 y B para el año 2007, según la inflación de 8% anual acumulado, representa las siguientes cantidades:

Nivel A2 Ingreso familiar mensual estimado para 2,007, Q. 89,112.00.

Nivel B Ingreso familiar mensual estimado para 2,007, Q. 52,515.00.

3.2.5 Estratos actuales y cambios en la distribución de ingreso

No se prevén cambios a corto plazo ni para los estratos socioeconómicos, ni cambios en la distribución del ingreso para estos niveles A y B urbanos de la ciudad de Guatemala.

3.3 Comportamiento de la demanda

Según los resultados del estudio realizado con los visitantes al centro comercial Plaza Futeca de la zona 14 durante el mes de marzo de 2,008 y cuyos resultados se detallan adelante en el numeral 4.

El 80% de los asistentes a la Plaza Futeca de la zona 14 acostumbran llegar a comer allí, por lo menos una vez al mes.

De los entrevistados, el 80% sí está dispuesto a llegar a comer comida sana o saludable a la Plaza Futeca de la zona 14.

Según datos proporcionados por la Administración del centro comercial, se estima que diariamente visitan alrededor de 400 personas a la Plaza Futeca de la zona 14.

Según los resultados de la encuesta en la que el 80% de los visitantes, acostumbran ingerir sus alimentos allí; se estima que 320 personas consumen alimentos en los restaurantes de la Plaza Futeca de la zona 14.

Los resultados de la investigación realizada indica que de las 320 personas que visitan diariamente y comen en la Plaza Futeca, zona 14, la probabilidad que consuman en la cafetería San Judas sería del 9.37%, es decir, 30 personas podrían comer en la cafetería. Se deberá hacer marketing (mercadeo) para llamar la atención de más personas y llegar a la meta de ventas estimada de 49 personas que consuman diariamente en la cafetería.

$$P = P(S) = h/n$$

P= Probabilidad

S= Visita a cafetería San Judas 320

h = total restaurantes 11

$$P(S) = 320/11 = 29.9$$

29.9= 30 personas, que equivalen AL 9.37% de los visitantes

La probabilidad es la característica de un evento del que existen razones para creer que se realizará. Los eventos tienden a ser una frecuencia relativa del número de veces que se realiza el experimento.

La probabilidad **p** de que suceda un evento **S** de un total de **n** casos posibles igualmente probables es igual a la razón entre el número de ocurrencias **h** de dicho evento (casos favorables) y el número total de casos posibles **n**.

$$p = P\{S\} = h/n$$

La probabilidad es un número (valor) que varía entre 0 y 1. Cuando el evento es imposible se dice que su probabilidad es 0 y el evento es cierto cuando siempre tiene que ocurrir y su probabilidad es 1.

3.4 Comportamiento de la oferta

Las personas que asisten a la Plaza Futeca, zona 14 acostumbran ingerir sus alimentos en los siguientes lugares:

• Taco Inn	20.0%
• Shucos	20.0%
• Subway	20.0%
• Piconas	20.0%
• Go green	10.0%
• Rollitos	10.0%
Total	100.0%

La comida favorita y que acostumbran a ingerir los comensales es:

• Sándwiches	30.0%
• Mexicana / tacos	20.0%
• Hamburguesas	10.0%
• Hot dog	10.0%
• Carne asada	10.0%
• Ensaladas	10.0%
• Otras	10.0%
Total	100.0%

En algunas ocasiones no tienen predilección por algún tipo de comida en particular en un 10.0%, lo cual se muestra en las respuestas como otros.

El comportamiento del producto alimentación en cafeterías o restaurantes en Plaza Futeca, zona 14 deberá proveer un interés y valor para el consumidor que será el comer saludablemente y sabroso, compitiendo con la comida rápida.

3.5 Comportamiento de los precios

El precio promedio de una comida en la Plaza Futeca, esta en el rango de Q. 30.00 a Q.50.00.

Históricamente y es de conocimiento general en la industria del Food Service ¹ que los márgenes de comercialización en la industria de restaurantes tipo cafetería o de comida rápida, están en una relación entre el costo de los ingredientes y el precio total de venta del producto final, que suele ser del 40% costo de ingredientes del total del precio de venta.

Se espera que este comportamiento se mantenga en el mediano plazo.

Los precios se estimarán según los costos de cada producto con un margen de ganancia del 20% al 30% tomando en cuenta los precios de la competencia, que no sean más altos y que esto pueda ser una razón para no consumir productos saludables.

3.6 Análisis de la comercialización

La costumbre en la forma de comercialización de este tipo de productos es de una de las siguientes:

¹ Food Service= Industria de la comida servida en restaurantes

3.6.1 La publicidad se puede realizar por medio de radio previo a la inauguración o bien se realiza el día de la inauguración de la nueva tienda y se colocan mantas en el local y volantes con la dirección del nuevo local en otros establecimientos vecinos para hacer del conocimiento del público el nuevo restaurante. Es importante el rótulo llamativo o la forma de hacer ver la nueva tienda.

3.6.2 Merchandising ², consiste en la exhibición de la cafetería San Judas y volantes para las personas dentro y fuera del centro comercial.

3.6.3 La capacidad límite de la cafetería San Judas será de 36 personas sentadas simultáneamente.

3.7 Resultados del estudio de mercado

Para conocer la demanda estimada y comportamiento del consumidor, en relación a la disposición a ingerir alimentos en el centro comercial Plaza Futeca de la zona 14, se llevó a cabo un estudio con los asistentes a dicho centro comercial, para conocer los hábitos de consumo de este tipo de productos y la actitud o disposición hacia ellos.

3.7.1 Objetivos del estudio de mercado

- 3.7.1.1 Conocer si el cliente acostumbra a comer en el centro comercial Plaza Futeca de la zona 14 al visitarla.
- 3.7.1.2 Averiguar qué tipo de comida acostumbra ingerir el visitante al centro comercial Plaza Futeca de la zona 14.
- 3.7.1.3 Establecer si la comida saludable o nutritiva es bien aceptada por los futuros consumidores..

3.7.2 Sujeto muestra

Persona, hombre o mujer perteneciente al grupo objetivo y que se encuentre en los alrededores del centro comercial Plaza Futeca de la zona 14.

2 Merchandising: técnica de exhibir los productos en el punto de venta.

Grupo Objetivo es hombre o mujer de Nivel Socio Económico A y B de 20 años en adelante.

3.7.3 Metodología

Entrevista cara a cara con personas que pertenezcan al grupo objetivo. Los encuestadores recibieron un entrenamiento especial para poder identificar y discriminar a los encuestados, miembros del grupo objetivo.

3.7.4 Tamaño de la muestra

Se realizó por el método del pre-muestreo que orienta a 100 muestras, que cumplan estrictamente con el grupo objetivo.

3.7.5 Objetivos de la investigación

3.7.5.1 Determinar el número de personas que comen en el centro comercial (frecuencia de visita) (número de veces que comen en el centro comercial).

3.7.5.2 Determinar el nivel de satisfacción con los establecimientos actuales (tipo de alimento que consumen) (tipo de alimento que prefieren) (satisfacción con la oferta actual)

3.7.5.3 Determinar la aceptación de mi cafetería (determinar la aceptación del tipo de alimentos de la cafetería).

3.7.6 Preguntas de la encuesta

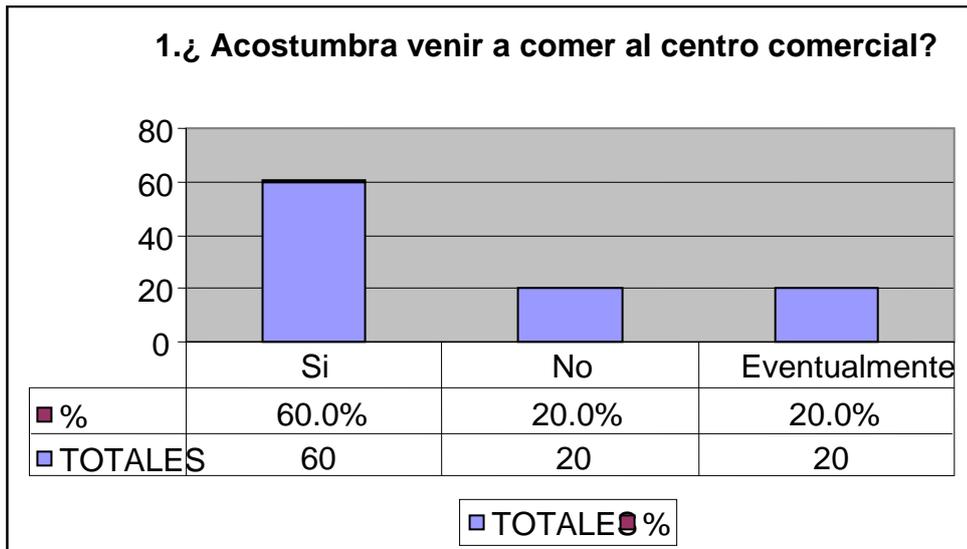
En los anexos se muestra el cuestionario que se llevó a cabo y las preguntas fueron:

- 1 ¿Acostumbra venir a comer al centro comercial?
- 2 ¿Con qué frecuencia consume alimentos en el centro comercial? o ¿Cada cuánto viene?
- 3 ¿En cuál restaurante acostumbra tomar sus alimentos?
- 4 Cuando viene al centro comercial, ¿Cuál es su comida favorita?
- 5 ¿Vendría a comer comida sana o saludable al centro comercial?

3.7.7 Resultados de la investigación

Los resultados gráficos de la investigación, se detallan a continuación:

Gráfica No. 1



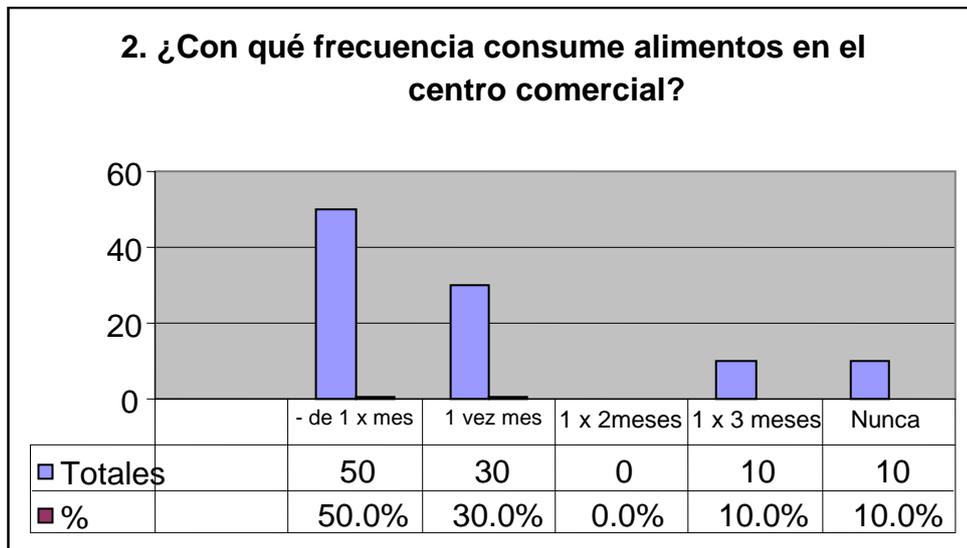
Fuente propia

Base 100 encuestas

Las respuestas de los entrevistados fueron que en el 60% de los casos sí acostumbra comer en el centro comercial y el 20% lo hacen eventualmente, lo que en suma da el 80% de los visitantes acostumbran comer desde eventualmente a frecuentemente en el centro comercial.

Solamente un 20% no acostumbra comer sus alimentos allí.

Gráfica No. 2

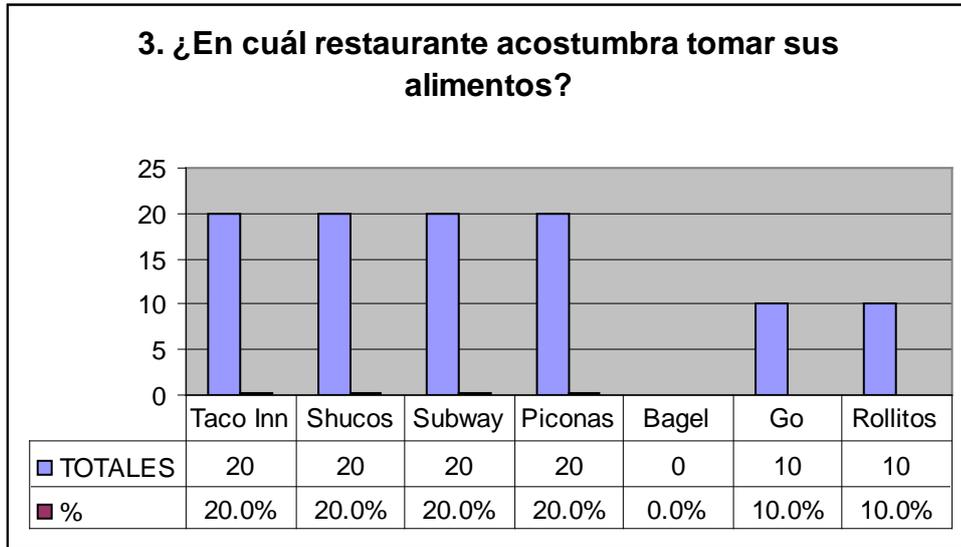


Fuente propia

Base 100 encuestas

El 80% de los entrevistados acostumbra consumir alimentos en el centro comercial por lo menos una vez al mes. Sumando los resultados de los que respondieron entre menos de una vez al mes (50%) y los que dijeron una vez al mes (30%).

Gráfica No. 3

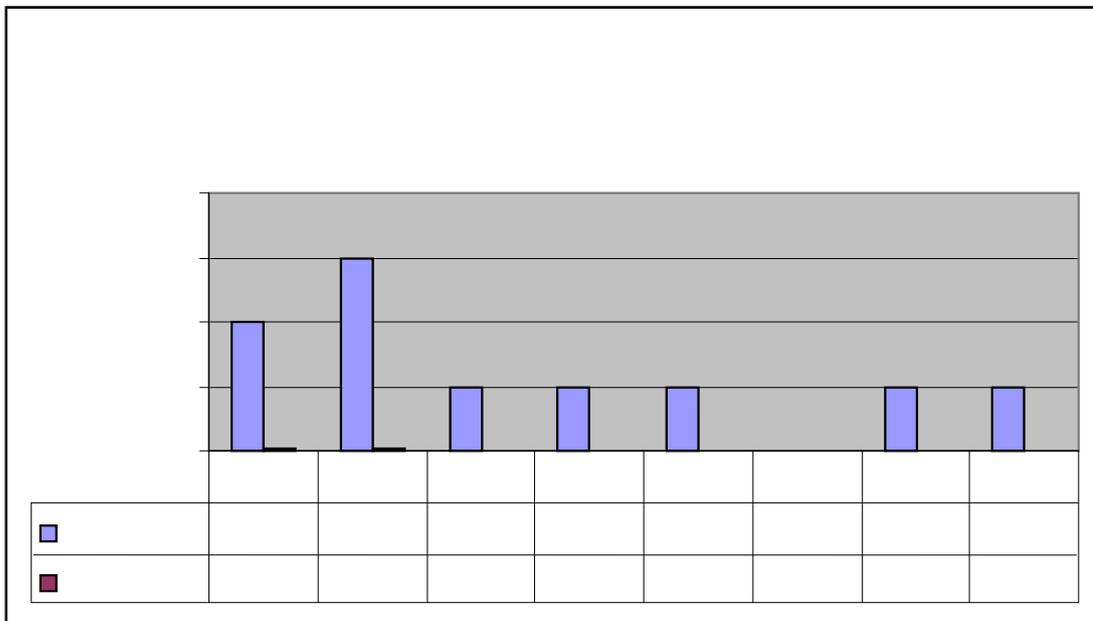


Fuente propia

Base 100 encuestas

No existe un sitio en el que se demuestre una especial predilección sobre los otros restaurantes, siendo los principales Taco Inn, Shucos, Subway y Piconas; todos con 20%.

Gráfica No. 4

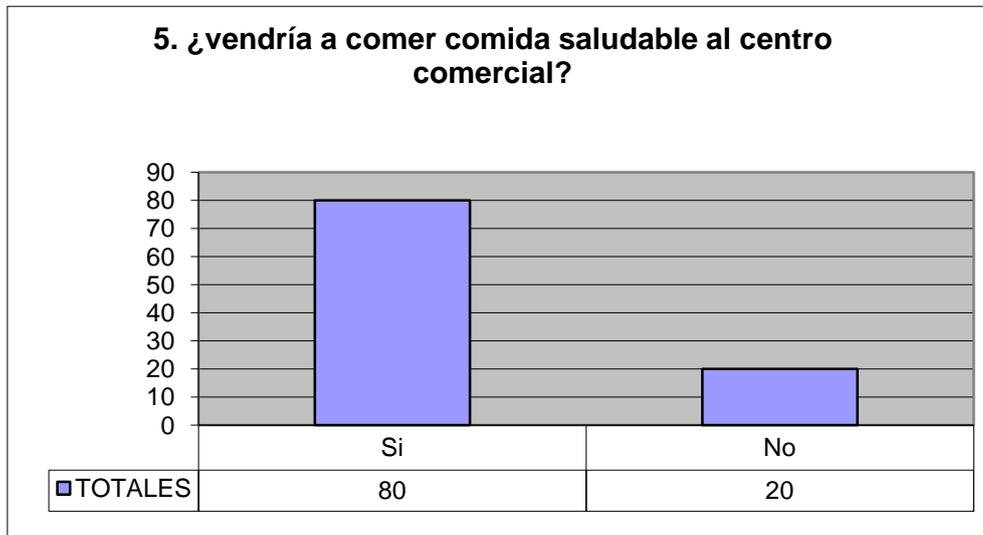


Fuente propia

Base 100 encuestas

La comida favorita son los sándwiches con el 30% y la comida mexicana, especialmente los tacos con el 20%, después no manifestaron predilección notoria.

Gráfica No. 5



Fuente propia

Base 100 encuestas

El 80% de los entrevistados manifestaron su conformidad con asistir a comer comida saludable al centro comercial.

Capítulo 4 Estudio Técnico

4.1 Localización

4.2 Macro: Guatemala

4.3 Micro: Plaza Futeca, zona 14 de la ciudad de Guatemala

La cafetería San Judas estará ubicada en el local comercial número 18 del centro comercial Plaza Futeca zona 14, cuya dirección es 10 avenida 10-50, zona 14.

Las dimensiones del local comercial número 18 son de 56 metros cuadrados.

Con capacidad para dar servicio simultáneo a 36 personas sentadas más área de cocina, servicio y preparación de alimentos.

Las personas que visitan el centro comercial Plaza Futeca zona 14, por lo general llegan en automóvil o bien a pie si son vecinas de las cercanías del centro comercial.

4.4 Proceso de producción

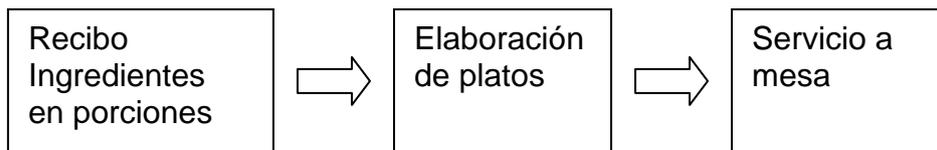
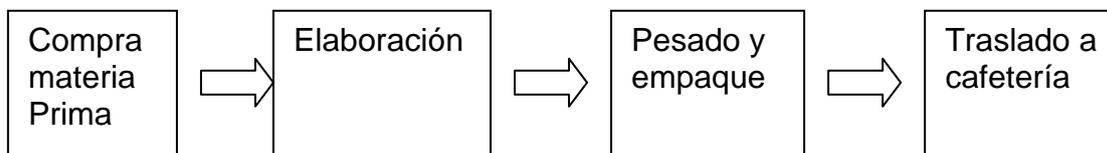
El proceso de producción se realizará en dos etapas, la primera o preproducción de todos los ingredientes especiales como lo son salsas y aderezos se llevará a cabo en

el Centro de Producción San Judas, ubicado en la 7ª Avenida 3-44 zona 8 de San Cristóbal, Sector A-3, en Mixco y serán trasladadas en porciones para facilitar su uso y cuidar la secretividad de sus fórmulas.

La producción final o servicio y arreglo de los platos, se llevará a cabo directamente en la cafetería.

4.4.1 Proceso de transformación

Este se lleva cabo en dos proceso, el primero consiste en el cocimiento y preparación de alimentos o cocinado y el segundo en la mezcla de las ingredientes de las fórmulas para sacar los salsas y aderezos.



4.4.2 Insumos principales, secundarios y alternativos

4.4.2.1 Principales

Lechuga simple, romana y escarola tomate manzano, espinaca, aguacate, zanahoria.

Pan de agua e integral, jamón de pavo

Queso blanco, amarillo, ricota, cottage (queso sin grasa).

Nuez pecana, leche normal y condensada, chocolate

4.4.2.2 Secundarios

Aceite de oliva, aceite de girasol, vinagre balsámico, especias (ajo, cebolla en polvo, sal, pimienta), albahaca, cilantro, azúcar, huevos, harina

4.4.2.3 Alternativos

Bolsa de ensalada preparada de Baby Beluga, estilo Campo empaque de 1 libra.

Jamón Santa Lucia de Pavo en Paquete de 1 libra.

4.4.2.4 Productos principales y subproductos

Principales:

- Ensalada vegetariana.
- Ensalada antipasto.
- Ensalada roja.
- Ensalada Virginia.
- Sándwich sureño.
- Sándwich Washington.
- Sándwich Richmond.
- Sándwich Alexandria.
- Pastel pecanas.
- Pastel cuatro leches.
- Pastel pie de limón.
- Pastel brownie.

Subproductos:

- Refrescos naturales, Naranjada, limonada, rosa de jamaica y te frío.
- Bebidas calientes:
 - Te de sabores Camomila, Inglés, Hindú, Verde.
 - Café americano, capuchino, expreso, late.

4.4.2.5 Residuos generados en el proceso

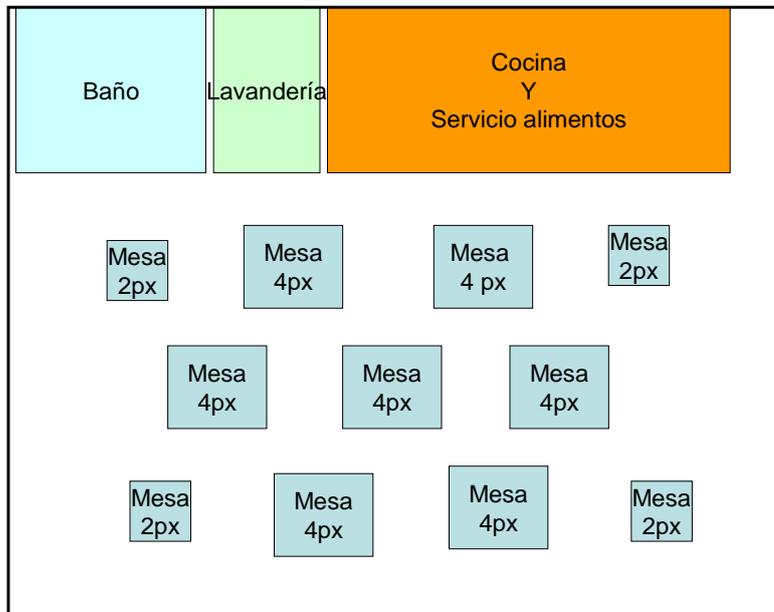
Para la utilización de los residuos generados en el proceso, se contacto con la granja de cerdos Toñin, quien se encargara de comprar los residuos o desperdicio del centro de producción y la cafetería por peso.

4.4.2.6 Identificación y descripción de las etapas de producción

- Las etapas de producción son:
 1. Cotización de los ingredientes
 2. Compra de los ingredientes
 3. Almacenamiento
 4. Pesado
 5. Mezclado de los ingredientes
 6. Cocción de los alimentos e ingredientes

7. Sacar las porciones por peso y almacenado en bolsas plásticas

4.4.2.7 Descripción de las instalaciones, equipo y personal



Local de 6x10 mts

Servicio a 36 px

Equipo

- a. Estufa industrial
- b. Cafetera Industrial
- c. Microondas
- d. Licuadora Industrial
- e. Procesador de alimentos
- f. Congelador
- g. Refrigerador
- h. Equipo de cocina
- i. Mobiliario: Mesas, sillas
- j. Vajilla, cubiertos
- k. Mostrador
- l. Mantelería

m. Caja registradora

Personal:

- 3 meseros (1 mesero es encargado de caja)
- 2 cocineros

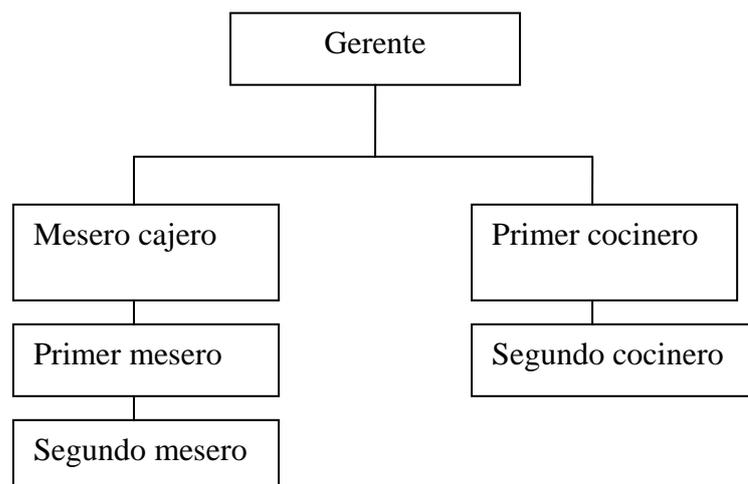
4.5 Obra física

La obra física requerida en el local comercial será una división de tabla yeso con revestimiento plástico, de la que se encuentra en el mercado (Distribuidora Mayén, Cemaco.) pintada con pintura de aceite sin plomo; para separar la cocina o sea la elaboración de los alimentos, del área de visita de los clientes.

4.6 Organización

El propietario es quien fungirá como Gerente General, estará a cargo de la toma de decisiones y el correcto funcionamiento del negocio. Le reportará el mesero cajero que fungirá como segundo en el área de servicio al cliente y por el otro lado el cocinero uno, quien es el responsable del área de la comida.

Organigrama



4.7 Calendario

Se tiene planificado empezar con dicho proyecto en el mes de junio de 2,008, para inaugurar al público el 15 de octubre de 2,008.

	Actividad	Junio			Julio			Agosto			Septiembre			Octubre	
1	Solicitud y Confirmación de local	X									X				
2	Licencia sanitaria				X	X	X	X	X	X	X	X	X		
3	Licencia alimentos				X	X	X	X	X	X	X	X	X		
4	Adaptación del local							X	X	X	X				
5	Compra mobiliario									X	X				
6	Decoración									X	X				
7	Compra de equipo									X	X				
8	Contratación personal									X	X	X	X		
9	Prueba de funcionamiento													X	
10	Prueba con invitados														X
11	Inauguración														X

Capítulo 5. Estudio Administrativo- Legal

La organización administrativa legal del negocio será comerciante individual, propietaria de la cafetería San Judas. Se inscribirá en la Superintendencia de Administración Tributaria- SAT como comerciante individual bajo el régimen de pago mensual de impuestos. Se tramitará la Patente de comercio en El Registro Mercantil.

5.1 Descripción de puestos

- Puesto: Mesero uno y dos.
- Función: Atender a los clientes y servir las mesas.

5.2 Actividades

- Al llegar hacer la limpieza de la cafetería, ordenar mesas y sillas.
- Recibe clientes, entrega el menú y solicita el pedido escrito.
- Lleva pedido escrito a la cocina para su elaboración.
- Recibe el pedido elaborado y lo lleva a la mesa y deja copia del pedido escrito en la caja.

- e. Presenta el cobro al cliente, entrega la factura y limpia la mesa.
- f. Al finalizar su turno, limpia el lugar o área de trabajo.

5.3 Requisitos

- a. Estudios mínimos de tercero básico.
- b. Carecer de antecedentes penales y policíacos, sin tatuajes visibles.
- c. Experiencia deseable mínima de 6 meses.
- d. Buena actitud de servicio, amable y educado hacia los clientes.
- e. Buena presencia, presentación nítida, impecable.

5.4 Puesto Mesero (3)

- Función: Atender a los clientes y servir las mesas
- Actividades:
 - a. Al llegar hace la limpieza de la cafetería y ordena mesas y sillas.
 - b. Recibe a los clientes, entrega el menú y solicita el pedido por escrito.
 - c. Lleva el pedido escrito a la cocina.
 - d. Recibe el plato elaborado y lo lleva a la mesa y deja copia de pedido escrito en la caja.
 - e. Presenta el cobro al cliente, da la factura y limpia la mesa.
 - f. Al finalizar el turno, deja limpio el lugar o área de trabajo.
 - g. Es el responsable de los cobros y la caja, así como de los depósitos en el banco.

5.5 Requisitos meseros

- a. Estudios mínimos de Bachiller o su equivalente.
- b. Carecer de antecedentes penales y policíacos, sin tatuajes visibles.
- c. Experiencia deseable mínima de 6 meses.
- d. Buena actitud de servicio, amable y educado hacia los clientes.
- e. Buena presencia, presentación nítida, impecable.

5.6 Puesto Cocineros 1 y 2

- Función: Elaboración de los alimentos y presentación de los platos.
- Actividades:

- a. Limpieza de la cocina y la ordena.
- b. Recibe pedido por escrito y procede a su elaboración.
- c. Avisa que pedido esta listo y guarda copia de pedido escrito.
- d. Coteja y compara pedidos por escrito al final de su turno.
- e. En caso necesario, ayuda a servir en las mesas.
- f. Al finalizar el turno, deja limpio el lugar de trabajo.

5.7 Requisitos

- a. Estudios mínimos de Tercero básico y Chef de Intecap.
- b. Certificado de buena salud extendida por médico y tarjeta de pulmones, VIH negativo.
- c. Carecer de antecedentes penales y policíacos, sin tatuajes visibles.
- d. Experiencia como cocinero.
- e. Buena actitud de servicio.

La contabilidad la efectuará una compañía externa al negocio especializado en este tipo de operaciones, siendo CONTASALVA, S.A. ubicada en la 15 calle A 10-51, Oficina 3, zona 1 de la ciudad de Guatemala.

Capítulo 6. Análisis de impacto ambiental

No existe un impacto negativo en el ambiente por los desechos que se generen en la cafetería. La basura será extraída por el servicio de recolección de basura tradicional autorizado por la municipalidad de Guatemala.

Para la utilización de los residuos sobrantes de los alimentos, se contactó con la granja de cerdos Toñin, quien se encargará de comprar por peso los residuos o desperdicios del centro de producción y la cafetería.

Capítulo 7. Estudio Financiero

Los costos y gastos que se estiman en el presente estudio, se realizaron en el transcurso de los meses de marzo y abril de 2008.

7.1 Análisis de costos de operación

El tipo de cambio que se utilizó fue de Q.7.7 por US Dólar.

Renta del local: Área de local 56 mts², costo estimado (56x\$22.7.7)=Q 9,486.40

Costo de comida= 30%

Personal: 3 meseros (Q 1,650.00 c/u), 2 cocineros (Q 3,000.00 c/u)= Q10,950.00

Gastos: Agua, luz y basura incluidas en renta.

Teléfono: Q500.00 estimado mensual.

Gastos de operación: Servilletas 5% de la venta neta.

Total costos operación Q 21,436.40

7.2 Inversión Inicial

Estufa industrial	Q 7,500.00
Cafetera Industrial	Q 7,700.00
Microondas	Q 1,300.00
Licuada Industrial	Q 900.00
Procesador de alimentos	Q 1,200.00
Congelador	Q 4,000.00
Refrigerador	Q 8,000.00
Equipo de cocina	Q 3,000.00
Mobiliario: Mesas, sillas	Q15,000.00
Vajilla, cubiertos	Q 6,000.00
Mobiliario y equipo	Q12,000.00
Mantelería	Q 3,000.00
Caja registradora	Q 7,700.00
Capital de trabajo 2 meses (renta, sueldos y gasto teléfono)	Q23,900.00
Publicidad	Q10,000.00
Decoración incluye obra física	Q10,000.00
Imprevistos	Q10,000.00
Total Inversión Inicial	Q131,200.00

Costos al 7 de abril de 2008.

7.3 Estado de Resultados mensual proyectado

Ventas netas, sin IVA		Q83,571.00
		-
(-) Costo de ventas		Q28,080.00
Utilidad bruta por ventas		Q55,491.00
(-) Costo Marketing	Q10,000.00	
(-) Gasto Operación - sueldos	Q16,129.00	
(-) Gasto Administración- renta	Q9,486.40	Q35,615.40
Utilidad		Q19,881.60

7.4 Punto de equilibrio

Suponiendo que el total de costos y gastos al 50%; el Punto de Equilibrio estaría en ventas de Q. 42,873.00

$$(9,486.4+11950)/.50= Q.42, 873.00$$

Ticket promedio de venta Q.75.00 (1plato+1refresco+1café)

Q.50.00 (1café + 1 pastel)

7.5 Análisis de Costos totales

7.5.1 Costo de la inversión física

La colocación de paredes de tabla yeso para hacer las divisiones al local, la pintura, decoración y adaptación del local esta contemplado en Q.10, 000.00.

7.5.2 Costo total de la operación

Inversión Inicial

Estufa industrial	Q7,500.00
Cafetera industrial	Q7,700.00
Microondas	Q1,300.00
Licuada industrial	Q900.00
Procesador de alimentos	Q1,200.00
Congelador	Q4,000.00
Refrigerador	Q8,000.00
Equipo de cocina	Q3,000.00
Mobiliario: Mesas, sillas	Q15,000.00
Vajilla, cubiertos	Q6,000.00
Mostrador exhibidor	Q12,000.00
Mantelería	Q3,000.00
Caja registradora	Q7,700.00
Capital de trabajo 2 meses	Q23,900.00
Publicidad	Q10,000.00
Decoración y obra física	Q10,000.00
Imprevistos	Q10,000.00
Total Inversión Inicial	Q131,200.00

7.5.3 Costos unitarios básicos y su estructura

Los costos son recurrentes y directos al producto vendido, por lo que se cargan cada vez que se utilizan y están contemplados en estructura de precios.

Estructura de precios

Ventas	93,600.00	
IVA	<u>11,232.00</u>	
Ventas sin IVA	82,368.00	100%

Costo de Comida 30%=	24,710.40	30.0%
Renta	9,486.40	11.5%
Gasto operación	11,950.00	14.5%
Gasto opera extra(5% de venta)	<u>4,179.00</u>	<u>5.1%</u>
Total Costos y gastos	50,325.80	61.1%
Ganancia	32,042.20	38.9%

7.5.4 Clasificación de los rubros de costo en fijos y variables:

Costos	Fijos	variables
Personal	10,950.00	
Renta (Agua, luz y extracción basura)	9,486.40	
Teléfono		500.00
Gastos operación servilletas, etc.		500.00
Costo de alimentos		X

7.6 Análisis de ingresos

7.6.1 Venta de productos y subproductos

Ventas estimadas

- Almuerzo 72 personas (72x75)= Q.5,400.00
- Refacciones 36 personas (50x36)= Q.1,800.00
- Promedio diario de venta Q. 7,200.00 X.5 = Q.3,600 x 26 días= Q.93,600.00

7.6.2 Otros Ingresos

No se consideran otros ingresos.

7.6.3 Ingresos totales por año

Los ingresos esperados para el primer año de operaciones son de Q.898, 944.00

7.6.4 Proyección de los ingresos

Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ventas	Q30,000.00	Q60,000.00	Q70,000.00	Q80,000.00	Q82,368.00	Q82,368.00

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Q82,368.00	Q82,368.00	Q82,368.00	Q82,368.00	Q82,368.00	Q82,368.00	Q898,944

Las ventas van creciendo en los primeros meses por ser nuevo el negocio y se van consolidando conforme pasa el tiempo, hasta llegar a la capacidad total de servicio, suponiendo su madurez a partir del quinto mes.

7.7 Recursos financieros para la inversión

7.7.1 Capital disponible, a corto, mediano y largo plazo.

Se tiene capital propio de Q. 132,000.00 para destinar a esta inversión

7.7.2 Calendario de las inversiones

Se harán desde el primer mes, menos lo destinado a capital de trabajo, que se eroga en el transcurso del primer trimestre de operación.

7.7.3 Las necesidades de capital de trabajo, son de Q 23,900.00 ya que se tienen destinados dos meses de gastos de operación para ayudar al negocio a establecerse esperando que con las ventas del tercer mes ya se paguen los gastos.

7.7.4 Estructura y fuentes de financiamiento

Se utilizará capital propio.

7.7.5 Cuadro de fuentes y uso de fondos

Proviene de capital propio y se utilizará como inversión inicial.

Inversión Inicial

Estufa industrial	Q7,500.00
Cafetera Industrial	Q7,700.00
Microondas	Q1,300.00
Licuada Industrial	Q900.00
Procesador de alimentos	Q1,200.00
Congelador	Q4,000.00
Refrigerador	Q8,000.00
Equipo de cocina	Q3,000.00
Mobiliario: Mesas, sillas	Q15,000.00
Vajilla, cubiertos	Q6,000.00
Mobiliario y equipo	Q12,000.00
Mantelería	Q3,000.00
Caja registradora	Q7,700.00
Capital de trabajo 2 meses	Q23,900.00
Publicidad	Q10,000.00
Decoración	Q10,000.00
Imprevistos	Q10,000.00
Total Inversión Inicial	Q131,200.00

7.7.6 Apalancamiento financiero

No es necesario, porque se utilizará capital propio destinado para el proyecto.

7.8 Estados financieros proyectados; para el primer año de operaciones

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyecto

Estado de Perdidas y Ganancias	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
Ventas Netas	Q30,000	Q60,000	Q70,000	Q80,000	Q82,368	Q82,368	Q82,368
(-) Costo de ventas	Q9,000	Q18,000	Q21,000	Q24,000	Q24,710	Q24,710	Q24,710
Utilidad Bruta por Ventas	Q21,000	Q42,000	Q49,000	Q56,000	Q57,658	Q57,658	Q57,658
(-) Gasto Marketing	Q10,000						
(-) Gto Admon (sueldo,renta)	Q21,436	Q21,436	Q21,436	Q21,436	Q21,436	Q21,436	Q21,436
(-) Gto Opera(5%ventas)	Q1,500	Q3,000	Q3,500	Q4,000	Q4,118	Q4,118	Q4,118
Utilidad	-Q11,936	Q17,564	Q24,064	Q30,564	Q32,103	Q32,103	Q32,103
Utilidad acumulada		Q5,627	Q29,691	Q60,254	Q92,357	Q124,460	Q156,563

Estado de Perdidas y Ganancias	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL	%
Ventas Netas	Q82,368	Q82,368	Q82,368	Q82,368	Q82,368	Q898,944	100.0%
(-) Costo de ventas	Q24,710	Q24,710	Q24,710	Q24,710	Q24,710	Q269,683	30.0%
Utilidad Bruta por Ventas	Q57,658	Q57,658	Q57,658	Q57,658	Q57,658	Q629,261	70.0%
(-) Gasto Marketing						Q10,000	1.1%
(-) Gto Admon (sueldo,renta)	Q21,436	Q21,436	Q21,436	Q21,436	Q21,436	Q257,237	28.6%
(-) Gto Opera(5%ventas)	Q4,118	Q4,118	Q4,118	Q4,118	Q4,118	Q44,947	5.0%
Utilidad	Q32,103	Q32,103	Q32,103	Q32,103	Q32,103	Q317,077	35.3%
Utilidad acumulada	Q188,666	Q220,768	Q252,871	Q284,974	Q317,077		0.0%

La utilidad mostrada es antes de impuestos.

No se indica la recuperación del capital, pues se hará al finalizar el primer año.

No esta contemplado el uso de las utilidades sino hasta después del primer período del primer año de funcionamiento de la cafetería.

No se indica Balance General porque no se tiene ningún activo ni pasivo actualmente; se hace el proyecto para evaluar la inversión.

7.9 Evaluación Económica

7.9.1 Valor actual neto

Inversión Q.131,200 y retorno primer año Q.317,077 equivale a 241.7% o sea que se recupera la inversión en más del 141.7%

$$\text{VAN} = 317,077 / 131,200 = 2.417$$

7.9.2 Tasa interna de retorno

Inversión Q131,200.00 y retorno primer año Q317,077.00 equivale a 241.7%, es decir, que se recupera la inversión en más del 141.7%

$$\text{TIR} = 317,077 / 131,200 = 2.417$$

Se recupera la inversión en el séptimo mes.

7.9.3 Relación beneficio / costo

$$\text{Ingresos Q.317,070.00 / Inversión Q.131,200.00} = 2.417$$

Si se implementa el proyecto se puede llegar a ganar hasta Q. 317.077.00 en el primer año de operación.

Si no se implementara, no se realiza la inversión.

7.9.4 Recuperación de la inversión

Con utilidades mostradas en el estado de pérdidas y ganancias proyectado de un año, se espera recuperar la inversión a partir del séptimo mes en el que las utilidades acumuladas son de Q.156,563.00.

7.10 Análisis de sensibilidad

- Área de local 56 metros², costo estimado (56x\$22 x7.7) = Q.9,486.40
- Costo de comida = 30%
- Personal: Tres meseros (Q1, 650.00 c/u), dos cocineros (Q.3, 000.00 c/u) = Q.10, 950.00
- Gastos: Agua, luz y basura incluidas en renta.
- Teléfono: Q.500.00 estimado mensual.
- Gastos de operación: Servilletas 5% de la venta neta.

Total costos operación Q. 21,436.40

Capítulo 8. Conclusiones

1 Según los resultados de los estudios de mercado y financiero, en la que los consumidores indican que sí estarían dispuestos a consumir productos saludables en un 80% en el centro comercial Plaza Futeca de la zona 14 y el resultado del análisis financiero, también indica que el proyecto es rentable, porque se obtiene un margen de 38.7% y un retorno de la inversión superior al 141%.

Se determinó la viabilidad de la apertura de una cafetería de comida saludable en el centro comercial Plaza Futeca ubicada en la zona 14 de la ciudad capital de Guatemala.

.2 En base a los resultados obtenidos del estudio de mercado se determinó que los visitantes sí acostumbran ingerir sus alimentos en el centro comercial Plaza Futeca, zona 14 en un 80%. y que la comida favorita (según resultados gráfica #4) son los sándwiches, con un 30% de la preferencia de los asistentes al centro comercial, por lo que se concluye que el mercado objetivo sí está dispuesto a consumir estos productos que serán la base principal de la cafetería San Judas.

Capítulo 9. Recomendaciones

Se recomienda llevar a cabo el proyecto y proceder a la apertura de la cafetería San Judas debido a que los productos son del agrado del futuro consumidor y financieramente también es rentable obteniendo una utilidad promedio mensual de 38.7% y la rentabilidad anual supera el 141% de la inversión.

10 Bibliografía:

Diccionario Moderno por Eduardo Cárdenas, Sexta edición, ilustrada, corregida y aumentada, Editorial Norma 1975

Guía para la Preparación y Evaluación de Proyectos, con un Enfoque Administrativo
Por Lic. Mónica Casia
Licenciada en Administración de Empresas.
Maestría en Administración Financiera.

Empresa de Investigación Prodatos

www.prodatos.com

Instituto Nacional de Estadística de Guatemala-INE

www.ine.gob.gt

UNIDATA,S.A. Investigación de Mercados y Consultoría Empresarial

www.unidatasa.com

Glosario:

1 Food Service Industria dedicada a la comercialización de alimentos en restaurantes y cafeterías

2 Merchandising: técnica de exhibir los productos en el punto de venta.

Anexos

Anexo 1

NÚMERO (). En la ciudad de Guatemala, el día _____ de enero del año dos mil ocho, ANTE MI: SILVIA AZUCENA PEREZ CAAL, Notaria, comparecen: por una parte el señor EDUARDO NAVAS PAIZ, quien declara ser de treinta y nueve años, soltero, ejecutivo, guatemalteco, de este domicilio, se identifica con cédula de vecindad número de orden A guión uno (A-1) y de registro setecientos sesenta y dos mil novecientos sesenta y siete (762,967) extendida por el Alcalde municipal de Guatemala, departamento de Guatemala, quien actúa en su calidad de GERENTE GENERAL Y REPRESENTANTE LEGAL de la entidad FUTECA, SOCIEDAD ANÓNIMA, calidad que acredita con el acta notarial donde consta su nombramiento, autorizado en esta ciudad el día veintinueve de julio del año dos mil tres por el Notario Pedro Mendoza Montano, el cual se encuentra razonado de estar inscrito en el Registro Mercantil General de la República, con el número doscientos ocho mil novecientos treinta y siete (208,937), folio ochocientos sesenta y tres (863) del libro ciento treinta y cinco (135) de Auxiliares de Comercio, y por la otra parte la señora _____, quien declara ser de cuarenta y cinco años de edad, casada, guatemalteca, empresaria, de este domicilio, se identifica con la cédula de vecindad número de orden A guión uno (A-1) y de registro _____ extendida por el Alcalde Municipal de Guatemala del departamento de Guatemala, quien actúa en nombre propio y como propietaria de la empresa mercantil denominada _____; y el señor _____, de cincuenta y seis años de edad, casado, ecónomo, extranjero domiciliado en esta ciudad capital, se identifica con cédula de vecindad número de orden A guión uno (A-1) y de registro _____ extendida por el Alcalde Municipal de esta ciudad capital, quien actúa en nombre propio. Yo la Infrascrita Notaria hago constar que las representaciones que se ejercitan son amplias y suficientes de conformidad con la ley y a mi juicio para el otorgamiento del presente contrato. Asegurándome los comparecientes ser de los datos de identificación personal consignados y encontrarse en el libre ejercicio de sus derechos civiles, me manifiestan que por este acto celebran CONTRATO DE SUBARRENDAMIENTO Y FIANZA contenidos en las cláusulas siguientes: PRIMERA: (ANTECEDENTES) I) Declara el señor EDUARDO NAVAS PAIZ que su representada, la entidad FUTECA, SOCIEDAD ANÓNIMA (a la que en el transcurso del

presente instrumento se le podrá denominar LA SUBARRENDANTE) es única y legítima arrendataria de las fincas: a) finca inscrita en el Registro General de la Propiedad, con el número cien mil cuarenta y dos (100,042) folio ciento cuarenta y dos (142) del libro un mil doscientos ochenta (1,280) de Guatemala, propiedad de la señora LUCIA EUGENIA IBARGÜEN PUJOL según escritura pública número treinta y dos (32) autorizada en ésta ciudad el diecinueve de julio de mil novecientos ochenta y tres por el Notario Arnoldo Johnston Sánchez b) finca inscrita en el Registro General de la Propiedad con el número noventa y ocho mil quinientos cuarenta y nueve (98,549) folio doscientos (200) del libro un mil doscientos diecisiete (1,217) de Guatemala, propiedad de la señora ELISA IBARGÜEN PUJOL DE VILLAGRAN. según escritura pública número treinta y tres (33) autorizada en ésta ciudad el diecinueve de julio de mil novecientos ochenta y tres por el Notario Arnoldo Johnston Sánchez y de la finca ochocientos treinta y seis (836) folio diecisiete (17) del libro un mil setecientos veinticinco (1725) de Guatemala; c) finca inscrita en el Registro General de la Propiedad bajo el numero noventa y ocho mil quinientos cuarenta y ocho (98,548) folio ciento noventa y nueve (199) del libro un mil doscientos diecisiete (1,217) de Guatemala, propiedad de la señora MARIA ELENA EUGENIA ELISA IBARGÜEN PUJOL según escritura pública número doscientos veintinueve (229), autorizada en esta ciudad por el Notario José Vicente Guzmán Shaul, el doce de agosto del año dos mil cuatro; d) finca inscrita en el Registro General de la Propiedad bajo el numero setenta y cinco (75) folio setenta y cinco (75) del libro dos mil novecientos nueve (2,909) de Guatemala, es propietario de el señor JOAQUIN RODRIGO ROBERTO ENRIQUE IBARGÜEN PUJOL según escritura pública numero ciento sesenta (160), autorizada por el Notario José Vicente Guzmán Shaul en esta ciudad el diez de mayo del año dos mil cinco; II) Que de las fincas identificadas en los incisos a), b) c) y d) antes descritas, es USUFRUCTUARIA VITALICIA la señora BLANCA CONSUELO PUJOL VÁSQUEZ DE IBARGÜEN. III) Continua manifestando el señor Eduardo Navas Paiz, que de conformidad con lo pactado en el contrato de arrendamiento celebrado entre su representada, la entidad FUTECA SOCIEDAD ANONIMA, y la señora BLANCA CONSUELO PUJOL VÁSQUEZ DE IBARGÜEN, su representada se encuentra debidamente facultada para dar en subarrendamiento total o parcialmente las fincas antes

relacionadas. SEGUNDA: (DEL CENTRO COMERCIAL) Expresa el señor EDUARDO NAVAS PAIZ que su representada, la entidad FUTECA SOCIEDAD ANONIMA, ha desarrollado un centro comercial que se denomina PLAZA FUTECA (al que en el transcurso del presente instrumento se le podrá denominar EL CENTRO COMERCIAL). La finalidad del Centro Comercial relacionado es, entre otras, la de fungir como centro de entretenimiento, prestación de servicios, comercialización y venta de productos y mercaderías al consumidor; desarrollo de competencias y actividades deportivas, organización de conciertos musicales y en general cualquier tipo de actividades de espectáculo y entretenimiento. Para el efecto el Centro Comercial cuenta con áreas en las que se desarrollarán las actividades descritas anteriormente, y una serie de locales comerciales. Además se contempla el desarrollo de cualquier tipo de instalaciones que complementen y/o coadyuven en la realización de los fines del mismo. TERCERA: (DEL SUBARRENDAMIENTO): En virtud de lo anterior la entidad FUTECA SOCIEDAD ANÓNIMA, a través de su Representante Legal, da en subarrendamiento a la señora _____ (a quien en el transcurso del presente instrumento podrá denominársele EL SUBARRENDATARIO), el local comercial identificado con el numero CUARENTA Y TRES (43) del Centro Comercial denominado Plaza Futeca Zona 14. El local comercial posee una extensión de CINCUENTA Y SEIS METROS CUADRADOS (56 mts²); CUARTA: (SERVICIOS Y ACCESORIOS): El local comercial cuenta con los servicios siguientes: a) Servicio de Agua: el centro comercial tiene una cisterna adecuada para garantizar el suministro de agua potable a toda hora. El servicio de agua será prestado a cada local y su costo estará incluido en la cuota de mantenimiento que deberá pagar EL SUBARRENDATARIO de conformidad con lo que se establece en el presente instrumento; b) Servicio de Energía Eléctrica: LA SUBARRENDANTE entrega el Servicio de Energía Eléctrica, debidamente instalado hasta el tablero de distribución respectivo; c) Servicio Telefónico: El Local Comercial cuenta con una línea telefónica. En caso de existir disponibilidad de líneas telefónicas, se podrán solicitar líneas adicionales a la SUBARRENDANTE quien de concederlas cobrará una suma mensual de veintiséis dólares de los Estados Unidos de Norte América o su equivalente en quetzales, de conformidad con las estipulaciones establecidas en la cláusula quinta del presente instrumento público.

Conviene los comparecientes que el pago del servicio de energía eléctrica y línea (s) telefónica (s) del local comercial corresponderá en sus cuotas ordinarias, extraordinarias y sus excesos a EL SUBARRENDATARIO debiendo efectuar el pago del servicio telefónico a la empresa proveedora del mismo, en el modo, tiempo y lugar que las mismas establezcan. Por otra parte LA SUBARRENDANTE manifiesta que el Local Comercial cuenta con los siguientes accesorios: a) Estructura a base de marcos de metal, los cuales conforman las naves y soportan las paredes perimetrales; b) Muros divisorios entre local, los cuales son de tablayeso; c) Ventanearía de vidrios claros de cinco milímetros, con puertas y marcos de aluminio importado. El presente contrato de subarrendamiento incluye todo cuanto de hecho y por derecho le corresponde al local comercial relacionado. Por su parte EL SUBARRENDATARIO, declara que acepta el subarrendamiento que se le hace de conformidad con los pactos y estipulaciones contenidos en el presente instrumento.

QUINTA: (DEL PLAZO): El plazo del presente contrato será de DOS AÑOS ONCE MESES contados a partir del uno de diciembre del año dos mil siete al treinta y uno de octubre del año dos mil diez. El plazo del presente contrato sólo podrá prorrogarse, mediante el otorgamiento de nueva escritura pública donde obligadamente se deberá convenir la nueva renta y el nuevo plazo, en todo caso, los gastos legales y extralegales que causare la prórroga del contrato de subarrendamiento correrán exclusivamente por cuenta de EL SUBARRENDATARIO. No obstante, Acuerdan las partes que si por cualquier razón se pagase una mensualidad adicional al plazo fijado, se entenderá prorrogado el contrato pero nunca por período indeterminado de tiempo, sino solamente por el mes que se pagó. Si EL SUBARRENDATARIO solicita prórroga del contrato, deberá hacerlo con por lo menos un mes de anticipación al vencimiento del plazo contractual, para que LA SUBARRENDANTE pueda aceptarla o denegarla. Si EL SUBARRENDATARIO desea dar por terminado el subarrendamiento antes del plazo estipulado, lo pondrá en conocimiento de LA SUBARRENDANTE por lo menos con tres meses de anticipación a la fecha en que pretenda hacer efectiva la desocupación. En caso que EL SUBARRENDATARIO omita dar este aviso, deberá cancelar a LA SUBARRENDANTE una indemnización equivalente a tres meses de renta.

SEXTA: (DE LA RENTA): EL SUBARRENDATARIO se obliga a pagar

durante el plazo del contrato de subarrendamiento una renta mensual y anticipada de la siguiente forma: a) Del uno de diciembre del año dos mil siete al treinta de noviembre del año dos mil ocho, una renta mensual de UN MIL DOSCIENTOS TREINTA Y TRES DOLARES CON CINCO CENTAVOS DE DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 1,080.00), o su equivalente en quetzales. b) Del uno de diciembre del año dos mil ocho, al treinta de noviembre del año dos mil nueve, una renta mensual de UN MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y CUATRO DOLARES CON SETENTA Y UN CENTAVOS DE DOLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 1,294.71) o su equivalente en quetzales; c) Del uno de diciembre del año dos mil nueve, al treinta y uno de octubre del año dos mil diez, una renta mensual de UN MIL TRESCIENTOS CINCUENTA Y NEUVE DOLARES CON CUARENTA Y CUATRO CENTAVOS DE DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 1,359.44) o su equivalente en quetzales; las rentas referidas en dólares antes convenidas equivalen a la suma en quetzales que corresponda según el tipo de cambio que se encuentre vigente entre las mencionadas monedas en la fecha de pago de conformidad con el Tipo de cambio promedio para la venta de dólares de los Estados Unidos de América que rija en el sistema bancario privado nacional y que el Banco de Guatemala haya reportado o registrado; Cuando la renta vaya a pagarse en quetzales el tipo de cambio se establecerá dentro de los últimos cinco días de cada mes de subarrendamiento y se aplicará a partir del mes siguiente a aquel en que proceda el mismo. Las rentas se computarán por mes calendario. Sobre el monto de la renta antes relacionadas EL SUBARRENDATARIO se deberá pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA). LA SUBARRENDANTE por su parte se compromete, contra el pago respectivo por parte de EL SUBARRENDATARIO a extender mensualmente la factura correspondiente. Todo pago deberá hacerse sin necesidad de cobro o requerimiento alguno, en forma anticipada y dentro de los primeros cinco días de cada mes calendario en la oficina de la Administración del Centro Comercial, la cual EL SUBARRENDATARIO declara conocer. Convienen los contratantes que el atraso en el pago de una cuota mensual de renta, facultará al subarrendatario para suspender los servicios con los que el Local Comercial cuenta. SEPTIMA: (INTERESES MORATORIOS): En caso que EL SUBARRENDATARIO no

cumpliere con pagar la renta dentro de los cinco primeros días del mes correspondiente, quedará obligada, sin perjuicio de lo establecido en la cláusula vigésima tercera del presente instrumento, a pagar en concepto de intereses moratorios el tres por ciento (3%) mensual del valor de la renta que debe pagar en ese mes. Dichos intereses correrán a partir del día siguiente a aquél en que EL SUBARRENDATARIO debió haber efectuado el pago de la renta hasta aquél en que LA SUBARRENDANTE reciba a su entera satisfacción el pago de la renta adeudada. OCTAVA: (ENTREGA DEL LOCAL): I) El Local objeto del presente contrato ha sido ya entregado a EL SUBARRENDATARIO. II) EL SUBARRENDATARIO desde ya declara lo siguiente: Se compromete a permitir todas aquellas instalaciones que hubieren de colocarse en su local comercial o en el centro comercial. NOVENA: (DEVOLUCION DEL LOCAL A LA SUBARRENDANTE): I. EL SUBARRENDATARIO estará obligado a devolver el inmueble y accesorios en el buen estado en que se le entrega; la restitución se hará desocupándolo enteramente. II. A la terminación del contrato de arrendamiento, por cualquier causa que este ocurra, EL SUBARRENDATARIO deberá devolver las llaves del local a LA SUBARRENDANTE; en caso que EL SUBARRENDATARIO no cumpla con esta obligación, dará derecho a LA SUBARRENDANTE a exigir la entrega judicialmente, Igual derecho asiste a LA SUBARRENDANTE cuando EL SUBARRENDATARIO haya abandonado el local comercial y no haya abierto sus puertas al público durante treinta días consecutivos. III. Mientras LA SUBARRENDANTE no tome posesión del local una vez terminado el contrato de subarrendamiento, por seguir EL SUBARRENDATARIO en posesión del mismo, la renta mensual pactada aumentará automáticamente al doble por todo el tiempo que EL SUBARRENDATARIO continúe ocupando el local, hasta la efectiva devolución del mismo. IV. Si a la terminación del presente contrato o el día señalado por ambas partes de común acuerdo para la restitución del local aún hubieran cuentas o reparaciones a cargo de EL SUBARRENDATARIO, LA SUBARRENDANTE podrá ejercer derecho de retención sobre los bienes que se encuentren en el local subarrendado para garantizar a su favor el pago de dichas obligaciones a cargo de EL SUBARRENDATARIO. En este caso, EL SUBARRENDATARIO faculta desde ya a LA SUBARRENDANTE para trasladar los bienes objeto del derecho de retención a cualquier lugar que estime conveniente. Asimismo LA

SUBARRENDAANTE deberá extender un finiquito a EL SUBARRENDATARIO si encuentra que no hay deudas por servicios y que el inmueble se encuentra en buen estado. El finiquito servirá al subarrendatario para acreditar que restituyó el inmueble en buenas condiciones y que el pago de servicios y rentas se encuentra efectuado en su totalidad.

DECIMA: (DEL DESTINO): El local comercial objeto del presente contrato se destinará única y exclusivamente para _____. Convienen los contratantes que EL SUBARRENDATARIO no podrá variar esta utilización ni adicionar los servicios, salvo autorización expresa y por escrito de LA SUBARRENDAANTE. Asimismo, declara LA SUBARRENDATARIA que se sujetará a las restricciones y disposiciones que la Administración de Centro Comercial establezca para mantener el orden, servicio y el ambiente del Centro Comercial, así como las reglas respecto a la venta de bebidas alcohólicas en su establecimiento. Si para el destino a que se aplicará el local comercial, objeto del presente contrato, se requiere de alguna licencia o permiso emitido por autoridad competente, EL SUBARRENDATARIO desde ya se obliga, por su cuenta y a su costa, a gestionar y obtener los mismos. DECIMA PRIMERA: (MEJORAS, MODIFICACIONES, OBRAS Y REPARACIONES AL LOCAL COMERCIAL): EL SUBARRENDATARIO no podrá efectuar en el local subarrendado ningún tipo de mejoras, modificaciones, obras ni reparaciones si no obtiene la autorización previa y por escrito de la SUBARRENDAANTE, siendo por su cuenta la reparación de cualquier desperfecto que se produzca por culpa suya, dependientes o clientes del establecimiento comercial y cultural. Asimismo, las instalaciones del inmueble, que como ya se dijo, funcionan perfectamente, deberán ser devueltas en el mismo estado de funcionamiento en que fueron entregadas. La pintura, decoración, colocación de rótulos o letreros, artefactos destinados a llamar la atención del público o cualquier otro tipo de decoración necesaria para adecuar el Local Comercial a su destino, deberán ser aprobadas previamente y por escrito por LA SUBARRENDAANTE a efecto que se guarde la apariencia general del Centro Comercial. Bajo ningún punto de vista EL SUBARRENDATARIO podrá modificar el aspecto exterior o fachada del local comercial. Las mejoras y modificaciones que se autoricen, quedarán a beneficio de éste, sin que LA SUBARRENDAANTE deba compensar o indemnizar a EL SUBARRENDATARIO por ello; las

que puedan separarse sin causarle detrimento al local comercial corresponden a EL SUBARRENDATARIO. En ningún caso se podrá efectuar mejoras que afecten elementos de uso común o dañen o puedan eventualmente dañar, a juicio de LA SUBARRENDAANTE la estructura del local comercial o su instalaciones, partes esenciales y colindantes del CENTRO COMERCIAL o pongan o puedan eventualmente poner, también a juicio de aquélla, en peligro inmediato o mediato la seguridad, solidez, salubridad, estética o funcionalidad del Centro Comercial. Para solicitar la autorización de LA SUBARRENDAANTE para efectuar modificaciones, mejoras, obras y reparaciones en el local subarrendados se le deberá dirigir una comunicación por escrito en la que se expresará dicha intención acompañando a la solicitud un plano y un programa de las modificaciones, mejoras, obras y reparaciones que se deseen realizar. DECIMA SEGUNDA: (SUBARRENDAMIENTO) Le queda prohibido a EL SUBARRENDATARIO sub-subarrendar parcial o totalmente el Local Comercial objeto del presente contrato, salvo que cuente con la autorización previa y por escrito de LA SUBARRENDAANTE. DECIMA TERCERA: (OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE EL SUBARRENDATARIO): Además de otras obligaciones y responsabilidades que deriven de la ley, el presente contrato y el Reglamento respectivo, EL SUBARRENDATARIO tendrá las siguientes: A) MANTENIMIENTO DEL LOCAL: Deberá mantener el local en perfecto estado de conservación y limpieza; además deberá efectuar en el Local Comercial las reparaciones locativas, las que correrán por su cuenta; B) ASUNCION DE RESPONSABILIDADES: Asumir y cubrir todas las responsabilidades de cualquier orden que provengan del uso debido o indebido de el local comercial y que causen daño o lesiones a terceros. En consecuencia queda obligado a responder por tales hechos y actos, liberando desde ya a LA SUBARRENDAANTE de toda responsabilidad por tales conceptos; C) REGIMEN JURIDICO DEL CENTRO COMERCIAL: Cumplir todas las disposiciones del régimen jurídico del centro comercial, y a las que se refiere la cláusula décima quinta del presente contrato. DECIMA CUARTA: (DEL REGIMEN JURIDICO DEL CENTRO COMERCIAL) I) El uso y funcionamiento del Centro Comercial PLAZA FUTECA y el de todas y cada una de su unidades estará regido por el régimen jurídico del centro comercial. Dicho régimen, para efectos de EL SUBARRENDATARIO, está integrado por: a) el presente

contrato de subarrendamiento; b) el reglamento de administración del centro comercial, en el que se establecen las prohibiciones de EL SUBARRENDATARIO, así como la Obligaciones y responsabilidades; y c) las normas de convivencia, los acuerdos y las resoluciones que se relacionen con la administración del Centro Comercial que en el futuro tome la entidad FUTECA, SOCIEDAD ANÓNIMA. II) EL SUBARRENDATARIO declara que conoce el reglamento de administración del Centro Comercial, el cual se hizo constar mediante escritura pública número veintitrés autorizada por el Notario Mario Montano Melville en esta ciudad el veinticuatro de abril de mil novecientos noventa y seis. III) Asimismo EL SUBARRENDATARIO desde ya manifiesta expresamente que acepta todas las disposiciones que conforman el régimen jurídico del Centro Comercial, sus obligaciones y prohibiciones, comprometiéndose por este medio a cumplir íntegramente su contenido. DECIMA QUINTA: (CONTRIBUCIONES - CUOTAS) A) CUOTA ORDINARIA: Es aquella que mensualmente deberá pagar EL SUBARRENDATARIO y servirá para cubrir todos los gastos comunes de administración, mantenimiento de áreas de uso común, reparación y pago de servicios generales de uso común, cargas tributarias que pesen sobre las áreas de uso común, limpieza y todos aquellos gastos del Centro Comercial que establezca LA SUBARRENDANTE. En esta cuota se incluirá un aporte para la conformación de un FONDO DE RESERVA. EL SUBARRENDATARIO se obliga a pagar durante el plazo del contrato de subarrendamiento una cuota mensual y anticipada de la siguiente forma: a) Del uno de diciembre del año dos mil siete al treinta de noviembre del año dos mil ocho, una cuota mensual de DOSCIENTOS OCHENTA Y CUATRO DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 284.00), o su equivalente en quetzales. b) Del uno de diciembre del año dos mil ocho, al treinta de noviembre del año dos mil nueve, una cuota mensual de DOSCIENTOS NOVENTA Y OCHO DOLARES CON VEINTE CENTAVOS DE DOLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 298.20) o su equivalente en quetzales; c) Del uno de diciembre del año dos mil nueve, al treinta y uno de octubre del año dos mil diez, una cuota mensual de TRESCEINTOS TRECE DOLARES CON ONCE CENTAVOS DE DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 313.11) o su equivalente en quetzales; Ambas partes de común acuerdo convienen que si los costos de mantenimiento se

incrementaren, se podrá ajustar inmediatamente la cuota ordinaria para cubrir dicho incremento y permitir que el estándar del Centro Comercial no se vea afectado. Esta cuota se pagará mensualmente, en forma anticipada y sin necesidad de requerimiento alguno, dentro de los primeros cinco días de cada mes calendario; dicho pago se efectuará conjuntamente con el pago de la renta mensual que haga EL SUBARRENDATARIO. Dicha cuota deberá empezar a pagarse al momento de cancelarse la primera renta, de conformidad con lo pactado en la cláusula sexta del presente instrumento. Sobre el monto de las cuotas antes relacionada EL SUBARRENDATARIO, también deberá pagar el Impuesto al Valor Agregado.

C) Cuota Extraordinaria: La SUBARRENDANTE podrá fijar cuotas extraordinarias en caso que a su juicio sea necesario contar con servicios distintos a los ya indicados, para eventos o actividades especiales, o para implementar campañas de promoción o publicidad para épocas especiales durante el año. El pago de las cuotas extraordinarias deberá hacerse dentro de los cinco días siguientes a la fecha en que se haya tomado la decisión de fijar la cuota extraordinaria por parte de la Administración del Centro Comercial. Al pago de las cuotas ordinarias y extraordinarias se les aplicará las reglas que sobre definición de tipo de cambio aplicable establecidas en la cláusula sexta del presente contrato; así como también lo relativo al pago de intereses moratorios regulados en la cláusula séptima del este instrumento. DECIMA SEXTA: (DEL INGRESO AL INMUEBLE POR EL ARRENDANTE Y/O SUBARRENDANTE): Con el objeto de verificar el estado en que se encuentra el local comercial objeto del presente contrato, es convenido que EL SUBARRENDATARIO permitirá el ingreso al bien subarrendado a los representantes de la entidad subarrendante o bien de LA ARRENDANTE, debidamente identificados y acreditados como tales; cuando LA ARRENDANTE lo consideren conveniente para verificar las inspecciones que deseen; Asimismo, durante el mes previo al vencimiento del plazo del presente contrato, su prórroga o prórrogas, si las hubiere, la persona que designe la arrendante o cualquier gestor autorizado podrán visitar el inmueble haciéndose acompañar de personas que tengan interés en subarrendarlo DECIMA SEPTIMA: (DE LA FIANZA): manifiesta el señor _____ que por el presente acto se constituyen en FIADORES MANCOMUNADOS Y SOLIDARIOS de la señora _____,

por todas y cada una de las obligaciones que se deriven del presente contrato; además renuncia expresamente a la excusión y declara que la prórroga de este contrato (en cualquier forma en que se haga) no extinguirá la fianza, la que subsistirá todo el tiempo de vigencia del contrato de subarrendamiento hasta que LA SUBARRENDAANTE tenga por recibido el local comercial y se le hayan cubierto totalmente las sumas adeudadas por cualquier concepto derivado del presente contrato. Asimismo renuncia al fuero de su domicilio y se somete a la competencia de los Tribunales del Departamento de Guatemala, y desde ya señala como lugar para recibir notificaciones y/o emplazamientos el local comercial dado en subarrendamiento. DECIMA OCTAVA: (DEL SEGURO): EL SUBARRENDATARIO se obliga a contratar y a mantener en vigor durante el plazo del contrato de subarrendamiento los siguientes seguros: a) un seguro que deberá cubrir los riesgos de incendio y líneas aliadas que puedan afectar todos los bienes de EL SUBARRENDATARIO: tales como pero no circunscritos a: bienes, equipo, máquinas, mercadería, accesorios y mejoras hechas al local; el valor de dicho seguro deberá ser el que tengan los bienes de EL SUBARRENDATARIO en el mercado; b) otro seguro que cubra responsabilidad a favor de terceros. En ambos seguros deberá incluirse un endoso de cobertura de indexación para evitar un infraseguro por causa de una eventual devaluación monetaria. EL SUBARRENDATARIO deberá enviar una copia de las pólizas respectivas a LA SUBARRENDAANTE. En ningún caso LA SUBARRENDAANTE será responsable por daños o pérdidas que sufra EL SUBARRENDATARIO, sin importar el origen de los mismos. DECIMA NOVENA: (CONDICIONES RESOLUTORIAS EXPRESAS): LA SUBARRENDAANTE podrá dar por terminado el presente contrato sin necesidad de previa declaración judicial y demandar su inmediata desocupación por la contravención a cualquiera de sus estipulaciones, especialmente en el caso de que la subarrendataria incumpla con el pago de UNA SOLA de las rentas en el monto convenido y en el momento en que deba hacerse, además de aplicarse los casos contemplados en los artículos mil novecientos treinta y mil novecientos cuarenta del Código Civil, así mismo, se dará por terminado el presente contrato si la subarrendataria varía el objeto para el cual se le está subarrendando el local. Por otra parte, si llegare a promoverse acción judicial de cobro y/o desocupación de el local

comercial objeto del presente contrato, LA SUBARRENDANTE queda exenta de prestar garantía alguna por la ejecución de cualquier providencia cautelar. Todos los gastos derivados del presente contrato, así como, en su caso, los de cobranza judicial o extrajudicial, serán a cargo y por cuenta de EL SUBARRENDATARIO. No obstante, los contratantes convienen en que si al caso quedasen cuentas sin pagar por servicios que goza el inmueble, las mismas, en caso de no pagarse extrajudicialmente, serán cobradas por la vía ejecutiva, aceptando como buenas y exactas las cuentas que al respecto se presenten; como líquida la cantidad de dinero y como exigible y de plazo vencido la obligación respectiva. Para los efectos de cualquier acción que en virtud de este contrato se promoviere, el testimonio o copia legalizada de la presente escritura será título ejecutivo suficiente e incontestable juntamente con la factura o recibo respectivo. VIGESIMA: (DE LOS EFECTOS PROCESALES): Salvo lo señalado en la cláusula siguiente, para el caso de la substanciación de cualquier acción judicial relativa al contrato de subarrendamiento, EL SUBARRENDATARIO renuncia al fuero de su domicilio y se somete expresamente al fuero del Juzgado competente que de este departamento elija LA SUBARRENDANTE y señala como lugar para ser legalmente notificado así como cualquier comunicación, aviso, o citación el Local Comercial objeto del contrato de subarrendamiento. Asimismo se obliga a comunicar por escrito a LA SUBARRENDANTE cualquier cambio de dirección que hiciere en el entendido que, en tanto no lo haga, serán válidas y bien hechas los avisos, comunicaciones, notificaciones y citaciones que ahí se le hagan. VIGESIMA PRIMERA: (DEL PAGO DE LA GARANTIA) Expresa el señor NAVAS PAIZ que EL SUBARRENDATARIO pagó la suma de TRES MIL OCHOCIENTOS OCHENTA QUETZALES EXACTOS (Q. 3,880.00), según recibo número _____; en concepto de garantía del cumplimiento de las obligaciones que éste contrae y que se deriven del presente contrato y en garantía del pago total de los servicios de que goza el área subarrendada hasta la efectiva desocupación. Dicha cantidad de dinero será devuelta a más tardar seis meses después de la restitución del inmueble y únicamente si se ha cumplido con el plazo íntegro del contrato y no hayan deudas por falta de pago de los servicios de que goza o de cuotas de mantenimiento. Dicho depósito no podrá ser aplicado en concepto de pago de rentas. Convienen los contratantes que si LA

SUBARRENDANTE tuviera que pagar por los rubros antes relacionados una suma mayor a la que EL SUBARRENDATARIO ha entregado, éste último deberá reintegrar a LA SUBARRENDANTE las cantidades que ésta hubiere efectuado por los conceptos indicados en esta cláusula. VIGESIMA SEGUNDA: (CESION DE CONTRATO): LA SUBARRENDANTE podrá ceder el presente contrato sin necesidad de previa notificación a EL SUBARRENDATARIO. Por su parte EL SUBARRENDATARIO sólo podrá hacerlo si está previamente autorizada y por escrito por parte de LA SUBARRENDANTE. VIGESIMA TERCERA: (INEXISTENCIA DE DERECHO DE LLAVE) Ambas partes de común acuerdo declaran que el presente contrato de subarrendamiento no confiere a EL SUBARRENDATARIO ningún derecho de llave, ni similar que pueda ser negociado por éste a la terminación de este contrato; por lo tanto, cualquier persona que ocupe el local con posterioridad a la terminación del presente contrato, queda desde ya relevada y exonerada por EL SUBARRENDATARIO de hacer pago de cualquier cantidad en concepto de derecho de llave o similar. En consecuencia EL SUBARRENDATARIO renuncia expresamente a cualquier derecho o compensación por este concepto. VIGESIMA CUARTA: (ACEPTACION): Los comparecientes en la calidad con que cada uno actúa, manifiestan su plena conformidad con todas y cada una de las cláusulas y estipulaciones del presente contrato y lo aceptan en lo que a cada uno les corresponde. Yo, como Notario, doy fe: a) de todo lo expuesto; b) de haber tenido a la vista: I) los documentos de identificación personal relacionados y los títulos con que se acreditan las representaciones que se ejercitan; II) el contrato de arrendamiento celebrado escritura pública, relacionado en la cláusula primera de este instrumento; y, c) de que por designación de los otorgantes leí íntegramente lo escrito a los comparecientes, quienes bien enterados de su contenido, objeto, validez y efectos legales, lo ratifican, aceptan y firman junto con la Notaria autorizante. DOY FE.

Encuesta estudio Cafetería San Judas.

Buenos días, tardes, mi nombre es Debra Schlosser, estudiante de la Universidad Atlantic Intenational, estoy haciendo una encuesta para mi trabajo de graduación final. ¿Quisiera usted ayudarme contestando unas preguntas?

a. Preguntas

- 1 ¿Acostumbra venir a comer al centro comercial?
Si _____ No _____ No responde _____
- 2 ¿Con qué frecuencia consume alimentos en el centro comercial? O ¿Cada cuánto viene?

- 3 ¿En cuál restaurante acostumbra tomar sus alimentos?

- 4 Cuando viene al centro comercial, ¿Cuál es su comida favorita?

- 5 ¿Vendría a comer comida sana o saludable al centro comercial?

Hombre: _____ Mujer: _____

Nivel socio económico: _____

Edad:

15 a 25 _____

26 a 35 _____

36 a 45 _____

45 a más _____

ANEXO No. 3



LISTA DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS EJECUTADOS EN SU
PROYECTO DE GRADUACIÓN

Al entregar su informe final de trabajo de investigación, debe acompañar esta hoja debidamente llenada y firmada en la parte final del proyecto.

Si hay más de 2 elementos que no puede verificar que dio cumplimiento dentro de su documento, entonces haga las correcciones necesarias para poder entregar dicho informe.

La no presentación de esta lista automáticamente anula la recepción del informe final.

Yo tengo una página de portada exterior e interior del proyecto.

Yo incluí un índice que indica los contenidos con el número de página correspondiente.

Yo incluí un resumen (*abstract*) del documento, exclusivamente para el proyecto.

Yo seguí el instructivo para la elaboración y presentación del proyecto.

Yo usé referencias y las cité en orden alfabético al final según el instructivo respectivo.

Cada referencia que mencioné en el texto se encuentra en mi lista o viceversa.

Yo utilicé al final apéndices con gráficas y otros tipos de documentos de soporte.

Yo utilicé varias tablas y estadísticas para aclarar mis ideas más científicamente.

Yo tengo por lo menos 50 páginas de texto, salvo si me pidieron lo contrario.

Cada sección de mi documento sigue una secuencia y orden lógico (1, 2, 3,...)

Yo no utilicé caracteres extravagantes, dibujos o decoraciones.

Yo utilicé un lenguaje sencillo, claro y accesible para todos.

Yo utilicé Microsoft Word (u otro programa similar) para chequear y eliminar errores de ortografía.

Yo utilicé Microsoft Word (u otro programa similar) para chequear y eliminar errores de gramática.

Yo no violé ninguna ley de propiedad literaria al copiar materiales que pertenecen a otra persona.

Yo afirmo por este medio que lo que estoy sometiendo es totalmente mi propia investigación.

Nombre del estudiante: Debra Lee Schlosser Fisher de Rubio

Firma del Estudiante _____

Fecha: Guatemala, 28 de abril de 2008