UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS

CARRERA DE GASTRONOMÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO

TEMA: PROPUESTA DE PRE FACTIBILIDAD DE UNA PIZZERÍA UBICADA EN EL SECTOR DE CUMBAYÁ, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA

AUTORA: TANIA SOFÍA VALLEJO PAREDES

DIRECTOR ING. DIANA ENRÍQUEZ

QUITO – ECUADOR

JULIO - 2016

AUTORÍA

Manifiesto que el siguiente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad con el esfuerzo e investigación de la autora, sin ningún tipo de material plagiado.

TANIA SOFÍA VALLEJO PAREDES

CI: 1720734985

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Certifico que el contenido del siguiente proyecto fue realizado en su totalidad por la Srta. Tania Sofía Vallejo Paredes con CI: 1720734985

Ing. Diana Enríquez

Directora de Tesis

AGRADECIMIENTO

Deseo agradecer a Dios por permitirme alcanzar este gran paso en mi vida, dándome las fuerzas para culminar mi carrera universitaria.

Al Ing. Pablo Díaz porque en algún momento de mi vida, con mucha paciencia y dejando muchas cosas de lado, supo escucharme y tenderme su mano.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, a mis profesores que han sido un gran apoyo y me han instruido con sus conocimientos alcanzados logrando enriquecer los míos.

Agradezco también a la Ing. Diana Enríquez, mi tutora, por su paciencia, su colaboración y guía en mi trabajo.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres, que de una u otra forma me han apoyado con su comprensión y consejos; que a pesar de las circunstancias supieron sacarme adelante con la ayuda de Dios.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO
PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1720734985
APELLIDO Y NOMBRES:	VALLEJO TANIA SOFÍA
DIRECCIÓN:	CUMBAYÁ
EMAIL:	sofia_vallejo_10@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	2896822
TELÉFONO MOVIL:	0984359611

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	PROPUESTA DE PRE FACTIBILIDAD DE UNA PIZZERÍA UBICADA EN EL SECTOR DE CUMBAYÁ, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA
AUTOR O AUTORES:	TANIA SOFIA VALLEJO PAREDES
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	14 JULIO 2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	ING. DIANA ENRIQUEZ
PROGRAMA	PREGRADO [X] POSGRADO [ ]
TITULO POR EL QUE OPTA:	ADMINISTRADOR GASTRONOMICO
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	El presente trabajo surge por la necesidad de ofertar un servicio de pizzas diferente al tradicional, en cuanto a la diversidad de combinaciones, al tipo de servicio acorde al gusto de cada consumidor y sobre todo ofreciendo un producto elaborado en una plancha de piedra volcánica. Con la creación de un restaurante especializado en pizzas, se pretende vender un producto que brinde variedad de combinaciones, textura, sabores, de buena calidad y precio al alcance de la mayoría de las personas. Los beneficiarios directos serán los habitantes del sector de Cumbayá, contando con una nueva alternativa que pueda satisfacer sus

necesidades gastronómicas, indirectamente se beneficiarán las personas que provean de las materias primas para la preparación de los productos, como son comercializadores de cárnicos, embutidos, bebidas y víveres en general.

Sin embargo no se debe dejar de lado, otro beneficio importante, el socioeconómico, que como empresa genera al incrementar nuevas plazas de trabajo, fortaleciendo el sector servicios, para la creación y fomento de empleo. Por otro lado se implementarán mecanismos efectivos y eficientes de control de calidad e inocuidad de los productos de consumo humano.

El propósito de esta pizzería es promocionar la gastronomía y la buena salud a través de un servicio novedoso que despierte la curiosidad de los clientes y los motive a seguir este tipo de comidas. Se desea que los clientes adopten el establecimiento como un lugar de permanencia habitual para sus comidas, mediante la instalación de un ambiente confortable y acogedor.

Este tipo de establecimiento genera un impacto social positivo al ofertar un producto nuevo, rico en nutrientes y vitaminas, con bajo contenido graso y un alto contenido en hierro; de igual forma un impacto económico y financiero alto o medio al adquirir un capital para el funcionamiento.

Este proyecto es de mucha trascendencia puesto que permite desde el ámbito investigativo realizar un estudio de mercado y financiero. Desde el ámbito académico es importante destacar que el proyecto permite poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante la formación estudiantil, desarrollando un estudio e investigación del tema, con el objetivo de obtener el título de Administrador Gastronómico.

Al haber concluido todos los estudios requeridos para el proyecto he concluido que la zona del centro de Cumbayá es un sector con mucha afluencia de personas tanto de Cumbayá como de otros sectores y es un lugar óptimo para la ubicación de la pizzería.

La investigación permitió dar a conocer que los clientes prefieren que el establecimiento tenga un ambiente cómodo lleno de iluminación y su mobiliario ergonómico.

Se establece que existe mucha demanda en lo que se refiere al consumo de comida típica como son las fritadas, es por eso que se procedió a realizar las encuestas en donde varias personas mostraron interés por una nueva propuesta de pizzería.

El estudio técnico permitió dar a conocer los servicios, la categorización, la ubicación y cómo van a estar las instalaciones de la pizzería; permitiendo así como va a operar el establecimiento de A&B con las funciones de personal y sus perfiles.

ABSTRACT:

This work arises from the need to offer a service different from the traditional pizzas, as to the variety of combinations, the type of service according to the taste of each consumer and above all offering a product made in a sheet of volcanic rock.

With the creation of a restaurant specializing in pizzas, it is intended to sell a product that offers variety of combinations, texture, taste, good quality and price within reach of most people. The direct beneficiaries will be the inhabitants of Cumbayá industry, with a new alternative that can satisfy your dining needs, indirectly persons providing raw

materials for the preparation of products will benefit, as are marketers of meat, sausages, drinks and food in general.

However it should not be left aside, another important benefit, socioeconomic, as a company generates by increasing new jobs, strengthening the service sector for employment creation and promotion. On the other hand effective and efficient mechanisms for quality control and safety of consumer products will be implemented.

The purpose of this pizzeria is promote food and good health through a new service which triggers curiosity of customers and motivate them to continue these foods. They want customers adopt the establishment as a place of habitual residence for your meals, by installing a comfortable and welcoming atmosphere.

This type of facility has a positive social impact by offering a rich new, product in nutrients and vitamins, low fat and high in iron; equally an economic and financial high or medium impact when acquiring capital for operation.

This project is of great importance since it allows the research field from a study of market and financial. Since academia is important to note that the project can implement all the knowledge acquired during student training, developing a study and research the subject, with the aim of obtaining the title of Gastronomic Manager.

Having completed all the studies required for the project I have concluded that the downtown area of Cumbayá is a sector with a lot of influx of people both Cumbayá and other sectors and is an excellent place for the location of the pizzeria.

The investigation allowed to publicize that

	customers prefer that the establishment has a comfortable environment full of lighting and ergonomic furniture. It is established that there is much demand as regards the consumption of traditional food such as fries, it is why we proceeded to conduct surveys where several people showed interest in a proposed new pizzeria. The technical study allowed to publicize the services, categorization, location and how they will be facilities pizzeria; allowing as it will operate the facility of A & B with the functions of staff and their profiles.

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f:_____

VALLEJO PAREDES TANIA SOFÍA

1720734985

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **VALLEJO PAREDES TANIA SOFÍA,** CI 1720734985 autor/a del proyecto titulado: **Propuesta de pre factibilidad de una pizzería ubicada en el sector de Cumbayá, Cantón Quito, Provincia de Pichincha,** previo a la obtención del título de **ADMINISTRADOR GASTRONÓMICO** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 14 julio del 2016

f:_____

VALLEJO PAREDES TANIA SOFÍA

1720734985

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN…….…..XVIII

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA……...….XIX

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN……...….XXII

JUSTIFICACIÓN…….....XXIII

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN…….....XXV

CAPÍTULO I……...….1

1 Marco Teórico……..1

1.1 Productos y/o servicios de establecimientos gastronómicos……....1

1.1.1 La pizza……....1

1.1.2 Pizzas a la parrilla…….3

1.2 Propuesta de un establecimiento de A&B……3

1.3 Factibilidad de un establecimiento de A&B…….5

1.3.1 Estudio preliminar (estudio previo de factibilidad)……..5

1.3.2 Objetivos del estudio de factibilidad……....6

1.3.3 Requisitos para permiso de funcionamiento……7

1.4 Tipos de establecimientos gastronómicos……....8

1.4.1 Restaurante de carácter familiar……...8

1.4.2 Restaurante de cocina de mercado y autóctonos……..9

1.4.3 Restaurantes de cocina extranjera……...….9

1.4.4 Restaurante tipo buffet……...10

1.4.5 Restaurantes fast food……11

1.4.6 Restaurantes gourmets……11

1.4.7 Restaurantes-cafeterías……...……12

1.4.8 Restaurantes para llevar……..…13

1.5 Segmentación de mercado……..…14

1.5.1 Determinación de la muestra……..…14

1.6 Análisis de la Demanda……..…14

1.7 Análisis de la Oferta……...…15

1.8 Receta Estándar……..…16

1.9 Reclutamiento y selección de personal……..…16

1.9.1 Reclutamiento……..…16

1.9.2 Selección de personal……..…17

1.9.3 Proceso de selección de personal……..……..…18

1.9.4 Técnicas de selección de personal…….……..…18

CAPÍTULO II…….……...……..…21

2 Diagnóstico Situacional…….……..…21

2.1 Macro entorno……..…….……..…21

2.1.1 Factor Político……..…….……..…21

2.1.1.1 Riesgo país (EMBI Ecuador)……...…….……..…21

2.1.2 Factor económico…….…….……..…23

2.1.2.1 Inflación anual……...……..…23

2.1.2.2 Inflación mensual…….……..…24

2.1.2.3 Producto Interno Bruto (PIB)…….…….……...…25

2.1.2.4 Tasas de interés…….…….……...…26

2.1.3 Factor Social…….…….……..……...…27

2.1.3.1 Factor de desempleo…….……..…27

2.1.3.2 Población Económicamente Activa……..…28

2.1.3.3 Salarios……..……..……..…29

2.1.4 Factor Tecnológico…….…….…….....…31

2.1.5 Factor Ambiental……..……...…….……...…32

2.2 Micro Entorno…….…….…….....…33

2.2.1 Análisis vertical……..……..……...…34

2.2.1.1 Competidores Potenciales…….…….…….……...…34

2.2.1.2 Competidores del Sector…….…….……...……...…36

2.2.1.3 Sustitutos…….…….……...…...…36

2.2.2 Análisis horizontal……..……..……...…38

2.2.2.1 Proveedores…….…….……...……...…38

2.2.2.2 Compradores…….…….…….……...…38

2.3 Estudio de mercado……..……...…….……...…40

2.3.1 Mercado Objetivo……..……..……...……...…40

2.3.2 Tamaño de la muestra…….…….……...…42

2.3.3 Encuesta…….…….……...…44

2.3.4 Objetivos de la investigación de mercado……..…….……...…44

2.3.4.1 Objetivo general……..……..……...…44

2.3.4.2 Objetivos específicos…….…….…….……...…44

2.3.5 Análisis de los resultados de la encuesta…….……...…45

2.3.5.1 Datos de referencia…….…….……...…45

2.3.6 Conclusiones…….…….…….…...…61

2.4 Análisis de la Demanda…….…….…..……...…63

2.4.1 Demanda histórica…….…….……...…63

2.4.2 Demanda actual……..……..……...…65

2.4.3 Demanda Futura…….....…66

2.5 Análisis de la Oferta…….…….…….…66

2.5.1 Análisis de la Competencia…….…….……..…67

2.5.2 Competencia Directa…….…….……...…67

2.5.3 Competencia Indirecta…….…….…….....…69

2.5.4 Oferta actual…….…….…….…69

2.5.5 Proyección de la Oferta…….…….…….....…70

2.6 Análisis de oferta y demanda…….…….……...…71

2.7 Plan de Marketing…….…….……...…72

2.7.1 Producto/Servicio…….…….…….…72

2.7.1.1 Descripción del Producto…….…….……...…73

2.7.1.2 Descripción de Servicio…….…….…….....…74

2.7.1.3 Marca…….…….…….....…75

2.7.1.4 Logotipo…….…….……...…76

2.7.1.5 Slogan…….…….…….....…76

2.7.2 Precio…….…….……...…76

2.7.3 Plaza…….…….…….....…77

2.7.3.1 Descripción de la Plaza…….…….…….....…78

2.7.3.2 Estrategias de Plaza…….…….…….....…79

2.7.4 Promoción…….…….…….....…79

2.7.4.1 Volante…….…….…….....…81

2.7.4.2 Promociones…….…….…….…82

2.7.4.3 Presupuesto de Publicidad…….…….……...…82

2.7.5 Menú…….…….…….....…83

CAPÍTULO III……86

3 Estudio Técnico – Financiero……86

3.1 Macro localización……86

3.2 Micro localización……86

3.3 Tamaño y descripción de interiores……88

3.4 Categorización de la Pizzería……88

3.5 Instalaciones……89

3.6 Infraestructura de la Pizzería……90

3.7 Estilo del establecimiento……90

3.8 Distribución de áreas en plano……91

3.9 Capacidad Instalada……92

3.10 Infraestructura……92

3.11 Adquisición de equipos y materiales……92

3.12 Estudio Administrativo……94

3.12.1 Misión……94

3.12.2 Visión……95

3.12.3 Objetivos……95

3.12.4 Valores Corporativos……96

3.12.5 Tipo de empresa……96

3.12.6 Organigrama Jerárquico……97

3.12.7 Organigrama Posicional……97

3.12.8 Flujogramas del proceso……99

3.12.8.1 Flujograma del proceso en el área de producción……100

3.12.8.2 Flujograma del proceso en el área de servicio……102

3.12.9 Manual de Descripción de Funciones……103

3.12.10 Impacto ambiental……113

3.13 Estudio Financiero……116

3.13.1 Inversión Requerida……116

3.13.1.1 Activos Fijos o Tangibles……116

3.13.1.2Activos Diferidos……117

3.13.1.3Capital de Trabajo……118

3.13.2 Sueldos y Salarios……121

3.13.3 Arriendo……122

3.13.4 Servicios Básicos……122

3.13.5 Gastos Varios……123

3.13.6 Gastos de Publicidad……123

3.13.7 Capital de Trabajo……124

3.14 Financiamiento……125

3.14.1 Tabla de amortización……125

3.14.2 Proyección de Ingresos……126

3.14.3 Proyección de Mano de Obra……128

3.14.4 Proyección de Materia prima……129

3.15 Costos Fijos……129

3.16 Depreciaciones……131

3.17 Balance General……131

3.18 Estado de Pérdidas y Ganancias……133

3.19 Flujo de Caja……134

3.20 Evaluación Financiera……136

3.20.1 Tasa de Descuento……136

3.20.2 Índices de Rentabilidad……137

3.20.2.1 VAN (Valor Actual Neto)……..……..……...…137

3.20.2.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)……..…...……...…138

3.20.2.3 Punto de Equilibrio……...……...……...139

3.20.2.4 Relación Beneficio/Costo……..……..……...…140

3.20.2.5 Periodo de Recuperación……..……....…...…141

3.21 Conclusiones……..……...…...…142

3.22 Recomendaciones……..…..……...…143

Bibliografía……..……...……...…144

Net grafía……...……...…147

Anexos……...……149

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Riesgo País……...……22

Tabla 2 Inflación Anual…….….23

Tabla 3. Inflación mensual…….….24

Tabla 4. Producto Interno Bruto…….25

Tabla 5. Tasa de Interés Activa……...26

Tabla 6. Tasa de Interés Pasiva……..….27

Tabla 7. Tasa de desempleo……....28

Tabla 8. Población Económicamente Activa……..29

Tabla 9. Salarios…….….30

Tabla 10. Variables de segmentación de mercado…….….40

Tabla 11. Población por grupos de edad en la Parroquia de Cumbayá…..….41

Tabla 12. Rango de edades…….45

Tabla 13. Número de hombres y mujeres del mercado objetivo……...…….46

Tabla 14. Consumo de pizza……..….48

Tabla 15. Tipo de restaurante…….….49

Tabla 16. Confortabilidad……..….50

Tabla 17. Frecuencia a Pizzerías…….52

Tabla 18. Días que acude a una Pizzería…….53

Tabla 19. Tipo de pizzería que frecuenta……...….54

Tabla 20. Con cuántas personas acude a la Pizzería……...56

Tabla 21. Preparación novedosa…….57

Tabla 22. Precios pizza personal…….…58

Tabla 23. Precios pizza mediana…….59

Tabla 24. Precios pizza familiar…….….60

Tabla 25. Parroquia Cumbayá, Población Total, según área……..…63

Tabla 26. Población Económicamente Activa (PEA) de Cumbayá……64

Tabla 27. Proyección población de Cumbayá 2015……....65

Tabla 28. Datos demanda futura…….66

Tabla 29. Características de competencia directa……..….68

Tabla 30. Competencia Directa……..….68

Tabla 31. Datos de Competencia Directa / rotación semanal……....70

Tabla 32. Datos de Oferta……..….70

Tabla 33. Crecimiento Poblacional…….71

Tabla 34. Demanda Insatisfecha…….71

Tabla 35. Personal Operativo y Servicio……...….75

Tabla 36. Presupuesto de promoción……..82

Tabla 37. Capacidad Instalada……...….92

Tabla 38. Proveedores para equipos y material de oficina…….94

Tabla 39. Activos Fijos…….117

Tabla 40. Activos Diferidos…….….118

Tabla 41. Consumo Promedio……...120

Tabla 42. Materia Prima……...120

Tabla 43. Sueldos y Salarios…….121

Tabla 44. Arriendo……....122

Tabla 45. Servicios Básicos……..122

Tabla 46. Gastos Varios……....123

Tabla 47. Gastos de Publicidad…….123

Tabla 48. Capital de trabajo…….….124

Tabla 49. Inversión Inicial……...….124

Tabla 50. Financiamiento……..125

Tabla 51. Amortización……...…….126

Tabla 52. Proyección de ingresos…….127

Tabla 53. Proyección mano de obra……..128

Tabla 54. Proyección materia prima…….129

Tabla 55. Costos Fijos……..130

Tabla 56. Depreciaciones……..131

Tabla 57. Activos……..132

Tabla 58. Pasivos……..132

Tabla 59. Estado de Pérdidas y Ganancias……...133

Tabla 60. Flujo de Caja……....135

Tabla 61. Tasa de descuento…….136

Tabla 62. VAN…….….137

Tabla 63. TIR……...….138

Tabla 64. Punto de Equilibrio……..….138

Tabla 65. Relación beneficio/costo……..….140

Tabla 66. Tiempo de recuperación……....141

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Fuerzas de Porter……..…….33

Gráfico 2. Rango de edades……...…….46

Gráfico 3. Número de hombres y mujeres del mercado objetivo……...…47

Gráfico 4. Consumo de pizza……..48

Gráfico 5. Tipo de restaurante……...…….49

Gráfico 6. Confortabilidad……..51

Gráfico 7. Frecuencia de pizzerías…….….52

Gráfico 8. Días que acude a una pizzería……...…….53

Gráfico 9. Tipos de pizzerías que frecuenta……...….55

Gráfico 10. Con cuantas personas acude a la pizzería……...…….56

Gráfico 11. Preparación novedosa…….…….57

Gráfico 12. Precios pizza personal……..59

Gráfico 13. Precios pizza mediana…….….60

Gráfico 14. Precios pizza familiar……..61

Gráfico 15. Logotipo……..…76

Gráfico 16. Canal de distribución……..…78

Gráfico 17. Volantes……..…81

Gráfico 18. Menú……...85

Gráfico 19. Localización del establecimiento…….87

Gráfico 20. Distribución de áreas en plano…….91

Gráfico 21. Organigrama Jerárquico……..….97

Gráfico 22. Organigrama Posicional……..….98

Gráfico 23. Flujograma del proceso en el área de producción…….100

Gráfico 24. Flujograma del proceso en el área de servicio……...…102

Grafico 25. Propuesta de impacto ambiental……...…….115

INTRODUCCIÓN

En los últimos años la labor de establecimientos gastronómicos se ha transformado en una actividad altamente competitiva, más aún para restaurantes que ejecutan una actividad independiente. Ahora estos establecimientos cumplen un papel muy importante para el desarrollo de la gastronomía y del turismo, así como lo relacionado con la recreación de los habitantes que viven en estas zonas.

Debido a la gran demanda de negocios en el sector de Cumbayá, se ha propuesto la creación de una pizzería que ofrece un producto de calidad con variedad de combinaciones, textura, sabores y basado en un ambiente acogedor, servicio personalizado con personal altamente capacitado, para cumplir con todas estas condiciones, se necesitaran estudios y conocimientos gastronómicos, con la finalidad de complacer los gustos y expectativas de los clientes.

La pizzería se ubica en un sector en el cual existe mucho comercio en donde se puede encontrar desde centros comerciales, restaurantes, hoteles, panaderías-cafeterías entre otros.

El estudio se lo realizar en el sector de Cumbayá, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, lugar de mucho crecimiento por la cantidad de personas que habitan y visitan este sector.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Enunciado del problema

Las nuevas tendencias gastronómicas son el resultado de los cambios sociales, económicos y tecnológicos que están ocurriendo a nivel mundial. Debido a esto, nuevos segmentos de mercado poseen necesidades y exigencias diversas, por lo tanto, el sector de alimentos y bebidas se ve obligado a crear nuevos productos y servicios que satisfagan las mismas a través de la prestación de servicios. Uno de estos son los restaurantes especializados en pizzas, quienes deben ofertar y desarrollar servicios y productos para el mercado ya sea con tendencias americanas, italianas o artesanales, con un servicio de calidad.

Según la Agencia Metropolitana de Control, en el sector de Cumbayá y Tumbaco existen 4255 establecimientos con licencia de funcionamiento, tales como panaderías, pastelerías, cafeterías, delicatesen, pizzerías, etc. De los establecimientos de alimentos y bebidas muchos incluyen en sus menús pizzas, pero ninguno se especializa en ellas. Una encuesta realizada para determinar el grado de aceptación de los clientes, referente a los servicios que ofrecen las pizzerías en el sector de Cumbayá, revela que existe un elevado consumo de pizzas; por lo general los clientes asisten de forma mensual y los fines de semana en compañía de amigos y familiares. Las pizzerías de mayor aceptación son Pizza Hut y El Hornero, ofreciendo un servicio que no deja satisfecho a los clientes, los mismos que están dispuestos a frecuentar otros tipos de pizzerías buscando encontrar nuevos atributos que llenen sus expectativas.

Al no existir un establecimiento de A&B que ofrezca variedad de productos, facilidad de ubicación, precios accesibles, personalización de productos y calidad de servicio se puede demostrar la existencia de una demanda insatisfecha por parte de la clientela en este sector de la ciudad.

El problema identificado para esta investigación surge por el elevado número de consumidores insatisfechos en pizzerías tradicionales del sector de Cumbayá, Cantón Quito, Provincia de Pichincha.

Las causas de este problema pueden ser productos de baja calidad, con un bajo valor nutritivo y poco valor agregado. Además algunos establecimientos ofrecen una mala atención y por ende un servicio deficiente ya que varios de sus empleados no son capacitados.

Otra de las causas es el abuso en los precios elevados ya que existe una gran demanda en el mercado que solicita estos productos debido a que los clientes tienen la capacidad financiera para adquirir artículos de precios moderados y altos en cantidades sustanciosas.

Al tener las pizzerías un método de preparación tradicional (al horno), se busca innovar el mismo, ofreciendo un producto elaborado en una plancha de piedra volcánica, con lo cual se tienen nuevos aromas, sabores y texturas, conservando su valor nutritivo.

Formulación del Problema

Pregunta General:

¿Es rentable la implementación de un establecimiento de comida rápida que se enfoque en la venta de pizzas a la parrilla, ubicado en el sector de Cumbayá, Cantón Quito, Provincia de Pichincha?

Preguntas Específicas:

1. ¿Qué aspectos teóricos son necesarios para la creación de una pizzería ubicada en el sector de Cumbayá, Cantón Quito, Provincia de Pichincha?
2. ¿Qué tipo de mercado existe en comparación con la oferta y demanda de productos y precios para la creación de una pizzería ubicada en el sector de Cumbayá, Cantón Quito, Provincia de Pichincha?
3. ¿Qué características debe tener un restaurante que se enfoca en la venta de pizzas en el sector de Cumbayá, Cantón Quito, Provincia de Pichincha?

Variables

Variables independientes

Según (Sampieri R, Fernandez C, & Baptista P, 2006, pág. 123), "son aquellas variables que se conocen al inicio de un experimento o proceso". Para el presente proyecto, las variables son: la venta de pizzas y la ubicación del restaurante.

Variables dependientes

De la misma manera, según (Sampieri R, Fernandez C, & Baptista P, 2006, pág. 124), "son características, propiedades o cualidades de una realidad o evento que se investiga, es el objeto de estudio sobre la cual se centra la investigación en general". La variable del proyecto es la factibilidad en la implementación de un establecimiento de comida rápida.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General:

Realizar un estudio de pre factibilidad para la creación de una pizzería ubicada en el sector de Cumbayá, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, mediante el uso de herramientas de investigación y administración, para evaluar los resultados y tomar decisiones adecuadas.

Objetivos Específicos:

- Sustentar teóricamente los fundamentos que respalden la creación de un establecimiento de A&B que se enfoca en la venta de pizzas, mediante el método de investigación bibliográfica, para establecer las bases necesarias que permitan desarrollar este proyecto.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar el precio, la oferta y demanda de las tendencias gastronómicas en el sector de Cumbayá, evaluando el alcance que tendrá el restaurante y el impacto en la demanda.
- Realizar el estudio técnico financiero para determinar la rentabilidad del proyecto, midiendo la inversión necesaria por medio de herramientas financieras como cálculos e índices,

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo surge por la necesidad de ofertar un servicio de pizzas diferente al tradicional, en cuanto a la diversidad de combinaciones, al tipo de servicio acorde al gusto de cada consumidor y sobre todo ofreciendo un producto elaborado en una plancha de piedra volcánica.

Con la creación de un restaurante especializado en pizzas, se pretende vender un producto que brinde variedad de combinaciones, textura, sabores, de buena calidad y precio al alcance de la mayoría de las personas. Los beneficiarios directos serán los habitantes del sector de Cumbayá, contando con una nueva alternativa que

pueda satisfacer sus necesidades gastronómicas, indirectamente se beneficiarán las personas que provean de las materias primas para la preparación de los productos, como son comercializadores de cárnicos, embutidos, bebidas y víveres en general.

Sin embargo no se debe dejar de lado, otro beneficio importante, el socioeconómico, que como empresa genera al incrementar nuevas plazas de trabajo, fortaleciendo el sector servicios, para la creación y fomento de empleo. Por otro lado se implementarán mecanismos efectivos y eficientes de control de calidad e inocuidad de los productos de consumo humano.

El propósito de esta pizzería es promocionar la gastronomía y la buena salud a través de un servicio novedoso que despierte la curiosidad de los clientes y los motive a seguir este tipo de comidas. Se desea que los clientes adopten el establecimiento como un lugar de permanencia habitual para sus comidas, mediante la instalación de un ambiente confortable y acogedor.

Este tipo de establecimiento genera un impacto social positivo al ofertar un producto nuevo, rico en nutrientes y vitaminas, con bajo contenido graso y un alto contenido en hierro; de igual forma un impacto económico y financiero alto o medio al adquirir un capital para el funcionamiento.

Este proyecto es de mucha trascendencia puesto que permite desde el ámbito investigativo realizar un estudio de mercado y financiero. Desde el ámbito académico es importante destacar que el proyecto permite poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante la formación estudiantil, desarrollando un

estudio e investigación del tema, con el objetivo de obtener el título de Administrador Gastronómico.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Método de Análisis

Según (Galindo J, 1998), el método de análisis consiste en la descomposición de un todo en sus elementos. El método analítico consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual, por separado, así como las relaciones que las une.

Al respecto (Muñoz C, 1998), este método no es más que la descomposición, fragmentación de un cuerpo en sus principios constitutivos. Método que va de lo compuesto a lo simple. Separación de un todo en sus partes constitutivas con el propósito de estudiar estas relaciones que las unen.

De acuerdo a los autores este método permite desarrollar la investigación de una manera muy particular, como por ejemplo el estudio de mercado el cual está relacionado con el ambiente y localización del proyecto.

Método de Síntesis

Conforme a (Galindo J, 1998), "la síntesis consiste en la reunión racional de los elementos dispersos de un todo para estudiarlos en su totalidad".

Tomando en cuenta a (Muñoz C, 1998), “el análisis y síntesis son correlativos y absolutamente inseparables. El análisis es la descomposición de un todo en sus partes. La síntesis es la reconstrucción de todo lo descompuesto por el análisis”.

Conforme a los autores, el método de síntesis siempre está relacionado con el método de análisis ya que los estudios particulares realizados, permiten dar soluciones generales al proyecto, manteniendo una relación entre las partes.

Técnicas de Investigación

Existen diferentes técnicas, como son: técnica de la observación, la encuesta, la entrevista y el análisis de contenido.

Técnica de observación

Según (Muñoz C, 1998), “define la técnica de observación como un examen minucioso y profundo de un hecho o fenómeno a través de la operación de las variables que intervienen en el comportamiento del mismo”.

Mientras, para (Delgado G & Alvarado D, 2013), “observación es la acción de observar, de mirar detenidamente. Es el conjunto de cosas observadas, el conjunto de datos y el conjunto de fenómenos”.

Para los autores, esta técnica se basa en la observación detallada de todos los parámetros existentes en el proyecto. Un ejemplo muy claro se tiene al observar cual es la competencia directa e indirecta que tiene el proyecto en la zona de estudio.

Técnica de la Encuesta

De acuerdo a (Muñoz C, 1998), "define la encuesta como la recopilación de opiniones por medio de cuestionarios o entrevistas en un universo o muestra específico, con el propósito de aclarar un asunto de interés para el encuestador".

Para (Andion M, Beller W, & Dieterich H, 1990, pág. 276), "una encuesta es una técnica o método de recolección de información donde se interroga de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación".

Esta técnica permite recopilar las opiniones de un determinado grupo de personas, con el propósito de conocer las interrogantes que son causales de esta investigación. Para el proyecto en particular, permite conocer los gustos y necesidades de los clientes, a la vez, medir el nivel de aceptación del restaurante.

Técnica bibliográfica

De acuerdo a (Cerda H, 1993), la técnica de investigación bibliográfica, se relaciona con los procedimientos que se usan para obtener datos e información, a

través de los libros y en general artículos que se refieren a determinadas materias y temas.

Según (Bunge M, 2001) “la referencia bibliográfica es el conjunto de elementos suficientes detallados que permite la identificación de la fuente documental (impresa o no) de la que se extrae la información”.

La técnica bibliográfica se utiliza en la elaboración del marco teórico de este proyecto con la investigación de textos relacionados con el tema.

CAPÍTULO I

1 Marco Teórico

1.1 Productos y/o servicios de establecimientos gastronómicos

Un producto o servicio es la suma de una serie de características como su calidad, marca, presentación o envase, diseño, servicio post venta, mantenimiento, garantía, entrega, etc. Así, conviene resaltar cualquier rasgo significativo de los productos o servicios que pueda ser valorada positivamente por el mercado (Universidad Miguel Hernandez, 2010, pág. 54).

"El servicio no es más que el conjunto de prestaciones que el cliente espera, consecuencias del precio, la imagen y reputación" (Martinez R, 2009)

En el presente proyecto, se ofrece a los consumidores una variedad de productos, textura, sabores de buena calidad con precios accesibles. El servicio será personalizado con personal capacitado que brinde seguridad y confort a quienes serán considerados como mercado objetivo.

1.1.1 La pizza

La pizza se originó hace 3000 años a partir de antiguos bollos, planos o pies preparados a partir de granos de cebolla, agua y diferentes sazonadores en piedras abrasivas. Las primeras civilizaciones en consumir este producto vivían en las zonas

mediterráneas, como los egipcios y griegos. Desde luego estos bollos, planos o pies pueden considerarse como los ancestros de la pizza.

El término “pizza” proviene de la palabra latina “pinsa”, que es el pasado participio del verbo latín “pinsere”, que significa “aplastar”. Muchos autores afirman que la pizza, tal y como se conoce en la actualidad, procede de la ciudad de Nápoles (Italia) y que aparece como plato popular entre los napolitanos (Buonassisi, 2003)

Los ingredientes básicos que se utilizan para la elaboración de las pizzas son: masa, pasta de tomate y adicionales. Para la elaboración de la masa se debe disolver la levadura en una taza pequeña con agua tibia. Mezclar la harina con la sal y colocar en forma de corona. En el medio agregar la levadura y el aceite. Incorporar agua mientras se añade la harina. Amasar hasta obtener una consistencia lisa y elástica. Dejar reposar por 30 minutos. Estirar la masa en un recipiente para horno untando previamente aceite y dejar descansar por 15 minutos.

Para la elaboración de la pasta de tomate, colocar los tomates a hervir a fuego lento. Rallar los tomates. Hervir nuevamente los tomates agregando ajo, orégano, sal y pimienta, sin dejar de mover y esperar que espese la pasta.

En la parte final de la elaboración de la pizza, colocar la pasta de tomate sobre la masa estirada anteriormente. Colocar los ingredientes adicionales en la masa de acuerdo al tipo de pizza. Colocar la pizza en el horno para su cocción (Simili, 2015)

1.1.2 Pizzas a la parrilla

En esta nueva tendencia de pizzas hechas a la parrilla, podemos destacar la diferencia que tienen en comparación con las demás pizzas elaboradas en hornos de leña, son su sabor y textura, la base crujiente, el aroma levemente ahumado y la romántica sensación de cocinar con brasas. Además es un alimento que nació en Italia pero en Argentina tuvo algunas identidades únicas (Mascoli, 2015)

Aquellos amantes de la pizza que piensen que la única manera de hacerla es al horno están a punto de llevarse una grata sorpresa. Importando un concepto argentino, la nueva pizzería utiliza la parrilla para cocinar su plato emblemático, el resultado no deja de ser delicioso, con un sabor ahumado que solo el carbón puede hacer posible. Esta se prepara junto a una salsa fresca, hecha en la casa cada día. Los ingredientes se asan a la parrilla junto a la pizza, "para no perder ese saborcito a carbón" (Golombek, 2014, pág. 146)

1.2 Propuesta de un establecimiento de A&B

Antes de iniciar la propuesta de factibilidad se debe someter a aprobación la propuesta de investigación. Desarrollar la propuesta de investigación equivale a realizar la planeación de la investigación con el propósito de organizar todas las etapas del proceso de investigación en forma lógica en torno a los problemas, oportunidades y necesidades (PON).

El término propuesta tiene muchos significados. En el mundo académico y profesional, sin embargo, una propuesta es un documento que describe un proyecto de trabajo a realizar en un área o sector de interés; y que se elabora para solicitar aprobación, apoyo institucional y/o financiero para su ejecución (Palma, 2005)

Lo realmente importante de la propuesta de investigación es el planteamiento claro y correcto del PON y el diseño de una adecuada metodología orientada a la comprobación de las hipótesis.

De acuerdo con (Leedy, 1993, pág. 127) "escribir el propósito de investigación significa delinear todas las etapas del proceso, en orden lógico". Una vez que se ha formulado y argumentado el PON se procede a diseñar tanto el proceso como el método de investigación.

Para llevar a cabo este proyecto, se adopta la teoría de Leedy al realizar una planeación de la investigación organizando las etapas del proceso en forma lógica en torno a los PON. Lo primero que se realiza es un diagnóstico de la situación planteada; en segundo lugar se planifica y fundamenta con bases teóricas la propuesta a elaborar y establecer, tanto los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios, para llevar adelante la ejecución. Luego se efectúa el estudio de factibilidad del proyecto y, por último, se ejecuta la propuesta con su respectiva evaluación.

1.3 Factibilidad de un establecimiento de A&B

"La factibilidad, indica la posibilidad de desarrollar un proyecto, tomando en consideración la necesidad detectada, beneficios, recursos humanos, técnicos, financieros, estudio de mercado, y beneficiarios" (Gomez, 2000, pág. 24)

Del mismo modo, (Arias, 2006, pág. 34) señala: "La factibilidad se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización".

Los conceptos antes mencionados nos dan la pauta para considerar que este proyecto es factible ya que las necesidades detectadas en los consumidores son satisfechas de una manera práctica e innovadora. Para esto se desarrolla una propuesta acompañada de una investigación que permite alcanzar las expectativas de los clientes.

1.3.1 Estudio preliminar (estudio previo de factibilidad)

Para (Ajenjo, 2002), "el estudio preliminar se lleva a cabo con el objeto de obtener información sobre el proyecto, sin hacer investigaciones de campo para conocer el ambiente y ámbito de aplicación del proyecto".

Según (Hernandez, 2005, pág. 6), aquí se presenta un resumen de las circunstancias que dieron origen a la idea del proyecto. Se analizan las variables

económicas que puedan afectar el proyecto. Se hace una innovación del equipo o innovaciones tecnológicas para el proyecto. Se cuantifican las fuentes de ingresos y egresos. Se analizan las condiciones externas, así como los indicadores financieros y económicos.

De acuerdo a Ajenjo, en este proyecto se realiza un estudio preliminar acerca del ambiente en el cual se va a proponer el mismo, como es la localización del restaurante y los menús que ofrecen la competencia. En cuanto al ámbito de aplicación, esta se basara en la necesidad de satisfacer a los consumidores con un producto de calidad.

1.3.2 Objetivos del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad (Ramirez A, Vidal M, & Dominguez R, 2009, pág. 40) tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.

- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

Los objetivos que se aplican en este proyecto buscan generar la mayor cantidad de ganancias, sabiendo aprovechar los recursos tanto económicos como naturales, contribuyendo a la conservación y cuidado del medio ambiente.

1.3.3 Requisitos para permiso de funcionamiento

Para establecimientos destinados a la preparación y/o servicio de alimentos y bebidas (restaurantes – bar restaurantes o bar – delicatesen – boite grill – cafeterías – heladerías – fuentes de soda – soda bar – picantería – cantina (incluye bares escolares), casas de banquetes y centros de convenciones.

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Copia del RUC actualizado del establecimiento
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal

- Lista de productos con su respectivo registro sanitario (en el caso de heladerías, delicatesen, cafeterías, cantinas y bares escolares)
- Copia del certificado de capacitación en Higiene y Manipulación de Alimentos. (Solo para Bares Escolares capacitación en Nutrición Básica)
- Copia del certificado ocupacional de salud anual emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud de los empleados
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito)

1.4 Tipos de establecimientos gastronómicos

1.4.1 Restaurante de carácter familiar

"Los restaurantes familiares tienen una plantilla externa mínima con productos /servicios básicos (desayunos tradicionales, tapas y raciones, menús sencillos, etc." (Gallardo, 2002, pág. 31)

Por lo común, los restaurantes familiares ofrecen una amplia selección de platos a base de "carne, papas y arroz" a precios moderados. En cuanto a bebidas alcohólicas, estas suelen restringirse a cerveza y vino. La decoración es alegre y la dotación consiste en una combinación de mostradores, mesas y compartimientos. Los restaurantes de cadena y de concesión que, por su fama, atraen clientes asiduos, suelen ser negocios rentables. El personal es por lo común amable y eficiente, aunque no siempre cuente con alta capacitación. El volumen de inversión oscila entre medio y alto. (Coltman, 1992, pág. 11)

1.4.2 Restaurante de cocina de mercado y autóctonos

"Representan un escalón o nivel superior pues basan su estrategia en una oferta de materias del mercado diario, principalmente pescados, mariscos y carnes, así como platos del día que son especialidades" (Gallardo, 2002, pág. 31)

Para tener éxito se debe servir platos auténticos, lo que significa que el personal que prepara los alimentos debe conocer muy bien la tradición culinaria de la respectiva región, cuyas bebidas propias. Por la decoración y la capacitación del personal, la inversión puede llegar a ser elevada (Coltman, 1992, pág. 13)

1.4.3 Restaurantes de cocina extranjera

Con independencia de los populares restaurantes "chinos "que se pueden encontrar en cualquier lugar por extraño que nos parezca, los restaurantes de cocinas de otros países van encontrando poco a poco su espacio en la Restauración española, sobre todo, gracias al turismo. Los mexicanos, italianos, franceses, ingleses e irlandeses, etc., son algunas de sus representaciones. El nivel gastronómico, con excepciones, no tiene un gran significado (Gallardo, 2002, pág. 32)

Los restaurantes que se especializan en comidas específicas de un país abarcan una amplia gama, de aquellos restaurantes chinos que ofrecen menús para grupos familiares o de amigos hasta los de cocina clásica francesa dirigidos a

gastrónomos o gourmets. El personal requiere uniformes y capacitación (Coltman, 1992, pág. 13)

1.4.4 Restaurante tipo buffet

En un buffet, el comensal encuentra la comida lista para ser consumida en una mesa de grandes dimensiones. De esta manera, cada persona puede servirse lo que desea y en la cantidad que quiera. Esto facilita dar de comer a muchos individuos de manera simultánea, ya que no deben tomarse distintos pedidos ni se necesita personal que acerque cada plato hasta una mesa en particular (Gallardo, 2002, pág. 32)

Por lo general, el restaurante tipo bufe funciona en forma de autoservicio. Sin embargo, si se ofrecen licores, cerveza y vino será necesario servirlos a la mesa. El bufe consiste en ofrecer al cliente "todo lo que pueda comer". El personal que prepara y sirve los alimentos puede ser mínimo. Este tipo de restaurante es de carácter principalmente familiar, por lo que sus precios deberán ser módicos. Aunque se puede brindar también el servicio de almuerzos, la de clientes se produce principalmente entre las cinco de la tarde y las once de la noche. Además este negocio puede ofrecer servicio de banquetes y meseros a domicilio (Coltman, 1992, pág. 14)

1.4.5 Restaurantes fast food

Es la nueva cultura de alimentarse, donde se combina la rapidez con el entorno que convierte al cliente en un consumidor global. De los burgers a los bocatas, pasando por las Pizzerías, Creperies, Croissanteries, Sandwicherias y otros negocios donde la franquicia también tiene sus banderas. Se multiplican en las grandes y medianas ciudades y buscan los lugares estratégicos para desarrollarse tratando de competir con la Restauración tradicional (Gallardo, 2002, pág. 32)

Los restaurantes de comida rápida se han multiplicado en los últimos veinte años, a medida que se han incrementado la movilidad de las personas. Estos establecimientos, que funcionan principalmente bajo la modalidad de concesión, ofrecen alimentos para ser consumidos allí mismo o para llevar. El menú es limitado y los precios son relativamente bajos. El restaurante debe permanecer abierto muchas horas y por lo general, los siete días a la semana. Un alto nivel de capacitación del personal que atiende no es esencial, a menos que se trate de una concesión, en donde, por lo general, la firma que otorga la concesión establece que normas de servicio y de calidad de las comidas debe cumplirse (Coltman, 1992, pág. 13)

1.4.6 Restaurantes gourmets

El concepto gourmet en un restaurante debe ser consecuente con todos y cada uno de los ámbitos que lo componen, desde la consecución de materias primas hasta el plato puesto en la mesa para el cliente. Eso quiere decir que los alimentos son de primera calidad, el menaje, la limpieza, el servicio ofrecido por expertos y

profesionales, incluida la contratación del personal. Es una empresa estructurada, organizada que tiene claro que no es sólo lo que se ve de frente, sino también lo que hay detrás (Gallardo, 2002, pág. 33)

En la mayoría de los casos, estos restaurantes exigen una inversión más alta que los ya descritos, pues su ambiente y decoración son más costosos. Los restaurantes de este tipo atienden a personas de mayor capacidad económica, dispuesta a pagar el costo. El personal debe tener elevada capacitación (Coltman, 1992, pág. 12)

1.4.7 Restaurantes-cafeterías

Aunque la cafetería ha recuperado posiciones y con este concepto se desarrollan muchos negocios, la realidad es que con este concepto se desarrollan muchos negocios, la realidad es que con independencia de establecimientos muy posicionados o las cadenas como los VIPS o California, el resto es una mezcla de bar, café y restaurante familiar (Gallardo, 2002, pág. 32)

La cafetería se caracteriza por el servicio de comidas rápidas y la numerosa afluencia de clientes. A menudo, a estos solo se les sirve en la barra. La decoración es mínima y los precios son relativamente bajos. Estos restaurantes pueden funcionar desde tempranas horas en la mañana hasta las seis o siete de la noche y a veces hasta la medianoche. Frecuentemente el personal de estos establecimientos tiene un grado mínimo de capacitación (Coltman, 1992, pág. 12)

1.4.8 Restaurantes para llevar

Hay establecimientos que ofrecen no solo productos/servicios de Restauración en sus establecimientos, sino que también "venden comida "para llevar y consumir en las casas, empresas, etc. Desde platos sencillos y tradicionales a elaboraciones culinarias más sofisticadas, el cliente puede elegir a su gusto y pagar por peso, ración, unidad, etc. Algunas de estas empresas de Restauración se han convertido en verdaderas "industrias de la producción culinaria y de la pastelería" y gozan de marcas con reconocido prestigio en el mercado (Gallardo, 2002, pág. 35)

Este tipo de cafetería requiere de un gran volumen de clientes. Su ubicación es decisiva para lograrlo. Los centros comerciales edificios de oficinas son los mejores sitios por lo general se trata de negocios de autoservicio, con limitados pero que incluyen sopas, entradas, postres y bebidas. En la mayoría de estos casos, estas cafeterías requieren áreas muy amplias para la preparación de alimentos. El personal posee una capacitación mínima, el servicio es rápido es indispensable para atender el alto volumen de clientes (Coltman, 1992, pág. 12)

El tipo de restaurante elegido en el presente proyecto es de especialidades tipo gourmet, ya que los alimentos a utilizarse en la preparación de los productos y el menaje son de primera calidad, el servicio lo realizan expertos y profesionales, el personal tiene elevada capacitación. Todo esto se lo realiza en un ambiente cómodo y seguro para la satisfacción de los clientes.

1.5 Segmentación de mercado

Según (Kotler P & Armstrong G, 2003, pág. 165) "a través de la segmentación del mercado las empresas dividen los mercados grandes y heterogéneos en segmentos a los que pueden llegar de manera más eficiente y eficaz con productos y servicios que coinciden con sus necesidades únicas".

1.5.1 Determinación de la muestra

Para (Sampieri R, Fernandez C, & Baptista P, 2006, pág. 175), "la muestra es en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población".

1.6 Análisis de la Demanda

La demanda se define como la propuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. (Porter M, 2009, pág. 364)

Demanda Satisfecha: Es en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere.

Demanda Insatisfecha: Es en la que lo producido y ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado

Para estar al tanto de la demanda en este proyecto de la pizzería, analizamos los resultados obtenidos en la pregunta número 2 de la encuesta, donde existe un 84% de los encuestados donde resalta la aceptación de consumo de pizas. (Facultad Regional Rosario, 2010)

1.7 Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado. (Mercado H & Palmerin M, 1997, pág. 79).

Existen dos tipos de competencia: directa e indirecta. La directa son las empresas o negocios que venden un producto igual o casi al que se mente en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles lo mismo. (Soto B, 2013). La indirecta son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente. (Soto B, 2013)

Para esto se realiza un análisis de mercado de las diferentes pizzerías ubicadas en el sector de Cumbayá, especificando el número de locales, logrando así determinar la competencia directa e indirecta existente en el lugar.

1.8 Receta Estándar

Es una herramienta de trabajo donde se detalla los ingredientes, cantidades, unidad de medida, costo de cada uno, % de condimentos, costo total, % de costo de venta y el precio de venta al público. Se especifica el nombre de la receta, género y # de pax del plato. (Jimenez D, 2007).

La receta estándar es un listado de todos los ingredientes que se necesita para elaborar los productos, en la cual se incluyen las cantidades de cada ingrediente con sus respectivas unidades y costos. Esencialmente, la receta estándar sirve para calcular el costo real de los productos.

1.9 Reclutamiento y selección de personal

1.9.1 Reclutamiento

Es el proceso de localizar e intentar atraer a individuos del mercado laboral externo que sean capaces y que estén interesados en ocupar los puestos y vacantes disponibles en la empresa solicitante.

Este proceso comienza con la planeación de personal, es decir, conocer los puestos de trabajo disponibles en la empresa.

El objetivo del reclutamiento es el crear una lista de candidatos, los cuales se

escogerá detenidamente a los futuros empleados. Ellos deben tener las aptitudes y motivación necesaria para el puesto, con lo cual se obtendrá eficiencia y productividad del puesto de trabajo. (Cabrera & Bonache, 2002, pág. 6)

1.9.2 Selección de personal

Es el proceso de determinar cuáles de entre los solicitantes de empleo, son los que mejor llenan los requisitos del puesto.

La Selección de personal es un proceso de previsión que procura prever cuáles solicitantes tendrán éxito si se les contrata; es al mismo tiempo, una comparación y una elección. Para que pueda ser científica, necesita basarse en lo que el cargo vacante exige de su futuro ocupante (es decir, las exigencias del cargo o descripción del puesto). Así, el primer cuidado al hacer la selección de personal es conocer cuáles son las exigencias del cargo que será ocupado.

La selección de personal es una comparación entre las cualidades de cada candidato con las exigencias del cargo, y es una elección entre los candidatos comparados; para entonces, se hace necesaria la aplicación de técnicas de selección de personal que veremos más adelante (varios candidatos solicitarán una posición y la empresa contratará al que juzgue más idóneo). (Cabrera & Bonache, 2002, pág. 14)

1.9.3 Proceso de selección de personal

Para cumplir con la responsabilidad de la selección de personal es necesario que las decisiones estén fundamentadas, sobre técnicas lógicamente estructuradas, siguiendo un procedimiento científico que permita buscar nuevos candidatos, evaluar sus potencialidades físicas y mentales, así como su aptitud en el trabajo.

En el proceso de selección se utilizan una serie de técnicas que permiten elegir a la persona adecuada para el puesto vacante; en principio se debe determinar quiénes reúnen los requisitos mínimos que necesitan cubrirse para ocupar el puesto (edad, escolaridad, experiencia, etc.), eliminando a los que no satisfagan.

Posteriormente se procede a realizar principalmente: entrevistas, pruebas psicológicas, pruebas de conocimiento o de práctica, investigación socioeconómica y examen médico.

1.9.4 Técnicas de selección de personal

Las técnicas de selección tienden a proveer información objetiva sobre las calificaciones y características de los candidatos, que demandarían mucho tiempo para ser obtenidas mediante simple observación de su actividad cotidiana.

Las técnicas de selección buscan proporcionar una rápida muestra de comportamiento de los candidatos, un conjunto de información que puede ser profunda y necesaria, lo cual depende de la calidad de las técnicas y de los

profesionales que las utilizan. (Cabrera & Bonache, 2002, pág. 40).

Este proceso consta de:

- **Recepción de solicitudes**: Se procede a la recepción de hojas de vida o currículos vitae de las personas interesadas al cargo a disposición. Se realiza una preselección de los candidatos más aptos para el puesto, nos comunicamos con ellos y se fija fecha y hora para realizar una entrevista.

- **Entrevista:** Es una herramienta que se utiliza para conocer más a fondo sobre los aspirantes para los puestos de trabajo. Se les realiza preguntas generales, experiencia laboral y referencias, además de sus aptitudes y actitudes en equipos de trabajo. También se les da a conocer en qué consistirían sus funciones, el sueldo tanto que desea y el que va a percibir, el horario y obligaciones dentro del restaurante.

- **Análisis de los aspirantes:** Después de la entrevista se analiza toda la información de cada persona, se lo relaciona y compara con el puesto de trabajo mediante pruebas de idoneidad para conocer si el puesto es apto para el cargo. Además debe de cumplir con varios requisitos para cada puesto.

- **Verificación de datos**: En este punto se confirma que todos los datos del aspirante sean correctos: cedula, estudios, experiencia laboral,

referencias, etc.; con la finalidad de corroborar el profesionalismo y seriedad de la persona.

- **Contratación**: una vez escogida la persona indicada para el puesto, se aclara cualquier pregunta, confusión o duda que el aspirante tenga. Se lo familiariza con el entorno de trabajo, equipos, utensilios, compañeros, para que no existan malos entendidos después de la contratación. Posteriormente y acabando con el proceso, se ejecuta la firma de contrato, poniendo en claro todo lo referente al cargo a seguir, sueldo a ganar, beneficios de ley, horarios, etc. De igual manera se pide los documentos necesarios para el archivo de la empresa por si en algún momento se lo requiera.

- **Entrenamiento de personal**: Este punto es de suma importancia ya que se va repartir las responsabilidades que el empleado deberá cumplir en el restaurante. Se lo entrena y capacita en todo lo referente a su labor, además de darle a conocer las normas y reglamentos de la empresa en general. (Cameron S, 1991)

Para conseguir los mejores profesionales para el restaurante, se solicita a las agencias de empleo los currículos de las personas más idóneas, a las cuales se las realiza una entrevista personal. Las personas seleccionadas son contratadas de acuerdo a las políticas de la empresa, para luego brindarles la capacitación respectiva.

CAPÍTULO II

2 Diagnóstico Situacional

2.1 Macro entorno

2.1.1 Factor Político

Las decisiones que tomen los diferentes poderes del estado pueden incidir en la economía de una empresa, ya que depende en forma directa de las leyes que consideren convenientes para el país, en este caso los nuevos impuestos (importaciones, IVA) que establece el gobierno, afectan directamente a la empresa, para lo cual se deben tomar medidas necesarias, evitando de esta manera que estas leyes perjudiquen la creación del establecimiento destinado a la preparación y/o servicio de alimentos y bebidas.

2.1.1.1 Riesgo país (EMBI Ecuador)

El riesgo país analiza las condiciones económicas, políticas, sociales y geográficas que los inversionistas evalúan el riesgo que tienen al momento de realizar una inversión económica. Un país con alto índice de riesgo país no ofrece las garantías para cumplir sus obligaciones con dichos inversionistas.

FECHA	VALOR
Julio-06-2016	900.00
Julio-05-2016	902.00
Julio-04-2016	908.00
Julio-03-2016	908.00
Julio-02-2016	908.00
Julio-01-2016	908.00
Junio-30-2016	913.00
Junio-29-2016	911.00
Junio-28-2016	928.00
Junio-27-2016	937.00
Junio-26-2016	917.00
Junio-25-2016	917.00
Junio-24-2016	917.00
Junio-23-2016	899.00
Junio-22-2016	904.00
Junio-21-2016	913.00
Junio-20-2016	914.00
Junio-19-2016	919.00
Junio-18-2016	919.00
Junio-17-2016	919.00
Junio-16-2016	922.00
Junio-15-2016	912.00
Junio-14-2016	879.00
Junio-13-2016	879.00
Junio-12-2016	863.00
Junio-11-2016	863.00
Junio-10-2016	863.00
Junio-09-2016	862.00
Junio-08-2016	861.00
Junio-07-2016	863.00

Tabla 1. Riesgo País

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

El riesgo país en el Ecuador se mantiene estos últimos días entre 937 y 861 puntos, lo que quiere decir que los inversionistas extranjeros pueden prever el riesgo

de invertir en nuestro país. El riesgo país que había sido altísimo anteriormente ha bajado en forma significativa.

2.1.2 Factor económico

Los principales indicadores económicos que afectan directamente a la empresa son:

2.1.2.1 Inflación anual

La inflación es una medida estadística que indica los índices de los precios de consumo masivo.

AÑO	VALOR
2001	22
2002	12,5
2003	7,9
2004	2
2005	2,1
2006	3,4
2007	2,3
2008	8,3
2009	4,3
2010	3,3
2011	4,5
2012	5,1
2013	2,6
2014	3,59
2015	4,02

Tabla 2. Inflación Anual

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

La inflación en los últimos años tiende a la alza, lo que quiere decir que los precios tendrán una tendencia a la alza, por lo tanto los productos tendrán menor demanda en el mercado.

En términos generales lo mencionado es favorable para el proyecto, porque aunque hubo un incremento de la inflación en el 2008 posteriormente la misma se ha mantenido en niveles moderados, además el hecho de mantener una moneda fuerte contribuye para que la economía se estabilice, provocando el normal desarrollo de las actividades comerciales de las empresas.

2.1.2.2 Inflación mensual

FECHA	VALOR
Junio-30-2016	0.36 %
Mayo-31-2016	0.03 %
Abril-30-2016	0.31 %
Marzo-31-2016	0.14 %
Febrero-29-2016	0.14 %
Enero-31-2016	0.31 %
Diciembre-31-2015	0.09 %
Noviembre-30-2015	0.11 %
Octubre-31-2015	-0.09 %
Septiembre-30-2015	0.26 %
Agosto-31-2015	0.00 %
Julio-31-2015	-0.08 %
Junio-30-2015	0.41 %
Mayo-31-2015	0.18 %

Tabla 3. Inflación mensual

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

2.1.2.3 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es un indicador importante para la economía de un país ya que mide los niveles de producción y productividad que genera dicho país.

Año	Producto Interno Bruto (PIB)
2001	4,3
2002	3,3
2003	2,5
2004	5,8
2005	4,7
2006	4,1
2007	2
2008	6,5
2009	0,4
2010	3,2
2011	7,8
2012	5
2013	4
2014	3,4
2015	1,9

Tabla 4. Producto Interno Bruto

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

Unas de las variables que mejor definen como ha sido el desempeño económico en un año es el Producto Interno Bruto (PIB), es así que el país presenta crecimientos constantes del Producto Interno Bruto desde el año 2001 (4,3%). En el año 2008 el PIB creció a 6,5% por los precios record del petróleo y el uso de fondos petroleros.

En cambio el porcentaje más bajo fue en el 2009 con una tasa de apenas 0,4% que no fue negativa por el ajuste metodológico que realizo el Banco Central del Ecuador en la medición del valor agregado petrolero para que se eleve; en momentos en que existía una crisis mundial energética, desempleo, cierre de empresas, iliquidez monetaria y crisis mundial.

Para el 2011 tuvo el mayor crecimiento del PIB (7,8%) y la proyección para este año tiende a un aumento. Este aspecto es importante ya que se abrirán oportunidades para la inversión en empresas que se dedican a la producción.

2.1.2.4 Tasas de interés

Las tasas de interés son un factor económico muy importante para las empresas que necesitan créditos bancarios para reactivar su producción.

Tasa de Interés Activa

2009	9,2
2010	9,03
2011	8,35
2012	8,31
2013	8,03
2014	7,77
2015	7,51

Tabla 5. Tasa de Interés Activa

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

Tasa de Interés Pasiva

2008	5,53
2009	5,4
2010	4,57
2011	4,56
2012	4,28
2013	4,02
2014	3,78
2015	3,55

Tabla 6. Tasa de Interés Pasiva

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

La tasa de interés activa termina con un 7.51% y la tasa de interés pasiva termina en un 3.55% y en comparación con los años anteriores, la tendencia a la baja de estas tasas de interés proyectadas, reactivaran la producción económica ya que habrá demanda y facilidades para adquirir un préstamo bancario ya que las bajas tasas de interés permitirán acceder a ellas.

2.1.3 Factor Social

2.1.3.1 Desempleo

El empleo es un medio para que las personas obtengan los ingresos que requieren para adquirir bienes y servicios que permitan reactivar la economía. El

creciente desempleo que experimenta nuestro país es la causa fundamental para el aumento de la corrupción, la delincuencia y la inestabilidad jurídica y económica.

Este problema ha presentado un desequilibrio en la población económicamente activa, debido a que a pesar de que existen numerosas personas capacitadas para realizar un trabajo no existen fuentes suficientes. La creación de nuevas empresas es un factor muy importante ya que logra que el sector productivo se reactive pues es la única forma de generar fuentes de trabajo y así lograr desaparecer el alto porcentaje de desempleo que presenta el país.

Año	Tasa de desempleo
2007	5
2008	5,6
2009	6,47
2010	5,61
2011	4,62
2012	4,12
2013	4,03
2014	5,13
2015	5,3

Tabla 7. Tasa de desempleo

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

2.1.3.2 Población Económicamente Activa

Es el conjunto de personas, de uno u otro sexo, que teniendo edad para trabajar están dispuestas a aportar su trabajo para la producción de bienes y servicios en un determinado momento. Se considera como el principal indicador de la oferta

de mano de obra en una sociedad. Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo (ocupados) y a aquellas que no tienen empleo pero están dispuestas a trabajar (desocupados).

Año	PEA
2008	4383512
2009	4431196
2010	4342647
2011	4329467
2012	4316327
2013	4303227
2014	4290166
2015	4277145

Tabla 8. Población Económicamente Activa

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

La PEA tiende a bajar en los próximos años lo que es muy preocupante para el país ya que esto implica muchos factores como el aumento de la delincuencia y problemas sociales como la pobreza.

2.1.3.3 Salarios

En el Ecuador se carece de una política salarial y de ingresos coherentes y explícitos que guarde correspondencia con la dinámica de la producción y la productividad del trabajo. Tradicionalmente en el país, la fijación de los salarios no ha sido el resultado de un proceso de consulta y búsqueda de consenso entre los principales actores sociales involucrados (empresarios, trabajadores y gobierno) y tampoco el pago al trabajo ha sido entendido como un factor clave que interviene en

el proceso productivo y en la capacidad competitiva de las empresas y que, por tanto, merece una atención prioritaria.

Año	Salario
2006	160
2007	170
2008	202
2009	218
2010	240
2011	264
2012	292
2013	318
2014	340
2015	354
2016	366

Tabla 9. Salarios

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora

Los salarios se han ido incrementando graduablemente desde el 2007 que se tenía un salario básico de $170, llegando a $366 para el año 2016 según lo fijado por el Ministerio de Relaciones Laborales.

La diferencia entre el costo de la canasta básica y el ingreso mínimo es considerable, lo que demuestra que el salario que reciben las personas no es suficiente para satisfacer todas sus necesidades básicas. Cada vez menos ecuatorianos pueden acceder a los productos de la canasta básica familiar, evidenciándose una clara disminución en la calidad de vida de la población.

El incremento del costo de la canasta básica es superior al salario mínimo, esto determinaría la restricción de la población en el consumo de otro tipo de productos, como los bienes de aseo, limpieza del hogar, bebidas y otros.

Es evidente que la población requiere incrementar sus ingresos para poder satisfacer no solamente las necesidades básicas, sino además obtener un desarrollo social y económico, por lo que la situación se presenta favorable para este proyecto, debido a que la generación de fuentes de trabajo y divisas sería una respuesta económica a la condición crítica de las familias.

2.1.4 Factor Tecnológico

Uno de los factores de mayor efecto sobre el ambiente es la tecnología. La tecnología ha tenido un gran impacto en los estilos de vida el hombre moderno, en sus hábitos de consumo y en su bienestar económico. Su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, como se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios.

La importancia de la tecnología se ha adaptado a los procesos de la globalización de la producción y del mercadeo de bienes y servicios. Por lo que para estar a la par con la globalización actual es necesario ir al ritmo de los avances tecnológicos que exige el mundo actual para poder competir con productos de calidad.

Actualmente, el consumidor demanda alimentos en los que tiempo de cocción o preparación sea lo menor posible.

La tecnología es considerada uno de los inyectores de mejoramiento de procesos y ahorro de costos que permite la transformación productiva y mejora la productividad.

Con respecto a las Tecnologías de la Información (TIC) hay avances notables en el uso del internet y celulares (conectividad) siendo también hoy en día clave para aumentar la productividad de las empresas porque permite tener información de la compañía y de la competencia en forma rápida y oportuna.

2.1.5 Factor Ambiental

En la actualidad, el factor ambiental ha cobrado gran importancia por el incremento incesante de la población humana, a niveles no conocidos anteriormente y cuyo impacto sobre el ambiente es cada vez mayor. Ya se están sintiendo los síntomas de problemas serios, como el calentamiento de la atmósfera; enfermedades originadas por la contaminación ambiental; destrucción de la capacidad de reciclaje de los desechos por los sistemas naturales, y escasez de recursos, especialmente del agua, a nivel local y regional, entre otros.

Es una obligación de los nuevos proyectos empresariales y de las empresas ya existentes, que se piense en la conservación y salud ambiental. Este proyecto permitirá la preservación de los ecosistemas mediante la reducción del daño

ecológico causado por los métodos inadecuados de producción, ofreciendo al consumidor un producto libre de químicos que afecten a la salud.

Los parámetros significativos de las aguas servidas pueden ser causa de preocupación, pero se pueden prevenir, si se practica buena limpieza y se mantienen condiciones sanitarias en todo momento.

2.2. Micro Entorno

El análisis se refiere específicamente a las cinco fuerzas de Porter. El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la organización debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial y estas son:

Gráfico 1. Fuerzas de Porter

Elaborado por: Autora

2.2.1 Análisis vertical

2.2.1.1 Competidores Potenciales

En la actualidad hay varios establecimientos que se dedican a la preparación de pizzas, motivadas por la rentabilidad que esto presenta, pero la competencia real que se tiene es con las empresas multinacionales ya que son expertas en la producción, gestión de calidad y comercialización internacional, utilizan maquinaria muy sofisticada y tienen gran escala de producción.

El análisis de los competidores potenciales requiere de identificar cuáles son las barreras que tendrán los posibles entrantes al mercado para ingresar, si son muchos los obstáculos, pocas podrán participar y competir contra la empresa existente, de lo contrario, el mercado se vuelve franqueable y pondrá en riesgo la utilidad de la empresa.

En cambio, si las empresas no pueden salir del mercado una vez que han ingresado y han identificado que no es muy rentable, también evalúan sus posibilidades para retirarse, pero si existen barreras que hacen difícil su salida, esto no será conveniente, por lo tanto, antes de ingresar se debe evaluar esta condición del mercado. A continuación, se analizan estos dos factores para el presente proyecto.

Barreras de entrada

- Falta de conocimiento de comercio exterior o débil organización de la comercialización.
- Falta de asistencia técnica y capacitación de los empleados.
- Fuentes de financiamiento escasas para mejorar el nivel tecnológico, publicidad, investigación, instalaciones de producción.
- Falta de mano de obra calificada.
- Economía de escala de empresas existentes
- Muchos requisitos como: Permisos de funcionamiento, Precios oficiales, Regulaciones sanitarias, Normas de calidad, Regulaciones ecológicas, Normas técnicas y otros Factores políticos.

Barreras de salida

- Activos o maquinaria especializada.
- Costos fijos como contratos laborales, costos de reinstalación.
- Alianzas estratégicas con otras empresas u organizaciones.
- Sentimiento de lealtad hacia los empleados.
- Falta de dinero para la liquidación de los empleados.

2.2.1.2 Competidores del Sector

En los últimos años en el Ecuador el sector de alimentos y bebidas se ha saturado de establecimientos de comida rápida, por lo que, alrededor del establecimiento existe mucha competencia.

Los establecimientos destinados a la preparación y/o servicio de alimentos y bebidas están fuertemente vinculados con el mercado nacional y constituyen uno de los sectores con gran potencial de crecimiento y consolidación en el Ecuador.

Por lo tanto, el sector de alimentos y bebidas en general necesita de nuevos proyectos innovadores, aprovechando también la ventaja comparativa de contar con el aprovisionamiento de materia prima de calidad durante todo el año gracias al clima y suelo.

2.2.1.3 Sustitutos

La existencia de productos sustitutos puede generar competencia indirecta para el producto que se trata de introducir en el mercado, a la vez, este evento podría presionar la utilidad de la empresa hacia la baja, por lo tanto, es necesario identificar cual es la condición de comercialización de estos productos para conocer el nivel de riesgo que tiene la empresa. Es importante reconocer que mientras menos sustitutos se encuentren en el mercado, mejor posibilidad de posicionarse tendrá el bien, y su demanda no será tan elástica al precio.

Se debe diferenciar que las pizzas tradicionales son aquellas que el consumidor final ya conoce muy bien y su venta es estable, mientras que las pizzas a la parrilla se encuentran en una etapa de crecimiento en la comercialización, el consumidor final está reconociendo y probando cada vez en mayor cantidad.

Finalmente, la etapa de introducción en el mercado de las pizzas a la parrilla que son poco conocidas tienen un nivel moderado de ventas, hasta que se logren posicionar y crecer para lo cual debe pasar un tiempo prudencial, siendo necesario invertir en publicidad, un rubro mayor en relación a las pizzas tradicionales, porque hay que dar a conocer enfatizando su preparación y sabor.

Los productos que se pueden considerar sustitutos de las pizzas son los alimentos que se puedan preparar de manera rápida. Entre los más conocidos se tienen las hamburguesas, hot dog, papas fritas, shawarmas.

La manera de preparar las pizzas tiene algunas variantes que pueden ensayarse. Cocinarlas al horno, a la parrilla o en piedra volcánica, son las opciones indicadas. Puede llegar a suceder que se descubra un nuevo gusto por alguna pizza que se desconocía, por el hecho de prepararla de una u otra manera especial o diferente.

2.2.2 Análisis horizontal

2.2.2.1 Proveedores

Los principales proveedores ecuatorianos de carnes, y bebidas se encuentran principalmente en la provincia de Pichincha. Entre los principales se tiene: Pronaca, The Coca-Cola Company, Hortananza, ILE, Productos Lácteos Gonzáles, La Fabril.

Como se puede observar, los proveedores son muchos y no habrá escasez de materia prima si uno falla habrá otro que lo reemplace por lo que ellos no tienen el poder de negociación en la empresa.

2.2.2.2 Compradores

Al hablar de los compradores se hace referencia al mercado local, un mercado interesante pero muy exigente.

Actualmente las tendencias a nivel mundial marcan un cambio de preferencias del consumidor hacia los productos naturales y saludables, favoreciendo ampliamente el desarrollo nutricional en el mercado local.

Como hoy en día ha crecido el interés del consumidor por las pizzas preparadas a la parrilla, se espera tener un mercado en donde la demanda sea más alta que la oferta, demostrando que el negocio de alimentos y bebidas es rentable.

Por lo expuesto anteriormente al analizar brevemente al sector, identificando el comportamiento de las cinco fuerzas competitivas de Porter, se puede decir, que la propuesta de un establecimiento destinado a la preparación y/o servicio de alimentos y bebidas, especializado en pizzas a la parrilla, presenta ventajas competitivas como:

- El sector de alimentos y bebidas tiene gran potencial de crecimiento y consolidación en el Ecuador porque es dinámico y se encuentra fuertemente relacionado con mercados locales y nacionales a pesar de que la competencia es fuerte.
- Es un producto diferenciado ya las pizzas a la parrilla poseen características y sabores únicas.
- Existe alianza entre los eslabones claves del proceso productivo como por ejemplo: buenas relaciones con los proveedores de la materia prima, la mano de obra es del mismo sector.
- Proceso productivo eficiente y tecnología adecuada que permite reducir los costos y vender a un precio competitivo.
- Con respecto a la ubicación, se encuentra en un lugar céntrico donde la gente puede llegar al establecimiento sin ningún problema tanto en trasporte público como privado.
- Personal calificado y capacitado.

2.3 Estudio de mercado

2.3.1 Mercado Objetivo

Para realizar la investigación de mercado; sobre la apertura de una nueva pizzería en el sector de Cumbayá se establecen las variables de segmentación de mercado que son propuestas por Kotler, según su libro Marketing Turístico las cuales se muestran en la siguiente tabla.

Geográficas	**Ciudad:** Quito **Ubicación:** Cumbayá
Demográficas	**Género:** Femenino-Masculino **Edad:** 20-54 años **Tamaño familiar:** 4-5 integrantes **Ciclo de vida familiar:** Jóvenes, solteros, mayores **Profesión:** Estudiantes, profesionales **Educación:** Universitarios, formación profesional **Religión:** Sin preferencia **Raza:** Sin preferencia **Nacionalidad:** Ecuatorianos y extranjeros
Psicográficas	**Clase social:** Sin preferencia **Estilo de vida:** Sin preferencia **Personalidad:** Sin preferencia
Por comportamiento	**Ocasión de Compra:** Periódica y especial. **Beneficios:** Calidad, servicio, comodidad **Nivel de uso:** Primera vez, usuario potencial, usuario habitual. **Frecuencia de uso:** Ocasional, medio y frecuente. **Grado de lealtad:** Medio, fuerte **Disposición:** Desconoce, interesado. **Actitud hacia el producto:** Entusiasta

Tabla 10. Variables de segmentación de mercado

Elaborado por: Autora

Por lo que el universo de estudio son hombres y mujeres de Quito con un ingreso socioeconómico medio, que vivan en el sector de Cumbayá y tienen edades comprendidas entre los 20 y 54 años.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se tomó en cuenta el siguiente cuadro donde indica la población por grupos de edad y sexo, que proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizada en el año del 2010.

Edad 2010	
Menor de 1 año	410
De 1 a 4 años	2072
De 5 a 9 años	2733
De 10 a 14 años	2744
De 15 a 19 años	2680
De 20 a 24 años	2542
De 25 a 29 años	2502
De 30 a 34 años	2370
De 35 a 39 años	2570
De 40 a 44 años	2254
De 45 a 49 años	2181
De 50 a 54 años	1711
De 55 a 59 años	1479
De 60 a 64 años	1094
De 65 a 69 años	779
De 70 a 74 años	512
De 75 a 79 años	362
De 80 a 84 años	250
De 85 a 89 años	144
De 90 a 94 años	50
De 95 a 99 años	13
De 100 años y mas	11
Total	**31463**

Tabla 11. Población por grupos de edad en la Parroquia de Cumbayá.

Fuente: Censo INEC 2010

Elaborado por: Autora

El universo entre 20 y 54 años es de 16130 personas.

2.3.2 Tamaño de la muestra.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se determinó el universo que son personas de 20 a 54 años de edad, a través del proceso de segmentación que son quienes cumplen el perfil definitivo.

Si la población es finita; para conocer el total que se necesita, se aplica la siguiente fórmula:

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

Dónde según Vaca Urbina dice que:

N: Es el tamaño de la población o universo (Número total de posibles encuestados).

z: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos. Un 95,5% de confianza (z = 1.96), es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

e: Es el error muestral deseado: el error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtengamos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntamos al total de ella.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato generalmente es desconocido, y se suele suponer que p= q= 0,5 que es la opción más segura.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es: 1-p.

n: Es el tamaño de muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Datos:

N = 16130

z = 1.96

e = 5%

p = 0,5

q = 0,5

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 16130}{(16130 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$\boldsymbol{n = 375.24}$$

El número total de encuestas a realizarse es de 376, una vez conocido el tamaño de la muestra se podrá obtener la información correcta sobre los gustos y preferencias de los potenciales clientes.

2.3.3 Encuesta

Se utiliza la encuesta como técnica de recolección de datos para la siguiente información, porque tiene un fin estadístico, se realizó a una serie de personas que son seleccionadas según un perfil específico, se obtuvo respuestas definidas y se preguntó de un tema específico.

2.3.4 Objetivos de la investigación de mercado

2.3.4.1 Objetivo general

Determinar la aceptación de la pizza elaborada a la parrilla por parte de los clientes, mediante la realización de una encuesta para establecer la aprobación del producto, servicio y ambiente del restaurante.

2.3.4.2 Objetivos específicos

- Determinar los gustos o preferencias de los clientes con respecto al ambiente del establecimiento mediante la encuesta realizada.
- Determinar la frecuencia de consumo de los clientes a través de intervalos de consumo para saber los precios a ofertarse en la carta.
- Determinar la competencia existente para posteriormente analizarlos en la oferta para brindar un mejor servicio al cliente.

2.3.5 Análisis de los resultados de la encuesta

Se determina que las 376 personas que llenaron las encuestas cumplen con el perfil determinado por lo tanto, las siguientes preguntas tabuladas son adecuadas. Además es importante mencionar que las personas que acuden al restaurante son en su mayoría hombres o mujeres para conocer quien toma los procesos de decisión y enfocar las estrategias de marketing hacia ese género.

2.3.5.1 Datos de referencia

Rango de edades

Edades	Nº de personas	%
De 20 a 24	67	17,8
De 25 a 29	76	20,2
De 30 a 34	58	15,4
De 35 a 39	43	11,4
De 40 a 44	51	13,6
De 45 a 49	46	12,2
De 50 a 54	35	9,3
Total	**376**	**100,0**

Tabla 12. Rango de edades

Elaborado por: Autora

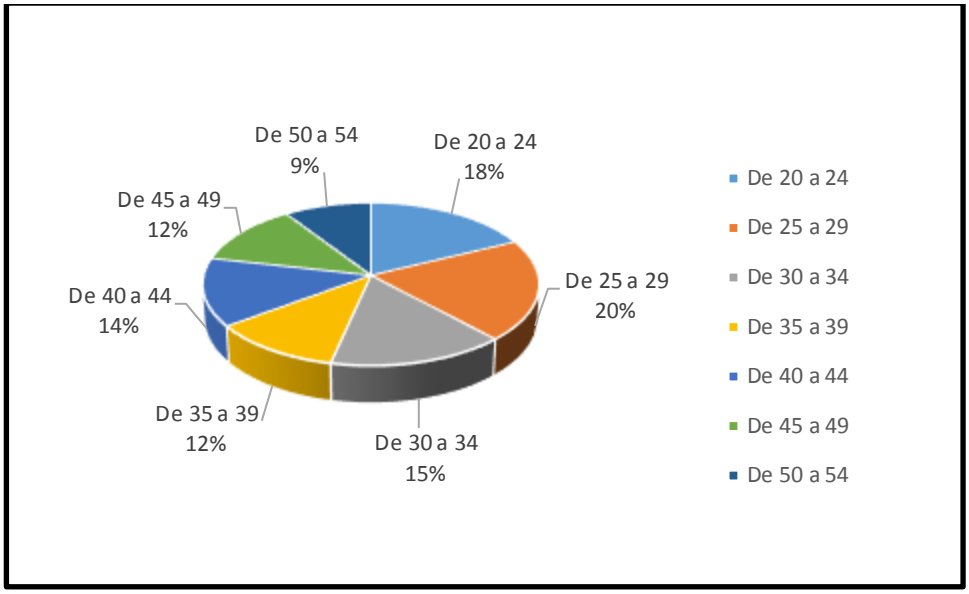

Gráfico 2. Rango de edades

Elaborado por: Autora

Número de hombres y mujeres del mercado objetivo

Género	Frecuencia	%
Hombres	173	46
Mujeres	203	54
Total	**376**	**100,0**

Tabla 13. Número de hombres y mujeres del mercado objetivo

Elaborado por: Autora

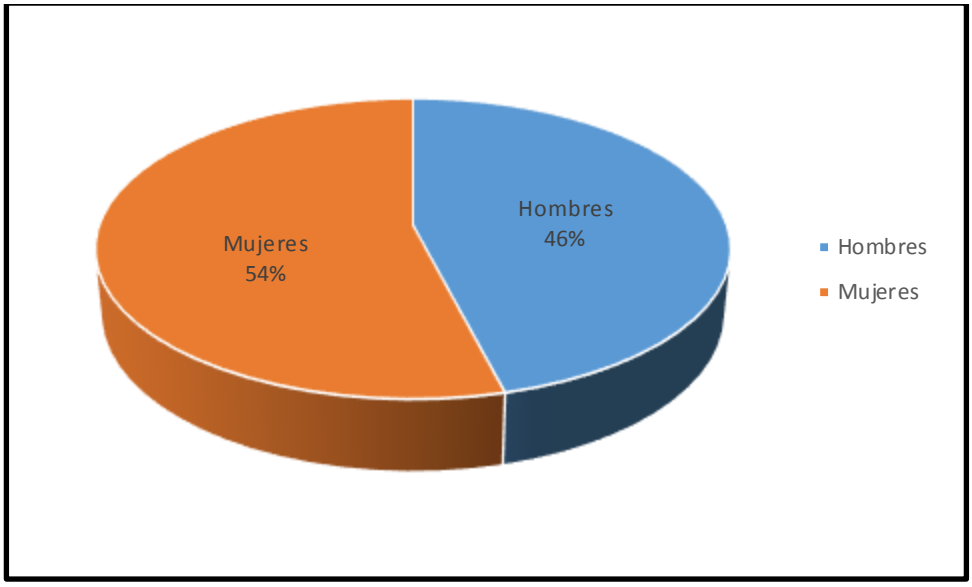

Gráfico 3. Número de hombres y mujeres del mercado objetivo

Elaborado por: Autora

Interpretación:

La edad del mercado objetivo está comprendida entre los 20 hasta los 54 años. El mayor porcentaje de población está comprendida entre las personas de 25 a 34 años. Se muestra que el 54% de la población, representa a las mujeres, mientras que el 46% restante son hombres. Existe una diferencia de género del 8%, por lo que se puede concluir que no existe mayor diferencia entre los géneros para la aceptación del producto.

Pregunta 1: ¿Usted consume pizza?

	Frecuencia	%
SI	320	85,1
NO	56	14,9
Total	**376**	**100**

Tabla 14. Consumo de pizza

Elaborado por: Autora

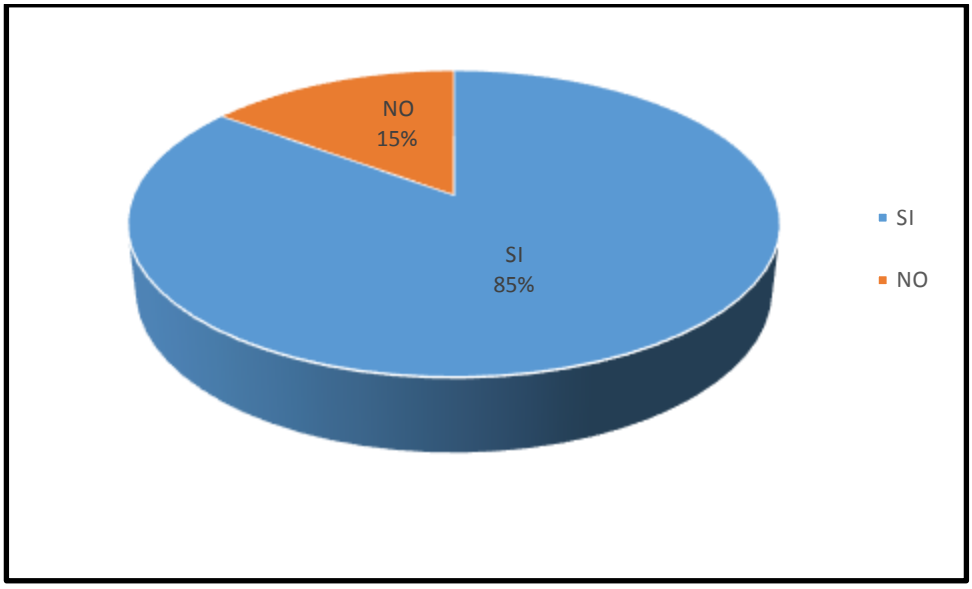

Gráfico 4. Consumo de pizza

Elaborado por: Autora

Interpretación:

La tabla demuestra que un 85,1% de los encuestados consumen regularmente pizzas, mientras que un 14,9% no consumen pizzas por qué no es de su preferencia.

Existe una diferencia de consumo del 70,2%, lo cual indica que la gente consume pizza en gran mayoría, de esta manera se puede concluir que nuestro universo cambia de 376 a 320 personas.

Pregunta 2: ¿Qué tipo de restaurante es de su preferencia?

Tipo de restaurante	Frecuencia	%
Gourmet	182	19,6
Familiar	209	22,4
Especialidades	144	15,4
Fast food	228	24,5
Buffet	169	18,1
Total	**932**	**100**

Tabla 15. Tipo de restaurante

Elaborado por: Autora

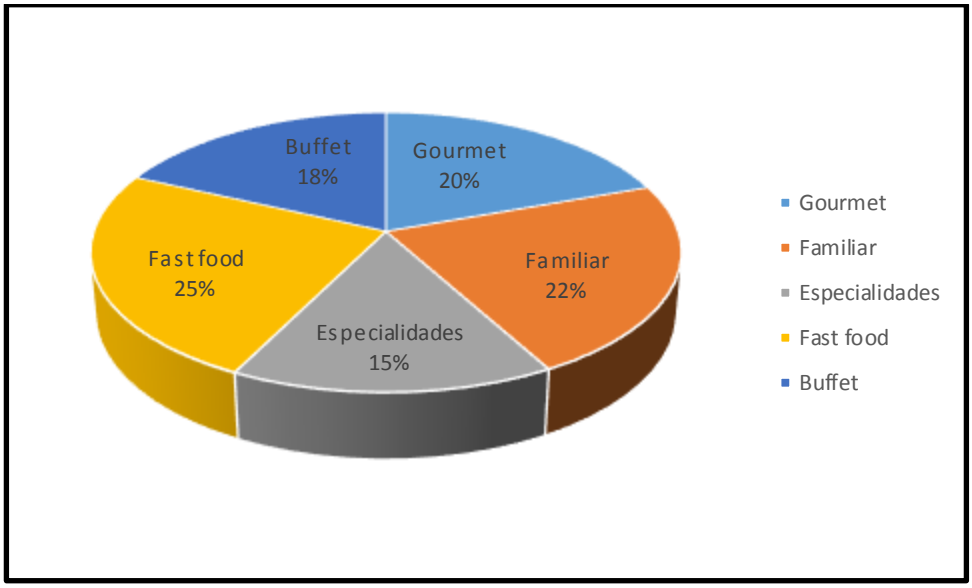

Gráfico 5. Tipo de restaurante

Elaborado por: Autora

Interpretación:

En la tabla se observa que el total de respuestas (932) es mayor al número de entrevistados (320); esto se debe a que las personas asisten a varios restaurantes considerando sus diferentes gustos por la comida.

Además se muestra que un 24,5% de los entrevistados prefieren acudir a un restaurante Fast food, seguido muy de cerca por un restaurante familiar con 22,4% y el restaurante Gourmet con el 19,6%, por lo que existen diferencias muy pequeñas entre los tres tipos de restaurante, concluyendo que las personas pueden acudir sin mayor dificultad a cualquiera de los mismos.

La propuesta que se realiza está enfocado a la determinación del restaurante fast food, considerando funciones de los otros tipos de establecimientos.

Pregunta 3: ¿Qué características le gustaría que exista en el diseño de un restaurante para una mayor comodidad?

Tipo de comodidad	Frecuencia	%
Mobiliario	100	21,0
Iluminación	180	37,8
Acústica	86	18,1
Climatización, renovación del aire e interiorismo sensorial	110	23,1
Total	**476**	**100,0**

Tabla 16. Confortabilidad

Fuente: Manual básico de interiorismo para restaurantes

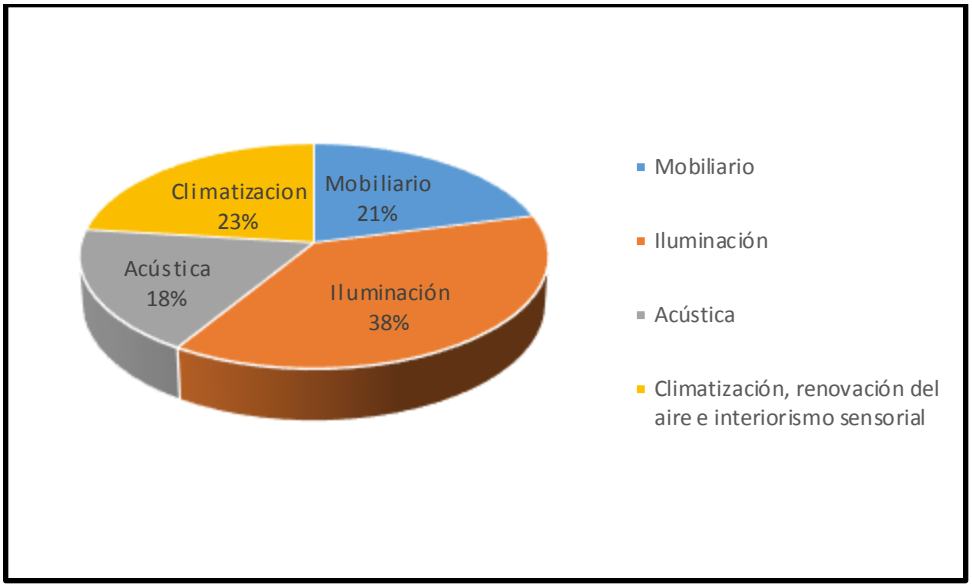

Gráfico 6. Confortabilidad

Elaborado por: Autora

Interpretación:

Según el diseñador Iván Cotado en el Manual Básico de Interiorismo para Restaurantes, explica que para que un restaurante tenga éxito no es suficiente con un diseño de interiores, pero sin un buen interiorismo, el restaurante tendrá muchas probabilidades de fracasar. En la tabla se observa que el total de respuestas (476) es mayor al número de entrevistados (320); esto se debe a que las personas optan por varios criterios de confortabilidad. Además se verifica que la iluminación (37,8%) tiene mayor aceptación, seguido de una buena climatización con un 23,1%; de esta forma se concluye que estos factores son los más importantes para el negocio.

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia usted asiste a una pizzería?

Asistencia	Frecuencia	%
Semanal	165	51,6
Quincenal	87	27,2
Mensual	68	21,3
Total	**320**	**100,0**

Tabla 17. Frecuencia a Pizzerías

Elaborado por: Autora

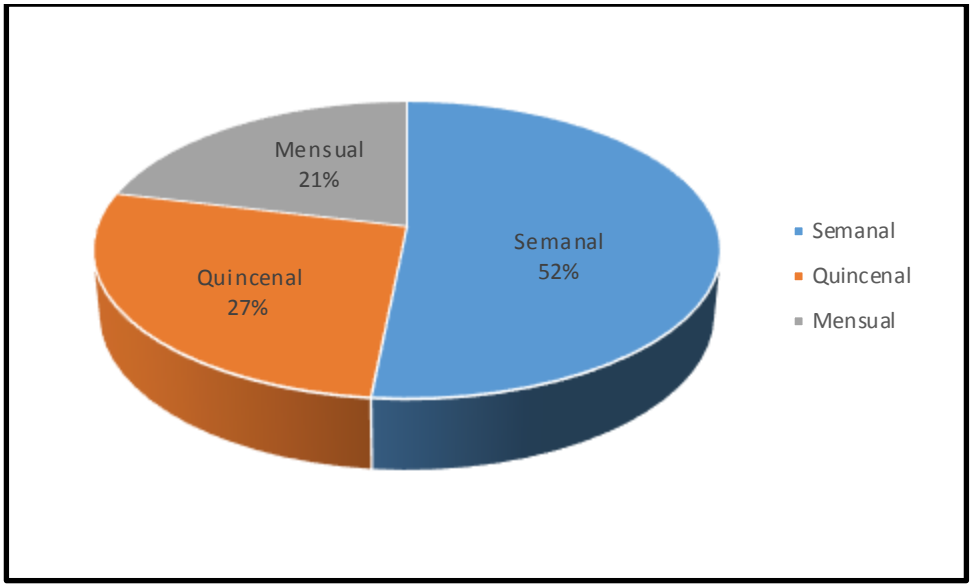

Gráfico 7. Frecuencia de pizzerías

Elaborado por: Autora

Interpretación:

En la tabla se demuestra que el 52% de los encuestados concurren a las pizzerías por lo que existe una muy buena aceptación semanal, mientras que el 27% acuden quincenalmente. Teniendo una diferencia mayor al 25% con respecto a las

frecuencias quincenales y mensuales a la pizzería, se concluye que se tiene una gran acogida por parte de las personas en el consumo de pizzas, generando optimismo en tener una futura clientela.

Pregunta 5: ¿Qué días suele asistir a una pizzería?

Días	Frecuencia	%
Entre semana (Lunes - Viernes)	216	67,5
Fin de semana	104	32,5
Total	**320**	**100**

Tabla 18. Días que acude a una Pizzería

Elaborado por: Autora.

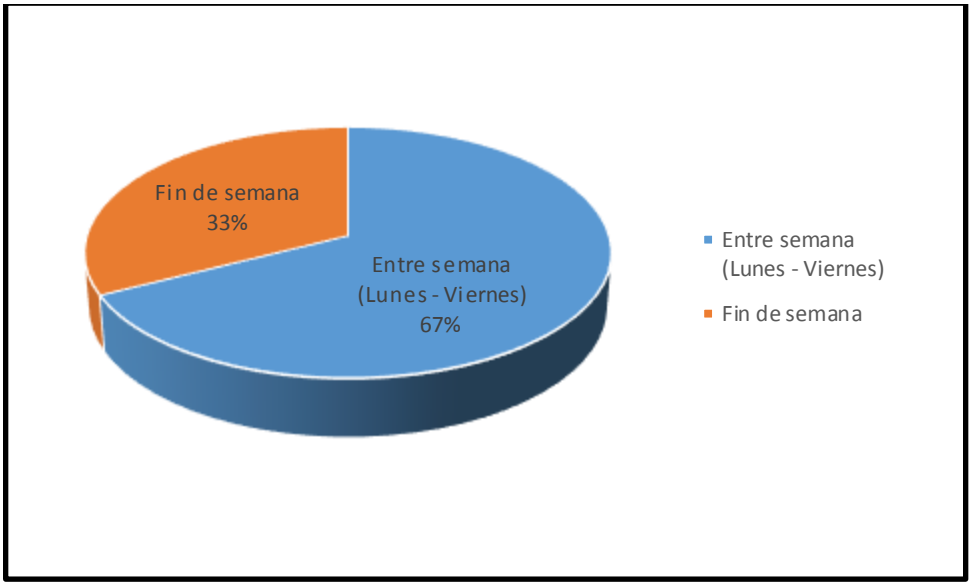

Gráfico 8. Días que acude a una Pizzería

Elaborado por: Autora

Interpretación:

En la tabla se observa que el 67% de los encuestados van a las pizzerías entre semana, con una diferencia del 33% con respecto a la asistencia de los fines de semana, con lo que se concluye que la pizzería debe tener un horario de atención de lunes a viernes, incluyendo los días sábados, ya que la mayoría de personas que acuden son jóvenes universitarios y oficinistas.

Pregunta 6: ¿Qué pizzerías frecuenta?

Preferencia	Frecuencia	%
Pizza Hut	86	16,7
Al Forno	104	20,2
Papa John's	75	14,5
El Hornero	154	29,8
Rodante	97	18,8
Total	**516**	**100**

Tabla 19. Tipo de pizzería que frecuenta

Elaborado por: Autora

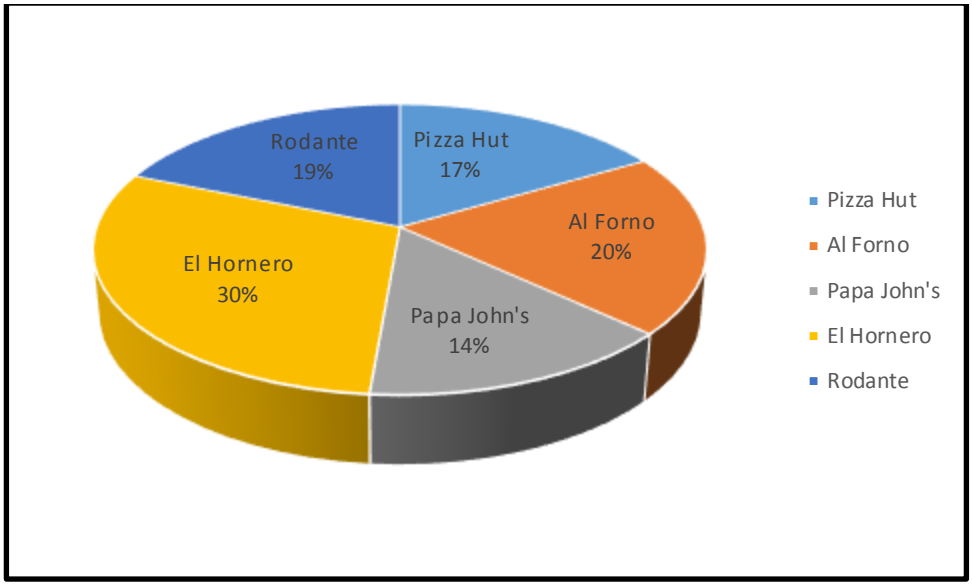

Gráfico 9. Tipo de pizzería que frecuenta

Elaborado por: Autora

Interpretación:

En la tabla se demuestra que el número de respuestas (516) es más alto que el número de personas entrevistadas (320), debido que los consumidores no tienen preferencia por un sólo establecimiento de pizzas.

Por otra parte revela que un 30% de personas encuestadas van a la Pizzería El Hornero y un 20% lo hacen para Al Forno, además un 19% acuden a la pizzería Rodante, lo que indica que estos establecimientos son los más representativos en cuanto a la competencia.

Pregunta 7: ¿Con cuántas personas suele acudir a una pizzería?

Acudir	Frecuencia	%
Solo	23	7,2
1-2	87	27,2
3-4	124	38,7
5 o mas	86	26,9
Total	**320**	**100**

Tabla 20. Con cuántas personas acude a la Pizzería

Elaborado por: Autora

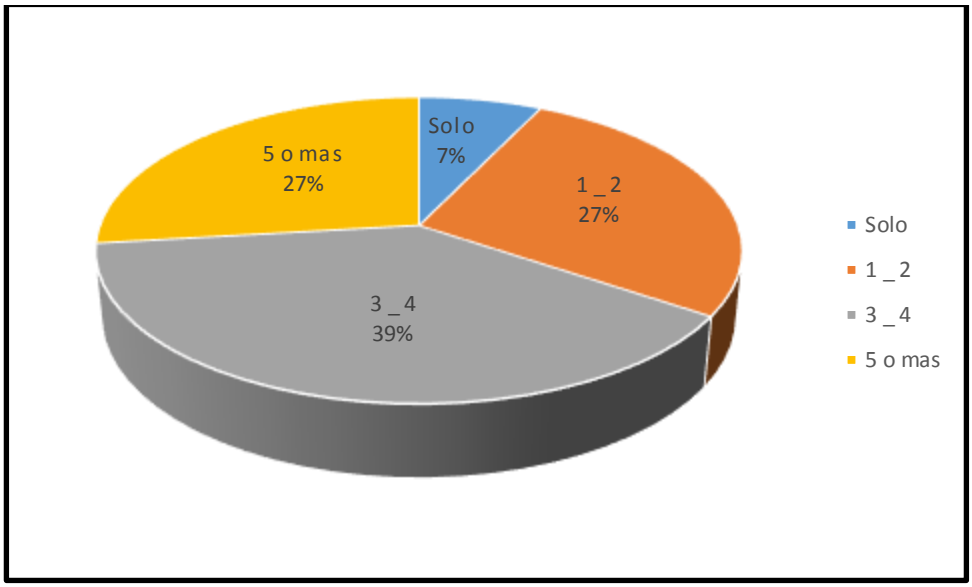

Gráfico 10. Con cuántas personas acude a la Pizzería

Elaborado por: Autora

Interpretación:

La tabla indica que un 38,7% de los encuestados acuden a las pizzerías con 3 o 4 personas más, mientras que parejas y grupos de cinco o más reflejan un

porcentaje similar con una diferencia de 11%, por lo que se concluye que los comensales asisten en su mayoría en grupos, con esto se puede considerar un mercado objetivo favorable.

Pregunta 8: ¿Cuál de las siguientes preparaciones le parece más novedosa?

Preparación	Frecuencia	%
Al horno	65	20,3
Piedra volcánica	132	41,3
Parrilla	123	38,4
Total	**320**	**100**

Tabla 21. Preparación novedosa

Elaborado por: Autora

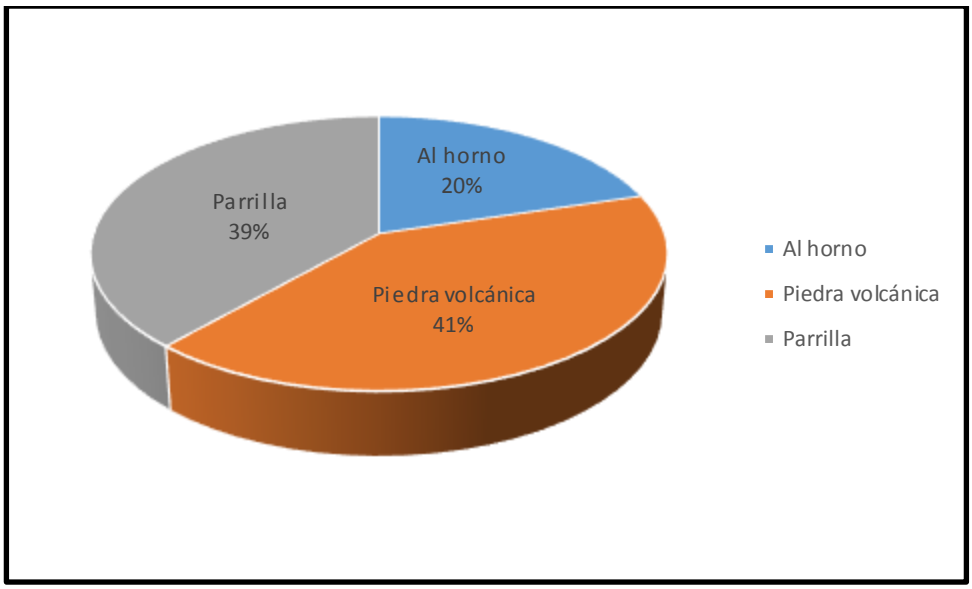

Gráfico 11. Preparación novedosa

Elaborado por: Autora

Interpretación:

En la tabla se establece que el 41,3% de personas tienen preferencia por la pizza en piedra volcánica, mientras que el 38,4% prefiere a la parrilla, lo cual indica una diferencia mínima entre carbón y parrilla, por lo que se concluye que existe una excelente aceptación por parte de los clientes en consumir pizzas que se diferencian por su preparación, cocción y sabor.

Pregunta 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pizza?

Personal

Precio	Frecuencia	%
4 USD	173	54,1
5 USD	111	34,7
6 USD	32	10,0
7 USD	4	1,3
Total	**320**	**100,0**

Tabla 22. Precios pizza personal

Elaborado por: Autora

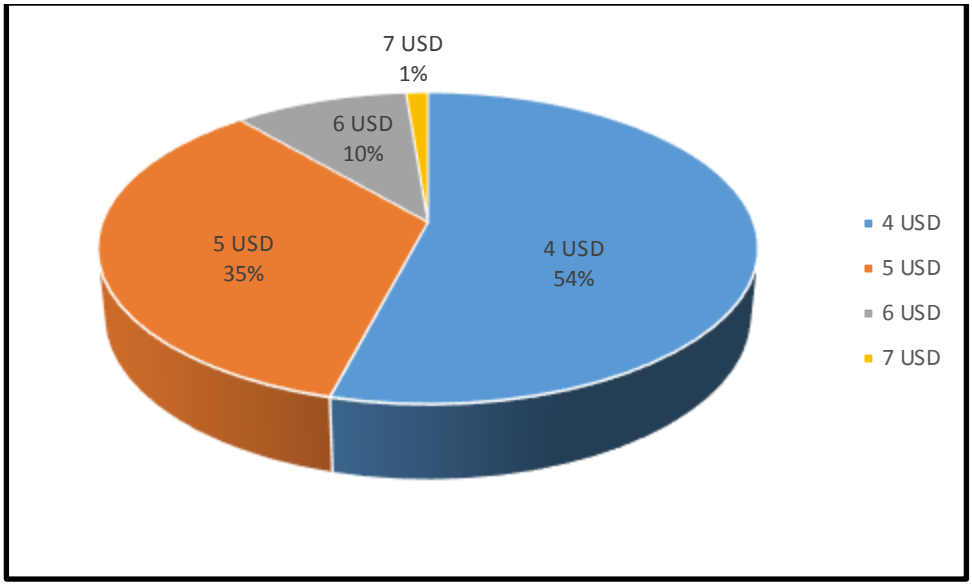

Gráfico 12. Precios pizza personal

Elaborado por: Autora

Mediana

Precio	Frecuencia	%
15 USD	145	45,3
16 USD	133	41,6
17 USD	39	12,2
18 USD	3	0,9
Total	**320**	**100,0**

Tabla 23. Precios pizza mediana

Elaborado por: Autora

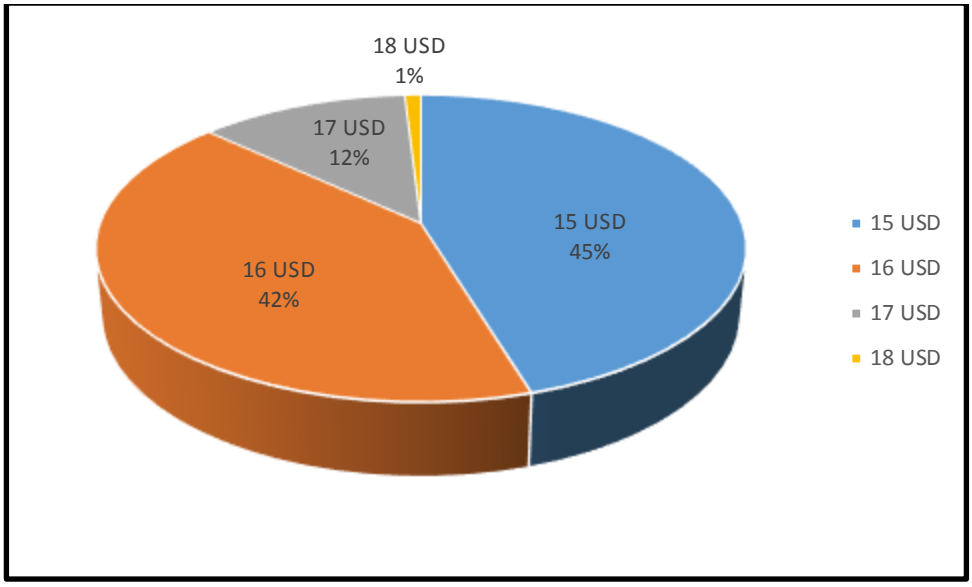

Gráfico 13. Precios pizza mediana

Elaborado por: Autora

Familiar

Precio	Frecuencia	%
21 USD	142	44,4
22 USD	135	42,2
23 USD	36	11,3
24 USD	7	2,2
Total	**320**	**100,0**

Tabla 24. Precios pizza familiar

Elaborado por: Autora

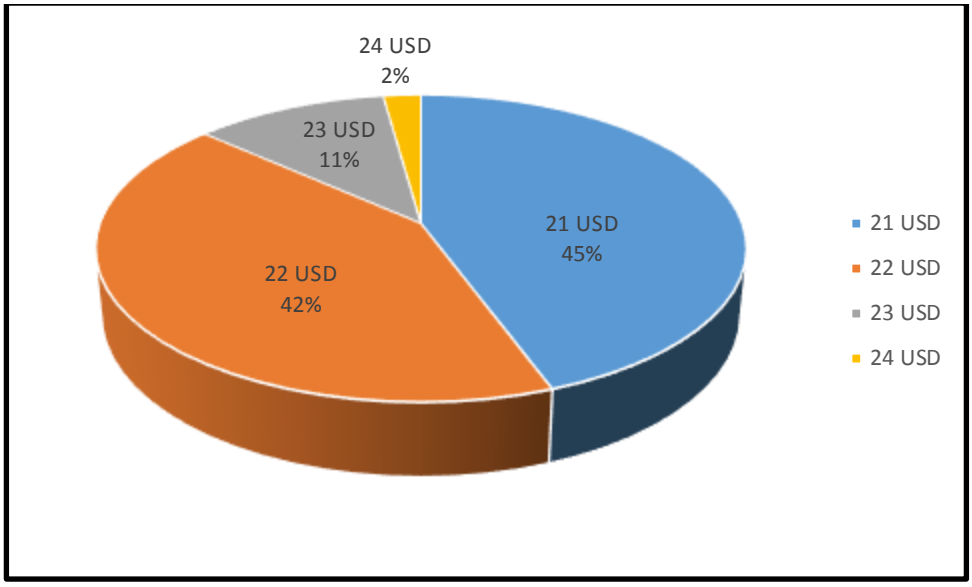

Gráfico 14. Precios pizza familiar

Elaborado por: Autora

Interpretación:

Las tablas revelan que el 57,5% de personas que consumen pizzas personales así como en el 45,3% pizzas medianas y el 44,4% pizzas familiares, están dispuestas a pagar un valor mínimo por las mismas, teniendo una diferencia elevada respecto a los precios más altos, con lo que se concluye que los precios más adecuados para el restaurante, deben ser afines al de la encuesta para poder ingresar al mercado.

2.3.6 Conclusiones

La edad del mercado objetivo está comprendida entre los 20 hasta los 54 años de edad y no existe mayor diferencia entre los géneros para la aceptación del producto.

- Los clientes consumen pizza en gran mayoría, aunque asisten a varios restaurantes considerando sus diferentes gustos o preferencias por la comida; acuden a restaurantes Fast-food, familiares, de especialidades sin mayor dificultad.

- Teniendo en cuenta los intervalos de consumo, los comensales asisten a las pizzerías entre semana, por lo que se estima una elevada clientela en un futuro, debido a esto los días de atención de la pizzería son de lunes a domingo, ya que la mayoría de personas que acuden son jóvenes universitarios y oficinistas. Además prefieren un restaurante confortable.

- Debido a la competencia los consumidores no tienen preferencia por un solo establecimiento de pizzerías, siendo la Pizzería El Hornero y Al Forno, los más representativos en cuanto a la competencia; además las personas se encuentran satisfechas con la atención que brindan estos establecimientos, por lo que el nuevo restaurante debe cumplir y mejorar estos servicios.

- Las personas acuden a las pizzerías en su mayoría en grupos y de acuerdo a las encuestas, prefieren las pizzas elaboradas en piedra volcánica y a la parrilla, por lo que existe una excelente aceptación por parte de los clientes de conocer una propuesta nueva.

2.4 Análisis de la Demanda

Según Michael Porter intervienen tres tipos de demanda que hay que tener en cuenta en el proyecto y son: demanda histórica, demanda actual y demanda futura.

2.4.1 Demanda histórica

Cumbayá es considerada como una de las parroquias más antiguas de la zona nororiental del Distrito Metropolitano de Quito. De acuerdo a los datos oficiales publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la parroquia Cumbayá registra los siguientes datos:

PARROQUIAS	POBLACIÒN TOTAL	POBLACIÒN RURAL	%
Cumbayá	31.463	31.463	**100**

Tabla 25. Parroquia Cumbayá, Población Total, según área.

Fuente: INEC, Censo 2010

Elaboración: Capservs Medios Cía. Ltda

Según la tabla anterior, se puede apreciar que la densidad poblacional tomada del último Censo Nacional, Cumbayá tiene 31.463 habitantes. Debido a temas estadísticos y de acuerdo al flujo de movilidad poblacional, la población de las parroquias mencionadas no hace una diferenciación entre población urbana y población rural, se ha considerado como población rural al total de la población existente en la parroquia de acuerdo a la caracterización parroquial en el cantón.

Población Económicamente Activa de Cumbayá

En la tabla 19 se puede observar la población que se encuentra en edad óptima para trabajar.

Año	PEA Población Económicamente Activa	PET Población en edad de trabajar
2010	16.492	26.248

Tabla 26. Población Económicamente Activa (PEA) de Cumbayá.

Fuente: Censo socio – económico (PEA) 2010

De acuerdo a los resultados del Censo socio-económico, la Población que se encuentra en edad óptima para trabajar es 26.248 personas; sin embargo, la Población Económicamente Activa es de 16.492, que corresponde al 63%. Además la PEA es el 53% del total de personas de la parroquia, que es la cantidad de personas insertas dentro del mercado de trabajo.

Al comparar la PEA de Cumbayá (16492 personas), con el universo considerado para la encuesta (16130 personas), se observa que la diferencia es mínima, por lo tanto, se toma el valor de la PEA en porcentaje para realizar los cálculos de la demanda futura.

2.4.2 Demanda actual

La Parroquia de Cumbayá ha tenido un aumento demográfico muy considerable en los últimos años. Esto se debe a varios factores como Universidades, colegios, centros comerciales, centros de eventos y turísticos, agradable clima. Estos elementos estimulan a que varios quiteños, con condiciones socio económicas altas, decidan habitar en el valle, ya que existen todas las necesidades que exige una ciudad.

La proyección de la población al año 2015, en la parroquia de Cumbayá tiene un crecimiento importante en la última década debido a la alta demanda urbanística.

Año 2015		
Hombres	**Mujeres**	**Total**
237	221	458
1,162	1,151	2,313
1,547	1,504	3,051
1,561	1,503	3,063
1,486	1,506	2,992
1,370	1,468	2,838
1,298	1,495	2,793
1,222	1,423	2,646
1,338	1,530	2,869
1,227	1,289	2,516
1,146	1,288	2,435
906	1,004	1,910
809	842	1,651
616	605	1,221
453	416	870
262	309	572
192	212	404
102	177	279
60	100	161
16	40	56
7	8	15
3	9	12
17,021	**18,100**	**35,121**
48.46%	**51.54%**	**100.00%**

Tabla 27. Proyección población de Cumbayá 2015

Fuente: INEC, Proyecciones del Censo 2010 al 2015

Se estima que en el año 2015 la población total de Cumbayá fue de 35121 habitantes, de los cuales el 48.46% son hombres y el 51.54% son mujeres. Del total de la población, la PEA de Cumbayá para el año 2015 es de 22126 personas.

2.4.3 Demanda Futura

Con las condiciones mencionadas anteriormente, Cumbayá se consolida como el valle con mayor crecimiento poblacional, con una tasa de crecimiento promedio de 3.9% y tomando en cuenta el porcentaje del PEA de Cumbayá, se tiene:

Año	Tasa de crecimiento	PEA
2015		22126
2016	3.9%	22989
2017	3.9%	23885
2018	3.9%	24817
2019	3.9%	25785
2020	3.9%	26790
2021	3.9%	27835

Tabla 28. Datos demanda futura

Elaborado por: Autora

2.5 Análisis de la Oferta

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio.

Lo más importante de realizar el análisis de la oferta en este proyecto es tener muy en cuenta la administración de los competidores directos y el manejo de los competidores indirectos en menor nivel.

2.5.1 Análisis de la Competencia

Según la teoría de Benchmarking explica que mejora la participación en el mercado teniendo en cuenta la competitividad. Para obtener este análisis hay que conocer cuántas pizzerías existen en la zona donde se va a desarrollar el proyecto. Por eso es necesario conocer todo sobre la competencia directa e indirecta, para ofrecer promociones en el producto y servicio.

2.5.2 Competencia Directa

La competencia directa es toda pizzería que se encuentra ubicada en el sector de Cumbayá y sus alrededores, por eso es necesario crear un producto nuevo e innovador como es el caso de la pizza hecha a la parrilla, por esta razón se utilizó el método de descarte que esta descrito por Kotler, el cual identifica las características similares entre los establecimientos a fin de definir cada uno de los establecimientos y conocer la competencia directa, como se muestra en la siguiente tabla:

Nombre	Ubicación	Precio	Calidad	Comodidad	Promociones	Servicio
El Hornero	Buena	Bueno	Buena	Buena	Buenas	Bueno
Al Forno	Buena	Bueno	Buena	Buena	Malas	Bueno
Hut	Buena	Malo	Buena	Buena	Buenas	Malo
Papa John's	Buena	Bueno	Buena	Mala	Buenas	Malo
Rodante	Buena	Bueno	Buena	Mala	Malas	Bueno

Tabla 29. Características de Competencia Directa

Elaborado por: Autora

El Hornero	Es considerada como competencia directa, ya que cumple con los seis parámetros.
Al Forno	Es considerada también como competencia directa, ya que cumple con cinco de los seis parámetros, faltándole tener buenas promociones.
Hut	Es considerada como competencia, pero tiene deficiencias en el precio y servicio.
Papa John's	Es considerada como competencia, pero tiene deficiencias en la comodidad y servicio.
Rodante	Es considerada como competencia, pero tiene deficiencias en la comodidad y promociones.

Tabla 30. Competencia Directa

Elaborado por: Autora

Con este método se puede observar que la pizzería El Hornero cumple con todas las características, mientras que la pizzería Al Forno carece de buenas promociones. Las restantes pizzerías carecen de dos características respectivamente, por lo tanto, se determina que las pizzerías El Hornero y Al Forno son la competencia directa.

2.5.3 Competencia Indirecta

En el sector de Cumbayá existe una amplia oferta en restaurantes de toda línea de comida, cafeterías, panaderías, bares, etc. los cuales buscan adaptarse al tipo de gustos de los clientes, teniendo una competencia aceptable.

2.5.4 Oferta actual

Con la información recopilada acerca de los competidores, se realiza el cálculo de la oferta en el sector, tomando en cuenta: la capacidad máxima, la rotación y los días en los que se atiende al año en cada restaurante.

La disponibilidad de asientos es el número de sillas o lugares disponibles en el restaurante. La disponibilidad total (DT) es el potencial de oferta de asientos en un determinado tiempo (semanal, mensual), considerando el número de días de funcionamiento y el número de turnos (almuerzo y cena).

$$DT = capacidad * Dias\ de\ atención * Turnos$$

La rotación de asientos (RA) es un indicador importante para saber cómo opera el restaurante. Si el valor es muy alto, indica que el restaurante está operando bien, atendiendo rápido. Pero también puede ser un indicador de muchos clientes y grandes colas. Si es muy bajo, menor que 1, se puede estar dando que la estructura física de la casa es superior a la demanda, o puede ser resultado de una atención deficiente, baja calidad e inclusive, precios elevados.

$$RA = \frac{Número\ de\ clientes}{Disponibilidad\ Total}$$

Establecimiento	Días de atención	Turnos	Cap.	Disp. Total	# clientes	Rotación
El Hornero	7	2	100	1400	280	0,20
Pizza Hut	7	2	30	420	175	0,42
Al Forno	7	2	50	700	140	0,20
Papa John´s	7	2	25	350	126	0,36
Rodante	7	2	20	280	133	0,47

Tabla 31. Datos de Competencia Directa / rotación semanal

Elaborado por: Autora

Establecimiento	Capacidad	Rotación	Días de atención	Oferta mensual	Oferta Anual
Pizza Hut	30	0,42	30	378	4536
Al Forno	50	0,20	30	300	3600
Papa John's	25	0,36	30	270	3240
El Hornero	100	0,20	30	600	7200
Rodante	20	0,47	30	282	3384
Total				**1830**	**21960**

Tabla 32. Datos de Oferta

Elaborado por: Autora

2.5.5 Proyección de la Oferta

Ecuador registró un crecimiento poblacional 3,38% en el año 2015, según el reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC). (Sosa C, 2016). Con esta información se realiza la proyección de cinco años que son los siguientes:

Año	Tasa de Crecimiento Poblacional	Oferta
2015		21960
2016	3,38%	22702
2017	3,38%	23470
2018	3,38%	24263
2019	3,38%	25083
2020	3,38%	25931
2021	3,38%	26807

Tabla 33. Crecimiento Poblacional

Elaborado por: Autora

2.6 Análisis de oferta y demanda

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2015	22126	21960	166
2016	22989	22702	287
2017	23885	23470	415
2018	24817	24263	554
2019	25785	25083	702
2020	26790	25931	859
2021	27835	26807	1028

Tabla 34. Demanda Insatisfecha

Elaborado por: Autora

En la tabla se puede observar que la demanda es mayor a la oferta, es decir, existe una demanda insatisfecha, la cual no es muy significativa, por lo que se debe tener en consideración estrategias de diferenciación para ingresar al mercado y así tener una buena perspectiva para el futuro del restaurante.

2.7 Plan de Marketing

Para el proyecto se utilizó el Marketing Mix ya que desarrolla cuatro variables que son: producto, precio, plaza y promoción con las cuales se pretende establecer estrategias que permiten posicionar el establecimiento en el mercado y llegar al público objetivo.

2.7.1 Producto/Servicio

El objetivo primordial de este establecimiento es ofrecer un producto innovador además de un servicio de calidad, cubriendo las necesidades de los clientes en un ambiente cómodo y agradable, de igual forma se tendrá un personal capacitado para un trabajo de calidad.

Para tener un minucioso control en la elaboración de los platos a ofrecer, en la pizzería se emplean recetas estándar, para entregar un producto exacto y con la misma calidad al consumidor.

Los platos que se ofrece en la pizzería son una variedad de pizzas, entradas, especialidades y postres acompañados de jugos, bebidas frías y una gama de vinos que se puede combinar con las diferentes pizzas.

El encargado del servicio son los meseros los que deben conocer el menú en su totalidad, además de todos los ingredientes que tienen cada uno de los platos,

coordinando y supervisando los distintos recursos, para conseguir el máximo nivel de calidad en la atención del cliente.

2.7.1.1 Descripción del Producto

PIZZA PARRILLA, es un establecimiento de Alimentos & Bebidas de Especialidades, que ofrece alimentos de gran calidad los cuales son elegidos de un menú, servidos a la mesa. Las pizzas tienen mucha variedad, son elaboradas con exhaustivos cuidados de higiene, de forma rápida y a precios razonables, con un servicio adecuado y un ambiente cómodo. Tendrá una capacidad máxima de 32 personas y su horario de atención de lunes a domingo de 10:00 a 22:00 horas.

Producto principal: el producto principal del restaurante PIZZAPARRILLA, sin duda alguna es la pizza que se ofrece en el menú al cliente, ya que son preparaciones elaboradas con ingredientes seleccionados de primera calidad, fresca y orgánica. Esta pizza es elaborada en un horno de acero inoxidable con un apoyo de piedra volcánica, una forma novedosa de ofrecer este producto ya que su sabor es distinto a las demás pizzas, ya que tiene como base una deliciosa crema de leche; lo que la hace diferente en el mercado.

Producto auxiliar: Se va a ofrecer un servicio óptimo con un personal totalmente capacitado, con un ambiente agradable y un lugar cómodo y íntegramente limpio siempre cumpliendo con las normas de sanitación. Para los niños se contará con un área recreacional con divertidos juegos.

Producto de apoyo: el valor agregado que goza el establecimiento es la decoración del mismo ya que sus paredes son vistosas con fotografías acorde con artistas famosos, sus sillas y mesas son de madera muy elegantes. Y cada ventana va a estar decorada con orquídeas de distintas clases. Cada plato tiene una presentación atractiva y elegante a la vista de los comensales, combinando texturas, aromas, colores, formas y sabores.

Producto aumentado: el ambiente del restaurante ofrece comodidad, higiene, seguridad y un buen control de calidad para el producto terminado. Brindando un excelente trato al cliente y buena puntualidad en nuestro servicio. La ubicación del restaurante es óptimo ya que está en el centro de Cumbayá en donde se puede encontrar mucho movimiento comercial.

2.7.1.2 Descripción de Servicio

El servicio es algo que se debe tomar muy en cuenta en negocios vinculados con la restauración, teniendo en cuenta que estos se los realiza en torno al cliente. En el restaurante PIZZAPARRILLA el servicio se efectúa directamente a las mesas con platillos que salen desde la cocina, y al momento de preparar las deliciosas pizzas está a la vista del comensal. Las guarniciones que tendrá cada plato es el adecuado, no superan ni el volumen ni la cantidad del género principal.

Sabiendo que la capacidad máxima del restaurante es de 32 pax, se provee que el personal operativo y de servicio está conformado de la siguiente manera:

PERSONAL OPERATIVO Y SERVICIO	
Puesto	**Número de trabajadores**
Administrador / Gerente	1
Cajera	1
Chef	1
Ayudante de cocina	2
Mesero	2
Parrillero	1
Steward	1
Total	9

Tabla 35. Personal Operativo y Servicio

Elaborado por: Autora

2.7.1.3 Marca

La marca según Philip Kotler es uno de los activos más valiosos de una empresa. Es por esta razón que la marca se ha creado con un componente fundamental que implica confianza, coherencia y un conjunto de expectativas; tratando de ocupar un lugar en la mente de nuestros consumidores. Y para crear una marca se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Ser llamativo
- Fácil de pronunciar
- Ser corto y simple
- Que suene bien
- Ser creíble

Una vez desarrollado estos pasos se decide que:

- PIZZA PARRILLA es el nombre que se eligió para el negocio.
- En el logotipo se muestra una pizza y los distintos colores de alto impacto que representan a la pizzería, esto hace referencia al rubro de la empresa.

2.7.1.4 Logotipo

Gráfico 15. Logotipo

Elaborado por: Autora

2.7.1.5 Slogan

"Una pizza que distingue un sabor de verdad"

2.7.2 Precio

Para establecer los precios es muy importante estudiar los valores que operan la competencia para conocer el monto que las personas están dispuestas a pagar, teniendo en cuenta que los precios se basan netamente en la calidad de servicio y producto y que están visibles en el menú.

Los precios que asumen los competidores en sus cartas, algunos son muy elevados y otros no están acorde a lo que ofrecen en se menú; por esta razón después de haber seleccionado el mercado objetivo, cuidadosamente se ha determinado los precios a ofertarse en la carta a través de la receta estándar, tomando en cuenta también los precios de los competidores y un factor muy importante que es la economía.

2.7.3 Plaza

El establecimiento maneja el canal de venta directa, ubicado en una zona céntrica de Cumbayá, donde existe gran afluencia de personas, permitiendo el fácil acceso a las instalaciones, por medio de transporte público, bicicleta, a pie o en su propio vehículo.

El restaurante consta de 96 m^2, entre: salón, cocina, bodega y baños. Además de un menú acorde a la categoría, el establecimiento ofrece 1 LCD con televisión satelital, WI-FI y baños independientes para hombres y mujeres.

Existen 10 mesas divididas en:

- 6 mesas de 4 pax
- 4 mesas de 2 pax

El aseo del restaurante tanto del salón, baños, bodega y de la cocina, se la realizará al comienzo y finalización de cada jornada, el responsable será el trabajador de limpieza a cargo.

2.7.3.1 Descripción de la Plaza

El establecimiento maneja solo un canal de distribución, siendo este:

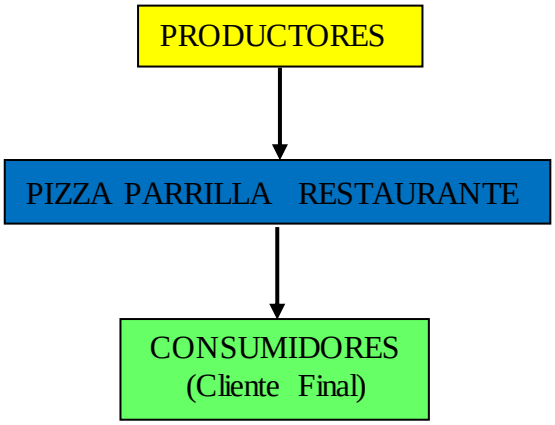

Gráfico 16. Canal de distribución

Elaborado por: Autora

Esta distribución es considerada la más importante y adecuada para el establecimiento, ya que el restaurante es el encargado de producir y elaborar los alimentos y bebidas para luego venderlos a los consumidores del mercado, siendo estos los clientes finales.

2.7.3.2 Estrategias de Plaza

- La limpieza del restaurante como del salón, baños, bodega y de la cocina, se la realiza al comienzo y final de cada jornada laboral o cuando sea necesaria, sin interrumpir o incomodar a la clientela. El responsable será el trabajador de limpieza que esté a cargo.
- Transformar la decoración del local, haciendo más agradable y confortable.
- Cada mesero que ofrezca y pueda vender un numero de levado del producto principal se propusiera un incentivo.
- Para los clientes que soliciten una botella de vino se obsequiará una copa con el logotipo del establecimiento.
- Capacitar a nuestro personal para cualquier tipo de accidentes como sismos, incendios, etc.

2.7.4 Promoción

Para iniciar la publicidad, tenemos en cuenta que existen muchos medios de comunicación, pero pocos son eficientes.

Uno de los más aceptados para la pizzería es el periódico, en el cual se pondrán 3 anuncios en el primer mes, en El Comercio, los primeros días domingos del mes, con lo cual se espera atraer a varios clientes.

Las redes sociales: Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, son herramientas virtuales que muchos tienen acceso, se colocaran promociones, descuentos, en diferentes horarios.

Crear una propia página Web, la cual contenga toda la información del restaurante: breve reseña, menú, precios, ubicación, formas de contacto, reservas, etc.

Tampoco hay que dejar de lado la publicidad volante, promoción de ventas, y las relaciones públicas, ya que son muy importantes en el desarrollo de la promoción.

Se entregará volantes en las principales calles de Cumbayá. Los volantes serán realizados de ambos lados en papel bond de 90 gramos tamaño A5 a full color. Este volante constará con el logotipo, dirección, horario de atención, número convencional y celular, redes sociales donde se puedan unir, slogan, y lo que ofrece el establecimiento.

Basado en relaciones públicas, habrá un rótulo con el logo y nombre del restaurante, afuera del establecimiento

2.7.4.1 Volante

Gráfico 17. Volantes

Elaborado por: Autora

2.7.4.2 Promociones

- Para los cumpleañeros tienen derecho a un postre gratis.
- El día miércoles habrá la promoción de pizzas personales 2x1.
- Se tendrá un registro de visitas, siendo la tercera su consumo gratis.
- Lady´s night los días lunes con un mínimo de tres personas un descuento especial.

2.7.4.3 Presupuesto de Publicidad

Detalle	Cantidad	Precio/unidad	Precio Total
Anuncios en el periódico	3	15	$ 45
Volantes	1000	0.05	$ 50
Rótulo exterior	1	200	$ 200
Total			$ **295**

Tabla 36. Presupuesto de promoción

Elaborado por: Autora

2.7.5 Menú

Pizza Parrilla
"Una pizza que distingue un sabor de verdad"
Menú

Pizza Parrilla

Un lugar para compartir entre familia y amigos con las comodidades que le brinda su hogar, eso es Pizza Parrilla

Una opción nueva de comer y disfrutar de una pizza artesanal hecha en piedra volcánica, está ubicado en Cumbayá.

Las Piedras volcánicas se forman por el enfriamiento de la lava en la superficie terrestre su cocción no necesita carbón ni madera; tan solo al calentarse no desprende humo y en 5 minutos empezamos a cocinar.

Cuando se cocina en piedra volcánica el alimento no requiere incorporar ni grasas, ni aceites por lo que es adecuada para la cocción de platos bajos en calorías, siendo ideal para cuidar su salud.

Funciona mediante un foco de calor por debajo de la piedra produciendo una gran potencia calorífica. Pudiendo cocinar desde carnes, pescados, verduras, mariscos y pizzas obteniendo un delicioso sabor.

ENTRADAS

PARA PICAR

Bruscheta
Deliciosas rodajas de pan baguette horneado con tomate fresco, aceite de olivay su toque especial de albahaca picada. $ 6.50

Caprese
Exquisitas rodajas de tomate orgánico con queso mozzarella, orégano y albahaca fresca. $ 3.50

Calamares a la plancha
Deliciosos calamares 100% a la plancha bañados en aceite de oliva. $ 9.50

Mixta
Rica ensalada de lechuga verde con excelentes tomates con un toque de aceitunas. $ 3.50

Griega
Excelente ensalada con un toque de la vinagreta de la casa. $ 4.00

Para **EMPEZAR**

3

Nuestros precios incluyen impuestos.

Gráfico 18. Menú

Elaborado por: Fabián Gallardo CREARTE

CAPÍTULO III

3 Estudio Técnico – Financiero

3.1 Macro localización

La Pizzería "PIZZA PARRILLA" se encuentra localizada en Ecuador, Provincia de Pichincha, Cantón Quito, en la Parroquia de Cumbayá.

Algunos puntos de referencia son:

- Hotel Cumbayá
- Paseó San Francisco
- Parque de Cumbayá

3.2 Micro localización

Este establecimiento se ubica en un local arrendado en la Parroquia de Cumbayá en las calles Gabriel García Moreno E1-21 y Chimborazo. La ubicación del establecimiento se eligió pensando en la facilidad, centralismo, seguridad y concurrencia en dicha zona.

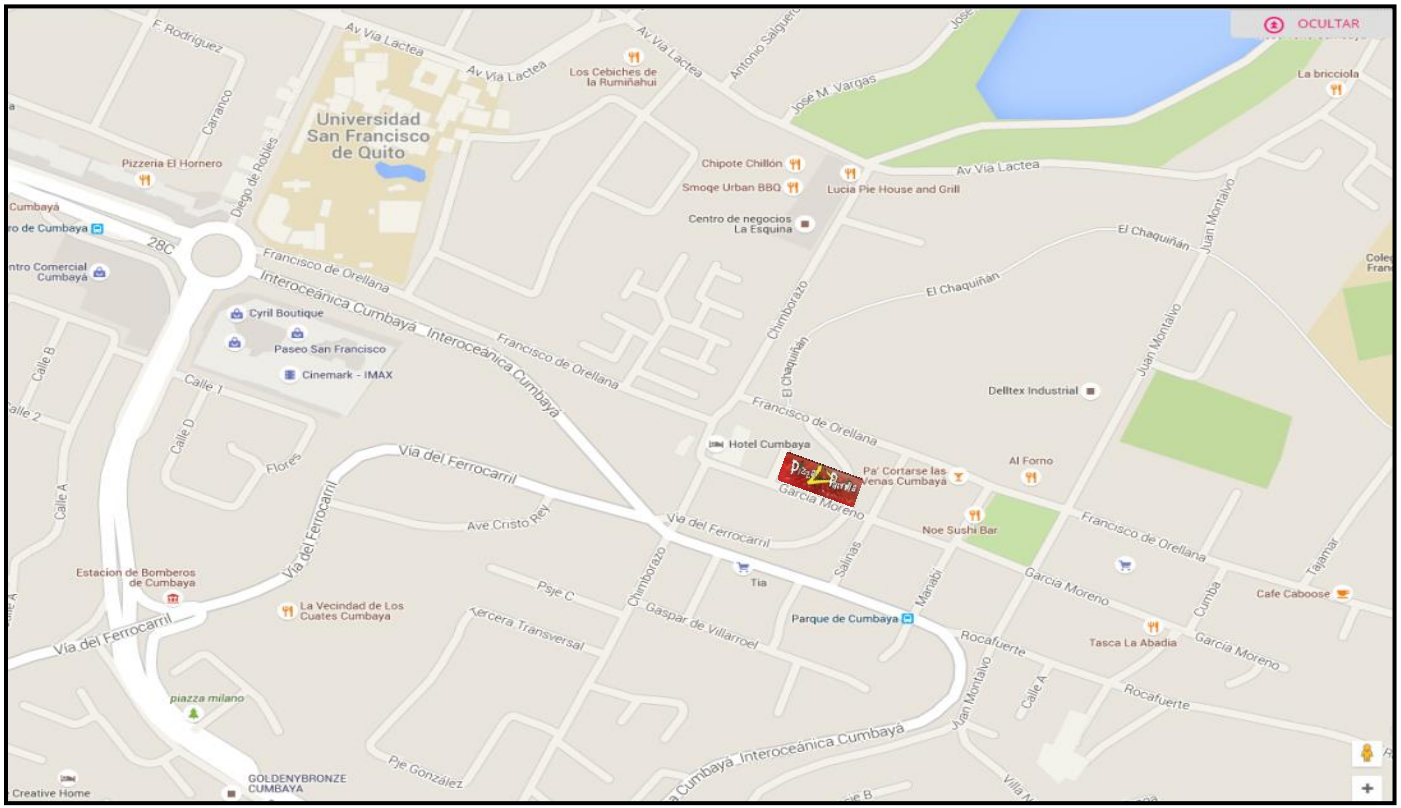

Gráfico 19. Localización del establecimiento

Fuente: Google Map

3.3 Tamaño y descripción de interiores

El área que tiene el establecimiento es de 96 m2 está distribuida de la siguiente forma:

- Ambiente interior
- Cocina
- Caja
- Baños para damas y para caballeros
- Salón
- Bodega
- Parrilla

3.4 Categorización de la Pizzería

La clasificación y categoría del establecimiento es "Restaurante de segunda" (tres tenedores), se obtendrá después de ejecutar los trámites y permisos correspondientes establecidos por el Registro Turístico que es la inscripción del prestador de servicios turísticos previo a la obtención de la Licencia Única de las Actividades Económicas (LUAE).

3.5 Instalaciones

Existe una sola entrada que funciona tanto para los clientes como para el personal de servicio. El salón tiene una distribución práctica, permitiendo la circulación de los clientes y personal de trabajo, diseñado para: 6 mesas de 4 pax y 4 mesas para 2 pax. La cocina está distribuida con un espacio óptimo para la circulación de los cocineros, equipos y utensilios necesarios para una adecuada elaboración de los productos. Cuenta con una cocina a gas, dos mesas de trabajo, una parrilla, dos fregaderos, dos refrigeradoras, un congelador, un dispensador de bebidas, dos jugüeras y dos estanterías.

La bodega se ubica en la parte posterior de la cocina, la cual cuenta con un frigorífico donde se almacenan correctamente la materia prima fresca. Los servicios higiénicos son independientes para damas y caballeros; dando el mismo uso el personal. Cada uno cuenta con un inodoro y a la salida de los baños existen 2 lavamanos que están equipados con jabón líquido, dispensador de papel higiénico, gel antibacterial, secadores de manos y un espejo.

La caja tiene un teléfono, una computadora, una impresora caja registradora, un televisor y un minicomponente. Sistema de prevención contra incendios. El restaurante no cuenta con parqueadero ya que no existe suficiente espacio, pero en las calles aledañas a la pizzería existe el sistema de estacionamientos tarifados "Quito Zona Azul".

3.6 Infraestructura de la Pizzería

Las condiciones generales de la pizzería son:

- La división que tiene el ambiente externo e interno es una puerta de vidrio; esta tiene un logo de la pizzería.
- Protección contra incendios y señalización de precaución.
- El área del salón es iluminada y aireada.
- En los baños el piso y paredes son de color blanco.

3.7 Estilo del establecimiento

Las paredes internas son de color blanco y tendrán partes de color rojo, con cuadros relacionados con artistas famosos, edificaciones clásicas italianas y argentinas. Sus sillas y mesas son de madera con una mantelería de color blanco; su centro posee un arreglo floral. Cerca de las ventanas se ubican orquídeas de distintas clases. El ambiente de la pizzería busca trasmitir paz y armonía a los clientes mientras disfrutan de una excelente gastronomía.

3.8 Distribución de áreas en plano

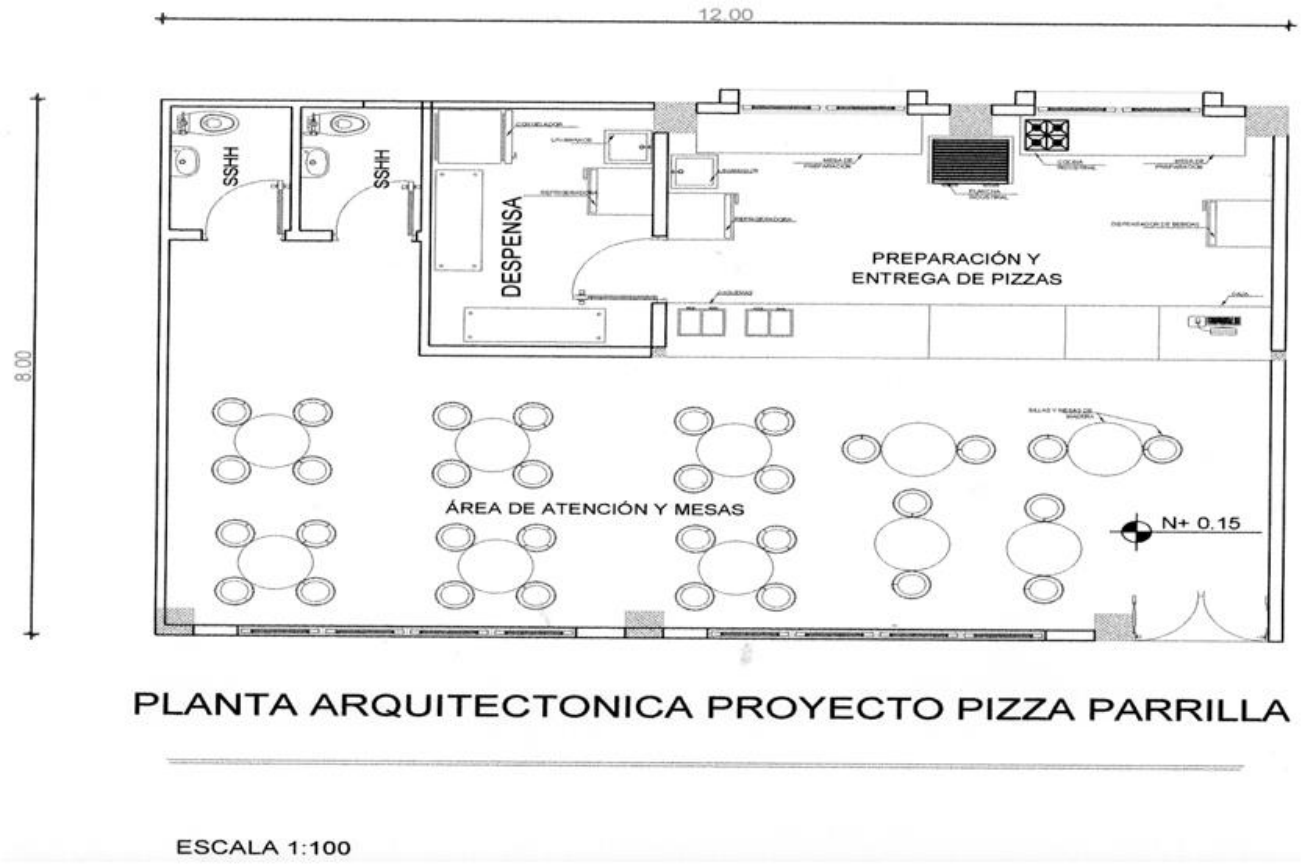

Gráfico 20. Distribución de áreas en plano

Elaborado por: Arq. Francisco Robalino T.

3.9 Capacidad Instalada

La capacidad máxima de atención a clientes de "PIZZAPARRILLA" es de 32 personas distribuida de la siguiente manera:

Número	Descripción	# de Puestos	Total
6	Mesa	4	24
4	Mesa	2	8
Total			32

Tabla 37. Capacidad Instalada

Elaborado por: Autora

3.10 Infraestructura

El lugar en el que se va a desarrollar el restaurante, es un local que funcionaba como panadería; el cual será diseñado de acuerdo a la pizzería. En el ANEXO 3 se detallan los valores de remodelación, los cuales ascienden a 7.072,63 USD.

3.11 Adquisición de equipos y materiales

Para el equipamiento del restaurante "PIZZZA PARRILLA" se realiza un previo análisis a las empresas que pueden brindar los equipos, muebles, mobiliario e implementos más adecuados, de acuerdo a las características que requiere el establecimiento para su correcto funcionamiento y mantenimiento (Ver ANEXO 5).

Por ello se elabora la siguiente lista de empresas:

Descripción	Proveedor	Cantidad	Valor unitario	Precio
Maquinaria y Equipo				
Cocina a gas	Ochoa Hnos.	1	$ 290,00	$ 290,00
Parrilla de acero inoxidable	Metálicas Suntaxi	1	$ 722,40	$ 722,40
Frigorífico	Ochoa Hnos.	1	$ 800,00	$ 800,00
Congelador	Orbe Hogar	1	$ 934,00	$ 934,00
Licuadora	Orbe Hogar	2	$ 154,00	$ 308,00
Microondas	Orbe Hogar	1	$ 169,00	$ 169,00
Balanza digital	Montero	1	$ 44,55	$ 44,55
Batidora kitchen Aid	Montero	1	$ 615,18	$ 615,18
Jugüeras	Orbe Hogar	2	$ 39,99	$ 79,98
Cilindro de gas industrial	Despensa del Valle	3	$ 65,00	$ 195,00
Extintor 10 lbs.	Ferretería Burbano	2	$ 29,02	$ 58,04
Refrigerador para bebidas	Orbe Hogar	1	$ 1.099,00	$ 1.099,00
Equipo de Computación				
Computador	Orbe Hogar	1	$ 714,00	$ 714,00
Impresora	Orbe Hogar	1	$ 79,00	$ 79,00
Equipo Electrónico				
Televisor led	Orbe Hogar	1	$ 449,00	$ 449,00
Minicomponente	Orbe Hogar	1	$ 439,00	$ 439,00
Teléfono inalámbrico	Ferretería Burbano	1	$ 22,50	$ 22,50
Muebles y enseres				
Mesa redonda 4 pax (madera)	Carpintería Cuñas	6	$ 110,00	$ 660,00
Mesa redonda 2 pax (madera)	Carpintería Cuñas	4	$ 100,00	$ 400,00
Silla de madera	Carpintería Cuñas	33	$ 60,00	$ 1.980,00
Silla para caja	Carpintería Cuñas	1	$ 60,00	$ 60,00
Sillas para personal	Pica	2	$ 3,00	$ 6,00
Fregadero	Ferretería Burbano	2	$ 211,45	$ 422,90
Mesa de trabajo	Metálicas Suntaxi	2	$ 400,00	$ 800,00
Counter	Carpintería Cuñas	1	$ 400,00	$ 400,00
Cristalería				
Salero	Montero	20	$ 2,71	$ 54,20
Pimentero	Montero	20	$ 2,71	$ 54,20
Ajicero	Montero	20	$ 1,90	$ 38,00
Copas largas para helado	Montero	80	$ 1,50	$ 120,00
Vaso de cristal	Montero	150	$ 0,76	$ 114,00
Copas de cristal	Montero	150	$ 1,09	$ 163,50
Vajilla y cubertería				
Plato fuerte	Montero	150	$ 4,49	$ 673,50
Plato postre	Montero	150	$ 3,65	$ 547,50
Cuchara de postre	Montero	150	$ 2,89	$ 433,50
Cuchara pequeña ají	Montero	50	$ 0,71	$ 35,50
Tenedor fuerte	Montero	150	$ 0,75	$ 112,50
Cuchillo fuerte	Montero	150	$ 1,35	$ 202,50

Utensilios de cocina				
Cucharon	Montero	5	$ 15,12	$ 75,60
Ensaladera	Montero	5	$ 10,20	$ 51,00
Pinza ensalada	Montero	3	$ 2,91	$ 8,73
Cuchillo cebollero	Montero	3	$ 10,15	$ 30,45
Cuchillo de sierra	Montero	3	$ 12,21	$ 36,63
Puntillas	Montero	2	$ 3,10	$ 6,20
Saca bocas	Orbe Hogar	2	$ 0,89	$ 1,78
Espátula de parrilla	Montero	3	$ 8,19	$ 24,57
Chino	Montero	3	$ 18,87	$ 56,61
Sartén mediano 25.4 cm de diámetro	Montero	6	$ 49,55	$ 297,30
Espátula de silicona	Montero	3	$ 4,54	$ 13,62
Espátula de nylon	Montero	3	$ 1,66	$ 4,98
Escurridor de platos	Pica	2	$ 7,30	$ 14,60
Tabla para picar 38,1 x 50,8 X 1,3 verde	Montero	2	$ 10,00	$ 20,00
Tabla para picar 38,1 x 50,8 X 1,3 roja	Montero	2	$ 10,00	$ 20,00
Abrelatas	Montero	2	$ 12,70	$ 25,40
Moldes para pizzas grande	Montero	15	$ 7,94	$ 119,10
Moldes para pizzas pequeño	Montero	15	$ 5,36	$ 80,40
Cortador de pizza	Montero	5	$ 4,31	$ 21,55
Olla grande	Montero	5	$ 89,24	$ 446,20
Olla pequeña	Montero	5	$ 39,73	$ 198,65
TOTAL				**$ 15.849,82**

Tabla 38. Proveedores para equipos y material de oficina

Elaborado por: Autora

3.12 Estudio Administrativo

3.12.1 Misión

Ofrecer un servicio óptimo y una atención de calidad a nuestros clientes; ofreciendo productos excelentes, sobre todo dando a conocer nuestra pizza que es elaborada artesanalmente en un horno de acero inoxidable que tiene como base una piedra volcánica, lo que realza el sabor de cada una de ellas; invitándolos a que disfruten

de un ambiente de paz, plácido, cómodo y acogedor en compañía de familiares y amigos.

3.12.2 Visión

Ser los primeros en el mercado local, marcando la diferencia todos los días, motivando al personal del establecimiento a desarrollar su potencial y creatividad dentro de la cocina para alcanzar la fidelidad y confianza de los clientes y así completar nuestros objetivos expuestos.

3.12.3 Objetivos

- Hacer que nuestros clientes sepan que son lo más importante, de ellos depende nuestro éxito.
- Brindar un servicio atento y eficiente por un personal altamente capacitado.
- Sostener la fidelidad de nuestros clientes.
- Posicionarnos en el mercado como la mejor pizzería.
- Enriquecer los recursos del restaurante y ayudar al manejo eficiente de los costos.

3.12.4 Valores Corporativos

- Respeto: Incentivar a todos los empleados y clientes.
- Honestidad: Actuar con seriedad con nuestros clientes, compañeros de trabajo, familiares y amigos.
- Compromiso y dedicación: poner todo nuestro esfuerzo para alcanzar las metas y objetivos establecidos.
- Puntualidad: ser puntuales en la entrega de los platos a nuestros clientes, así mismo en el pago a proveedores y trabajadores.

3.12.5 Tipo de empresa

Esta empresa es de "Sociedad de Responsabilidad Limitada". Es la forma más sencilla de constituir una empresa; en donde el dueño de la empresa es directamente responsable por las deudas y/u obligaciones incurridas en el restaurante. (Superintendencia de Compañías, s.f.)

3.12.6 Organigrama Jerárquico

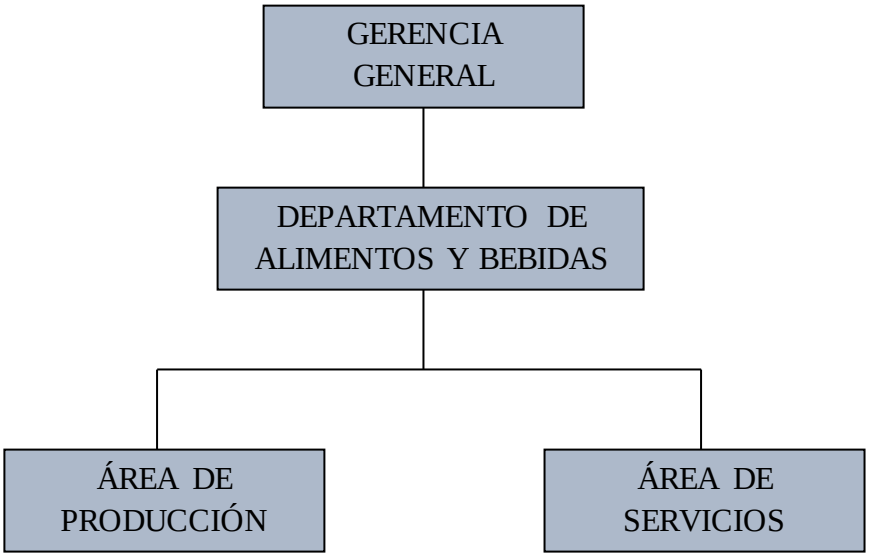

Gráfico 21. Organigrama Jerárquico

Elaborado por: Autora

3.12.7 Organigrama Posicional

El siguiente organigrama muestra los puestos de trabajo que cada área de la pizzería tiene y necesita para que la estructura funcione correctamente.

Teniendo en cuenta que la pizzería dispone de 9 personas en su nómina operativa, el organigrama posicional ayuda a dividir al personal en los puestos de trabajo que hay en el restaurante, donde deberán cumplir funciones y responsabilidades diariamente.

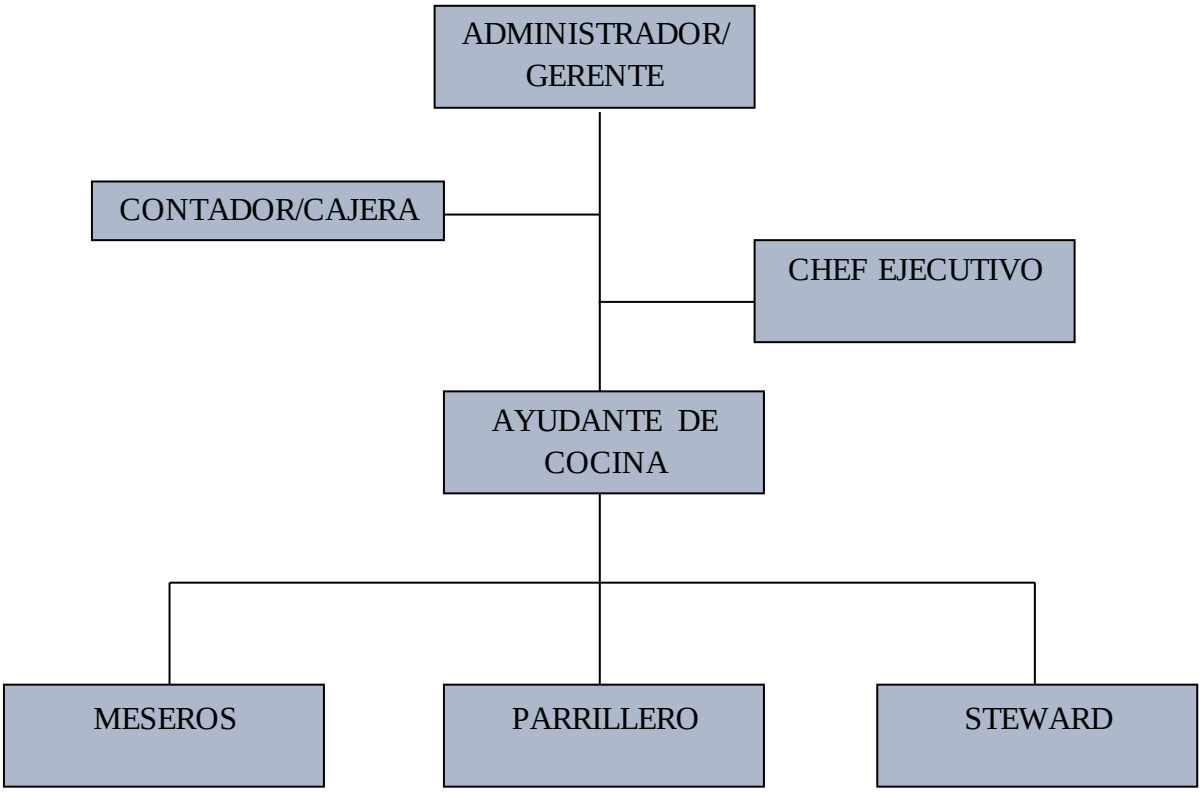

Gráfico 22. Organigrama Posicional

Elaborado por: Autora

Cada puesto tiene sus responsabilidades, obligaciones y deberes que cumplir, para que la pizzería marche correctamente.

El administrador, el chef ejecutivo tienen la obligación de supervisar, coordinar y manejar de la mejor manera todos los recursos que tengan a su cargo y de esta manera mantener el negocio.

3.12.8 Flujogramas del proceso

El proceso que se lleva a cabo dentro de una pizzería lo representaremos en dos áreas básicas:

1. Producción
2. Servicio

En los flujogramas que se muestran a continuación, se indica las actividades y los sujetos de las mismas.

3.12.8.1 Flujograma del proceso en el área de producción

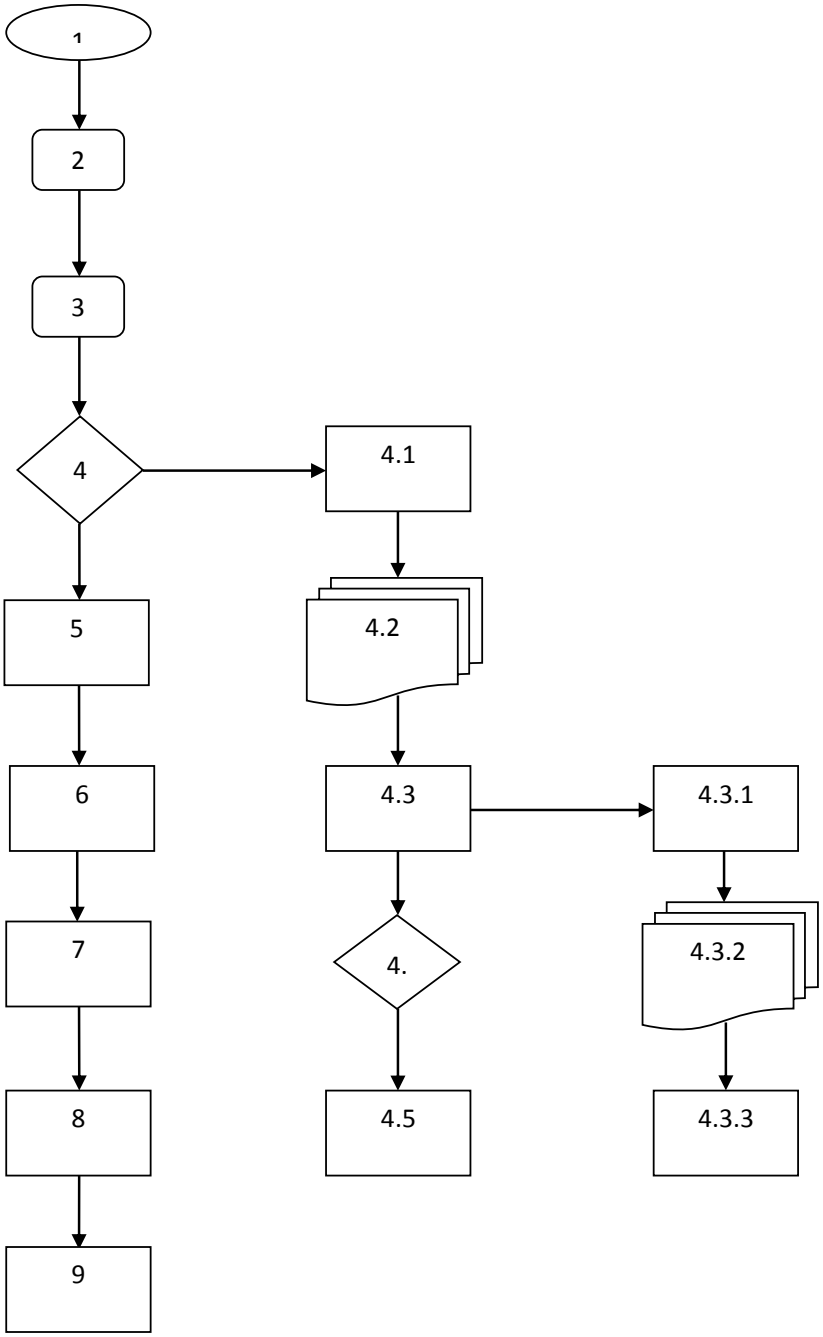

Gráfico 23. Flujograma del proceso en el área de producción

Elaborado por: Autora

1. Inicio

2. El cocinero recibe la orden

3. Pide al ayudante de cocina la verificación de insumos

4. Existen suficientes insumos

4.1 El cocinero pide requisición de insumos

4.2 Requisición de insumos.

4.3 Entrega de requisición al chef

4.3.1 Se reporta a la gerencia faltante de insumos

4.3.2 Orden de compra

4.3.3 Bodega recibe los insumos

4.4 Existencia de insumos en la alacena o refrigeradora.

4.5 Se envía los insumos a la cocina

5. El cocinero tiene todos los materiales.

6. Se prepara la orden

7. Se verifica el sabor

8. Se brinda la orden al cliente

9. Fin

3.12.8.2 Flujograma del proceso en el área de servicio

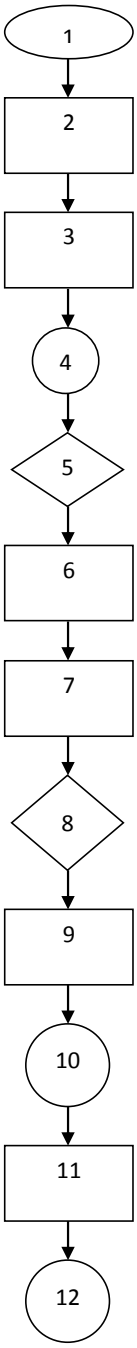

Gráfico 24. Flujograma del proceso en el área de servicio

Elaborado por: Autora

1. Llegada del cliente
2. Saludo por parte del maître
3. Se le dirige a la mesa
4. Se identifica si la mesa está limpia
5. El cliente lee la carta
6. Se toma el pedido, bebidas y comida
7. Se despacha el pedido
8. Cliente consume
9. Pedido y entrega de la cuenta
10. Retiro del dinero o tarjeta de crédito
11. Entrega del cambio y/o factura
12. Salida del cliente satisfecho

3.12.9 Manual de Descripción de Funciones

Según el análisis realizado a la propuesta se requiere de 9 personas que a continuación se detalla con las actividades que cada uno de ellos realiza dentro del establecimiento.

Gerente / Administrador

Descripción de la ocupación:

El gerente del establecimiento se ocupa, principalmente de administrar el servicio de la pizzería, incluyendo la planificación y la administración personal, compra, almacenaje y venta de productos y servicios, control contable financiero; apoyar a la dirección y asegurar la satisfacción del cliente. (Orellana L & Torres A, 2010, pág. 20)

Funciones:

- Desarrollar estrategias competitivas
- Crear soluciones alternativas
- Analizar resultados y rentabilidad
- Elaborar planes, presupuestos y sistemas de control
- Anticiparse a cambios del mercado
- Realizar investigación de mercado, tipos de clientes, productos y proveedores
- Efectuar compras de alimentos y bebidas
- Controlar existencias (stock)
- Efectuar control financiero y contable de costos y personal
- Elaborar reporte gerencial para la toma de decisión sobre el negocio

Conocimientos:

- Procesos básicos de liderazgo y gestión de personal
- Métodos básicos de control contable y gestión financiera
- Herramientas de control gerencial, financiero y contable
- Principios de almacenamiento y conservación de alimentos y bebidas

Cajera

Descripción de ocupación:

El cajero controla la entrada y salida del dinero que se produce por concepto de ventas de productos y servicios, en la caja de la pizzería. Debe mantener un control estricto de la máquina registradora y finalmente reportar al gerente la cuadratura de la caja y la cantidad de productos vendidos al finalizar su turno de trabajo.

Funciones:

- Contestar el teléfono
- Estar pendiente de la página web, redes sociales, etc.
- Generar facturas y cobrarlas
- Manejar correcta y honestamente el dinero
- Realizar cuadre de caja en cada jornada laboral

- Tener cantidades necesarias de cada denominación de monedas o billetes
- Ayudar en la digitalización de facturas y comprobantes al contador
- Ayudar y reemplazar a meseros cuando estos lo necesiten
- Limpiar su zona de trabajo

Conocimientos:

- Principios básicos en el área de matemáticas, computación administrativa y contabilidad
- Atención al cliente
- Puntos de venta
- Detección de billetes falsos

Chef Ejecutivo

Descripción de ocupación:

El chef ejecutivo se ocupa principalmente de crear, coordinar y realizar recetas y platos supervisando el equipo de trabajo de la cocina y de asegurarse la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.

Funciones:

- Efectuar investigación de mercado y evaluar nuevos productos y proveedores.
- Realizar control de aprovechamiento y desperdicio, controlar manipulación, acondicionamiento y desecho de la basura.
- Mantener al día información sobre la demanda del servicio para la planificación de la producción.
- Emitir instrucción verbal o escrita y horario de trabajo.
- Analizar costos y rentabilidad del menú.
- Realizar preparación, cocción, montaje y presentación del plato.
- Solicitar compra de mercadería.
- Coordinar la realización de inventario y control de equipos, maquinaria, utensilios, herramientas y productos perecibles.
- Supervisar la aplicación de procedimientos de higiene dentro de la cocina.

Conocimientos:

- Prácticas administrativas de planificación.
- Elaboración de presupuesto.
- Análisis y control de costos y resultados.

- Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas.
- Técnicas de aprovechamiento, porcionamiento de alimentos y sustitución de ingrediente, que resulten en pérdidas mínimas.

Ayudante de cocina

Descripción de ocupación:

Es quien tiene la responsabilidad de colaborar con el Chef en lo que respecta a la elaboración de las diferentes comidas a realizarse en la pizzería.

Comprendiendo los procesos de elaboración, montaje y presentación de ensaladas, platos fuertes, postres, pizzas, etc.

Funciones:

- Ayudar al cocinero a preparar los alimentos (limpiar, pelar, cortar, etc.)
- Medir y mezclar ingredientes.
- Preparar platos para servir.
- Desempaquetar y almacenar las existencias en congeladores, etc.
- Mantener limpia la cocina y la zona de trabajo.

Conocimientos:

- Debe tener tres años de experiencia profesional con cargo de ayudante de cocina en hoteles o restaurantes.

Mesero

Descripción de ocupación:

El mesero se ocupa principalmente de acomodar al cliente en la mesa; ser amable y servir los alimentos y bebidas que salgan de la cocina. Presentar la cuenta y recibir el pago.

Funciones:

- Identificar una mesa adecuada a la preferencia del cliente o según la reservación y disponibilidad.
- Acomodar al cliente.
- Presentar el menú o la carta.
- Anotar pedidos.
- Informar el tiempo de preparación.
- Informar la disponibilidad de los platos del menú, composición, acompañamiento y cantidad.

- Reponer bebida, cubierto, vajilla y utensilio.
- Entregar y retirar pedidos en la cocina y monitorear su progreso.
- Solucionar problemas y determinar prioridades.
- Asegurarse que el cliente desea finalizar el servicio.
- Solicitar la cuenta al cajero.
- Anticiparse a la expectativa del cliente.
- Recibir reclamos y aplicar soluciones.
- Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que incluyen en la apariencia.
- Apoyar en el arreglo, limpieza e higienización del salón, mesa, utensilio y equipos.

Conocimiento:

- Normas de etiqueta y protocolo en la mesa y en el salón.
- Procedimientos de emergencia.
- Utilización de equipos, computadora, calculadora entre otros.

Parrillero

Descripción de ocupación:

Tiene la responsabilidad de llevar a cabo la preparación de las pizzas, teniendo en cuenta su tiempo de cocción.

Funciones:

- Limpieza en su área de parrilla.
- Conocer la clasificación de la materia prima.
- Revisión de los insumos para el abastecimiento de la cocina.
- Conocimiento de procedimientos estandarizados de la operación de la cocina.

Experiencia laboral:

- Por lo menos tener un año de haber trabajado en parrilla, en restaurantes o establecimientos hoteleros.

Steward

Descripción de ocupación:

El Steward se encarga de ejercer labores de higienización de pisos, murallas y maquinaria de producción gastronómica y de servicio, además de mantener en efectivas condiciones de limpieza cuchillería, cristalería, vajilla. También se asocia a este perfil el retiro de basuras y desperdicios. Así mismo, debe optimizar los recursos materiales con los que dispone, para obtener un resultado de calidad en el servicio a las otras áreas de producción, teniendo en cuenta los objetivos establecidos.

Funciones:

- Cumplir las responsabilidades y funciones encomendadas por el chef al mando.
- Lavar y ordenar todo el menaje y utensilios de cocina.
- Realizar la limpieza y sanitación de todo el restaurante en cada jornada o cuando sea necesario.
- Ayudar a los cocineros cuando estos lo necesiten.
- Ayudar con el mantenimiento y orden de bodegas y cuarto frío.
- Recolectar y reciclar correctamente la basura de todo el establecimiento.
- Limpiar piso, campanas y equipos de la cocina.
- Realizar la comida de personal.

Conocimiento:

- Manejo de productos químicos de limpieza
- Dosificación de químicos
- Manejo y equipamiento liviano de cocina
- Limpieza industrial de los equipos de cocina
- Normas de higiene
- Normas de prevención de riesgos

3.12.10 Impacto ambiental

Para el progreso de un proyecto de alimentos y bebidas se debe puntualizar elementos muy importantes, como el impacto ambiental que hoy en día es una necesidad muy importante.

Un aspecto muy importante que hay que mencionar es que la elaboración de la pizza en piedra volcánica no tiene ningún riesgo ambiental y sobre todo para la salud ya que no causa ningún tipo de humo a comparación de la elaboración de comidas hechas con carbón.

Al crear este proyecto se proveerán posibles impactos tanto positivos como negativos hacia el medio ambiente entre ellos podemos indicar: contaminación del suelo, agua y aire, desechos de sólidos y líquidos, el uso inadecuado del ruido, causado

por la ejecución de la obra como en el uso de las instalaciones para la creación de la pizzería.

De esta manera se lograrán efectos significativos en beneficio del medio ambiente, estableciendo una adecuada clasificación de los desechos orgánicos e inorgánicos, plásticos y otros elementos reciclables, se tendrá una concientización del uso adecuado del agua y demás elementos que estén al alcance en la construcción de la pizzería y que ayuden a conservar el medio ambiente.

Como resultado de la propuesta de las buenas prácticas ambientales, se alcanzará:

- Reducir las pérdidas de materias primas.
- Reducir el consumo de agua.
- Disminuir la generación de residuos y facilitar su reutilización.
- Comprimir el consumo de los recursos energéticos de toda índole.
- Mejorar las condiciones de seguridad y salud ocupacional de los trabajadores.
- Minimizar el efecto ambiental de las emisiones atmosféricas de los ruidos y de los vertimientos del agua.
- Minimiza los costos de disposición final de desechos líquidos sólidos y gaseosos.

- Mejora las relaciones de la empresa con las partes interesadas como: autoridad ambiental, clientes, proveedores. Usuarios y comunidad.
- Mejorar la imagen de la empresa ante los clientes, usuarios y los
- trabajadores.

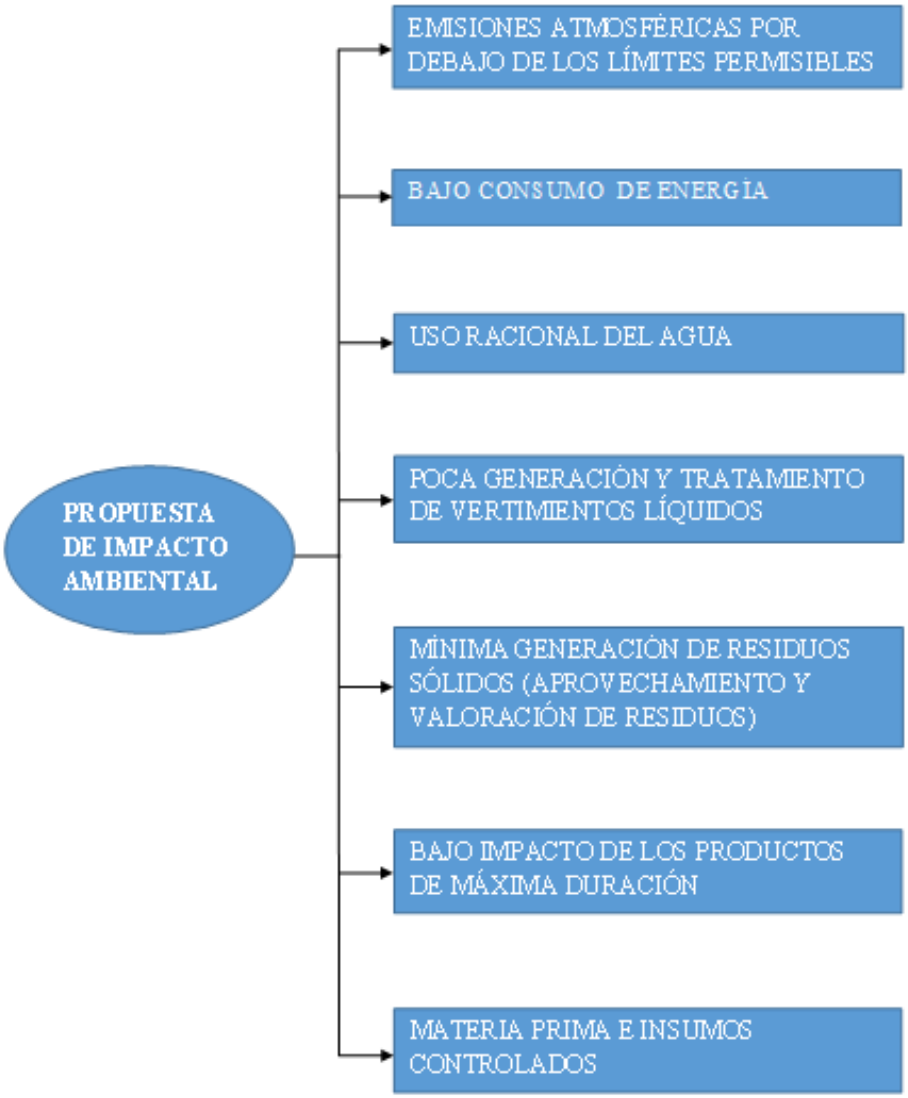

Grafico 25. Propuesta de impacto ambiental

Elaborado por: Autora

3.13 Estudio Financiero

3.13.1 Inversión Requerida

Según Milton Rivadeneira Unda, en su libro "Elaboración de Presupuestos en Empresas", para determinar el presupuesto de una empresa o proyecto, es preciso tener un plan de inversión, el cual debe constar de los siguientes valores:

- Activos fijos, que son la propiedad, infraestructura, equipo, entre otros.
- Activos diferidos, que simbolizan los gastos de constitución.
- El capital de trabajo, que es calculado de acuerdo al activo corriente y al pasivo corriente de corto plazo, es decir, menor a un año.

3.13.1.1 Activos Fijos o Tangibles

Para Charles T. Horngren, en su libro "Contabilidad Financiera", los activos fijos son todos los recursos que son propiedad de la empresa, los cuales se pueden tocar y no son fáciles de desprenderse, como son: la maquinaria, equipos, utensilios, mobiliario, etc. Todos estos activos fijos son los que se van a necesitar y que facilitan el trabajo, el servicio del personal y brindan comodidad a los clientes.

Concepto	Valor Total
Adecuaciones	$ 7.072,63
Maquinaria y Equipo	$ 5.315,15
Equipos de computación	$ 793,00
Equipo electrónico	$ 910,50
Muebles y enseres	$ 4.728,90
Cristalería	$ 423,90
Vajilla y cubertería	$ 1.986,54
Utensilios de cocina	$ 1.553,37
Total	**$ 22.783,99**

Tabla 39. Activos Fijos

Elaborado por: Autora

3.13.1.2 Activos Diferidos

Son las inversiones que se realizan para que la pizzería inicie sus actividades de manera legal, con todos los permisos requeridos por la ley y que perciben todos los gastos en los que debe estar la empresa para iniciar su funcionamiento.

DETALLLE	VALOR
Licencia única anual para el ejercicio de actividades económicas (LUAE)	$ 250
Patente	$ 55
Licencia única anual de funcionamiento (MINISTERIO DE TURISMO)	$ 140
Permiso del ministerio de turismo	$ 40
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	$ 30
Registro Mercantil	$ 140
Registro de Marca más logo (IEPI)	$ 208
Rotulación (2m)	$ 25
Ruc	$ -
Permiso Sanitario (ARCS)	$ 23
Informe de regulación metropolitana	$ 2
Permiso Ambiental	$ 54
Uso del suelo, publicidad	$ -
Imprevistos	$ 50
Capacitación en servicio	$ 300
TOTAL	**$ 1.317**

Tabla 40. Activos Diferidos

Fuente: Distrito Metropolitano de Quito, 2014

Elaborado por: Autora

3.13.1.3 Capital de Trabajo

Para el cálculo del capital de trabajo es necesario conocer los siguientes rubros:

- Materia Prima
- Sueldos
- Arriendo

- Servicios Básicos
- Gastos varios
- Publicidad

El 35% de la inversión inicial se debe reservar para la compra de bienes de trabajo para el pago de mano de obra directa y los costos fijos, el 10% para las reservas técnicas y el 5% para otros gastos.

Materia Prima

Para el cálculo de la materia prima se necesita:

- Rotación 0,63
- Número de comensales por día 40
- Capacidad Máxima 32 pax.
- Consumo Promedio $ 10,75
- Ventas 100%
- % Costo Venta Carta 22%

Consumo promedio

El consumo promedio es el valor medio que realiza el cliente de alguno de los productos existentes en la pizzería.

CATEGORIA	CONSUMO PROMEDIO	% MATERIA PRIMA	MATERIA PRIMA
ENTRADA	$ 1,75	45	$ 0,79
PIZZA	$ 4,50	44	$ 1,98
POSTRE	$ 2,50	47	$ 1,18
BEBIDA	$ 2,00	48	$ 0,96
TOTAL	**$ 10,75**		**$ 4,90**

Tabla 41. Consumo Promedio

Elaborado por: Autora

En la tabla se puede observar que el consumo promedio por persona es de 10,75 USD, de los cuales 4,90 USD se utilizan en la materia prima, es decir, un 45,6% del precio se emplea en la elaboración del mismo. Si se considera una rotación promedio de 0.63 y una demanda diaria de 40 personas, los cálculos de ventas y materia prima utilizada son:

Pax	Día	40
	Mes	1200
	Año	14400
Ventas	Mes	$ 12.900,00
	Trimestre	$ 38.700,00
	Año	$ 154.800,00
Materia Prima	Mes	$ 5.880,00
	Trimestre	$ 17.640,00
	Año	$ 70.560,00

Tabla 42. Materia Prima

Elaborado por: Autora

3.13.2 Sueldos y Salarios

Son costos fijos que se paga al personal por realizar su trabajo. El sueldo dependerá del cargo que ocupe el empleado dentro de la empresa. (ANEXO 4)

AÑO 1									
MANO DE OBRA	**Nómina**	**Salario**	**Décimo cuarto**	**Décimo tercer**	**Fondos de reserva**	**Vacaciones**	**Aporte patronal**	**Mensual**	**Anual**
Administrador	1	$ 372,70	$ 30,50	$ 31,05			$ 46,59	$ 480,83	$ 5.770,00
Cajera	1	$ 370,87	$ 30,50	$ 30,89			$ 46,36	$ 478,62	$ 5.743,47
Chef Ejecutivo	1	$ 371,90	$ 30,50	$ 30,98			$ 46,49	$ 479,87	$ 5.758,40
Parrillero	1	$ 370,50	$ 30,50	$ 30,86			$ 46,31	$ 478,18	$ 5.738,10
Cocinero	1	$ 370,87	$ 30,50	$ 30,89			$ 46,36	$ 478,62	$ 5.743,47
Cocinero	1	$ 370,87	$ 30,50	$ 30,89			$ 46,36	$ 478,62	$ 5.743,47
Mesero	1	$ 369,77	$ 30,50	$ 30,80			$ 46,22	$ 477,29	$ 5.727,52
Mesero	1	$ 369,77	$ 30,50	$ 30,80			$ 46,22	$ 477,29	$ 5.727,52
Steward	1	$ 368,57	$ 30,50	$ 30,70			$ 46,07	$ 475,84	$ 5.710,12
Total	**9**	**$ 3.335,82**	**$ 274,50**	**$ 277,87**	**$ 0,00**	**$ 0,00**	**$ 416,98**	**$ 4.305,17**	**$ 51.662,06**

Tabla 43. Sueldos y Salarios

Fuente: Ministerio de Trabajo. Remuneraciones 2016

Elaborado por: Autora

3.13.3 Arriendo

Este valor se debe cancelar al propietario del local los primeros días de cada mes. El valor se detalla en el contrato de arriendo.

Descripción	Mensual	Trimestral	Anual
Arriendo	$ 750,00	$ 2.250,00	$ 9.000,00

Tabla 44. Arriendo

Elaborado por: Autora

3.13.4 Servicios Básicos

Son todos los costos del consumo como es agua, luz, gas, teléfono, internet que utilizará el establecimiento y son cancelados mensualmente para su funcionamiento.

SERVICIOS BÁSICOS	Mensual	Trimestral	Anual
Internet-cable-teléfono	$ 50,00	$ 150,00	$ 600,00
Gas	$ 30,00	$ 90,00	$ 360,00
Luz	$ 30,00	$ 90,00	$ 360,00
Agua	$ 30,00	$ 90,00	$ 360,00
TOTAL	**$ 140,00**	**$ 420,00**	**$ 1.680,00**

Tabla 45. Servicios Básicos

Elaborado por: Autora

3.13.5 Gastos Varios

Detalle	Mensual	Trimestral	Anual
Gastos de Uniformes	$ 2.060,76	$ 2.060,76	$ 2.060,76
Mantelería	$ 169,80	$ 169,80	$ 169,80
Suministros de Limpieza	$ 49,08	$ 147,24	$ 588,96
Suministros de Oficina	$ 64,76	$ 194,28	$ 777,12
TOTAL	**$ 2.344,40**	**$ 2.442,56**	**$ 2.884,28**

Tabla 46. Gastos Varios

Elaborado por: Autora

3.13.6 Gastos de Publicidad

Es el medio por el cual se va a dar a conocer el establecimiento y los servicios que se ofrece al cliente.

Detalle	Cantidad	Precio/unidad	Precio Total
Publicidad en redes sociales		$ -	$ -
Anuncios en el periódico	3	$ 15,00	$ 45,00
Volantes	1000	$ 0,05	$ 50,00
Rotulo exterior	1	$ 200,00	$ 200,00
Total			**$ 295,00**

Tabla 47. Gastos de Publicidad

Elaborado por: Autora

3.13.7 Capital de Trabajo

Es el valor que se obtiene para poder financiar todos los gastos del establecimiento con normalidad a corto plazo (3 meses).

Descripción	Valor	
Materia Prima	$	17.640,00
Sueldos	$	12.915,51
Arriendo	$	2.250,00
Servicios Básicos	$	420,00
Gastos varios	$	2.442,56
Publicidad	$	295,00
TOTAL	**$**	**35.963,07**

Tabla 48. Capital de trabajo

Elaborado por: Autora

Inversión Inicial de 3 meses

ACTIVOS FIJOS	$	22.783,99
ACTIVOS DIFERIDOS	$	1.317,00
CAPITAL DE TRABAJO	$	35.963,07
TOTAL	**$**	**60.064,06**

Tabla 49. Inversión Inicial

Elaborado por: Autora

La inversión inicial que se requiere para la apertura del restaurante es de un total de $ 60.064,06 con un capital de trabajo de $ 35.963,07.

3.14 Financiamiento

INVERSIÓN	FUENTE PROPIO	PRÉSTAMO	MONTO
Inversión fija	$ -	$ 24.100,99	$ 24.100,99
Capital de trabajo	$ 35.963,07	$ -	$ 35.963,07
TOTAL	$ 35.963,07	$ 24.100,99	$ 60.064,06
PORCENTAJE (%)	59,9%	40,1%	100%

Tabla 50. Financiamiento

Elaborado por: Autora

3.14.1 Tabla de amortización

El préstamo se lo realiza en el Banco INTERNACIONAL, ya que ofrece un interés del 9.7 %, el cual es uno de los más bajos en el sector financiero. Además los requisitos para el préstamo son factibles.

- Préstamo $ 24100.99
- Interés 9.7 %
- Tiempo 5 años
- Cuota Semestral 10

PERIODO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	CUOTA FIJA	SALDO
0				$ 24.100,99
1	$ 1.130,45	$ 1.920,70	$ 3.051,15	$ 22.180,29
2	$ 1.035,39	$ 2.015,76	$ 3.051,15	$ 20.164,54
3	$ 935,63	$ 2.115,52	$ 3.051,15	$ 18.049,02
4	$ 830,93	$ 2.220,21	$ 3.051,15	$ 15.828,81
5	$ 721,05	$ 2.330,09	$ 3.051,15	$ 13.498,71
6	$ 605,73	$ 2.445,41	$ 3.051,15	$ 11.053,30
7	$ 484,71	$ 2.566,44	$ 3.051,15	$ 8.486,86
8	$ 357,69	$ 2.693,45	$ 3.051,15	$ 5.793,41
9	$ 224,39	$ 2.826,75	$ 3.051,15	$ 2.966,65
10	$ 84,49	$ 2.966,65	$ 3.051,15	$ 0,00

Tabla 51. Amortización

Elaborado por: Autora

3.14.2 Proyección de Ingresos

En la proyección de ingresos se puntualiza los ingresos de los años siguientes de haber inaugurado el restaurante. Se estudia de manera regular el dinero que gana el negocio. Esta proyección ayuda a la pizzería a lograr un posicionamiento en el mercado, al mismo tiempo ganar rentabilidad, utilidad y permanencia en el mercado de un 3,9 %.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacidad máxima	32	32	32	32	32
Días al año	360	360	360	360	360
Comensales al día	40	47	50	52	53
Rotación	0,63	0,73	0,78	0,81	0,83
Comensales al año	14400	16920	18000	18720	19080
Consumo promedio	$ 10,75	$ 11,17	$ 11,60	$ 12,06	$ 12,53
TOTAL VENTAS	**$ 154.800,00**	**$ 188.983,71**	**$ 208.887,31**	**$ 225.715,28**	**$ 239.028,14**

Tabla 52. Proyección de ingresos

Elaborado por: Autora

Para el cálculo de esta proyección se considera la probabilidad de un mercado del 70%, por efecto del inicio de una operación comercial determinando para el primer año de operación un total de ventas de $ 108360,00.

3.14.3 Proyección de Mano de Obra

Para el cálculo de esta proyección se toma en cuenta el porcentaje de la CONADES ANUAL, el cual es de 3.26%.

MANO DE OBRA	Nómina	Salario	Décimo cuarto	Décimo tercer	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Anual
AÑO 1	9	$ 3.335,82	$ 274,50	$ 277,87	$ 0,00	$ 0,00	$ 416,98	$ 51.662,06
AÑO 2	9	$ 3.444,57	$ 283,45	$ 286,93	$ 286,93	$ 143,52	$ 430,57	$ 58.511,71
AÑO 3	11	$ 4.345,40	$ 357,73	$ 361,97	$ 361,97	$ 181,06	$ 543,18	$ 73.815,77
AÑO 4	11	$ 4.488,28	$ 369,39	$ 373,87	$ 373,87	$ 187,01	$ 561,03	$ 76.241,54
AÑO 5	11	$ 4.634,59	$ 381,44	$ 386,06	$ 386,06	$ 193,11	$ 579,32	$ 78.727,02

Tabla 53. Proyección mano de obra

Elaborado por: Autora

3.14.4 Proyección de Materia prima

MATERIA PRIMA	% INFLACION	VALOR
AÑO 1		$ 70.560,00
AÑO2	3,26	$ 72.860,26
AÑO 3	3,26	$ 75.235,50
AÑO 4	3,26	$ 77.688,18
AÑO 5	3,26	$ 80.220,81

Tabla 54. Proyección materia prima

Elaborado por: Autora

Para el cálculo de esta demanda proyectada se considera la probabilidad de un mercado del 70%, por efecto del inicio de una operación comercial, determinando para el primer año de operación un total de materia prima de $ 37044.

3.15 Costos Fijos

En el cálculo de la proyección de los costos fijos se maneja la tasa de inflación promedio desde el 2011 hasta noviembre del 2015 (4.5%, 5.1%, 2.6%, 3.59%, 4.02%), cuyos datos son propuestos por el INEC y el Banco Central del Ecuador, obteniendo un porcentaje promedio de 3.96%, equivalente al 4%.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	$ 51.662,06	$ 58.511,71	$ 73.815,77	$ 76.241,54	$ 78.727,02
Arriendo	$ 9.000,00	$ 9.360,00	$ 9.734,40	$ 10.123,78	$ 10.528,73
Servicios Básicos	$ 1.680,00	$ 1.747,20	$ 1.817,09	$ 1.889,77	$ 1.965,36
Suministros de Oficina	$ 777,12	$ 808,20	$ 840,53	$ 874,15	$ 909,12
Suministros de Limpieza	$ 588,96	$ 612,52	$ 637,02	$ 662,50	$ 689,00
(+) Total costos fijos operacionales	$ 63.708,14	$ 71.039,63	$ 86.844,81	$ 89.791,74	$ 92.819,23
Otros costos fijos					
Publicidad	$ 295,00	$ 306,80	$ 319,07	$ 331,83	$ 345,11
Uniformes	$ 2.060,76	$ 2.143,19	$ 2.228,92	$ 2.318,07	$ 2.410,80
Gastos de Constitución	$ 1.317,00	$ 350,00	$ 350,00	$ 350,00	$ 350,00
Mantenimiento		$ 800,00	$ 832,00	$ 865,28	$ 899,89
TOTAL	**$ 67.380,90**	**$ 74.639,62**	**$ 90.574,80**	**$ 93.656,93**	**$ 96.825,03**

Tabla 55. Costos Fijos

Elaborado por: Autora

3.16 Depreciaciones

Es la disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. Aquí se detalla todos los activos fijos que se necesita en el establecimiento para su excelente funcionamiento.

ACTIVO FIJO	TOTALES	VIDA UTIL	% ANUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Edificios y adecuaciones	$ 7.072,63	20	5,00 %	$ 353,63
Equipo de computación	$ 793,00	3	33,33 %	$ 264,33
Equipo electrónico	$ 910,50	3	33,33 %	$ 303,50
Maquinaria y equipo	$ 5.315,15	10	10,00 %	$ 531,52
Muebles y enseres	$ 4.728,90	10	10,00 %	$ 472,89
Total de depreciación				**$ 1.925.87**

Tabla 56. Depreciaciones

Elaborado por: Autora

3.17 Balance General

Se observa que existe un total de activo corriente (capital de trabajo) un total de $ 35963,07, obteniendo como activos fijos bienes inmuebles, maquinaria, equipo de oficina, etc. tiene un total de $ 60064,06.

ACTIVOS	MONTOS
Activo Corriente	
Capital de Trabajo	$ 35.963,07
Activos Fijos	
Cristalería	$ 423,90
Edificaciones y adecuaciones	$ 7.072,63
Equipo de computación	$ 793,00
Equipo electrónico	$ 910,50
Maquinaria y equipo	$ 5.315,15
Muebles y enseres	$ 4.728,90
Utensilios de cocina	$ 1.553,37
Vajilla	$ 1.986,54
Activos Diferidos	
Activo Diferido	$ 1.317,00
TOTAL ACTIVOS	**$ 60.064,06**

Tabla 57. Activos

Elaborado por: Autora

De igual forma en los pasivos como préstamo se tiene un monto de $ 24.100.99 y de capital propio se obtiene un monto de $ 35963,07; dando como resultado el total de pasivo más patrimonio $ 60064,06.

PASIVOS	MONTOS
Pasivo Corriente	
Pasivo No Corriente	
Préstamo	$ 24.100,99
PATRIMONIO	
Capital propio	$ 35.963,07
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	**$ 60.064,06**

Tabla 58. Pasivos

Elaborado por: Autora

3.18 Estado de Pérdidas y Ganancias

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas de A y B	$ 108360	$ 188983,71	$ 208887,3135	$ 225715,2755	$ 239028,1361
(-) TOTAL COSTOS VARIABLES					
Materia prima	$ 49392	$ 72860,256	$ 75235,50035	$ 77688,17766	$ 80220,81225
Mano de obra directa	$ 51.662,06	$ 58.511,71	$ 73.815,77	$ 76.241,54	$ 78.727,02
UTILIDAD BRUTA	**$ 7.305,94**	**$ 57.611,74**	**$ 59.836,04**	**$ 71.785,56**	**$ 80.080,31**
(-) COSTOS / GASTOS FIJOS					
Gastos depreciaciones	$ 1925,870	$ 1925,870	$ 1925,870	$ 1925,870	$ 1925,870
Gastos amortizaciones	$ 3936,450	$ 4335,730	$ 4775,510	$ 5259,890	$ 5793,410
Otros gastos indirectos	$ 13379,280	$ 13901,070	$ 14443,210	$ 15006,50	$ 15591,750
Gastos intereses financieros	$ 2665,840	$ 1766,560	$ 1326,790	$ 842,40	$ 308,890
Total	**$ 21907,440**	**$ 21929,230**	**$ 22471,390**	**$ 23034,660**	**$ 23619,920**
UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES	($ 14.601,50)	$ 35.682,51	$ 37.364,65	$ 48.750,90	$ 56.460,39
(-) 15 % Reparto trabajadores	$ 0,00	$ 5.352,38	$ 5.604,70	$ 7.312,63	$ 8.469,06
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	($ 14.601,50)	$ 30.330,13	$ 31.759,95	$ 41.438,26	$ 47.991,33
(-) 25% Impuesto renta	$ 0,00	$ 7.582,53	$ 7.939,99	$ 10.359,57	$ 11.997,83
UTILIDAD NETA	($ 14.601,50)	$ 22.747,60	$ 23.819,97	$ 31.078,70	$ 35.993,50
(-) 10% Reserva Legal	$ 0,00	$ 2.274,76	$ 2.382,00	$ 3.107,87	$ 3.599,35
(-) 10% Reserva Estatutaria	$ 0,00	$ 2.274,76	$ 2.382,00	$ 3.107,87	$ 3.599,35
(-) 10% Reserva Facultativa	$ 0,00	$ 2.274,76	$ 2.382,00	$ 3.107,87	$ 3.599,35
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**($ 14.601,50)**	**$ 15.923,32**	**$ 16.673,98**	**$ 21.755,09**	**$ 25.195,45**

Tabla 59. Estado de Pérdidas y Ganancias

Elaborado por: Autora

Se observa que en el primer año existe perdida, mientras que desde el segundo año hasta el quinto ya existe ganancias.

3.19 Flujo de Caja

Este cuadro refleja las variaciones tanto en los ingresos como en los egresos de efectivo del establecimiento, y cuanto es el valor a pagar del préstamo desde el primer año, teniendo en cuenta el flujo de caja final de cada año.

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Inversión Total	**$ 60.064,06**					
ENTRADAS DE EFECTIVO						
Utilidad Neta		**($ 14.601,50)**	**$ 15.923,32**	**$ 16.673,98**	**$ 21.755,09**	**$ 25.195,45**
(+) Gastos depreciación		$ 1.925,87	$ 1.925,87	$ 1.925,87	$ 1.925,87	$ 1.925,87
(+) Gastos Amortización		$ 3.936,45	$ 4.335,73	$ 4.775,51	$ 5.259,89	$ 5.793,41
(+) Capital Prestado	$ 24.100,99					
SALIDAS DE EFECTIVO						
(-) Pago préstamo		($ 6.102,29)	($ 6.102,29)	($ 6.102,29)	($ 6.102,29)	($ 6.102,29)
INVERSIONES:						
(-) Activos Fijos	($ 22.783,99)					
(-)Activos diferidos	($ 1.317,00)					
(-) capital de trabajo	($ 35.963,07)					
(+) Recuperación Capital de Trabajo						
FLUJO DE CAJA INICIAL						
FLUJO DE CAJA FINAL	($ 35.963,07)	($ 14.841,47)	$ 16.082,63	$ 17.273,07	$ 22.838,56	$ 26.812,44

Tabla 60. Flujo de Caja

Elaborado por: Autora

3.20 Evaluación Financiera

3.20.1 Tasa de Descuento

Inflación	3,67 %
Tasa pasiva	5,31 %
Riesgo país	5,44 %
TASA DE DESCUENTO	**14,42 %**

Tabla 61. Tasa de descuento

Elaborado por: Autora

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios del Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. La tasa pasiva es la rentabilidad mínima que debe tener una inversión. El riesgo país es una referencia que se tiene para una nueva inversión, esta debe ser mayor a la tasa pasiva.

La tasa de descuento es la suma de todas las tasas anteriores. Para el proyecto actual se considera una tasa del 14.42 %, la cual es una tasa promedio que se maneja para este tipo de negocios.

3.20.2 Índices de Rentabilidad

3.20.2.1 VAN (Valor Actual Neto)

Es la cantidad monetaria, que refleja la diferencia entre el valor actual de los cobros menos el valor actualizado de los pagos; es decir es el valor de todos los flujos de caja esperados referido a un mismo momento del tiempo. (Muñoz M, 2010, pág. 3)

$$VAN = -Inversión\ Inicial + \frac{F(n)}{(1+i)^n}$$

Donde:

VAN = Valor Actual Neto

FN = Flujo neto de caja

i = Interés

n = Número de periodos de capitalización

AÑO	FLUJOS DE CAJA
Inversión inicial	($ 35.963,07)
1	($ 14.841,47)
2	$ 16.082,63
3	$ 17.273,07
4	$ 22.838,56
5	$ 26.812,44
VALOR ACTUAL NETO	**$ 73.803,95**

Tabla 62. VAN

Elaborado por: Autora

En este proyecto indica que el VAN es positivo, eso quiere decir que es financieramente factible de acuerdo a este valor.

3.20.2.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es la rentabilidad de la inversión, por lo tanto es un indicador relativo al capital invertido. (Muñoz M, 2010, pág. 2)

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1+i)^t}$$

Donde:

VPN = Valor presente neto

t = Tiempo del flujo de caja

i = Tasa de descuento

Rt= El flujo neto del efectivo

AÑO	FLUJOS DE CAJA
Inversión inicial	($ 35.963,07)
1	($ 14.841,47)
2	$ 16.082,63
3	$ 17.273,07
4	$ 22.838,56
5	$ 26.812,44
TIR	**16%**

Tabla 63. TIR

Elaborado por: Autora

Este cuadro indica que la tasa interna de retorno (TIR) es 16 % que es mayor a la tasa de descuento del 14.42 %, lo que refleja rentabilidad y la aceptación para realizar una inversión para la apertura del establecimiento.

3.20.2.3 Punto de Equilibrio

Es el volumen de producción y ventas con el cual el ingreso total recompensa exactamente los costos totales, que son la suma de los costos fijos y los costos variables. (Ramírez D, 2010, pág. 131)

Datos del Primer Año	
Costos Fijos	$ 21.907,44
Costos Variables	$ 101.054,06
Costos Totales	$ 122.961,50
Ventas	$ 108.360,00

Tabla 64. Punto de Equilibrio

Elaborado por: Autora

Formula:

$$PE = \frac{Costos\ Fijos}{1-(\frac{Costos\ Variables}{Ventas})}$$

PE = $ 324.925,85

El punto de equilibrio del establecimiento se ha figurado en $ 324.925,85. El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

3.20.2.4 Relación Beneficio/Costo

Inversión
$ 60064,060

Tasa de descuento
0,1442

Año	Ingresos	Costos
1	$ 108.360,00	$ 122.961,50
2	$ 188.983,71	$ 153.301,20
3	$ 208.887,31	$ 171.522,65
4	$ 225.715,28	$ 176.964,38
5	$ 239.028,14	$ 182.567,75

I	$ 632.073,05
C	$ 535.403,19
C + Inversión	$ 595.467,25
B/C	**1,06**

Tabla 65. Relación Beneficio/Costo

Elaborado por: Autora

La relación beneficio/costo es de 1.06, esto indica que el proyecto es viable ya que es mayor a 1.

3.20.2.5 Periodo de Recuperación

AÑO	FLUJO	FLUJO ACUMULADO
1	($ 14.841,47)	($ 14.841,47)
2	$ 16.082,63	$ 1.241,17
3	$ 17.273,07	$ 18.514,23
4	$ 22.838,56	$ 41.352,79
5	$ 26.812,44	

Inversión	$ 60.064,06
Último flujo	$ 26.812,44
Por recuperar	$ 18.711,27
PR	0,697857912
PR (años)	**4,697857912**

Tabla 66. Tiempo de recuperación

Elaborado por: Autora

El tiempo de recuperación de la inversión es de 4 años 8 meses, lo cual es bastante aceptable para el proyecto.

3.21 Conclusiones

- Al haber concluido todos los estudios requeridos para el proyecto he concluido que la zona del centro de Cumbayá es un sector con mucha afluencia de personas tanto de Cumbayá como de otros sectores y es un lugar óptimo para la ubicación de la pizzería.
- La investigación permitió dar a conocer que los clientes prefieren que el establecimiento tenga un ambiente cómodo lleno de iluminación y su mobiliario ergonómico.
- Se establece que existe mucha demanda en lo que se refiere al consumo de comida típica como son las fritadas, es por eso que se procedió a realizar las encuestas en donde varias personas mostraron interés por una nueva propuesta de pizzería
- El estudio técnico permitió dar a conocer los servicios, la categorización, la ubicación y cómo van a estar las instalaciones de la pizzería; permitiendo así como va a operar el establecimiento de A&B con las funciones de personal y sus perfiles.

3.22 Recomendaciones

En este proyecto se recomienda que:

- Es importante valorar la población y el turismo que tiene Cumbayá, esto genera que el negocio salga a flote y además sea un lugar referencial.
- Es muy importante tener muy en cuenta y conocer las preferencias gastronómicas de los futuros clientes para que puedan identificarse con el establecimiento.
- Siempre es necesario conservar y cuidar las instalaciones del restaurante en donde los clientes pueden sentirse a gusto con la comodidad que se ofrece.
- Es importante también incentivar a los trabajadores de la empresa para que puedan desempeñar un bien trabajo.
- Es preciso mantener un nivel de ventas óptimo por lo que se recomienda estrategias de fidelización y captación de nuevos clientes.

Bibliografía

- Ajenjo D. (2002). *Dirección y gestión de proyectos, un enfoque práctico*. México: Alfa omega.
- Andión M, Beller W, & Dieterich H. (1990). *Guía de Investigación Científica*. Abya Yala.
- Arias F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Bunge M. (2001). *La investigación científica: su estrategia y su filosofía*. Barcelona: Ariel.
- Buonassisi R. (2003). *Pizza: from its italian origins to the modern table*. Diane Publishing Company.
- Cabrera, & Bonache. (2002). *Administración de RRHH, reclutamiento y selección*. España: Omega.
- Cerda H. (1993). *Los elementos de la investigación: como reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Quito: ABYA YALA.
- Coltman M. (1992). *Como iniciar y administrar un restaurante*. Norma.
- Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas (Finanzas II). (2009). *Administrador financiera del capital de trabajo*.
- Galindo J. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.*

- Gallardo J. (2002). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Thomson Editores Spain.
- Golombek D. (2014). *El parrillero Científico*. Siglo XXI.
- Gómez C. (2000). *Proyectos factibles*. Predios.
- Hernández A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Thomson.
- Hernández R, Fernández C, & Baptista P. (2009). *Fundamentos de la metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Jiménez D. (2007). *Compras y Bodegas*. Quito.
- Kotler P, & Armstrong G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Leedy P. (1993). *Practical Research Planning and Desing*. EEUU: McGraw-Hill.
- Martínez R. (2009). *Asesoría hotelera en general*. Santo Domingo.
- Mascoli G. (2015). *Pizza artesana: como hacerla en su cocina*. Omega.
- Mercado H, & Palmerin M. (1997). *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. México.
- Muñoz C. (1998). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México.
- Muñoz M. (2010). *Fundamentos Básicos de Finanzas*. Chile.
- Orellana L, & Torres A. (2010). *Manual de procedimientos operativos para el restaurante*.

- Palma D. (2005). *Como elaborar propuestas de Investigación*. Tegucigalpa: IDIES.
- Pardinas F. (1969). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales.* México: Ciclo veintiuno.
- Porter M. (2009). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores.* Pirámide.
- Ramírez A, Vidal M, & Dominguez R. (2009). *Etapas del análisis de factibilidad.*
- Ramírez D. (2010). *Contabilidad Administrativa*. México: Mc.Graw Hill.
- Sampieri R, Fernández C, & Baptista P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Seminarios de Profesores de Economía. (2010). *Economía y Organización de Empresas.*
- Simili M. (2015). *Pasta fresca al auténtico sabor italiano*. Librosconmiga.
- Universidad Miguel Hernández. (2010). *Manual para la creación de empresas por universitarios.* UMAQ.

Net grafía

- Ávila A. (04 de Diciembre de 2012). Las urbanizaciones marcan crecimiento acelerado de los valles en Quito. Recuperado el 19 de Enero de 2016, de El Universo: http://www.eluniverso.com/2012/12/04/1/1447/urbanizaciones-marcan-crecimiento-acelerado-valles.html
- Cameron S. (10 de Julio de 1991). Selección de personal. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de genesis.uag.mx: http://genesis.uag.mx/edmedia/material/RH/selpersonal.pdf
- DMQ. (2014). Permiso de funcionamiento. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de Cuerpo de Bomberos de Quito: http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6
- IEPI. (2015). Signos distintivos. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual: http://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/
- Facultad Regional Rosario. (12 de Marzo de 2010). Investigación de mercado y capacidad de producción. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de UTN: http://www.frro.utn.edu.ar/repositorio/catedras/quimica/5_anio/integracion5/seccion1.pdf

- MDMQ. (2014). Quito, servicios ciudadanos. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de Quito, servicios ciudadanos: https://pam.quito.gob.ec/SitioMovil/DetalleTramite.aspx?Tramite=233
- Ministerio de Turismo. (2014). Quito turismo. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de Quito turismo: http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/obtenga-la-luae
- MSP. (2014). Permiso de funcionamiento de locales. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de Ministerio de Salud Pública: http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/
- Sosa C. (07 de Enero de 2016). Ecuador cerró el 2015 con una inflación de 3,38%. Recuperado el 19 de Enero de 2016, de El Comercio: http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-economia-inflacion-precios-inec.html
- Soto B. (22 de Febrero de 2013). La competencia en la empresa: directa e indirecta, perfecta e imperfecta. Recuperado el 18 de Enero de 2016, de Gestion.org: http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/
- SRI. (2015). RUC. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de Servicio de Rentas Internas: http://www.sri.gob.ec/web/10138/92
- Superintendencia de Compañías, V. y. (s.f.). Portal de documentos. Recuperado el 24 de Enero de 2016, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: http://appscvs.supercias.gob.ec/portaldedocumentos/index.zul

ANEXOS

ANEXO 1: RECETAS ESTANDAR

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: PIZZA DE CAMARÓN CON CHAMPIÑONES Y QUESO
CATEGORÍA: PIZZAS
 # PAX: 12
UTENSILIOS: MOLDES, CUCHILLOS, ESPATULAS, OLLAS
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
HARINA	500	g			MARCA SANTA LUCIA				2,50
LEVADURA	25	g							1,00
AZÚCAR	5	g							0,04
AGUA CALIENTE	500	g							1,00
ACEITE DE OLIVA	5	g			MARCA GIRASOL				0,08
SAL	5	g							0,01
RELLENO									
CREMA DE LECHE	50	g			MARCA LA LECHERA				2,00
OREGANO	25	g							0,75
CAMARON ENTERO	27	g	x	x	CON CABEZA Y CASCARA	2,56	69,12	g	1,62
CHAMPIÑONES	29	g	x	x					1,16
QUESO MOZZARELLA	50	g			MARCA EL KIOSCO				2,00

PROCEDIMIENTO

1.- Añadir agua tibia, azúcar y levadura. Mezclar y dejar reposar diez minutos.
2.- Incorporar harina, sal y aceite. Mezclar hasta conseguir una masa homogénea. Reposar por una hora.
3.- Extender la masa con un rodillo. Poner en el molde y a la parrilla por quince minutos.
4.- Hacer un refrito con los champiñones y los camarones por dos minutos.
5.- Sacar la masa de la parrilla. Extender la crema de leche sobre la base.
6.- Colocar los champiñones y los camarones. Cubrir con queso rallado. Poner a la parrilla de 18 a 20 minutos.

Costo Bruto	**12,16**
Margen de error 5%	**0,61**
Costo Neto	**12,77**
Costo por porción	**1,06**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: PIZZA DE JAMÓN CHAMPIÑONES Y QUESO
CATEGORÍA: PIZZAS
 # PAX: 12
UTENSILIOS: MOLDES, CUCHILLOS, ESPATULAS, OLLAS
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
HARINA	500	g			MARCA SANTA LUCIA				2,50
LEVADURA	25	g							1,00
AZÚCAR	5	g							0,04
AGUA CALIENTE	500	g							1,00
ACEITE DE OLIVA	5	g			MARCA GIRASOL				0,08
SAL	5	g							0,01
RELLENO									
CREMA DE LECHE	11	g			MARCA LA LECHERA				0,55
JAMON	60	g	x	x					3,00
TOMATE	40	g				1,05	42	g	0,80
CHAMPIÑONES	40	g	x	x					1,60
OREGANO	24	g							0,72
QUESO MOZZARELLA	46	g			MARCA EL KIOSCO				0,92

PROCEDIMIENTO

1.- Añadir agua tibia, azúcar y levadura. Mezclar y dejar reposar diez minutos.
2.- Incorporar harina, sal y aceite. Mezclar hasta conseguir una masa homogénea. Reposar por una hora.
3.- Extender la masa con un rodillo. Poner en el molde y a la parrilla por quince minutos.
4.- Hacer un refrito con los champiñones y el jamón por dos minutos.
5.- Sacar la masa de la parrilla. Extender la crema de leche sobre la base.
6.- Colocar los champiñones y el jamón. Cubrir con queso rallado. Poner a la parrilla de 18 a 20 minutos.

Costo Bruto	**11,30**
Margen de error 5%	**0,57**
Costo Neto	**11,87**
Costo por porción	**0,99**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: PIZZA DE JAMÓN, SALAMI, ACEITUNAS Y QUESO
CATEGORÍA: PIZZAS
 # PAX: 12
UTENSILIOS: MOLDES, CUCHILLOS, ESPATULAS, OLLAS
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
HARINA	500	g			MARCA SANTA LUCIA				2,50
LEVADURA	25	g							1,00
AZÚCAR	5	g							0,04
AGUA CALIENTE	500	g							1,00
ACEITE DE OLIVA	5	g			MARCA GIRASOL				0,08
SAL	5	g							0,01
RELLENO									
CREMA DE LECHE	15	g			MARCA LA LECHERA				0,75
JAMÓN	40	g	x	x					2,00
ACEITUNAS	75	g							0,90
SALAMI	58	g	x	x					2,90
QUESO MOZZARELLA	40	g			MARCA EL KIOSCO				2,00

PROCEDIMIENTO

1.- Añadir agua tibia, azúcar y levadura. Mezclar y dejar reposar diez minutos.
2.- Incorporar harina, sal y aceite. Mezclar hasta conseguir una masa homogénea. Reposar por una hora.
3.- Extender la masa con un rodillo. Poner en el molde y a la parrilla por quince minutos.
4.- Hacer un refrito con el jamón, salami y las aceitunas por dos minutos.
5.- Sacar la masa de la parrilla. Extender la crema de leche sobre la base.
6.- Colocar el jamón, salami y las aceitunas. Cubrir con queso rallado. Poner a la parrilla de 18 a 20 minutos.

Costo Bruto	**13,18**
Margen de error 5%	**0,66**
Costo Neto	**13,84**
Costo por porción	**1,15**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: PIZZA DE PIÑA Y QUESO
CATEGORÍA: PIZZAS
 # PAX: 12
UTENSILIOS: MOLDES, CUCHILLOS, ESPATULAS, OLLAS
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
HARINA	500	g			MARCA SANTA LUCIA				2,50
LEVADURA	25	g							1,00
AZUCAR	5	g							0,04
AGUA CALIENTE	500	g							1,00
ACEITE DE OLIVA	5	g			MARCA GIRASOL				0,08
SAL	5	g							0,01
RELLENO									
CREMA DE LECHE	40	g			MARCA LA LECHERA				1,20
PIÑA EN CUBOS	160	g	x	x		1,61	257,6	g	3,20
ORÉGANO	25	g							0,75
QUESO MOZZARELLA	100	g			MARCA EL KIOSCO				3,00

PROCEDIMIENTO

1.- Añadir agua tibia, azúcar y levadura. Mezclar y dejar reposar diez minutos.
2.- Incorporar harina, sal y aceite. Mezclar hasta conseguir una masa homogénea. Reposar por una hora.
3.- Extender la masa con un rodillo. Poner en el molde y a la parrilla por quince minutos.
4.- Hacer trozos la piña.
5.- Sacar la masa de la parrilla. Extender la crema de leche sobre la base.
6.- Colocar la piña. Cubrir con queso rallado y orégano. Poner a la parrilla de 18 a 20 minutos.

Costo Bruto	**12,78**
Margen de error 5%	**0,64**
Costo Neto	**13,42**
Costo por porción	**1,12**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: PIZZA DE JAMÓN SERRANO Y MELÓN
CATEGORÍA: PIZZAS
 # PAX: 12
UTENSILIOS: MOLDES, CUCHILLOS, ESPATULAS, OLLAS
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
HARINA	500	g			MARCA SANTA LUCIA				2,50
LEVADURA	25	g							1,00
AZUCAR	5	g							0,04
AGUA CALIENTE	500	g							1,00
ACEITE DE OLIVA	5	g			MARCA GIRASOL				0,08
SAL	5	g							0,01
RELLENO									
CREMA DE LECHE	20	g			MARCA LA LECHERA				1,20
ORÉGANO	17	g							0,05
JAMÓN	70	g							2,10
MELÓN	90	g				1,51	135,9	g	2,70
QUESO MOZZARELLA	40	g			MARCA EL KIOSCO				2,00

PROCEDIMIENTO

1.- Añadir agua tibia, azúcar y levadura. Mezclar y dejar reposar diez minutos.
2.- Incorporar harina, sal y aceite. Mezclar hasta conseguir una masa homogénea. Reposar por una hora.
3.- Extender la masa con un rodillo. Poner en el molde y a la parrilla por quince minutos.
4.- Hacer trozos el melón.
5.- Sacar la masa de la parrilla. Extender la crema de leche sobre la base.
6.- Colocar el melón. Cubrir con queso rallado y orégano. Poner a la parrilla de 18 a 20 minutos.

Costo Bruto	**12,68**
Margen de error 5%	**0,63**
Costo Neto	**13,32**
Costo por porción	**1,11**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: PIZZA DE POLLO, ZUQUINI Y RÚCULA
CATEGORÍA: PIZZAS
 # PAX: 12
UTENSILIOS: MOLDES, CUCHILLOS, ESPATULAS, OLLAS
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
HARINA	500	g			MARCA				2,50
LEVADURA	25	g			MARCA				1,00
AZUCAR	5	g			MARCA				0,04
AGUA CALIENTE	500	g							1,00
ACEITE DE OLIVA	5	g			MARCA				0,08
SAL	5	g			MARCA				0,01
RELLENO									
CREMA DE LECHE	35	g			MARCA				1,40
POLLO	100	g			MARCA	1,88	188	g	5,00
ORÉGANO	25	g			MARCA				0,40
ZUQUINI	30	g	x	x					0,12
RÚCULA	30	g	x	x					0,15
QUESO MOZZARELLA	100	g			MARCA				0,30

PROCEDIMIENTO

1.- Añadir agua tibia, azúcar y levadura. Mezclar y dejar reposar diez minutos.
2.- Incorporar harina, sal y aceite. Mezclar hasta conseguir una masa homogénea. Reposar por una hora.
3.- Extender la masa con un rodillo. Poner en el molde y a la parrilla por quince minutos.
4.- Hacer un refrito con el pollo y el zuquini por dos minutos.
5.- Sacar la masa de la parrilla. Extender la crema de leche sobre la base.
6.- Colocar el pollo y zuquini. Cubrir con queso rallado y orégano. Poner a la parrilla de 18 a 20 minutos.

Costo Bruto	**12,00**
Margen de error 5%	**0,60**
Costo Neto	**12,60**
Costo por porción	**1,05**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTANDAR UTE

NOMBRE: PIZZA DE AZAFRAN Y BUTIFARRA
CATEGORIA: PIZZAS
 # PAX: 12
UTENSILIOS: MOLDES, CUCHILLOS, ESPATULAS, OLLAS
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCION DE EQUIPOS (CLORO): 80PPM
PPM DESINFECCION DE ALIMENTOS (YODO): 20PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
HARINA	500	g			MARCA SANTA LUCIA				2,50
LEVADURA	25	g							1,00
AZÚCAR	5	g							0,04
AGUA CALIENTE	500	g							1,00
ACEITE DE OLIVA	5	g			MARCA GIRASOL				0,08
SAL	5	g							0,01
RELLENO									
CREMA DE LECHE	30	g			MARCA LA LECHERA				1,40
TOMATE	40	g				1,05	42	g	0,80
BUTIFARRA	80	g	x	x					0,80
AZAFRAN	60	g							1,80
QUESO MOZZARELLA	100	g			MARCA EL KIOSCO				3,00

PROCEDIMIENTO

1.- Añadir agua tibia, azúcar y levadura. Mezclar y dejar reposar diez minutos.
2.- Incorporar harina, sal y aceite. Mezclar hasta conseguir una masa homogénea. Reposar por una hora.
3.- Extender la masa con un rodillo. Poner en el molde y a la parrilla por quince minutos.
4.- Hacer un refrito con el tomate, aceite de oliva y la butifarra por dos minutos.
5.- Sacar la masa de la parrilla. Extender la crema de leche sobre la base.
6.- Colocar el refrito. Cubrir con queso rallado y azafrán. Poner a la parrilla de 18 a 20 minutos.

Costo Bruto	**12,43**
Margen de error 5%	**0,62**
Costo Neto	**13,05**
Costo por porción	**1,09**

TÉCNICAS	GLOSARIO	INFORMACION NUTRICIONAL

RESEÑA HISTORICA	PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: DURAZNOS CON CREMA AL GRILL
CATEGORÍA: POSTRE
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, PARRILLA, PLATO, CUCHARA, MANGA
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
DURAZNOS	150	g				1,23	184,5	g	0,30
MIEL	30	g							0,01
CREMA DE LECHE	85	g			MARCA EL KIOSCO				0,67
ACEITE DE OLIVA	10	g			MARCA GIRASOL				0,45
NUEZ EN TROZOS	18	g	x	x	MARCA				0,09

PROCEDIMIENTO

1.- Precalentar la parrilla a fuego medio.
2.- Colocar los duraznos en la parrilla con un poco de aceite de oliva.
3.- Asar durante cinco minutos hasta que la parrilla haya marcado los duraznos.
4.- Voltear y rociar con un poco de miel y colocar una cucharada de crema de leche.
5.- Agregar la nuez troceada.

Costo Bruto	**1,52**
Margen de error 5%	**0,08**
Costo Neto	**1,59**
Costo por porción	**1,59**

TÉCNICAS	GLOSARIO	INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA	PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: HELADO DE VAINILLA
CATEGORÍA: POSTRE
 # PAX: 1
UTENSILIOS: BOWL, OLLA, PUNTILLA, COPA
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
LECHE	113	g			MARCA LA LECHERA				0,45
NATA	50	g			MARCA LA LECHERA				0,20
YEMA DE HUEVO	20	g							0,15
AZÚCAR	100	g							0,10
VAINILLA (VAINA) O ESENCIA	13	g	x	x					0,01

PROCEDIMIENTO

1.- Poner en un bowl la leche, la nata y la esencia de vainilla
2.- Poner a fuego medio hasta que rompa el hervor.
3.- Poner a fuego bajo unos minutos para que infusione y coja sabor
4.- Cortar la vaina de vainilla por la mitad a lo largo, raspar las semillas con cuidado o sustituirlo por esencia de vainilla.

Costo Bruto	**0,91**
Margen de error 5%	**0,05**
Costo Neto	**0,95**
Costo por porción	**0,95**

TÉCNICAS	GLOSARIO	INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA	PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: ENSALADA MIXTA
CATEGORÍA: ENTRADAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, CUCHILLOS, DISPENSADOR DE VINAGRETA, BOWL
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
LECHUGA RIZADA	125	g				1,33	166,25	g	0,63
LECHUGA AMERICANA	74	g				1,33	98,42	g	0,30
TOMATES	300	g				1,05	315	g	0,80
CEBOLLA PERLA	100	g				1,17	117	g	0,40

PROCEDIMIENTO

1.- Lavar hoja por hoja la lechuga, enrollar las hojas, cortar en hilo finamente.
2.- Picar los tomates en brunoise y la cebolla cortar en rodajas.
3.- Condimentar con aceite de oliva, vinagre balsámico y sal.

Costo Bruto	**2,12**
Margen de error 5%	**0,11**
Costo Neto	**2,23**
Costo por porción	**2,23**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: ENSALADA CAPRENSE
CATEGORÍA: ENTRADAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, CUCHILLO, PLATO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
TOMATE	150	g				1,05	157,5	g	0,40
ALBAHACA	31	g							0,25
QUESO MOZARELA	32	g			MARCA EL KIOSCO				0,96
ACEITE DE OLIVA	5	g							0,45
SAL	3	g							0,07
PIMIENTA	1	g							0,00

PROCEDIMIENTO

1.- Lavar los tomates, cortar en rodajas medianas y reservar.
2.- Rebanar el queso mozzarella en cubos pequeños.
3.- Colocar sobre un plato las rodajas de tomate, el queso mozzarella y espolvorear la albahaca.
4.- Condimentar con el aceite de oliva, sal y pimienta.

Costo Bruto	**2,12**
Margen de error 5%	**0,11**
Costo Neto	**2,23**
Costo por porción	**2,23**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: ENSALADA GRIEGA
CATEGORÍA: ENTRADAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, CUCHILLO, DISPENSADOR DE VINAGRETA
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
TOMATE	115	g				1,05	120,75	g	0,30
PEPINILLO	60	g				1,43	85,8	g	0,25
CEBOLLA PERLA	75	g				1,17	87,75	g	0,30
ACEITUNAS NEGRAS	50	g							0,84
QUESO MOZZARELLA	13	g			MARCA EL KIOSCO				0,39
ORÉGANO	2	g							0,22
ACEITE	2	g			MARCA GIRASOL				0,06
VINAGRE BALSÁMICO	8	g							0,00
SAL	2	g							0,07
MIEL	10	g							0,00

PROCEDIMIENTO

1.- Lavar los tomates y cortar en dados pequeños.
2.- Lavar el pepinillo y pelar dejando un poco de piel, la cebolla cortar en brunoise.
3.- Poner enteras las aceitunas negras y el queso picar en cubos pequeños, agregar un poco de orégano.
4.- Preparar la vinagreta con vinagre balsámico, aceite de oliva, sal y miel.

Costo Bruto	**2,42**
Margen de error 5%	**0,12**
Costo Neto	**2,55**
Costo por porción	**2,55**

TÉCNICAS	GLOSARIO	INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA	PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: JUGO DE NARANJA
CATEGORÍA: BEBIDAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: EXTRACTOR, CUCHILLO, JARRA, VASO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
NARANJAS	400	g				1,54	616	g	0,80
AGUA	20	g							0,06
AZUCAR	50	g							0,05

PROCEDIMIENTO

1.- Lavar las naranjas y cortar en mitades.
2.- Exprimir con un exprimidor eléctrico.
3.- Añadir azúcar y servir.

Costo Bruto	**0,91**
Margen de error 5%	**0,05**
Costo Neto	**0,96**
Costo por porción	**0,96**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: JUGO DE GUAYABA
CATEGORÍA: BEBIDAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: LICUADORA, CUCHILLO, JARRA, VASO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
GUAYABA	100	g				1,15	115	g	0,80
AGUA	20	g							0,06
AZUCAR	50	g							0,05

Costo Bruto	**0,91**
Margen de error 5%	**0,05**
Costo Neto	**0,96**
Costo por porción	**0,96**

PROCEDIMIENTO

1.- Lavar las guayabas y cortar los dos extremos.
2.- Licuar las guayabas con agua y azúcar.
3.- Colar y servir.

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: JUGO DE MORA
CATEGORÍA: BEBIDAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: LICUADORA, COLADOR, JARRA, VASO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
MORA	100	g				1,07	107	g	0,80
AGUA	20	g							0,06
ESENCIA DE VAINILLA	2	g							0,01
AZUCAR	40	g							0,04

PROCEDIMIENTO

1.- Poner en una olla a hervir la mora, sacar y dejar enfriar.
2.- Licuar la mora, añadir el azúcar y la esencia de vainilla.
3.- Cernir, colocar en un vaso y servir.

Costo Bruto	**0,91**
Margen de error 5%	**0,05**
Costo Neto	**0,96**
Costo por porción	**0,96**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: JUGO DE PIÑA
CATEGORÍA: BEBIDAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, CUCHILLO, JARRA, CERNIDOR, VASO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
PIÑA	100	g				1,61	161	g	0,10
AZUCAR	30	g							0,60
AGUA	100	g							0,10
CANELA	11	g							0,11

PROCEDIMIENTO

1.- Lavar la piña, pelar y hacer trozos pequeños.
2.- Agregar agua, incorporar azúcar y licuar.
3.- Cernir, colocar en un vaso y servir.

Costo Bruto	**0,91**
Margen de error 5%	**0,05**
Costo Neto	**0,96**
Costo por porción	**0,96**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: LIMONADA
CATEGORÍA: BEBIDAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: EXTRACTOR, JARRA, CUCHILLO, VASO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
LIMON	150	g				1,56	234	g	0,45
AZUCAR	35	g							0,35
AGUA	100	g							0,10

Costo Bruto	**0,90**
Margen de error 5%	**0,05**
Costo Neto	**0,95**
Costo por porción	**0,95**

PROCEDIMIENTO

1.- Lavar los limones.
2.- Agregar agua, incorporar azúcar y licuar.
3.- Cernir, colocar en un vaso y servir.

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: TIRAMISÚ
CATEGORÍA: POSTRE
 # PAX: 1
UTENSILIOS: BOWL, BATIDORA, PIREX
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
HUEVOS	300	g							0,60
AZUCAR	50	g							0,05
QUESO TIPO AMERICANO	140	g							1,40
VAINILLA	100	g							1,00
COÑAC	25	g	x	x					0,10
CAFÉ	50	g							0,06

Costo Bruto	**3,21**
Margen de error 5%	**0,16**
Costo Neto	**3,37**
Costo por porción	**3,37**

PROCEDIMIENTO

1.- Añadir en un bowl la mitad del azúcar las yemas de los huevos.
2.- Batir las claras a punto de nieve.
3.- Mezclar el queso y las yemas de huevo, añadiendo el resto del azúcar.
4.- Juntar con las claras a punto de nieve y mezclar.
5.- En el café caliente disolver un tercio del chocolate en polvo y echar un chorrito del licor.
6.- Agregar la mezcla en un pírex y dejar reposar al menos seis horas.

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: PANACOTTA DE MORA
CATEGORÍA: POSTRE
 # PAX: 1
UTENSILIOS: BOWL, MOLDES, BATIDOR DE MANO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
LECHE	50	g							0,50
CREMA DE LECHE	40	g							0,40
ESENCIA DE VAINILLA	32	g							0,32
AZUCAR	50	g							0,50
MORA	40	g				1,07	42,8	g	0,40

PROCEDIMIENTO

1.- Hervir la leche con la crema y el azúcar.
2.- Añadir la esencia de vainilla.
3.- Disolver la jalea en agua tibia y agregar a la mezcla.
4.- Poner en moldes y refrigerar por tres horas.

Costo Bruto	**2,12**
Margen de error 5%	**0,11**
Costo Neto	**2,23**
Costo por porción	**2,23**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: BROWNIE
CATEGORÍA: POSTRE
 # PAX: 1
UTENSILIOS: OLLA, MOLDE, BATIDOR DE MANO, PIREX
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
CHOCOLATE	50	g							1,00
MANTECA	30	g							0,30
AZUCAR	30	g							0,05
HUEVOS	60	g							0,12
HARINA	50	g							0,05
NUECES PICADAS	42	g							0,42

PROCEDIMIENTO

1.- Fundir el chocolate con la manteca a fuego lento o a baño maría.
2.- Incorporar el azúcar, los huevos y por último la harina.
3.- Agregar las nueces, verter la masa en un pírex y hornear a 180 °C durante 18 minutos.
4.- Retirar y dejar enfriar. Decorar con chocolate rallado.

Costo Bruto	**1,94**
Margen de error 5%	**0,10**
Costo Neto	**2,04**
Costo por porción	**2,04**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: BRUSCHETTA
CATEGORÍA: ENTRADAS
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, CUCHILLO, HORNO, DISPENSADOR DE ACEITE, PLATO RECTANGULAR
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
PAN BAGUETTE	150	g							1,50
TOMATE	124	g				1,05	130,2	g	1,24
ACEITE DE OLIVA	45	g							0,90
ALBAHACA PICADA	30	g							0,30

PROCEDIMIENTO

1.- Cortar rodajas de pan baguette.
2.- Picar en brunoise tomate.
3.- Hornear con aceite de oliva y albahaca picada.

Costo Bruto	**3,94**
Margen de error 5%	**0,20**
Costo Neto	**4,14**
Costo por porción	**4,14**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: CALAMARES A LA PLANCHA
CATEGORÍA: ENTRADA
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, CUCHILLO, PLANCHA, PLATO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
CALAMARES	150	g				2.56	384	g	3,00
LIMÓN	150	g				1.56	234	g	1,50
ACEITE DE OLIVA	46	g							0,46
SAL	30	g							0,30
PIMIENTA	20	g							0,20
LECHUGA CRESPA	30	g				1.33	40	g	0,30

PROCEDIMIENTO

1.- Cortar en láminas medianas el calamar.
2.- Incorporar sal y pimienta.
3.- Colocar en la plancha con aceite de oliva por 10 minutos.
4.- Empatar haciendo una cama de lechuga.
4.- Agregar los calamares y servir con limón en gajos.

Costo Bruto	**5,76**
Margen de error 5%	**0,29**
Costo Neto	**6,05**
Costo por porción	**6,05**

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: CORVINA A LA PLANCHA
CATEGORÍA: ESPECIALIDAD
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, CUCHILLO, PLANCHA, EXPRIMIDOR, BOWL, PLATO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
CORVINA LIMPIA	155	g	x	x					6,20
AJO	49	g	x	x		1,29	63,21	g	0,49
ACEITE DE OLIVA	40	g			MARCA GIRASOL				0,40
SAL	30	g							0,30
PIMIENTA	20	g							0,20
LIMÓN ZUMO	40	g							0,80
CEBOLLA PERLA	50	g				1,17	58,5	g	1,00
LIMÓN	15	g				1,56	23,4	g	0,30
SALSA									
ZUMO DE LIMON	40	g							0,40
RALLADURA DE LIMON	20	g							0,20
CEBOLLA PERLA	30	g				1,17	35,1	g	0,30
LECHE	60	g							0,60
SAL	10	g							0,10
MANTEQUILLA	30	g			MARCA BONELLA				0,30
PIMIENTA	10	g							0,10

PROCEDIMIENTO

1.- Sal pimentar la corvina y dejar reposar.
2.- Laminar el ajo y picar la cebolla en brunoise.
3.- En la plancha agregar un chorro de aceite de oliva y pochar la cebolla y el ajo.
4.- Incorporar la corvina, agregar un chorrito de limón y dejar cocer por cinco minutos.
5.- Exprimir el zumo de limón y rallar un medio limón y reservar.
6.- Picar la cebolla perla en brunoise.
7.- En un bowl incorporar un chorrito de aceite de oliva y mantequilla, agregar la cebolla y salpimentar.
8.- Una vez que este dorada la cebolla añadir la ralladura de limón, mezclar y añadir el zumo de limón y dejar reducir.
9.- Rectificar la sal y por ultimo empatar con la corvina.

Costo Bruto	**11,69**
Margen de error 5%	**0,58**
Costo Neto	**12,27**
Costo por porción	**12,27**

TÉCNICAS	GLOSARIO	INFORMACIÓN NUTRICIONAL

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: CHULETA DE CERDO AL GRILL
CATEGORÍA: ESPECIALIDAD
 # PAX: 1
UTENSILIOS: TABLA, BOWL, PLANCHA, PLATO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
CHULETA DE CERDO	200	g	x	x		1,22	244	g	8,00
PIMIENTA	30	g							0,30
ACEITE DE OLIVA	60	g			MARCA GIRASOL				0,60
SAL	30	g							0,30
ZUMO DE LIMÓN	25	g							0,25

Costo Bruto	**9,45**
Margen de error 5%	**0,47**
Costo Neto	**9,92**
Costo por porción	**9,92**

PROCEDIMIENTO

1.- En un bowl poner las chuletas y salpimentar.

2.- Incorporar el zumo de limón y dejar macerar por unos 10 minutos.

3.- Calentar la plancha a fuego medio y agregar aceite de oliva.

4.- Añadir las chuletas y dorar bien por los dos lados.

4.- Servir con papas chips.

TÉCNICAS

GLOSARIO

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

RESEÑA HISTÓRICA

PUNTOS IMPORTANTES

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
RECETA ESTÁNDAR UTE

NOMBRE: TIRAMISÚ DE POLLO
CATEGORÍA: ESPECIALIDAD
 # PAX: 1
UTENSILIOS: BOWL, BATIDORA, TABLA, CUCHILLO, PLANCHA, PLATO
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO: 1 DÍA
TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO: 5 ºC
FECHA: 13 DE JUNIO DEL 2016
PPM DESINFECCIÓN DE EQUIPOS (CLORO): 80 PPM
PPM DESINFECCIÓN DE ALIMENTOS (YODO): 20 PPM

INGREDIENTE	CANT. REQUERIDA RECETA	UNIDAD	APP	ALERG /INTOLER	MISE EN PLACE	FACTOR DE DESECHO	CANT. COMPRA	UNIDAD	COSTO PRODUCTO
PECHUGA DE POLLO	200	g				1,88	376	g	6,20
CANELA EN POLVO	20	g							0,49
MOUSSE DE CHOCOLATE BLANCO									
QUESO	40	g							0,30
CHOCOLATE BLANCO	50	g							0,20
AZÚCAR	20	g							0,80
CLARA DE HUEVO	20	g							1,00
CREMA DE LECHE	25	g							0,30
PARA MACERAR EL POLLO									
JENGIBRE	12	g							0,40
PIMIENTA NEGRA	15	g							0,20
OREGANO	20	g							0,30
SAL	15	g							0,60

PROCEDIMIENTO

1.- Fundir el chocolate y mezclar con el queso y reservar.
2.- Mezclar la nata con media cucharada de azúcar y reservar.
3.- Batir la clara a punto de nieve con la otra media cucharadita de azúcar.
4.- Añadir la nata y la clara a punto de nieve a la mezcla de chocolate y queso con movimientos envolventes.
5.- Reservar en la nevera durante dos horas.
6.- Trocear el pollo en dados pequeños.
7.- Añadir las especias (curry, jengibre, pimienta negra, orégano y sal) agregar aceite de oliva y mezclar.
8.- Macerar en la nevera por dos horas.
9.- Dorar el pollo a la plancha con aceite de oliva hasta que estén crujientes.
10.- Al momento de emplatar coger un vaso y poner el pollo y el mousse y al terminar decorar con canela en polvo.

Costo Bruto	**10,79**
Margen de error 5%	**0,54**
Costo Neto	**11,33**
Costo por porción	**11,33**

TÉCNICAS	GLOSARIO	INFORMACIÓN NUTRICIONAL
RESEÑA HISTÓRICA	PUNTOS IMPORTANTES	

ANEXO 2: ENCUESTA PIZZERÍA

Buenos días, soy estudiante de la Facultad de Hospitalidad y Servicios, Carrera de Gastronomía, de la Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito y me encuentro desarrollando mi trabajo de titulación previo a la obtención del título de Administrador Gastronómico, que es una actividad académica en la que debemos hacer algunas investigaciones como parte de nuestra formación. Actualmente estoy investigando sobre la pre factibilidad de una pizzería ubicada en el sector de Cumbayá y me gustaría hacerle algunas preguntas, esto me ayudará a desarrollar mejor mi trabajo y los resultados que obtenga serán utilizados netamente con fines académicos.

Edad…….

Género……..

1. ¿Usted consume pizza?

- Sí……
- No……..

***Si la respuesta es NO, termina la encuesta.**

2. ¿Qué tipo de restaurante es de su preferencia?

- Gourmet……
- Familiar…….……...
- Especialidades……..……
- Fast food……..
- Buffet……

3. ¿Qué características le gustaría que exista en el diseño de un restaurante para una mayor comodidad?

- Mobiliario……..
- Iluminación……
- Acústica…….
- Climatización, renovación del aire e interiorismo sensorial……..

4. ¿Con qué frecuencia usted asiste a una pizzería?

- Semanal……..
- Quincenal……
- Mensual……..

5. ¿Qué días suele asistir a una pizzería?

- Entre semana (Lunes - Viernes)…….
- Fin de semana…….

6. ¿Qué pizzerías frecuenta?

- Pizza Hut…….
- Al Forno……..
- Papa John's……..
- El Hornero…….....
- Rodante…….....

7. ¿Con cuantas personas suele acudir a una pizzería?

- Solo……
- 1 - 2……
- 3 - 4……
- 5 o más……...

8. ¿Cuál de las siguientes preparaciones le parece más novedosa?

- Al horno……..
- Piedra volcánica…….
- Parrilla……

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pizza?

Personal	
$ 4	
$ 5	
$ 6	
$ 7	

Mediana	
$ 15	
$ 16	
$ 17	
$ 18	

Familiar	
$ 21	
$ 22	
$ 23	
$ 24	

Muchas gracias por tomarse el tiempo para completar esta encuesta. Su opinión es de gran importancia.

ANEXO 3: ADECUACION DE LOCAL COMERCIAL PARA PIZZA PARRILLA

CIUDAD: CUMBAYÁ					
UBICACIÓN: AVENIDA GABRIEL GARCÍA MORENO E1-21 Y CALLE CHIMBORAZO					
PLAZO: 20 DÍAS					
ARQ. FRANCISCO ALEJANDRO ROBALINO T.					
NO.	**RUBRO**	**UNIDAD**	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**PRECIO TOTAL**
	PRELIMINARES				
1	DERROCAMIENTO DE MAMPOSTERÍA Y DESALOJO	M2	14,43	14,33	206,78
2	MAMPOST. BLOQUE COMÚN 15X20X40, MORT:CEM-AREN 1:6	M2	5,72	21,6	123,55
3	DINTES H.S. ,15X, 10X, 15 INCLUYE ACERO REF.	M	1,2	17,49	20,99
4	MESÓN DE ACERO INOXIDABLE	M	6,4	187,99	1.203,14
5	ENLUCIDO VERTICAL	M2	11,44	6,91	79,05
6	ENLUCIDO DE FAJAS	M	4	3,84	15,36
7	PORCELANATO PARA PISO 60X60	M2	6	48,01	288,06
8	ESTUCADO PAREDES INTER, EXTER, TIPO SIKA EXTERIOR	M2	11,44	3,32	37,98
9	PINTURA ACRÍLICA INTERIOR, EXTERIOR	M2	120	4,81	577,2
10	PUERTAS TAMBOR P2	U	1	273,24	273,24
11	PUNTO DE AGUA FRÍA PVC 1/2"	PTO	2	27,45	54,9
12	TUBERÍA DE PVC PRESIÓN 1/2"	M	15	4,25	63,75
13	PUNTO DESAGUE PVC 75 MM	U	2	26,54	53,08
14	TUBERÍA MATRIZ DE PVC 75 MM	M	12	7,51	90,12
15	MESÓN DE HORMIGÓN ARMADO ESP. 0,06 CM. INCLUYE ACERO	ML	6,4	138,31	885,18
16	TOMACORRIENTES 110 NORMALES	PTO	4	52,32	209,28
17	TOMACORRIENTES 220	PTO	2	52,32	104,64
18	PUNTOS DE ILUMINACIÓN	PTO	8	38,86	310,88
19	LÁMPARAS 2X40	PTO	8	102,98	823,84
20	LÁMPARAS DE EMERGENCIA	PTO	2	58,41	116,82
	SISTEMA CONTRA INCENDIOS				
21	DETECTOR DE HUMO	PTO	4	217,13	868,52
22	LUZ ESTROBOSCÓPICA DIRECCIONABLE	PTO	2	183,53	367,06
23	ESTACIÓN MANUAL DIRECCIONABLE	PTO	1	208,14	208,14
24	LIMPIEZA GENERAL DE OBRA	GL	1	91,07	91,07
TOTAL					**7.072,63**
SON: SIETE MIL SETENTA Y DOS CON 63/100 NO INCLUYE IVA					

Tabla 21. Infraestructura
Elaborado por: ARQ. FRANCISCO ROBALINO T.

ANEXO 4: TABLA DE SALARIOS

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA: **3.- ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS**

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2016
ADMINISTRADOR CERTIFICADO (Establecimientos categoría Lujo)	A1	INCLUYE: GERENTE (Establecimientos categoría Lujo); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002373	373,43
ADMINISTRADOR CERTIFICADO (Establecimientos categoría Primera)	A1	INCLUYE: GERENTE (Establecimientos categoría Primera); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002374	373,06
ADMINISTRADOR CERTIFICADO (Establecimientos categoría Segunda)	A1	INCLUYE: GERENTE (Establecimientos categoría Segunda); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002375	372,70
ADMINISTRADOR CERTIFICADO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	A1	INCLUYE: GERENTE (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002376	372,33
SUBADMINISTRADOR (Establecimientos categoría Lujo)	B1	INCLUYE: SUBGERENTE (Establecimientos categoría Lujo); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002377	373,06
SUBADMINISTRADOR (Establecimientos categoría Primera)	B1	INCLUYE: SUBGERENTE (Establecimientos categoría Primera); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002378	372,70
SUBADMINISTRADOR (Establecimientos categoría Segunda)	B1	INCLUYE: SUBGERENTE (Establecimientos categoría Segunda); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002379	372,33
SUBADMINISTRADOR (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	B1	INCLUYE: SUBGERENTE (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002380	371,97
CHEF DE COCINA (Establecimientos categoría Lujo)	C1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002277	371,97
CHEF DE COCINA (Establecimientos categoría Primera)	C1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002279	371,60
CHEF DE COCINA (Establecimientos categoría Segunda)	C1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002280	371,23
CHEF DE COCINA (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	C1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002283	370,87
PANADERO / PASTELERO (Establecimientos categoría Lujo)	C1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002278	371,97
PANADERO / PASTELERO (Establecimientos categoría Primera)	C1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002281	371,60
PANADERO / PASTELERO (Establecimientos categoría Segunda)	C1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002282	371,23
PANADERO / PASTELERO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	C1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002284	370,87
COCINERO / SALSERO (COCINA FRIA) (Establecimientos categoría Lujo)	C2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002289	371,60

COCINERO / SALSERO (COCINA FRIA) (Establecimientos categoría Primera)	C2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002290	371,23
COCINERO / SALSERO (COCINA FRIA) (Establecimientos categoría Segunda)	C2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002292	370,87
COCINERO / SALSERO (COCINA FRIA) (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	C2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002295	370,50
COCINERO POLIVALENTE (Establecimientos categoría Lujo)	C2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002285	371,60
COCINERO POLIVALENTE (Establecimientos categoría Primera)	C2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002286	371,23
COCINERO POLIVALENTE (Establecimientos categoría Segunda)	C2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002287	370,87
COCINERO POLIVALENTE (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	C2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002288	370,50
MAITRE (Establecimientos categoría Lujo)	C3	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002297	371,23
MAITRE (Establecimientos categoría Primera)	C3	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002298	370,87
MAITRE (Establecimientos categoría Segunda)	C3	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002299	370,50
MAITRE (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	C3	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002300	370,14
CAJERO CERTIFICADO (Establecimientos categoría Lujo)	D1	INCLUYE: DESPACHADOR (Establecimientos categoría Lujo); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002301	370,87
CAJERO CERTIFICADO (Establecimientos categoría Primera)	D1	INCLUYE: DESPACHADOR (Establecimientos categoría Primera); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002302	370,50
CAJERO CERTIFICADO (Establecimientos categoría Segunda)	D1	INCLUYE: DESPACHADOR (Establecimientos categoría Segunda); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002303	370,14
CAJERO CERTIFICADO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D1	INCLUYE: DESPACHADOR (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002304	369,77
COMPRADOR / ALMACENISTA (Establecimientos categoría Lujo)	D1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002291	370,87
COMPRADOR / ALMACENISTA (Establecimientos categoría Primera)	D1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002293	370,50
COMPRADOR / ALMACENISTA (Establecimientos categoría Segunda)	D1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002294	370,14
COMPRADOR / ALMACENISTA (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002296	369,77

BARMAN (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002313	370,50
BARMAN (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002316	370,14
BARMAN (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002319	369,77
BARMAN (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002331	369,40
CAPITÁN DE SALONEROS (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002314	370,50
CAPITÁN DE SALONEROS (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002317	370,14
CAPITÁN DE SALONEROS (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002321	369,77
CAPITÁN DE SALONEROS (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002335	369,40
CARNICERO / PARRILLERO (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002322	370,50
CARNICERO / PARRILLERO (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002327	370,14
CARNICERO / PARRILLERO (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002332	369,77
CARNICERO / PARRILLERO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002338	369,40
HORNERO DE PIZZAS (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002320	370,50
HORNERO DE PIZZAS (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002326	370,14
HORNERO DE PIZZAS (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002330	369,77
HORNERO DE PIZZAS (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002337	369,40
HORNERO DE POLLOS (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002323	370,50
HORNERO DE POLLOS (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002328	370,14
HORNERO DE POLLOS (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002333	369,77
HORNERO DE POLLOS (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002339	369,40
SALONERO (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002324	370,50
SALONERO (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002329	370,14
SALONERO (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002334	369,77
SALONERO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002340	369,40
SALONERO BILINGÜE (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002315	370,50
SALONERO BILINGÜE (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002318	370,14

SALONERO BILINGÜE (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002325	369,77
SALONERO BILINGÜE (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002336	369,40
SALONERO POLIVALENTE (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002305	370,50
SALONERO POLIVALENTE (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002306	370,14
SALONERO POLIVALENTE (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002307	369,77
SALONERO POLIVALENTE (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002308	369,40
SOMMELIER / SERVICIO DE VINOS Y LICORES (Establecimientos categoría Lujo)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002309	370,50
SOMMELIER / SERVICIO DE VINOS Y LICORES (Establecimientos categoría Primera)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002310	370,14
SOMMELIER / SERVICIO DE VINOS Y LICORES (Establecimientos categoría Segunda)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002311	369,77
SOMMELIER / SERVICIO DE VINOS Y LICORES (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002312	369,40
RECEPCIONISTA CERTIFICADA (Establecimientos categoría Lujo)	D2	INCLUYE RECEPCIONISTA BILINGÜE, TELEFONISTA Y TELEFONISTA BILINGÜE (Establecimientos categoría Lujo); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002381	370,50
RECEPCIONISTA CERTIFICADA (Establecimientos categoría Primera)	D2	INCLUYE RECEPCIONISTA BILINGÜE, TELEFONISTA Y TELEFONISTA BILINGÜE (Establecimientos categoría Primera); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002382	370,14
RECEPCIONISTA CERTIFICADA (Establecimientos categoría Segunda)	D2	INCLUYE RECEPCIONISTA BILINGÜE, TELEFONISTA Y TELEFONISTA BILINGÜE (Establecimientos categoría Segunda); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002383	369,77
RECEPCIONISTA CERTIFICADA (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	INCLUYE RECEPCIONISTA BILINGÜE, TELEFONISTA Y TELEFONISTA BILINGÜE (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002384	369,40
AYUDANTE DE COMPRAS / AYUDANTE DE ALMACENISTA (Establecimientos categoría Lujo)	E1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002341	370,14
AYUDANTE DE COMPRAS / AYUDANTE DE ALMACENISTA(Establecimientos categoría Primera)	E1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002344	369,77
AYUDANTE DE COMPRAS / AYUDANTE DE ALMACENISTA(Establecimientos categoría Segunda)	E1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002347	369,40
AYUDANTE DE COMPRAS / AYUDANTE DE ALMACENISTA(Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	E1	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002350	369,04
AYUDANTE DE MANTENIMIENTO (Establecimientos categoría Lujo)	E1	INCLUYE: LIMPIEZA (Establecimiento categoría Lujo); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608551004181	370,14
AYUDANTE DE MANTENIMIENTO (Establecimientos categoría Primera)	E1	INCLUYE: LIMPIEZA (Establecimiento categoría Primera); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608551004188	369,77

AYUDANTE DE MANTENIMIENTO (Establecimientos categoría Segunda)	E1	INCLUYE: LIMPIEZA (Establecimiento categoría Segunda); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608551004195	369,40
AYUDANTE DE MANTENIMIENTO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	E1	INCLUYE: LIMPIEZA (Establecimiento categoría Tercera y Cuarta); SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608551004201	369,04
AYUDANTE DE COCINA (Establecimientos categoría Lujo)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002354	369,77
AYUDANTE DE COCINA (Establecimientos categoría Primera)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002359	369,40
AYUDANTE DE COCINA (Establecimientos categoría Segunda)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002364	369,04
AYUDANTE DE COCINA (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002369	368,67
AYUDANTE DE PANADERIA / PASTELERIA (Establecimientos categoría Lujo)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002355	369,77
AYUDANTE DE PANADERIA / PASTELERIA (Establecimientos categoría Primera)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002360	369,40
AYUDANTE DE PANADERIA / PASTELERIA (Establecimientos categoría Segunda)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002365	369,04
AYUDANTE DE PANADERIA / PASTELERIA (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002370	368,67
AYUDANTE DE SALONERO (Establecimientos categoría Lujo)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002356	369,77
AYUDANTE DE SALONERO (Establecimientos categoría Primera)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002361	369,40
AYUDANTE DE SALONERO (Establecimientos categoría Segunda)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002366	369,04
AYUDANTE DE SALONERO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002371	368,67
PLANCHERO (Establecimientos categoría Lujo)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002353	369,77
PLANCHERO (Establecimientos categoría Primera)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002358	369,40
PLANCHERO (Establecimientos categoría Segunda)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002363	369,04
PLANCHERO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002368	368,67
POCILLERO (Establecimientos categoría Lujo)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002357	369,77
POCILLERO (Establecimientos categoría Primera)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002362	369,40
POCILLERO (Establecimientos categoría Segunda)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002367	369,04
POCILLERO (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002372	368,67
HOSSTES (Establecimientos categoría Lujo)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002385	369,77
HOSSTES (Establecimientos categoría Primera)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002386	369,40
HOSSTES (Establecimientos categoría Segunda)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002387	369,04
HOSSTES (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	E2	SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS	1608552002388	368,67

* Cuando la Nominación del cargo se detalle "CERTIFICADO", se refiere A LA NORMA TÉCNICA ECUATORIANA DE COMPETENCIAS LABORALES

ANEXO 5: COTIZACIONES

COTIZACION
ORVE HOGAR TUMBACO

Tumbaco. 25 de Enero de 2016

NOMBRE: SOFIA VALLEJO

PRODUCTO	MARCA	C/U	CANTIDAD	PVP
Microondas	Whirlpool	169,00	1	169,00
Congelador	Indurama	934,00	1	934,00
Licuadora	Oster	154,00	1	154,00
All one	HP	714,00	1	714,00
Vitrina	Indurama	1099,00	1	1099,00
Led	Samsung	449,00	1	449,00
Jarra Jugera	Warenhaus	39,99	2	79,98
Minicomponente	Panasony	439,00	1	439,00
Impresora	HP	79,00	1	79,00
Sacabocas	Tramontina	0,89	2	1,78

TOTAL DE COMPRA: 4,118,76

ORVE TUMBACO
AV INTEROCEANICA Y JUAN MONTALVO
(C.C. SANTA MARÍA)
TELF: 2376723 - 2378052

VENDEDOR
XAVIER DIAZ
TELF:0987533363

COTIZACION CON UN DESCUENTO ADIONAL POR SU COMPRA

NOTA DE VENTA

Fecha: 25 - 01 - 2016

Señor (es): Despensa del valle.

Cant.	DETALLE	V UNIT.	V. TOTAL
3	tanques de gas industrial	65.00	135.00
3	cargas	19.00	57.00

Dir: [illegible] del Tren
Tel: [illegible] * Cuenca Ecuador

SALIDA LA MERCADERIA NO ACEPTAMOS DEVOLUCIONES

TOTAL USD $ 192.00

PROFORMA

METÁLICAS SUNTAXI

RUC: 1713898441001

Ing. Eduardo Suntaxi

PUERTAS A CONTROL REMOTO
ESTRUCTURAS METALICAS
Y CERRAJERIA EN GENERAL

Nº 0000067

PUERTAS AUTOMATICAS

Vía Interoceánica, Frente al semáforo
Telefax: 2 896 458 • Cels.: 098 030 687
e-mail: puertas_s@yahoo.es
Sucursal: San Rafael, Puente 9
Telefax: 2 071 140

Cliente: Sofia Vallejo

Telf.: 0984359611

Dirección:

Fecha:

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Parrilla en acero inoxidable		
	de 1,40 x 1 metro		550=
	en angulo de 3/4		
1	Bandeja para carbón en		
	acero negro de 0,90 mm		95
Son:			645=
		ABONO	
		12%	77,4
	Firma	TOTAL US	722,40

CARPINTERIA CUÑAS

VIRGINIA CUÑAS
Carpintería General

SEÑOR:
SRA. SOFIA VALLEJO
Presente.-

PROFORMA DE TRABAJO

Especificaciones

- Se fabricarán 33 sillas de madera en Laurel, con un costo de $ 60 dólares cada silla.
- Se fabricarán 6 mesas de 80 cm x 80 cm de madera de laurel con tablero triplex de 15 mm, a un costo de $ 110 dólares cada una.
- Se fabricarán 4 mesas de laurel de 80 cm de altura y tablero de 15 mm, con un costo de $ 100 dólares cada una.
- Se fabricará un Counter de madera de laurel de las siguientes medidas: de 65 cm de alto, x 1.30 m de largo x 0.40 de fondo, con tres divisiones, con un costo de $ 400 dólares.

NOTA: los precios no incluyen IVA

ATENTAMENTE

VIRGINIA CUÑAS
TELF: 0995861385

ENTREPAPELES

CODIGO	PRODUCTO	CANTIDAd	VALOR UNITAR	IVA	PVP UNITARIO	PVP TOTAL
###########	ESFERO BIC	5	1,8	0,22	2,02	10,08
###########	ESFERO BIC AZUL	5	1,8	0,22	2,02	10,08
	RESMA DE PAPEL BOND	3	14,7			14,7
	SELLO AUTOMATICA	1	6,54	0,78		7,32
	PERFORADORA	1	4,03	0,48		4,51
	ENGRAPADORA	1	6,49	0,78		7,27
				VALOR UNITARIO	33,92	
				TOTAL		**36,23**

Entrepapeles
RUC. 1704394970001

Nro. 1614
Fecha 25/01/2016
Página 1

Estimado

Propuesto a:

SOFIA VALLEJO
Cumbaya
0984359611 TIC:
Código cite : 29223
Reg. Tribut : 1720734985

Enviado a:

Cumbaya
0984359611
TIC:

Enviar: Entrega Termino: Efectivo Vendedor: Referencia:

Código producto	Descripción del producto	Cantidad	Precio Unit.	Subtotal DOLAR
HV-INO06400	Inodoro blanco FV Firenze	2	52.68	105.36
HV-LAV05010	Lavabo blanco FV Roma econ.	2	14.29	28.58
FV-E220/71	Llave p/lavabo Capri F V	2	10.54	21.08
FV-E240RA1 1/4	Sifon de resina acetal 1.1/4" c/acople Fv.	2	4.47	8.94
FV-E2460RA	Desague de resina acetal 1.1/4 Fv.	2	3.40	6.80
FV-E262.05DH	Juego Angular simple P/lavabo 16" Fv.	2	10.72	21.44
FV-E266.02DH	Juego Angular simple P/inodoro 12" Fv.	2	10.00	20.00
HV-EXT03202	Extintor Rhino10 lbs.polvo-quim.	1	29.02	29.02
HV-TEM083418	Telefono c/pantalla negro	1	22.50	22.50
HV-FRE05810	Fregadero tramontina 100 x 50	2	64.74	129.48
GC-SIF00071	Sifon y desague edesa 1.1/2"	2	7.59	15.18
FV-E417.05/30	Mezcladora p/cocina 8" capri FV	2	34.38	68.76
HV-JAB06425	Jabon liquido galon	2	6.70	13.40
HV-CLO06594	Cloro uso domestico galon	2	5.34	10.68
HV-KAL06450	Kalipto galon	2	6.97	13.94
HV-ESC05110	Escoba plastica suave grande 14-001	3	2.50	7.50
HV-FIB08290	Fibra verde lavavajilla c/u	10	0.45	4.50
HV-FUN084909	Fundas p/basura ref. 30"x36"	5	1.43	7.15
HV-LAV05012	Lava arranca grasa 1000 g	5	2.50	12.50
HV-LIM06012	Limpiavidrios c/atomiz. litro	5	3.58	17.90
HV-PAL07533	Pala p/basura plast.ref. c/cabo	2	2.86	5.72
HV-PAP07545	Papel higienico Bouquet 240m c/u	10	2.86	28.60
HV-TRA089470/1	Trapeador redondo 500g	3	2.86	8.58

Subtotal 607.61

Impuesto: 72.91

TOTAL DOLAR **680.52**

El Uniforme

Cumbaya

Linea completa para *todo trabajo*

PROFORMA

065-001-0001191

CODIGO CLIENTE : 21313
EMPRESA : VALLEJO SOFIA
DIRECCION : CUMBAYA
ATENCION:
E-MAIL: CONSUMIDOR FINAL

FECHA : lunes, enero25 de 2016
R.U.C. / CEDULA : 1720734985
TELEFONO: P593A08T4359611
FAX: PAT

CODIGO	DETALLE	CANT	V. UNIT		V. TOTAL
19.6.11.2	ZAPATO CLOGS SUELA ANTIDESLIZANTE	10	41.96	$	419.64

SUBTOTAL ANTES DEL IVA	$	419.64
DESCUENTO	$	0.00
SUBTOTAL CON IVA	$	419.64
SUBTOTAL SIN IVA	$	0.00
I . V . A	$	50.36
TOTAL A PAGAR	$	470.00

PLAZO DE ENTREGA : STOCK ENTREGA INMEDIATA / o 15 DIAS LABORABLES
FORMA DE PAGO: DE CONTADO / 60% AL CONTRATO Y 40% CONTRA ENTREGA
VALIDEZ DE LA PROFORMA:
CHEQUE A NOMBRE DE : [illegible]
PARA DEPOSITOS O TRANSFERENCIAS: PRODUBANCO CUENTA CORRIENTE No. 555124-2
A PARTIR DE LA TALLA XL(42) SE INCREMENTARA 1 DOLAR POR TALLA
Observaciones:

M.O
MONICA ORTEGA

* Pago en Cheque y Efectivo 16% de descuento
* Pago tarjeta Diners 3 meses sin intereses / diferido
6 meses con intereses

*MATRIZ Juan Serrano E8-58(135) y Av. 6 de Diciembre Plaza Argentina Telefs: 223-9616 / 254-6500
*QUICENTRO SHOPPING Telefs: 246-1917 * C.C.VILLA CUMBAYA telefs: 289-2922
*C.C. EL BOSQUE Telefs: 226-0451 * SAN LUIS SHOPPING Telefs: 209-0116
www.eluniforme.com.ec e-mail: eluniforme@puntonet.ec

PROFORMA

065-001-0001190

El Uniforme

Cumbaya

Linea completa para todo trabajo

FECHA: lunes, enero25 de 2016

CODIGO CLIENTE : 21313
EMPRESA : VALLEJO SOFIA
DIRECCION : CUMBAYA
ATENCION:
E-MAIL: CONSUMIDOR FINAL

R.U.C. / CEDULA : 1720734985
TELEFONO: P593A08T4359611
FAX: PAT

CODIGO	DETALLE	CANT	V. UNIT		V. TOTAL
05.2.05.3	CHALECO MUJER C/F CAS.TROP. T/12	2	20.36	$	40.71
14.5.05.3	PANTALÓN MUJER ELEGANTE	2	21.43	$	42.86
02.6.01.3	BLUSA M/L CAMISERO DACRÓN T/L	2	14.60	$	29.20
02.6.12.3	BLUSA M/L CAMISERO POLIALGODON /	2	19.29	$	38.57
14.1.05.3	PANTALÓN CHEF UNISEX ELÁSTICO	24	17.99	$	431.78
06.13.03.3	CHAQUETA CHEF GABARD T/L	8	18.30	$	146.43
08.1.03.2	DELANTAL CHEF GABARDINA GRANDE	10	9.38	$	93.75
14.2.05.3	PANTALÓN HOMBRE CASIMIR TROPICAL-	6	21.43	$	128.57
05.1.05.3	CHALECO HOMBRE C/F CAS. TROP Y	6	20.36	$	122.14
03.2.01.3	CAMISA M/L DACRÓN T/40	6	14.55	$	87.32
17.6.05.1	CORBATIN	2	4.02	$	8.04
08.2.05.2	DELANTAL PANADERO CAS.TROPICAL	6	11.25	$	67.50
06.1.03.3	CHAQUETA POSILLERA GABARDINA T/L	2	15.71	$	31.43
08.2.07.2	DELANTAL PANADERO PLÁSTICO GRANDE	2	9.38	$	18.75
10.5.02.2	GORRO CON COLA	15	3.53	$	52.91
10.9.15.2	GORRO CHEF NYLON NORMAL	15	5.36	$	80.36

SUBTOTAL ANTES DEL IVA	$	1,420.32
DESCUENTO	$	0.00
SUBTOTAL CON IVA	$	1,420.32
SUBTOTAL SIN IVA	$	0.00
I. V. A	$	170.44
TOTAL A PAGAR	$	1,590.76

PLAZO DE ENTREGA : STOCK ENTREGA INMEDIATA / o 15 DIAS LABORABLES a 20 dias laborables
FORMA DE PAGO: DE CONTADO / 60% AL CONTRATO Y 40% CONTRA ENTREGA
VALIDEZ DE LA PROFORMA:
CHEQUE A NOMBRE DE: ~~EL UNIFORME~~ Confecciones Meril Cia Ltda
PARA DEPOSITOS O TRANSFERENCIAS: PRODUBANCO CUENTA CORRIENTE No. 555124-2
A PARTIR DE LA TALLA XL(42) SE INCREMENTARA 1 DOLAR POR TALLA
Observaciones:

Mónica Ortega
MONICA ORTEGA

*MATRIZ: Juan Severino E8-58(135) y Av. 6 de Diciembre Plaza Argentina Telefs: 223-9616 / 254-6500
*QUICENTRO SHOPPING Telefs: 246-1917 * C.C.VILLA CUMBAYA telefs: 289-2922
*C/C. EL BOSQUE Telefs: 226-0451 * SAN LUIS SHOPPING Telefs: 209-0116
www.eluniforme.com.ec e-mail: eluniforme@puntonet.ec

Montero

INSUMOS PROFESIONALES
INSUPROF CIA. LTDA.

CONTRIBUYENTE ESPECIAL No. 828
RUC: 1792144566001
Av. Interoceánica S/N C.C. Scala
Shopping local 13
Teléfono: (02) 2 928 302

Cliente: VALLEJO PAREDES TANIA SOFIA
Ruc/ Ci: 1720734985
Fecha: 25/01/2016 5:43 p.m.
Dirección: CUMBAYA

Factura: 003999000000588
Vendedor: TORRES SILVIA

Clave de Acceso:
2501201600179214456600120039990000005881234567811

COTIZACIÓN

PRODUCTO CANT.	PRECIO	DESCRIPCION TOTAL
GAS1005010007402		WIKIN SARTEN
6	49,5536	297.32
GAS1203070009582		GENER ESPATU
3	4,5400	13.62
GAS0307130002476		TRAMO UTILI ES
3	1,6697	5.01
GAS0701040004145		ALEGA NSF TAE
2	21,5600	43.12
GAS0306010000106		L.CHE LIMPION F
10	1,9860	19.86
GAS0307020006113		ILKO ABRELATA
2	12,7044	25.41
GAS0306020003097		IMUSA MOLDE P
15	5,2840	79.26
GAS0305020005284		TRAMO BRASI N
15	7,9434	119.15
GAS1001010000175		WIKIN OLLA DE
5	89,2411	446.21
GAS1001010000176		WIKIN OLLA DE
5	39,7321	198.66
GAS0305010005315		TRAMO MASTE I
5	15,1200	75.60
GAS1203010007711		WIKIN BHALA BA
3	5,1778	15.53
GAS1101020000694		BO.RO ENSALAD
5	10,2000	51.00
GAS1101030003757		CORON ACTUA S
20	1,9000	38.00
GAS0403010002086		CATER CUCHARA
2	8,4900	16.98
GAS0307250005352		TRAMO PINZA M
3	2,9133	8.74
GAS0307120007700		WIKIN BHALA CI
5	4,3148	21.57

TOTAL ITEMS	:	0
SUBTOTAL	:	1,476.24
DESCUENTO	:	0.00
TARIFA 0%	:	0.00
TARIFA 12%	:	1,476.24
I.V.A 12%	:	177.15
VALOR TOTAL	:	**1,653.39**

Estimado Cliente: Se aceptan cambios hasta 4 días a partir de la fecha de compra en el mismo almacén y con esta FACTURA, a excepción de los productos de uso personal. Aplican restricciones.

Usted recibirá su factura electrónica al email:
sofia_vallejo_10@hotmail.com
Cualquier novedad contactarse a:
facturacion@montero.ec

Aracely
Firma Autorizada

Recibí Conforme

Montero

INSUMOS PROFESIONALES
INSUPROF CIA. LTDA.

CONTRIBUYENTE ESPECIAL No. 828
RUC: 1792144566001
Av. Interoceánica S/N C.C. Scala
Shopping local 13
Teléfono: (02) 2 928 302

Cliente: VALLEJO PAREDES TANIA SOFIA
Ruc/ Ci: 1720734985
Fecha: 25/01/2016 5:58 p.m.
Dirección: CUMBAYA

Factura: 003999000000587
Vendedor: TORRES SILVIA

Clave de Acceso:
2501201600179214456600120039990000005871234567814

COTIZACIÓN

PRODUCTO CANT.	DESCRIPCION PRECIO	TOTAL
GAS0904010004909	KI.AI BATIDORA	
1	615,1788	615.18
GAS0302010009291	CAMRY BALANZ	
2	22,2750	44.55
GAS1101030003318	CORON ACTUA	
20	2,7100	54.20
GAS1101030003314	CORON ACTUA I	
20	2,7100	54.20
GAS0602030009665	CRIST VASO LIS	
150	0,7600	114.00
GAS0602010001632	CRIST COPA VIN	
150	1,0930	163.95
GAS1101050003428	CORON ACTUA F	
150	4,4900	673.50
GAS1101050003419	CORON ACTUA I	
150	3,6500	547.50
GAS0403010005299	TRAMO COSMO	
150	0,7500	112.50
GAS0403050004188	TRAMO COSMO	
150	1,3500	202.50
GAS0403020002133	TRAMO COSMO	
150	2,8900	433.50
GAS0703010005317	TRAMO MASTE	
3	12,2118	36.64
GAS0703010005323	TRAMO MASTE	
3	9,1856	27.56
GAS0703010002165	TRAMO MASTE	
2	3,1052	6.21
GAS0307130002465	TRAMO MASTE	
3	10,1500	30.45
GAS0307130002466	TRAMO MASTE	
3	8,1908	24.57
GAS0307080007782	WIKIN BHALA CC	
3	18,8778	56.63

TOTAL ITEMS	:	0
SUBTOTAL	:	3,197.64
DESCUENTO	:	0.00
TARIFA 0%	:	0.00
TARIFA 12%	:	3,197.64
I.V.A 12%	:	383.72
VALOR TOTAL	:	**3,581.36**

Estimado Cliente: Se aceptan cambios hasta 4 días a partir de la fecha de compra en el mismo almacén y con esta FACTURA, a excepción de los productos de uso personal. Aplican restricciones.

Usted recibirá su factura electrónica al email:
sofia_vallejo_10@hotmail.com
Cualquier novedad contactarse a:
facturacion@montero.ec

Firma Autorizada

Recibí Conforme

ANEXO 6. FACTOR DE DESECHOS

Alimentos	Factor de desechos	% de desechos
VEGETALES		
Acelga	1.66	40%
Achicoria	1.12	11%
Ajo	1.29	23%
Ajo Puerro	1.92	48%
Alcaucil	2.08	52%
Apio	1.58	37%
Arvejas frescas	2.22	55%
Batatas	1.33	25%
Berenjenas	1.15	13%
Berro	1.96	49%
Brócoli	2.00	50%
Cebolla de cabeza	1.17	15%
Cebolla de verdeo	2.44	59%
Chaucha	1.11	10%
Coliflor	2.22	55%
Col crespa	2.22	55%
Colinabo	1.85	46%
Espárrago	3.03	67%
Escarola	1.18	15%
Espinaca	1.30	23%
Hinojo	2.85	65%
Lechuga	1.33	25%
Choclo	2.63	62%
Mandioca	1.33	25%
Nabiza	1.19	16%
Nabo	1.13	12%
Papa	1.18	15%
Pepino	1.43	30%
Pimiento Verde	1.35	26%
Poroto fresco	2.50	60%
Haba	3.33	70%
Remolacha	1.13	12%
Radicheta	1.33	25%
Repollito de Bruselas	1.30	23%
Repollo	1.53	35%
Salsifí	1.31	24%
Tomate	1.05	5%
Zanahoria	1.59	37%
Zapallito	1.38	28%
Zapallo	1.45	31%

Alimentos	Factor de desechos	% de desechos
FRUTAS		
Ananá	1.61	38%
Banana	1.54	35%
Cereza	1.09	8%
Ciruela	1.05	5%
Ciruela pasa	1.23	19%
Chirimoya	1.41	29%
Dátil	1.15	13%
Damasco	1.16	14%
Durazno	1.23	19%
Durazno pelón	1.10	9%
Frutilla	1.04	4%
Granada	1.56	36%
Guayaba	1.15	13%
Higo	1.03	3%
Tuna	2.27	56%
Kaki	1.26	21%
Kiwi	1.25	20%
Kinoto	1.05	5%
Lima	1.31	24%
Limón	1.56	36%
Mandarina	1.59	37%
Manzana	1.16	14%
Melón	1.51	33%
Membrillo	1.44	31%
Mora	1.07	7%
Naranja	1.54	35%
Níspero	1.31	24%
Palta o aguacate	1.59	37%
Papaya	1.47	32%
Pera	1.35	26%
Pomelo	1.72	42%
Sandía	1.43	30%
Uva	1.06	6%

Alimentos	Factor de desechos	% de desecho
CARNES		
Cerdo (costillas)	1.51	33%
Cerdo (carne magra)	1.22	18%
Ganso	1.69	41%
Cordero (paleta)	1.25	20%
Cordero (costillas)	1.31	24%
Liebre	1.62	38%
Pato	1.19	16%
Pavo	1.64	39%
Pollo	1.88	47%
Gallina	1.72	42%
Vacuno (puchero)	1.37	27%
Vacuno (tira de asado)	1.26	21%
Vacuno (lomo)	1.70	41%
Vacuno (nalga)	1.19	16%
Lengua	1.30	23%

Alimentos	Factor de desechos	% de desecho
MARISCOS		
Abadejo	2.20	55%
Almeja	3.12	68%
Anguila	1.31	24%
Arenque de lago	1.78	44%
Arenque de mar	1.96	49%
Bacalao	2.08	52%
Bonito	1.72	42%
Carpa	2.56	61%
Caballo	2.08	52%
Camarón	2.56	61%
Lenguado	3.45	71%
Mejillón	1.81	45%
Pejerrey de rio	1.81	45%
Pejerrey de mar	2.00	50%
Pescadilla	2.78	64%
Perca	2.08	52%
Sábana	1.54	35%
Salmón	1.54	35%
Sardina	1.22	18%
Sardina envasada	1.53	35%
Surubí	1.81	45%