



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA

“CREACIÓN DE UN RESTAURANTE CON CARTA ESPECIALIZADA EN LA  
OFERTA DE COMIDA PARA CELIACOS”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para obtener el título de Licenciada en Gastronomía

Profesor Guía  
Hernán Dávila

Autora  
Sofía Villacis Loaiza

Año  
2014

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

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

---

Lic. Hernán Dávila  
Director de Tesis  
C.I 1706865316

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es de origen de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en este proceso se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente”

---

Sofia Villacis

1716562812

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco el apoyo tanto económico como emocional de mi familia por darme la motivación necesaria para lograr el cumplimiento de mis objetivos, como es la finalización de mi carrera mediante la realización de esta tesina.



## **DEDICATORIA**

A mi familia, Karina, Katia, Lorena, Patricia y Pedro que han sido las personas que siempre han estado conmigo en los momentos más difíciles, pero aún así hemos podido sobrellevarlos.

## RESUMEN

Actualmente la población mundial que padecen de la enfermedad llamada celiaquía o también conocida como el síndrome de colon irritable se ha incrementado notoriamente a nivel mundial y tiene una incidencia elevada del 30 a 45% (pág. 121). Por tal razón, con este proyecto se busca establecer nuevas alternativas para alimentarse saludablemente excluyendo de las dietas la proteína del gluten logrando así satisfacer a los clientes.

Este proyecto abarcara un plan de marketing basándonos en los resultados de las encuestas y en nuestro estudio de mercado. Analizando así nuestra competencia directa o indirecta en el mercado, con el fin de satisfacer a nuestros potenciales clientes.

En nuestro plan operativo concluimos en ofertar en una carta, la variedad de once platillos para que nuestros clientes puedan elegir al gusto. El CeliaK estará ubicado en las calles Francisco de Orellana y Reina Victoria, con el fin atraer tanto turistas como las personas que residan en Quito.

Se tendrá inversión inicial para dar la apertura al restaurante con un monto que esta previamente estipulado. Se logrará financiar con un crédito de la Corporación Financiera Nacional del 70% de la inversión total con una tasa de interés del 11% durante 10 años, más el aporte de cada accionista. Por tales motivos, al implantar este proyecto se crearán 7 plazas de trabajo directas.

## ABSTRACT

At this present time 30% to 45% of the world population has been diagnosed with celiac disease and/or irritable bowel syndrome. This percentage has increased notoriously. Due to the high number of people who suffer from celiac disease and/or irritable bowel syndrome, the focus of this project is to find and to establish different alternatives to offer to the clients the option to eat healthy food while the protein of gluten is excluded.

This Project includes a marketing plan based on results given by surveys which were created to obtain information for this project. These results have been used to analyze the direct and non direct competitors in the market so the final customer is offered benefits and client satisfaction.

Our operations plan will determine the need to create a letter/menu where a variety of eleven meals will be offered to our clients so they can choose the options which will be more suitable to our clients. The CeliaK will be allocated in the corner of Francisco de Orellanastreet and Reina Victoria street. This location will be suitable for tourists and local customers who live in Quito.

This restaurant will be created by investment which has been determined to pay the initial expenditures. The Financial National Corporation will take care of the 70% of the investment which will pay back 11% of the interest owing in ten years, in addition each investor will receive an additional amount individually. When the creation of this company starts there will be seven job vacancies in offer and that will be the initial stage.

# ÍNDICE

ANTECEDENTE.....	1
Historia.....	5
1. Capitulo I. Planificación Estratégica.....	6
1.2 Descripción de proyecto .....	6
1.3 Nombre del restaurante .....	6
1.4 Logotipo .....	6
1.5 Objetivo general.....	7
1.5.1Objetivos específicos .....	7
1.6 Imagen y posicionamiento .....	8
1.7 Productos Gama .....	8
1.8 Zonificación.....	10
1.8.1 Justificación de la zona .....	10
1.9 Ubicación .....	10
1.10 Datos generales.....	11
1.11 FODA.....	12
1.12 Estructura organizativa .....	12
1.12 Horarios .....	13
1.13 Perfiles de puesto .....	14
1.14 Descripción de puestos.....	15
1.15 Sueldo por Funciones.....	16
1.16 Uniformes.....	17
1.17 Forma Jurídica .....	17
1.18 Permisos .....	17
1.19 Activos Fijos.....	18
1.20 Activos Circulantes .....	21
1.21 Objetivos de recursos Humanos.....	22

1.22 Motivación y capacitación .....	22
1.23 Proceso y Sistema de contratación .....	22
1.24 Tipos de contrato .....	22
<b>2. Capítulo II. Plan de Marketing .....</b>	<b>23</b>
2.1 Objetivos de Marketing .....	23
2.1.1 Objetivos Cuantitativos.....	23
2.1.2 Objetivos Cualitativos.....	23
2.2 Estudio de mercado .....	23
2.3 Objeto de mercado .....	23
2.4 Fuentes para estudiar el mercado .....	24
2.5 Análisis de Mercado.....	24
2.6 Mercado Objetivo.....	25
2.7 Políticas del producto.....	26
2.8 Precios de los productos del CeliaK .....	26
2.9 Análisis de competencia .....	26
2.9.1 Competencia Directa.....	26
2.9.2 Competencia Indirecta .....	26
2.9.3 La Quinoa:.....	27
2.9.4 El Maple: .....	27
2.9.5 Crepes and Waffles:.....	28
2.9.6 Willbeing:.....	28
2.10 Cuadro de Análisis de Competencia.....	29
2.11 Análisis del consumidor .....	29
2.11.1 Encuesta .....	29
2.11.2 Resultados de Encuesta .....	31
2.12 Diferenciación y definición .....	33
2.13 Política de precios.....	34
2.14 Formas de Pago .....	34
2.15 Políticas de promoción.....	34

2.16 Relaciones Públicas.....	34
2.17 Publicidad .....	34
2.12 Merchandising.....	35
2.13 Marketing Mix.....	35
2.13.1 Producto.....	35
2.13.2 Precio .....	35
2.13.3 Plaza .....	35
2.13.4 Promoción .....	36
2.14 Canal de distribución .....	36
3. Capitulo III. Plan Financiero.....	37
3.1 Presupuesto de Inversión .....	37
3.2 Presupuesto de financiación.....	37
3.2.1 Objetivos .....	37
3.2.2 Tipo de Financiación .....	37
3.3 Análisis Financiero.....	38
4. Capitulo IV. Plan de Operaciones .....	57
4.1 Definición del Circuito Operativo.....	57
4.2 Definición del departamento de A y B.....	57
4.3 Definición del tipo de servicio y descripción .....	57
4.4 Proveedores.....	57
4.5 Definición de recetas estándar .....	58
Conclusiones.....	59
Recomendaciones.....	60
Referencias.....	61
Anexos .....	63

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cereales .....	1
Tabla 2: Horario administrador .....	13
Tabla 3: Horario de personal de cocina.....	14
Tabla 4: Horario personal de servicio.....	14
Tabla 5: Horario del contador .....	14
Tabla 6: Sueldos .....	16
Tabla 7: Uniformes .....	17
Tabla 8: Camisetas .....	17
Tabla 9: Activos Fijos .....	18
Tabla 10: Equipos de cocina .....	18
Tabla 11: Utensillos de cocina.....	19
Tabla 12: Tablas y Enseres.....	20
Tabla 13: Menaje.....	20
Tabla 14: Vajilla, Cubertería y Cristalería.....	20
Tabla 15: Insumos de Limpieza.....	21
Tabla 16: Papelería y útiles de oficina.....	21
Tabla 17: Precios de los productos .....	26
Tabla 18: Análisis de competencia.....	29
Tabla 19: Encuesta Tabulación 1 .....	31
Tabla 20: Encuesta tabulación 2 .....	31
Tabla 21: Encuesta tabulación 3 .....	31
Tabla 22: Encuesta tabulación 4 .....	32
Tabla 23: Encuesta Tabulación 5.....	32
Tabla 24: Encuesta tabulación 5 .....	32
Tabla 25: Encuesta tabulación 6 .....	32
Tabla 26: Encuesta tabulación 7 .....	32
Tabla 27: Encuesta tabulación 8 .....	33
Tabla 28: Encuesta tabulación 9 .....	33
Tabla 29: Presupuesto de inversión .....	37
Tabla 30: Promedio de costos.....	39
Tabla 31: Costo de ingredientes.....	40

Tabla 32: Salarios (primer año).....	41
Tabla 33: Clientes por día .....	42
Tabla 34: Clientes por mes.....	43
Tabla 35: Estado de pérdidas y ganancias (año 1) .....	44
Tabla 36: Salarios (segundo año) .....	46
Tabla 37: Incremento de ingreso.....	47
Tabla 38: Incremento de costo por producción .....	47
Tabla 39: Estado de pérdida y ganancias (año 2).....	48
Tabla 40: Estado de pérdidas y ganancias (año 3) .....	49
Tabla 41: Estado de pérdidas y ganancias (año 4) .....	50
Tabla 42: Estado de pérdidas y ganancias (año 5) .....	51
Tabla 43: Resumen de los 5 años.....	52
Tabla 47: Valor nutricional de la harina sin gluten.....	65
Tabla 48: Permiso LUAF .....	99



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. El Comercio.....	2
Figura 2. Logotipo .....	7
Figura 3. Mapa .....	11
Figura 4. Organigrama Estructural Centralizado .....	12
Figura 5. Organigrama Centralizado por Plazas de Trabajo .....	13
Figura 6. Canal de distribución.....	36
Figura 7. Utilidad neta (año 1).....	45
Figura 8. Utilidad neta (año 2).....	48
Figura 9. Utilidad neta (año 3.).....	49
Figura 10. Utilidad neta (año 4).....	50
Figura 11. Utilidad neta (año 5).....	51
Figura 12. Ingreso de ventas (5 años).....	52
Figura 13. Punto de Equilibrio .....	56
Figura 14. Circuito Operativo.....	57
Figura 15. Harina sin gluten .....	65
Figura 16. Estadísticas de Quito Turismo 1.....	84
Figura 17. Estadísticas Quito Turismo 2 .....	85
Figura 18. Estadísticas Quito Turismo 3 .....	86
Figura 19. Estadísticas Quito Turismo 4 .....	87
Figura 20. Costo de congelador .....	88
Figura 21. Costo de cocina industrial y campana.....	89
Figura 22. Precio de refrigerador.....	90
Figura 23. Precio de Mesón .....	91
Figura 24. Proforma 1 .....	92
Figura 25. Proforma 2 .....	93
Figura 26. Estadística de la provincia de Pichincha .....	94
Figura 27. Estadísticas de los cantones de Pichincha .....	95
Figura 28. Estadísticas del cantón Quito.....	95
Figura 29. Artículo del periódico La Hora .....	96
Figura 30. Portada de carta.....	100
Figura 31. Contenido de carta .....	101

Figura 32. Tarjeta de presentación..... 102

## ÍNDICE DE RECETAS

Receta 1 .....	64
Receta 2 .....	66
Receta 3 .....	66
Receta 4 .....	67
Receta 5 .....	67
Receta 6 .....	68
Receta 7 .....	69
Receta 8 .....	70
Receta 9 .....	71
Receta 10 .....	72
Receta 11 .....	73

## ANTECEDENTE

La enfermedad de la celiaquía ha estado presente en el año 250 después de Cristo descubierta por un médico romano contemporáneo a Galeno que describía a los celíacos como personas desnutridas y con afecciones intestinales cada vez que ingerían gluten; por lo tanto a esta enfermedad le llamo como “Koliakós” de ahí su raíz al cual se deriva a la palabra celíacos.

En los años de 1921 las investigaciones sobre la intolerancia de los celíacos toman un giro hacia la investigación de los carbohidratos. A medida que los años transcurrían en 1950 hacen estudios a los niños celíacos y llegan a la conclusión que si se excluye de la dieta el trigo los niños mejoraban, por lo cual buscaban otras alternativas como era el maíz, arroz, etc. Logrando excelentes resultados en su salud.

El gluten es una proteína que tiene como resultado el contacto entre las gliadinas y la glutaminas, esto se genera después del amasado o la mezcla de la masa. Es una glicoproteína que está presente en las semillas de varios cereales y que conjuntamente es combinada con el almidón. El porcentaje que representa en el trigo esta proteína es de un 80%, es por eso que genera tanta elasticidad en la masa lo que permite que su consistencia sea esponjosa y elástica gracias también a la fermentación que tiene como proceso en la elaboración de panes. En la siguiente tabla observaremos cereales con y sin gluten.

**Tabla 1: Cereales**

<b>Granos con gluten</b>	<b>Granos sin gluten</b>
Trigo	Trigo sarraceno
Espelta	Maíz dulce
Centeno	Mijo
Cebada	Maíz
Avena (sin gliadina)	Arroz
Kamut	Quinua
Triticale	Amaranto

El gluten una proteína vegetal que causa severos problemas en nuestra salud, no solo para las personas que padecen de la enfermedad de la celiaquía, si no también aquellas personas que padecen de diabetes mellitus que no pueden ingerir la harina de trigo y necesitan buscar otras alternativas para alimentarse. En el siguiente grafico la estadística de mortalidad de los ecuatorianos.



La celiaquía es una enfermedad relacionada con el síndrome de intestino irritable, ya que el intestino no puede absorber los nutrientes ni asimilar la proteína del gluten, es por eso que las personas sufren de diarreas, hinchazón y en el peor de los casos pueden sufrir de anemia, por lo que tienden a expulsar todos los nutrientes, es por eso que deben tener una dieta libre de gluten para no causar daño en su metabolismo y así puedan retener vitaminas, minerales, etc.

En los anexos en la pág. 121 está ubicado un fragmento de un artículo del periódico La Hora, que hace referencia a la enfermedad del síndrome de intestino irritable, que es relacionada con la celiaquía, ya que esta se deriva de este síndrome es por eso que tienen mucho en común por lo que se trata que son enfermedades de intolerancia a ciertos componentes en los alimentos como es el caso del gluten.

## **Justificación**

La singularidad de ésta enfermedad, celiacía, trae a colación la necesidad de plantear como objetivo de corto tiempo y de manera personal la creación de un restaurante donde se proponga una carta elaborada a base de alimentos libres de gluten. Es así, que la razón culinaria de éste proyecto deberá plasmarse en aspectos vinculantes de salud y gastronomía a la vez.

Podría entonces señalarse que existen muchas personas que ni siquiera se han dado cuenta del padecimiento de ésta enfermedad y que necesitan de una adecuada y profesional asistencia alimentaria.

La celiacía consiste en la intolerancia al gluten, esto afecta al intestino delgado, inflamando las vellosidades intestinales por la presencia de la gliadina, proteína esta, presente en el gluten. Por tanto aquellas personas que tienen esta particularidad, buscan alternativas de alimentación, pues deben verificar el contenido de los ingredientes a fin de evitar harinas de trigo, cebada y centeno portadoras todas ellas de gluten por antonomasia.

Los efectos de ingerir estos alimentos no permisibles en celíacos, conlleva indigestión y una severa inflamación del vientre afectando también al intestino como ya se había antes mencionado.

Sin embargo de esto, no existe un solo restaurante o cafetería que se dedique de manera especial y puntual a ofrecer comida que asista a personas con esta enfermedad.

Considerando este aspecto, entonces se establece la hipótesis de que el crear un establecimiento exclusivo y único en este sentido de aportar opciones a los afectados por esta particular enfermedad, podría ser un magnífico negocio si se toma en cuenta los modelos administrativos adecuados y la propuesta gastronómica puntual.

Asumimos que el mejor sitio sería en principio en el norte Quito se definiría de acuerdo al estudio y que el entusiasmo por emprender en algo tan especial, motive el profesionalismo a incurrir en éste proyecto que tiene parte de una labor social incluso.

## Historia

Se cree que el origen de la palabra restaurante es originaria de Francia en los años de 1765, su raíz proviene de restaurant que traducido al español es “restaurare”, pero a pesar de esto ya existían ciertos establecimientos de comida, los cuales no eran referidos como restaurante porque estos sitios eran lugares donde los viajeros llegaban a comer como eran los monasterios o algunos albergues. El primer restaurante que existió fue en Francia en el cual decía una frase “Venite ad me vos quistomacholaboratis et ego restaurabo vos” esto traducido al castellano “Venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo os restauraré”.

A finales de la segunda guerra mundial el negocio de los restaurantes tuvo mejor éxito porque las personas tenían más recursos y preferían salir a comer en establecimientos con sus familias.

Actualmente el negocio de los alimentos ha crecido notablemente. En esta época el mercado ha aumentado satisfactoriamente, ya que las personas ahora prefieren salir a comer los fines de semana con sus familias y entre semana las personas que trabajan almuerzan cerca de su trabajo.



## **Capítulo I**

### **1. Planificación Estratégica**

#### **1.2 Descripción de proyecto**

Creación de un restaurante con carta especializada para personas que padezcan de la enfermedad de la celiaquía, con el fin de brindar un servicio y productos para ellos, siendo un lugar acogedor, rústico y sobrio. Logrando así que el cliente se sienta como en casa y teniendo una atención al usuario de primera.

#### **1.3 Nombre del restaurante**

CeliaK, se escogió este nombre porque hace relación a la enfermedad, también Celia es un nombre antiguo de origen etrusco con variación en el idioma español y la letra final "K" es en honor a mi hermana llamada Karina que padece de intolerancia al gluten. Por lo tanto la elección de este nombre es por estas razones. Aparte es un nombre de fácil recordatorio y podrá grabarse en la memoria de los clientes. También se relacionará con los productos que se ofrezcan en el establecimiento

#### **1.4 Logotipo**

El diseño del logo fue dibujado por mi persona en borrador, con el fin de que sea totalmente autentico y mucho más personal. Teniendo como finalidad lograr crear una gran experiencia al cliente. Los colores se fundamentaron porque el color negro representa sobriedad, fuerza, y elegancia, mientras que el degrade del café que se encuentra en los pétalos, que representa calidez, armonía que será nuestra esencia con el trato de la gente.



### **1.5 Objetivo general**

Presentar una propuesta de negocio de alimentos especializada para personas que padezcan la enfermedad de la celiacía, protegiendo minuciosamente la cadena de valor de los alimentos hasta el producto final además generando más plazas de trabajo para los jóvenes.

#### **1.5.1 Objetivos específicos**

- Capacitar a los empleados para lograr tener un servicio de primera.
- Ser líderes en el mercado.
- Establecer una cadena de valor óptima desde la materia prima hasta que llegue al consumidor como producto final.

#### **Objetivos de recursos humanos:**

- Seleccionar al personal adecuado y que se adapte a las políticas de la empresa.
- Capacitar cada mes al personal para conseguir los objetivos deseados.
- Retener al personal.

**Objetivos de marketing:**

- Incrementar más del 20% de volumen en ventas dentro de 2 años.
- Adquirir fidelidad por parte de nuestros clientes.
- Realizar una campaña de marketing sensorial para el mercado objetivo.
- Tener reconocimiento a nivel nacional.
- Mejora continua de procesos.

**Objetivos del plan financiero:**

- Conocer los fondos que se necesitan para comenzar el proyecto de restaurantes.
- Establecer qué tipo de financiación se utilizará.

**1.6 Imagen y posicionamiento**

El CeliaK se posicionará por sus atributos específicos en los productos como es el ejemplo de libre de gluten. Lograremos una imagen muy marcada por el nombre y por los productos gama.

**1.7 Productos Gama****Entradas**

Camarones a la plancha

*Frescos camarones que van acompañadas de tomates con albahaca.*

Crepés a la Triada

*Delicioso crepé relleno con delicado queso mozzarella, tomates secos y finos champiñones. Cubierto todo esto en una exquisita salsa de pesto.*

Hongos asados

*Frescos hongos portobello asados, acompañados con una salsa de ajo, pimiento y ají.*

**Sopas**

Menestrón

*Exquisita sopa italiana a base de caldo de costillas de res con verduras.*

Sopa de garbanzo

*Deliciosa sopa de tomates frescos y garbanzos aromatizada con perejil y orégano.*

**Platos fuertes**

Corvina a las Finas Hierbas

*Filete de Corvina cubierta en salsa de finas hierbas acompañado de papas fritas y con una ensalada fresca de brócoli, zanahoria y espárragos al vapor.*

Tilapia en Salsa Rosa

*Pescado apanado con harina de maíz cubierta en salsa rosa que consiste en tomates frescos y crema de leche acompañado de puré artesanal y ensalada de lechuga crespa, zanahoria y cebolla perla.*

Pollo al Pocho

*Filetes de pollo marinados con perejil y ajo, acompañado con papas cecilias cocinadas y ensalada de col morada.*

Carne con verduras

*Carne estofada con verduras acompañadas de tortillas de papa y de una ensalada de lechuga y tomate.*

**Postres**

Helado de vainilla con frutos rojos

*Delicioso helado de vainilla acompañado de dulce de frutos rojos*

Mousse de chocolate

*Exquisito mousse de chocolate con crema aromatizada de menta*

## **1.8 Zonificación**

La capital del Ecuador llamada Quito posee más de 2 millones de habitantes, siendo una ciudad potencialmente activa para la comercialización. Por lo tanto más de quinientas mil personas están alrededor de 30 a 44 años (pág. 118).

En vista de la edad promedio de la ciudad de Quito es aproximadamente 29 años basándonos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Esto nos da a nuestro mercado objetivo correspondiente.

### **1.8.1 Justificación de la zona**

El establecimiento debe corresponder a las siguientes especificaciones:

- Deberá ser un lugar reconocido
- Debe estar en un sitio con gran afluencia tanto de turistas como de las personas que residen en Quito
- El establecimiento tendrá que ser en plena vista

## **1.9 Ubicación**

El CeliaK estará ubicado en Francisco de Orellana y la Reina Victoria por lo que es una zona comercial y muy concurrida por turistas. El rectángulo verde olivo será la ubicación del CeliaK. Alrededor de esta zona se encuentran:

- Casas Residenciales
- Restaurantes
- Comidas Rápidas (Burguer King y McDonald's)
- HolidayInn Express
- Círculo Militar
- Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones de Minas y Petróleos
- Consulado de España
- Museo Mindalae

- Multicentro

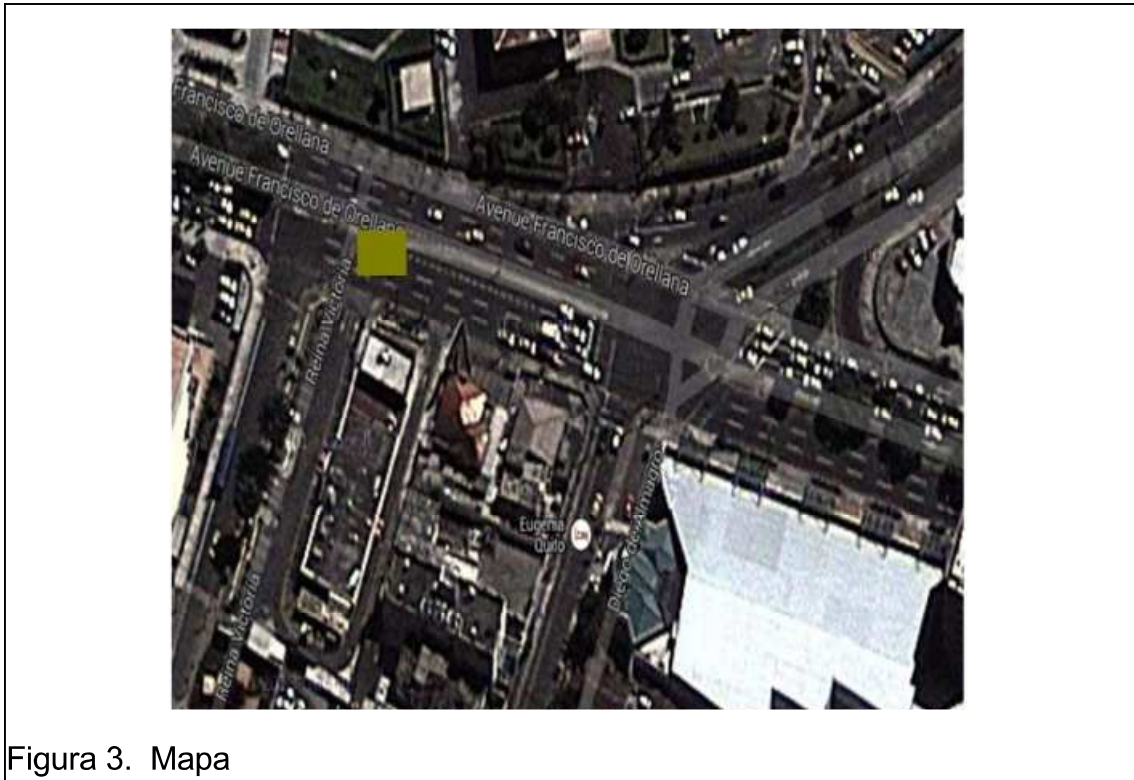


Figura 3. Mapa

### 1.10 Datos generales

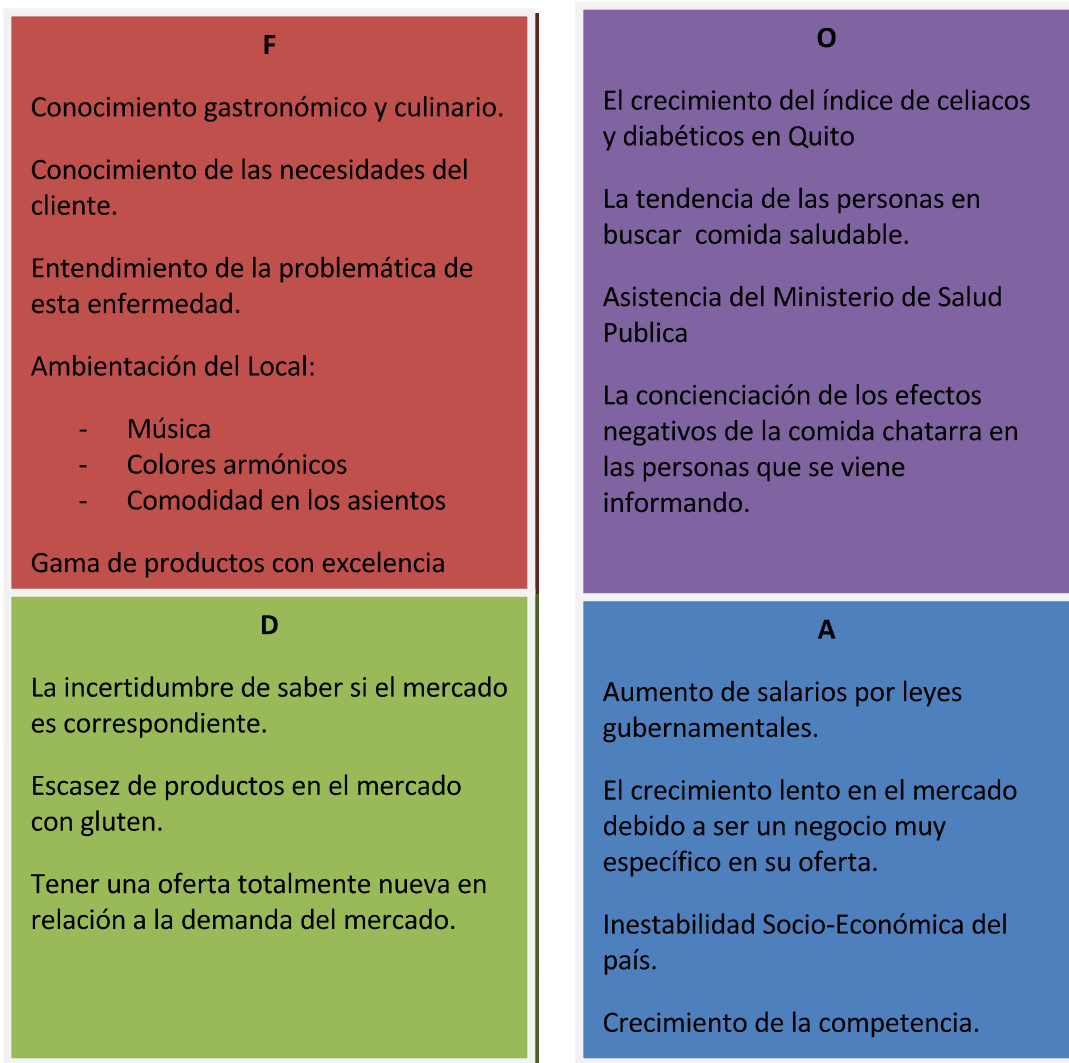
#### **Visión:**

CeliaK se posicionará en los próximos 5 años a partir del arranque del negocio en el mercado de la ciudad de Quito como la mejor alternativa alimenticia especializada en personas celiacas.

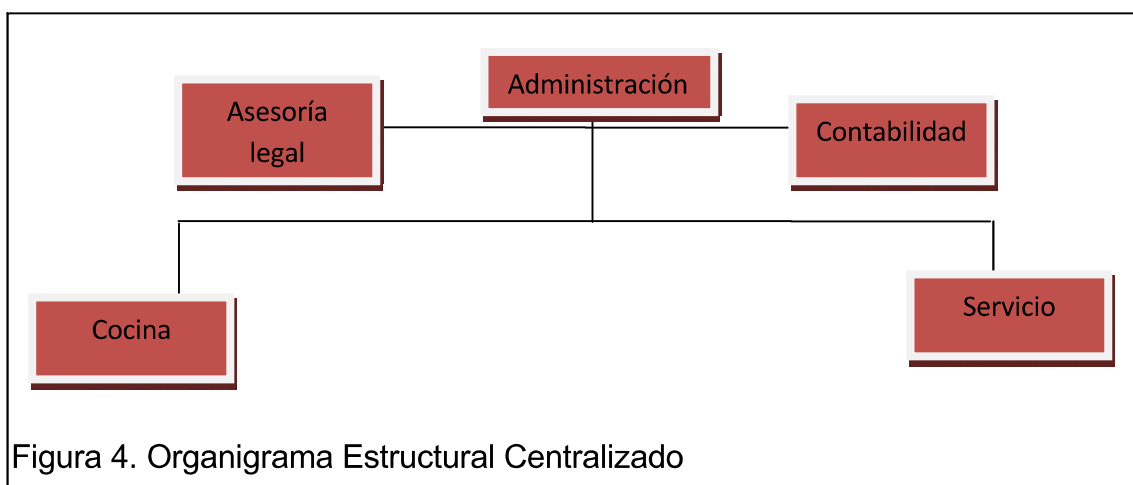
#### **Misión:**

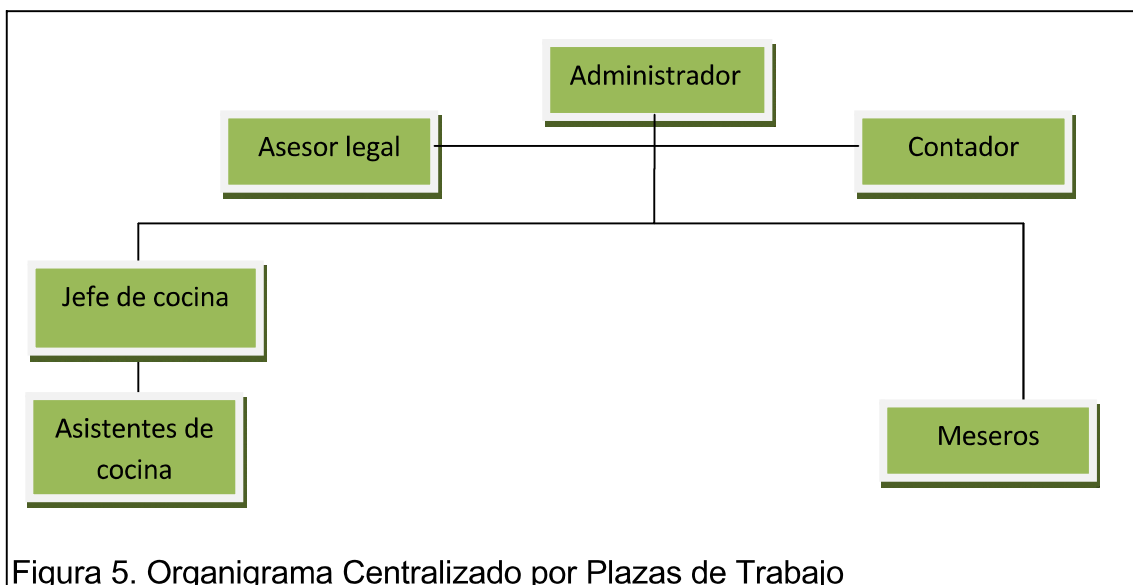
CeliaK cuida la cadena de valor desde los alimentos del huerto hasta el producto final, produciendo todos sus alimentos con altos estándares de calidad y contribuyendo con empleo a jóvenes profesionales en la gastronomía, que permitan generar así la satisfacción de las necesidades del consumidor.

### 1.11 FODA



### 1.12 Estructura organizativa





## 1.12 Horarios

### Horario de administrador

Tabla 2: Horario administrador

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7:00-8:00							
8:00-9:00							
9:00-10:00			545654				
10:00-11:00							
11:00-12:00							
13:00-14:00							
14:00-15:00							
15:00-16:00							
16:00-17:00							
17:00-18:00							
18:00-19:00							
19:00-20:00							
20:00-21:00							
21:00-22:00							
22:00-23:00							



## Horario de Cocina

Tabla 3: Horario de personal de cocina

<b>Personal</b>	<b>Días de Trabajo</b>	<b>Horas</b>	<b>Días de descanso</b>
Jefe de cocina	Lunes a viernes	10:00 - 18:00	Sábado - domingo
Asistente de cocina 1	Miércoles a Domingo	10:00 - 18:00	Lunes - martes
Asistente de cocina 2	Jueves a lunes	10:00 - 18:00	Martes - miércoles

## Horarios de Servicio

Tabla 4: Horario personal de servicio

<b>Personal</b>	<b>Días de trabajo</b>	<b>Horas</b>	<b>Días de descanso</b>
Mesero 1	Miércoles a domingo	10:00 a 18:00	Lunes - martes
Mesero 2	Jueves a lunes	10:00 a 18:00	Miércoles - jueves

Tabla 5: Horario del contador

Vendrá cada 15 días	Contador
---------------------	----------

### 1.13 Perfiles de puesto

#### **Administrador:**

Personas con conocimiento en recursos humanos, capacitado para el manejo de personal, que tenga paciencia y tolerancia. Disponibilidad de tiempo.

#### **Jefe de Cocina:**

Persona con gran experiencia laboral en establecimientos de comida, saber trabajar bajo presión, disponibilidad de tiempo y que sepa liderar a la brigada de cocina.

**Asistentes de cocina:**

Conocimientos sobre cocina, experiencia de un año laboral, de haber trabajado en un restaurant, saber trabajar bajo presión y estar dispuesto a la rotación de horarios.

**Meseros:**

Personas con experiencia laboral de un año mínimo que tengan conocimientos básicos en el servicio, que sepan trabajar bajo presión y tenga disponibilidad de tiempo.

**Contador:**

Persona con gran experiencia en manejo de libros contables, que sea honesta y que tenga disponibilidad de tiempo.

**1.14 Descripción de puestos****Administrador:**

- Manejar presupuestos.
- Observar resultados.
- Encontrar mejorías.
- Pagar nomina.
- Coordinar con el jefe de cocina, jefe de servicio, y bodega para lograr el objetivo deseado del restaurante

**Jefe de cocina:**

- Hacer el menú.
- trabajara estrechamente con el jefe de bodega por el tema de las compras.
- Decidirá el tema de montajes y vajilla que se deberá usar.
- También ayudara en dejar limpio su lugar de trabajo.

**Asistente de cocina 1 y 2:**

- Se encargaran en asistir expresamente al jefe de cocina
- En tener todo listo para el servicio
- Deberán dejar todo limpio su área de trabajo.
- Si se requiere llegar antes de la hora de entrada lo deberán hacer con el fin avanzar ciertos procesos en la cocina

**Meseros 1 y 2:**

- Deberán asistir al jefe de servicio en todo lo que necesite en cuestión del restaurante
- Pulir.
- Lavar.
- Marcar.
- Recoger

**1.15 Sueldo por Funciones**

Tabla 6: Sueldos

<b>Puestos de Trabajo</b>	<b>Salario Mensual</b>
<b>Administrador</b>	\$750
<b>Jefe de cocina</b>	\$500
<b>Cocinero 1</b>	\$400
<b>Cocinero 2</b>	\$400
<b>Mesero 1</b>	\$340
<b>Mesero 2</b>	\$340
<b>Total:</b>	3520,96

Nota: Mayor especificación en la pág. 57

### 1.16 Uniformes

**Cocina:** usaran chaqueta negra mandil negro, pantalón negro zapatos antideslizantes

Tabla 7: Uniformes

<b>Prendas</b>	<b>Numero</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Chaqueta negra	6	\$22.00	\$132.00
Pantalón	6	\$15.00	\$90.00
Mandil	6	\$12.00	\$72.00
Total	18	\$49.00	\$294.00

**Servicio:** usaran camiseta negra con el logo del restaurante blue jean y en zapatos serán converse de cualquier color

Tabla 8: Camisetas

<b>Prendas</b>	<b>Numero</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Camisetas estampadas	7	\$11.00	\$77.00

### 1.17. Forma Jurídica

Será una compañía limitada en la cual habrá dos socios que aportarán con capital limitado, por lo tanto sus participaciones no serán libremente negociables y no se admitirá aportaciones ni admisiones por parte de las empresas públicas. En el caso de que otro socio quisiera pertenecer deberán estar de acuerdo los socios.

### 1.18. Permisos

- Certificación del IEPI
- SRI–Registro Único de Contribuyentes (R.U.C)
- Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) o Patente Municipal
- Ministerio de Turismo

- Intendencia de Policía – Permisos Anuales de Funcionamiento (PAF)
- Ministerio de Salud Pública – Permiso de funcionamiento del MSP
- Bomberos Permiso de ocupación y habitabilidad

## 1.19 Activos Fijos

### Equipos

Tabla 9: Activos Fijos

<b>Maquinaria y Equipos</b>	
Equipos de Cocina	12670,66
Utensilios de cocina	\$ 949,37
<b>Total</b>	<b>13620,03</b>

### Maquinaria y equipo de cocina

Tabla 10: Equipos de cocina

<b>EQUIPOS DE COCINA</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V/U</b>	<b>V. Total</b>	<b>Proveedor</b>
Cocina Industrial con campana	2	1200,00	\$2400	Mercado Libre
Refrigerador	1	\$ 519,00	\$ 519,00	Mercado Libre
Congelador	1	\$2800	\$ 2.800,00	Mercado Libre
Cafetera	1	\$48,22	\$48,22	Jiménez
Horno microondas	1	\$ 86,26	\$ 86,26	Jiménez
Licuadaora	2	\$ 97,80	\$ 195,60	Jiménez
Exprimidor de naranjas	1	\$ 178,73	\$ 178,73	Jiménez
Balanza	1	\$ 57,25	\$ 57,25	Jiménez
Horno Eléctrico	1	\$ 510,00	\$ 510,00	Jiménez
Instalación Centralina de gas	1	\$1500	\$ 1.500,00	Mercado Libre
KitchenAid	1	\$ 525,60	\$ 525,60	Jiménez
Equipo de Sonido	1	\$ 550,00	\$ 550,00	Sukasa
Impresora	1	\$ 600,00	\$ 600,00	Computrón
Computador HP	1	\$1200,00	\$1200,00	Computrón
Televisión	1	\$1500,00	\$1500,00	Sukasa
		<b>Subtotal:</b>	<b>\$12670,66</b>	

Tabla 11: Utensilios de cocina

UTENSILLOS DE COCINA					
Item	Detalle	Cantidad	V/U	V. total	Proveedor
Olla	6lt	4	\$ 13,44	\$ 53,76	Jiménez
Olla	3lt	3	\$ 8,10	\$ 24,30	Jiménez
Olla	1lt	3	\$ 4,52	\$ 13,56	Jiménez
Sarten de teflón	30cm	3	\$ 40,47	\$ 121,41	Jiménez
Sarten de teflón	24cm	2	\$ 29,39	\$ 58,78	Jiménez
Sarten de teflón	20cm	1	\$ 28,00	\$ 28,00	Jiménez
Coladores	Alambre	2	\$ 17,94	\$ 35,88	Jiménez
Tablas de picar	Grandes	5	\$ 58	\$ 288,95	Jiménez
Pinzas	Pequeñas	3	\$ 6,67	\$ 20,01	Jiménez
Cucharones	4 oz	3	\$ 3,14	\$ 9,42	Jiménez
Cucharetas	medianas	4	\$ 2,35	\$ 9,40	Jiménez
Batidores	Alambre	2	\$ 10,30	\$ 20,60	Jiménez
Espumaderas	Metal	2	\$ 5,55	\$ 11,10	Jiménez
Ralladores	Metal	2	\$ 9,75	\$ 19,50	Jiménez
Espátulas		3	\$ 10,85	\$ 32,55	Jiménez
Cuchillos	Cebolleros	4	\$ 14	\$ 55,48	Jiménez
Cuchillos	Puntilla	2	\$ 2	\$ 4,46	Jiménez
Cuchillo	Sierra	1	\$ 8	\$ 8,17	Jiménez
Pelador de papas	De Papas	1	\$ 2	\$ 2,25	Jiménez
Abridor	De latas	1	\$ 18,06	\$ 18,06	Jiménez
Cucharas	De palo	3	\$ 1,22	\$ 3,66	Jiménez
Charoles para servicio		5	\$ 13,31	\$ 66,55	Jiménez
Aplastador	De papa	1	\$ 3,51	\$ 3,51	Jiménez
Destapador	De vino	1	\$ 15,01	\$ 15,01	Jiménez
Bowls (10 piezas)		1	\$ 25	\$ 25,00	Jiménez
<b>Total:</b>				\$ 949,37	

## Muebles y enseres

Tabla 12: Tablas y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Detalle	Cantidad	V/U	V. Total
Mesón de acero 2m X 70cm	1	\$ 600	\$ 600
Letrero de madera Celiak	1	\$ 850	\$ 850
Mesas para 4 personas	10	\$ 45,00	\$ 450
Sillas de madera	40	\$ 60,00	\$ 2.400
<b>Subtotal:</b>			\$ 4.300

## Menaje

Tabla 13: Menaje

<b>Menaje</b>	
Vajilla	\$770,50
Cubertería	\$263,00
Cristalería	\$87,70
<b>Total:</b>	<b>\$1121,20</b>

Tabla 14: Vajilla, Cubertería y Cristalería

<b>VAJILLA</b>				
Detalle	Cantidad	V/U	V. Total	Proveedor
Plato fuerte	50	\$ 4,90	\$ 245,00	Jiménez
Plato de entrada	50	\$ 3,81	\$ 190,50	Jiménez
Plato postre	50	\$ 2,03	\$ 101,50	Jiménez
Taza y platillo expreso	50	\$ 2,50	\$ 125,00	Jiménez
Taza y platillo americano	50	\$ 2,17	\$ 108,50	Jiménez
<b>Subtotal:</b>			\$ 770,50	
<b>CUBERTERÍA</b>				
Cuchillo	50	\$ 2,41	\$ 120,50	Jiménez
Tenedor	50	\$ 1,11	\$ 55,50	Jiménez
Cuchara de postre	50	\$ 0,62	\$ 31,00	Jiménez
Cuchara sopera	50	\$ 1,12	\$ 56,00	Jiménez
<b>Subtotal:</b>			\$ 263,00	
<b>CRISTALERÍA</b>				
Vasos largos	50	\$ 0,50	\$ 25,00	Jiménez
Vasos cervecedores	30	\$ 1,10	\$ 33,00	Jiménez
Copa de vino tinto	30	\$ 0,99	\$ 29,70	Jiménez
<b>Subtotal:</b>			\$ 87,70	

## 1.20 Activos Circulantes

### Insumos de limpieza

Tabla 15: Insumos de Limpieza

Insumos de limpieza	Ctd	V/U	V. Mensual	V. Trimestral
Escoba	3	\$ 1,50	\$ 0,00	\$ 4,50
Trapeador	3	\$ 1,70	\$ 0,00	\$ 5,10
Pala recogedor de basura	2	\$ 1	\$ 0,00	\$ 0,00
Fundas de basuras grandes x25	3	\$ 1,40	\$ 4,20	\$ 12,60
Jabon de Vajillas	4	\$ 1,85	\$ 7,40	\$ 22,20
Jabón líquido para baño	4	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 30,00
Cloro	2	\$ 2,10	\$ 4,20	\$ 12,60
Desinfectante	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 21,00
Detergente	2	\$ 3,20	\$ 6,40	\$ 19,20
Estropajos lava vajilla	4	\$ 0,25	\$ 1,00	\$ 3,00
<b>Total:</b>			<b>\$ 40,20</b>	<b>\$ 120,60</b>

### Papelería y útiles de oficina

Tabla 16: Papelería y útiles de oficina

Detalle	Cantidad	V/U	V. Mensual	V. Trimestral
Resmas de papel Bond	4	\$ 3,50	\$ 14,00	\$ 42,00
Perforadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 4,50
Grapadora	1	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 6,75
Caja de esfero	1	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 5,70
Caja de clips	1	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,75
Cinta adhesiva	2	\$ 0,15	\$ 0,30	\$ 0,90
Facturas x 100	2	\$ 5,50	\$ 11,00	\$ 33,00
Rollos de caja registradora	3	\$ 2,30	\$ 6,90	\$ 20,70
Comandas x100	6	\$ 1,50	\$ 9,00	\$ 27,00
Cartucho de tinta negra	2	\$ 10	\$ 20,00	\$ 60,00
Cartucho de tinta color	1	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 39,00
<b>Total:</b>			<b>\$ 80,10</b>	<b>\$ 240,30</b>



### **1.21 Objetivos de recursos Humanos**

- Seleccionar al personal adecuado y que se adapte a las políticas de la empresas.
- Capacitar cada mes al personal para conseguir los objetivos deseados.
- Retener al personal.

### **1.22 Motivación y capacitación**

- Se lograra tener una excelente comunicación entre el empleador y el empleado.
- Se pagará a tiempo a los empleados para que se sientan satisfechos.
- Cuando alguien del personal haya cometido un error se le reprenderá en privado.

### **1.23 Proceso y Sistema de contratación**

Se revisarán las hojas de vida de las personas más potenciales que han aplicado para trabajar en el CeliaK

1. Se revisarán las hojas de vida.
2. Se llamará a la persona para una entrevista de trabajo.
3. Una vez que cumpla con todo lo exigido.
4. La persona entra a tres meses de prueba.
5. Una vez cumplido este periodo se le hará firmar un contrato fijo por un año.

### **1.24 Tipos de contrato**

La mayoría de los empleados del establecimiento del CeliaK se les darán contratos de tiempo fijo y se negociará el tiempo del contrato. Mientras que al contador y el abogado se les pagara por honorarios.

## Capítulo II

### 2.- Plan de Marketing

#### 2.1 Objetivos de Marketing

##### 2.1.1 Objetivos Cuantitativos.

- Incrementar más del 20% de volumen en ventas dentro de 2 años.
- Adquirir fidelidad por parte de nuestros clientes.

##### 2.1.2 Objetivos Cualitativos

- Realizar una campaña de marketing sensorial para el mercado objetivo.
- Tener reconocimiento a nivel nacional
- Mejora continua de procesos

#### 2.2 Estudio de mercado

El estudio de mercado será una gran herramienta para la obtención de datos logrando conocer cuál será la facilidad del proyecto enfocado en el área gastronómica, con la finalidad de determinar el mercado objetivo.

#### 2.3 Objeto de mercado

El establecimiento el CeliaK será un espacio donde las personas que busquen diferentes alternativas de alimentarse bien podrán acudir y también las personas que padezcan de la enfermedad de la celiaquía, con el fin de ofertar deliciosos platillos y crear un ambiente único. Siendo un espacio en el cual el target será atraer a personas de 30 años en adelante, en el que se convertirá nuestro mercado objetivo. Un lugar donde crearemos una gran experiencia a los consumidores.

El estudio nos ayudará a identificar la zona tanto comercial como la residencial con el objeto de conocer que encontraremos los clientes idóneos para el restaurante, ya que es una zona donde hay empresas públicas, privadas y

existe una gran afluencia de turistas por esta zona que llegarán hacer nuestros clientes potenciales. Los resultados de las encuestas nos favorecerá para determinar si es el sitio apropiado.

Los objetivos secundarios será el estudio, en el cual podremos adquirir información respecto a nuestros proveedores y competidores. Además el conocimiento de los hábitos y preferencia del consumismo.

## **2.4 Fuentes para estudiar el mercado**

### **Primarias**

Para realizar las fuentes primarias es preciso hacer encuestas para conocer detalladamente las preferencias y obtener más información sobre los hábitos, gustos, etc. Es por eso que debemos hacer preguntas claras, concisas y no hacer tan extensa la encuesta, por lo que la persona encuestada se puede fastidiar, es decir no obtendremos lo necesario.

### **Secundarias**

Las fuentes secundarias es la obtención de datos dados, tanto por el Gobierno o por otras entidades. En otras palabras nos basaremos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el motivo de esta recopilación es porque obtendremos cifras reales con respecto a las edades y las personas que residen en Quito. Por otra parte, también recopilaremos información por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico con su programa Quito Turismo con el objetivo de determinar cuál es la afluencia de turistas en la ciudad de Quito.

## **2.5 Análisis de Mercado**

El CeliaK estará involucrado en el área de alimentos y bebidas, donde existe mayor demanda por parte de los consumidores, por lo tanto cada vez crece más el mercado. La selección de la ubicación se determinó por la afluencia de turistas dado que a Quito, alrededor de quinientos mil turistas llegan cada año

por motivos de negocios, turismos, eventos o residencias basándonos en las estadísticas referentes a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico y que están anexadas en la pág. 111. Mientras que cerca de 13 mil personas residen en el sector de la Mariscal Sucre - Quito, ya que es una zona cultural por los teatros que se encuentran ubicados y también reconocida como centro de diversión.

Por consiguiente, la segmentación del mercado estará establecida por personas que tenga más de 30 años, por lo que son individuos que buscan comer equilibradamente y cuidar su salud. Aparte son más conscientes de los riesgos que existen por no alimentarse adecuadamente.

La segmentación de mercado se dividirá, ya que habrá personas que no padezcan de la celiaquía, es por eso que se oferta variedad de platillos para que el cliente pueda escoger a su preferencia. Mientras que, por el otro lado vendrán personas que tengan esta enfermedad lo cual estaremos preparados para eso.

Nuestro mercado objetivo abarca tanto turistas como personas que viajan por negocios, eventos o residencia. Basándonos por las estadísticas de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico anualmente nos visitan alrededor de 450 mil personas de nacionalidades tales como Estados Unidos, España, Canadá, Alemania, etc. La de edad promedio de las personas que viajan y nos visitan nuestra capital está alrededor de 30 a 41 años de edad los cuales están alrededor de 215 mil personas en este rango de edad como se encuentra anexadas estas estadísticas en las págs. 110 y 109.

## **2.6 Mercado Objetivo**

El mercado objetivo que nos enfocaremos será todas las personas que padezcan de la enfermedad de celiaquía o que quieran alimentarse sanamente tanto jóvenes como adultos, con el fin de brindar productos de primera y así crear una experiencia al cliente.

## 2.7 Políticas del producto

El nombre llamara la atención a nuestros clientes, el servicio será de primera, se garantizara excelencia en el producto terminado.

## 2.8 Precios de los productos del CeliaK

Tabla 17: Precios de los productos

Producto	Costo	PVP	IVA	TOTAL
Camarones a la Plancha	1,4	7,42	0,89	8,31
Crepes a la Triada	3,78	7,56	0,91	8,47
Hongos Asados	1,89	6,24	0,75	6,99
Menestrón	2,47	7,90	0,95	8,85
Sopa de Garbanzo	0,48	6,24	0,75	6,99
Corvina a las Finas Hierbas	3,78	12,10	1,45	13,55
Tilapia en Salsa Rosa	3,87	9,68	1,16	10,84
Pollo al Pocho	1,75	5,60	0,67	6,27
Carne con Verduras	2,22	7,10	0,85	7,96
Helado de Vainilla	1,21	6,29	0,76	7,05
Mousse de Chocolate	2,03	6,50	0,78	7,28

## 2.9 Análisis de competencia

### 2.9.1 Competencia Directa

La competencia directa del CeliaK son los establecimientos La Quinoa ya que está enfocad a dar comida vegetariana y buscan otras alternativas de hacer pan sin usar harina de trigo.

### 2.9.2 Competencia Indirecta

La competencia indirecta del CeliaK es el Maple ya que es un restaurante vegetariano pero aún así utilizan productos con gluten.

### 2.9.3 La Quinoa:

Restaurante de estilo vegetariano, cuyo concepto es no utilizar proteína animal de ningún tipo ubicado en la en la 9 de Octubre y Luis Cordero. En este restaurante también dan cursos de cocina especializada en la comida saludable y ofertan productos como son pan integral, sal marina, tofú, carne vegetal de trigo, etc. No tienen carta ya que ellos hacen diferentes menús del día que van desde 3.50\$ hasta 5.00\$ el menú más caro.

- **Nuestro objetivo**

Orientar a las personas en este tiempo de cambios, incertidumbre, crisis y confusión, a que valoren su salud y vida para su plena realización individual, familiar y social

- **Nuestra Misión**

Impulsar el desarrollo físico, emocional y espiritual del ser humano, partiendo desde una alimentación equilibrada, armónica y natural.

### 2.9.4 El Maple

Un restaurante que nació hace 17 años con alternativas de comer sano y su especialidad es la comida vegetariana, ubicado en la Diego de Almagro y Joaquín Pinto. Con gran afluencia tanto de turistas como personas residen en Quito. Ofertan diferentes platos mediante su carta, sus precios oscilan entre 7.00\$ a 13.00\$ también ofrecen menú del día

- **Misión**

The Maple, restaurante vegetariano, nació hace 17 años, se originó basa en la necesidad de encontrar nuevas técnicas culinarias para preparar las verduras tan deliciosa y nutritiva: motivar el apetito, lo que es una verdadera delicia, que su presentación como un paisaje de colores , aroma y sabor, y que nuestros sentidos juegan un papel importante

cuando se trata de saber comer, que es muy estimulante fusión sensorial.

- **Visión**

Comer sano y natural, es la razón por restaurante vegetariano “The Maple” para continuar con la prestación de servicios a aquellos que quieren aventurarse en este mundo fascinante de conocer la forma de comer, sin perjudicar a los seres deben compartir el planeta con nosotros. Estamos contentos de ver que cada día se adhieren a nuestra propuesta, la gente con la conciencia de la vida. La no agresión e indefenso “NO VIOLENCIA A LOS ANIMALES” para ser coherente con la naturaleza y en consonancia con nuestro planeta, es nuestra filosofía.

Nuestro equipo

### **2.9.5 Crepes and Waffles**

Restaurante que dio su apertura en los años de 1980 que nació de dos estudiantes universitarios la gran idea de ofertar crepes de sal y de dulce. Con gran variedad de platillos de crepes ofertan algunos vegetarianos otros a base carne sus precios oscilan entre 10.00\$ a 15.00\$ dependiendo el tipo.

### **2.9.6 Willbeing**

Es un restaurante relativamente nuevo lleva en el mercado 3 años aproximadamente. En este establecimiento se caracteriza por ser vegetariano, por lo tanto es reconocido por su comida, lo cual ha creado la fidelidad de sus clientes.

## 2.10 Cuadro de Análisis de Competencia

Tabla 18: Análisis de competencia

	<b>Celiak</b>	<b>Crepes &amp; Waffles</b>	<b>Quinoa</b>	<b>Maple</b>	<b>Willbeing</b>
<b>Carne</b>	Si	Si	No	No	No
<b>Harina de trigo</b>	No	Si	No	Si	Si
<b>Menú</b>	4.5	No	4,75	5,5	5
<b>Parqueadero</b>	Si	Si	Si	No	Si

## 2.11 Análisis del consumidor

Actualmente los consumidores buscan comer saludablemente ya no busca las comidas rápidas. Se preocupan en hacer ejercicio, buscar nuevas alternativas de comida, por lo cual El Celiak busca satisfacer a los clientes con sus necesidades, aportando con la alternativa para las personas que padecen de la enfermedad de la celiaquía.

- Los Quiteños buscan hacer deporte en su tiempo libre.
- Buscan comer más sano.
- No existe una gran variedad de restaurantes que tengan la alternativa de comida sana.
- Restaurantes especializados en celíacos no existe aún en el mercado.
- Las personas que están sobre los treinta años tienden a preocuparse más por su salud y a cuidarse.

### 2.11.1 Encuesta

Los datos que se lograron obtener mediante la encuesta, nos sirvieron para conocer el índice de personas que padecen de estas enfermedades, a las cuales el gluten afecta tanto a los diabéticos como a los celíacos, y se encontraron cifras sorprendentes de los cuales 9 de cada 10 encuestados conocen a personas que padecen de dichas enfermedades.



**Modelo de encuesta****Marca con una X**

Edad:

Sexo:

F\_\_\_ M\_\_\_

**1.- ¿Sabes cuál es la mayor causa de mortalidad en el Ecuador?**

Diabetes\_\_\_

Accidentes de tránsito\_\_\_

Asesinatos\_\_\_

**2.- ¿Conoces personas que padezcan de celiaquía o diabetes?**

Si\_\_\_

No\_\_

**3.- ¿Buscan restaurantes para alimentarse sanamente esas personas?**

Si\_\_\_

No\_\_

No lo sé\_\_\_

**4.- ¿Conoces el daño que causa el gluten? (harina de trigo)**

Si\_\_\_

No\_\_

No lo sé\_\_\_

**5.- ¿Te alimentas saludablemente?**

Si\_\_\_

No\_\_

**6.- Si tu respuesta es no ¿Cambiarías tu hábito de comer para alimentarte sanamente?**

Si\_\_\_

No\_\_\_

**7.- ¿Buscas buenos restaurantes fuera de la ciudad?**

Si\_\_\_

No\_\_\_

A veces\_\_\_

**8.- ¿Cuándo vas a un restaurante que normalmente seleccionas?**

Pastas\_\_\_

Carnes\_\_\_

Ensaladas\_\_\_

Sopas\_\_\_

Pollo\_\_\_

**2.11.2 Resultados de Encuesta**

Número de encuestados 60 personas

Tabla 19: Encuesta Tabulación 1

<b>Sexo</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje %</b>
Masculino	35	58
Femenino	25	42
<b>total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tabla 20: Encuesta tabulación 2

<b>Edad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje %</b>
Años		
22	15	25
30	20	33
35	10	17
40	7	12
44	5	8
50	3	5
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tabla 21: Encuesta tabulación 3

<b>¿Sabes cuál es la mayor causa de mortalidad en el Ecuador?</b>		
<b>Causas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
Diabetes	25	42
Accidentes de tránsito	30	50
Asesinatos	5	8
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tabla 22: Encuesta tabulación 4

<b>¿Conoces personas que padezcan de celiaquía o diabetes?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
Si	45	75
No	15	25
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tabla 23: Encuesta Tabulación 5

<b>¿Buscan restaurantes para alimentarse bien estas personas?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
Si	30	50
No	15	25
No lo sé	15	25
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tabla 24: Encuesta tabulación 5

<b>¿Conoces el daño que causa el gluten?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
Si	10	17
No	25	42
No lo sé	25	42
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tabla 25: Encuesta tabulación 6

<b>¿Te alimentas saludablemente?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje %</b>
Si	25	42
No	35	58
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tabla 26: Encuesta tabulación 7

<b>Si tu respuesta es no ¿Cambiarías tu hábito de comer?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje %</b>
Si	30	86
No	5	8
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>94</b>

Tabla 27: Encuesta tabulación 8

<b>¿Buscas buenos restaurantes fuera de la ciudad?</b>		
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje%</b>
Si	25	42
No	30	50
A veces	5	8
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Tabla 28: Encuesta tabulación 9

<b>¿Cuándo vas a un restaurante que seleccionas?</b>		
<b>Productos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje %</b>
Pastas	15	25
Carnes	13	22
Pollo	20	33
Ensaladas	7	12
Sopas	5	8
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

### 2.11.3 Análisis de resultados

Los datos obtenidos de la encuesta nos especifican que el 58% d los encuestados no se alimenta bien, esto incrementa la problemática del índice de la causa de mortalidad en el Ecuador, como se detalla en el antecedente de la tesina en el gráfico tomado de El Comercio.

### 2.12 Diferenciación y definición

En el ofertar comida sin gluten y buscar alternativas de hacer pan, tortas, crepes, etc. Mediante la harina que no tiene gluten como base donde se especifica sus ingredientes en la página 84, logrando ser únicos en el mercado garantizando calidad en nuestros productos.

### **2.13 Política de precios**

- Todo lo que se venda será destinado al pago de los gastos fijos y mejoras.
- Mientras mayor sea el incremento de las utilidades serán para las mejoras de capacitar al personal.
- Cuando el volumen en ventas se incremente se reducirá sutilmente el precio de venta al público logrando su expansión.
- A medida que se incremente las utilidades habrá más variedad de productos gama.

### **2.14 Formas de Pago**

Se pagará con efectivo en el establecimiento del CeliaK, y a medida que se incremente su volumen de ventas lograremos tener tarjetas de crédito para una mejor atención al cliente.

### **2.15 Políticas de promoción**

- Por cada 10 días seguidos que comas platos a la carta en el CeliaK tendrás un menú gratuito.

### **2.16 Relaciones Públicas**

1. Estaremos abiertos a reportajes de televisión.
2. Participaremos en ferias de cómo alimentarse bien.
3. Buscaremos aliarnos con la radiodifusoras.

### **2.17 Publicidad**

- Crearemos una página de Facebook. La cual se llamará CeliaK, en esta página estaremos ofertando nuestros diversos platillos con el fin que las personas nos conozcan más y puedan hacer reservaciones.

- Se usara flyers como medio de difusión para llegar a los clientes y darnos a conocer.
- Lograremos estar en la mentalidad de los clientes para así lograr la difusión de boca en boca.
- Ingresaremos en el software de comidas llamado La-Hueca con el fin de darnos a conocer y tener votaciones con respecto a la comida.

## **2.12 Merchandising**

Tendremos servilletas con el logo del restaurante.

## **2.13 Marketing Mix**

### **2.13.1 Producto**

Nuestros productos serán innovadores, ya que se darán nuevas alternativas en el uso de harinas para evitar la proteína del gluten por la consideración hacia las personas que padecen de la enfermedad de la celiarquía. Por lo cual el ofrecimiento de nuestros once platillos garantizaran excelencia por la calidad que tendremos, de proveedores, materia prima y personal capacitado.

### **2.13.2 Precio**

Los precios que se están ofertando tiene mucha relación con nuestra competencia, por lo cual hemos establecidos precios más bajos que la competencia, con el fin de que las personas puedan comprar y sean accesibles al cliente.

### **2.13.3 Plaza**

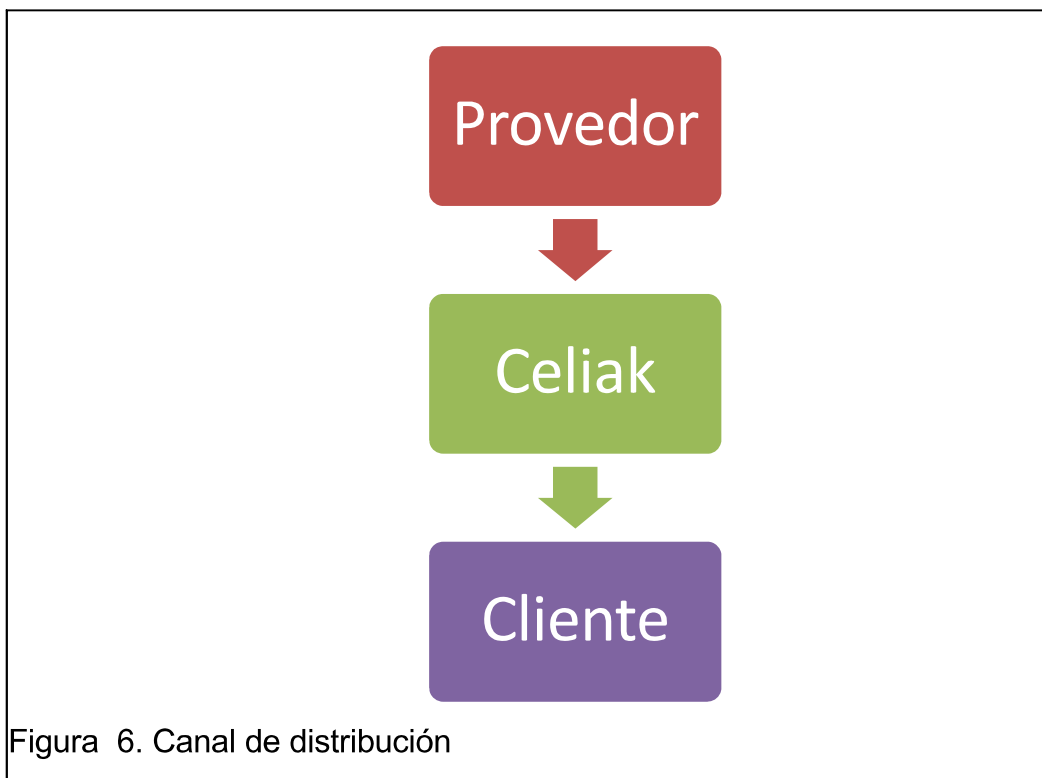
El establecimiento estará ubicado en una zona frecuentada tanto turistas como personas que residan en la ciudad de Quito con el fin de darnos a conocer, y entre a nuestro local y vean los platillos que estamos ofertando.

#### 2.13.4 Promoción

El CeliaK tendrá promociones en su menú para lograr que el cliente regrese, por lo tanto establecimos que por cada diez días que vayas a consumir los platos a la carta te ofertaremos un menú gratuito el cuarto día, con el fin de ayudar al consumidor en su economía.

#### 2.14 Canal de distribución

Nuestro canal de distribución será controlado midiendo nuestra calidad en nuestro producto, ya que es muy importante, no perder nuestros objetivos.



## Capítulo III

### 3. Plan Financiero

#### 3.1 Presupuesto de Inversión

Tabla 29: Presupuesto de inversión

<b>Presupuesto de Inversión</b>	
<b>Activos Fijos</b>	
Maquinaria y Equipos	\$13620,03
Muebles y Enseres	\$4300
Menaje servicio	\$1121,2
<b>Costos fijos</b>	
Arriendo	\$1200
Crédito CFN (11% de interés a 10 años)	\$230
Salarios	\$3520
Servicios Básicos	\$1046
<b>Marketing</b> (tarjetas, diseños, otros)	\$600
<b>Otros y útiles</b>	\$450
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$26087,2</b>

#### 3.2 Presupuesto de financiación

##### 3.2.1 Objetivos

- Conocer los fondos que se necesita para comenzar el proyecto del restaurante.
- Establecer qué tipo de financiación se utilizara.

##### 3.2.2 Tipo de Financiación

Nuestro tipo de financiación que utilizaremos será la autofinanciación y la obtención de un préstamo esto quiere decir que los socios del CeliaK aportarán capital inversión inicial, logrando así que el negocio pueda ponerse en marcha.



### 3.3 Análisis Financiero

Capacidad máxima del local= 40 pax (cliente)

Periodos= 1

Sopas y entradas	39,61
	<hr/>
	7,92
Fuertes	38,62
	<hr/>
	9,66
Promedio S, E y F	12,75
Promedio de bebidas	1,50
Vale promedio	<hr/>
	14,25

Pax \* mes

= (# Pax \* mes) Días del mes

Pax \* mes

= (40\*1)31

Pax \*mes = 1240 Esto es la capacidad máxima del restaurante

Rotación del 25% será lo estipulado

Total 620 pax por mes

# pax \* vale

Venta = promedio

**Venta= 620\* 14.25**

**Venta= 8835 \$** será la ganancia con la rotación del 25%

Para la elaboración de las siguientes tablas de estados de pérdidas y ganancias hemos tomado la decisión de clasificar tres tipos de consumidores los cuales se dividen en clientes que van a comer solo menús, clientes que consumen solo platos fuertes y clientes que consumen plato fuerte más entrada

o postre. Con este explicativo como antelación se podrá entender los siguientes cuadros.

Tabla 30: Promedio de costos

<b>Promedio</b>				
<b>Platos base</b>	<b>Costo</b>	<b>PVP</b>	<b>IVA</b>	<b>Total</b>
<b>Entradas y sopas</b>				
Camarones a la Plancha	1.4	7.42	0.89	8.31
Crepes a la Triada	3.78	7.56	0.91	8.47
Hongos asados	1.89	6.24	0.75	6.99
Menestrone	2.47	7.9	0.95	8.85
Sopa de garbanzo	0.48	6.24	0.75	6.99
<b>Total</b>	10.02			39.60
<b>Precio Promedio</b>	<b>2.00</b>			<b>7.92</b>
<b>Plato fuerte</b>				
Corvina a las finas hierbas	3.78	12.1	1.45	13.55
Tilapia en salsa rosa	3.87	9.68	1.16	10.84
Pollo al Pocho	1.75	5.6	0.67	6.27
Carne con verduras	2.22	7.1	0.85	7.95
<b>Total</b>	11.62	69.84		38.62
<b>Precio promedio</b>	<b>2.91</b>			<b>9.65</b>
<b>Postres</b>				
helado de vainilla	1.21	6.29	0.7548	7.04
Mousse de chocolate	2.03	6.5	0.78	7.28
<b>Total</b>	3.24	12.79		14.32
<b>Precio Promedio</b>	<b>1.62</b>			<b>7.16</b>
<b>Menú</b>	<b>1.8</b>			<b>4.50</b>

Tabla 31: Costo de ingredientes

<b>Costo de Ingredientes</b>			
<b>Productos</b>	<b>Costo día</b>	<b>Semanal</b>	<b>Costo mes</b>
Menú	1.8	9	540
Plato fuerte	2.91	20.34	435.75
Plato fuerte más otro	4.72	33.02	566.04
Otro	0	25	100
<b>Total</b>	<b>9.42</b>	<b>87.35</b>	<b>1641.79</b>

### Amortizaciones

Tomando en cuenta que es en 10 años el pago total de la deuda más el incremento de los intereses.

Tabla 32: Amortización

Valor del Financiamiento		25.000,00	
70% financiamiento		17.500,00	
Impuesto 1%		175,00	
<b>Total a financiar</b>		<b>17.675,00</b>	
TASA DE INTERES	PLAZO AÑOS	INGRESOS REQUERIDOS	FACTOR CUOTA
11,00%	3	1908,00	572,40
	4	1501,36	450,41
	5	1259,06	377,72
	6	1098,92	329,68
	7	985,71	295,71
	8	901,82	270,55
	9	837,47	251,24
	10	786,77	236,03
10,25%	11	745,99	223,80
	12	712,64	213,79
	13	684,98	205,49
	14	661,79	198,54
	15	642,16	192,65
10,25%	16	625,41	187,62
	17	611,02	183,31
	18	598,58	179,57
	19	587,78	176,33
	20	578,35	173,51

En los siguientes cuadros se especifica los salarios por funciones de cada trabajador en el restaurante incluyendo los beneficios por ley.

Tabla 1: Salarios (primer año)

Primer Año							
Cargo:	Administrador	Jefe de cocina	Cocinero 1	Cocinero 2	Mesero 1	Mesero 2	
<b>INGRESOS</b>							
Sueldo	750.00	500.00	400.00	400.00	340.00	340.00	
Bonificaciones							
<b>SUBTOTAL INGRESOS</b>	<b>750.00</b>	<b>500.00</b>	<b>400.00</b>	<b>400.00</b>	<b>340.00</b>	<b>340.00</b>	
<b>COSTO LABORAL</b>							
Aportes al IESS	12.15%	91.13	60.75	48.60	48.60	41.31	41.31
Fondo de reserva		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Provisión vacaciones		31.25	20.83	16.67	16.67	14.17	14.17
Décimo tercer sueldo		62.50	41.67	33.33	33.33	28.33	28.33
Décimo cuarto sueldo		22.00	22.00	22.00	22.00	22.00	22.00
<b>SUBTOTAL COSTO LABORAL</b>	<b>28%</b>	<b>206.88</b>	<b>145.25</b>	<b>120.60</b>	<b>120.60</b>	<b>105.81</b>	<b>105.81</b>
Beneficios /El Sueldo base		0.28	0.29	0.30	0.30	0.31	0.31
		28%	29%	30%	30%	31%	31%
<b>TOTAL COSTO NOMINA</b>		<b>956.88</b>	<b>645.25</b>	<b>520.60</b>	<b>520.60</b>	<b>445.81</b>	<b>445.81</b>
							<b>3,534.95</b>

Tabla 1: Clientes por día

<b>Clientes por día</b>				
<b>Productos</b>	<b>Valores</b>	<b>Mes 1 a 3</b>	<b>Mes 4 a 8</b>	<b>Mes 9 a 12</b>
Menu	4.5	15	20	25
Plato fuerte	9.65	5	7	9
Plato fuerte mas otro	17.19	4	6	8
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>33</b>	<b>42</b>

Primer año comenzamos con una cantidad establecida de clientes que se va incrementando cada cierto tiempo

Tabla 1: Clientes por mes

Clientes	Clientes inicio de operación												Total
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	
# de clientes mes x menú	300	300	300	400	400	400	400	400	500	500	500	500	4.900
# de clientes x Plato Fuerte	150	150	150	210	210	210	210	210	270	270	270	270	2.580
# de clientes Plato Fuerte más otros	120	120	120	180	180	180	180	180	240	240	240	240	2.220
<b>Clientes Total</b>	<b>570</b>	<b>570</b>	<b>570</b>	<b>790</b>	<b>790</b>	<b>790</b>	<b>790</b>	<b>790</b>	<b>1.010</b>	<b>1.010</b>	<b>1.010</b>	<b>1.010</b>	<b>9.700</b>

Tabla 2: Estado de pérdidas y ganancias (año 1)

Ventas	PRIMER AÑO (Ventas) 000 USD												Total
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	
Menu	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	22.050,00
Plato fuerte	1.447,50	1.447,50	1.447,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.026,50	2.605,50	2.605,50	2.605,50	2.605,50	24.897,00
Plato fuerte más otros	2.052,80	2.052,80	2.052,80	3.094,20	3.094,20	3.094,20	3.094,20	3.094,20	4.125,60	4.125,60	4.125,60	4.125,60	38.161,80
<b>INGRESOS VENTAS USD</b>	<b>4.850,30</b>	<b>4.850,30</b>	<b>4.850,30</b>	<b>6.920,70</b>	<b>6.920,70</b>	<b>6.920,70</b>	<b>6.920,70</b>	<b>6.920,70</b>	<b>8.981,10</b>	<b>8.981,10</b>	<b>8.981,10</b>	<b>8.981,10</b>	<b>85.108,86</b>
<b>EGRESOS:</b>													
Costo de Producción	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	1.541,79	19701,48
Gastos Administrativos	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	1.022,00	12.264,00
Sueldos	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	3.534,95	42.419,24
<b>Total egresos</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>6.198,74</b>	<b>74.384,82</b>
Utilidad Bruta	-	1.338,44	-	1.338,44	-	1.338,44	-	1.338,44	-	1.338,44	-	1.338,44	10.723,98
Costos financieros	-	225,52	-	225,52	-	225,52	-	225,52	-	225,52	-	225,52	-2706,24
Utilidad neta	-	1.563,96	-	1.563,96	-	1.563,96	-	1.563,96	-	1.563,96	-	1.563,96	8.017,74
Flujo acumulado	-	3.127,91	-	4.691,87	-	4.195,42	-	3.698,98	-	3.202,53	-	2.706,08	-

Nota: Costos Financieros es el valor a pagar mensualmente al CFN

## Primer Año

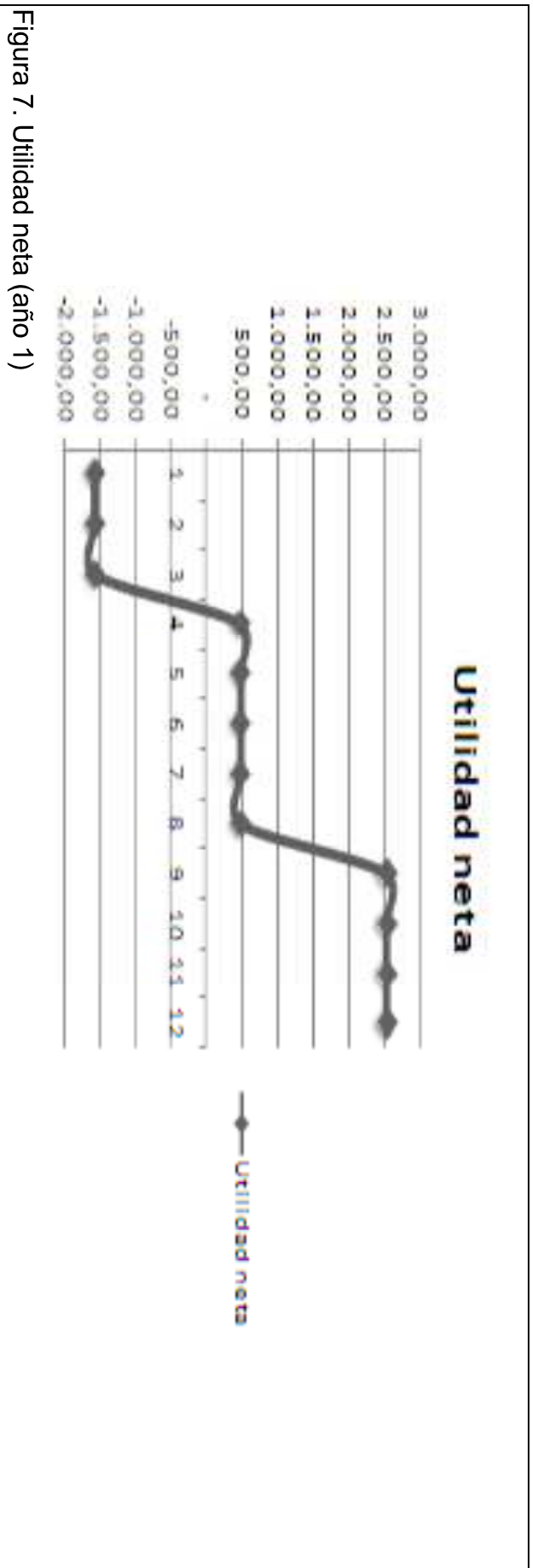


Figura 7. Utilidad neta (año 1)

En este año existe un incremento del 10% en el ingreso por lo que los valores del primer año del mes 12 se duplican en el primer mes del segundo año, y más el incremento el 10% hasta el mes 6 y el mes 7 solo se incrementa un 5% ya que es cuando tanto universidades como colegios tienen vacaciones y no existe mucha demanda.

Se incrementa también otros valores como son los gastos administrativos al 5% tomando en cuenta la inflación del país, los salarios ya que se debe tener en cuenta los fondos de reserva desde el segundo año y también el costo de producción se incrementa el 10%



Tabla 3: Salarios (segundo año)

Salarios del Segundo Año (Incluye fondo de reserva más el incremento del 10%)							
Cargo:		Administrador	Jefe de cocina	Cocinero 1	Cocinero 2	Mesero 1	Mesero 2
<b>INGRESOS</b>							
Sueldo		825,00	550,00	440,00	440,00	374,00	374,00
Bonificaciones							
<b>SUBTOTAL INGRESOS</b>		<b>825,00</b>	<b>550,00</b>	<b>440,00</b>	<b>440,00</b>	<b>374,00</b>	<b>374,00</b>
<b>COSTO LABORAL</b>							
Aportes al IESS	<b>12,15%</b>	100,24	66,83	53,46	53,46	45,44	45,44
Fondo de reserva		68,75	45,83	36,67	36,67	31,17	31,17
Provisión vacaciones		34,38	22,92	18,33	18,33	15,58	15,58
Décimo tercer sueldo		68,75	45,83	36,67	36,67	31,17	31,17
Décimo cuarto sueldo		22,00	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
<b>SUBTOTAL COSTO LABORAL</b>	<b>36%</b>	<b>294,11</b>	<b>203,41</b>	<b>167,13</b>	<b>167,13</b>	<b>145,36</b>	<b>145,36</b>
Beneficios /El Sueldo base		0,36	0,37	0,38	0,38	0,39	0,39
		36%	37,00%	38%	38%	39%	39%
<b>TOTAL COSTO NOMINA</b>		<b>1.119,11</b>	<b>753,41</b>	<b>607,13</b>	<b>607,13</b>	<b>519,36</b>	<b>519,36</b>
							<b>4.125,49</b>

En el segundo año habrá un incremento en los salarios dado por los fondos de reserva a cada trabajador. También se incrementará el 10% del costo de producción y el 10% de los ingresos basados en el mes 12 del primer.

Tabla 38: Incremento de ingreso

<b>Incremento de Ingreso del 10%</b>	
Ingreso del mes 12	9,879.21
10%	987.92
<b>Total ingreso 10%</b>	<b>10,867.13</b>

Tabla 39: Incremento de costo por producción

<b>Incremento de costo de producción 10%</b>	
Costo de producción	1641.79
10%	164.79
<b>Total costo de producción 10%</b>	<b>1806.58</b>

Tabla 40: Estado de pérdida y ganancias (año 2)

Ventas	SEGUNDO AÑO (Ventas) 000 USD												Total
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	
Menu	2.475,00	2.475,00	2.475,00	2.475,00	2.475,00	2.475,00	2.598,75	2.598,75	2.598,75	2.598,75	2.598,75	2.598,75	30.442,50
Plato fuerte	2.866,05	2.866,05	2.866,05	2.866,05	2.866,05	2.866,05	3.009,35	3.009,35	3.009,35	3.009,35	3.009,35	3.009,35	35.252,42
Plato fuerte más otros	4.538,16	4.538,16	4.538,16	4.538,16	4.538,16	4.538,16	4.765,07	4.765,07	4.765,07	4.765,07	4.765,07	4.765,07	55.819,37
<b>INGRESOS VENTAS USD</b>	<b>9.879,21</b>	<b>9.879,21</b>	<b>9.879,21</b>	<b>9.879,21</b>	<b>9.879,21</b>	<b>9.879,21</b>	<b>10.373,17</b>	<b>10.373,17</b>	<b>10.373,17</b>	<b>10.373,17</b>	<b>10.373,17</b>	<b>10.373,17</b>	<b>121.514,28</b>
<b>EGRESOS:</b>													
Costo de Produccion	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	1856,58	22278,96
Gastos Administrativos	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	1.073,10	12.877,20
Sueldos	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	4125,4895	49505,874
<b>Total egresos</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>7055,1695</b>	<b>84662,034</b>
Utilidad Bruta	2.824,04	2.824,04	2.824,04	2.824,04	2.824,04	2.824,04	3.318,00	3.318,00	3.318,00	3.318,00	3.318,00	3.318,00	36.852,25
Costos financieros	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-2706,24
<b>Utilidad neta</b>	<b>2.598,52</b>	<b>2.598,52</b>	<b>2.598,52</b>	<b>2.598,52</b>	<b>2.598,52</b>	<b>2.598,52</b>	<b>3.092,48</b>	<b>3.092,48</b>	<b>3.092,48</b>	<b>3.092,48</b>	<b>3.092,48</b>	<b>3.092,48</b>	<b>34.146,01</b>
Flujo acumulado		5.197,04	7.795,56	10.394,08	12.992,60	15.591,12	18.689,60	21.776,09	24.868,57	27.961,05	31.053,53	34.146,01	

### Segundo Año



Figura 8. Utilidad neta (año 2)

Este año similar con el segundo ya que se sigue incrementando los ingresos el 10% los primeros 6 meses y desde el séptimo solo incrementa el 5%. Al igual que costos de producción, gastos administrativos y salarios.

Tabla 41: Estado de pérdidas y ganancias (año 3)

Ventas	TERCER AÑO (Ventas) 000 USD												Total
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	
Menu	2.722,50	2.722,50	2.722,50	2.722,50	2.722,50	2.722,50	2.858,63	2.858,63	2.858,63	2.858,63	2.858,63	2.858,63	33.486,75
Plato fuerte	3.152,66	3.152,66	3.152,66	3.152,66	3.152,66	3.152,66	3.310,29	3.310,29	3.310,29	3.310,29	3.310,29	3.310,29	38.777,66
Plato fuerte más otros	4.991,98	4.991,98	4.991,98	4.991,98	4.991,98	4.991,98	5.241,57	5.241,57	5.241,57	5.241,57	5.241,57	5.241,57	61.401,30
<b>INGRESOS ventas USD</b>	<b>10.867,13</b>	<b>10.867,13</b>	<b>10.867,13</b>	<b>10.867,13</b>	<b>10.867,13</b>	<b>10.867,13</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>133.665,71</b>
<b>EGRESOS:</b>													
Costo de Produccion	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	2042,238	24506,856
Gastos Administrativos	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	1.126,76	13.521,06
Sueldos	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	4538,03845	54456,4614
<b>Total egresos</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>7707,03145</b>	<b>92484,3774</b>
Utilidad Bruta	3.160,10	3.160,10	3.160,10	3.160,10	3.160,10	3.160,10	3.703,46	3.703,46	3.703,46	3.703,46	3.703,46	3.703,46	41.181,33
Costos financieros	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-2706,24
<b>Utilidad neta</b>	<b>2.934,58</b>	<b>2.934,58</b>	<b>2.934,58</b>	<b>2.934,58</b>	<b>2.934,58</b>	<b>2.934,58</b>	<b>3.477,94</b>	<b>3.477,94</b>	<b>3.477,94</b>	<b>3.477,94</b>	<b>3.477,94</b>	<b>3.477,94</b>	<b>38.475,09</b>
Flujo acumulado		5.869,16	8.803,74	11.738,32	14.672,90	17.607,48	21.085,41	24.563,35	28.041,29	31.519,22	34.997,16	38.475,09	

Tercer Año



Figura 9. Utilidad neta (año 3.)

Tabla 42: Estado de pérdidas y ganancias (año 4)

Ventas	CUARTO AÑO (Ventas) 000 USD												Total
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	
Menu	2.994,75	2.994,75	2.994,75	2.994,75	2.994,75	2.994,75	3.144,49	2.858,63	2.858,63	2.858,63	2.858,63	2.858,63	35.406,11
Plato fuerte	3.467,92	3.467,92	3.467,92	3.467,92	3.467,92	3.467,92	3.641,32	3.310,29	3.310,29	3.310,29	3.310,29	3.310,29	41.000,28
Plato fuerte más otros	5.491,17	5.491,17	5.491,17	5.491,17	5.491,17	5.491,17	5.765,73	5.241,57	5.241,57	5.241,57	5.241,57	5.241,57	64.920,65
<b>INGRESOS VENTAS USD</b>	<b>11.953,84</b>	<b>11.953,84</b>	<b>11.953,84</b>	<b>11.953,84</b>	<b>11.953,84</b>	<b>11.953,84</b>	<b>12.551,54</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>11.410,49</b>	<b>141.327,04</b>
<b>EGRESOS:</b>													
Costo de Produccion	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	2.246,46	26.957,54
Gastos Administrativos	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	1.183,09	14.197,11
Sueldos	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	4.991,84	59.902,11
<b>Total egresos</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>8.421,40</b>	<b>101.056,76</b>
Utilidad Bruta	3.532,45	3.532,45	3.532,45	3.532,45	3.532,45	3.532,45	4.130,14	2.989,09	2.989,09	2.989,09	2.989,09	2.989,09	40.270,28
Costos financieros	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-2706,24
<b>Utilidad neta</b>	<b>3.306,93</b>	<b>3.306,93</b>	<b>3.306,93</b>	<b>3.306,93</b>	<b>3.306,93</b>	<b>3.306,93</b>	<b>3.904,62</b>	<b>2.763,57</b>	<b>2.763,57</b>	<b>2.763,57</b>	<b>2.763,57</b>	<b>2.763,57</b>	<b>37.564,04</b>
Flujo acumulado		6.613,85	9.920,78	13.227,71	16.534,64	19.841,56	23.746,18	26.509,75	29.273,32	32.036,90	34.800,47	37.564,04	

## Cuarto Año

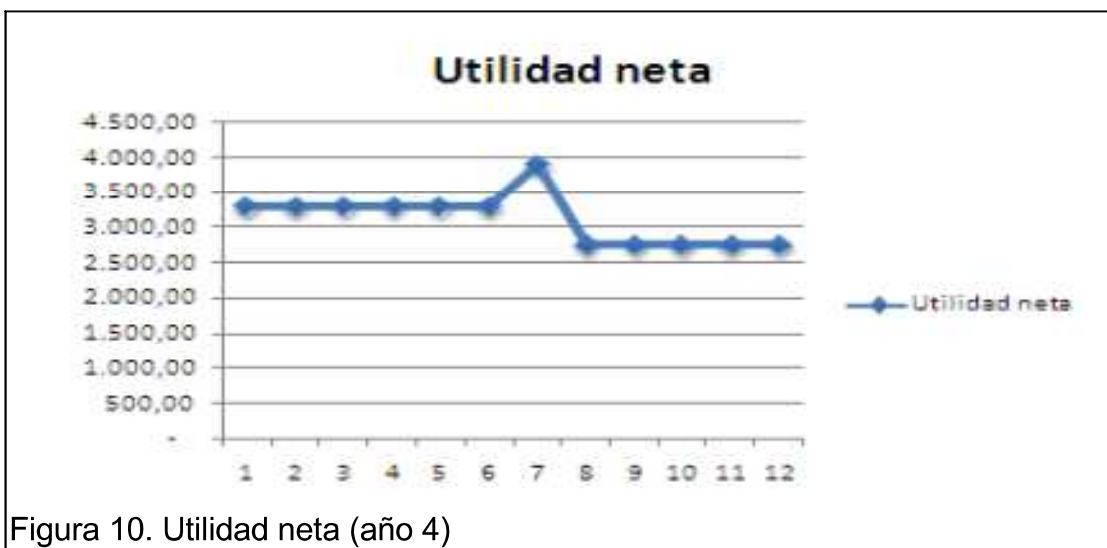


Figura 10. Utilidad neta (año 4)

Tabla 43: Estado de pérdidas y ganancias (año 5)

Ventas	QUINTO AÑO (Ventas) 000 USD												Total	
	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES		
Menu	3.294,23	3.294,23	3.294,23	3.294,23	3.294,23	3.294,23	3.458,94	3.458,94	3.458,94	3.458,94	3.458,94	3.458,94	3.458,94	40.518,97
Plato fuerte	3.814,71	3.814,71	3.814,71	3.814,71	3.814,71	3.814,71	4.005,45	4.005,45	4.005,45	4.005,45	4.005,45	4.005,45	4.005,45	46.920,96
Plato fuerte más otros	6.040,29	6.040,29	6.040,29	6.040,29	6.040,29	6.040,29	6.342,31	6.342,31	6.342,31	6.342,31	6.342,31	6.342,31	6.342,31	74.295,58
<b>INGRESOS VENTAS USD</b>	<b>13.149,23</b>	<b>13.149,23</b>	<b>13.149,23</b>	<b>13.149,23</b>	<b>13.149,23</b>	<b>13.149,23</b>	<b>13.806,69</b>	<b>13.806,69</b>	<b>13.806,69</b>	<b>13.806,69</b>	<b>13.806,69</b>	<b>13.806,69</b>	<b>13.806,69</b>	<b>161.735,51</b>
<b>EGRESOS:</b>														
Costo de Produccion	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	2.471,11	29.653,30
Gastos Administrativos	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	1.242,25	14.906,97
Sueldos	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	5.491,03	65.891,32
<b>Total egresos</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>9.204,38</b>	<b>110.452,58</b>
Utilidad Bruta	3.944,85	3.944,85	3.944,85	3.944,85	3.944,85	3.944,85	4.602,31	4.602,31	4.602,31	4.602,31	4.602,31	4.602,31	4.602,31	51.282,93
Costos financieros	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-225,52	-2706,24
<b>Utilidad neta</b>	<b>3.719,33</b>	<b>3.719,33</b>	<b>3.719,33</b>	<b>3.719,33</b>	<b>3.719,33</b>	<b>3.719,33</b>	<b>4.376,79</b>	<b>4.376,79</b>	<b>4.376,79</b>	<b>4.376,79</b>	<b>4.376,79</b>	<b>4.376,79</b>	<b>4.376,79</b>	<b>48.576,69</b>
Flujo acumulado		7.438,65	11.157,98	14.877,31	18.596,63	22.315,96	26.692,75	31.069,54	35.446,32	39.823,11	44.199,90	48.576,69		

## Quinto Año

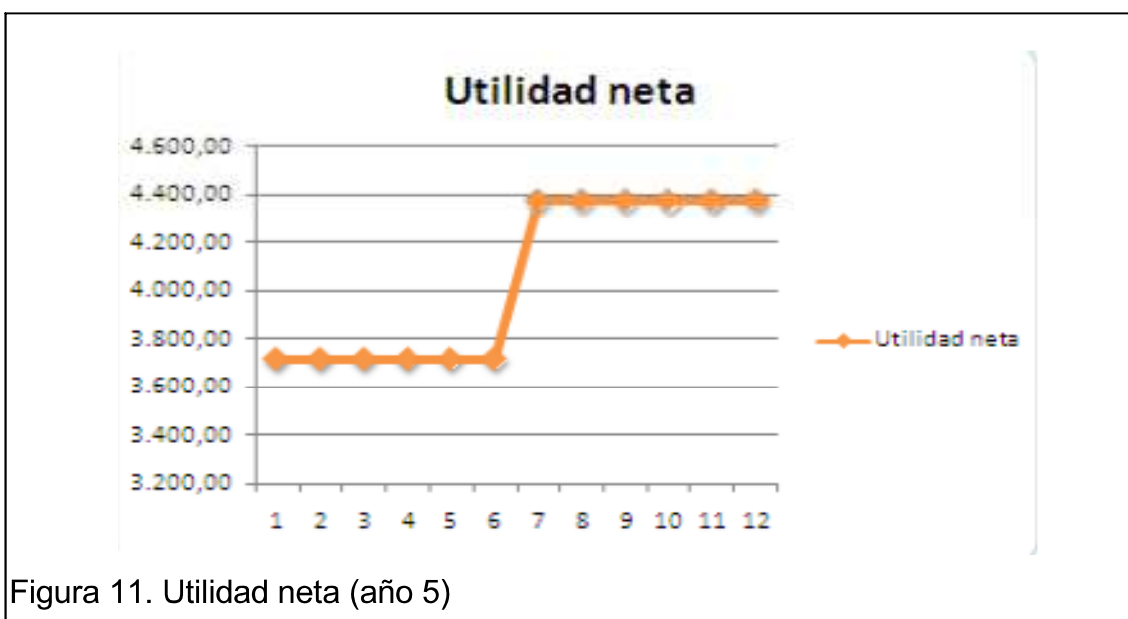




Tabla 44: Resumen de los 5 años

Ventas	Resumen de los 5 años de estado de pérdidas y ganancias				
	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año
Menu	22.050,00	30.442,50	33.486,75	35.406,11	40.518,97
Plato fuerte	24.897,00	35.252,42	38.777,66	41.000,28	46.920,96
Plato fuerte más otros	38.161,80	55.819,37	61.401,30	64.920,65	74.295,58
<b>INGRESOS VENTAS USD</b>	<b>85.108,80</b>	<b>121.514,28</b>	<b>133.665,71</b>	<b>141.327,04</b>	<b>161.735,51</b>
<b>EGRESOS:</b>					
Costo de Produccion	19.701,48	22.278,96	24.506,86	26.957,54	29.653,30
Gastos Administrativos	12.264,00	12.877,20	13.521,06	14.197,11	14.906,97
Sueldos	42.419,34	49.505,87	54.456,46	59.902,11	65.892,32
<b>Total egresos</b>	<b>74.384,82</b>	<b>84.662,03</b>	<b>92.484,38</b>	<b>101.056,76</b>	<b>110.452,58</b>
Utilidad Bruta	10.723,98	36.852,25	41.181,33	40.270,28	51.282,93
Costos financieros	- 2.706,24	- 2.706,24	- 2.706,24	- 2.706,24	- 2.706,24
<b>Utilidad neta</b>	<b>8.017,74</b>	<b>34.146,01</b>	<b>38.475,09</b>	<b>37.564,04</b>	<b>48.576,69</b>

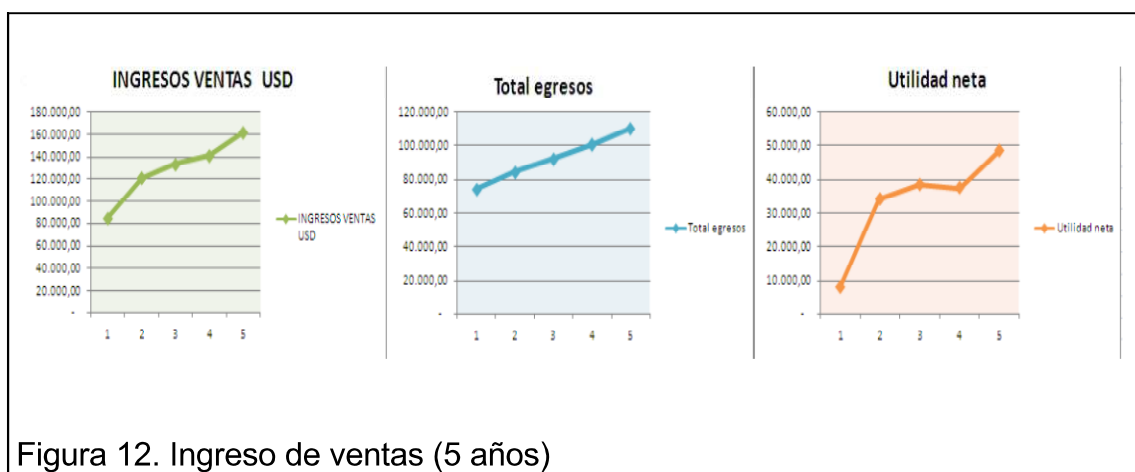


Figura 12. Ingreso de ventas (5 años)

### Punto de equilibrio

Es un punto referente donde los ingresos y los egresos son iguales, donde no existe ganancia ni pérdida, es por eso que se mantiene un equilibrio en la empresa. Determinar el punto de equilibrio nos ayudará a conocer que tan rentable puede ser el negocio. Es por eso que para determinar se necesita los siguientes datos fórmulas.

Tabla 45: Datos para determinar el punto de equilibrio

Datos para determinar el punto de equilibrio			
Datos	Producto A	Producto B	Producto C
	Menú	Plato fuerte	Plato fuerte más otros
Costo Variable ponderado	1,8	2,91	4,72
Precio de venta	4,5	9,65	17,19
Ponderación	53%	26%	21%
Costo fijo	4556,95		
Costo fijo por producto	2.415,18	1.184,81	956,96

Esta fórmula nos permite determinar el precio de venta ponderado

$$\mathbf{PVP} = (PVPA*53\%)+(PVPB*26\%)+(PVPC*21\%)$$

$$\mathbf{PVP} = (4,5*53\%)+(9,65*26\%)+(17,19*21\%)$$

$$\mathbf{PVP} = 8,50$$

Esta fórmula nos ayuda a determinar el costo variable ponderado

$$\mathbf{CVP} = (CVA*53\%)+(CVB*26\%)+(CVC*21\%)$$

$$\mathbf{CVP} = (1,8*53\%)+(2,91*26\%)+(4,72*21\%)$$

$$\mathbf{CVP} = 2,70$$

En las siguientes fórmulas se determinan los costos fijos de los tres productos

#### Producto A

$$\mathbf{CFA} = 53\%*CF$$

$$\mathbf{CFA} = 53\%*4556,95$$

$$\mathbf{CFA} = 2.415,18$$

#### Producto B

$$\mathbf{CFB} = 26\%*CF$$

$$\mathbf{CFB} = 26\%*4556,95$$

$$\mathbf{CFB} = 1.184,81$$



**Producto C**

$$\text{CFC} = 21\% * \text{CF}$$

$$\text{CFC} = 21\% * 4556,95$$

$$\text{CFC} = 956,96$$

Determinar el punto de equilibrio en el producto A

**Producto A**

$$\begin{array}{l} \text{CVA=} \\ \text{CF= 2415,18} \end{array} \quad \begin{array}{l} 1,8 \\ \end{array} \quad \begin{array}{l} \text{PV=4,5} \\ \end{array} \quad \begin{array}{l} \text{PE=} \\ ? \end{array}$$

$$\text{PEA} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{PV}}}$$

$$\text{PEA} = \frac{2415,18}{1 - \frac{1,8}{4,5}}$$

$$\text{PEA} = \mathbf{4.025,30}$$

Para determinar las unidades vendidas el PEA se debe dividir con el PV , y esto nos da como resultado en el producto A

$$\text{Unidades} = \mathbf{895}$$

Determinar el punto de equilibrio del producto B

**Producto B**

$$\begin{array}{l} \text{CVA=} \\ \text{CF=1184,81} \end{array} \quad \begin{array}{l} 2,91 \\ \end{array} \quad \begin{array}{l} \text{PV= 9,65} \\ \end{array} \quad \begin{array}{l} \text{PE=} \\ ? \end{array}$$

$$\text{PEB} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{PV}}}$$

$$\text{PEB} = \frac{1184,81}{1 - \frac{2,91}{9,65}}$$

$$\text{PEB} = 1.696,35$$

Resultado de la división PEB y PV:

$$\text{Unidades} = 176$$

Determinar el punto de equilibrio del producto C

### Producto C

$$\begin{array}{l} \text{CVA=} \\ \text{CF}=956,96 \end{array} \quad 4,72 \quad \begin{array}{l} \text{PV=} \\ \text{PV}= 17,19 \end{array} \quad \begin{array}{l} \text{PE=} \\ ? \end{array}$$

$$\text{PEC} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{PV}}}$$

$$\text{PEC} = \frac{1184,81}{1 - \frac{2,91}{17,19}}$$

$$\text{PEC} = 1.633,27$$

Resultado de la división PEC y PV

$$\text{Unidades} = 95$$

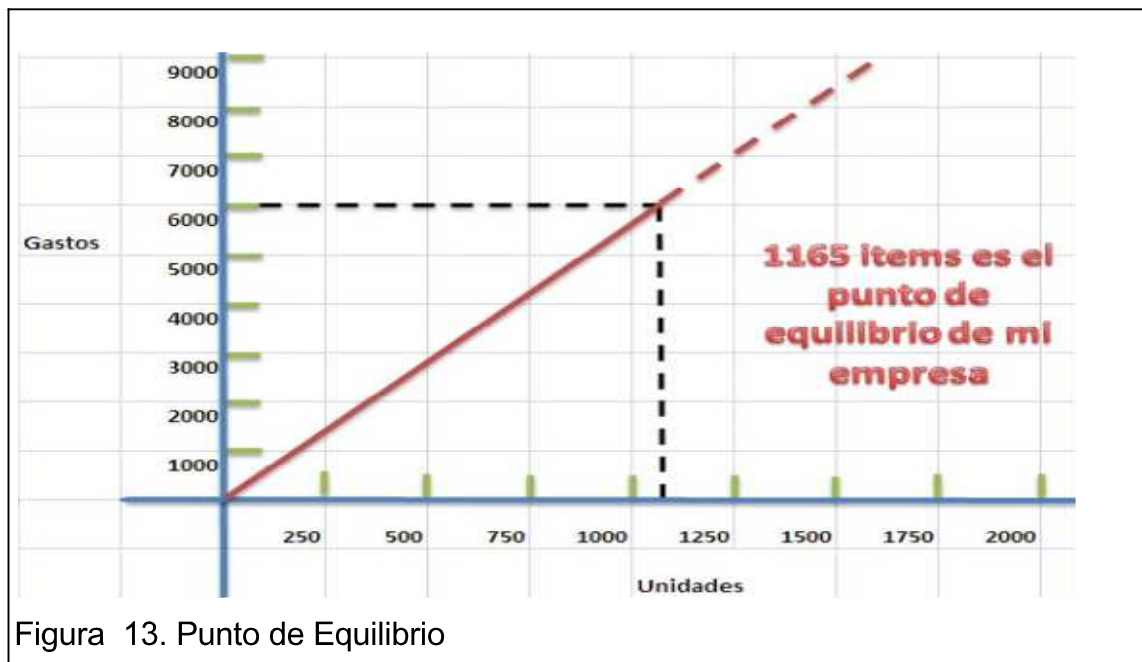
Finalmente el punto de equilibrio del CeliaK es la suma de las unidades de los tres productos que como resultado se ve en la siguiente tabla

Tabla 46: Punto de Equilibrio resultado final

Totales	
Productos	Unidades
Producto A	895
Producto B	176
Producto C	95
<b>Total</b>	<b>1.165</b>

El punto de equilibrio se logró obtener a principio del primer año generando en el mes de abril a mediados con ingresos de alrededor de 7mil dólares. Por lo

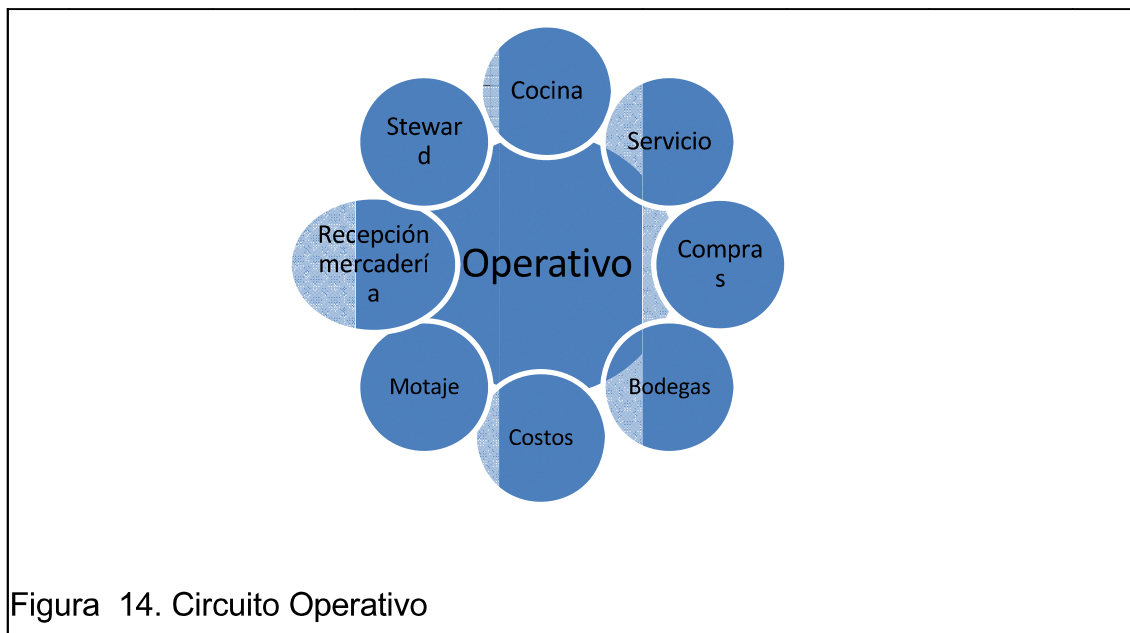
tanto se tuvo que vender 1165 ítems para lograr tener el punto de equilibrio necesario y así poder sustentar la rentabilidad de la empresa, logrando cumplir con los gastos de 6198.74\$ como se ven reflejados en los esquemas en los cuadros de Estado de Pérdidas y Ganancias.



## Capítulo IV

### 4.-Plan de Operaciones

#### 4.1 Definición del Circuito Operativo



#### 4.2 Definición del departamento de A y B

Es un negocio pequeño al cual no necesitara un departamento especializado de Alimentos y Bebidas, por lo tanto solo requerirá de un administrador y un jefe de cocina que esté a cargo del menú.

#### 4.3 Definición del tipo de servicio y descripción

Será un servicio de primera, eficaz y con un buen trato hacia el cliente para así poder crear una gran experiencia al cliente, logrando así que el cliente vuelva. El tipo de servicio que se utilizara será el servicio inglés.

#### 4.4 Proveedores

Utilizaremos proveedores que tengan permisos de funcionamiento, de distribución y sean certificados. Garantizando así una buena calidad y precios

accesibles como son Santa María, Magda, Supermaxi, Megamaxi, AKÍ y el Tía

#### **4.5 Definición de recetas estándar**

Será una guía para las personas que trabajen en la cocina, en el cual tendrán que seguir los pasos y tener muy en cuenta los ingredientes que se deberán utilizar. Será una herramienta para sacar los costos mensuales.

## **Conclusiones**

Por medio de este establecimiento hemos cumplido satisfacer las necesidades de nuestros clientes enfocándonos el problema crítico que es la enfermedad de la celiaquía. Por lo tanto es un proyecto viable económicamente, ya que genera una gran rentabilidad para sustentar al restaurante aunque en el primer año tendremos dificultades para iniciar con una considerable pérdida dentro de los cuatro primeros meses, también es viable en el tema de salud ya que podremos trabajar conjuntamente con el ministerio de salud y personas que estén involucradas en este aspecto.

## Recomendaciones

- Es necesario que los líderes de opinión comuniquen y den a conocer el daño que causa el gluten en nuestro cuerpo, mediante conferencias, reportajes o en hospitales. Con la finalidad de bajar el índice de causas de mortalidad en el Ecuador
- En el caso de que no existan cifras sobre personas celiacas en el Ecuador recurriremos a una apertura tomando en cuenta otras problemáticas en nuestro país como son las personas intolerantes a la lactosa o diabéticos, etc.
- Es recomendable trabajar conjuntamente con especialista en dietas como es el caso de nutricionista para lograr una fuerte alianza.
- Hacer un manual de operaciones para lograr el correcto funcionamiento del restaurante, donde se describirán procesos, políticas y planes
- Con el transcurso del tiempo crecerá el restaurante y se deberá contratar más personal y se deberá incrementar el salario
- Se deberá fomentar los valores dentro del trabajo siendo responsables, tolerantes, tener respeto en el micro entorno como son los empleados y proveedores y el macro entorno como es la competencia
- No descuidar la promoción del restaurante porque se deberá seguir invirtiendo en el área de marketing y la publicidad

## Referencias

- Arce, T., Arias, F., Arranz, E., Camarero, C., Luna, B., Fonseca, E., Gálvez, G., García, M., Herrerías, J., Márquez, M., Polanco, I., Ribes, Carmen., Sáez, L., López, J., Ruiz, M., Saucedo, A., Silva, G. y Villar, J. (2013), *Todo sobre la enfermedad celíaca*. Madrid, España: Ed. Comunidad Madrid
- Beiker (2014) *Preparado panificable*. Recuperado el 18 de abril del 2014, de <http://www.beiker.es/es/productos/harina/preparado-panificable>
- Foros ecuador (2013) *Modelo de contrato de trabajo en Word*. Recuperado el 2 de enero del 2014, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/839-modelo-de-contrato-de-trabajo-en-word>
- INEC (2014) *Censo 2010 Provincia de Pichincha*. Recuperado el 8 de abril del 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- INEC (2014) *Quito, el cantón más poblado del Ecuador en el 2020*. Recuperado El 7 de abril del 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/quito-el-canton-mas-poblado-del-ecuador-en-el-2020/>
- La Hora (2002) *Síndrome de intestino irritable*. Recuperado el 27 de abril del 2014, de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000057351/-1/EI\\_s%C3%ADndrome\\_del\\_intestino\\_irritable.html#.U1228IF5MqM](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000057351/-1/EI_s%C3%ADndrome_del_intestino_irritable.html#.U1228IF5MqM)
- Mercado libre (2014) *Refrigeradora y congeladores*. Recuperado el 18 de abril del 2014, de <http://listado.mercadolibre.com.ec/refrigeradora-industrial>
- Mercado libre (2014) *campana extractora industrial muy económica*. Recuperado el 18 de abril del 2014, de <http://listado.mercadolibre.com.ec/vendo-campanaextractora-industrial-muy-econ%C3%B3mica>
- Quito Turismo (2014) *Llegadas y salidas UIO*. Recuperado el 7 de abril del 2014, de <http://www.quitoturismo.gob.ec/index.php/estadisticas/llegadas-y-salidas-quito>
- Valencia, A. (2 de noviembre del 2013). De qué y por qué muere el ecuatoriano. *El comercio*. Quito, Ecuador, A – 2
- Wikipedia (2013) *Restaurante*. Recuperado el 1 de diciembre del 2013, de



<http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante>

Wikipedia (2014) *Mariscal Sucre (parroquia)*. Recuperado el 8 de abril del 2014,

de [http://es.wikipedia.org/wiki/Mariscal\\_Sucre\\_\(parroquia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Mariscal_Sucre_(parroquia))

Wikipedia (2014) *Gluten*. Recuperado el 26 de abril del 2014, de

<http://es.wikipedia.org/wiki/Gluten>

## **ANEXOS**

Los acompañantes de los platos fuertes están descritos en la pág. 21 y tomando en cuenta que están previamente costeados en el balance general. Por lo que tendrán mayor rotación de producto

### Receta 1

<b>NOMBRE RECETA :</b> Camarones a la plancha				
<b>No. RECETA : 1</b>		<b>NO. DE PORCIONES: 1</b>	<b>PESO POR PORCIÓN: 150 gr</b>	
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>COSTO</b>
0,100	kg	Camarones	Refreír el ajo	0.7
C/N	kg	Sal	Colocar los camarones pelados	0
C/N	kg	Pimienta	Corregir sabores	0
0,005	kg	Ajo	Asar los tomates con albahaca	0.5
0.50	kg	Tomates	Corregir sabores	0,8
0.020	kg	Albahaca		0.15
0.020	ml	Aceite		0.05
			<b>Costo Total de la Receta</b>	1.40
			<b>Costo de la porción</b>	1.40

La harina que se utilizará para elaborar los crepes será de la marca “BEIKER” de una empresa española, ya que es un preparado panificable libre de gluten y es un producto apto para el consumo de las personas que son celíacas.



Tabla 47: Valor nutricional de la harina sin gluten

Ingredientes	
Almidón de maiz, azúcar, estabilizadores (goma guar e hidroxipropilmetilcelulosa), sal y gasificante (bicarbonato sódico).	
Peso: 1000g	
Tabla de valores nutricionales	
Valores nutricionales mediso	100g
Valor energético	1497kj/353kcal
Grasas	0,6g
de las cuáles saturadas	0,1g
Hidratos de carbono (p.d.a.100)	85,0g
de los cuáles azúcares	39g
Fibra alimentaria	2,8g
Proteínas (Nx6,25)	0,5g
Sal	1,2g

Tomado de [www.beiker.es](http://www.beiker.es)



## Receta 4

NOMBRE RECETA : Menestrón				
No. RECETA : 4		NO. DE PORCIONES: 4	PESO POR PORCIÓN: 150 gr	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
1	kg	Papas	Refreír las cebollas con el tocino	0.72
0.100	kg	Cebolla perla	Colocar las verduras	0.28
0.150	kg	Cebolla puerro	Cocinar el frejol	0.96
0.150	kg	Frijoles	Hacer fondo de verduras	0.45
0.150	kg	Zanahoria	Aromatizar con los condimentos	0,11
0.150	kg	Apio	Corregir sabores (Sal y pimienta)	0.22
0.150		Zapallo		0.40
0.150		Espinaca		0.25
0.100		Tocino		1.83
0.100		Queso Parmesano		2.06
0.10		Laurel		0.46
0.10		Perejil		0.15
0.10		Albahaca		0.15
0.10		Tomillo		1.75
0.10		Romero		0.10
C/N		Sal		
C/N		Pimienta		
<b>Costo Total de la Receta</b>				<b>9.89</b>
<b>Costo de la porción</b>				<b>2.47</b>

## Receta 5

NOMBRE RECETA : Sopa de garbanzos				
No. RECETA : 5		NO. DE PORCIONES: 3	PESO POR PORCIÓN: 150 gr	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,100	kg	Cebolla perla	Refreír la cebolla con el ajo	0.28
C/N	kg	Sal	Hacer los tomates concasse	0
C/N	kg	Pimienta	Refreír los tomates con el ajo y la cebolla	0
0,005	kg	Ajo	Agregar los garbanzos cocinados	0.05
0.250	kg	Tomates	Agregar el agua de los garbanzos	0.36
0.020	kg	Albahaca	Aromatizar con laurel, albahaca y perejil	0.15
0.200		Garbanzos		
0.10		Perejil		0.15
0.10		Laurel		0.46
<b>Costo Total de la Receta</b>				<b>1.45</b>
<b>Costo de la porción</b>				<b>0.48</b>

## Receta 6

NOMBRE RECETA : Corvina a las finas hierba				
No. RECETA : 6		NO. DE PORCIONES: 3	PESO POR PORCIÓN: 150 gr	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0.454	kg	Corvina	Adobar a la corvina con ajo sal pimienta y cebolla	6.6
C/N	kg	Sal	Hacer un refrito con ajo y cebolla	0
C/N	kg	Pimienta	Agregar las hierbas	0
0,100	kg	Ajo	Asar la corvina	0.5
0.100	kg	Romero	Corregir sabores	1.36
0.100	kg	Albahaca	Servir la corvina y encima las finas hierbas	0.65
0.100		Perejil		0.61
0.50		Tomillo		1.36
0.100		Cebolla perla		0.28
<b>Costo Total de la Receta</b>				<b>11.36</b>
<b>Costo de la porción</b>				<b>3.78</b>

## Receta 7

NOMBRE RECETA : Tilapia en salsa rosa				
No. RECETA : 7		NO. DE PORCIONES: 1	PESO POR PORCIÓN: 150 gr	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,100	kg	Filetes de tilapia	A panar los filetes con la harina de maíz	1.57
C/N	kg	Sal	Hacer un refrito con ajo y cebolla	0
C/N	kg	Pimienta	Agregar los tomates con casse	0
0,200	kg	Harina de maíz	Dejar cocinar	0.37
0.500	kg	Tomates frescos	Poner la crema de leche	0.97
0.005	kg	Perejil	Corregir sabores y poner perejil	0.15
0.010		Ajo	Freír el pescado	0.20
0.100		Cebolla perla	Servir con la salsa	0.28
0.50		Crema de leche		0.33
			<b>Costo Total de la Receta</b>	<b>3.87</b>
			<b>Costo de la porción</b>	<b>3.87</b>



## Receta 8

NOMBRE RECETA : Pollo al pocho				
No. RECETA : 8		NO. DE PORCIONES: 1	PESO POR PORCIÓN: 150 gr	
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
0,100	kg	Filetes de pollo	Adobar el pollo con perejil y ajo	0.74
C/N	kg	Sal	Refreir el ajo y la cebolla	0
C/N	kg	Pimienta	Agregar vino blanco	0
0,050	kg	Ajo	Agregar el perejil	0.20
0.100	kg	Perejil	Dorar los filetes de pollo	0,15
0.100	ml	Vino blanco	Agregar las salsa	0.66
<b>Costo Total de la Receta</b>				<b>1.75</b>
<b>Costo de la porción</b>				<b>1.75</b>









## Porcentajes de desperdicio

A continuación se detallan en los siguientes cuadros los porcentajes de desperdicio de cada ingrediente utilizado en cada receta.

Pax:		1		Artículo:		Camarones a la plancha				
insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad * F.Desecho	Costo * (C*.F.D)
Camarones	kg	7	0,1	0,7	6%	0,06	0,94	1,1	0,11	0,745
Ajo	kg	4,8	0,005	0,024		0	1	1,0	0,01	0,024
Tomates	kg	1,94	0,5	0,97	5%	0,05	0,95	1,05	0,53	1,021
Albahaca	kg	1	0,02	0,02	5%	0,05	0,95	1,1	0,02	0,021
Aceite	kg	2,87	0,02	0,0574		0	1	1,0	0,02	0,057
<b>Total:</b>										1,87
<b>P.V.P.:</b>										5,60
<b>Total 3:</b>										7,45

Pax: 1 Artículo: 1

Crepes a la Triada

Insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso útil	Factor de desperdicio	Cantidad * F. Desecho	Costo * (C*F.D)
Harina sin gluten	kg	8,5	0,038	0,323		0	1	1,0	0,04	0,3
Huevos	U	0,12	2	0,24		0	1	1,0	2,00	0,2
Leche	lt	1,21	0,063	0,07623		0	1	1,00	0,06	0,1
Queso Mozzarella	kg	2,14	0,1	0,214		0	1	1,0	0,10	0,2
Tomates deshidratados	kg	8,55	0,038	0,3249		0	1	1,0	0,04	0,3
Hongos	kg	8,4	0,05	0,42	5%	0,05	0,95	1,1	0,05	0,4
Ajo	kg	4,8	0,005	0,024	5%	0,05	0,95	1,1	0,01	0,0
Albahaca	kg	1	0,038	0,038		0	1	1,0	0,04	0,0
Nueces	kg	22,45	0,019	0,42655		0	1	1	0,019	0,43
Queso parmesano	kg	20	0,013	0,26		0	1	1	0,013	0,26
Aceite de oliva	lt	19,13	0,125	2,39125		0	1	1	0,125	2,39
Aceite	lt	2,86	0,025	0,0715		0	1	1	0,025	0,07
<b>Total:</b>										4,83
<b>P.V.P.:</b>										14,50
<b>Total 3:</b>										19,28

Pax

1 Artículo

Hongos al ajillo

insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad * F.Desecho	Costo * (C*F.D)
Hongos portobello	kg	10	0,100	1		0	1	1,0	0,10	1,000
Ajo	kg	4,8	0,010	0,048	5%	0,05	0,95	1,1	0,01	0,051
Pimiento rojo	kg	2,94	0,150	0,441	5%	0,05	0,95	1,05	0,16	0,464
Acete	ml	2,87	0,100	0,287		0	1	1,0	0,10	0,287
<b>Total:</b>										1,80
<b>P.V.P:</b>										5,41
<b>Total 3:</b>										7,19



pax

1 Artículo:

Menestron

insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad *	Costo * (C*F.D)
Papa	kg	0,72	0,25	0,18	5%	0,05	0,95	1,1	0,26	0,189
Cebolla perla	kg	2,87	0,025	0,07175	5%	0,05	0,95	1,1	0,03	0,076
Cebolla puerro	U	0,96	0,038	0,03648	3%	0,03	0,97	1,03	0,04	0,038
Frijoles	kg	3	0,038	0,114		0	1	1,0	0,04	0,114
Zanahoria	kg	1	0,038	0,038	5%	0,05	0,95	1,1	0,04	0,040
Apio	kg	1,48	0,038	0,05624	5%	0,05	0,95	1,1	0,04	0,059
Zapallo	kg	2	0,038	0,076		0	1	1,0	0,04	0,076
Espinaca	kg	1,26	0,038	0,04788		0	1	1,0	0,04	0,048
Tocino	kg	18,3	0,025	0,4575		0	1	1	0,025	0,458
Queso parmesano	kg	20	0,025	0,5		0	1	1	0,025	0,500
Laurel	kg	5	0,003	0,015		0	1	1	0,003	0,015
Perejil	kg	0,61	0,003	0,00183	5%	0,05	0,095	1,526315789	0,005	0,003
Albahaca	kg	1	0,003	0,003	5%	0,05	0,95	1,052631579	0,003	0,003
Tomillo	kg	5	0,003	0,015		0	1	1	0,003	0,015
Romero	kg	4	0,003	0,012		0	1	1	0,003	0,012
<b>Total:</b>										1,65
<b>P.V.P:</b>										4,94
<b>Total 3:</b>										6,56

Pax:

1 Artículo:

Sopa de Garbanzos

insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad *	Costo *
Cebolla perla	kg	2,87	0,033	0,09471	5%	0,05	0,95	1,1	0,03	0,1
Ajo	kg	4,8	0,001	0,0048	5%	0,05	0,95	1,1	0,00	0,0
Tomates	kg	1,94	0,083	0,16102	5%	0,05	0,95	1,05	0,09	0,2
Albahaca	kg	1	0,007	0,007	5%	0,05	0,95	1,1	0,01	0,0
Garbanzos	kg	3	0,067	0,201		0	1	1,0	0,07	0,2
Perejil	kg	0,61	0,003	0,00183	5%	0,05	0,95	1,1	0,00	0,0
Laurel	kg	5	0,003	0,015		0	1	1,0	0,00	0,0
			<b>total:</b>	0,49					<b>Total:</b>	0,50

<b>P.V.P:</b>	1,50
<b>Total 3:</b>	1,99
<b>P.V.Ptotal (200):</b>	5,98

Pax: 1 Artículo:

Corvina a las Fina hierbas

Insuomos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad *	Costo *
									F.Desecho	(C*F.D)
Corvina	kg	23,21	0,151	3,50471	5%	0,05	0,95	1,1	0,16	3,689
ajo	kg	4,8	0,033	0,1584		0	1	1,0	0,03	0,158
Romero	kg	4	0,033	0,132		0	1	1,00	0,03	0,132
Albahaca	kg	1	0,033	0,033	5%	0,05	0,95	1,1	0,03	0,035
Perejil	kg	0,61	0,033	0,02013	5%	0,05	0,95	1,1	0,03	0,021
Tomillo	kg	5	0,017	0,085		0	1	1,0	0,02	0,085
Cebolla perla	kg	2,87	0,033	0,09471	5%	0,05	0,95	1,1	0,03	0,100
<b>Total:</b>										4,22
<b>P.V.P:</b>										12,66
<b>Total 3:</b>										16,84

Pax: 1 Artículo: 1

Tilapia en salsa rosa

insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad * F.Desecho	Costo * (C*F.D)
Tilapia	kg	14,3	0,1	1,43	5%	0,05	0,95	1,1	0,11	1,505
Harina de maiz	kg	1,85	0,2	0,37		0	1	1,0	0,20	0,370
tomates grandes	kg	1,94	0,5	0,97		0	1	1,00	0,50	0,970
Perejil	kg	0,61	0,005	0,00305		0	1	1,0	0,01	0,003
Ajo	kg	4,8	0,01	0,048		0	1	1,0	0,01	0,048
Cebolla perla	kg	2,87	0,1	0,287		0	1	1,0	0,10	0,287
Crema leche	kg	6,6	0,05	0,33		0	1	1,0	0,05	0,330
<b>Total:</b>										3,51
<b>P.V.P:</b>										10,54
<b>Total 3:</b>										14,02

Pax 1 Artículo: 1

Pollo al Pocho

insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad * F. Desecho	Costo * (C*F.D)
Filete de pollo	kg	7,5	0,1	0,75	5%	0,05	0,95	1,1	0,11	0,79
Ajo	kg	2,4	0,05	0,12	5%	0,05	0,95	1,1	0,05	0,13
Perejil	kg	0,61	0,1	0,061		0	1	1,00	0,10	0,06
Vino Blanco	L	6,5	0,1	0,65		0	1	1,0	0,10	0,65
<b>Total:</b>										1,63
<b>P.V.P:</b>										4,88
<b>Total 3:</b>										6,49

Pax: 1 Artículo

Carne con verduras

insumos	u/ m	costo unidad	cantida d	costo receta	% Desperdicio s	Peso de desech o	peso util	Factor de desperdici o	Cantidad * F.Desecho	Costo * (C*.F.D)
Carne	kg	8,3	0,15	1,245		0	1	1,0	0,15	1,245
Cebolla perla	kg	2,87	0,1	0,287	5%	0,05	0,95	1,1	0,11	0,302
Apio	kg	1,48	0,1	0,148		0	1	1,00	0,10	0,148
Zanahoria	kg	1	0,1	0,1	5%	0,05	0,95	1,1	0,11	0,105
Tomate	kg	1,94	0,1	0,194	5%	0,05	0,95	1,1	0,11	0,204
<b>Total:</b>										2,00
<b>P.V.P:</b>										6,01
<b>Total 3:</b>										8,00

Pax: 1 Artículo:

Mousse de chocolate

insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad *	Costo *
									F.Desecho	(C*F.D)
Chocolate negro	kg	13,68	0,083	1,13544		0	1	1,0	0,08	1,135
Mantequilla	kg	9,8	0,033	0,3234		0	1	1,0	0,03	0,323
Azúcar	kg	1,1	0,033	0,0363		0	1	1,00	0,03	0,036
Huevos	u	0,12	6	0,72		0	1	1,0	6,00	0,720
Crema de leche	kg	6,6	0,033	0,2178		0	1	1,0	0,03	0,218
<b>Total:</b>										2,43
<b>P.V.P.:</b>										7,30
<b>Total 3:</b>										9,71

Pax: 1 Artículo:

Helado con frutos rojos

insumos	u/m	costo unidad	cantidad	costo receta	% Desperdicios	Peso de desecho	peso util	Factor de desperdicio	Cantidad *	Costo *
									F.Desecho	(C*F.D)
Helado de vainilla	kg	46	0,10	4,6		0	1	1,0	0,10	4,600
Franbuesas	kg	5	0,1	0,5		0	1	1,0	0,10	0,500
Moras	kg	3,5	0,1	0,35		0	1	1,00	0,10	0,350
Fruittillas	kg	4	0,1	0,4	5%	0,05	0,95	1,1	0,11	0,421
Azúcar	kg	1,1	0,1	0,11		0	1	1,0	0,10	0,110
<b>Total:</b>										5,98
<b>P.V.P.:</b>										17,94
<b>Total 3:</b>										23,86

variable/periodo		años										Promedio anual 2007 - 2011				
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	TC	12,8	-2,0	2,7		2,8	6,6		
Ecuatorianos	jul-sep	5.840														42.106
	oct-dic <sup>es</sup>	8.501	ene-dic	59.174	ene-dic	29.740	ene-dic	37.033	ene-dic	45.806	ene-dic	38.776	ene-dic	31.510		420.457
Extranjeros	jul-sep	136.287														420.457
	oct-dic <sup>es</sup>	123.426	ene-dic	358.679	ene-dic	441.759	ene-dic	424.832	ene-dic	428.415	ene-dic	448.602	ene-dic	488.044		462.563
Total	jul-sep	142.127														462.563
	oct-dic <sup>es</sup>	131.928	ene-dic	417.853	ene-dic	471.499	ene-dic	461.865	ene-dic	474.221	ene-dic	487.378	ene-dic	519.555		462.563
TC			12,8	-2,0	2,7	2,8	6,6									

Figura 16. Estadísticas de Quito Turismo 1

Llegadas internacionales Turistas no residentes		años													
País de nacionalidad	abr-jun	jul-sep	oct-dic <sup>e1</sup>	2007		2008		2009		2010		2011		2012	
				ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic		
Estados Unidos	39.132	38.851	30.560	117.965	137.145	129.755	121.864	130.322	138.323	26,6%					
Colombia	17.037	16.833	16.535	47.048	52.106	43.430	51.412	52.109	64.387	12,4%					
Ecuador	5.521	5.840	8.501	59.174	29.740	37.033	46.847	37.985	31.510	6,1%					
España	8.214	10.307	7.345	23.631	28.061	32.514	31.834	32.928	33.877	6,5%					
Venezuela	4.647	5.962	9.007	10.818	16.149	19.488	18.782	21.726	23.884	4,6%					
Canadá	4.556	4.035	4.545	13.254	15.887	15.696	16.010	16.914	18.032	3,5%					
Alemania	4.078	5.974	4.832	13.905	16.722	16.567	15.720	16.810	18.246	3,5%					
Argentina	4.068	4.249	3.848	8.683	11.393	10.625	13.396	14.885	16.480	3,2%					
Reino Unido	4.348	4.044	3.497	18.068	20.324	17.438	14.144	14.284	13.824	2,7%					
Francia	3.163	4.170	3.290	10.921	13.487	13.560	13.277	12.750	12.046	2,3%					
Perú	3.686	4.014	3.616	8.779	10.051	10.812	10.624	11.949	14.081	2,7%					

Figura 17. Estadísticas Quito Turismo 2



Llegadas internacionales Turistas no residentes		años										Promedio anual 2007 - 2011
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007 - 2011				
Variable/periodo	jul-sep	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	
<b>Grupo de edad</b>												
de 0 a 10 años	7.342	5.585	24.976	24.077	25.123	25.188	24.146	24.137	24.702			
de 11 a 20 años	13.313	6.626	34.563	37.465	36.970	37.485	37.427	37.354	36.782			
de 21 a 30 años	23.648	21.640	75.871	83.194	85.251	86.350	84.157	87.625	82.965			
de 31 a 40 años	28.748	28.701	86.594	96.481	96.255	102.397	102.076	109.609	96.761			
de 41 a 50 años	27.965	26.051	77.113	87.720	84.867	88.619	93.210	101.865	86.306			
de 51 a 65 años	30.915	31.039	88.030	104.961	97.591	99.048	107.922	115.885	99.510			
más de 65 años	9.541	11.570	29.189	35.689	33.373	32.950	36.488	40.953	33.538			
no informa	655	717	1.517	1.912	2.435	2.183	1.952	2.128	2.000			
<b>Total</b>	<b>142.127</b>	<b>131.928</b>	<b>417.853</b>	<b>471.499</b>	<b>461.865</b>	<b>474.221</b>	<b>487.378</b>	<b>519.555</b>	<b>462.563</b>			

Figura 18. Estadísticas Quito Turismo 3

Variable/periodo		años												Promedio anual 2007 - 2011	
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007 - 2011							
<b>Llegadas internacionales Turistas no residentes</b>															
		ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	
<b>Motivo del viaje</b>	jul-sep	oct-dic <sup>el</sup>	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	ene-dic	
Turismo	102.824	93.440	321.605	360.386	345.714	362.503	382.402	380.279	354.522						
Estudios	730	351	1.130	1.065	1.034	1.113	1.673	2.329	1.203						
Negocios	6.765	8.060	12.814	11.544	8.966	8.423	15.138	29.541	11.377						
Eventos	12.909	11.250	12.089	10.098	5.768	9.064	22.020	39.644	11.808						
Residencia	7.540	7.220	29.880	24.508	23.715	35.125	26.647	25.677	27.975						
Otros	11.359	11.607	40.335	63.898	76.668	57.992	39.498	42.085	55.678						
<b>Total</b>	<b>142.127</b>	<b>131.928</b>	<b>417.853</b>	<b>471.499</b>	<b>461.865</b>	<b>474.221</b>	<b>487.378</b>	<b>519.555</b>	<b>462.563</b>						

Figura 19. Estadísticas Quito Turismo 4

The screenshot shows the Mercado Libre search results for 'refrigeradora industrial'. The page features a yellow header with the Mercado Libre logo and navigation links. Below the header, there is a search bar with the query 'refrigeradora industrial' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are links for 'Regístrate', 'Ingresa', and 'Vender', along with a '¿?' icon and the text 'Anuncios aquí'. Below the search bar, there are three search filters: 'MercadoClicks', 'Iaconconsultants.us - www.iaconsultants.us - Zebra,envois,codigo De Barra,pvc Impresora,escaner, Identificación', and 'De'. The main content area displays three search results, each with a thumbnail image, a title, a description, a price, and a location. The first result is 'Vendo Congelador Industrial' with a price of 'U\$S 480' and location 'Pichincha ( Quito )'. The second result is 'Vendo Congelador Industrial Marca Inducol, Precio Negociable' with a price of 'U\$S 4.5' and location 'Guayas'. The third result is 'Congeladores Industriales' with a price of 'U\$S 2.800,00' and location 'Artículo usado Guayas'. A 'Categorías' sidebar is visible on the left side of the page, listing various categories and their counts.

**Categorías**

- Electrodomesticos (93)
- Otras categorías (2)
- Cocina (3)
- Servicios (2)
- Accesorios para Vehic... (1)
- Accesorios y decoración (1)
- Coleccionables (1)
- Otros (1)

**Ubicación**

- Pichincha ( Quito ) (61)
- Guayas (35)
- Azuay (2)
- Lola (1)
- Manabí (1)
- El Oro (1)
- Santo Domingo de los Ts... (1)
- Santa Elena (1)

refrigeradora industrial

Regístrate | Ingresa | Vender | ¿? | Anuncios aquí

MercadoClicks | Iaconconsultants.us - www.iaconsultants.us - Zebra,envois,codigo De Barra,pvc Impresora,escaner, Identificación

Vendo Congelador Industrial

Vendo Congelador Industrial

Vendo Congelador Industrial Marca Inducol, Precio Negociable

U\$S 480

Pichincha ( Quito )

U\$S 4.5

Guayas

U\$S 2.800,00

Artículo usado

Guayas

Figura 20. Costo de congelador

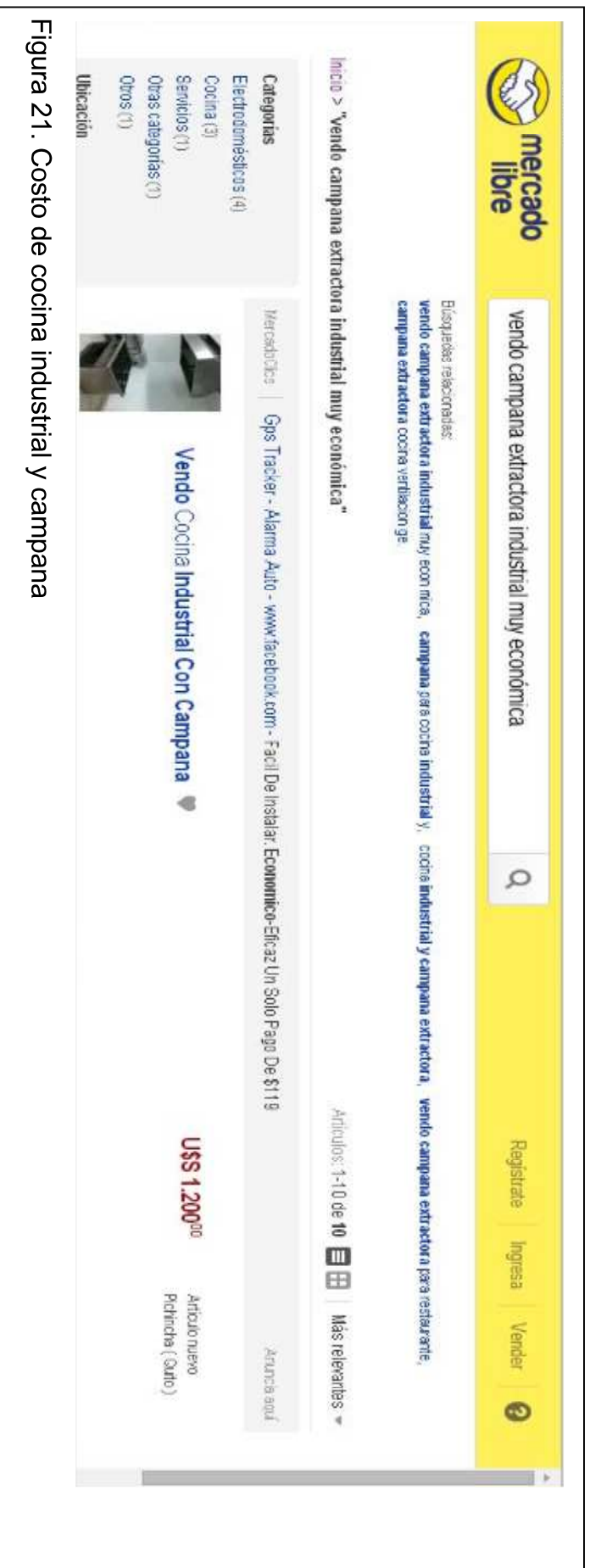


Figura 21. Costo de cocina industrial y campana

**refrigeradora industrial**

[MercadoClics](#) | [Idconsultants Us - www.idconsultants.us](#) - [Zebra, evolis, codigo De Barra, pvc Impresora, escaner](#) · [Identificación](#)

[Regístrate](#) | [Ingresa](#) | [Vender](#)

**Categorías**

- Electrodomésticos (93)
- Otras categorías (2)
- Cocina (3)
- Servicios (2)
- Accesorios para Vehic... (1)
- Accesorios y decoración (1)
- Coleccionables (1)
- Otros (1)

**Ubicación**

- Pichincha (Quito) (61)
- Guayas (35)
- Azuay (2)
- Loja (1)
- Manabí (1)
- El Oro (1)
- Santo Domingo de los Ts... (1)
- Santa Elena (1)
- Tungurahua (1)

**Rango de precios**

Hasta U\$8450 (50)

U\$8450 a U\$84,500 (53)

Más de U\$84,500 (1)

**O refinar por**

Envío gratis (3)

Nuevo (31) | Usado (69)

**Refrigeradora Industrial**

**Refrigeradora Industrial**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

**Congeladores Industriales**

**Congeladores Industriales**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

**Vendo Congelador Industrial**

**Vendo Congelador Industrial**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

**Refrigeradora Industrial**

**Refrigeradora Industrial**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

**Congeladores Industriales**

**Congeladores Industriales**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

**Vendo Congelador Industrial**

**Vendo Congelador Industrial**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

**Refrigeradora Industrial**

**Refrigeradora Industrial**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

**Congeladores Industriales**

**Congeladores Industriales**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

**Vendo Congelador Industrial**

**Vendo Congelador Industrial**

ALMACENES - PANAMA - Antioquia

Figura 22. Precio de refrigerador

The screenshot shows the Mercado Libre search results page for 'meson de acero inoxidable'. The page layout includes a yellow header with the Mercado Libre logo and navigation buttons (Registrarse, Ingresar, Vender). Below the header is a search bar containing the text 'meson de acero inoxidable' and a magnifying glass icon. A list of related search terms follows: 'Búsquedas relacionadas: pallas industriales, mesones de acero inoxidable, carpas para industrial, bandejas acero, mesas de acero inoxidable'. The breadcrumb trail reads 'Inicio > "meson de acero inoxidable"'. A filter bar indicates 'Artículos: 1-50 de 101' and 'Más relevantes'. A 'Categorías' sidebar lists various product categories with item counts. The main product listing shows a search for 'Mesones De Acero Inoxidable Quirúrgico 304' with a price of 'U\$S 600000' and a 'Nuevo' badge. A 'Mercaditos' section lists 'Alarmas Inalambricas' with a price of 'U\$S 89.99'. A small image of a kitchen sink is visible on the left side of the main listing area.

**mercado libre**

meson de acero inoxidable

Búsquedas relacionadas: pallas industriales, mesones de acero inoxidable, carpas para industrial, bandejas acero, mesas de acero inoxidable.

Inicio > "meson de acero inoxidable"

Artículos: 1-50 de 101 Más relevantes

**Categorías**

- Cocina (25)
- Joyas (12)
- Relojes (12)
- Muebles (7)
- Electrodomésticos (3)
- Servicios (3)

Mercaditos | Alarmas Inalambricas - www.rtrinspajer.com - Para Casa Local Taller Fina A Negoci A Solo \$ 89.99 Somos Distribuidores

**Mesones De Acero Inoxidable Quirúrgico 304**

**U\$S 600000** Artículo nuevo

Leña

Arrendar casa Villa...

Figura 23. Precio de Mesón





**HERMINIA SANCHEZ E HIJOS CIA LTDA**  
 ANTONIO MARCHENA Oe3-54 Y ANTONIO DE ULLOA  
 Telefono: 2549728 / 2904543  
 RUC 1791793294001

**PROFORMA N°**  
 00000550  
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL  
 Resolución No 429 del 28/12/2005

<b>FECHA:</b>	Quito, 28 de Abril de 2014
<b>CLIENTE:</b>	00000000000000000000 SOPH VILLADO
<b>RUC:</b>	1791793294001
<b>DIRECCIÓN:</b>	
<b>TELÉFONO:</b>	
<b>Ciudad:</b>	QUITO

Cant.	Cod.	Detalle	Precio	Desc.	P. Unt.	P. Total
4.00	UM030	CALDERO RECORTADO 25 CM.	14.1600	5%	13.4425	53.77
2.00	UM030	CALDERO RECORTADO 22 CM.	8.5200	5%	8.1035	24.31
3.00	UM027	CALDERO RECORTADO 16 CM.	4.7600	5%	4.5220	13.57
3.00	ADY410	SARTEN OPTIMA 3 TEFLON MANGO AISLANTE 12"	42.5100	5%	40.4795	121.44
2.00	ADY409	SARTEN OPTIMA 3 TEFLON MANGO AISLANTE 10"	30.9400	5%	29.3905	58.79
1.00	ADY1007	SARTEN TEFLON 20 CM ALEGRO Y EXTRA	29.5100	5%	28.0345	28.03
2.00	ADY169	COLADOR DOBLE MALLA C/REFUERZO 26 CM	10.5900	5%	10.0605	20.12
5.00	ADY332	TABLA PICAR 18/24 ALTA DENSIDAD AMARILLA	60.6400	5%	57.7960	288.99
3.00	ADY285	PINZA AISLADA N. BLANCO 12"	7.0300	5%	6.6785	20.04
3.00	ADY237	CUCHARÓN OPTIMA 4 OZ.	3.2400	5%	3.1485	9.43
4.00	ADY429	CUCHARETA SÓLIDA 13"	2.4500	5%	2.3275	9.42
2.00	ADY452	BATIDOR FRANCÉS 14"	10.8900	5%	10.3005	20.60
2.00	ADY181	ESPUMADERA ARÁÑA 6"	6.8500	5%	6.5075	13.02
2.00	IND280	RALLADOR SIS 4 LADOS 9"	10.2700	5%	9.7565	19.51
3.00	ADY290	ESPÁTULA ALTA TEMPERATURA 14"	11.4305	5%	10.8520	32.56
4.00	TR037	CUCHILLO PICARIN. #12 MASTER BL/CO.	14.7000	5%	13.8700	55.48
2.00	TR034	FUNTILLA MASTER C/ PLASTICO	2.3500	5%	2.2325	4.47
1.00	TR041	CUCHILLO PAL 12" PROFESS. MAST.	8.6100	5%	8.1795	8.18
1.00	IND039	PERFORADORA PATATA REDONDO	2.3700	5%	2.2515	2.25
1.00	TR007	ABRILYAG 2000S/100	19.0200	5%	18.0690	18.07

**MENAJE PROFESIONAL HOTELERO**

	Subtotal:	535.84
	12% IVA	100.31
	<b>TOTAL:</b>	<b>636.15</b>

**VALOR DE LA PROFORMA:** 5 Días Laborables  
**TOTAL A PAGAR:** Inconveniente Thomas / Ses Ochoas Oca 28/03/14  
**FORMA DE PAGO:** Efectivo o cheque a nombre de HERMINIA SANCHEZ E HIJOS CIA LTDA

\_\_\_\_\_  
 JEFE DE VENTAS

\_\_\_\_\_  
 GEORGI SACURDO  
 DEPARTAMENTO DE VENTAS

Matriz : Santa Clara, Antonio Marchena Oe 3-54 y Antonio de Ulloa Telf. 2549728 / 2904543  
 Telefax 2544984 Email ventas@jimenez.com.ec

Figura 25. Proforma 2



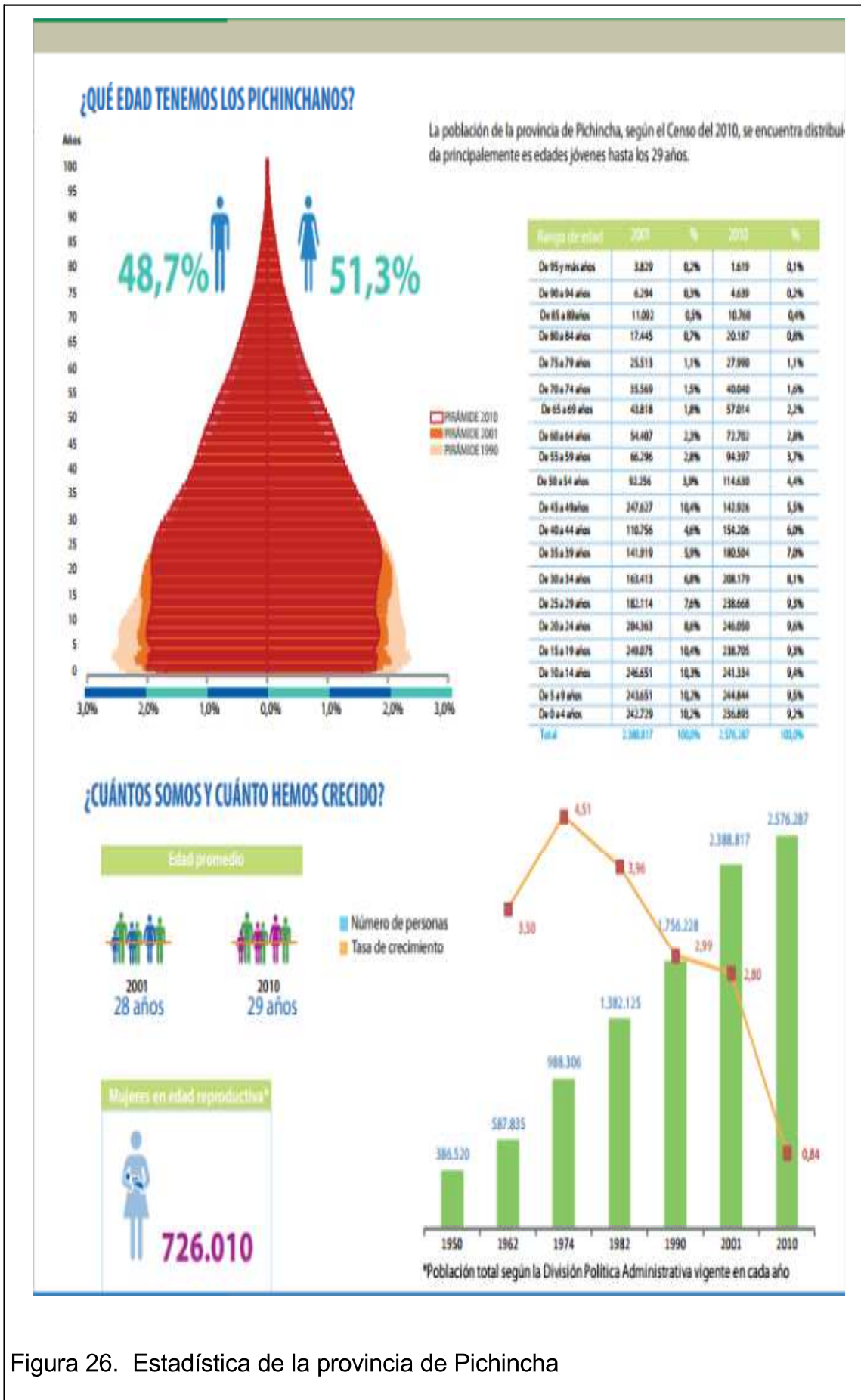


Figura 26. Estadística de la provincia de Pichincha



Figura 27. Estadísticas de los cantones de Pichincha



Figura 28. Estadísticas del cantón Quito

**La Hora Nacional**  
LO QUE NECESITAS SABER

Google® Búsqueda personalizada **BUSCAR**

FOROS EDICIÓN IMPRESA TITULARES CONTÁCTENOS

INICIO DEPORTES OPINIÓN VIDA SOCIAL **PAIS** AVISOS CLASIFICADOS SOCIEDAD SERVICIOS REVISTA JUDICIAL MUNDO CÓDIGO DE ÉTICA

UCES ECONOMÍA ARTES JUAN PABLO II - SANTO PORTADAS SEMANA SANTA ASS MÓVIL

Asamblea Nacional | Justicia | Pregúntale al Cónsul

**PAIS**

## El síndrome del intestino irritable

Viernes, 1 de Marzo de 2002

Generalmente, una persona no les presta atención a los dolores de barriga y en muchos casos se conforman con tomar alguna medicina y se acabó. Se olvidan de las consecuencias que repercuten en algún momento a su salud.

Este es el caso del síndrome del intestino irritable que es un enfermedad silenciosa que afecta al colon y a los niveles superiores del tracto gastrointestinal.

La incidencia de este mal es elevada pues se estima que entre un 30 y un 45 por ciento de los pacientes que se atienden en las consultas ambulatorias de gastroenterología padecen los síntomas iniciales de esta enfermedad, especialmente durante la segunda y tercera década de vida de las personas.

El síndrome de intestino irritable es un problema con los intestinos, los cuales tienden a contraerse con demasiada fuerza o insuficiente y hacen que los alimentos se muevan demasiado aprisa o demasiado lento a través de los mismos.

Uno de los órganos que más sufre debido a estas alteraciones es el intestino largo, también llamado colon, es por eso que a esta enfermedad también se la conoce como la colitis ulcerosa.

facebook.com/lahoraecuador

twitter.com/lahoraecuador

**REGIONALES / NACIONAL**

Nacional	Loja
Quito	Los Rios
Carchi	Manabí
Cotopaxi	Tungurahua
Esmeraldas	Santo Domingo
Imbabura	El Oro
Zamora	

**Me gusta** A 72 568 personas les gusta esto.

Figura 29. Artículo del periódico La Hora

**Ministerio de Turismo****LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

....., ..... de ..... del.....

Señores

Autoridades, Inspectores, Agentes de Policía, etc. de la  
 PROVINCIA DE PICHINCHA

**EL MINISTERIO DE TURISMO**, en uso de las atribuciones previstas en le Ley de Turismo y su Reglamento de Aplicación vigente, visto en el Registro de Inscripción N° ..... **-Folio N°** .....y una vez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede la presente **LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**, al establecimiento denominado:

“ ..... ”

**Actividad** :  
**Tipo** :  
**Propietario** :  
**Categoría** :  
**Capacidad** :                      **Mesas/Hab.:**              **Plazas:**  
**R.U.C.** :  
**Dirección** :  
**Ciudad** :  
**Provincia** :  
**Cantón** :

El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad a la Ley de Turismo y Reglamentos vigentes.

**SR/A** .....

**DIRECTOR DE REGULACION Y CONTROL**

**Queda anotado en el Libro con el N° .... DRC, y tendrá validez hasta.....**

ESTA LICENCIA NO PODRÁ SER RETIRADA, NI INTERRUMPIDA POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACION DEL MINISTERIO DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES.

**IMPORTANTE:**

Cualquier cambio de dirección, propietario o cierre del establecimiento de su representación, debe ser comunicado al **MINISTERIO DE TURISMO**.

**Tomado del Ministerio de Turismo**

Tabla 48: Permiso LUAF

<b>SOLICITUD DE LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LUAF) PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS</b>				
Fecha: _____				
No. Registro:	_____	Nuevo:	_____	Renovación:
Propietario / Persona jurídica: _____				
Representante legal: _____				
Nombre del establecimiento: _____				
Registro Único de Contribuyentes (RUC): _____		N° Político Municipal:		_____
Cédula de Ciudadanía / Pasaporte: _____				
UBICACIÓN				
Parroquia:		Sector:		_____
Administración zonal:		Calle:		_____
No. _____	Transversal:		_____	
Referencias de ubicación: _____				
Teléfono: _____	Fax: _____	Celular: _____	_____	
Pág. Web: _____		E-mail: _____		
CLASIFICACIÓN				
<input type="checkbox"/> Agencias de viaje	<input type="checkbox"/> Casinos y Salas de juego			
<input type="checkbox"/> Transporte turístico	<input type="checkbox"/> Recreación, diversión y esparcimiento			
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Intermediación			
<input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas				
Tipo: _____				
Categoría: _____				
DECLARACIÓN JURAMENTADA				
Yo, _____, por mis propios derechos (o en representación de la persona jurídica identificada líneas arriba) solicito que la Empresa y la Administración Municipal competente procedan con las inspecciones respectivas a la normativa turística vigente. Declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo a acatar fielmente las disposiciones correspondientes a las leyes y ordenanzas aplicables.				
_____ <b>DECLARANTE</b> Céd. / Pasaporte No. _____				



Figura 30. Portada de carta



Entradas.		Platos Fuertes.	
<b>Camarones a la plancha</b> Fritura casera que son acompañada de salsa con cebolla.	<b>TOTAL</b> 8,31	<b>Coriina a las Finas Hierbas</b> Pasa de Coriina salada en salsa de Pasa Verde acompañada de papa frita y con una sencilla salsa de tomate, aceitunas y queso de queso de queso.	<b>Precio</b> 13,55
<b>Crepita a la Triada</b> Desecho empollado con delicioso queso mozzarella sencilla salsa y Pasa (queso). Cabeza solo con su muy especial salsa de queso.	8,47	<b>Thiapia en Salsa Rossa</b> Pasa de thiapia con queso de queso de queso de queso con un toque de queso de queso de queso de queso acompañada de papas fritas y salsa de tomate, queso mozzarella y cebolla verde.	10,84
<b>Hongos asados</b> Fritura de hongos parmesano asado, acompañado con una salsa de soja, ajo, pimienta y sal.	6,99	<b>Pollo al Pochu</b> Cabeza de pollo pochado con papas y queso mozzarella acompañado de salsa de tomate y queso de queso de queso acompañado de papas fritas y salsa de tomate, queso mozzarella y cebolla verde.	6,27
<b>Sopas.</b> <b>Menerón</b> Algunas sopa salada a base de caldo de vaca de un con cebolla.	8,85	<b>Carne con Verduras</b> Cabeza de carne con verduras acompañada de papas fritas y salsa de tomate y queso de queso de queso acompañado de papas fritas y salsa de tomate, queso mozzarella y cebolla verde.	7,96
<b>Sopa de garbanzo</b> Deliciosa sopa de lentejas, Pasa y garbanzo acompañado de queso y cebolla.	6,99	<b>Helado de vainilla con frutos rojos</b> Deliciosa helado de vainilla acompañado de frutos de frutos rojos.	7,05
		<b>Mousse de chocolate</b> Deliciosa mousse de chocolate con queso de queso acompañado de papas fritas y salsa de tomate, queso mozzarella y cebolla verde.	7,28
		<b>Bebidas.</b>	
		<b>Agua</b>	1,00
		<b>Gaseosa</b>	1,50
		<b>Café Americano</b>	1,20
		<b>Cerveza</b>	2,50

Figura 31. Contenido de carta



# Tarjeta de Presentación.



Figura 32. Tarjeta de presentación

### **Modelo de contrato a plazo fijo**

Comparecen a la suscripción del presente Contrato, por una parte, la compañía ..... S.A., legalmente representada, por su Gerente General el Señor ..... a quien en adelante y para efectos de este Contrato se lo denominará “EL EMPLEADOR” ; y, por otra parte el señor ....., portador de la cédula de ciudadanía No..... por sus propios y personales derechos, a quien en adelante se lo denominará “EL TRABAJADOR”. Los comparecientes son mayores de edad, en pleno goce de su capacidad civil de ejercer derechos y contraer obligaciones; quienes libre y voluntariamente, convienen en la celebración de este contrato de trabajo a plazo fijo, contenido en las cláusulas que se detallan a continuación:

#### **Primera: Antecedentes**

- a) ..... S.A., es una persona jurídica, legalmente constituida, domiciliada en la ciudad de ....., cuya actividad comercial está encaminada a .....
- b) Del Trabajador.- El señor....., posee una amplia experiencia en . ....., lo cual evidencia su aptitud física e intelectual para la ejecución de la labor requerida por el empleador.

#### **Segunda: Objeto**

Con los antecedentes expuestos, “EL EMPLEADOR”, contrata los servicios lícitos y personales del señor ....., para que cumpla con las funciones de ....., a favor del empleador, en tal virtud, se compromete al eficaz desempeño de todas las disposiciones verbales o escritas, actividades y funciones inherentes al cargo que desempeñará; y, aquellas que emanen de la suscripción del presente acuerdo de voluntades, así como las prescritas en la legislación laboral pertinente.

A la suscripción de éste contrato de trabajo, “EL EMPLEADOR” entrega a “EL TRABAJADOR” un ejemplar del Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía ..... cuyas disposiciones se declaran incorporadas a este contrato y son de obligatorio cumplimiento. La desobediencia al Reglamento

Interno de Trabajo, constituirá causal más que suficiente para dar por terminado este contrato de trabajo.

### **Tercera: Lugar de Trabajo**

“EL TRABAJADOR”, se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales en las instalaciones de la compañía ubicadas en la calle..... del Distrito Metropolitano de Quito, pudiendo este cambiar cuantas veces así lo considere necesario “EL EMPLEADOR”, a cualquiera de las oficinas, sucursales o agencias de la compañía, a nivel nacional o regional, situación ésta, que declara ser conocida y aceptada por “EL TRABAJADOR”, sin que tal hecho se lo pueda considerar como despido intempestivo; y, sin que afecte o altere además la remuneración pactada o el cargo confiado.

### **Cuarta: Horario de trabajo**

“EL TRABAJADOR”, se compromete a laborar en jornadas de OCHO (8) horas diarias de lunes a viernes en el siguiente horario: de 8h00 a 12h00 y de 13H00 a 17h00. “EL TRABAJADOR”, acepta que en cualquier momento “EL EMPLEADOR”, por necesidades de la empresa, pueda modificar el horario en que se cumplirá con la prestación de los servicios personales.

Queda expresamente prohibido el trabajo suplementario ya se trate de horas suplementarias o extraordinarias de labor, excepto cuando sean expresamente autorizadas por escrito por el Empleador.

### **Quinta: Remuneración**

5.1.- Por los servicios efectivamente prestados por “EL TRABAJADOR”, éste percibirá un salario básico unificado de ..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD \$ .....), más los beneficios de orden legal, valores que en forma pormenorizada e individualizada se consignarán en el respectivo rol de pago mensual.

5.2.- De la cantidad indicada en el acápite anterior, se descontará al trabajador, sus aportaciones personales al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), su impuesto a la renta (de ser pertinente) y cualquier otra suma que determine la Ley o autoridad competente.

**Sexta: Plazo**

El plazo de éste contrato es de un año exclusivamente. Si ninguna de las partes expresa su voluntad de darlo por terminado, mediante el respectivo desahucio, con más de TREINTA (30) de días de anticipación, se entenderá que continuará vigente y en iguales condiciones por un año más exclusivamente.

**Séptima: Obligaciones del trabajador**

- a) Prestar sus servicios lícitos y personales en beneficio de “EL EMPLEADOR”, obligándose a cumplir las disposiciones verbales o escritas que sus inmediatos superiores le asignen.
- b) Cumplir con el horario y lugar de trabajo que le asigne “EL EMPLEADOR”, o su inmediato superior.
- c) Desempeñar sus funciones con total profesionalismo, incorporando al servicio de “EL EMPLEADOR” todos sus conocimientos técnicos, científicos en el área para el cual se le contrata.
- d) Cumplir con todas y cada una de las funciones que se indican en el Manual de Funciones, suscrito entre los comparecientes y que forma parte integrante de éste contrato.
- e) Cumplir y hacer cumplir todas y cada una de las disposiciones del Reglamento Interno de Trabajo de la compañía contratante.
- f) (Enumerar todas las obligaciones a las cuales esté sujeto el trabajador)

**Octava: Confidencialidad**

En vista de que “EL TRABAJADOR” tendrá acceso a información Confidencial de propiedad exclusiva de “EL EMPLEADOR”; así como a la proveniente de los clientes del mismo, por tanto, el trabajador, se compromete a guardar absoluta reserva y confidencialidad respecto a toda la información a la que tenga acceso. Por tanto, todos los documentos, cartas, planes, proyectos comerciales, estudios de mercado, bases de datos, lista de clientes, estrategias de negocios, sistemas informáticos, códigos, contraseñas, contratos y demás instrumentos privados relacionados a su trabajo, e información a la que tenga

acceso, será objeto de escrupulosa reserva y permanecerá dentro de las oficinas de “EL EMPLEADOR”. Será prohibido para “EL TRABAJADOR” efectuar reproducciones, copias o compulsas de los asuntos descritos, así como de divulgar la confidencial información a terceros. La confidencialidad, como salvaguarda de la integridad de la información de propiedad de “EL EMPLEADOR”, se mantendrá, vigente hasta DOS (2) años después de la fecha de terminación de éste contrato.

#### **Novena: Jurisdicción y competencia**

Para el evento de controversia entre las partes; resultantes dentro de la ejecución del presente contrato, éstas renuncian domicilio y se someten a los jueces competentes del trabajo del cantón .....; y, al trámite Oral, previsto en el Código del Trabajo vigente, sin perjuicio, de la facultad legal del accionante de optar previamente por la vía administrativa.

#### **Décima: Domicilios**

El empleador manifiesta que su domicilio principal está ubicado en .....; en tanto que el trabajador declara que su domicilio y residencia habitual la tiene ubicada en .....

#### **Décima primera: Aceptación y ratificación**

Las partes contratantes aceptan y ratifican todas y cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses, firmando para constancia y validez en unidad de acto, ante el Inspector del Trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en esta ciudad de ....., a los ..... días del mes de ..... del año .....

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

**C. Cl. No.**

Tomado de Foros Ecuador