



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
SUDAMERICANO
QUITO - ECUADOR

ESCUELA DE
GASTRONOMÍA

PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PIZZERÍA CON
TEMÁTICA DE HORROR ACTUAL Y ANTIGUO EN LA CIUDAD DE SANGOLQUÍ”**

AUTOR: VILLA NUÑEZ CHRISTOPHER DANIEL

TUTOR: Mtr. ALMEIDA REINA MARÍA BELÉN

Distrito Metropolitano de Quito, abril 2024

AUTORÍA

Yo, Christopher Daniel Villa Núñez, portador de la cédula de ciudadanía 1805174933, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional y que he consultado e investigado en base a las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. Esta investigación no contiene plagio alguno y es resultado de un trabajo serio desarrollado en su totalidad por mi persona.

Villa Núñez Christopher Daniel

CERTIFICACIÓN

Una vez que se ha culminado la elaboración del proyecto de titulación cuyo tema es: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una pizzería con temática de horror actual y antiguo en la ciudad de Sangolquí”**, certifico que el mismo se encuentra habilitado para su defensa pública.

Mtr. María Belén Almeida Reina
Profesor de la Escuela de Marketing
Instituto Tecnológico Superior Sudamericano Quito

CERTIFICACIÓN

Por medio del presente certifico que el señor Christopher Daniel Villa Núñez, ha realizado y concluido su trabajo de titulación, cuyo tema es: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una pizzería con temática de horror actual y antiguo en la ciudad de Sangolquí”**, para obtener el título de Tecnólogo en Gastronomía, bajo mi tutoría.

Mtr. María Belén Almeida Reina
Director del Proyecto de Titulación

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a Dios por darme la vida y la oportunidad tan grande de cumplir uno de mis sueños.

A mis padres, quienes me han brindado su amor incondicional y han sido mi ejemplo de perseverancia y sacrificio: gracias por ser mis pilares y por creer en mí incluso cuando yo dudaba de mis propias capacidades. Su dedicación y esfuerzo han sido mi mayor motivación.

A mis hermanas, compañeras de risas, secretos: Su complicidad y cariño han llenado mi vida de alegría. Gracias por ser mi familia y mi amistad más preciada.

A mi mejor amiga, confidente y cómplice en todas mis locuras: has sido mi refugio en los momentos difíciles. Tu amistad ha sido un regalo invaluable. Gracias por estar siempre a mi lado y permanecer en mi vida.

A mi mejor amigo, compañero de risas, debates: nuestra amistad ha resistido el paso del tiempo y las distancias. Tu lealtad y sinceridad son tesoros que atesoro profundamente. Gracias por ser mi amigo y por compartir tantos momentos inolvidables.

Esta tesis es el resultado de años de esfuerzo, aprendizaje y dedicación. Cada página escrita lleva un pedacito de su amor y apoyo. A todos, mi más sincero agradecimiento.

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación la dedico a todas aquellas personas que siempre me han apoyado en este largo camino hasta el final, siendo mis padres, hermanas y amigos, siempre leales y su apoyo incondicional, sus palabras de aliento, sus abrazos en los momentos difíciles y su confianza inquebrantable han sido mi motor. A través de las noches de estudio, las dudas y los desafíos, siempre estuvisteis ahí, sosteniéndome.

RESUMEN

La pizzería de temática de horror, al fusionar elementos del terror antiguo y actual, presenta una experiencia gastronómica única e innovadora para sus clientes, con una ambientación cuidadosamente diseñada, buscando cautivar a un público diverso y consolidarse como un referente en el sector gastronómico local.

El objetivo de este proyecto fue establecer y posicionar la pizzería con temática de horror como un destino culinario destacado, ofreciendo una experiencia que combine lo mejor del horror antiguo y moderno para atraer y retener a una amplia base de clientes. Se llevó a cabo una investigación exhaustiva sobre las tendencias actuales en la industria de restaurantes temáticos, y se realizaron encuestas para comprender las preferencias del público objetivo.

Este proyecto logró atraer la atención de diversos grupos demográficos, desde aficionados al cine de terror hasta familias en busca de una experiencia nueva y divertida.

Metodológicamente se utilizó un enfoque mixto con diseño no experimental, a través de una revisión bibliográfica y análisis de mercado identificando los datos más relevantes de objeto de estudio. La tendencia propuesta resultó ser efectiva para atraer y retener clientes, posicionando a la pizzería como un destino gastronómico distintivo en el sector de Sangolquí.

El proyecto demostró ser factible y viable respaldado por los estudios realizados tanto demográfica, legal y financieramente, cumpliendo no solo con el objetivo principal sino también con cada objetivo específico planteado dentro del presente proyecto.

Palabras clave:

Pizzería, temática de horror, experiencia gastronómica, ambientación.

ABSTRACT

The horror-themed pizzeria, by fusing elements of ancient and current horror, presents a unique and innovative gastronomic experience for its customers, with a carefully designed setting, seeking to captivate a diverse audience and establish itself as a benchmark in the local gastronomic sector.

The goal of this project was to establish and position the horror-themed pizzeria as a leading culinary destination, offering an experience that combines the best of ancient and modern horror to attract and retain a broad customer base. Extensive research was conducted on current trends in the theme restaurant industry, and surveys were conducted to understand the preferences of the target audience.

This project managed to attract the attention of various demographic groups, from horror movie fans to families looking for a new and fun experience.

Methodologically, a mixed approach with a non-experimental design was used, through a bibliographic review and market analysis, identifying the most relevant data for the object of study. The proposed trend turned out to be effective in attracting and retaining customers, positioning the pizzeria as a distinctive gastronomic destination in the Sangolquí sector.

The project proved to be feasible and viable supported by the studies carried out demographically, legally and financially, fulfilling not only the main objective but also each specific objective set within this project.

Keywords:

Pizzeria, horror theme, gastronomic experience, setting.

ÍNDICE

1.	Introducción	1
2.	Justificación	2
3.	Antecedentes	3
4.	Objetivos	4
4.1.	Objetivo General	4
4.2.	Objetivos Específicos	4
5.	Marco Teórico	5
5.1.	Pizzería	5
5.1.1.	Elementos de una pizzería	5
5.1.2.	Pizzerías con temáticas	6
5.1.3.	Horror actual y horror antiguo	7
5.2.	Estudio de mercado	7
5.2.1.	Tipos de estudio de mercado	7
5.3.	Estudio técnico	8
5.3.1.	Calidad	8
5.3.2.	Eficiencia	9
5.4.	Estudio Financiero	9
5.4.1.	Inversión	9
5.4.2.	VAN	9
5.4.3.	TIR	9
6.	Desarrollo del Proyecto de Titulación	11
6.1.	Capítulo I: Estudio de mercado	11
6.1.1.	Caracterización del producto	11
6.1.2.	Sector industrial al que pertenece	11
6.1.3.	Caracterización del mercado consumidor	12
6.1.4.	Caracterización del mercado competidor	12

6.1.5.	Antecedentes y perspectivas del sector industrial.....	13
6.1.6.	La demanda	14
6.1.7.	La Oferta.....	16
6.1.8.	Demanda insatisfecha.....	19
6.1.9.	Segmentación.....	20
6.1.10.	Mercado Objetivo.....	21
6.1.11.	Marketing Mix	30
6.2.	Capítulo II: Estudio Técnico.....	34
6.2.1.	Capacidad del proyecto	34
6.2.2.	Tamaño óptimo del proyecto.....	34
6.2.3.	Estudio de localización.....	35
6.2.4.	Ingeniería del proyecto.....	39
6.2.4.1.	Flujograma de servicio	39
6.2.5.	Análisis Organizacional	41
6.2.6.	Análisis Legal	47
6.3.	Capítulo III: Estudio Financiero.....	50
6.3.1.	Presupuesto de ventas	50
6.3.2.	Costo de Ventas	50
6.3.3.	Necesidades de mano de obra y costos administrativos.....	51
6.3.4.	Inversión requerida	53
6.3.5.	Estado Financieros Proyectados	56
6.3.6.	Evaluación	59
7.	Conclusiones y Recomendaciones	63
7.1.	Conclusiones	63
7.2.	Recomendaciones.....	64
8.	Referencias.....	65

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Comportamiento histórico de la demanda.....	15
Ilustración 2 Comportamiento histórico de la oferta.	17
Ilustración 3 Demanda Insatisfecha	19
Ilustración 4 Encuesta	22
Ilustración 5 Tabulación de datos	23
Ilustración 6 Datos informativos.....	24
Ilustración 7 Pregunta 1.....	24
Ilustración 8 Pregunta 2.....	25
Ilustración 9 Pregunta 3.....	25
Ilustración 10 Pregunta 4.....	26
Ilustración 11 Pregunta 4.1	26
Ilustración 12 Pregunta 5.2.....	27
Ilustración 13 Pregunta 5.....	27
Ilustración 14 Pregunta 6.....	28
Ilustración 15 Pregunta 7.....	29
Ilustración 16 Pregunta 8.....	29
Ilustración 17 Logotipo	32
Ilustración 18 Territorio de influencia	36
Ilustración 19 Factores según su alcance geográfico	37
Ilustración 20 Evaluación de los factores de localización en cada zona.....	38
Ilustración 21 Selección de mejor zona.....	38
Ilustración 22 Presupuesto de ventas	50
Ilustración 23 Costo de Ventas	50
Ilustración 24 Necesidades de mano de obra.....	51
Ilustración 25 Presupuesto remuneración.....	51
Ilustración 26 Presupuesto de sueldos y salarios de colaboradores	52
Ilustración 27 Beneficios sociales colaboradores	52
Ilustración 28 Gastos Administrativos	52
Ilustración 29 Gastos Varios.....	53
Ilustración 30 Gastos de Depreciación.....	53

Ilustración 31 Gastos constitucionales	54
Ilustración 32 Inversión Inicial	54
Ilustración 33 Financiamiento de la inversión	55
Ilustración 34 Tabla de amortización	55
Ilustración 35 Estado de resultados	56
Ilustración 36 Flujo de Caja con apalancamiento	57
Ilustración 37 Flujo de Caja sin apalancamiento	58
Ilustración 38 Balance general	59
Ilustración 39 Determinación de VNA y TIR	60
Ilustración 40 Punto de Equilibrio	61
Ilustración 41 ROE	62
Ilustración 42 ROI	62
Ilustración 43 Análisis de Costo – Beneficio	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación Industrial Internacional Unificada.....	11
Tabla 2 Caracterización del mercado competidor	12
Tabla 3 Proyección de la demanda	15
Tabla 4 Empresas Ofertantes	16
Tabla 5 Participación en el mercado	17
Tabla 6 Participación de la oferta	18
Tabla 7 Demanda Insatisfecha.....	19
Tabla 8 Segmentación a priori.....	20
Tabla 9 Clasificación del segmento	21
Tabla 10 Precios.....	30
Tabla 11 Productos	30
Tabla 12 Capacidad máxima del proyecto	34
Tabla 13 Tamaño Óptimo del proyecto.....	35
Tabla 14 Ventajas y desventajas del territorio.....	37
Tabla 15 Materia Prima e Insumos	40
Tabla 16 Maquinaria y equipo.....	41
Tabla 17 Necesidad de Personal	47

1. Introducción

La industria gastronómica es un sector en constante evolución, donde la creatividad y la innovación son elementos clave para destacar y captar la atención de los consumidores. En este contexto, surge la idea de explorar un nicho específico dentro del mercado de la comida rápida: la creación de una pizzería con una temática única y atrapante, enfocada en el género del horror actual y antiguo.

Este proyecto de factibilidad se propone como un estudio exhaustivo para evaluar la viabilidad de establecer y operar una pizzería de este tipo en la ciudad de Sangolquí, Ecuador.

La ciudad de Sangolquí, ubicada en la provincia de Pichincha, es reconocida por su diversidad cultural y su creciente actividad comercial. A pesar de contar con una oferta gastronómica variada, existe un espacio para la introducción de propuestas innovadoras que satisfagan las demandas y preferencias específicas de ciertos segmentos de la población.

El objetivo de este proyecto es evaluar la viabilidad económica, técnica y financiera de la pizzería, considerando aspectos como la demanda del mercado, la ubicación del local, los costos de operación y la rentabilidad esperada, proporcionen una base sólida para la toma de decisiones y la planificación estratégica necesaria para llevar a cabo este emprendimiento con éxito.

2. Justificación

La apertura de una pizzería temática de terror no solo representa una oportunidad comercial única, sino también ofrece una experiencia inigualable para los amantes del género y para aquellos que buscan una experiencia gastronómica inmersiva. El género del terror cuenta con una base de seguidores apasionados y en crecimiento, como lo demuestra el éxito sostenido de películas, series de televisión, parques temáticos y eventos relacionados con el miedo.

En un mercado saturado de restaurantes y pizzerías, la diferenciación es crucial para destacar y atraer a los clientes. Una pizzería temática de terror se destacaría como un destino único, atrayendo no solo a los entusiastas del género, sino también a aquellos que buscan una experiencia memorable y emocionante que no pueden encontrar en ningún otro lugar, en cuanto a su ubicación la pizzería estará en la ciudad de Sangolquí, y su producto principal estará adaptado a la ambientación del lugar sin caer en excesos.

El público objetivo abarcará tanto a adolescentes como adultos. Desde eventos especiales en fechas festivas como “Halloween” hasta colaboraciones con artistas del género, pasando por promociones temáticas y experiencias exclusivas, el potencial para generar interés y atención es significativo.

Este proyecto no solo tiene beneficios comerciales, sino también un impacto cultural y social al proporcionar un espacio para que los aficionados al terror se reúnan y compartan su pasión, la pizzería contribuirá a la construcción de una comunidad y al fortalecimiento de los lazos sociales. Además, servirá como plataforma para promover el arte y la creatividad relacionados con el género del terror.

3. Antecedentes

El establecer una pizzería con temática de horror surge como una propuesta innovadora en el sector gastronómico ofreciendo un enfoque diferente a otro tipo de temáticas como las de época o la de videojuegos.

A lo largo del tiempo los restaurantes temáticos han demostrado su capacidad para atraer a un público diverso y ofrecer experiencias únicas. En particular, los restaurantes con enfoque en el género del terror han ganado popularidad, cautivando a amantes del cine, fanáticos de lo macabro y curiosos en busca de emociones intensas.

Existen así mismo varios restaurantes en el mundo que ofrecen una temática similar, cada una con su especialidad, como es el establecimiento “La Extraña Pizza” ubicado en el país de México en el cual rinde homenaje a las películas de Tim Burton de los años 80, en el cual, se disfruta de bebidas calientes, refrigerios y pizza con temática de fantasmas. (Arcos, 2023).

En Estados Unidos, podemos encontrar el famoso “Jekyll & Hyde Club”. Este restaurante y bar está diseñado para exploradores excéntricos y científicos locos. Ofrece un menú inusual y bizarro, junto con shows en vivo y efectos especiales espeluznantes. (Javil, 2018).

En Ecuador a la presente fecha no se registra establecimientos que ofrezcan este tipo de temática; si bien existen lugares especializados en dar un servicio de terror como es la tradicional “Casa del terror”, esta únicamente se enfoca en el entretenimiento de su público, sin embargo, no cuenta con un menú o algún tipo de alimento, por lo cual el presente proyecto pretende aplicar este elemento de excentricidad en un restaurante temático dentro del Ecuador.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Establecer y posicionar una pizzería con temática de horror, ofreciendo una experiencia única que combine elementos de este género en cuanto a la música, ambientación, atrayendo a un público diverso y consolidándose como un referente en el sector gastronómico en la ciudad Sangolquí.

4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita comprender el perfil demográfico y los hábitos de consumo del mercado objetivo, identificando preferencias y tendencias relacionadas con la gastronomía temática y el entretenimiento de horror.
- Realizar un estudio técnico legal para identificar la ubicación del proyecto, así como las leyes y ordenanzas que sean aplicadas dentro del proyecto de factibilidad mediante la investigación de las mismas.
- Realizar un estudio financiero para determinar la inversión inicial requerida y establecer precios competitivos que generen márgenes de ganancia sostenibles a través de cálculos y formulas.

5. Marco Teórico

5.1. Pizzería

Es un restaurante en el que se consumen pizzas y sus variedades (calzone, costrini, brusceti, etc.) en el que casi siempre es posible encontrar también otro tipo de comida. (AGAMA, 2009).

5.1.1. Elementos de una pizzería

Según (Ditaly, 2024) indica los siguientes elementos que se encuentran dentro de un establecimiento que ofrece pizza como su producto principal

En una pizzería, se encuentran varios elementos esenciales para su funcionamiento y producción de pizzas de alta calidad. A continuación, describo algunos de los elementos clave (Ditaly, 2024):

Horno para Pizza:

El horno es fundamental para cocinar las pizzas. Existen diferentes tipos, como los hornos eléctricos o los tradicionales hornos de leña. Un buen horno garantiza la cocción adecuada y el sabor característico de la pizza.

Amasadora:

La amasadora se utiliza para mezclar y amasar la masa de pizza. Facilita el proceso y asegura una masa uniforme y bien desarrollada.

Mesa para Extender la Masa:

Una superficie plana y amplia donde se extiende la masa de pizza antes de agregar los ingredientes. Debe ser fácil de limpiar y lo suficientemente grande para manejar varias pizzas a la vez.

Mostradores Refrigerados para Ingredientes:

Los ingredientes frescos, como los vegetales, carnes y quesos, deben almacenarse en mostradores refrigerados para mantener su calidad y seguridad alimentaria.

Pala para Pizza:

La pala (o paleta) se utiliza para introducir y retirar las pizzas del horno. Debe ser resistente y de tamaño adecuado para manejar las pizzas sin dañarlas.

Cortador de Pizza:

Un utensilio para cortar las pizzas en porciones individuales. Puede ser una rueda afilada o un cuchillo grande.

Campana de Extracción:

Esencial para mantener la ventilación y eliminar los olores y humos generados durante la cocción de las pizzas.

5.1.2. Pizzerías con temáticas

Un restaurante temático es un establecimiento que ofrece comida y bebida inspirada en una temática específica, como una época histórica, un país o una cultura particular, o incluso una película o un libro famoso. Los restaurantes temáticos son lugares de comida que tienen un tema específico y se esfuerzan por crear una experiencia inmersiva y memorable para los clientes. Esto puede incluir elementos de decoración y diseño temáticos, música y entretenimiento especiales, y menús y bebidas que se basan en el tema del restaurante. (Bravo, 2023).

5.1.3. Horror actual y horror antiguo

El horror antiguo a menudo se basa en la literatura gótica y en las tradiciones folclóricas, con autores como Bram Stoker, Edgar Allan Poe y Mary Shelley, quienes exploraron temas de lo macabro y lo sobrenatural. Estas obras clásicas del horror tienden a enfocarse en lo desconocido y en provocar una sensación de temor y asombro ante lo incomprensible o lo inhumano. (LaGuerre, 2022).

Por otro lado, el horror actual se ha diversificado y puede incluir una amplia gama de subgéneros, desde el horror psicológico hasta el horror cósmico, pasando por el “Slasher” y el “gore”. Este tipo de horror moderno a menudo se centra en los miedos contemporáneos, como la tecnología fuera de control, las pandemias o los desastres ambientales, y puede ser más gráfico y directo en su representación de la violencia y el miedo. (Ixta, 2024).

5.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado es una noción que puede parecer aterradora. En su proyecto de creación de empresa, muchos se desaniman incluso antes de haber investigado para saber qué obtendrán a cambio. Sin embargo, se trata de una etapa crucial que, lejos de confortarte en la idea de que tu proyecto es viable, debe permitirte comparar tu visión y tu intuición con la realidad del mundo exterior. (OCAMPO, 2018).

5.2.1. Tipos de estudio de mercado

Dentro de los tipos de estudio de mercado podemos encontrar cuatro grandes tipos de estudio de mercado:

Cualitativo: Consiste en analizar y estudiar el mercado a través de variables que no pueden ser medidas. En este sentido, se tienen en cuenta aspectos como los sentimientos de un cliente al

comprar un determinado producto. Junto a esto, los gustos también juegan un papel importante en este tipo de estudio. (Galán, 2024)

Cuantitativo: En este caso, se utilizan datos extraídos de una muestra poblacional para extraer conclusiones. Por ejemplo, el número total de consumidores de un determinado producto o el precio máximo que está dispuesto a pagar un cliente por la adquisición de un bien o un servicio. (Galán, 2024)

Primario: Este tipo de estudio hace referencia a la forma de obtener los datos. En el caso de tipo de estudio de mercado primario, la información se extrae a raíz de la realización de un estudio de campo. Por ejemplo, a través de encuestas.

Secundario: En comparación con el tipo anterior, es un estudio de mercado mucho más económico de realizar. La información se obtiene a través de informes, libros o artículos, entre otros muchos. (Galán, 2024)

5.3. Estudio técnico

La presentación del estudio técnico debe indicar en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original hasta llegar al diseño propuesto como solución más conveniente en el anteproyecto definitivo. Al mismo tiempo se presentarán las justificaciones de las decisiones adoptadas, mostrando sus ventajas frente a las demás alternativas que eventualmente se hayan considerado (OCAMPO, 2018)

5.3.1. Calidad

La calidad se refiere al grado de excelencia o cumplimiento de estándares en un producto o servicio. Una alta calidad implica que el producto satisface las expectativas del cliente en términos de funcionalidad, durabilidad, diseño y otros atributos. (Tapara, 2023)

5.3.2. Eficiencia

La eficiencia se relaciona con la capacidad de un proceso o sistema para lograr los objetivos con el menor uso de recursos posibles. En el contexto de una pizzería, la eficiencia se refiere a la optimización de la producción, distribución y atención al cliente. (Conceptualia, 2023)

5.4. Estudio Financiero

El estudio financiero evalúa la viabilidad económica y financiera de un proyecto. Incluye aspectos como los costos de inversión, ingresos esperados, flujo de efectivo, rentabilidad y análisis de riesgos. (Caita, 2023)

5.4.1. Inversión

La inversión se refiere a la asignación de recursos (dinero, tiempo, esfuerzo) con la expectativa de obtener beneficios futuros. Abrir una pizzería implica una inversión en infraestructura, equipamiento, etc. (Ruiz, 2023)

5.4.2. VAN

El VAN es una métrica financiera que evalúa la rentabilidad de un proyecto. Representa la diferencia entre los flujos de efectivo presentes (ingresos y egresos) descontados a una tasa de interés. (Ricardo, 2020)

5.4.3. TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es un indicador financiero fundamental para evaluar la rentabilidad de una inversión. La TIR nos proporciona información sobre cuál es el tipo de interés

necesario para que la rentabilidad obtenida de una inversión cubra todos los costes asociados. Es un indicador fundamental en la toma de decisiones financieras y permite evaluar la viabilidad y rentabilidad de proyectos. (ESAN, 2017).

6. Desarrollo del Proyecto de Titulación

6.1. Capítulo I: Estudio de mercado

6.1.1. Caracterización del producto

La pizzería “*Hell’s Pizza*” ofrece un servicio diferente al habitual contando con toda la decoración del establecimiento enfocado en su totalidad al horror actual y antiguo; esto con el fin de que los clientes puedan disfrutar de una experiencia nueva y entretenida, sobre todo para aquellos que son amantes de este género en específico, además cada mesa tendrá un servicio y atención personalizados para mayor satisfacción al cliente.

6.1.2. Sector industrial al que pertenece

Para este tipo de proyecto se toma como referente el siguiente sector industrial con su respectiva subdivisión según el CIU obtenida de INEC:

Tabla 1 Clasificación Industrial Internacional Unificada

Clase	Código	Actividad
Sección	I	Actividades de alojamiento y de servicio de comida
División	I56	Servicio de alimentos y comida
Grupo	I561	Actividades de restaurantes y de servicio móviles de comida
Clase	I5610	Actividades de restaurantes y de servicio móviles de comida
Subclase	I5610.0	Restaurante de servicio y de comidas

Actividad	I5610.02	Restaurantes de comida rápida, puestos de refrigerio y establecimientos que ofrecen comida para llevar, reparto de pizza, etcétera; heladerías, fuentes de soda, etcétera.
-----------	----------	--

Fuente: Autor

6.1.3. Caracterización del mercado consumidor

El restaurante está dirigido especialmente para clientes de entre 14 a 40 años, teniendo en cuenta 2 generaciones, se prevé ubicar en el valle de los chillos específicamente en Sangolquí, seleccionado para personas de clase media a media alta debido al tipo de servicio y ambiente del restaurante; Al tener preferencia en 2 generaciones del marketing, se toma en cuenta el concepto del restaurante dirigido tanto para generación Z como para generación del milenio.

6.1.4. Caracterización del mercado competidor

La siguiente tabla muestra las diferentes empresas competidoras dentro del mercado en cuanto a restaurantes de pizzas.

Tabla 2 Caracterización del mercado competidor

Nombre	Efectivo	Porcentaje	Decimal
El hornero	\$ 214.293,41	0,10%	0,001
Pizza Hut	\$189.221.465,75	92,70%	0,927
Domino's pizza	\$ 13.016.597,54	6,38%	0,064
Little Italy	\$ 234.245,56	0,11%	0,001
CH Farina	\$ 1.446.633,53	0,71%	0,007
Total	\$204.133.235,79	100%	

Fuente: (SuperCias, 2023)

$$\mathbf{HHI: (0,001) +(0,927) +(0,064) +(0,001) +(0,007) = 0,86}$$

Con base a la tabla mencionada anteriormente y el índice HHI dando un resultado de 0,86; se puede determinar una competencia perfecta para este proyecto.

6.1.5. Antecedentes y perspectivas del sector industrial

Dentro del sector industrial de restaurantes de comida rápida, específicamente las pizzerías, en el Ecuador se ha registrado que dos ecuatorianos y dos uruguayos crearon El Hornero, una pizzería en Quito, después de que un edificio que habían construido dejara la planta baja sin uso. Invitaron a Luis Alberto Cardozo, un maestro pizzero de Montevideo, para liderar la cocina. Aunque el negocio tuvo un comienzo lento debido a la falta de cultura de comer fuera en Quito en los años 70, después de cinco años, las largas filas llevaron a la apertura de una sucursal en Veintimilla y Amazonas, seguida por más locales en diferentes puntos de la ciudad. El legado de Cardozo se mantiene vivo a través de las recetas y técnicas de preparación utilizadas en los 13 locales y ocho franquicias actuales de El Hornero. (Revistalideres, 2016)

Dentro del sector industrial del proyecto se han registrado grandes crecimientos:

La industria global de la pizza generó ventas de más de \$160 mil millones en 2020. Las principales cadenas de pizzerías representan aproximadamente un tercio de la industria a nivel mundial, con más del 50 % en mercados maduros como el estadounidense. Se estima que hay más de 245,000 pizzerías en todo el mundo, con alrededor de 77,000 solo en Estados Unidos.

En América Latina, existen alrededor de 90,000 pizzerías, las ventas anuales de restaurantes de pizza en la región superan los \$22 mil millones.

La pizza ha evolucionado regionalmente, con variantes como la pizza al “Taglio” en Roma, la “Sardenara” en Liguria y la “Sfincione” en Sicilia. Fuera de Italia, encontramos la pizza

mexicana en Argentina, la “Chicago-Style” pizza en EE. UU., la “Pissaladière” en Francia, entre otras. (Aaron Allen, 2023)

6.1.6. La demanda

6.1.6.1. Objetivos del análisis

Objetivo principal:

- Determinar la demanda insatisfecha mediante datos estadísticos con el fin de verificar la rentabilidad dentro del mercado.

Objetivos específicos:

- Descubrir gustos y preferencias a través de una encuesta para obtención y análisis de datos.
- Analizar los datos mediante fórmulas estadísticas para identificar segmentos específicos dentro del mercado que presenten una demanda insatisfecha.

6.1.6.2. Variables

Precio: Producto con enfoque distinto en su establecimiento con temática totalmente diferente a la habitual

Renta: El precio está pensado para personas de clases media y media alta

Gustos y expectativas: Se tiene pensado en consumidores con gustos sobre el horror tanto actual como antiguo dando así un cambio radical en las expectativas sobre una pizzería.

6.1.6.3. Comportamiento histórico de la demanda

El gráfico presente muestra de una manera simplificada el comportamiento de la demanda del sector industrial al que pertenece el proyecto.

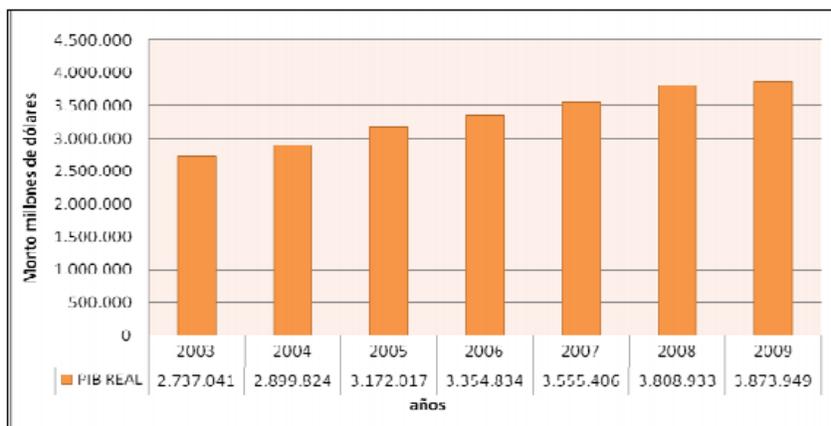


Ilustración 1 Comportamiento histórico de la demanda

Fuente: (Abad Sanmartin, 2011)

6.1.6.4. Proyección de la demanda

En la tabla se determina la proyección de la demanda en base al gráfico anterior, proyectándose así hasta el año 2028.

Tabla 3 Proyección de la demanda

Año	Demanda (Y)	X	X ²
2005	\$3.172.017,00	-2	4
2006	\$3.354.034,00	-1	1
2007	\$3.555.400,00	0	0
2008	\$3.808.933,00	1	1
2009	\$3.873.949,00	2	4
2010	\$4.110.495,50	3	9
2011	\$4.290.003,90	4	16
2012	\$4.458.987,37	5	25
2013	\$4.623.322,85	6	36
2014	\$4.825.523,59	7	49
2015	\$4.990.679,18	8	64

2016	\$5.168.069,41	9	81
2017	\$5.348.972,61	10	100
2018	\$5.529.467,13	11	121
2019	\$5.702.396,53	12	144
2020	\$5.883.366,70	13	169
2021	\$6.061.660,03	14	196
2022	\$6.238.954,92	15	225
2023	\$6.416.640,79	16	256
2024	\$6.595.826,81	17	289
2025	\$6.773.260,15	18	324
2026	\$6.951.290,18	19	361
2027	\$7.129.581,53	20	400
2028	\$7.307.723,35	21	441

Elaborado por: Autor

De acuerdo a la tabla expuesta se puede notar una creciente demanda en años posteriores llegando así a una proyección de demanda de \$7.307.723,35 en el año 2028.

6.1.7. La Oferta

6.1.7.1. Empresas ofertantes del producto

Para este proyecto se ha determinado distintas empresas ofertantes de las cuales se muestra en el siguiente listado:

Tabla 4 Empresas Ofertantes

Establecimiento
El hornero
Pizza Hut
Domino's pizza
Little Italy
CH Farina

Fuente: www.tripadvisor.es

6.1.7.2. Participación en el mercado

Según la tabla anterior de las empresas ofertantes se muestra la participación en el mercado de cada una y llegando a la siguiente conclusión.

Tabla 5 Participación en el mercado

El hornero	\$ 214.293,41	0,10%	0,001
Pizza Hut	\$ 189.221.465,75	92,70%	0,927
Domino's pizza	\$ 13.016.597,54	6,38%	0,064
Little Italy	\$ 234.245,56	0,11%	0,001
CH Farina	\$ 1.446.633,53	0,71%	0,007
Total	\$ 204.133.235,79	100%	

Pizza Hut ofrece una amplia gama de opciones en su menú, que va más allá de las pizzas tradicionales, incluyendo pasta, alitas de pollo, postres y más. Esta diversificación permite atraer a una base más amplia de clientes y satisfacer diferentes preferencias gastronómicas.

6.1.7.3. Comportamiento Histórico de la oferta

El grafico presente muestra de una manera simplificada el comportamiento histórico de la oferta del sector industrial al que pertenece el proyecto.

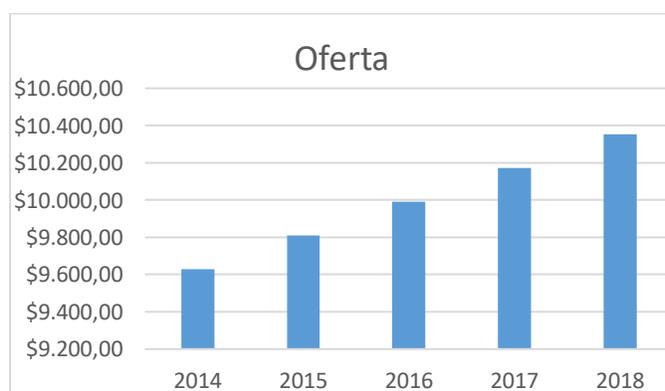


Ilustración 2 Comportamiento histórico de la oferta.

Elaborado por: Autor

En conclusión, según el gráfico se puede determinar un crecimiento anual en cuanto a la oferta llegando así al 2018 con \$10.355,00.

6.1.7.4. Proyección de la Oferta

En la tabla se determina la proyección de la oferta en base al gráfico anterior, proyectándose así hasta el año 2028.

Tabla 6 Participación de la oferta

Años	Oferta
2014	\$9.628,00
2015	\$9.809,00
2016	\$9.991,00
2017	\$10.173,00
2018	\$10.355,00
2019	\$10.536,60
2020	\$10.718,40
2021	\$10.900,41
2022	\$11.082,22
2023	\$11.264,02
2024	\$11.445,84
2025	\$11.627,74
2026	\$11.809,58
2027	\$11.991,39
2028	\$12.173,24

Elaborado por: Autor

Como se puede ver en la tabla se tiene proyectado que en el año 2028 la oferta crecerá exponencialmente, dando como resultado un valor de \$12.173,24 para dicho año.

6.1.8. Demanda insatisfecha

6.1.8.1. Cálculo y gráfico de la demanda insatisfecha

En la siguiente tabla se muestra el valor en dólares de la demanda insatisfecha de los últimos 5 años de acuerdo al sector industrial del proyecto.

Tabla 7 Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2023	\$6.416.640,79	\$11.264,02	\$6.405.376,77
2024	\$6.595.826,81	\$11.445,84	\$6.584.380,97
2025	\$6.773.260,15	\$11.627,74	\$6.761.632,41
2026	\$6.951.290,18	\$11.809,58	\$6.939.480,60
2027	\$7.129.581,53	\$11.991,39	\$7.117.590,14
2028	\$7.307.723,35	\$12.173,24	\$7.295.550,11

Elaborado por: Autor

Para concluir tenemos una clara demanda insatisfecha determinada para el año 2028 con un valor de \$7.295.550,11.

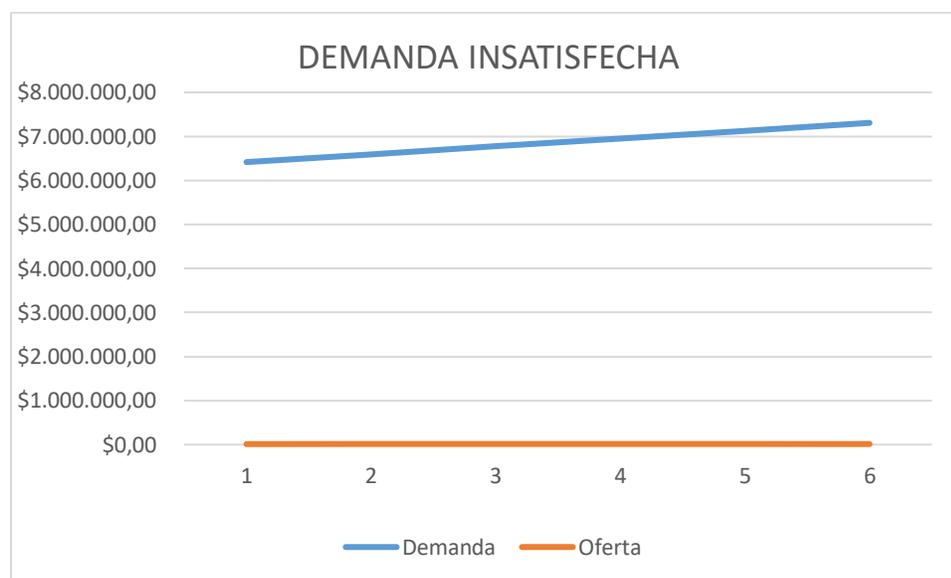


Ilustración 3 Demanda Insatisfecha

Elaborado por: Autor

En base a la tabla anterior se puede identificar mediante este grafico la demanda insatisfecha hasta el año 2028 apreciando su gran diferencia entre estas dos variables.

6.1.8.2. Condición que determina la demanda insatisfecha

Una de las condiciones que determina la demanda insatisfecha se produce cuando la demanda es mayor que la oferta produciendo productos que sean el resultado de las necesidades insatisfechas del proyecto. En este caso el presente proyecto cumple con la condición dada, por lo que esto lo define como la primera forma de conseguir la factibilidad del mercado.

6.1.9. Segmentación

6.1.9.1. Descripción de las variables de segmentación a priori

Demográfica: Como posibles consumidores directos se considerará personas de entre 15 a 40 años de edad.

Geográfica: Se ha seleccionado en esta variable el sector de Sangolquí en el centro de la misma ciudad.

6.1.9.2. Segmentación a priori

Según el INEC se muestra los porcentajes de la población desglosada en las variables propuestas para el proyecto obteniendo así los siguientes resultados:

Tabla 8 Segmentación a priori

Variable	Subvariable	Porcentaje
Geográfica	Sangolquí	100%
Demográfica	Personas entre 14 a 40 años	23%

Fuente: Censo Ecuador

6.1.9.3. Cuantificación del segmento

De la tabla anterior se obtienen los siguientes datos en número de personas para realizar el cálculo de la muestra respectiva para las encuestas.

Tabla 9 Clasificación del segmento

Variable	Subvariable	Personas	Porcentaje
Geográfica	Sangolquí	102863	100%
Demográfica	Personas entre 14 a 40 años	24164	23%

Fuente: Censo Ecuador

6.1.10. Mercado Objetivo

6.1.10.1. Cálculo de muestra

El cálculo de la muestra se estableció en la página web confiable de “Survey Monkey” tomando en cuenta nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% y determino que el tamaño de esta para establecer el número de encuestados es de 379.

6.1.10.2. Selección del tipo de muestreo

Para este proyecto se establecerá un método aleatorio simple, en el que cualquier persona puede ser seleccionada al azar para dichas encuestas sin discriminaciones ni favoritismos.

6.1.10.3. Diseño del cuestionario

Instituto Superior Tecnológico Sudamericano			
Carrera: Tecnología Superior en Gastronomía			
Objetivo de la encuesta: El objetivo de esta encuesta es el de identificar sus gustos y preferencias respecto a un restaurante con temática de horror antiguo y actual			
Política: La siguiente encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán únicamente utilizados con fines investigativos y educativos			
Datos informativos: Edad			
<input type="checkbox"/>	15-17 años	<input type="checkbox"/>	18-25 años
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	26-30 años
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	31-40 años
Cuestionario			
1.- ¿Con qué frecuencia consume usted comida rápida, como la pizza?			
<input type="checkbox"/>	1 vez al mes	<input type="checkbox"/>	2 veces al mes
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	1 vez cada 2 semanas
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	1 vez a la semana
2.- ¿Cuál es la probabilidad de que usted asistiera a una pizzeria con tematica de horror en su local?			
<input type="checkbox"/>	Muy probable	<input type="checkbox"/>	Probable
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Poco probable
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Nunca
3.- ¿Cómo le gustaría que fuera el ambiente del restaurante teniendo en cuenta su temática?			
<input type="checkbox"/>	Oscuro 100% - 80%	<input type="checkbox"/>	Oscuro 70% - 50%
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Oscuro 40% - 10%
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Normal (Luces claras)
4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pizza incluido su servicio y ambiente para las presentaciones?			
Personal	Mediana	Familiar	
<input type="checkbox"/>	\$5 - \$7	<input type="checkbox"/>	\$10 - \$12
<input type="checkbox"/>	\$8 - \$9	<input type="checkbox"/>	\$13 - \$15
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	\$16 - \$18
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	\$19 - \$21
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	\$22 - \$25
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	\$26 - \$29
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	\$30 - \$33
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	\$35
5.- ¿Qué tipo de distribución le gustaría que tuviera el restaurante para su producto? (Escoger varias)			
<input type="checkbox"/>	Servicio dentro del restaurante	<input type="checkbox"/>	Domicilio
<input type="checkbox"/>	Pedido para llevar	<input type="checkbox"/>	Dejar en la puerta del hogar
6.- ¿Qué promociones le interesa más en cuanto al producto? (Escoger una o varias)			
<input type="checkbox"/>	Por ocasión de cumpleaños se le dará una pizza personal o postre a su elección gratis		
<input type="checkbox"/>	Por cada comprar hecha en el restaurante obtiene acumulación de puntos para descuentos futuros		
<input type="checkbox"/>	Promociones como el 2x1 en ciertos días festivos o fines de semana		
<input type="checkbox"/>	En ciertos días festivos el envío a domicilio será gratis		
7.- ¿Qué tan buena idea considera usted, que el servicio a su mesa sea atendido por un mesero determinado con vestimenta de acuerdo al lugar?			
<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Mala
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Muy mala
8.- ¿Cómo le gustaría enterarse de las novedades del restaurante, así como nuevos productos, mejoras del lugar, etc.?			
<input type="checkbox"/>	Redes sociales	<input type="checkbox"/>	Sitio Web
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Folleto
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Propaganda en television o correo

Ilustración 4 Encuesta

Elaborado por: Autor

6.1.10.4. Tabulación de datos y gráficos

Instituto Superior Tecnológico Sudamericano							
Carrera: Tecnología Superior en Gastronomía							
Objetivo de la encuesta: El objetivo de esta encuesta es el de identificar sus gustos y preferencias respecto a un restaurante con temática de horror antiguo y actual							
Política: La siguiente encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán únicamente utilizados con fines investigativos y educativos							
Datos informativos: Edad							
14,80%	15-17 años	35,40%	18-25 años	23,70%	26-30 años	26,10%	31-40 años
Cuestionario							
1.- ¿Con qué frecuencia consume usted comida rápida, como la pizza?							
42,20%	1 vez al mes	31,40%	2 veces al mes	16,40%	1 vez cada 2 semanas	10%	1 vez a la semana
2.- ¿Cuál es la probabilidad de que usted asistiera a una pizzeria con tematica de horror en su local?							
35,10%	Muy probable	32,50%	Probable	24,50%	Poco probable	7,90%	Nunca
3.- ¿Cómo le gustaría que fuera el ambiente del restaurante teniendo en cuenta su temática?							
14,80%	Oscuro 100% - 80%	29,30%	Oscuro 70% - 50%	29,80%	Oscuro 40% - 10%	26,10%	Normal (Luces claras)
4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pizza incluido su servicio y ambiente para las presentaciones?							
Personal		Mediana		Familiar			
72,80%	\$5 - \$7	59,10%	\$10 - \$12	67%	\$22 - \$25		
27,20%	\$8 - \$9	23%	\$13 - \$15	16,90%	\$26 - \$29		
		15,60%	\$16 - \$18	13,50%	\$30 - \$33		
		2,40%	\$19 - \$21	2,60%	\$35		
5.- ¿Qué tipo de distribución le gustaría que tuviera el restaurante para su producto? (Escoger varias)							
75,50%	Servicio dentro del restaurante			73,60%	Domicilio		
56,70%	Pedido para llevar			30,90%	Dejar en la puerta del hogar		
6.- ¿Qué promociones le interesa más en cuanto al producto? (Escoger una o varias)							
76,30%	Por ocasión de cumpleaños se le dará una pizza personal o postre a su elección gratis						
42,20%	Por cada comprar hecha en el restaurante obtiene acumulación de puntos para descuentos futuros						
68,60%	Promociones como el 2x1 en ciertos días festivos o fines de semana						
36,10%	En ciertos días festivos el envío a domicilio será gratis						
7.- ¿Qué tan buena idea considera usted, que el servicio a su mesa sea atendido por un mesero determinado con vestimenta de acuerdo al lugar?							
57,50%	Muy buena	31,70%	Buena	6,10%	Mala	4,70%	Muy mala
8.- ¿Cómo le gustaría enterarse de las novedades del restaurante, así como nuevos productos, mejoras del lugar, etc.?							
90,80%	Redes sociales	50,90%	Sitio Web	35,50%	Folletos	39,80%	Propaganda en television o correo

Ilustración 5 Tabulación de datos

Elaborado por: Autor

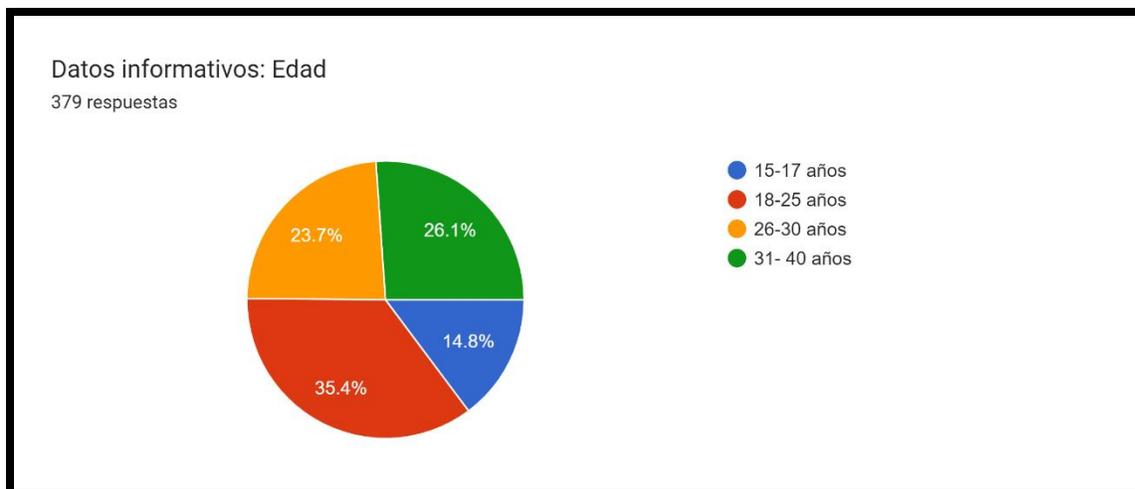


Ilustración 6 Datos informativos

Fuente: Autor

Interpretación: Con este dato se afirma la variable demográfica dentro del proyecto representando un mayor número de personas jóvenes adultas.

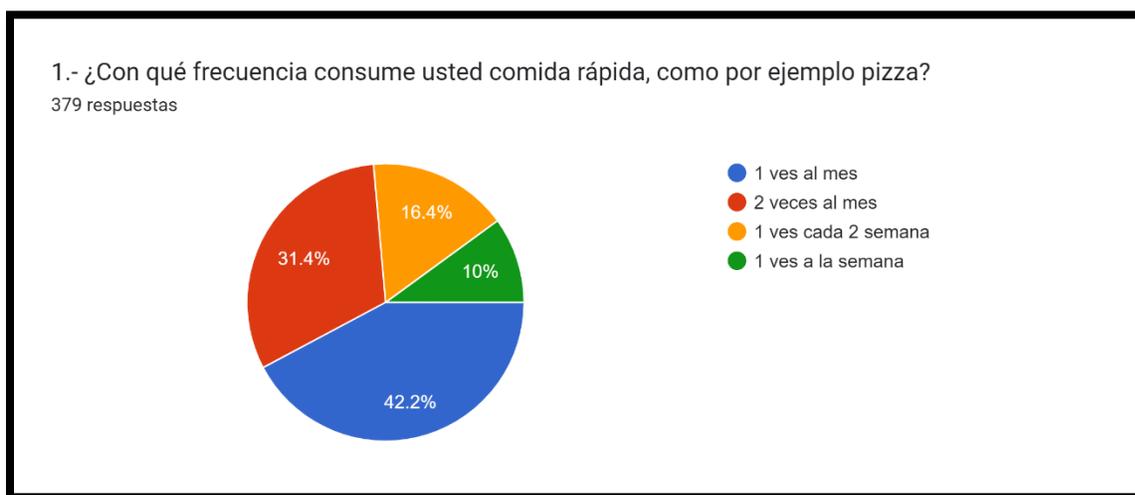


Ilustración 7 Pregunta 1

Fuente: Autor

Interpretación: Se determina un porcentaje promedio del 42,2% en cuanto al consumo de comida rápida por parte de los encuestados seguido del 31,4% de la respuesta “2 veces al menos”.

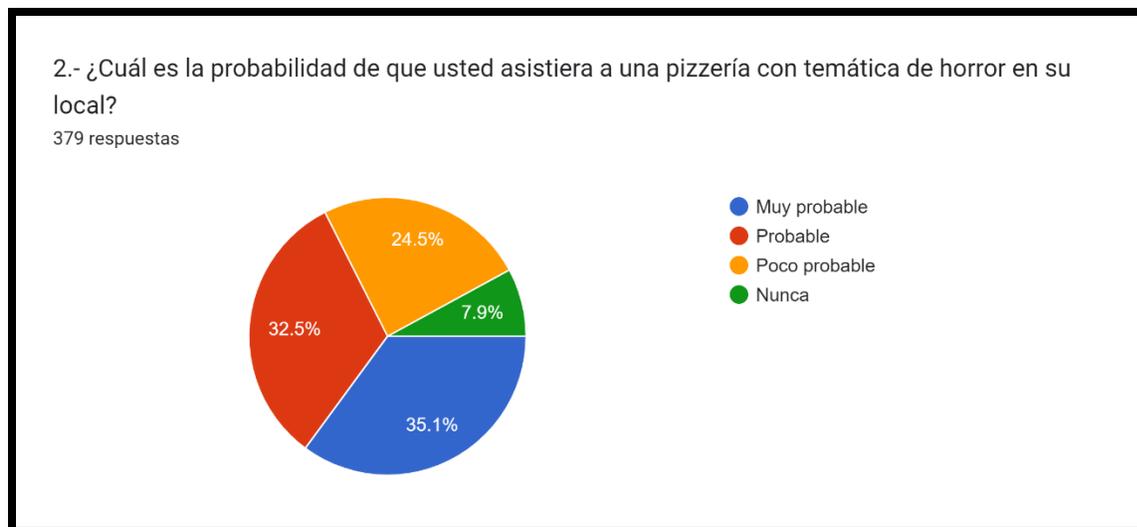


Ilustración 8 Pregunta 2

Fuente: Autor

Interpretación: Existen porcentajes casi igualados en respuestas positivas sobre el proyecto es decir las personas tienen una probabilidad bastante significativa sobre la cual asistirán a un restaurante con esta temática.

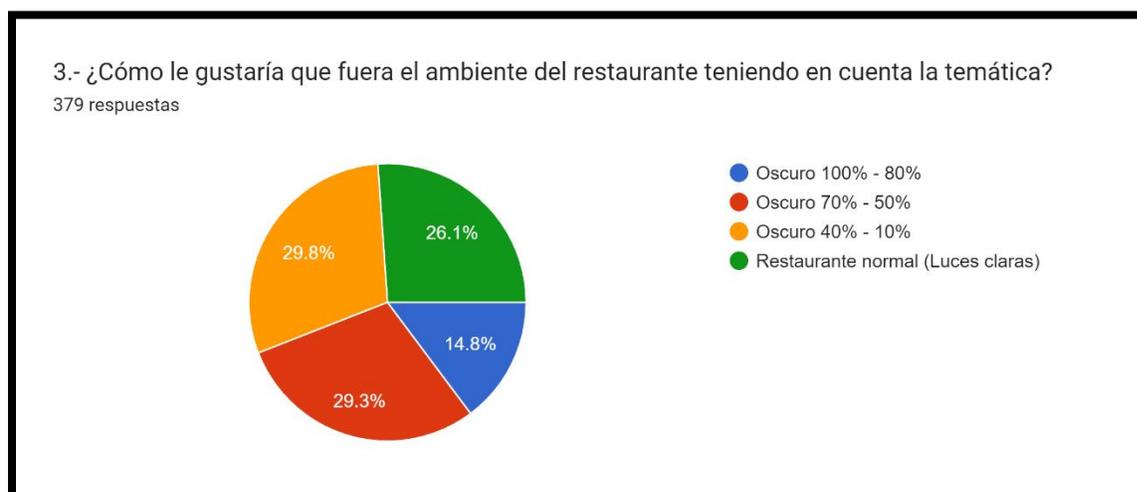


Ilustración 9 Pregunta 3

Fuente: Autor

Interpretación: Se definió que el sitio tendrá entre un 10% a 50% de oscuridad en el interior referentes al tema con los cuales el comensal podrá disfrutar de su servicio y alimento sin problema.

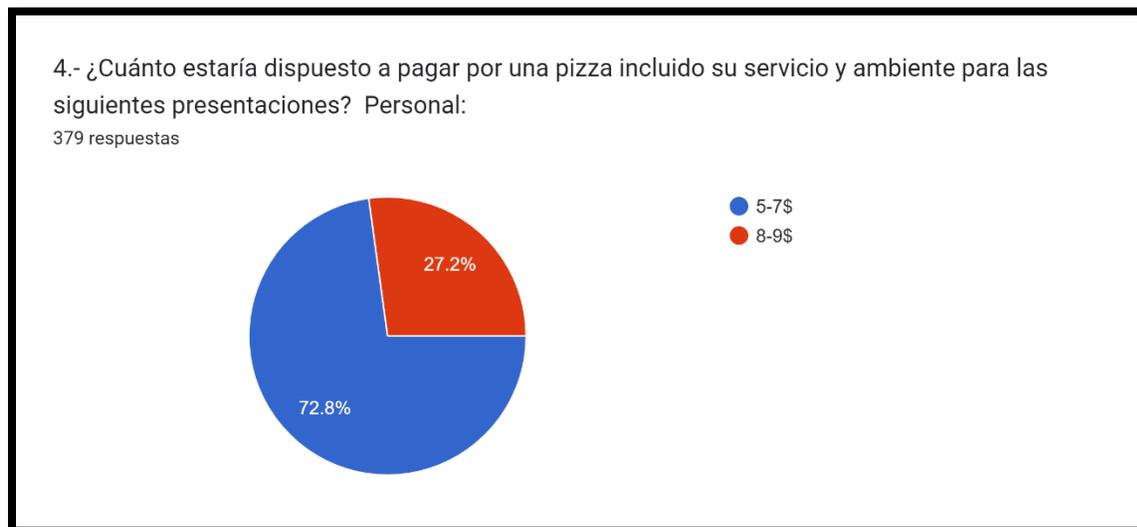


Ilustración 10 Pregunta 4

Fuente: Autor

Interpretación: En la presentación personal se ve una disposición de pago de 5 a \$7 siendo la opción más baja en cuanto precio teniendo en cuenta el servicio.

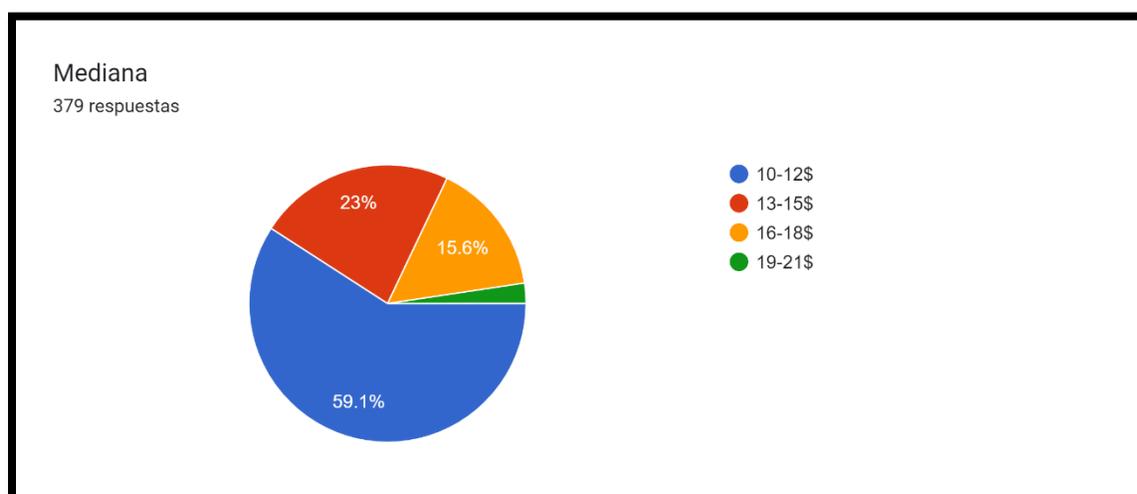


Ilustración 11 Pregunta 4.1

Fuente: Autor

Interpretación: En la presentación mediana existe mayor variedad en cuanto al precio destacándose los precios más bajos de 10 a \$12.

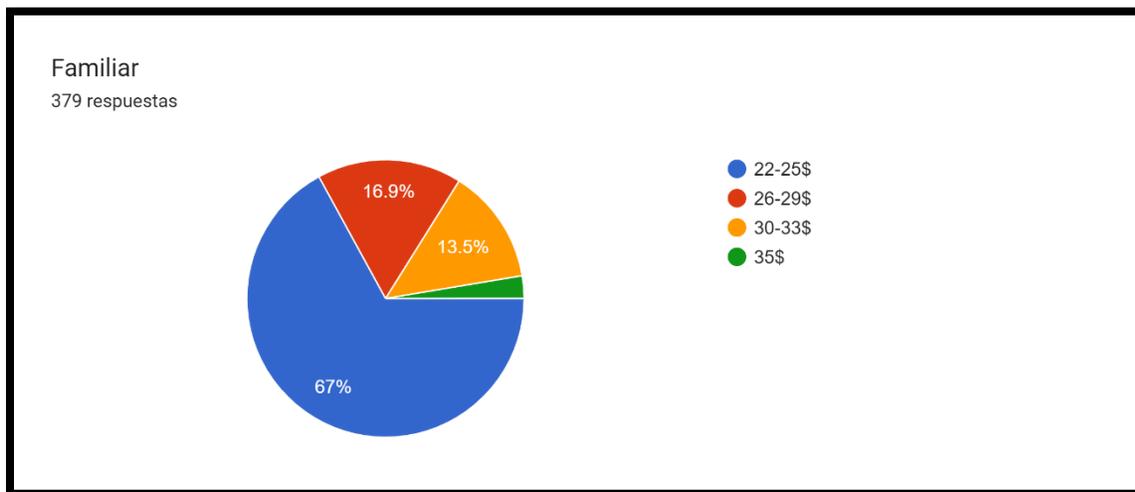


Ilustración 12 Pregunta 5.2

Fuente: Autor

Interpretación: En la presentación de tamaño familiar se sigue apreciando la preferencia hacia el precio más bajo siendo de 22 a \$25 dependiendo del tipo de ingredientes y extras.



Ilustración 13 Pregunta 5

Fuente: Autor

Interpretación: Dentro de la distribución existe gran número de variados los cuales se puede aplicar simultáneamente, así como el servicio dentro del restaurante, domicilio y pedido para llevar, por obvias razones la mayor parte de la muestra siempre escogerá el servicio por parte de la esencia del proyecto.

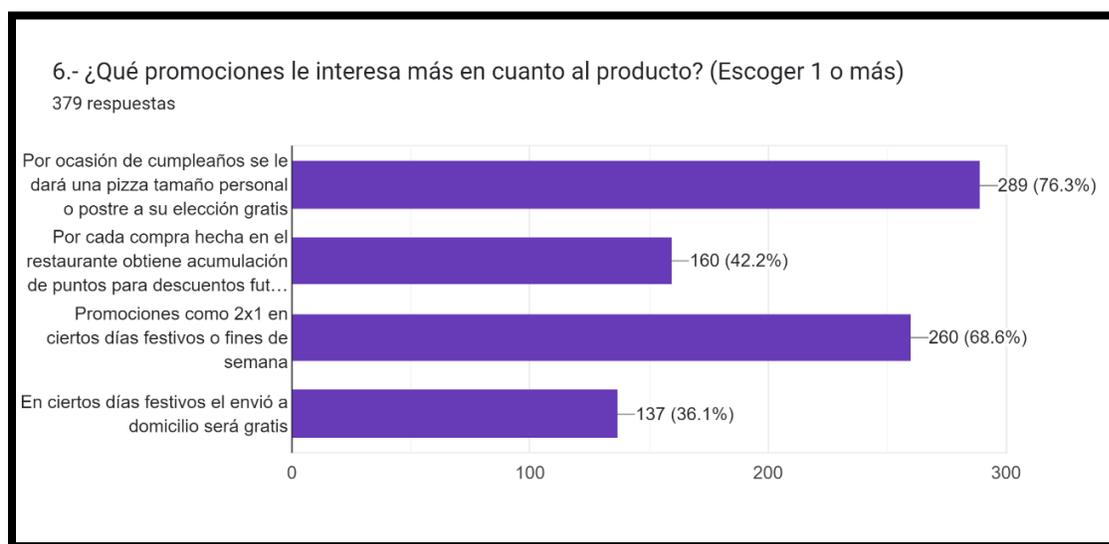


Ilustración 14 Pregunta 6

Fuente: Autor

Interpretación: Dentro de las promociones tenemos una preferencia muy común en casi todos los restaurantes la preferencia de: Por cumpleaños un producto adicional y el 2x1 es decir dos productos por el precio de uno, los cuales son siempre aplicables con restricciones.

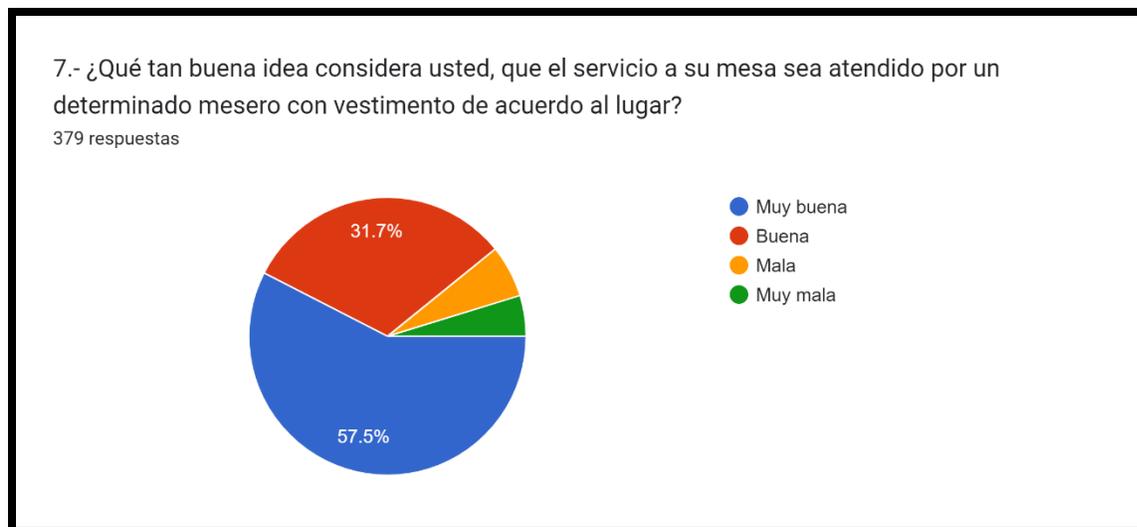


Ilustración 15 Pregunta 7

Fuente: Autor

Interpretación: En cuanto a la idea nueva que se tiene por el servicio a muchos encuestados les pareció una muy buena idea, fomentando la recreación y estimulando al comensal incluso a temas de fidelización con el restaurante.

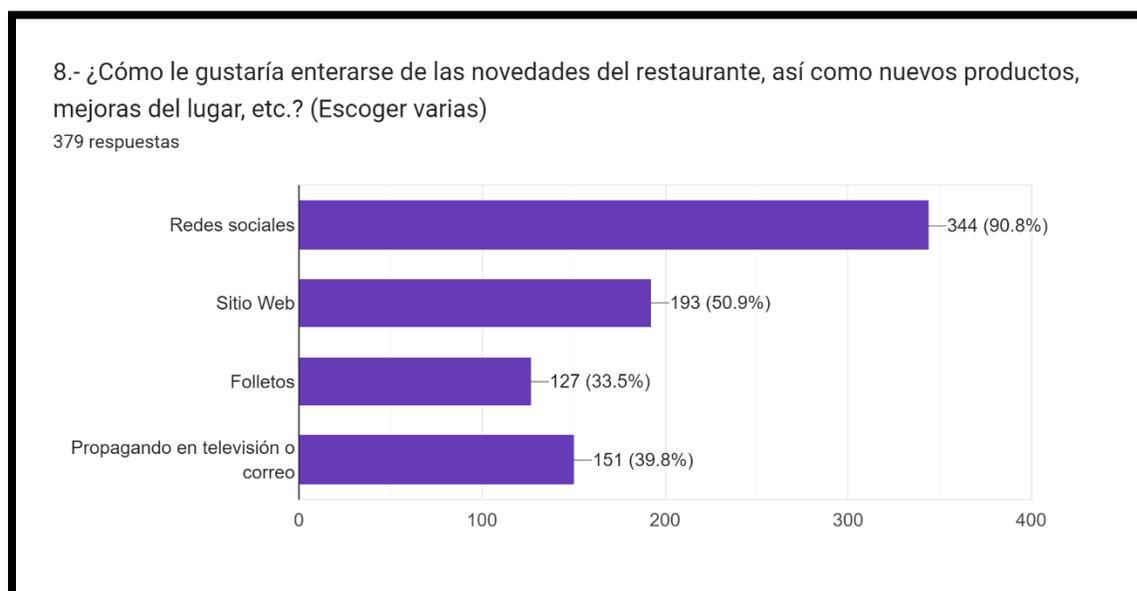


Ilustración 16 Pregunta 8

Fuente: Autor

Interpretación: En la pregunta sobre la plaza, como se esperaba la mayor parte de la muestra opta por las redes sociales y sitios web ya que estos facilitan mucho en el tema de promocionar o ser más llamativo a los clientes.

6.1.11. Marketing Mix

6.1.11.1. Precio

Según la pregunta número 4 de la encuesta se determinaron los precios en las diferentes presentaciones del producto:

Tabla 10 Precios

Presentación	Precio
Personal	\$7
Mediana	\$12
Familiar	\$25

Elaborado por: Autor

6.1.11.2. Producto

Como productos principales se determinaron los siguientes teniendo en cuenta que cada uno tendrá su distinta presentación (Personal, mediana y familiar):

Tabla 11 Productos

Nombre	Imagen referencial	Fuente
Pizza Pepperoni clásica		(Torre, 2024)
Pizza Hawaiana		(Paulna, 2024)
Pizza Cuatro Quesos		(Hola Cocina, 2024)
Pizza Queso y champiñones		(Eva, 2024)
Pizza Jalapeños y chorizo		(Heather, 2024)
Pizza Jamón serrano y rúcula		(Torre, 2024)
Pizza camarón y pesto		_(Pixnio, 2024)

<p>Pizza salmón ahumado</p>		<p>(Aceites la Pedriza, 2024)</p>
------------------------------------	---	-----------------------------------

Elaborado por: Autor

El producto será realizado con ingredientes de calidad, asegurando al mismo tiempo la salud del comensal, teniendo de igual forma variedad en el menú con sabores nuevos y otros no convencionales como es el salmón ahumado o el camarón al pesto; el personal también tendrá un papel importante en cuanto al servicio ya que junto con la temática del restaurante darán la experiencia adecuada a cada mesa y cliente.

Logotipo y slogan:



Ilustración 17 Logotipo

Fuente: Autor (Generado en smashinglogo)

Los colores seleccionados son tonos oscuros, así como el rojo oscuro/sangre y negro los cuales reflejan sensaciones de misterio atrayendo a los clientes, como slogan dentro del restaurante se optó por una frase llamativa “Donde el sabor despierta tus demonios”, genera intriga alentando a los clientes a adentrarse y experimentar en el restaurante.

Elementos del Logo:

- El fondo de la imagen es de color rojo oscuro.
- El logo principal es negro y está en la parte inferior central de la imagen.

- Incluye una montaña estilizada, una luna creciente y un demonio en el círculo.

Elección del Diseño:

- El uso de elementos como la montaña y la luna puede evocar una sensación de nocturnidad, misterio y aventura.
- El demonio en el centro del logo refuerza la idea de que esta pizzería ofrece algo más allá de lo común, algo que despierta pasiones y emociones intensas.
- La elección del eslogan sugiere que la pizza de “HELL’S PIZZA” es tan deliciosa y apasionante que incluso los demonios querrían probarla.

6.1.11.3. Plaza

Para el proyecto será adecuado la estrategia de distribución directa ya que no cuenta con mayor intermediarios para el producto. En este caso al ser un proyecto de factibilidad y que contará con recursos mínimos para su funcionamiento al inicio, solo existirá la distribución tanto repartición a domicilio como servicio dentro del restaurante.

6.1.11.4. Promoción

Como ya se vio en la pregunta número 8 de la encuesta realizada, los clientes prefieren las redes sociales y formas digitales en las cuales interactuar con el restaurante es por eso que se optará por una promoción online, permitiendo a los usuarios tener mayor facilidad al enterarse sobre noticias nuevas del restaurante, así como las distintas promociones en cuanto al producto tales como se muestra en la pregunta 6:

- Por ocasión de cumpleaños se le dará una pizza tamaño personal o postre a su elección gratis.

- Promociones como 2x1 en ciertos días festivos o fines de semana.
- Por cada compra hecha en el restaurante obtiene acumulación de puntos para descuentos futuros.
- En ciertos días festivos el envío a domicilio será gratis.

6.2. Capítulo II: Estudio Técnico

6.2.1. Capacidad del proyecto

La siguiente tabla indica la capacidad dentro de este proyecto, es decir cuánto es lo máximo a producir teniendo en cuenta varios factores.

Tabla 12 Capacidad máxima del proyecto

Capacidad máxima instalada	Tiempo (H)
Tiempo de preparación promedio	1
Horas diarias trabajadas	8
Días de la semana trabajado	5
Total	45

Elaborado por: Autor

Se puede ver como en total con la capacidad máxima se obtendrá una producción en unidades de 45.

6.2.2. Tamaño óptimo del proyecto

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto es necesario obtener el tamaño actual es decir la inversión inicial las unidades a vender tanto del año 1 como el año 2 y también el porcentaje de crecimiento anual del sector industrial al que pertenece.

Tabla 13 Tamaño Óptimo del proyecto

Término	Valor
Tamaño Actual	\$25835
Volumen de Producción año 2	5799 unidades
Volumen de Producción año 1	4833 unidades
Porcentaje de Crecimiento anual	2%
Nuevo Tamaño	\$25929,32

Elaborado por: Autor

Como resultado de los cálculos realizados en la tabla anterior se obtuvo un nuevo tamaño del proyecto dando así un valor de \$25929,32; Valor que representa la inversión nueva para el funcionamiento del mismo.

6.2.3. Estudio de localización

6.2.3.1. Macro localización

6.2.3.1.1. Territorio de influencia

A continuación, se muestra una imagen extraída de “Google Maps” sobre el territorio en el que se tiene pensado ubicar el proyecto.

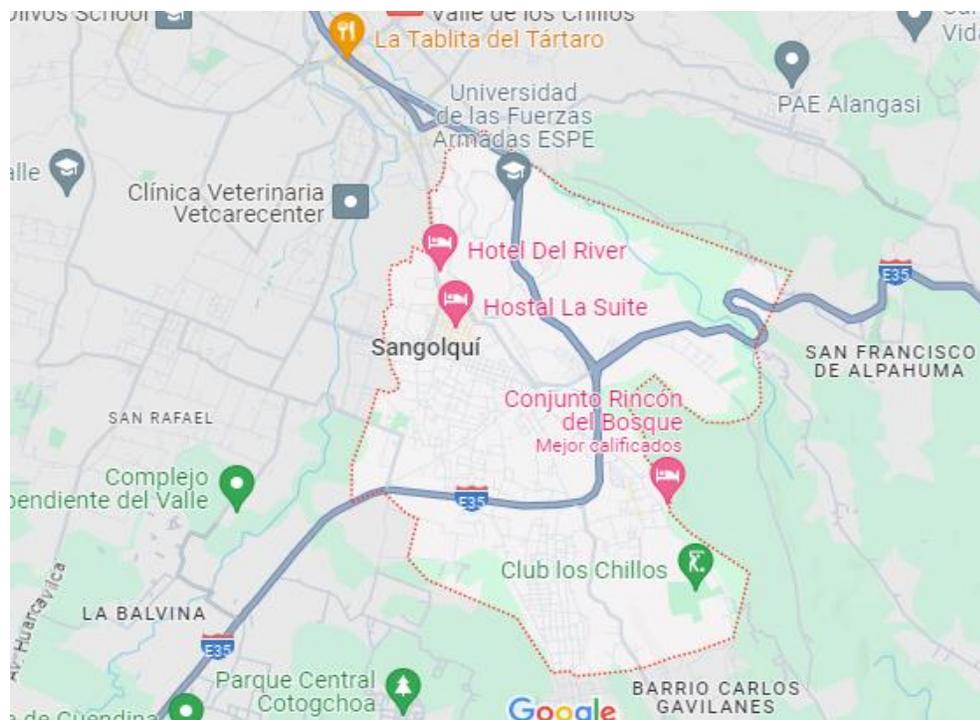


Ilustración 18 Territorio de influencia

Fuente: (Google maps, 2024)

El territorio de influencia para el proyecto está situado en Sangolquí cuyo territorio limita con barrios como barrio San Carlos Gavilanes, San Francisco de Alphuma y El triángulo.

6.2.3.1.2. Características del Territorio

En cuanto sus características el territorio es plano es su mayoría, todos sus barrios cuentan con servicios básicos y zona poblada, la ciudad ha experimentado un rápido crecimiento urbano en las últimas décadas, con la construcción de nuevas viviendas, comercios y servicios. Sangolquí, aunque conserva parte de su encanto rural, también cuenta con una infraestructura moderna que incluye calles pavimentadas, alumbrado público, centros educativos y de salud, entre otros.

6.2.3.1.3. Ventajas y desventajas

Tabla 14 Ventajas y desventajas del territorio

Ventajas	Desventajas
Ubicación estratégica para el mercado	Competencia con establecimientos
Clima templado para acceso a los clientes	Poca disponibilidad de espacios en alquiler o desocupados
Diversidad de materias primas	
Potencial turístico dentro del sector	
Demanda local creciente	

Elaborado por: Autor

6.2.3.1.4. Factores según su alcance geográfico

Los factores están relacionados directamente con su color siendo verde optimo, amarillo medio y rojo malas tal como se muestra en la tabla. tabla

Factores	Según su alcance geografico		
	Optimas	Medianas	Malas
1.- Cercanías de las fuentes de abastecimiento			
2.- Cercanía al mercado			
3.- Costo y disponibilidad de terrenos			
4.- Estructura impositiva legal			
5.- Disponibilidad de servicios básicos			
6.- Medios y costos de transporte			
7.- Factores ambientales			
8.- Comunicaciones			
9.- Topografía de suelos			
10.- Luminosidad			
11.- Disponibilidad y costos de mano de obra			

Ilustración 19 Factores según su alcance geográfico

Fuente: Autor

Según el gráfico se determinó que en su mayoría cuenta con un alcance optimo en varios aspectos lo cual hace posible asentar el proyecto en dicho territorio.

6.2.3.2. Micro localización

6.2.3.2.1. Evaluación de los factores de localización en cada zona posible

Factores	Según su alcance geografico		
	Sangolqui	El Triangulo	Fajardo
1.- Cercanías de las fuentes de abastecimiento	Mayor cernia a supermercados	Disponibilidad de algunos locales	Poco abastecimiento
2.- Cercanía al mercado	Muy cercano	Medio cercano	Poco Cercano
3.- Costo y disponibilidad de terrenos	Costo estandar	Costo estandar	Costo estandar
4.- Estructura impositiva legal	Se aplican mismas leyes	Se aplican mismas leyes	Se aplican mismas leyes
5.- Disponibilidad de servicios básicos	Todos los servicios basicos	Todos los servicios basicos	Todos los servicios basicos
6.- Medios y costos de transporte	Costos medios	Costos medios	Costos medios
7.- Factores ambientales	Clima soleado o lluvioso	Clima soleado o lluvioso	Clima soleado o lluvioso
8.- Comunicaciones	Buena comunicación	Buena comunicación	Buena comunicación
9.- Topografía de suelos	Suelo estable	Suelo estable	Suelo estable
10.- Luminosidad	Muy iluminado	Muy iluminado	Medio iluminado
11.- Disponibilidad y costos de mano de obra	Disponibilidad media	Disponibilidad media	Disponibilidad media

Ilustración 20 Evaluación de los factores de localización en cada zona

Fuente: Autor

6.2.3.2.2. Selección de mejor zona

Factores	Peso relativo	Perímetro Urbano					
		Sangolqui		Triangulo		Fajardo	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
1.- Cercanías de las fuentes de abastecimiento	0,2	10	2	10	2	3	0,6
2.- Cercanía al mercado	0,05	10	0,5	10	0,5	6	0,3
3.- Costo y disponibilidad de terrenos	0,2	5	1	5	1	10	2
4.- Estructura impositiva legal	0,01	9	0,09	9	0,09	9	0,09
5.- Disponibilidad de servicios básicos	0,07	10	0,7	10	0,7	10	0,7
6.- Medios y costos de transporte	0,02	8	0,16	8	0,16	9	0,18
7.- Factores ambientales	0,03	4	0,12	3	0,09	3	0,09
8.- Comunicaciones	0,08	4	0,32	6	0,48	4	0,32
9.- Topografía de suelos	0,04	8	0,32	7	0,28	5	0,2
10.- Luminosidad	0,1	9	0,9	8	0,8	6	0,6
11.- Disponibilidad y costos de mano de obra	0,2	7	1,4	6	1,2	8	1,6
		1	7,51		7,3		6,68

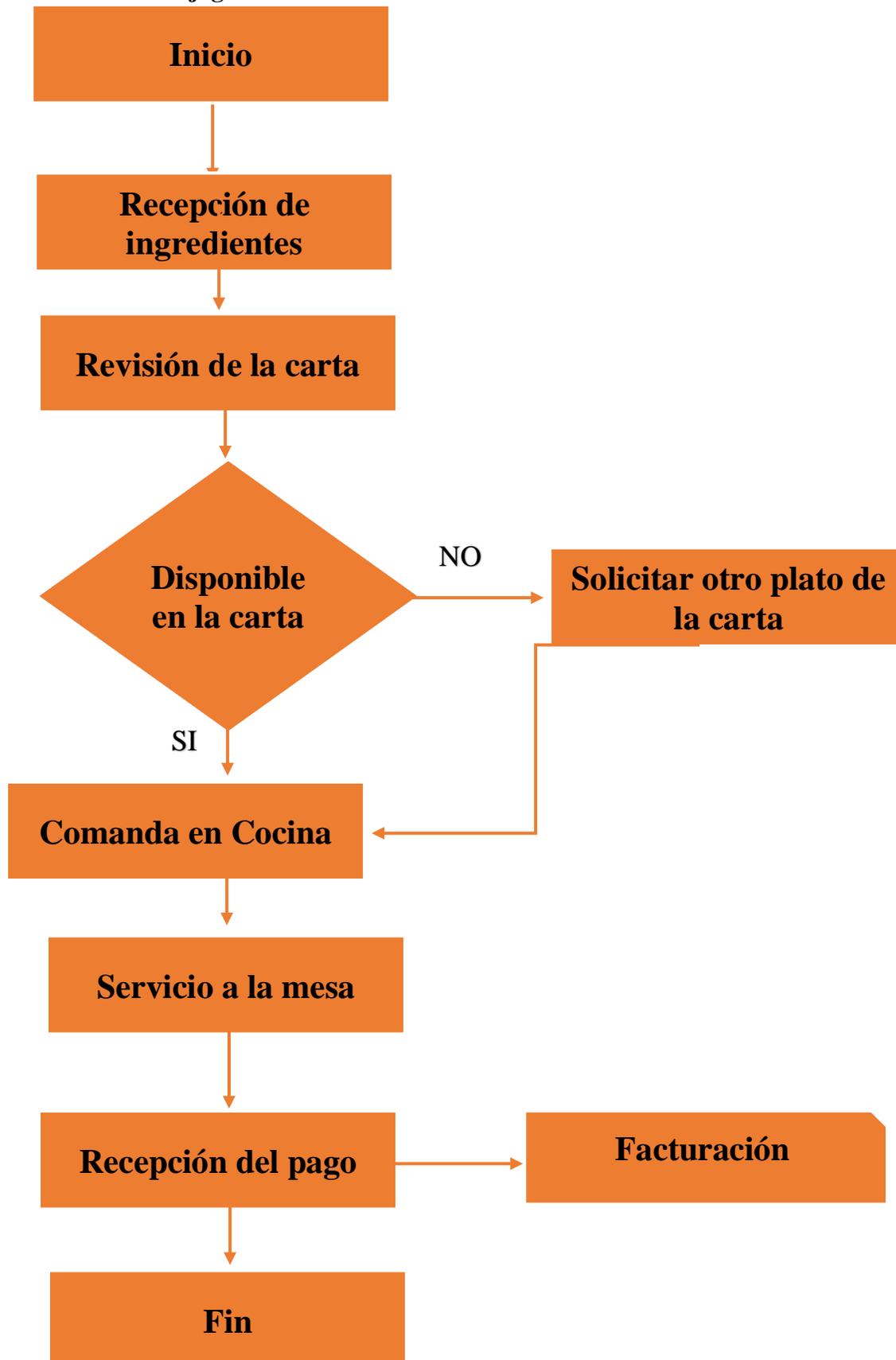
Ilustración 21 Selección de mejor zona

Fuente: Autor

Para concluir con este punto tenemos que en el sector de Sangolquí se obtuvo 7,51 puntos los que quiere decir que presenta mejores condiciones para el proyecto.

6.2.4. Ingeniería del proyecto

6.2.4.1. Flujograma de servicio



6.2.4.2. Requerimientos de materia prima e insumos

A continuación, se muestra un listado de materia prima e insumos que son necesarios para el funcionamiento del restaurante desde sus inicios. (Modificar)

Tabla 15 Materia Prima e Insumos

Materia prima e insumos			
1.- Harina de trigo	Levadura	Sal	Agua
Aceite de oliva	Tomate pera	Ajo	Albahaca
Orégano	Queso Mozzarella	Queso Cheddar	Queso Azul
Queso Parmesano	Pepperoni	Jamón	Salami
Aceitunas	Cebolla perla	Piña	Pollo
Champiñones	Perejil	Aguacate	Chorizo
Tomate Cherry	Refrescos	Vinos	Limón
Azúcar	Cajas para pizza	Servilletas	Cubiertos desechables

Elaborado por: Autor

6.2.4.3. Requerimientos de maquinaria y equipos

A continuación, se muestra un listado de maquinaria y equipo que son necesarios para el funcionamiento del restaurante desde sus inicios.

Tabla 16 Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo			
Horno	Amasadora	Mesa de preparación	Rodillo
Nevera o refrigeradora	Congelador	Cocina industrial	Campana extractora
Mesa de trabajo de acero inoxidable	Lavavajillas industrial	Cortadores de pizza	Herramientas de corte, cubiertos, etc.
Rallador	Bandeja de pizza	Paletas para pizza	Equipo de limpieza básico
Computadora			

Elaborado por: Autor

6.2.5. Análisis Organizacional

6.2.5.1. Misión y Visión

Misión

La Pizzería "Hell's Pizza" en el Valle de los Chillos brinda una experiencia gastronómica única que fusiona elementos terroríficos con la deliciosa esencia de la pizza. Ofrecemos no solo pizzas exquisitas con ingredientes frescos y de alta calidad, sino también un entorno inmersivo que transporta a nuestros comensales a las profundidades de un universo culinario exótico. Nuestro mensaje, encapsulado en nuestro eslogan "Donde el sabor despierta tus demonios", refleja la idea

de que en "Hell's Pizza" la experiencia va más allá de la comida, dejando una impresión duradera en la memoria de nuestros clientes.

Visión

"Hell's Pizza" se posicionará como una marca líder y destacada en la escena gastronómica del Valle de los Chillos, consolidando su posición como la opción preferida para los aficionados al terror y la buena cocina. Enfocándose en fortalecer nuestra presencia local, ampliando nuestra base de clientes y consolidando la lealtad de aquellos que buscan experiencias culinarias excepcionales.

6.2.5.2. Objetivos

Objetivo General: Posicionarnos como la principal opción gastronómica para entusiastas del terror en el Valle de los Chillos, ofreciendo una experiencia culinaria única que combine sabores exquisitos con elementos inmersivos de horror. Buscamos convertirnos en el destino preferido para aquellos que buscan una cena fuera de lo común, proporcionando un ambiente distintivo y memorable que despierte emociones y desafíe las expectativas.

Objetivos específicos:

- Implementar estrategias de marketing personalizadas para atraer y retener a los entusiastas del terror en el Valle de los Chillos, utilizando técnicas de segmentación de mercado y promociones temáticas para destacar la experiencia única de "*Hell's Pizza*" y aumentar la fidelidad de los clientes.
- Optimizar la gestión de costos y la eficiencia operativa para garantizar márgenes de rentabilidad saludables, manteniendo al mismo tiempo la calidad de los ingredientes y la experiencia del cliente. Además, buscar oportunidades de

inversión en tecnología y capacitación del personal para mejorar la productividad y la calidad del servicio.

- Establecer alianzas estratégicas con influenciadores y referentes locales del ámbito del terror para aumentar la visibilidad de "Hell's Pizza" y atraer nuevos clientes. Asimismo, explorar oportunidades de expansión mediante la apertura de nuevas sucursales en áreas con alta demanda y potencial de crecimiento.
- Implementar programas de capacitación continua para el personal, enfocados en el desarrollo de habilidades culinarias, servicio al cliente y conocimiento de la temática de terror, con el fin de ofrecer una experiencia consistente y de alta calidad en cada visita. Además, fomentar una cultura organizacional centrada en la innovación y la mejora continua, donde se valoren las sugerencias y se promueva el aprendizaje compartido entre los empleados.

6.2.5.3. Metas

- Atraer un mínimo de 20 clientes nuevos durante el primer mes de operaciones, mediante campañas publicitarias locales, promociones de apertura y marketing boca a boca.
- Lograr un punto de equilibrio financiero en los primeros seis meses de operación, gestionando los costos de manera eficiente y maximizando los ingresos.
- Establecer relaciones sólidas con proveedores locales de ingredientes frescos y de alta calidad, garantizando un suministro constante y confiable para mantener la excelencia en los productos.

- Construir una base de datos de clientes potenciales a través de la captación de correos electrónicos y números de teléfono durante el primer trimestre, para futuras campañas de marketing directo y promociones exclusivas.
- Capacitar al personal en técnicas de servicio al cliente, preparación de alimentos y procedimientos operativos estándar antes de la apertura, para garantizar un servicio de alta calidad desde el primer día.
- Establecer alianzas estratégicas con empresas locales y comunidades de entusiastas del terror para promocionar el restaurante, mediante colaboraciones en eventos y programas de intercambio de promoción.
- Desarrollar un sitio web funcional y atractivo, así como perfiles en redes sociales, para aumentar la visibilidad en línea y atraer a una audiencia más amplia, especialmente entre los jóvenes y los entusiastas de la cultura pop.
- Implementar un sistema de gestión de reservas y pedidos en línea para facilitar el acceso y la conveniencia para los clientes, maximizando la capacidad de generación de ingresos y la satisfacción del cliente.
- Obtener la certificación sanitaria y cumplir con todas las normativas legales y regulaciones locales antes de la apertura, garantizando la seguridad alimentaria y el cumplimiento normativo.
- Crear una experiencia de apertura memorable para los clientes, con actividades especiales, degustaciones gratuitas, entretenimiento en vivo y regalos promocionales, para generar entusiasmo y generar un boca a boca positivo.

6.2.5.4. Políticas de la empresa

Política de Calidad de Ingredientes: Compromiso con el uso exclusivo de ingredientes frescos y de alta calidad en la preparación de las pizzas, seleccionados cuidadosamente de proveedores locales confiables.

Política de Atención al Cliente: Garantía de un servicio al cliente excepcional, brindando una atención amable, eficiente y personalizada en todo momento, con el objetivo de superar las expectativas de los comensales.

Política de Seguridad Alimentaria: Cumplimiento estricto de las normativas de seguridad alimentaria, garantizando la manipulación segura de alimentos, el almacenamiento adecuado y el mantenimiento de la higiene en todas las áreas de producción.

Política de Precios Transparentes: Compromiso de ofrecer precios justos y transparentes en todos nuestros productos, sin cargos ocultos ni sorpresas en la factura final.

Política de Ambiente Inmersivo: Creación y mantenimiento de una atmósfera única y envolvente en el restaurante, con una decoración temática de terror, música ambiente adecuada y detalles que contribuyan a la experiencia del cliente.

Política de Personal Capacitado: Inversión en la formación y capacitación continua del personal, proporcionando oportunidades de desarrollo profesional y garantizando que todos los empleados estén debidamente entrenados en sus funciones.

Política de Sostenibilidad Ambiental: Compromiso con prácticas comerciales sostenibles, incluyendo la reducción de residuos, el reciclaje, la conservación de energía y el uso de materiales eco amigables siempre que sea posible.

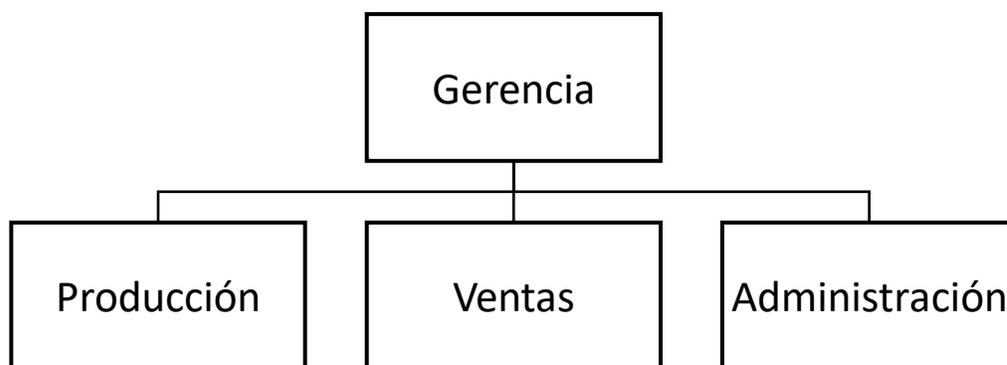
Política de Participación Comunitaria: Participación activa en la comunidad local mediante la organización de eventos benéficos, patrocinios y colaboraciones con organizaciones sin fines de lucro que promuevan causas sociales y culturales.

Política de Comunicación Transparente: Mantenimiento de una comunicación abierta y transparente con los clientes, empleados y otros grupos de interés, proporcionando información clara sobre nuestros productos, servicios y políticas.

Política de Innovación Continua: Fomento de la creatividad y la innovación en todos los aspectos del negocio, promoviendo la experimentación con nuevos sabores, tecnologías y prácticas de gestión para mantenernos a la vanguardia de la industria gastronómica.

6.2.5.5. Organigrama departamental

Para la organización dentro del restaurante se determinaron los siguientes cargos en forma de organigrama:



6.2.5.6. Necesidades de Personal

A continuación, se detalla el cargo del personal en el restaurante, así como el número necesario en dichos cargos:

Tabla 17 Necesidad de Personal

Cargo	Número de operadores
Gerente	1
Cocinero	1
Mesero	2
Repartidor	1

El número de colaboradores está basado en el personal mínimo que se requiere para inicial el proyecto.

6.2.6. Análisis Legal

6.2.6.1. Marco legal interno del proyecto

A continuación, se detalla los lineamientos que la empresa manejará con cada uno de los trabajadores

Objetivo: Crear un ambiente laboral óptimo en el personal del restaurante mediante la enseñanza y ejemplo dentro del mismo

Deberes:

- Fomentar siempre el trabajo en equipo
- Respetar los derechos humanos
- Fomentar el respeto en la empresa
- Recibir a los clientes

- Limpiar y organizar mesas siempre
- Solicitar y llevar registro de los pedidos
- Controlar tiempos en producción y servicio
- Apegarse a recetas standard
- Llevar un registro diario de inventario
- Mantener inocuidad en los alimentos

Derechos

- Derecho a un salario básico
- Derecho a horas extra y sobrecargas pagadas
- Derecho a prestaciones sociales
- Derecho a afiliación social
- Derecho a descansos renumerados
- Derecho a no discriminación
- Derecho a la integridad física y seguridad
- Derecho a crédito de propinas
- Derecho a división de propinas
- Derecho a salario mínimo

6.2.6.2. Leyes, decretos y acuerdos ministeriales

Cada ley mostrada a continuación será aplicada dentro del proyecto.

Ley de compañías: Las compañías se constituyen por contrato, entre dos o más personas naturales o jurídicas que unen sus capitales, trabajo o conocimiento para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades, o por acto unilateral, por una sola persona natural o

jurídica que destina aportes de capital para emprender en operaciones mercantiles de manera individual y participar de sus utilidades. (LEXIS S.A, 2023, pág. 1)

Ley de régimen tributario interno: Además, el régimen busca asegurar que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones fiscales, como registrar datos de su actividad económica, llevar contabilidad, presentar declaraciones y facilitar inspecciones y verificaciones (P., 2005, pág. 1)

Ley Código de trabajo: Busca proteger los derechos laborales y establecer las bases para una relación justa y equitativa entre empleadores y trabajadores en Ecuador. (Funcion Judicial, 2005, pág. 1)

6.2.6.3. Ordenanzas Municipales

Las siguientes ordenanzas municipales permitirán que el proyecto esté totalmente regulado teniendo un respaldo legal.

Ordenanza Metropolitana No. 0339: Esta ordenanza regula el impuesto de patentes municipales y metropolitanas en el Distrito Metropolitano de Quito.

Ordenanza Metropolitana No.065-2023: Esta ordenanza establece la autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados.

6.3. Capítulo III: Estudio Financiero

6.3.1. Presupuesto de ventas

Presupuesto proyectado en años					
Años	2023	2024	2025	2026	2027
Naturales	4833	5799	6959	8351	10021
Presentaciones de Pizzas					
Pizza personal (100%)	4833	5799	6959	8351	10021
Pizza Mediana (100%)	4833	5799	6959	8351	10021
Pizza Familiar (100%)	4833	5799	6959	8351	10021
P.V.P (u) PP	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
P.V.P (u) PM	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
P.V.P (u) PF	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Total Ingresos Presupuestados PP	\$ 33.830	\$ 40.596	\$ 48.715	\$ 58.458	\$ 70.149
Total Ingresos Presupuestados PM	\$ 57.994	\$ 69.592	\$ 83.511	\$ 100.213	\$ 120.256
Total Ingresos Presupuestados PF	\$ 120.820	\$ 144.984	\$ 173.981	\$ 208.777	\$ 250.532
Total Ingresos Presupuestados	\$ 212.643	\$ 255.172	\$ 306.206	\$ 367.447	\$ 440.937

Ilustración 22 Presupuesto de ventas

Elaborado por: Autor

Para este proyecto se tomaron en cuenta las presentaciones del producto, en este caso son las presentaciones de las pizzas personal, medianas y familiares, teniendo como mercado objetivo de 4833 unidades el primer año con un porcentaje de incremento del 2% anual.

6.3.2. Costo de Ventas

Años	2024	2025	2026	2027	2028
Venta Unidades	4833	5799	6959	8351	10021
Costo Por Unidad	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Total	\$12.082,00	\$14.498,40	\$17.398,08	\$20.877,70	\$ 25.053,24

Ilustración 23 Costo de Ventas

Elaborado por: Autor

Presupuestando el costo de ventas se estimó por cuenta propia el costo por unidad registrando \$2,50; estimando para el primer año un total de costo de ventas de \$12082.

6.3.3. Necesidades de mano de obra y costos administrativos

Para garantizar un funcionamiento óptimo de la empresa en términos de eficiencia, calidad en la atención al cliente y procesos efectivos a nivel operativo, será necesario contar con el siguiente equipo de colaboradores.

En el cuadro siguiente se presentan los salarios mensuales que recibirán durante su primer año en la empresa, así como los detalles de sus compensaciones, beneficios, aportaciones, provisiones y otros aspectos relacionados.

NECESIDADES DE MANO DE OBRA Y COSTOS ADMINISTRATIVOS								
CARGO	NUMERO	SUELDO	TOTAL	Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal
		UNITARIO						
Gerente	1	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 6.240,00	\$ 520,00	\$ 460,00	\$ 260,00	\$ 695,76
Cocinero	1	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 230,00	\$ 615,48
Mesero	2	\$ 460,00	\$ 920,00	\$ 11.040,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 1.230,96
Repartidor	1	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 230,00	\$ 615,48
TOTAL	1		\$ 2.360,00	\$ 28.320,00	\$ 1.900,00	\$ 1.840,00	\$ 1.180,00	\$ 3.157,68

Ilustración 24 Necesidades de mano de obra

Elaborado por: Autor

En cuanto los honorarios y remuneraciones me manejaran 1 socio en el proyecto el cual tendrá un porcentaje de incremento del 5% anual.

Presupuesto de remuneraciones honorarios socios					
Presupuesto proyectado en años	2024	2025	2026	2027	2028
Cantidad de socios	1	1	1	1	1
Porcentaje de incremento		5%	5%	5%	5%
Honorarios anuales Gerente Gene	\$ 6.240,00	\$ 6.552,00	\$ 6.879,60	\$ 7.223,58	\$ 7.584,76
TOTAL COSTOS HONORARIOS	\$ 6.240,00	\$ 6.552,00	\$ 6.879,60	\$ 7.223,58	\$ 7.584,76

Ilustración 25 Presupuesto remuneración

Elaborado por: Autor

Presupuesto proyectado anual de sueldos y salarios colaboradores					
	2024	2025	2026	2027	2028
Cocinero	\$ 5.520,00	\$ 5.630,40	\$ 5.743,01	\$ 5.857,87	\$ 5.975,03
Meseros (2)	\$11.040,00	\$11.260,80	\$11.486,02	\$11.715,74	\$11.950,05
Repartidor	\$ 5.520,00	\$ 5.630,40	\$ 5.743,01	\$ 5.857,87	\$ 5.975,03
Total sueldos y salarios	\$ 22.080,00	\$ 22.521,60	\$ 22.972,03	\$ 23.431,47	\$ 23.900,10

Ilustración 26 Presupuesto de sueldos y salarios de colaboradores

Elaborado por: Autor

Colaboradores	2024	2025	2026	2027	2028
Aporte patronal IESS	\$ 615,48	\$ 684,11	\$ 760,38	\$ 845,17	\$ 939,40
Decimo Tercero	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00
Decimo Cuarto	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00
Vacaciones	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00
Fondos de Reservas		\$ 156,34	\$ 159,46	\$ 162,65	\$ 165,91
Totales	\$ 1.765,48	\$ 1.990,44	\$ 2.069,85	\$ 2.157,82	\$ 2.255,31

Ilustración 27 Beneficios sociales colaboradores

Elaborado por: Autor

Para tener una mayor exactitud en cuanto a los gastos administrativos, estos serán desglosados en diferentes cuentas contables (Luz, agua, teléfono, internet)

Prsupuesto proyectado anual de gastos administrativos					
Gastos	2024	2025	2026	2027	2028
Ariendo local	\$ 5.400,00	\$ 5.452,92	\$ 5.506,36	\$ 5.560,32	\$ 5.614,81
Luz	\$ 830,00	\$ 838,13	\$ 846,35	\$ 854,64	\$ 863,02
Agua	\$ 240,00	\$ 242,35	\$ 244,73	\$ 247,13	\$ 249,55
Teléfono	\$ 360,00	\$ 363,53	\$ 367,09	\$ 370,69	\$ 374,32
Internet	\$ 600,00	\$ 605,88	\$ 611,82	\$ 617,81	\$ 623,87
Total Gastos	\$ 7.430,00	\$ 7.502,81	\$ 7.576,34	\$ 7.650,59	\$ 7.725,57

Ilustración 28 Gastos Administrativos

Elaborado por: Autor

Presupuesto proyectado anual de gastos varios					
Cuentas	2024	2025	2026	2027	2028
Suministros de oficina	\$ 200,00	\$ 201,96	\$ 203,94	\$ 205,94	\$ 207,96
Publicidad	\$ 700,00	\$ 706,86	\$ 713,79	\$ 720,78	\$ 727,85
Capacitación	\$ 150,00	\$ 151,47	\$ 152,95	\$ 154,45	\$ 155,97
Imprevistos	\$ 120,00	\$ 121,18	\$ 122,36	\$ 123,56	\$ 124,77
Total gastos varios	\$ 1.170,00	\$ 1.181,47	\$ 1.193,04	\$ 1.204,74	\$ 1.216,54

Ilustración 29 Gastos Varios

Elaborado por. Autor

Es muy importante en este proyecto tener presupuestado el gasto de publicidad ya que este es el que dará a conocer el producto principal y así se refleja en el cuadro anterior un mayor gasto en esta cuenta.

6.3.4. Inversión requerida

6.3.4.1. Inversión requerida en activos fijos

Dentro del proyecto se necesita de una inversión en cuanto activos fijos con los cuales vienen con su respectiva vida útil necesarios para poder operar dentro del proyecto.

GASTO DEPRECIACIÓN									
Presupuesto año 2024 Activo Fijo (Activo fijo)									
Concepto	Número de unidades	Valor (USD)		Vida útil (Años)	Depreciación Anual	2025	2026	2027	2028
		Unitario	Total			Depreciación Anual	Depreciación Anual	Depreciación Anual	Depreciación Anual
Horno	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	5	\$ 395,00	\$ 395,00	\$ 395,00	\$ 395,00	\$ 395,00
Amasadora	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	5	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00
Mesa de trabajo	1	\$ 300,00	\$ 300,00	10	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50
Rodillo	2	\$ 70,00	\$ 140,00	5	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00
Refrigeradora	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	10	\$ 147,50	\$ 147,50	\$ 147,50	\$ 147,50	\$ 147,50
Congelador	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50
Cocina Industrial	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	10	\$ 117,50	\$ 117,50	\$ 117,50	\$ 117,50	\$ 117,50
Campana Extractora	1	\$ 550,00	\$ 550,00	10	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50
Lavavajillas industrial	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00	5	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00
Rallador	3	\$ 20,00	\$ 60,00	5	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Bandeja de pizza	5	\$ 20,00	\$ 100,00	3	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Paletas para pizza	3	\$ 30,00	\$ 90,00	3	\$ 21,67	\$ 21,67	\$ 21,67	\$ 21,67	\$ 21,67
Equipo de limpieza	1	\$ 15,00	\$ 15,00	3	\$ 4,67	\$ 4,67	\$ 4,67	\$ 4,67	\$ 4,67
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00	3	\$ 158,33	\$ 158,33	\$ 158,33	\$ 158,33	\$ 158,33
Totales	25	\$ 8.105,00	\$ 9.755,00	87	\$ 1.418,83				

Ilustración 30 Gastos de Depreciación

Elaborado por: Autor

En lo que respecta a las inversiones en activos, existen otros elementos que son mayormente intangibles y se refieren a menudo como diferidos en términos contables. Estos activos están estrechamente ligados a la formación inicial de la empresa y son reportados ante un ente regulador conocido como la Superintendencia de Compañías. Es importante destacar que estos activos representan un gasto para la empresa, el cual debe ser distribuido a lo largo de cinco años después de la constitución, y se les aplica una tasa de amortización del 20%.

GASTO DEPRECIACIÓN									
Presupuesto año 2024 Activo Fijo (Activo fijo)									
Concepto	Número de unidades	Valor (USD)		Vida útil (Años)	Depreciación Anual	2025	2026	2027	2028
		Unitario	Total			Depreciación Anual	Depreciación Anual	Depreciación Anual	Depreciación Anual
Minuta de constitucion actas	1	\$ 250,00	\$ 250,00	5	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Permisos de funcionamineto	1	\$ 500,00	\$ 500,00	5	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Registro de Marca	1	\$ 450,00	\$ 450,00	5	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Patentes	1	\$ 220,00	\$ 220,00	5	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 44,00
Totales	4	\$ 1.420,00	\$ 1.420,00	20	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00

Ilustración 31 Gastos constitucionales

Elaborado por. Autor

6.3.4.2. Capital de trabajo e inversión inicial

Para el capital de trabajo se determinó un costo por unidad de \$2,50 durante los 5 años en los que se proyectó, con esto se mantienen el mismo costo de precio unitario.

Inversion inicial	
Capital de trabajo	
Efectivo	\$ 14.360,00
Garantia arrendamiento	\$ 300,00
Inversión Fija	\$ 9.755,00
Inversión Diferida	\$ 1.420,00
Total	\$ 25.835

Ilustración 32 Inversión Inicial

Elaborado por: Autor

De acuerdo con la tabla anterior estableciendo los cálculos pertinentes, se tiene entonces como inversión inicial para el proyecto un valor de \$25835.

6.3.4.3. Financiamiento de la inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN					
DETALLE	VALOR TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS AJENOS	
		%	VALOR	%	VALOR
Inversión fija	\$ 9.755,00	100%	\$ 9.755,00	0%	\$ -
Capital de trabajo	\$ 14.660,00	0%	\$ -	100,0%	\$ 14.660,00
Inversión diferida	\$ 1.420,00	100%	\$ 1.420,00	0,0%	\$ -
TOTAL	\$ 25.835,00	200%	\$ 11.175	100%	\$ 14.660,00
		% EMPRESA	43%	% AJENOS	57%

Ilustración 33 Financiamiento de la inversión

Elaborado por: Autor

Como se ve en la tabla el 57% pertenece a recursos ajenos es decir un préstamo mientras que el 43% pertenece a los recursos propios que se asumirán por cuenta propia; por lo mismo se debe calcular la tasa de amortización en cuanto al interés del banco o institución financiera a la que pedirá el préstamo. El banco al que se realizará la solicitud de préstamo es PRODUBANCO que cuenta con una tasa de interés anual del 16.77% por el monto. Por lo cual se utilizará el método alemán para la tabla de amortización a continuación

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
TASA DE INTERÉS	16,77%			
Periodo	Monto	Capital	Interes	Cuota
0	14.660			
1	10.995	3.665	2.458	6.123
2	7.330	3.665	1.123	6.123
3	3.665	3.665	748	6.123
4	0	3.665	374	6.123
Total			4.704	

Ilustración 34 Tabla de amortización

Elaborado por: Autor

Teniendo así un interés total a pagar de \$4704 a PRODUBANCO por el préstamo del monto de \$14660.

6.3.5. Estado Financieros Proyectados

6.3.5.1. Estado de resultados proyectados

El estado financiero actual será extendido a un horizonte temporal de 5 años, empleando estimaciones de ventas, costos y gastos, con el propósito de calcular la utilidad neta después de considerar las deducciones por participaciones laborales, impuestos sobre la renta y reservas, o en su defecto, determinar la pérdida neta del período contable.

Estado de Resultados Presupuestado.					
	Años				
	2024	2025	2026	2027	2028
Pizzas Unidades	4833	5799	6959	8351	10021
VENTAS POR PRODUCTOS	212643	255172	306206	367447	440937
(-) Costo de ventas	12082	14498	17398	20878	25053
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	200561	240673	288808	346570	415884
(-) Honorarios anuales del Gerente General	\$ 6.240,00	\$ 6.552,00	\$ 6.879,60	\$ 7.223,58	\$ 7.584,76
(-) Sueldos	\$ 22.080,00	\$ 22.521,60	\$ 22.972,03	\$ 23.431,47	\$ 23.900,10
(-) Beneficios Sociales	\$ 1.765,48	\$ 3.710,16	\$ 3.823,95	\$ 3.947,01	\$ 4.080,28
(-) Gastos administrativos	\$ 7.430,00	\$ 7.502,81	\$ 7.576,34	\$ 7.650,59	\$ 7.725,57
(-) Gastos varios	\$ 1.170,00	\$ 1.181,47	\$ 1.193,04	\$ 1.204,74	\$ 1.216,54
(-) Depreciación	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83
(-) Amortización	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00
(-) Gastos financieros / intereses	\$ 2.458,48	\$ 1.122,59	\$ 748,39	\$ 374,20	\$ -
(-) Gastos constitución	\$ 1.420,00				
(-) Comisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTOS Y GASTOS	\$ 44.266,80	\$ 44.293,46	\$ 44.896,20	\$ 45.534,42	\$ 46.210,08
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	\$ 156.294,40	\$ 196.379,98	\$ 243.911,93	\$ 301.035,34	\$ 369.673,62

(-) 15% Participación trabajadores	\$ 23.444,16	\$ 29.457,00	\$ 36.586,79	\$ 45.155,30	\$ 55.451,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 132.850,24	\$ 166.922,98	\$ 207.325,14	\$ 255.880,04	\$ 314.222,58
(-25%) Impuesto a la renta	\$ 33.212,56	\$ 41.730,75	\$ 51.831,29	\$ 63.970,01	\$ 78.555,64
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 99.637,68	\$ 125.192,24	\$ 155.493,86	\$ 191.910,03	\$ 235.666,93
(+) Depreciaciones	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83
(+) Amortizaciones	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00
(-) Préstamo	\$ 3.665,00	\$ 3.665,00	\$ 3.665,00	\$ 3.665,00	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 97.675,52	\$ 123.230,07	\$ 153.531,69	\$ 189.947,86	\$ 237.369,77

Ilustración 35 Estado de resultados

Elaborado por: Autor

En este caso el interés final para el año 2028 es de \$0 ya que el préstamo en este banco permite solo un periodo de 48 meses es decir 4 años.

6.3.5.2. Flujo de caja

6.3.5.2.1. Flujo de caja con apalancamiento

Estado de Resultados Presupuestado.					
	Años				
	2024	2025	2026	2027	2028
Pizzas Unidades	4833	5799	6959	8351	10021
VENTAS POR PRODUCTOS	212643	255172	306206	367447	440937
(-) Costo de ventas	12082	14498	17398	20878	25053
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	200561	240673	288808	346570	415884
(-) Honorarios anuales del Gerente General	\$ 6.240,00	\$ 6.552,00	\$ 6.879,60	\$ 7.223,58	\$ 7.584,76
(-) Sueldos	\$ 22.080,00	\$ 22.521,60	\$ 22.972,03	\$ 23.431,47	\$ 23.900,10
(-) Beneficios Sociales	\$ 1.765,48	\$ 3.710,16	\$ 3.823,95	\$ 3.947,01	\$ 4.080,28
(-) Gastos administrativos	\$ 7.430,00	\$ 7.502,81	\$ 7.576,34	\$ 7.650,59	\$ 7.725,57
(-) Gastos varios	\$ 1.170,00	\$ 1.181,47	\$ 1.193,04	\$ 1.204,74	\$ 1.216,54
(-) Depreciación	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83
(-) Amortización	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00
(-) Gastos financieros / intereses	\$ 2.458,48	\$ 1.122,59	\$ 748,39	\$ 374,20	\$ -
(-) Gastos constitución	\$ 1.420,00				
(-) Comisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTOS Y GASTOS	\$ 44.266,80	\$ 44.293,46	\$ 44.896,20	\$ 45.534,42	\$ 46.210,08
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	\$ 156.294,40	\$ 196.379,98	\$ 243.911,93	\$ 301.035,34	\$ 369.673,62
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 23.444,16	\$ 29.457,00	\$ 36.586,79	\$ 45.155,30	\$ 55.451,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 132.850,24	\$ 166.922,98	\$ 207.325,14	\$ 255.880,04	\$ 314.222,58
(-25%) Impuesto a la renta	\$ 33.212,56	\$ 41.730,75	\$ 51.831,29	\$ 63.970,01	\$ 78.555,64
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 99.637,68	\$ 125.192,24	\$ 155.493,86	\$ 191.910,03	\$ 235.666,93
(+) Depreciaciones	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83
(+) Amortizaciones	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00
(-) Préstamo	\$ 3.665,00	\$ 3.665,00	\$ 3.665,00	\$ 3.665,00	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 97.675,52	\$ 123.230,07	\$ 153.531,69	\$ 189.947,86	\$ 237.369,77

RRPP	11175	28,00%	3129
RRAA	14660	16,00%	2346
Total	25835		5475
WACC	21,19%	Apalancamiento	

Ilustración 36 Flujo de Caja con apalancamiento

Elaborado por: Autor

Se identifica como resultado del flujo de caja en el año uno (2024), un valor de \$97675,52 con sus respectivos apalancamientos de préstamo y gastos financieros, junto a un porcentaje en el WACC de 21,19%.

6.3.5.2.2. Flujo de caja sin Apalancamiento

Estado de Resultados Presupuestado.					
	Años				
	2024	2025	2026	2027	2028
Pizzas Unidades	4833	5799	6959	8351	10021
VENTAS POR PRODUCTOS	212643	255172	306206	367447	440937
(-) Costo de ventas	12082	14498	17398	20878	25053
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	200561	240673	288808	346570	415884
(-) Honorarios anuales del Gerente General	\$ 6.240,00	\$ 6.552,00	\$ 6.879,60	\$ 7.223,58	\$ 7.584,76
(-) Sueldos	\$ 22.080,00	\$ 22.521,60	\$ 22.972,03	\$ 23.431,47	\$ 23.900,10
(-) Beneficios Sociales	\$ 1.765,48	\$ 3.710,16	\$ 3.823,95	\$ 3.947,01	\$ 4.080,28
(-) Gastos administrativos	\$ 7.430,00	\$ 7.502,81	\$ 7.576,34	\$ 7.650,59	\$ 7.725,57
(-) Gastos varios	\$ 1.170,00	\$ 1.181,47	\$ 1.193,04	\$ 1.204,74	\$ 1.216,54
(-) Depreciación	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83
(-) Amortización	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00
(-) Gastos financieros / intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gastos constitución	\$ 1.420,00				
(-) Comisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTOS Y GASTOS	\$ 41.808,31	\$ 43.170,87	\$ 44.147,81	\$ 45.160,22	\$ 46.210,08
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	\$ 158.752,89	\$ 197.502,57	\$ 244.660,32	\$ 301.409,53	\$ 369.673,62

(-) 15% Participación trabajadores	\$ 23.812,93	\$ 29.625,39	\$ 36.699,05	\$ 45.211,43	\$ 55.451,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 134.939,95	\$ 167.877,19	\$ 207.961,27	\$ 256.198,10	\$ 314.222,58
(-25%) Impuesto a la renta	\$ 33.734,99	\$ 41.969,30	\$ 51.990,32	\$ 64.049,53	\$ 78.555,64
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 101.204,97	\$ 125.907,89	\$ 155.970,96	\$ 192.148,58	\$ 235.666,93
(+) Depreciaciones	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83	\$ 1.418,83
(+) Amortizaciones	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00	\$ 284,00
(-) Préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 102.907,80	\$ 127.610,72	\$ 157.673,79	\$ 193.851,41	\$ 237.369,77

Ilustración 37 Flujo de Caja sin apalancamiento

Elaborado por: Autor

Se identifica como resultado del flujo de caja en el año uno (2024), un valor de \$102907,80 sin apalancamientos de préstamo o gastos financieros e intereses.

6.3.5.3. Balance general

compararse con la actualización de los flujos de efectivo futuros generados por la operación normal de la organización.

6.3.6.1. Evaluación financiera VAN y TIR

Para este propósito, se utilizan herramientas como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) que muestra la rentabilidad evolutiva y el análisis de costo-beneficio, que, junto con la evaluación de la recuperación de la inversión, proporcionan la información necesaria para determinar qué tan rentable será el proyecto en un período específico de tiempo.

Según la condición del VNA si es mayor a 0 el proyecto es viable lo que da paso al siguiente cálculo del TIR

Años	FNE
Inversión Inicial	-\$ 25.835,00
2024	\$ 97.675,52
2025	\$ 123.230,07
2026	\$ 153.531,69
2027	\$ 189.947,86
2028	\$ 237.369,77
total	\$ 775.919,90
VNA	\$ 409.992,75
TIR	403%

Ilustración 39 Determinación de VNA y TIR

Elaborado por: Autor

Teniendo, así como resultado en el VNA un valor de \$409992,75; por lo que el proyecto es viable; continuando con el cálculo del TIR este arrojó un porcentaje de 403%, siendo claramente mayor al porcentaje del WACC lo que determina que el proyecto es rentable.

6.3.6.2. Determinación de la tasa de descuento

Tasa de Descuento	
Inflacion promedio	2%
Premio al riesgo	12%
TMAR	14%

Ilustración 40 Tasa de descuento

Elaborado por: Autor

Se puede identificar una tasa de descuento del 14% para el proyecto de factibilidad

6.3.6.3. Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio del proyecto se ve reflejado en la siguiente tabla.

Costo Fijo	\$ 62.896,72
Costo Variable	\$ 35.332,00
Ventas Totales	\$ 212.643,20
PE en dolares	\$ 75.429,87

Ilustración 41 Punto de Equilibrio

Elaborado por: Autor

Se determina según el cálculo realizado que el punto de equilibrio es de \$75429,87 dentro de este proyecto.

6.3.6.4. ROE (Rendimiento de Capital Propio)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Recursos propios}}$$

$$\text{ROE} = \frac{212643}{11175}$$

$$\text{ROE} = 1903\%$$

Ilustración 42 ROE

Elaborado por: Autor

Determinado por el ROE se puede concluir que por cada dólar invertido por inversionista la empresa está ganando \$19.

6.3.6.5. ROI (Retorno Sobre la Inversión)

La inversión es rentable en un 286%, el porcentaje es alto ya que es una demanda bastante alta, acompañado del sector industrial en el que se encuentra.

$$\text{ROI} = \frac{\text{BENEFICIOS - COSTOS}}{\text{COSTOS}} \times 100$$

$$\text{ROI} = \frac{99638}{25835,00} \times 25835,00$$

$$\text{ROI} = 286\%$$

Ilustración 43 ROI

Elaboración por: Autor

6.3.6.6. Análisis de costo – beneficio

COSTO BENEFICIO	
Relación B/C	Suma de los flujos de caja actualizados
Proyecto	Costo (inversión del proyecto)

Relación B/C	775920
Proyecto	25835

Relación B/C	30,0
Proyecto	

B/C ≥ 1 Acepto el proyecto
 B/C < 1 Rechazo el proyecto

Ilustración 44 Análisis de Costo – Beneficio

Elaborado por: Autor

Dando como resultado del costo beneficio y analizando las condiciones el costo beneficio es mayor a 1, por lo que se puede concluir en que el proyecto es aceptable.

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

- La creación de una pizzería con temática de horror es una propuesta innovadora que busca ofrecer una experiencia culinaria única y emocionante. La combinación de estos elementos atrae a un público diverso y consolida el negocio como un referente en el sector gastronómico.
- La investigación demográfica y de hábitos de consumo proporciona información valiosa para adaptar la oferta de la pizzería a las preferencias del público, permitiendo también determinar cuáles son sus gustos y aceptación sobre este tipo de restaurantes.

- El estudio técnico legal identificó las regulaciones y ordenanzas que se aplicarán en la ciudad de Sangolquí, a fin de garantizar el cumplimiento normativo y evitar observaciones legales.
- El análisis financiero fue fundamental para determinar la factibilidad del proyecto, así como su viabilidad y diferentes factores a tomar en cuenta como fue la inversión inicial de \$25835 para el proyecto.

7.2. Recomendaciones

- Realizar un plan detallado sobre actividades a realizar dentro del restaurante, proporcionando así un mayor control dentro del mismo sin afectar las expectativas del cliente.
- Monitorear permanentemente las tendencias del mercado y la oferta gastronómica mediante encuestas u observaciones, así como la experiencia del restaurante según las preferencias cambiantes de los clientes.
- Contratar una asesoría legal para asegurar que la ubicación y operación de la pizzería cumplan con todas las exigencias legales.
- Realizar un control de seguimiento financiero cada mes mediante flujos de caja, a fin de obtener valores y resultados reales llevando así un control sobre el dinero.

8. Referencias

- Aaron Allen. (2023). *Aaron Allen & associates*. <https://aaronallen.com/blog/industria-de-la-pizza>
- Aceites la Pedriza. (2024). *Aceites la Pedriza*. <https://www.aceiteslapedriza.com/es/recetarios-es/item/36-pizza-de-salmon-ahumado>
- AGAMA,(2009).*Repositorio Internacional SEK Ecuador*
<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/1130/3/Vizcaino%20Agama%2c%20Daniela.pdf>
- Arcos, Y. (2023). *Ciudad De Mexico Secreta*. <https://cdmxsecreta.com/restaurantes-de-miedo-en-cdmx/>
- Bravo, A. (2023). *Estudiar Cocina*. <https://estudiarcocina.com/tendencias-en-gastronomia/restaurantes-tematicos-definicion-ejemplos-y-caracteristicas/>
- Caita, O. (2023). *Oscar Caita*. <https://www.oscarcaita.com/estudio-financiero-de-un-proyecto-de-inversion/>
- Censo Ecuador. (2023). *Censo Ecuador*. <https://censoecuador.ecudatanalytics.com>
- Conceptualia.(2023). *Conceptualia*. <https://conceptualia.es/cultura-y-sociedad/conocimiento/eficiencia/#:~:text=La%20eficiencia%20es%20un%20t%C3%A9rmino%20que%20se%20utiliza,de%20maximizar%20los%20resultados%20con%20los%20recursos%20disponibles.>
- Ditaly. (2024). *Ditaly*. <https://www.ditaly.es/como-montar-una-pizzeria/>
- ESAN. (2017). *Conexión Esan* . <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/un-indicador-clave-de-rentabilidad-la-tasa-interna-de-retorno-tir#:~:text=La%20TIR%20es%20la%20tasa%20de%20descuento%20de,menor%20que%20la%20inversi%C3%B3n%20VAN%20menor%20que%20cero%29.>

- Eva. (2024). *Kiwilimón*. <https://www.kiwilimon.com/receta/platos-fuertes/pizza-de-champinones-con-queso>
- Funcion Judicial. (2005). *Funcion Judicial Ecuador*. https://www.funcionjudicial.gob.ec/www/pdf/normativa/codigo_trabajo.pdf
- Galán, J. S. (2024). *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Gob.ec. (2019). *Gob.ec*. <https://www.gob.ec/regulaciones/1344/informacion>
- Google maps. (2024). *Google Maps*. <https://www.google.com/maps/place/Sangolquí/@-0.3201619,-78.4789053,13z/data=!4m6!3m5!1s0x91d5bce8154bd277:0xa340c872059b15f5!8m2!3d-0.3301626!4d-78.4510729!16zL20vMGM4MXIz?hl=es-419&entry=ttu>
- Heather. (2024). *snacktothefuture*. <https://snacktothefuture.co.uk/2015/06/07/gluten-free-chorizo-tomato-and-jalapeno-pizza/>
- Hernández, R. (2001). *Metodología de Investigación*. México: McGraw_Hill.
- Hola Cocina. (2024). *Hola Cocina*. <https://www.hola.com/cocina/recetas/20230904238241/pizza-cuatro-quesos/>
- Ixta, D. J. (2024). *Larousse Magazine*. <https://laroussemagazine.mx/historia-y-arte/el-terror-que-nos-persigue-los-inquietantes-origenes-del-horror-moderno/>
- Javil. (2018). *Ocio Terror*. https://ocioterror.es/bares_restaurantes_terror_mundo/
- LaGuerre, A. (2022). *Historia del Cine*. <https://historiadelcine.es/generos-cinematograficos/cine-terror-caracteristicas-historia/>
- LEXIS S.A. (2023). *Compras públicas*. https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2023/04/ECLEX-PRO-MERCANTI-LEY_DE_COMPANIAS.pdf

OCAMPO, D. A. (2018).

<http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/11648/1/84T00600.pdf>

P., E. H. (11 de 2005). *Derecho Ecuador*. https://derechoecuador.com/el-reacutegimen-tributario-generalidades/#google_vignette

Paulina. (2024). *Paulina cocina*. <https://www.paulinacocina.net/pizza-hawaiiana/34025>

Pixnio. (2024). *Pixnio*. <https://pixnio.com/es/comida-bebida/la-pizza/pizzas-comida-quesos-camarones-pesto>

Revistalideres. (2016). *Revistalideres*. <https://www.revistalideres.ec/lideres/pizzeria-surgio-economia-negocios-emprendimiento.html>

Ricardo. (2020). *Libro de Finanzas*. <https://www.librodefinanzas.com/2020/05/van-valor-actual-neto.html>

Ruiz, R. (2023). *Seguros Y Finanzas*. https://www.segurosyfinanzashoy.com/inversion-que-es-tipos-y-como-funciona/?expand_article=1

SuperCias.(2023).*SuperCias*.

<https://appscvssoc.supercias.gob.ec/consultaCompanias/societario/informacionCompanias.jsf>

Survey Monkey. (2023). *Survey Monkey*. <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Tapara, H. (2023). *Ingenieria de Calidad*. <https://www.ingenieriadecalidad.com/2020/03/que-es-calidad.html#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20de%20la%20ISO%20indica%20que%20la,de%20los%20clientes%20y%20otras%20partes%20interesadas%20pertinentes%E2%80%9D>.

Torre, S. d. (2024). *Bonviveur* <https://www.bonviveur.es/recetas/pizza-margarita-casera>

Tripadvisor. (2023). *Tripadvisor*. https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g294308-c31-Quito_Pichincha_Province.html

Tripadvisor. (2023). *Tripadvisor*. https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g1064230-c31-Alicante_Costa_Blanca_Province_of_Alicante_Valencian_Community.html

Zona Green. (2023). *Zona Green*. <https://zonagreen.com.mx/que-es-un-estudio-tecnico/>