



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMALUZA”**

Tesis previa a la obtención del  
Título de Ingeniera Comercial.

**AUTORA:** Adriana Lucia Infante Delgado

**DIRECTOR DE TESIS** Ing. Galo Eduardo Salcedo López.

**LOJA – ECUADOR**

**2017**

# CERTIFICACIÓN

Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc.


DIRECTOR DE TESIS

## CERTIFICO:

---

Que el presente trabajo de investigación denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMALUZA”**, de autoría de la Sra. Adriana Lucia Infante Delgado ha sido dirigida, orientada y revisada durante su desarrollo por lo que autorizo su presentación y sustentación.

Loja, Junio 2017



Ing. Galo Eduardo Salcedo López

DIRECTOR DE TESIS

---

## AUTORIA

Yo, Adriana Lucía Infante Delgado, declaro ser autor(a) del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

**Autora:** Adriana Lucía Infante Delgado

**Firma:** 

**Cédula:** 1103869960

---

**Fecha:** Loja, Junio 2017

**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Adriana Lucia Infante Delgado, declaro ser autora del presente trabajo de tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMALUZA", como requisito para optar el grado de Ingeniera Comercial, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero

---

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 29 días del mes de junio de dos mil diecisiete, firma la autora:

**Firma:**

**Autora:** Adriana Lucía Infante Delgado

**Cédula:** 1103869960

**Dirección:** Espíndola- Amaluza: calle Hector Vaca y Francisca Chigua

**Correo electrónico:** adry1481@hotmail.com

**Teléfono:** 2653-231

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Mg. Galo Eduardo Salcedo López

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Mg. Carlos Rodríguez Armijos

Presidente del Tribunal

Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca Guerrero

Miembro del Tribunal

Ing. Edwin Vladimir Hernández Quezada

Miembro del Tribunal

# **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Nacional de Loja, a la carrera de Administración de Empresas Modalidad de Educación a Distancia, a cada uno de mis maestros que a lo largo de este tiempo supieron guiarme para culminar con éxito esta meta.

A mi familia por el apoyo incondicional.

Adriana Lucía

# DEDICATORIA

A mi familia y en especial a mis hijos por ser la razón de mi vida y a quienes quiero dejar un ejemplo de constancia y esfuerzo.

Adriana Lucía

**a. Título**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMALUZA”**

**b. RESUMEN.**

El Objetivo General en la presente investigación es realizar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora de pizza y su comercialización en la ciudad de Amaluza la implementación de una empresa productora de pizzas y su comercialización en la ciudad de Amaluza, para su desarrollo se aplicaron distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo, Inductivo, Estadístico y Analítico Sintético.

La utilización de todos estos métodos y técnicas permitió llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

Para poder realizar el estudio de mercado se lo hizo en la ciudad de Amaluza, con una muestra de 318 encuestas; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 1547 para el primer año de vida útil del proyecto, una Demanda Real de consumo de pizza de 61450 para el primer año, Demanda Efectiva de 56552 pizzas para el primer año, de los cuales la empresa estará en la Capacidad Instalada de ofrecer 37440 pizzas en función del horno, pero producirá 9360 pizzas lo que representa la Capacidad Utilizada del proyecto, se utilizará máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un servicio de calidad y a precios moderados.



Se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres. Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional, así como los organigramas, estructural, funcional y de posición, el manual de funciones; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización.

Para la implementación de la empresa la inversión necesaria asciende a 12802,71 dólares, con un capital social de 5802,71 dólares y un financiamiento de 7.000,00 dólares.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: de acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 22936,32 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente. Para el presente proyecto la TIR es 43,00 %, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 3 años 9 meses y 10 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en el incremento a los costos en un 19,95% y una disminución de los ingresos en un 4,20%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

En el Ecuador el crecimiento del desempleo ha creado la necesidad de la implementación de pequeñas y medianas empresas, creando puestos de trabajo, lo

que contribuye a disminuir la alta tasa de desempleo. Por eso la presente la investigación fue encaminada a la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la pizzería para este análisis consistirá en recopilar, analizar cuantificar y proyectar el porcentaje de la demanda que se pretende cubrir con el proyecto, determinando la factibilidad del mismo, y verificar las verdaderas posibilidades de éste en los distintos mercados en que participa.

Este proyecto tiene un alto grado de importancia ya que promoverá al desarrollo de la actividad empresarial, siendo éste un beneficio económico, debido a que generará más fuentes de trabajo.

## **ABSTRACT**

The General Objective in the present investigation is to carry out a feasibility project for the implementation of a company producing pizza and its commercialization in the city of Amaluza the implementation of a company producing pizza and its commercialization in the city of Amaluza, for its development Different methods and techniques were applied, such as the Deductive, Inductive, Statistical and Synthetic Analytical Methods.

The use of all these methods and techniques allowed us to reach the culmination of the present work since to achieve this we had to follow the steps of application understanding and demonstration thereof.

In order to carry out the market study, it was done in the city of Amaluza, with a sample of 318 surveys; Tabulated the surveys have been analyzed and the results have been inferred to carry out the analysis of the market, determining the Potential Demand of 1547 for the first year of life of the project, a Real demand for pizza consumption of 61450 for the first year, Effective Demand for 56552 pizzas for the first year, of which the company will be in the Installed Capacity to offer 37440 pizzas depending on the kiln, but will produce 9360 pizzas which represents the Utilized Capacity of the project, will use suitable machines and equipment, Which will be a guarantee to obtain quality service at moderate prices.

The engineering of the project is developed determining process diagrams, operational and management characteristics, technical requirements such as equipment, installations, furniture and appliances. Likewise, an administrative study was carried out, determining as a Limited Liability Company, and with the functional organic structure, as well as the organizational charts, structural, functional and position, the function manual; Which served as guidelines for implementing a good organization.

For the implementation of the company the necessary investment amounts to 12802.71 dollars, with a registered capital of 5802.71 dollars and a financing of 7.000,00 dollars.

The financial evaluation presents the following results: according to the NPV of the present project gives us a positive value of 22936.32 dollars, indicating that the project or investment is convenient. For the present project the TIR is 43.00%, being this satisfactory value to realize the project, the time that would be required to recover the original investment would be 3 years 9 months and 10 days, for the present project, the values of sensitivity are Less than one, therefore do not affect the project changes in the increase to costs by 19,95% and a decrease in revenue by 4,20%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

In Ecuador the growth of unemployment has created the need for the implementation of small and medium enterprises, creating jobs, which contributes to decrease the high unemployment rate. For this reason the present investigation was directed to the

feasibility of the creation of a company dedicated to the pizzeria for this analysis will consist in collecting, analyzing quantify and projecting the percentage of the demand that is intended to cover with the project, determining the feasibility of the same, and verify the true possibilities of this in the different markets in which it participates.

This project has a high degree of importance as it will promote the development of business activity, which is an economic benefit, because it will generate more sources of work.

### **c. INTRODUCCIÓN**

La industria alimenticia es un reflejo directo de los cambios de la sociedad en la cual operan. La sociedad ha cambiado a un orden social más avanzado. Dado el ritmo de vida en la actualidad, así como la globalización, es un hecho que los negocios son cada vez más competitivos. Esta competitividad en las empresas es resultado del trabajo de las personas que conforman las mismas, es por esto que los empleados quieren, y deben, estar actualizados y realizar con eficiencia sus labores. Esta situación hace que las personas dediquen más tiempo a ciertas actividades y menos tiempo a otras.

En la sociedad actual, reunirse a comer es una actividad social y de esparcimiento para la mayoría de las personas. Pero no siempre se le puede dedicar mucho tiempo a ésta, por ejemplo, en la hora de almuerzo en un día laboral, o cuando se trabaja hasta tarde en la noche o simplemente se estudia solo se dedica el tiempo necesario para comer. Ante tal situación se presenta como una opción de alimentación de buen precio, rápida y de buen sabor para los consumidores la pizza.

El presente proyecto hace referencia a la creación de una empresa dedicada a producción y comercialización de pizza se presentara las mejores formas y destrezas en la producción, distribución comercialización, además conocer la rentabilidad que dará este proyecto.

Dentro de los principales factores de diferenciación en los locales que producen y

comercializan pizza, se encuentran el producto que se ofrece, la calidad, imagen, precio, servicio y rapidez.

Más esta verdad se debe principalmente a un mal manejo de la administración y de las finanzas en sus negocios, el no saber llevar un sistema preciso para determinar el costo de sus productos y compararlos al precio que el mercado los oferta, es uno de los problemas que se debe resolver, a esto se le suma el desconocimiento de herramientas y técnicas que permitan mejorar la calidad de los productos; es importante determinar cuál es la necesidad del cliente para poder brindar un producto con el que esté completamente satisfecho.

El presente trabajo de investigación consta de las siguientes partes: Título: Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora de pizza y su comercialización en la ciudad de Amaluza Introducción, la misma que describe algunos antecedentes del entorno social, haciendo énfasis en la contribución eficiente de la investigación para la sociedad en general, continuamos con la revisión de literatura que nos sirvió de apoyo para la realización de la investigación. En la metodología utilizada se destaca los métodos, técnicas utilizadas en el desarrollo de la investigación, la descripción de cómo se elaboró este proceso investigativo, en este punto también se menciona los materiales utilizados, en el presente trabajo.

En la Exposición y Discusión de Resultados se presenta el desarrollo de la investigación en sí; empezando por el análisis situacional de la empresa, Estudio de

Mercado, Tabulación e Interpretación de Encuestas, Demanda Potencial, Demanda Real, Demanda Efectiva, Oferta, Demanda Insatisfecha y Plan de Mercado.

En su parte final se presentan conclusiones y recomendaciones a que se ha llegado con la elaboración del presente estudio. Para mejor comprensión del trabajo realizado, se han incluido matrices, anexos, entre otros



## d. REVISIÓN DE LITERATURA

### Restaurant

El **concepto restaurante proviene del francés** “restaurant”. Se utilizó por primera vez en una taberna que vendía sopas y dentro de la frase en latín: “*Venite ad me vos qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos*”, que el mesonero Boulanger utilizaba a modo de eslogan en el muro de entrada de su negocio y que al castellano podríamos traducir como: “Venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré”.

También en el siglo XVIII refiriéndose a la comida que se ofrecía (un caldo de carne) como “restaurativo” podemos encontrar el término en castellano. El mismo que en francés se utilizará como “Restaurant”.

En cualquier caso, el término “restaurant” se extendió rápidamente por Europa y en el siglo XVIII ya encontramos casas de comidas en Italia, Polonia y Alemania (Abades, 2016).

Un restaurante es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina. (Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española, 2015)

## **Tipos de Restaurant**

Restaurante buffet o Tenedor libre. Es posible escoger una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga una cantidad fija y otras veces por cantidad consumida (por peso o tipos de platos). Surgido en los años setenta, es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de personas.

Restaurante de comida rápida. Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación, como hamburguesas, patatas fritas, pizzas y pollo, entre otros.

Restaurantes de alta cocina (*gourmet*). Los alimentos son de gran calidad y se sirven a la mesa. El pedido es "*a la carta*" o se elige de un "menú", por lo que los alimentos se cocinan al momento. El costo depende del servicio y de la calidad de los platos que se consumen. Existen *mozos* o *camareros*, dirigidos por un *Maitre*. El servicio, la decoración, la ambientación, la comida y las bebidas se escogen cuidadosamente.

Restaurantes temáticos. Se clasifican por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes dependen del origen de la cocina, y los más populares en todo el mundo son: la cocina italiana y la cocina china, pero también la cocina mexicana, la cocina japonesa, la cocina española, la cocina francesa, la cocina peruana, la cocina colombiana, la cocina tailandesa y los restaurantes espectáculo, entre otros.

Restaurantes bares. Se sirve comida y bebida, y generalmente no se requiere consumir alimentos para poder pedir bebidas alcohólicas. Muy parecidos a las cantinas. (Equipo de Redaccion, Revista educativa MasTiposde.com, 2016)

### **Pizzería Restaurant**

Como en otros restaurantes, los camareros sirven en la mesa y toman los pedidos a partir de la carta. La pizza viene ofrecida como un plato más y no es posible elegir una cantidad precisa de pizza sino tan solo la pizza completa. Otros platos característicos de las pizzerías son todos aquellos elaborados a partir de pasta: macarrones, espaguetis, etc. Las bebidas suelen incluir algunos vinos típicamente italianos.

En honor a su origen las pizzerías están a menudo decoradas como un tradicional restaurante italiano, con manteles de cuadros, farolillos, estampas de Italia, etc. (Wikipedia, 2017)

### **Historia de la Pizza**

La historia de la pizza comienza probablemente con la historia del empleo del pan por parte de la humanidad. Se tiene constancia de que en la antigua Grecia (cuna de los panes planos) donde ya se servía el plakuntos decorado con hierbas, especias, ajo y cebolla, en la época de Darío I el Grande (521-486 a. C.) los soldados persas tomaban pan plano con queso fundido y dátiles por su parte superior. (EDWARDS, 2007)

Muchos autores afirman que la pizza, tal y como se conoce en la actualidad, procede de la ciudad de Nápoles (Italia) y aparece como plato popular entre los napolitanos, en algún instante no definido del siglo XVII. (HELSTOSKY, 2008) Es pues que la pizza nace de un alimento elaborado por los habitantes humildes de la ciudad de Nápoles y la composición no fuera tan variada como la actual. La pizza evoluciona a incluir diversos ingredientes. La mozzarella es uno de los ingredientes que siempre ha acompañado la actual pizza.

El pan acompaña la humanidad desde el 8000 a. C., (Harvey Lang, 2001) y el queso se remonta a tiempos más remotos. Mientras que el tomate aparece en Europa ya en el siglo XVI (proveniente de Sudamérica).

### **La pizza se hace popular en Italia.**

La pizza va muy poco a poco expandiéndose a lo largo del territorio italiano y además deja de ser una comida de gente humilde para acercarse a las clases aristocráticas. De esta forma la reina María Carolina d'Asburgo Lorena (1752-1814), esposa del rey de Nápoles, Ferdinando IV (1751-1821), hizo construir un horno especial en su palacio de verano de Capodimonte con el objeto de servir pizzas a sus invitados. (Wikipedia, La Enciclopedia libre, 2016)

La progresión de este alimento entre la aristocracia europea llega a diversos lugares de Italia y en cada localidad la pizza se prepara básicamente igual pero con ligeras variaciones y con el empleo de ingredientes lugareños. La emigración de habitantes

del sur al norte hace que las panaderías elaboren la pizza en diferentes localidades del territorio italiano, sobre todo cuando estos locales estaban regentados por napolitanos.

No obstante la pizza era entendida por la población italiana como una especialidad regional a lo largo del siglo XIX, y no fue hasta antes de la Segunda Guerra Mundial cuando empieza a propagarse de forma considerable a lo largo del territorio y a nivel mundial. (Wikipedia, La Enciclopedia libre, 2016)

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **Proyecto**

Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada (Perez & Maria, 2012)

### **Proyecto de Factibilidad:**

El proyecto de factibilidad se puede definir como un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias organizadas para la resolución de problemas con recursos limitados.

También se define como el paquete de inversiones, insumos y actividades diseñadas con el fin de eliminar o reducir varias restricciones del desarrollo, para lograr productos

o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiario

### **Estudio de Factibilidad**

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se bordan los mismos puntos de la pre factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de pre factibilidad, y que han sido incluidas en los términos de referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la

implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución.

Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial. (Darwing, 2009)

### **Etapas de Inversión**

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

**Financiamiento:** Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

**Estudio definitivos:** Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente

se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo y a que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

**Ejecución y montaje:** Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

**Puesta en marcha:** Denominada también "Etapa De Prueba" consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner "a punto" la empresa, para el inicio de su producción normal. (Chain, 2005)

### **Estudio de Mercado**

Es la función que vincula a consumidores, clientes públicos con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y



problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (NARESH, 1997)

### **Instrumentos Comerciales y Segmentación.**

#### **Producto**

Segmentar por productos es ofertar distintos modelos, tamaños, etc. para adaptarse mejor a las necesidades de cada segmento. A veces se ofrecen productos similares o muy diferentes a través de segundas marcas.

#### **Precio**

Suele ir junta la segmentación por producto. A veces no como las tarifas reducidas para jubilados o la oferta de precio inferior según la hora o el día.

#### **Plaza**

Distribución exclusiva frente a distribución masiva.

#### **Publicidad**

La publicidad mediante los medios de comunicación de masas permite llegar a segmentos distintos según audiencia horaria, revistas especializadas. Publicidad directa. Venta personal. (Bush, 2004)

## **Demanda**

Es la necesidad o deseo de adquirir un bien o servicio unidad a la posibilidad de adquirirlo.

**Demanda Potencial:** Es el volumen probable que alcanzaría la demanda real por el incremento normal a futuro o bien si se modificaran ciertas condiciones del medio que la limitan.

**Demanda Real:** La Demanda real podría definirse como la capacidad de compra que los individuos y las empresas desean mantener en su poder, en función de los distintos niveles alcanzados por la actividad real o por otras variables relevantes.

**Demanda Efectiva:** Se halla constituida por el segmento de Demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto.

**Oferta: Es** la cantidad de un producto que por fabricación nacional e importaciones llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes. Indica con quien va a competir, cual es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a que compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros).

**Demanda Insatisfecha:** Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta

## **ESTUDIO TÉCNICO:**

El objetivo de es diseñar como se producirá aquello que se venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque

alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicarla la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos a usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

Lo sustantivo en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción optima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o un servicio. El resto de la metodología corresponde a las técnicas e instrumentos necesarios para ese fin y especialmente para poder medir el grado de adecuación de esa función de producción a un predeterminado conjunto de criterios.

La descripción de la unidad productiva comprende dos conjuntos de elementos: un grupo básico que reúne los resultados relativos al tamaño del proyecto, su proceso de producción y su localización; y otro grupo de elementos complementarios, que describe las obras físicas necesarias, la organización para la producción y el calendario de realización del proyecto. Esos dos conjuntos son interdependientes y se relacionan estrechamente con los estudios financieros y económicos del proyecto y con los

resultados alcanzados en el estudio de mercado.

El estudio técnico no solamente ha de demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que también debe de mostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto.

Las decisiones que se adopten como resultado del estudio técnico determinarán las necesidades de capital y de mano de obra que tendrá que atenderse para ejecutar el proyecto y para ponerlo en operación.

El conjunto de las decisiones que afectan los costos totales de producción y el modo como estos costos se distribuyen constituyen el vínculo orgánico entre el estudio técnico y el estudio económico de un proyecto. (Chain, 2005)

**Tamaño:**

El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa. Este concepto de producción normal se puede definir como la cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegidos, operando en las condiciones locales que se espera que se produzcan con mayor frecuencia durante la vida útil del proyecto y conducentes al menor costo unitario posible.

Es importante definir también los conceptos de capacidad de diseño y capacidad máxima. La capacidad de diseño se basa en condiciones técnicas ideales y promedios, conducentes también al menor costo unitario posible, que no reflejan necesariamente la situación real en que operará el proyecto. Es posible que esa capacidad pueda llegar a ser igual a la producción normal, pero solamente como un caso especial.

La capacidad máxima es el volumen de producción que es posible alcanzar en condiciones singulares de operación, ya sea variando temporalmente la calidad de los insumos o a expensas del desgaste acelerado de equipos e instalaciones o de la calidad final del producto, sin restringir la operación a la obtención de los menores costos unitarios posibles.

El tamaño también puede definirse por indicadores indirectos como el monto de la inversión, el monto de la ocupación efectiva de la mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía.

Por proceso de producción se entiende el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para obtener los bienes o servicios, mediante una determinada función de producción. Como ya se mencionó, el proyecto se define por el producto y la función de producción se elige a través del análisis técnico- económico de las técnicas utilizables y de los factores existentes.

El concepto de proceso, identificado como la transformación de una constelación de

insumos en productos mediante una determinada función de producción, se puede presentar en formas muy variadas en los diversos tipos de proyectos. (SAPAG CHAIN, 2011)

## **Capacidad**

**Instalada:** Es aquella que indica cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

**Utilizada:** Se indican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.

**Financiera:** En el estudio de la viabilidad financiera de un proyecto el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área.

Técnicamente pueden existir diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir en función de su grado de perfección financiera, normalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más

modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

**Administrativa:** En consideración de las normas y principios y administración de la producción uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. Aquí se podrá obtener la información de las necesidades de capital mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. (SAPAG CHAIN, 2011)

## **LOCALIZACION**

### **Macro localización y Micro localización**

La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución.

El estudio de localización se refiere tanto a la macro localización como a la micro localización de la nueva unidad de producción, llegándose hasta la definición precisa de su ubicación en una ciudad o en una zona rural.

La macro localización del proyecto, o sea su ubicación en el país o en una región en el subespacio urbano o en el subespacio rural, debe también justificarse en la presentación del proyecto, mostrándose en ambos casos las consecuencias de las

alternativas consideradas, en términos de costos de inversión y de operación y de costos sociales.

El estudio de localización debe contemplar en principio algunas alternativas que permitan establecer un juicio comparativo, mediante el cual, la solución que se dé a este problema pueda contribuir a minimizar los costos del proyecto.

Los problemas de proceso, tamaño y localización se plantean en forma interdependiente; sin embargo, esta relación de dependencia se simplifica en muchos casos al presentarse alguno de estos elementos como datos del problema. Es así como en ciertos proyectos la localización se encuentra predeterminada.

En otros casos el tamaño se presenta como dato, ya sea como tamaño máximo, como tamaño único o como tamaño mínimo. Ello puede deberse a restricciones institucionales, limitación de insumos, restricciones de geografía física, razones de tecnología, etc.

En la mayoría de esos casos el tamaño no es un dato de carácter absoluto, sino que puede presentarse con cierto margen de holgura. El documento del proyecto debe señalar en forma explícita tales holguras y de qué modo se comportan frente a los problemas de proceso y de localización del proyecto. Los factores que condicionan el tamaño de un proyecto suelen ser el mercado, la capacidad financiera y empresarial de la entidad responsable del proyecto, la disponibilidad de insumos, las



restricciones de procesos técnicos y los factores institucionales. La selección de los procesos de producción está condicionada por las características

### **Factores de Localización**

Los factores que inciden más vigorosamente son:

- Ubicación del mercado de consumo.
- La localización de las fuentes de materia prima.
- Disponibilidad y características de la mano de obra.
- Facilidades de transporte y vías de comunicación adecuadas
- Disponibilidad y costo de energía eléctrica y combustible
- Disposiciones legales, fiscales o de política de localización
- Disponibilidad de servicios básicos.

Insumos Requeridos: Los distintos tipos de insumos (materia prima y otros materiales) que se utilizarán por producto, en cada etapa del proceso productivo, señalando: características, calidad, durabilidad.

Requerimiento de insumos y precio: Se especifica en los proyectos el requerimiento total anual y el precio de los insumos que son necesarios para cumplir con el programa de producción. (Cespedes, 2010)

### **Ingeniería de Proyecto**

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de

fabricación del producto o la prestación del servicio

### **Diseño**

Corresponde al esquema del proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local
- Las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores

### **Proceso de Producción**

Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos (las materias primas). Los productos, en cambio, están destinados a la venta al consumidor o mayorista.

Las acciones productivas son las actividades que se desarrollan en el marco del proceso. Pueden ser acciones inmediatas (que generan servicios que son consumidos por el producto final, cualquiera sea su estado de transformación) o acciones mediatas (que generan servicios que son consumidos por otras acciones o actividades del proceso).

### **Distribución de Planta**

Se describen los requerimientos del terreno, especificando: tenencia de la tierra, tamaño, valor, vía de acceso, adecuación para el tipo de actividad que en él se realizará, problemas que presenta, servicios básicos (agua, luz, teléfono, etc.), descripción de la infraestructura y construcción indicando características, valor, tamaño y ubicación

### **Componente Tecnológico**

Son las tecnologías existentes y disponibles para los procesos productivos. Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc., en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladotas, bordadoras, etc.

### **Flujograma de Proceso**

Un diagrama de proceso se emplea para representar una etapa o un proceso. Se usa en varias materias como la programación, la economía, los procesos industriales.

Para construir un diagrama de proceso se siguen los siguientes pasos: Establecer el alcance del proceso a describir. De esta manera quedará fijado el comienzo y el final del diagrama. Frecuentemente el comienzo es la salida del proceso previo y el final la entrada al proceso siguiente. Identificar y listar las principales actividades/subprocesos que están incluidos en el proceso a describir y su orden cronológico. Si el nivel de detalle definido incluye actividades menores, listarlas también. Identificar y listar los puntos de decisión. Construir el diagrama respetando la secuencia cronológica y asignando los correspondientes símbolos. Asignar un título al diagrama y verificar que esté completo y describa con exactitud el proceso elegido

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

### **Organización**

En la empresa en la cual estamos efectuando este proyecto la estructura organizativa y funcional es piramidal. No obstante, está concebida bajo los principios de la delegación de autoridad, donde las decisiones en cuanto a funcionamiento y administración sean tomadas a nivel de dirección y gerencia, a objeto de dar la mayor fluidez posible a los procedimientos y optimizar la capacidad de repuesta.

En las empresas pequeñas las actividades tales como selección de personal y contabilidad la realizan entidades externas. En las grandes empresas existen

departamentos de planeación, investigación y desarrollo.

### **Niveles Jerárquicos**

La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como gerente goza indudablemente de un respetable status dentro de la misma, pero la diferencia de este individuo en su cargo también condicionará su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa.

La jerarquía cuando se usa como instrumento para ejecutar la autoridad posee una mayor formalidad y es conocida como jerarquía estructural de la organización. Este tipo de jerarquía no solamente depende de las funciones que debido a ella existen sino también del grado de responsabilidad y autoridad asignadas a la posición, por ejemplo, independientemente de la eficiencia que pueda tener un presidente en su desempeño, este cargo posee intrínsecamente determinadas y complejas funciones, responsabilidades y un alto grado de autoridad.

Se pueden definir cuatro tipos de jerarquías en las organizaciones:

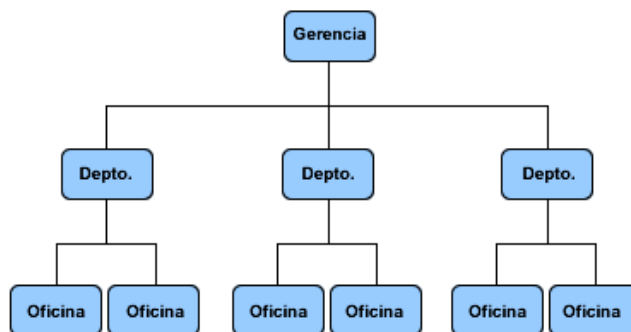
- La jerarquía dada por el cargo.
- La jerarquía del rango.
- La jerarquía dada por la capacidad.
- La jerarquía dada por la remuneración.

## Organigramas:

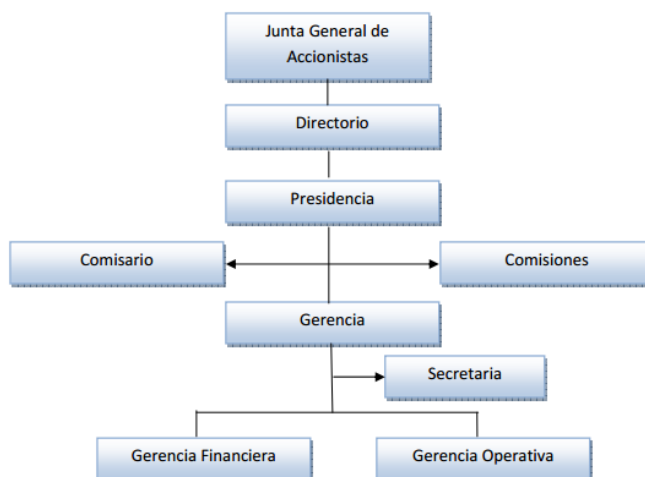
Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de la organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar como quedarán a su juicio los puestos y jerarquías de la empresa.

- Un elemento (figuras)
- La estructura de la organización
- Los aspectos más importantes de la organización
- Las funciones
- Las relaciones entre las unidades estructurales
- Los puestos de mayor y aun los de menor importancia
- Las comunicaciones y sus vías
- Las vías de supervisión
- Los niveles y los estratos jerárquicos
- Los niveles de autoridad y su relatividad dentro de la organización
- Las unidades de categoría especial.

**GRAFICA No. 1**



Fuente: Organización de Empresas, de Enrique B. Franklin [2]

**GRAFICA No. 2**

## Manuales

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización.

El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo.

Es una expresión formal de todas las informaciones e instrucciones necesarias para operar en un determinado sector; es una guía que permite encaminar en la dirección adecuada los esfuerzos del personal operativo.

## **Estructura Legal**

Para elegir la forma jurídica de organización de la empresa que ha de constituirse deben tomarse en cuenta los siguientes factores:

- Tipo y complejidad de las actividades a realizar
- Característica de los socios
- Riesgos que los socios están dispuestos a admitir
- Magnitud de los recursos financieros
- Forma de la administración de la sociedad, Aportaciones
- Tipo y monto de las garantías
- Estabilidad y flexibilidad que deben tener las sociedades.

## **Estudio Financiero**

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es



viable, entonces, se pasara al último estudio.

### **Inversiones Fijas**

**Depreciación y Amortización de la Inversión:** Explica el método utilizado para la depreciación de los activos fijos tangibles y el método para la amortización de los activos fijos intangibles.

### **Capital de Trabajo**

**Necesidades Totales de Capital:** Son las necesidades de recursos monetarios necesarios para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto, comprende los activos fijos tangibles e intangibles y el capital de trabajo

**Requerimiento Total de Activos:** En este ítem se indica el destino que se dará a los recursos.

**Activos Fijos Tangibles e Intangibles:** Se desglosan detalladamente todos los activos tangibles e intangibles, que se van a usar en el proyecto.

**Capital de Trabajo:** Es aquel que se va destinar en el proyecto en el tiempo que se estime el mencionado proyecto.

### **Financiamiento**

Se indica la modalidad de la inversión, el aporte propio del promotor y el crédito solicitado.

**Fuentes de Financiamiento:** Se señala en el proyecto si el financiamiento se presenta por endeudamiento con algún ente financiero y la situación actual del mismo,

de igual manera se indica el ente financiero al que solicitará el crédito actual.

**Condiciones del Crédito:** Indica el monto del crédito, tasa de interés, periodo de amortización, periodo de intereses diferidos, período de pago de interés diferidos, período de gracia y cantidad de cuotas

**Amortización de la deuda:** Presenta la tabla de amortización del crédito.

### Costos y Gastos

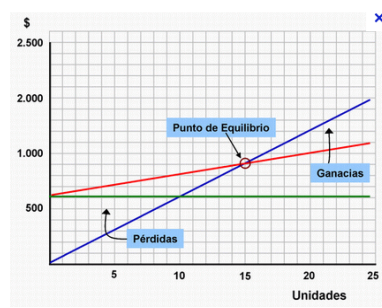
**Gastos de Fabricación:** Indica y analiza los gastos a realizar por concepto de servicios y gastos conexos a la producción.

**Gastos de Administración y Ventas:** Analiza y explicar el uso de los gastos que se incurrirá por concepto de administración y ventas.

**Estructura de Costo con Financiamiento:** Indica y realiza un análisis descriptivo del cuadro de estructura de costo.

### Punto de Equilibrio

**GRAFICA No. 3**



Es el volumen o nivel de operaciones para el cual los ingresos totales se igualan con los costos totales, representando una situación particular para la toma de decisiones.

El Punto de Equilibrio de un proyecto está representado por el nivel de ingresos por ventas que se deben realizar para que la empresa no obtenga utilidades ni pérdidas en su ejecución, es decir, que los montos de ingresos se igualan a los costos en ese período.

El PE señala que todas las ventas adicionales generan una utilidad para el proyecto, mientras que, por el contrario, cualquier disminución en el nivel de ventas del PE, significará una pérdida neta para el proyecto.

El PE puede expresarse de dos maneras diferentes: como un porcentaje del nivel de ventas y como un porcentaje de la capacidad instalada de la empresa.

## FÓRMULAS PARA EL CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

### Según la capacidad instalada

$$P. Equilibrio = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

### En Función de las ventas

$$P. Equilibrio = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

## Estados Financieros

Los estados financieros permiten, para cada uno de los años de la vida útil del Proyecto, relacionar los distintos ingresos y gastos en que incurrirá la empresa como

resultado de su gestión productiva, con el objeto de calcular la utilidad o pérdida neta (después de impuesto y reparto de utilidades) generados por el proyecto.

Sin embargo, el estado financiero al contemplar las utilidades de tipo fiscal no permite determinar si durante la ejecución del proyecto se contará con la capacidad financiera para realizar los reemplazos de activos, la distribución de dividendos entre los inversionistas ni la cancelación de los créditos obtenidos.

## **Balance General**

### **Activos**

**Activos fijos tangibles:** Los activos representan los bienes y derechos de propiedad de la empresa. Lo Constituyen bienes con todas las características anotadas anteriormente por los activos fijos, y los cuales están connotadas por tener materialidad, es decir, poseen presencia física, que se puede apreciar con los sentidos. Dentro de este grupo tenemos los Terrenos, los edificios, maquinarias, etc.

**Activos fijos intangibles:** Están representados por derechos de orden legal o económico, los cuales tienen como característica principal su inmaterialidad, es decir, carecen de presencia física, lo que implica que su existencia no puede apreciarse con los sentidos.

Dentro de este grupo tenemos la plusvalía o crédito mercantil, la patente, estudios de abogados, estudio de proyectos, etc.

**Pasivos:** En términos de la técnica contable los pasivos de una empresa, persona o país los constituyen sus deudas o financiamientos que ha recibido de terceros, pueden ser de bancos, proveedores o de cualquier tercero. También forman parte del pasivo los impuestos e intereses por pagar.

En el caso de los bancos los pasivos los constituyen los depósitos e inversiones que han recibido de sus clientes.

Así, los pasivos (deudas) pueden ser de corto plazo (con vencimiento a plazo menor de un año) o de largo plazo (cuyo vencimiento ocurrirá después de un año o más).

### **Estado de Pérdidas y Ganancias**

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

$$\mathbf{Ingresos - Gastos = Beneficios (utilidades)}$$

### **Evaluación Económica del Proyecto**

La evaluación de un Proyecto de Inversión, cualquiera que este sea, tiene por objeto conocer los aspectos de análisis más significativos del Estudio de Mercado, del Estudio Económico y Estudio Financiero, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Solo así es posible asignar

los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.

### **Relación Beneficio Costo**

Si el índice es mayor que 1 se acepta el proyecto, en caso contrario se rechaza. Este índice se expresa de dos formas: total y neto

Si el índice es mayor que cero se acepta el proyecto, en caso contrario se rechaza. En este el denominador coincide con el valor de la inversión inicial. El valor presente del numerador se calcula utilizando la tasa mínima de rendimiento.

### **Cálculo de la Rentabilidad de la Inversión.**

Con la información acerca del monto de la inversión requerida y los flujos que genera el proyecto durante su vida útil se procede a calcular su rendimiento. Se acostumbra representar los proyectos utilizando un diagrama de flujos.

**Periodo de recuperación de la inversión:** Consiste en determinar el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial.

### **Cálculo del Valor Presente o Actual Neto (VAN)**

Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos

actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa. Luego: Para obtener el "Valor Actual Neto" de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una "Tasa de Descuento" (\*) que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión. Si se designa como **VF<sub>n</sub>** al flujo neto de un período "**n**", (positivo o negativo), y se representa a la tasa de actualización o tasa de descuento por "**i**" (interés), entonces el Valor Actual Neto (al año cero) del período "**n**" es igual a:

Para poder decidir, es necesario definir una tasa de oportunidad del mercado, o sea el rendimiento máximo que se puede obtener en otras inversiones disponibles con similar riesgo.

$$VAN = \sum \text{Flujos netos} - \text{Inversión}$$

### **Cálculo de la Tasa Interna del Retorno (TIR).**

Definido como la Tasa interna de retorno de una inversión para una serie de valores en efectivo. La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos. Matemáticamente se puede reflejar como sigue:

Esto significa que se buscará una tasa (**d**) que iguale la inversión inicial a los flujos netos de operación del proyecto, que es lo mismo que buscar una tasa que haga el **V.A.N.** igual a cero.

### **Las Reglas de Decisión para el T.I.R.**

**Si T.I.R > i** Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada mayor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es más conveniente. **Si T.I.R < i** Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada menor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es menos conveniente.

Por tasa de descuento se entiende aquella que se utiliza para traer a valor presente los flujos de caja. La ecuación que permite calcular la TIR. Para este caso es la siguiente:

$$TIR = \left( \frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor} \right)$$

### **Periodo de Recuperación De Capital (PRC)**

Este criterio es muy utilizado por la sencillez del método y porque pone énfasis en la pronta recuperación de la inversión.

En su versión más simple, el período de recuperación mide el número de años que tomaría a los beneficios, sin descontar (flujos de caja netos positivos), el repagar la inversión. Un límite arbitrario sitúa en un máximo el número de años, y sólo los proyectos que presten suficientes beneficios dentro del período, se aceptan.



$$PRC = \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se trata de medir si le afectan i no a un proyecto. El Análisis de sensibilidad es la interpretación dará la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto debido a que no se conoce las condiciones que se espera en el futuro.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1 el proyecto es sensible
- Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente
- Si el coeficiente de sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

**Materiales:** Los materiales que se utilizó para el desarrollo del presente trabajo son:

### **Recursos Materiales**

- Hojas de papel Bond
- Suplementos y periódicos
- Libros
- Internet
- Copias Xerox
- Útiles de Escritorio (Esferos, Lápices)
- Materiales de Impresión, Fotografía, Reproducción y Publicaciones
- Carpetas, anillados, empastados
- Discos CD y Flash memory.

### **Recursos Humanos**

- Director de Tesis
- Alumna aspirante

## **METODOLOGIA**

Para realizar la ejecución del estudio de factibilidad de implementar una empresa productora de pizza y su comercialización en la ciudad de Amaluza, fue necesario el apoyo de métodos y técnicas que faciliten proponer alternativas de solución a la problemática planteada

## **Métodos**

Los métodos que se utilizaron fueron los siguientes:

**Método Científico.-** El método científico, se refiere al conjunto de pasos necesarios para obtener conocimientos válidos (científicos) mediante instrumentos confiables. Este método intenta proteger al investigador de la subjetividad, en la presente se obtuvo los conocimientos necesarios para producir pizzas.

**Método Deductivo.-** Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos: el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

Se investigó primeramente los temas generales relacionados con la Elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados particulares de cada caso como del estudio de mercado, del estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc.

**Método Inductivo.-** El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegó a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto.

**Método Estadístico.-** El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de los objetivos general y específicos de la investigación.

La utilización de todos estos métodos permitió llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

**Método Analítico-Sintético.**- Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto. Método que fue aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudió separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unir las y obtener la determinación de la aceptación de la producción y comercialización de pizzas en la ciudad de Amaluza.

### **Técnicas.**

Para el proceso de recopilación, análisis y procesamiento de los datos se utilizaron técnicas como:

**Observación Directa:** Que permitió determinar los aspectos técnicos relacionados con el producto, como es la ingeniería del proyecto, su localización, proceso productivo; también fueron utilizadas para obtener aspectos relacionados con la competencia, la

comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tiene este tipo de producto en el mercado

**Fichas Nemotécnicas:** Las cuáles sirvieron para recolectar información extraída de fuentes bibliográficas y actividades propias de la observación, entrevista, etc.

**Encuesta:** Estas fueron aplicadas a los clientes que tiene la empresa, permitiendo así determinar la demanda del producto.

Esta técnica fue utilizada para conocer si el producto ofertado tiene acogida en el mercado potencial. La encuesta se realizó a los habitantes de la parroquia Amaluza, del cantón Espíndola.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los consumidores en el mercado local, se utilizó 1423 habitantes según información del año 2010, proyectado para 2017 de 1547 con una tasa de crecimiento del 1,37% se obtiene:

**CUADRO No.1**

Año	Habitantes
<b>2010</b>	1423
<b>2011</b>	1440
<b>2012</b>	1458
<b>2013</b>	1475
<b>2014</b>	1493
<b>2015</b>	1511
<b>2016</b>	1529
<b>2017</b>	1547

**Fórmula:**  $Df = Db (1 + i)^n$

EN DONDE: Df = población futura

Db = población actual

i = Taza de crecimiento

**Tamaño de la Muestra.-** Para el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{Ne^2}$$

n= Muestra

N= Población de estudio

e= margen de error

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{1547}{(0,05)^2}$$

n= 1547

4,8675

n= 317,822

n= 318 total de encuestas aplicar

## f. RESULTADOS

### ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DEMANDANTES DE PIZZA EN LA CIUDAD DE AMALUZA

#### Pregunta No. 1.-

¿Ud. consume pizza?

**CUADRO No. 2**  
**CONSUMO DE PIZZA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	251	79,43
NO	67	20,57
<b>TOTAL</b>	<b>318</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRAFICO NO. 4**



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los datos recolectados se determina que existe un gusto especial y mayoritario así lo evidencia el 79,43% que indica que consume pizza, mientras que el 20,57% no consume este producto

**Pregunta No. 2.-**

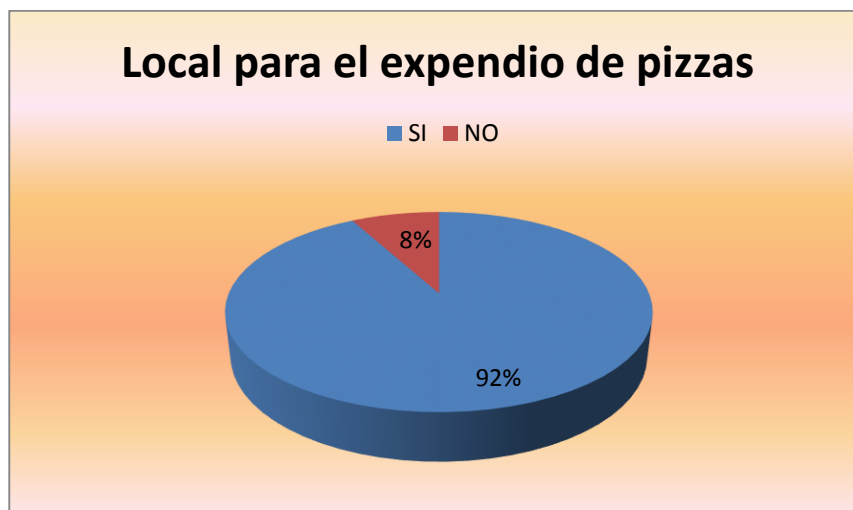
¿Le gustaría que existiera un local para el expendio de pizzas?

**CUADRO No. 3****LOCAL PARA EL EXPENDIO DE PIZZAS**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	231	92,03
NO	20	7,97
<b>TOTAL</b>	251	100%

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRÁFICO No. 5****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De los datos recolectados podemos observar que el 92,03 % de la población encuestada está de acuerdo en la apertura de un local para el expendio de pizzas, mientras que el 7,97% indica que no está de acuerdo.



**Pregunta No. 3-**

Ud. ¿consume pizza por su variedad y versatilidad en los ingredientes en el proceso de preparación?

**CUADRO No. 4****CONSUMO DE PIZZA POR SU VARIEDAD Y VERSATILIDAD**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	211	84,00
NO	40	16,00
<b>TOTAL</b>	251	100,00

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRÁFICO No. 6****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De los datos obtenidos se determina que el 84% indica que la pizza es de su preferencia por el sabor y por la versatilidad en los ingredientes, mientras que el 16% esto es relevante y la consumen por otras razones.

**PREGUNTA No.4-**

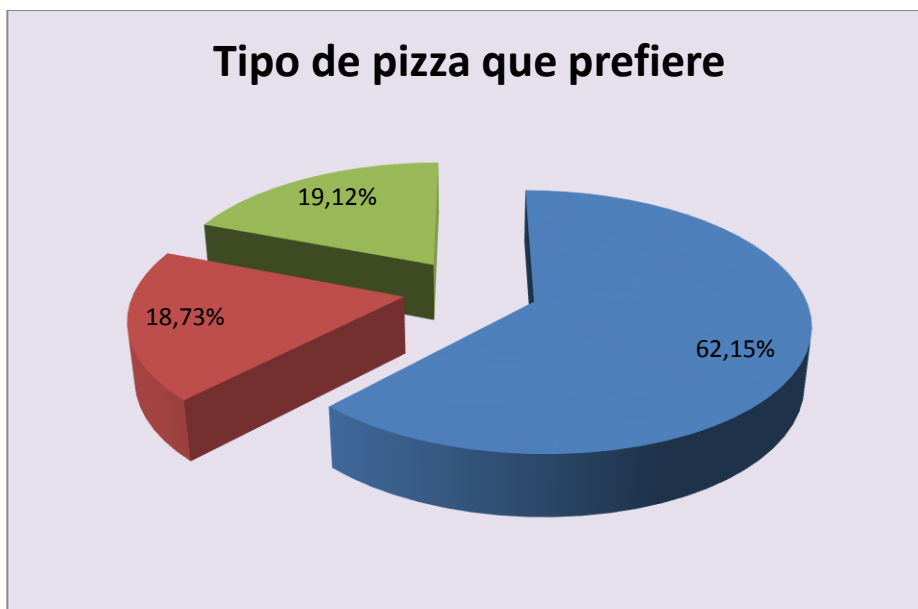
¿Qué tipo de pizza usted consume?

**CUADRO No. 5****TIPO DE PIZZA QUE PREFIERE**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
Grande	47	18,72
Mediana	156	62,16
Pequeña	48	19,12
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRAFICO No. 5****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta realizada se puede observar que en su mayoría prefieren la pizza mediana con un porcentaje de 62,15%, mientras que el 19,12% prefieren la pequeña y el 18,73% prefieren la grande

**PREGUNTA No.5-**

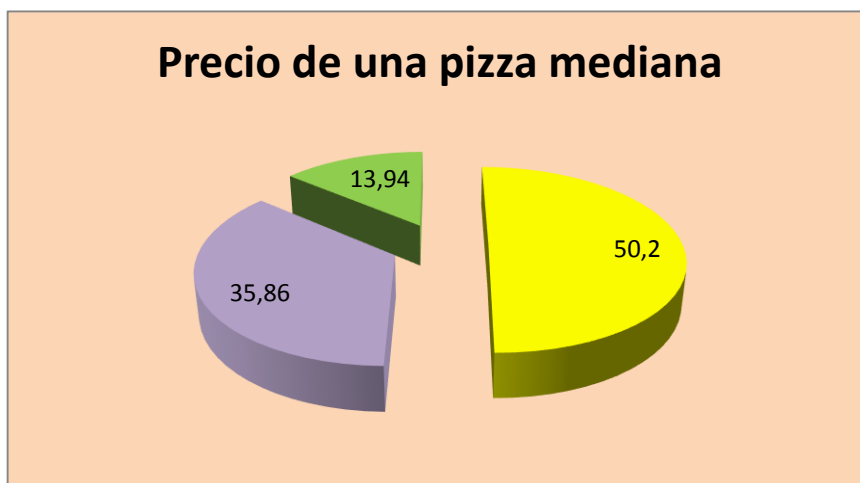
¿Cuánto paga Ud. por una pizza mediana?

**CUADRO No. 6****PRECIO DE UNA PIZZA MEDIANA**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
5.00 – 6.00 dólares	35	13,94
6.00 – 7.00 dólares	90	35,86
7.00 – 8.00 dólares	126	50,20
<b>TOTAL</b>	251	100%

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRAFICO No. 6****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Según el análisis de los datos obtenidos se puede observar que en su mayoría están dispuestos a pagar un precio que oscila entre 7 y 8 dólares con un porcentaje de 50,20%, mientras que el 35,86% pagarían un valor comprendido entre 6 y 7 dólares y el 13,94% un precio entre 5 y 6 dólares

**Pregunta No. 6-**

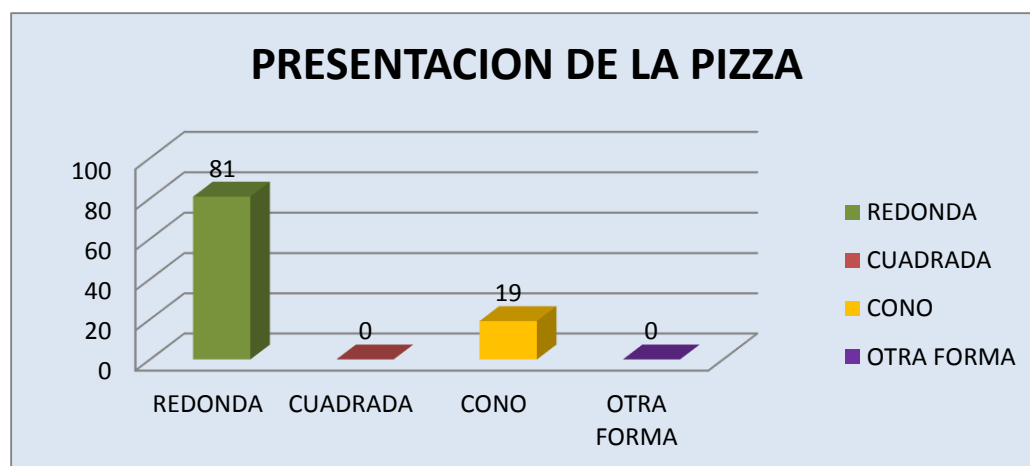
Ud. ¿En qué presentación prefiere la pizza?

**CUADRO No. 7****PRESENTACIÓN DE LA PIZZA**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
REDONDA	203	81,00
CUADRADA	0	0,00
CONO	48	19,00
OTRA FORMA	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas a población de Amaluza

**Elaboración:** Autora

**GRÁFICO No.9****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

La tradicional pizza redonda sigue teniendo prevalencia entre los consumidores, quienes la prefieren (81%). A pesar de que la pizza en forma de cono es de reciente aparición se encuentra posicionándose dentro del mercado (19%).

**Pregunta No. 7.-**

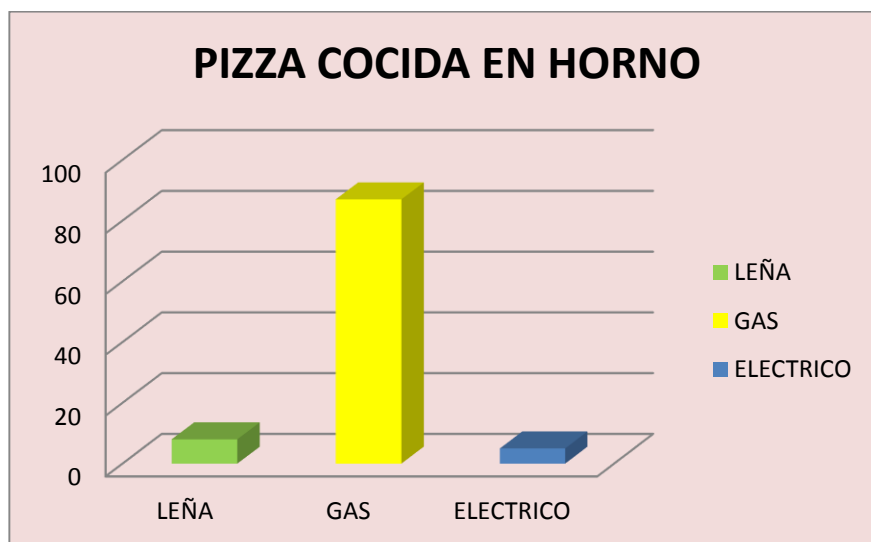
Ud. ¿prefiere la pizza cocida en horno de?

**CUADRO No. 8****PIZZA COCIDA EN HORNO**

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LEÑA	20	8,00
GAS	219	87,00
ELECTRICO	12	5,00
TOTAL	251	100,00

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRÁFICO No. 10****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El horno de gas proporciona a los alimentos una cocción y un sabor genuino imposible de conseguir con otros métodos. Así lo especifica el 87% que optan por esta opción de pizza, mientras que el 8% optan por el horno a leña y el 5% por horno eléctrico.

**PREGUNTA No.8**

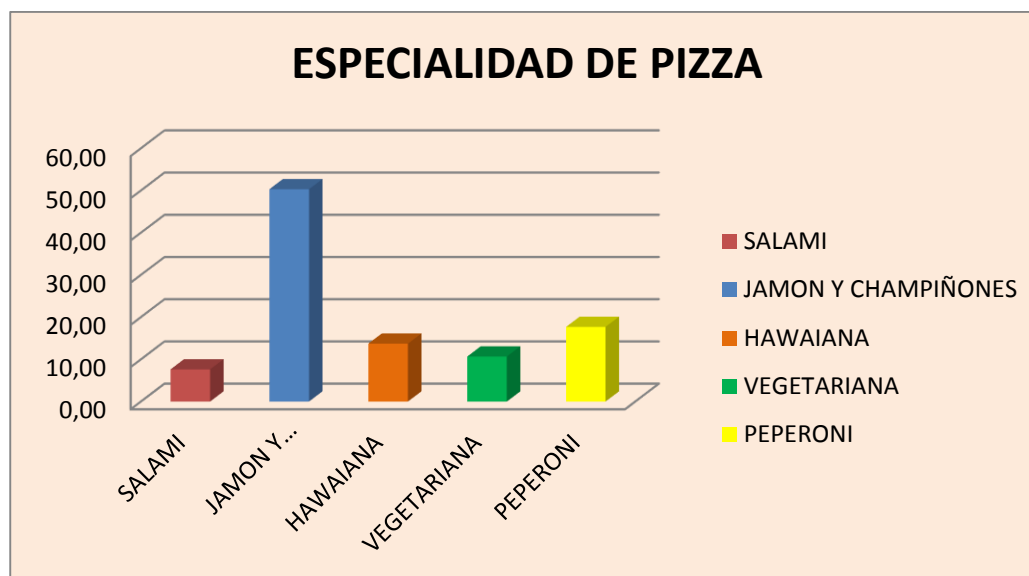
¿Qué especialidad de pizza es la que más compra?

**CUADRO No. 9****ESPECIALIDAD DE PIZZA**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
SALAMI	25	7,62
JAMON Y CHAMPIÑONES	165	50,31
HAWAIANA	45	13,72
VEGETARIANA	35	10,67
PEPERONI	58	17,68

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRAFICO No. 7****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De manera mayoritaria selecciona a la pizza de jamón y champiñones 50,30% como la que más se adquiere, por lo que sería la de mayor aceptación, así también tenemos la pizza de peperoni con un 17,68%, seguida de la Hawaiana con un 13,72%, la vegetariana con un 10,67% y finalmente la de Salami con 17,68%

**PREGUNTA No.9-**

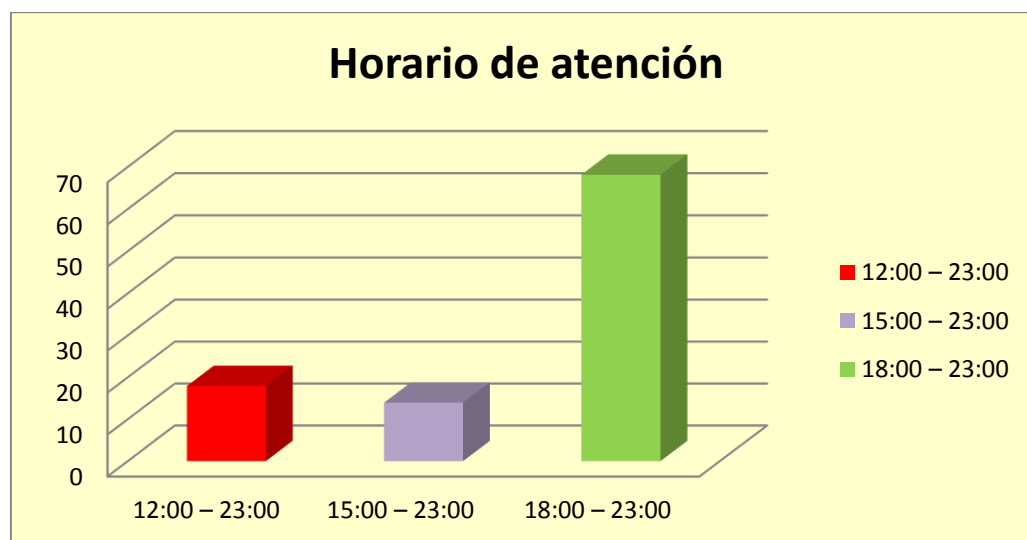
¿En qué horario cree usted que debería ofrecerse este servicio?

**CUADRO No.10****HORARIO DE ATENCION**

ITEM	FRECUEN	PORCENTAJ
12:00 – 23:00	45	17,93
15:00 – 23:00	35	13,94
18:00 – 23:00	171	68,13
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRAFICO No. 8****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En lo referente al horario de atención mayoritariamente el 68,12% prefiere que la atención se la realice a partir de las 18:00, mientras que el 17,93% prefiere de 12:00 a 23:00 y el 13,94% de los encuestados lo prefiere de 15:00 a 23:00

**PREGUNTA No.10**

¿Con que frecuencia consume pizza?

**CUADRO No. 11****FRECUENCIA DE CONSUMO PIZZA**

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE%
1 – 2 veces por mes	71	28,28
3 – 4 veces por mes	30	11,95
5 – 6 veces por mes	150	59,76
<b>TOTAL</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a poblacion de Amaluza

**Elaboracion:** Autora

**GRAFICO No. 9****ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Una vez analizada la información obtenida de las encuestas realizadas podemos darnos cuenta que el consumo en su mayoría es de 5 y 6 veces por mes con un 59,76%, el 28,28% consume un promedio de 1 y 2 veces por mes, mientras que el 11,95% lo hace entre 3 y 4 veces por mes.



## **g. DISCUSIÓN:**

### **Estudio de Mercado**

Consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica; son el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado ante la entrada de una nueva empresa en el sector; en nuestro caso sería de una pizzería

### **Análisis de la Demanda**

Permite conocer cuál es la situación de la demanda del servicio, es decir, permite conocer los clientes y futuro del servicio de pizzas, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función del servicio a prestar.

### **Demanda Potencial**

La demanda potencial en el presente proyecto es de 1547 habitantes aproximadamente que residen en la ciudad de Amaluza, las mismas que se proyectarán para los diez años de vida útil del proyecto, tomando en consideración que la tasa de crecimiento es del 1,37% según publicación por parte del INEC, así tenemos:

**CUADRO No. 12**  
**DEMANDA POTENCIAL**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACION</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>
<b>0</b>	1547	1,37%	1547
<b>1</b>	1568	1,37%	1568
<b>2</b>	1590	1,37%	1590
<b>3</b>	1611	1,37%	1611
<b>4</b>	1634	1,37%	1634
<b>5</b>	1656	1,37%	1656
<b>6</b>	1679	1,37%	1679
<b>7</b>	1702	1,37%	1702
<b>8</b>	1725	1,37%	1725
<b>9</b>	1749	1,37%	1749
<b>10</b>	1772	1,37%	1772

**Fuente:** Proyecciones INEC (TC 1.37%)

**Elaborado:** La Autora

### **Demanda Real**

Para determinar la demanda real fue necesario preguntar a cada uno de los encuestados si consumen pizza , basándose en la **Pregunta No. 1** de la encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Amaluza se establece que 79,43 % del total de la población consumen pizza, pudiendo calcular así la demanda real.

**CUADRO NO. 13****DEMANDA REAL**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DEMANDA REAL</b>
<b>0</b>	1547	79,43%	1229
<b>1</b>	1568	79,43%	1245
<b>2</b>	1590	79,43%	1263
<b>3</b>	1611	79,43%	1280
<b>4</b>	1634	79,43%	1298
<b>5</b>	1656	79,43%	1315
<b>6</b>	1679	79,43%	1334
<b>7</b>	1702	79,43%	1352
<b>8</b>	1725	79,43%	1370
<b>9</b>	1749	79,43%	1389
<b>10</b>	1772	79,43%	1407

Fuente: Cuadro No. 1 y No. 12

Elaborado: La Autora

**USO PER CAPITA**

Para calcular el uso promedio del consumo de pizza se utiliza un proceso matemático en el que se establece el punto medio de la variable luego se multiplica por la frecuencia para finalmente multiplicar dicho valor por ese tiempo de 12 meses, de lo cual resulta 1036,50 unidades de pizza, que divididos para 251 personas de las encuestas realizadas resulta que el uso per cápita es de 50 pizza al año por persona.

### CUADRO NO. 14

#### PROMEDIO DEL CONSUMO DE PIZZA

VARIABLE	Frecuencia	Xm	xm.f
1 a 2 veces	71	1,5	106,50
3 a 4 veces	30	3,5	105,00
5 a 6 veces	150	5,5	825,00
<b>Total</b>	251		1036,50

Fuente: Pregunta No. 10 y Cuadro No.10

Elaborado: La Autora

Cálculo del uso per cápita del consumo de pizza en la ciudad de Amaluza; el mismo que es el resultado de la frecuencia de consumo del servicio de pizza y por el tiempo, en este caso como el servicio es mensual se multiplica por 12 meses.

### CUADRO NO. 15

<b>Uso Per cápita =</b>	<b>Xm.f</b>
	<b>F</b>
<b>Uso Per cápita =</b>	1036,50
	251
<b>Uso Per cápita =</b>	4,12 X 12 = 50 Unidades de pizza anuales

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

#### Determinación de la Demanda Real del Servicio

Para calcular la demanda real del consumo de pizza fue necesario multiplicar el uso promedio del servicio por el valor de demandantes reales

Información que se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO NO. 16**

**DEMANDA REAL DEL CONSUMO DE PIZZA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA REAL</b>	<b>PROMEDIO DE CONSUMO</b>	<b>DEMANDA REAL DEL CONSUMO ANUAL</b>
0	1229	50	61450
1	1245	50	62250
2	1263	50	63150
3	1280	50	64000
4	1298	50	64900
5	1315	50	65750
6	1334	50	66700
7	1352	50	67600
8	1370	50	68500
9	1389	50	69450
10	1407	50	70350

Fuente: Cuadro No. 12 y 13.

Elaborado: La Autora

**DEMANDA EFECTIVA**

Una vez determinada el uso per cápita se hace referencia a la pregunta No. 2 de la encuesta realizada a los demandantes estableciendo que el 92,03% de los encuestados están dispuestos a apoyar la propuesta de la nueva empresa de

comercialización de pizza, este porcentaje que corresponde a 56552 servicios de pizza para el primer año de vida útil del proyecto.

**CUADRO NO. 17**  
**DEMANDA EFECTIVA**

<b>A</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>PORCENTAJE DE</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
<b>ÑO</b>	<b>REAL</b>	<b>EFECTIVA</b>	<b>ANUAL</b>
<b>0</b>	61450	92,03%	56552
<b>1</b>	62250	92,03%	57289
<b>2</b>	63150	92,03%	58117
<b>3</b>	64000	92,03%	58899
<b>4</b>	64900	92,03%	59727
<b>5</b>	65750	92,03%	60510
<b>6</b>	66700	92,03%	61384
<b>7</b>	67600	92,03%	62212
<b>8</b>	68500	92,03%	63041
<b>9</b>	69450	92,03%	63915
<b>1</b>		92,03%	
<b>0</b>	70350		64743

**Fuente:** Cuadro No. 3 y 16

**Elaborado:** La Autora

### **Determinación de la Oferta**

Del análisis de la oferta realizado en la ciudad de Amaluza se ha determinado que no existe competencia; es decir no existe un lugar de expendio de pizza

### Demanda Insatisfecha

Luego de haber determinado la demanda efectiva se calcula la demanda insatisfecha del proyecto teniendo para el primer año de vida útil del proyecto de 56552 unidades de pizza, considerando que existe demanda en el mercado para la nueva empresa de comercialización como se muestra a continuación

**CUADRO NO. 18**

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>A</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN</b>
<b>ÑO</b>	<b>EFFECTIVA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CONSUMO DE PIZZA</b>
<b>0</b>	56552	0	56552
<b>1</b>	57289	0	57289
<b>2</b>	58117	0	58117
<b>3</b>	58899	0	58899
<b>4</b>	59727	0	59727
<b>5</b>	60510	0	60510
<b>6</b>	61384	0	61384
<b>7</b>	62212	0	62212
<b>8</b>	63041	0	63041
<b>9</b>	63915	0	63915
<b>10</b>	64743	0	64743

Fuente: Cuadro No. 17

Elaborado: La Autora

### PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Con el propósito de garantizar que el servicio esté al alcance absoluto de todos los potenciales usuarios es necesario implementar un Plan de Comercialización que para el presente proyecto es particular frente a otros proyectos por tratarse de un servicio,

considerando PRODUCTO, PRECIO, PLAZA y PROMOCIÓN. Para dicho efecto se considera también información proveniente de algunas preguntas incluidas de las encuestas en las cuales se determina: los gustos y preferencias, el precio justo por el servicio recibido, la percepción de la calidad del servicio que actualmente utilizan, etc.

## PRODUCTO

El producto es uno de los elementos importantes del Mix del Marketing, pues éste satisface las necesidades del comprador y por lo tanto debe cubrir todas sus expectativas para ser aceptado en el mercado.



Información nutricional	por ración	% CDO
Valor calórico	313 kcal	15,7 %
Grasas	13,2 g	20,3 %
Grasas saturadas	5,7 g	25,7 %
Grasas mono insaturadas	4,3 g	14,7 %
Grasas poliinsaturadas	2,3 g	15,3 %
Carbohidratos	35,5 g	13,2 %
Azúcares	3,6 g	7,2 %
Proteínas	13,0 g	17,9 %
Fibra alimentaria	2,6 g	0,9 %
Colesterol	27,8 mg	92,5 %
Sodio	0,8 g	0,1 %
Agua	46,4 g	2,3 %



Siente el sabor en  
cada mordisco



## **LOGOTIPO, ESLOGAN Y NOMBRE DE LA PIZZERÍA**

Se diseñó un logotipo y eslogan acompañado del nombre de la pizzería, lo que estoy segura causará el impacto esperado y por ende se logrará obtener una recordación de marca por parte de los clientes.

## **IMAGEN.**

La imagen de empresa es la identidad, aquella idea que permanece en la mente del consumidor actuando como uno de los principales elementos de fidelización o de venta.

El logotipo es la firma de su empresa y se aplicará en toda clase de material impreso o visual. Un buen diseño de logotipo refleja la identidad corporativa de una empresa y tiene una relevancia fundamental en el éxito de ésta. El diseño gráfico de un logotipo adecuado ayuda a su empresa a ser reconocida y mejor recordada por sus clientes. El logotipo estará presente en toda la papelería comercial, ya sean cartas, membretes, sobres, facturas, tarjetas personales, publicidades, etc. La imagen corporativa ha pasado a ser el elemento esencial de diferenciación y posicionamiento en la mente del cliente. Para captar la atención del cliente, posicionarse en su mente y así generar demanda por sus productos o servicios, es necesario desarrollar una imagen corporativa potente y así poder diferenciarse de sus competidores. Se entiende por imagen corporativa a la manera cómo sus clientes perciben una empresa y que contribuye al logro de los objetivos comerciales trazados por el negocio. La creación de esta imagen es responsabilidad de los expertos en marketing y comunicaciones, quienes son los encargados de desarrollar mensajes y de transmitirlos a través de

diversos canales.

## **SLOGAN**

El eslogan “Siente el sabor en cada mordisco”, trata de hacer notar al cliente el énfasis que se le dará en la presentación de cada plato, resaltando el sabor y la calidad del mismo.

## **PRECIO**

Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio, de las encuestas realizadas se pudo determinar que los clientes están dispuestos a pagar un precio de ocho dólares

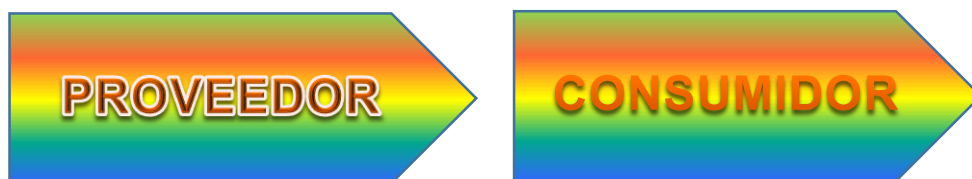
El precio no tiene que ser necesariamente igual al "valor" del bien o servicio, o al costo del mismo, ya que el precio fluctúa de acuerdo a muchos factores, entre otros, el precio varía de acuerdo a las condiciones de oferta y demanda, estructura del mercado, disponibilidad de la información de los compradores y vendedores, capacidad de negociación de los agentes, etc. Es de esperar que en mercados que se acerquen a una estructura de competencia perfecta -situación hipotética en la que se cumplen supuestos como la existencia de un gran número de oferentes y demandantes, información perfecta de todos los agentes, ausencia de costos de transacción, entre

otros- el precio se acerque a los costos, al igual que en los casos en que los demandantes (potenciales compradores) tienen un gran poder de mercado, por ejemplo el caso del monopsonio, que se presenta cuando existen varios oferentes de un mismo bien pero un solo demandante.

## **COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCION**

Para realizar la comercialización del producto y de los servicios que giran entorno al mismo, la empresa empleará las siguientes estrategias:

Los canales a utilizarse se propondrán de acuerdo a un estudio predeterminado de la logística y zonificación de la ciudad de Amaluza, tendremos en nuestro repertorio de variedad de pizzas que será comercializado de acuerdo a las exigencias del mercado.



## **Publicidad**

El plan de publicidad y ventas se basa en desarrollar una clara identificación de los servicios que va a prestar la compañía y su mercado objetivo, para esto se designara un presupuesto.

La publicidad será dirigida directamente al consumidor, ya que debemos concentrar

los pocos recursos para dirigirlo al mercado objetivo tratando de informar sobre nuestros productos, de una manera más efectiva creando así una imagen de prestigio sobre la calidad y el servicio de nuestra pizza Tales como: Promoción por radio, Internet, especialmente en redes sociales con Facebook y Whatsapp, posters que sean ubicados en los lugares donde se encuentran nuestros clientes potenciales.

## **ESTUDIO TÉCNICO DE LA EMPRESA**

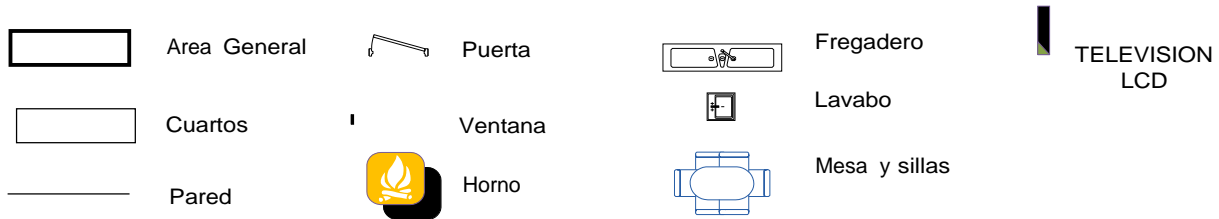
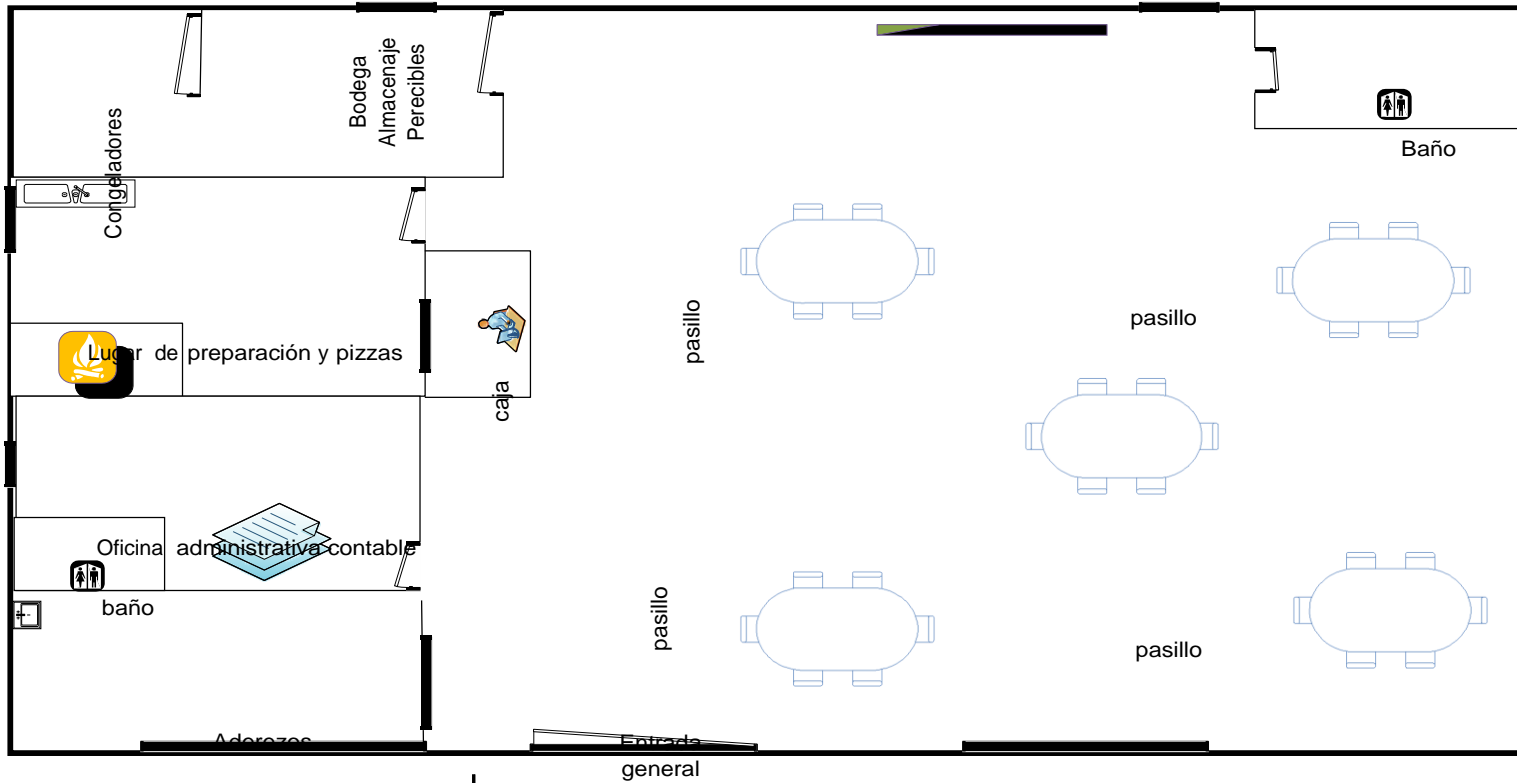
En este estudio, se describe que proceso se va a utilizar para la producción y consumo de pizzas, el mismo tiene como finalidad determinar el tamaño y localización, los requerimientos y necesidades para el proceso del servicio, determinando la tecnología adecuada, espacio físico, recursos materiales y humanos de la nueva empresa.

### **Tamaño de la planta**

El área de la planta de la empresa productora de pizza es de 80 m<sup>2</sup>, el área de producción estará conformada por 30 m<sup>2</sup>, y los 50 m<sup>2</sup> restante serán destinados a la comercialización de nuestro producto.

## Distribución de la Planta

### PLANO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA DISTRIBUCION FISICA DEL LOCAL



## **Capacidad Instalada**

En la ciudad de Amaluza se ha podido determinar el servicio de consumo de pizza tiene una gran demanda, por lo que la capacidad instalada estará determinada por el nivel máximo de servicios que se puede ofrecer en un periodo determinado; además está en función a la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa de comercialización de pizzas, hay que recalcar que este se mide en un número de usuarios atendidos en un determinado tiempo.

El proceso que se requiere para la preparación de las pizzas se describe de la siguiente manera: Transporte de materia prima (2 minutos), Recepción de materia prima (0,50 minutos), Almacenaje de materia prima (1 minuto), Pesado y medición de los ingredientes (2 minutos), Elaboración de la masa base (2 minutos), laminado de la base (2 minutos), colocación en bandeja y traslado al horno (3 minutos), Pre cocer la masa (2 minutos), Añadir relleno (agregar ingredientes) (2.50minutos), Hornear nuevamente con ingredientes agregados (3 minutos), sacar del horno y cortar la pizza en rebanadas (2 minutos), traslado del producto elaborado de la cocina al área de comercialización (2 minuto), servicio y/o empacado de la pizza (1 minuto). La elaboración de la pizza en 24 minutos.

El horno utilizado en la preparación de pizzas tiene capacidad de 3 latas en cada una se pueden realizar dos pizzas por lo que se estaría realizando 6 pizzas al mismo tiempo. En el presente trabajo se considera la preparación 18 pizzas en 60 minutos

- a) 18 pizzas por 8 horas de atención = 144 pizzas
- b) 144 pizzas por día x 5 días que se atiende a la semana= 720 pizzas a la semana.
- c) 720 pizzas a la semana por 52 semanas que tiene el año = 37440 pizzas comercializadas en el año, como se indica en el siguiente cuadro resumen:

**CUADRO No. 19**  
**CAPACIDAD INSTALADA**

TIEMPO	UNIDADES PRODUCIDAS
Por día	144
Por 5 días a la semana	720
Por 52 semanas al año	37440

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La Autora

La capacidad instalada es la 100% de 37440 unidades de pizza producidas al año

**CUADRO No. 20**  
**CAPACIDAD INSTALADA**

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	% QUE CUBRE	CAPACIDAD INSTALADA EN PRODUCCION DE PIZZAS
0	56552	66,20%	37440

Fuente: Cuadro No.19

Elaborado: La Autora

**CAPACIDAD UTILIZADA**

La empresa comercializadora de pizza brindará el servicio en los dos primeros años utilizando el 50% de la capacidad, en los siguientes años se incrementará el 5% de la



capacidad instalada cada año. A continuación se indica en el siguiente cuadro la capacidad para los siguientes años

**CUADRO No. 21**

**CAPACIDAD UTILIZADA EN LA PRODUCCION DE PIZZAS**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>% DE CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA EN LA PRODUCCION DE PIZZAS</b>
1	37440	25%	9360
2	37440	30%	11232
3	37440	40%	14976
4	37440	50%	18720
5	37440	60%	22464
6	37440	70%	26208
7	37440	80%	29952
8	37440	85%	31824
9	37440	90%	33696
10	37440	95%	35568

Fuente: Cuadro No. 20

Elaborado: La Autora

**LOCALIZACION DE LA PLANTA**

La empresa de comercialización estará ubicada en la ciudad de Amaluza, cantón Espíndola, provincia de Loja, la ciudad de Amaluza se encuentra ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Loja. Su economía se basa en la actividad agrícola y ganadera. En la actualidad con el mejoramiento de la carretera se ha logrado obtener una mayor afluencia de turistas especialmente a las lagunas de Jimbura, así como también al balneario SkyWay, su gente es amable y hospitalaria.

Para determinar la localización del proyecto, es necesario determinar factores importantes como la macro y micro localización

### GRAFICO No. 10

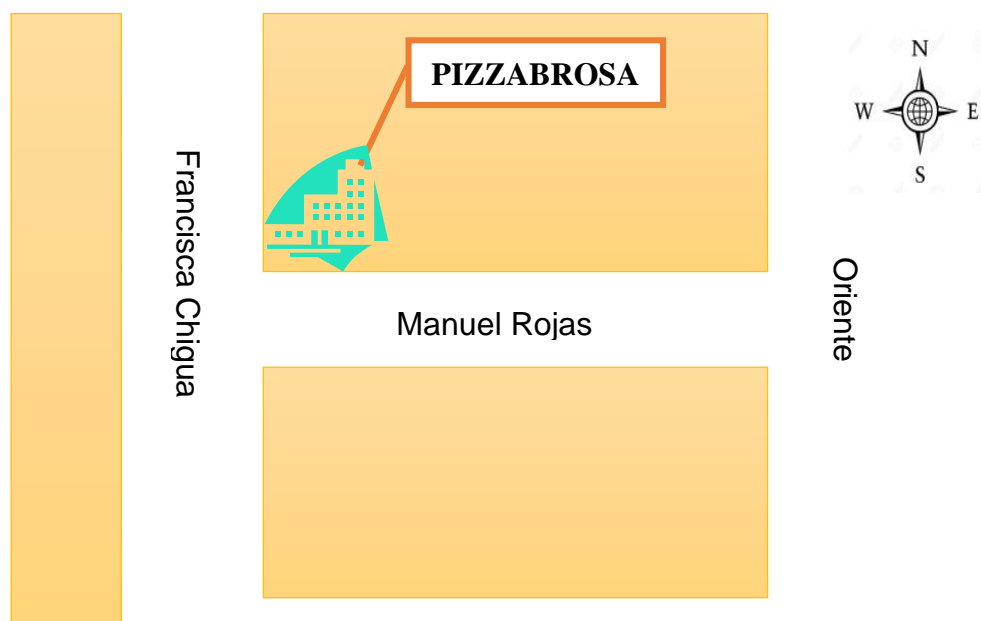
#### MACROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZAS



#### MICROLOCALIZACIÓN

En la Micro localización se da a conocer la ubicación exacta del centro de rehabilitación en el cual se indican las calles con nombres exactos. La empresa productora de pizza estará ubicado en la parroquia Amaluza, barrio centro

**GRAFICO No.11**  
**MICROLOCALIZACION DE LA EMPRESA DE PRODUCCION Y**  
**COMERCIALIZACIÓN DE PIZZAS**



a micro localización hace referencia al lugar mismo donde se va a situar de manera específica y particular el proyecto hoy analizado.

Para tomar la decisión tal como se hizo en líneas anteriores, se ponderó varios factores y varios lugares, siendo el mejor lugar para la ejecución del proyecto las inmediaciones del Parque Central de Amaluza.

Las opciones para la ubicación fueron las siguientes

- A. Inmediaciones del Parque Central

B. Sector el Terminal

C. Barrio El Guabo

**CUADRO No. 22**

<b>Micro localización</b>							
<b>ELEMENTO</b>	<b>P (%)</b>	<b>A</b>	<b>P</b>	<b>B</b>	<b>p</b>	<b>C</b>	<b>P</b>
1) Acceso a mercados	<b>30</b>	24,00%	8	27,00%	9	24,00%	8
2) Acceso a materias primas	<b>20</b>	16,00%	8	18,00%	9	16,00%	8
3) Disponibilidad de:							
a)M.O. calificada	<b>6</b>	3,60%	6	4,20%	7	3,60%	6
b)M.O.no calificada	<b>6</b>	3,60%	6	4,20%	7	3,60%	6
4) Costo de M. de obra							
a) Calificada	<b>2</b>	1,60%	8	1,00%	5	1,40%	7
b) No calificada	<b>2</b>	1,60%	8	1,00%	5	1,40%	7
5) Transporte:							
a)Disponibilidad	<b>3</b>	3,00%	10	2,40%	8	3,00%	10
b)Costos	<b>3</b>	3,00%	10	2,40%	8	3,00%	10
6) Agua	<b>2</b>	1,00%	5	0,60%	3	0,80%	4
7) Energía Eléctrica	<b>2</b>	1,00%	5	0,60%	3	0,80%	4
8) Combustible	<b>2</b>	1,00%	5	,60%	3	0,40%	2
9) Apoyos Legales	<b>1</b>	0,30%	3	0,30%	3	0,20%	2
10) Drenaje	<b>2</b>	0,40%	2	0,60%	3	0,40%	2
11) Serv. Médicos	<b>2</b>	0,40%	2	0,60%	3	0,40%	2
12) Serv. De Seguridad	<b>1</b>	0,20%	2	0,30%	3	0,40%	4
13) Educación	<b>1</b>	0,20%	2	0,30%	3	0,40%	4
14) Clima	<b>1</b>	0,20%	2	0,30%	3	0,40%	4
15) Terreno:							
a)Extensión:	<b>3</b>	1,50%	5	1,80%	6	1,20%	4
b)Costo:	<b>3</b>	1,50%	5	1,80%	6	0,60%	2
16) Actitud de la Comunidad	<b>7</b>	1,40%	7	5,60%	8	1,40%	2
17) Restricciones Ambientales	<b>1</b>	0,50%	5	0,20%	2	0,30%	3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>114</b>		<b>107</b>		<b>101</b>

### Ingeniería del Proyecto

En la Ingeniería del proyecto se selecciona la tecnología, los procesos adecuados para el funcionamiento de la empresa productora de pizzas para poder brindar el servicio adecuado a los clientes.

En el diseño de la planta o instalaciones la distribución debe constar con equipo, mobiliario, herramientas y personal administrativo que se requiere en la empresa productora de pizzas.

### **Requerimiento de Talento Humano**

Es el personal necesario para el funcionamiento de la empresa que brinde calidad humana y eficiencia en los servicios a los clientes y con el propósito de aportar elementos necesarios para las labores de la empresa la misma que debe contar con el personal necesario en cada una de sus áreas.

#### **Personal Administrativo**

- Gerente
- Asesor Jurídico
- Secretaria – contadora
- Cocinero
- Servicios Generales

#### **Equipo de computación**

- Computadora
- Impresora

#### **Muebles y enseres**

- Mesas
- Sillas
- Mostrador

## Requerimiento de Equipos

### Cocina Industrial

**GRAFICO No.12**



- Cocina Tipo Isla Industrial
- 2 quemadores
- Construido en acero inoxidable
- Patas en Tubo Cuadrado
- Reguladores de Altura

### Refrigeradora

**GRAFICO No.13**



- Sistema de enfriamiento Perfect Flow
- Lámina Extreme Inox
- Luz LED
- Dispensador de agua
- Doble cajón para carnes y doble cajón para frutas

### Mesa para amasar

**GRAFICO No.14**



- Cubierta en acero inoxidable C-18 AISI 304
- Patas en lámina galvanizada C-16
- Entrepañó en lámina Galvanizada C-18
- Regatones de plástico en cada pata.

### Horno a gas

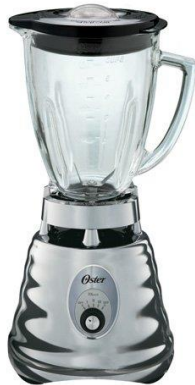
**GRAFICO No.15**



- Tipo de alimentación: de gas
- Sector: para uso profesional
- Tipo: para pizzas
- Otras características: con 3 cámaras

### **Licuada Oster**

**GRAFICO No.16**



- Color cromado
- Material Metálico
- Capacidad 1,25 litros
- Potencia 600 watss
- Velocidades 3
















**FLUJOGRAMAS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACION DE PIZZAS**

**CUADRO No.23**

**FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE LA PRODUCCION DE PIZZAS**

<b>PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE PIZZAS</b>		
<b>No.</b>	<b>Actividades</b>	<b>Tiempo</b>
1	Transporte de materia prima	2
2	Recepción de Materia prima	0,50
3	Almacenaje de Materia prima	1
4	Pesado y medición de los ingredientes	2
5	Laminado de la base	2
6	Elaboración de la masa base	2
7	Colocación en la bandeja y traslado al horno	2
8	Pre cocer la masa	2
9	Añadir relleno (agregar ingredientes)	2,50
10	Hornear nuevamente con ingredientes incorporados	3
11	Sacar del horno y cortar la pizza en rebanadas	2
12	Traslado del producto elaborado de la cocina al área de comercialización	2
13	Servicio y/o empacado de la pizza	1
<b>TOTAL</b>		<b>24</b>

PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE PIZZAS		
SIMBOLO.	ACTIVIDADES	Tiempo
	Transporte de materia prima	2
	Recepción de Materia prima	0,50
	Almacenaje de Materia prima	1
	Pesado y medición de los ingredientes	2
	Laminado de la base	2
	Elaboración de la masa base	2
	Colocación en la bandeja y traslado al horno	2
	Pre cocer la masa	2
	Añadir relleno (agregar ingredientes)	2,50
	Hornear nuevamente con ingredientes incorporados	3
	Sacar del horno y cortar la pizza en rebanadas	2
	Traslado del producto elaborado de la cocina al área de comercialización	2
	Servicio y/o empackado de la pizza	1
<b>TOTAL</b>		<b>24</b>

**Elaboración:** La Autora

### Resumen Operativo

Transporte	1
Operación Simple	8
Operación Doble	3
Almacenamiento	1
Tiempo Previsto	24minutos

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZAS**

### **Organización Legal**

Para la organización jurídica se ha previsto implementar una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo al artículo 92 de la Ley de Compañías, en su parte pertinente dice: La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales, hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “COMPAÑÍA LIMITADA” o su correspondiente abreviatura.

Los requisitos exigidos por la ley son los siguientes:

- Acta constitutiva.
- Razón Social de la empresa Torres CIA. LTDA.
- Domicilio: Ciudad Amaluza, Cantón Espíndola, Provincia de Loja.
- Capital social. Por determinarse
- Tiempo de Duración: Diez Años

**Objeto Social.** La empresa Torres Cia. Ltda. Se dedicará a la producción y comercialización de pizzas.

### **MINUTA DE CONSTITUCIÓN**

#### **SEÑOR NOTARIO:**

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, la compareciente manifiesta ser ecuatoriana, mayor de edad, Adriana Lucia Infante Delgado con numero de cedula 1103869960 domiciliada en la ciudad de Amaluza, por otro lado el Señor Oscar Adalberto Torres Torres, manifiesta ser ecuatoriano, mayor de edad, casado, domiciliado en la ciudad de Amaluza y la Señora Elsa Margot Delgado Rojas, manifiesta ser ecuatoriana, mayor de edad, divorciada, domiciliada en la ciudad de Amaluza; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada "TORRES CÍA. LTDA." la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

**SEGUNDA.-** ESTATUTOS DE EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA TORRES CÍA. LTDA.

### **CAPITULO PRIMERO**

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN.

**Artículo Uno.-** Constituyese en la ciudad de Amaluza, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada TORRES CÍA. LTDA.

**Artículo Dos.-** La compañía tiene por objeto y finalidad, producción y comercialización de pizzas, y cualquier otra actividad afín con la expresada.

**Artículo Tres.-** La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

**Artículo Cuatro.-** El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## **CAPITULO SEGUNDO**

### **DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL**

**Artículo Cinco.-** El capital social de la compañía es de trescientos dólares, dividido en trescientas participaciones de un dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

**Artículo Seis.-** La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

**Artículo Siete.-** El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

**Artículo Ocho.-** La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

**Artículo Nueve.-** Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

**Artículo Diez.-** Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidas y realizadas.

**Artículo Once.-** En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

## **CAPITULO TERCERO**

### **DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES**

**Artículo Doce.-** Son obligaciones de los socios: Las que señala la Ley de compañías

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente; Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y, las demás que señalen estos estatutos.

**Artículo Trece.-** Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

**Artículo Catorce.-** La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

## **CAPITULO CUARTO**

### **DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

**Artículo Quince.-** El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

**Artículo Dieciséis.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.-** La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

**Artículo Diecisiete.-** Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

**Artículo Dieciocho.-** Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

**Artículo Diecinueve.-** Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta



general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

**Artículo Veinte.-** El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

**Artículo Veintiuno.-** Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**Artículo Veintidós.-** Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

**Artículo Veintitrés.-** Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretarlo el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

**Artículo Veinticuatro.-** Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretarlo. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendría la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la

convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

**Artículo Veinticinco.**- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

a) Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

b) Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos; conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores; Resolver sobre la forma de reparto de utilidades.

c) Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

d) Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

e) Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía.

f) Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

g) Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía:

h) Aprobar los reglamentos de la compañía,

i) Aprobar el presupuesto de la compañía;

j) Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

**Artículo Veintiséis.**- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

**Artículo Veintisiete.- DEL DIRECTOR** - El Director será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

**Artículo Veintiocho.-** Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

a) Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la junta general de socios:

b) Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

c) Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

d) Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito.

e) Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial

f) Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía

g) Dirigir la gestión económica financiera de la compañía

h) Gestionar, planificar y ejecutar las actividades de la compañía

i) Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos.

j) Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías.

k) Inscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil.

l) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

m) Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

n) Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

o) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

## **CAPÍTULO QUINTO**

### **DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

**Artículo Veintinueve.**- La disolución y liquidación de la compañía se regula por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

**Artículo Treinta.**- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar la cláusulas de estilo para su validez

Atentamente,

(f) El Abogado

## **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades

**Niveles Jerárquicos.-** Es indispensable determinar un modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo.

**a) Nivel Legislativo.-** Representa el primer nivel jerárquico y está integrado por los dueños de la empresa, que tomarán el nombre de Junta General de Socios y está representado por el Presidente, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

**b) Nivel Directivo.-** Constituye el segundo grado de autoridad, está conformado por el Gerente – Administrador que es nombrado por la JGS, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es Planear, orientar y dirigir la marcha administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

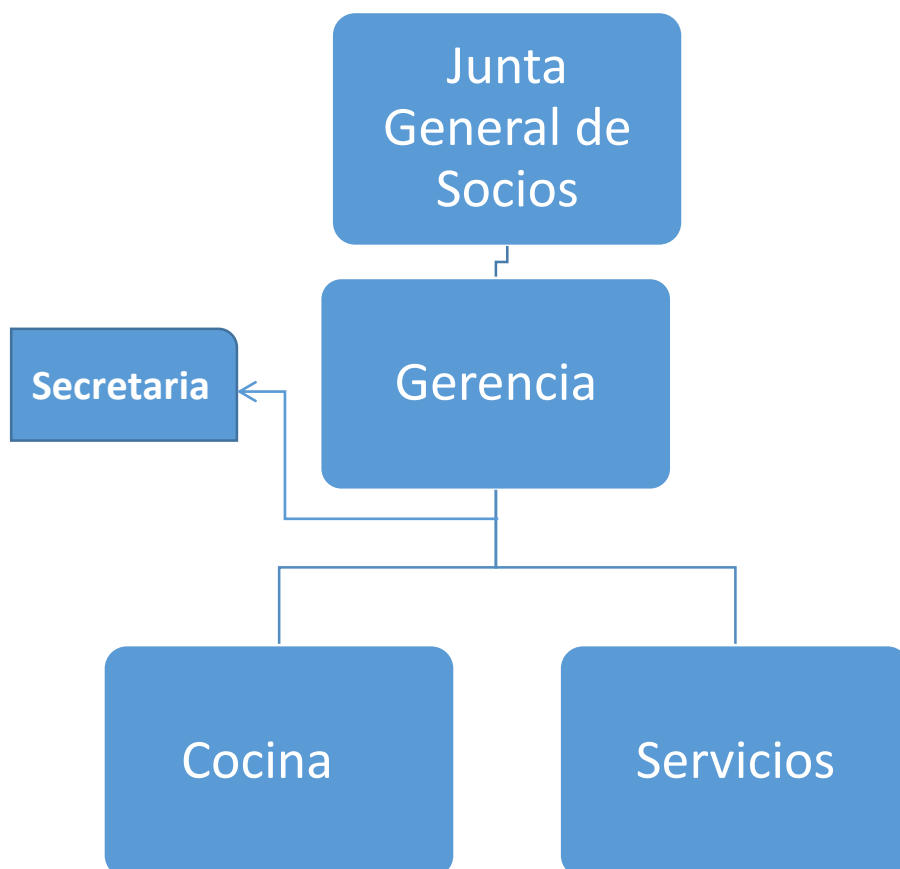
**c) Nivel Asesor.-** La empresa contará con servicios temporales de un Abogado, para orientar las situaciones de carácter laboral y judicial. Este nivel no tiene autoridad de mando.

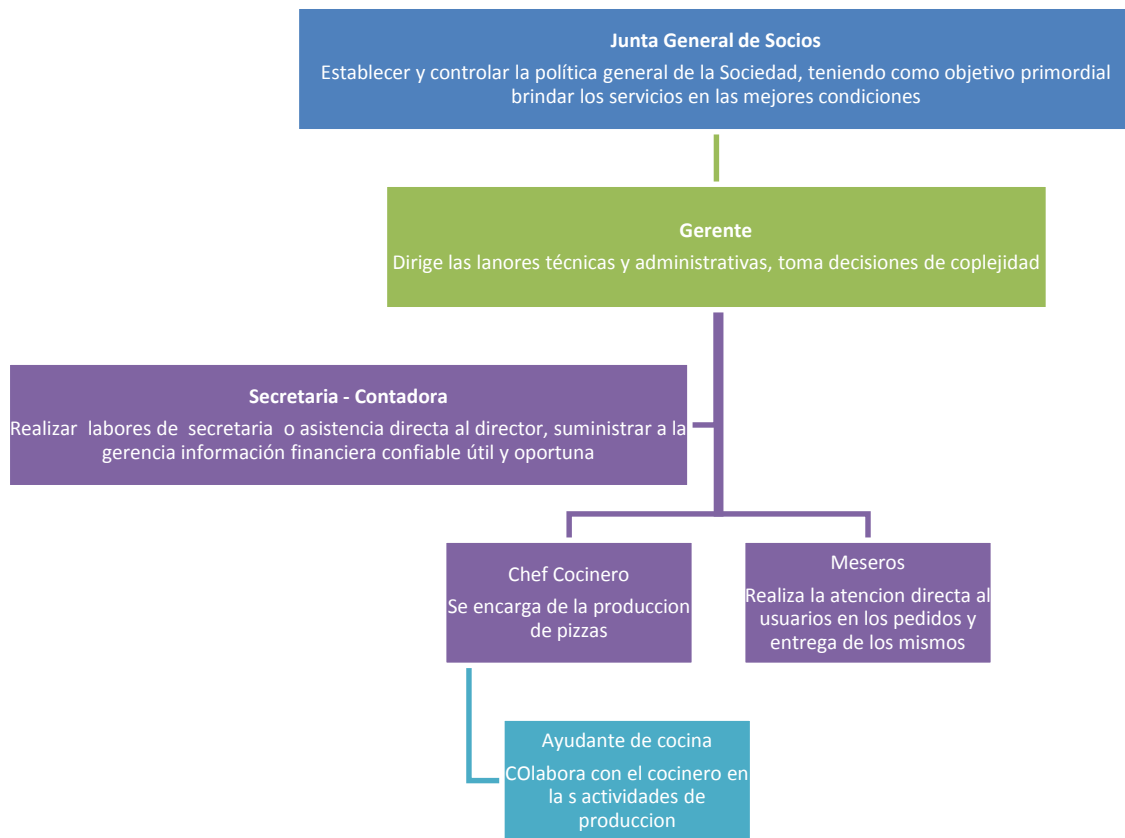
**d) Nivel Auxiliar o de Apoyo.-** Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

**e) Nivel Operativo.-** Corresponde a todos los obreros que apoyarán en el proceso de producción de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

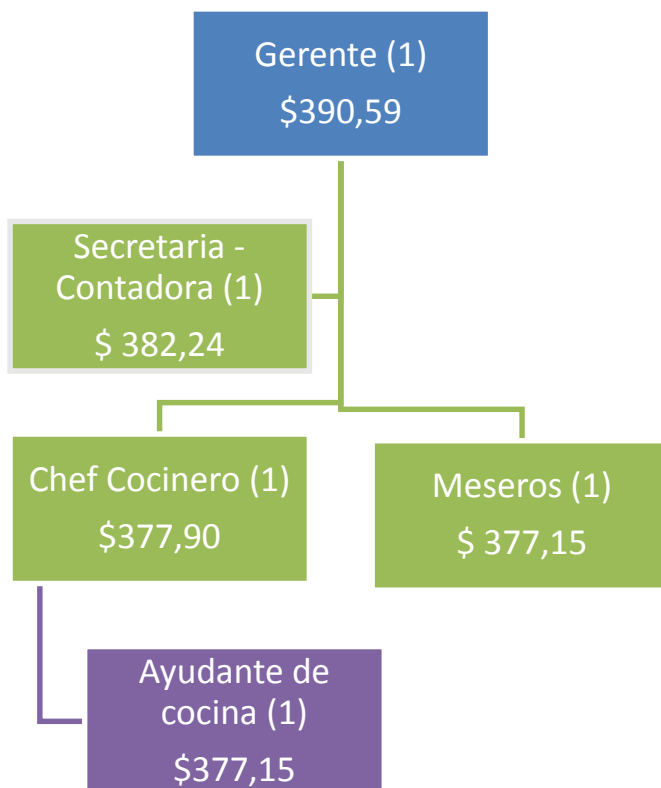
## **Organigramas**

Las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la empresa se representan a través del organigrama estructural, funcional y posicional de la siguiente manera:

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL TORRES Cia. Ltda.****Junta de Socios**

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL TORRES CIA. LTDA.**



**ORGANIGRAMA POSICIONAL TORRES CIA. LTDA.**

**MANUAL DE FUNCIONES****CODIGO 01****TITULO DEL PUESTO:** Gerente**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

**Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se realicen en la empresa, cumplir con las políticas de venta de la empresa**

**FUNCIONES TIPICAS:**

Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa.

Diseñar, implementar y mantener los procedimientos de compra de materia prima.

Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice.

Nombrar y contratar trabajadores.

Organizar cursos de capacitación.

Presentar a la Junta de Accionistas programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.

Atender personalmente al público en el área de ventas

Brindar una excelente atención a los cliente, entregando los pedidos en el tiempo fijado

**HABILIDADES Y DESTREZAS:**

Supervisa, coordina y controla las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.

Actúa con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes al cargo.

Requiere alto esfuerzo mental al verse sometido a las presiones que como gerente posee.

Responde por el trabajo de todos los empleados de la empresa.

Responde por los equipos a su cargo hasta por un valor de \$1000

**REQUISITOS MINIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Título de Ingeniero Comercial o Ingeniero en Administración de Empresas.

**EXPERIENCIA:** Tres años en funciones similares.

**CODIGO 02****TITULO DEL PUESTO:** Secretaria – Contadora**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Realiza labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público, Ejecuta actividades contables para la emisión de estados financieros

**FUNCIONES TIPICAS:**

Elaborar cartas de reuniones de trabajo del personal de la empresa

Manejar el archivo

Administración de caja chica.

Controlar la contabilidad general de la empresa.

Elaborar conciliaciones bancarias

Mantener un correcto manejo de los programas contables.

Elaborar roles de pago y tramitar la documentación que corresponde al IESS.

Elaborar los estados financieros correspondientes.

Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero al gerente de la empresa.

Y las demás funciones que disponga su jefe inmediato superior, dentro de su campo de acción.

**HABILIDADES Y DESTREZAS:**

Requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables para aplicarlos en la empresa.

Resuelve problemas de su trabajo y debe tener iniciativa para los asuntos contables.

Requiere de mediano esfuerzo mental y concentración al aplicar los registros contables.

Responde por equipos a su cargo hasta por \$ 500.

**REQUISITOS MINIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Título en Contabilidad y Auditoría

**EXPERIENCIA:** Dos años en funciones similares.

**CODIGO 03****TITULO DEL PUESTO:**

Cocinero

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Prepara, cocina y presenta diferentes tipos de pizza para su posterior comercialización

**FUNCIONES TIPICAS:**

Coordinar todo lo relativo al personal de cocina

Elaborar las requisiciones de cocina para pasarlas al administrador

Realiza el inventario de materia prima de su centro de producción y responde por el mismo

Supervisa la calidad del producto durante la elaboración y recepción del mismo

Aplica procedimientos para garantizar la adecuada rotación de materia prima

Supervisa la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad

Supervisa el trabajo de su equipo en cocina.

**HABILIDADES Y DESTREZAS:**

Requiere de gran responsabilidad y conocimiento de preparación de alimentos para la comercialización

Resuelve problemas de su trabajo y debe tener iniciativa

**REQUISITOS MINIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Conocimientos de preparación de comida rápida

**EXPERIENCIA:** Dos años en funciones similares.

**CODIGO 04****TITULO DEL PUESTO:**

Ayudante de cocina

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Conocer procesos de producción de alimentos

**FUNCIONES TIPICAS:**

Brindar apoyo en todo lo relacionado con la cocina

Colaborarle al jefe de cocina en los procedimientos que requiera

Hacer el alistamiento de materia prima

Medir y mezclar ingredientes

Lavado de vajilla

Limpieza del área de trabajo

Almacenamiento de productos

Recepción de pedidos por parte del mesero

**HABILIDADES Y DESTREZAS:**

Persona Ágil, dinámica que conozca de procesos de producción de alimentos

Cubrir sus funciones y aprenderlas

Colaboración en lo que se necesite dentro del trabajo.

**REQUISITOS MINIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Bachiller

**EXPERIENCIA:** Experiencia de alimentos

**CODIGO 05****TITULO DEL PUESTO:**

Mesero

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Ofrecer un excelente servicio

Estar en capacidad de sugerir y/o vender al cliente los productos

**FUNCIONES TIPICAS:**

Conocer la carta en su totalidad y con lujo de detalles

Desempeñar sus funciones con una excelente presentación personal.

Mantener la limpieza del local

Receptar los pedidos por parte de los clientes

Servir y recoger mesas

Verificar consumo de las mesas

Limpieza de las mesas posterior al consumo

**HABILIDADES Y DESTREZAS:**

Ninguna en particular además de las generales para el personal de servicio

Cubrir sus funciones y aprenderlas

Colaboración en lo que se necesite dentro del trabajo.

**REQUISITOS MINIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Bachiller

**EXPERIENCIA:** Ninguna indispensable

## **ESTUDIO FINANCIERO**

### **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

Cuando se han determinado los diferentes requerimientos para el proyecto a través del estudio técnico, se estima el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes; así como las mejores alternativas de financiamiento.

### **INVERSIONES**

Es la sistematización de la información a fin de cuantificar los activos que requiere el proyecto para la transformación de insumos y la determinación del monto del capital de operación requerido para el funcionamiento del proyecto luego de su implementación

Las inversiones que se deben dar en el proyecto serán de tres tipos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Capital de Trabajo

### **ACTIVOS FIJOS**

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en la prestación del servicio, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren

depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

**ADECUACIONES:** Aquí se hace constar el valor de las adecuaciones del local, como por ejemplo pintura, lámparas, módulos de división de ambientes.

#### CUADRO No. 24

##### INVERSION EN ADECUACIONES

ARTICULO	UNIDAD m <sup>2</sup>	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Adecuaciones	80	25	2000
<b>TOTAL</b>			2000

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

##### MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION

Constituye los diversos equipos y maquinaria a utilizarse en las actividades propias de la prestación del servicio de producción y comercialización de pizzas, además constituye el elemento fundamental de propiedad de la empresa.

Constituye parte de los activos fijos propiedad de la empresa sujetos a depreciación.



**CUADRO No. 25**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Cocina Industrial</b>	1	300.00	300.00
<b>Refrigeradora pequeña</b>	1	550.00	550.00
<b>Mesa para amasar</b>	1	130.00	130.00
<b>Horno de gas</b>	1	800.00	800.00
<b>Licadora Oster</b>	1	115.00	115.00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>1895.00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaboración:** Autora

**Utensilios:** Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local y son los instrumentos necesarios para ayudar a la empresa de producción y comercialización de pizzas

**CUADRO No. 26**  
**UTENSILIOS**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Balanza digital	1	24.00	24.00
Bandeja de servicio	6	8.00	48.00
Juego de tazas de medida	2	6.00	12.00
Toll latas para pizza	5	12.00	60.00
Tinas de acopio	4	30.00	120.00
Cortador de pizza	3	8.00	24.00
<b>TOTAL UTENSILIOS</b>			<b>288.00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaboración:** Autora

**MUEBLES Y ENSERES:** Se relaciona con el mobiliario con el que cuenta la nueva empresa de comercialización, en las diferentes dependencias administrativas. Se detalla el siguiente cuadro

**CUADRO No. 27**

**MUEBLES Y ENSERES**

ACTIVO FIJO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Counter de madera	1	250.00	250.00
Mesas	4	50.00	200.00
Sillas	20	12.50	250.00
Anaquelel restaurant	1	150.00	150.00
Mostrador pequeño	1	250.00	250.00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>1100.00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaboración:** Autora

**EQUIPO DE OFICINA:** Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa

**CUADRO No. 28**

**EQUIPO DE OFICINA**

ARTICULO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SUMADORA	2	14.00	28.00
TELEFONO	2	55.00	110.00
TELEVISIÓN LCD 40'	1	745.00	745.00
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>883,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaboración:** Autora

**EQUIPO DE COMPUTACIÓN.-** Se consideran como equipo de cómputo todos aquellos componentes informáticos, accesorios que estén instalados en la Pizzería Pizabrosa.

**CUADRO No. 29**

**EQUIPO DE COMPUTACION**

<b>ARTICULO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Computador	1	675.00	675.00
Impresora HP a color	1	165.00	165.00
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTACION</b>			<b>840,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaboración:** Autora

**RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

Los activos fijos constituyen los bienes de propiedad de la empresa, y que por lo general sufren depreciación.

Se detalla a continuación el total de inversiones en activos fijos que serán necesarias para la puesta en marcha de la nueva empresa de producción de pizzas

**CUADRO No. 30**  
**RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

<b>DETALLE</b>	<b>VENTAS TOTALES</b>
inversión en adecuaciones	2000,00
<b>Maquinaria y equipo</b>	1895,00
<b>Inversión en equipo de computación</b>	840,00
<b>Equipo de oficina</b>	883,00
<b>Inversión en Muebles y Enseres</b>	1100,00
<b>Utensilios</b>	288,00
<b>Imprevistos</b>	350,30
<b>Total de activos fijos</b>	7356,30

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

### **ACTIVO INTANGIBLES O DIFERIDOS**

Para este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con la apertura de la nueva empresa de producción y comercialización de pizzas y lo constituyen:

- Elaboración del estudio
- Gastos de constitución
- Permisos del gobierno seccional
- Capacitación

**CUADRO No. 31**  
**RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Estudios de Investigación</b>	420,00
<b>Estudios de Ingeniería</b>	240,00
<b>Permisos de funcionamiento y operación</b>	80,00
<b>Permiso Sanitario</b>	35,00
<b>Permiso de bomberos</b>	24,00
<b>Gastos de Constitución</b>	750,00
<b>Imprevistos 5%</b>	77,45
<b>TOTAL</b>	<b>1626,45</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

### **ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO**

Este activo está conformado por los valores necesarios para el normal funcionamiento del proyecto durante su ciclo productivo, como se detalla a continuación

- Insumos de producción
- Servicios básicos
- Mano de obra directa
- Gastos de administración y ventas
- Imprevistos (el 5% de la suma de los tres primeros rubros)
- Arriendo

Las inversiones del capital de trabajo para el presente proyecto se las cálculo para el primer mes de funcionamiento de la empresa de producción y comercialización de pizzas.

**MATERIA PRIMA DIRECTA**

Constituyen los ingredientes necesarios para ofrecer el servicio.

**CUADRO No. 32****MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Peperoni	Fundas	10	2,6	26,00	312,00
Jamón	Taco	1	15	15,00	180,00
Queso	Unidad	8	7,2	57,60	691,20
Tomate	Libras	8	0,5	4,00	48,00
Cebolla	Libras	4	0,25	1,00	12,00
Harina	Libras	40	0,3	12,00	144,00
Sal	Libras	1	0,5	0,50	6,00
Condimentos	Libras	1	1,5	1,50	18,00
<b>TOTAL</b>					1411,2

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

**MANO DE OBRA DIRECTA.**

Está constituida por tres empleados de obra directa total durante un mes.1457,85 dólares y de 17494.20 dólares anuales

**CUADRO No. 33****SUELDOS PARA LA MANO DE OBRA DIRECTA PRIMER AÑO**

CARGO	NRO. DE EMPLEADOS	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL 12,15%	DÉCIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDO	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
<b>Chef</b>	1	377,90	45,91	31,49	31,25	486,55	5838,6
<b>Ayudante de Cocina</b>	1	377,15	45,82	31,43	31,25	485,65	5827,8
<b>Mesero</b>	1	377,15	45,82	31,43	31,25	485,65	5827,8
<b>TOTAL</b>						1457,85	17494,2

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## MANO DE OBRA DIRECTA SEGUNDO AÑO

De igual forma se calcula la mano de Obra directa para el segundo año que debe incluir los fondos de reserva según lo que establece la ley

### CUADRO No. 34

#### SUELDOS PARA LA MANO DE OBRA DIRECTA SEGUNDO AÑO

CARGO	NRO. DE EMPLEADOS	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL 12,15%	DÉCIMO TERCER SUELDO	FONDOS DE REERVA	DECIMO CUARTO SUELDO	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDO	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
<b>Chef</b>	1	377,90	45,91	31,48	31,48	31,25	518,02	6216,24
<b>Ayudante de Cocina</b>	1	377,15	45,82	31,42	31,42	31,25	517,06	6204,72
<b>Mesero</b>	1	377,15	45,82	31,42	31,42	31,25	517,06	6204,72
<b>TOTAL</b>							1552.14	18625.68

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora



## SUELDOS ADMINISTRATIVOS PRIMER AÑO

Constituyen las erogaciones de dinero necesarias para cancelar los sueldos al personal administrativo para la empresa de producción y comercialización de pizzas, de acuerdo a las funciones de cada año; según lo que establece la tabla Salarial emitida por parte del Ministerio de Relaciones Laborales

### CUADRO No. 35

#### SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO PARA EL PRIMER AÑO

CARGO	NRO. DE EMPLEADOS	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL 12,15%	DÉCIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDO	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Director	1	390,59	47,46	32,55	31,25	501,85	6022,2
Secretaria – Contadora	1	382,24	46,44	31,85	31,25	491,78	5901,36
<b>TOTAL</b>						993,63	11923,56

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autora

### SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO SEGUNDO AÑO

Constituye el sueldo de todo el personal administrativo necesario para el desarrollo de las actividades administrativas de la empresa, de la misma manera se ha considerado el pago de fondos de reserva para el segundo año.

**CUADRO No. 36**

### SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO PARA EL SEGUNDO AÑO

CARGO	NRO. DE EMPLEADOS	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL 12,15%	DÉCIMO TERCER SUELDO	FONDOS DE RESERVA	DECIMO CUARTO SUELDO	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDO	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
<b>Director</b>	1	390,59	47,46	32,54	32,55	31,25	534,4	6412,8
<b>Secretaria – Contadora</b>	1	382,24	46,44	31,84	31,85	31,25	523,63	6283,56
<b>TOTAL</b>							1058,03	12696,36

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## SUMINISTROS DE OFICINA

Son los suministros necesarios para el funcionamiento administrativo de la nueva empresa

**CUADRO No. 37**

### SUMINISTROS DE OFICINA

ARTICULO	UNIDAD	CANT.	V. UNIT	V. MENSUAL	VALOR ANUAL
Resmas de papel	Unidad	1	\$ 3,50	3,50	42,00
Esferos	Unidad	3	\$ 0,25	0,75	9,00
Clips	Caja	1	\$0,80	0,80	9,60
Grapas	Caja	1	\$1,00	1,00	12,00
Grapadora	Unidad	2	\$2,80	4,60	4,60
Perforadora	Unidad	2	\$2,50	5,00	5,00
Varios	Unidad	1	\$5,00	5,00	60,00
<b>TOTAL</b>				21,65	259,80

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## ARRIENDO

Constituye el rubro que cubrirá el espacio físico donde funcionará la nueva empresa de producción y comercialización de pizzas

**CUADRO No. 38**

### ARRENDAMIENTO DEL INMUEBLE

CANTIDAD	DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Arriendo del Local	100,00	1200,00
	<b>TOTAL</b>	100,00	1200,00

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## SERVICIOS BÁSICOS

Se han considerado dentro de este rubro el servicio telefónico, agua potable, energía eléctrica e Internet, los mismos que son necesarios para el adecuado funcionamiento de nuestra empresa

**CUADRO No. 39**

### SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT.	VMENSUAL	V. ANUAL
Luz Eléctrica	KW/H	120	0,12	14,40	172,80
Agua	m <sup>3</sup>	40	0,15	6,00	72,00
Servicio de Internet	Mb	82	0,22	18,04	216,48
Servicio Telefónico	Minutos	85	0,10	8,50	102,00
<b>TOTAL</b>					<b>563,28</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## ÚTILES DE ASEO

Los elementos necesarios para realizar el aseo de las instalaciones de la nueva empresa

**CUADRO No.40**  
**UTILES DE ASEO**

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. MENSUAL</b>
1	Escoba, trapeador, recogedor.(lote)	6,50	6,50
2	Galones de desinfectante	8,00	16,00
2	Pacas de papel higiénico	7,00	14,00
2	Franelas para limpiar	1,50	3,00
2	Cepillos para limpiar	2,00	4,00
2	Toallas de manos para baños	2,50	5,00
2	Funda de detergente (1 Kg.)	2,70	5,40
2	Recipientes de basura	3,50	7,00
1	Paquete de fundas de basura	1,50	1,50
1	Jabón líquido	5,50	5,50
2	Paquetes de guantes	1,50	3,00
<b>TOTAL</b>			<b>70,90</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## **PUBLICIDAD**

Es una técnica de comunicación masiva destinada a difundir o informar al público sobre la comercialización de pizza a través de los medios de comunicación con el objeto de motivar al público hacia una acción de consumo, en este caso se realizará la publicidad a través de la radio.

**CUADRO No. 41**  
**PUBLICIDAD**

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. MENSUAL</b>	<b>V ANUAL</b>
30	Cuñas Radiales	2,50	75,00	900,00
<b>TOTAL</b>				<b>900,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES

A continuación se presenta el total de activos circulantes, necesario para la creación y puesta en funcionamiento de la empresa de producción y comercialización de pizzas en la ciudad de Amaluza

### CUADRO No. 42

#### RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL PRIMER MES

<b>VALOR DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES</b>		
<b>ESPECIFICACION</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>V. MENSUAL</b>
<b>Materia prima directa</b>	1411,20	117,60
<b>Mano de Obra Directa</b>	17494,20	1457,85
<b>Depreciaciones</b>	<b>561,61</b>	46,80
<b>Gastos de Administración</b>	14219,85	1184,99
<b>Gastos de Ventas</b>	945,00	78,75
<b>Imprevistos (5%)</b>	1731,59	144,30
<b>TOTAL</b>	<b>36363,45</b>	<b>3030,29</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

A continuación se presenta al cuadro que contiene el total de activos y el dinero en efectivo para la realización y puesta en marcha de la propuesta presentada.

**CUADRO No. 43**  
**INVERSIONES TOTALES**

ARTICULO	PARCIAL	TOTAL	PORCENTAJE
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
Muebles de Oficina	1.100,00		
Adecuaciones	2.000,00		
Maquinaria y Equipo	1.895,00		
Herramientas	288,00		
Equipos de Oficina	883,00		
Equipos de Computación	840,00		
<b>Subtotal de Activos Fijos</b>		7.006,00	
5% Imprevistos	350,3		
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		7.356,30	57,46%
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Estudios Preliminares	660,00		
Constitución legal	750		
Permisos de funcionamiento	139		
<b>Subtotal de Activos Diferidos</b>		1.549,00	
5% de imprevistos	77,45		
<b>Total Activos Diferidos</b>		1.626,45	12,70%
<b>ACTIVOS CIRCULANTES</b>			
Materia Prima Directa	117,60		
Mano de Obra Directa	1457,85		
Servicios Básicos	563,28		
Arriendo	100		
Sueldos Personal Administrativo	993,63		
Suministros de Oficina	259,8		
Suministros de Aseo y Limpieza	70,9		
Publicidad	75		
<b>Subtotal de Activos Circulantes</b>		3.638,06	
5% de imprevistos	181,903		
<b>Total de Activos Circulantes</b>		3.819,96	29,84%
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>		<b>12.802,71</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autora

## FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

El proyecto hará uso de fuentes de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

### a. FUENTES INTERNAS

El 45,32% del total de la inversión y que corresponde a \$ 5802,77 dólares será financiado con aportaciones de los socios

### b. FUENTES EXTERNAS

El 54,68% de la inversión será financiada mediante crédito al Cooperativa de Ahorro y crédito Padre Julián Lorente, la misma que ofrece créditos a corto y largo plazo como son 3 años para la ejecución del proyecto a un interés del 15,49% anual, dinero que servirá para financiar la adquisición de: maquinaria.

**CUADRO No. 44**  
**FINANCIAMIENTO**

<b>FUENTE</b>	<b>%</b>	<b>MONTO</b>
<b>Capital Propio</b>	<b>45,32</b>	<b>5802,77</b>
<b>Crédito</b>	<b>54,68</b>	<b>7000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>12789,94</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora



**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

Para poder cancelar el crédito mensualmente es necesario determinar

**CUADRO NO. 45****TABLA DE AMORTIZACION**

**Monto:** \$ 7000,00      **Plazo:** 36 meses      **Interés:** 15,49%

**Entidad Financiera:** Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente

<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES 15,49%</b>	<b>DIVIDENDO MENSUAL</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>
<b>0</b>				\$ 7000,00
<b>1</b>	\$ 166,27	\$ 61,25	\$ 227,52	\$ 6.833,73
<b>2</b>	\$ 167,72	\$ 59,80	\$ 227,52	\$ 6.666,01
<b>3</b>	\$ 169,19	\$ 58,33	\$ 227,52	\$ 6.496,82
<b>4</b>	\$ 170,67	\$ 56,85	\$ 227,52	\$ 6.326,15
<b>5</b>	\$ 172,16	\$ 55,35	\$ 227,52	\$ 6.153,99
<b>6</b>	\$ 173,67	\$ 53,85	\$ 227,52	\$ 5.980,32
<b>7</b>	\$ 175,19	\$ 52,33	\$ 227,52	\$ 5.805,13
<b>8</b>	\$ 176,72	\$ 50,79	\$ 227,52	\$ 5.628,41
<b>9</b>	\$ 178,27	\$ 49,25	\$ 227,52	\$ 5.450,14
<b>10</b>	\$ 179,83	\$ 47,69	\$ 227,52	\$ 5.270,31
<b>11</b>	\$ 181,40	\$ 46,12	\$ 227,52	\$ 5.088,91
<b>12</b>	\$ 182,99	\$ 44,53	\$ 227,52	\$ 4.905,92
<b>13</b>	\$ 184,59	\$ 42,93	\$ 227,52	\$ 4.721,33
<b>14</b>	\$ 186,21	\$ 41,31	\$ 227,52	\$ 4.535,12

15	\$ 187,83	\$ 39,68	\$ 227,52	\$ 4.347,29
16	\$ 189,48	\$ 38,04	\$ 227,52	\$ 4.157,81
17	\$ 191,14	\$ 36,38	\$ 227,52	\$ 3.966,67
18	\$ 192,81	\$ 34,71	\$ 227,52	\$ 3.773,87
19	\$ 194,50	\$ 33,02	\$ 227,52	\$ 3.579,37
20	\$ 196,20	\$ 31,32	\$ 227,52	\$ 3.383,17
21	\$ 197,91	\$ 29,60	\$ 227,52	\$ 3.185,26
22	\$ 199,65	\$ 27,87	\$ 227,52	\$ 2.985,61
23	\$ 201,39	\$ 26,12	\$ 227,52	\$ 2.784,22
24	\$ 203,16	\$ 24,36	\$ 227,52	\$ 2.581,06
25	\$ 204,93	\$ 22,58	\$ 227,52	\$ 2.376,13
26	\$ 206,73	\$ 20,79	\$ 227,52	\$ 2.169,40
27	\$ 208,53	\$ 18,98	\$ 227,52	\$ 1.960,87
28	\$ 210,36	\$ 17,16	\$ 227,52	\$ 1.750,51
29	\$ 212,20	\$ 15,32	\$ 227,52	\$ 1.538,31
30	\$ 214,06	\$ 13,46	\$ 227,52	\$ 1.324,25
31	\$ 215,93	\$ 11,59	\$ 227,52	\$ 1.108,32
32	\$ 217,82	\$ 9,70	\$ 227,52	\$ 890,50
33	\$ 219,73	\$ 7,79	\$ 227,52	\$ 670,78
34	\$ 221,65	\$ 5,87	\$ 227,52	\$ 449,13
35	\$ 223,59	\$ 3,93	\$ 227,52	\$ 225,54
36	\$ 225,54	\$ 1,97	\$ 227,52	\$ 0,00

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** Autora

## DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

A continuación se presenta las depreciaciones correspondientes a estos activos

**CUADRO NO. 46**  
**DEPRECIACIONES**

DENOMINACION	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	REINVERSION
Inversión en adecuaciones	2000,00	200,00	1800,00	10	180,00	
Maquinaria y equipo	1895,00	189,50	1705,50	10	170,55	
Inversión en equipo de computación	840,00	84,00	756,00	3	252,00	866,22
Equipo de oficina	169,80	16,98	152,82	10	15,28	
Inversión en Muebles y Enseres	1845,00	184,50	1660,50	10	166,05	
Herramientas	288,00	28,80	259,20	10	25,92	

**Fuente:** Cuadro No. ,24, 25, 26, 27 y 28

**Elaboración:** Autora

**DEPRECIACION DE REINVERSION DE ACTIVOS FIJOS.-** A continuación se presenta las depreciaciones correspondientes a los activos fijos que a lo largo del tiempo sufren depreciación cumplen su vida útil y se necesita la adquisición de nuevos equipos. Al ser nuestro estudio para una vida útil de 10 años se hizo necesario realizar una reinversión para el cuarto, séptimo y décimo año en el caso de los equipos de computación

**CUADRO NO. 47**  
**DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO 4**

DENOMINACION	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	REINVERSION
Inversión en equipo de computación	866,22	86,62	779,60	3	259,86	897,40

FUENTE: Cuadro No 46. Tasa de inflación acumulada para 3 años, REF AÑO 2016 (1,12%)

ELABORACION: Autora

Para el séptimo año

**CUADRO NO. 48**  
**DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO 7**

DENOMINACION	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	REINVERSION
Inversión en equipo de computación	897,40	89,74	807,66	3	269,22	927,55

FUENTE: Cuadro No. 47 Tasa de inflación acumulada para 3 años, REF AÑO 2016 (1,12%)

ELABORACION: Autora

Para el décimo año

**CUADRO NO. 49**  
**DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO 10**

DENOMINACION	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACION ANUAL
Equipo de computación	927,55	92,75	834,80	3	278,25

**FUENTE:** Cuadro No. 48 Tasa de inflación acumulada para 3 años, REF AÑO 2016 (1,12%)

**ELABORACION:** Autora

**VALOR RESIDUAL**

Es el valor contable que queda al final de que se ha depreciado el bien.

**AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

**CUADRO NO. 50**  
**AMORTIZACIONES**

DENOMINACION	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACION	VALOR DE AMORTIZACION ANUAL
Activos Diferidos	1626,45	10	162,65

**FUENTE:** Cuadro No. 32

**ELABORACION:** Autora

**PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS**

**PRESUPUESTO DE COSTOS**

El proceso de producción o prestación de servicios conlleva una serie de gastos, los cuales están sujetos a las variaciones de los precios en el mercado como consecuencia

de la inflación, por tal motivo es necesario realizar el escalamiento de los precios para proyectar los costos durante la vida útil estimada del proyecto.

**CUADRO NO. 51  
PRESUPUESTO DE COSTOS**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>20847,75</b>	<b>22376,44</b>	<b>23375,92</b>	<b>24428,26</b>	<b>25522,43</b>	<b>26667,29</b>	<b>27871,96</b>	<b>29125,31</b>	<b>30436,72</b>	<b>31763,89</b>
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>18905,40</b>	<b>20384,93</b>	<b>21333,19</b>	<b>22325,60</b>	<b>23364,22</b>	<b>24451,20</b>	<b>25588,79</b>	<b>26779,35</b>	<b>28025,35</b>	<b>29277,37</b>
Materia prima directa	1411,20	1469,91	1531,05	1594,75	1661,09	1730,19	1802,16	1877,13	1955,22	1984,55
Mano de obra directa	17494,20	18915,02	19802,13	20730,85	21703,13	22721,01	23786,62	24902,22	26070,13	27292,82
<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Materia prima indirecta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>CARGA FABRIL</b>	<b>1942,35</b>	<b>1991,52</b>	<b>2042,73</b>	<b>2102,65</b>	<b>2158,22</b>	<b>2216,09</b>	<b>2283,17</b>	<b>2345,96</b>	<b>2411,36</b>	<b>2486,52</b>
Depreciaciones	561,61	561,61	561,61	567,88	567,88	567,88	574,36	574,36	574,36	581,06
Amortización Activo Diferido	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65
Servicios Básicos	274,80	286,23	298,14	310,54	323,46	336,92	350,93	365,53	380,74	396,58
Suministros de limpieza	850,80	886,19	923,06	961,46	1001,45	1043,12	1086,51	1131,71	1178,79	1227,82
Imprevistos (5%)	92,49	94,83	97,27	100,13	102,77	105,53	108,72	111,71	114,83	118,41
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>15800,97</b>	<b>15442,98</b>	<b>15877,43</b>	<b>16450,74</b>	<b>17206,43</b>	<b>17996,91</b>	<b>18823,78</b>	<b>19688,71</b>	<b>20593,47</b>	<b>31010,14</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>14219,85</b>	<b>14053,32</b>	<b>14703,03</b>	<b>15382,83</b>	<b>16094,10</b>	<b>16838,31</b>	<b>17616,98</b>	<b>18431,71</b>	<b>19284,17</b>	<b>29700,84</b>
Sueldos y Salarios	11923,58	11697,62	12246,24	12820,58	13421,87	14051,35	14710,36	15400,28	16122,55	16878,70
Suministros de Oficina	259,80	270,61	281,86	293,59	305,80	318,53	331,78	345,58	359,95	374,93
Teléfono	216,48	225,49	234,87	244,64	254,81	265,41	276,45	287,95	299,93	312,41
Arriendos	1200,00	1249,92	1301,92	1356,08	1412,49	1471,25	1532,45	1596,20	1662,60	11256,50
Imprevistos (5%)	619,99	609,69	638,15	667,94	699,12	731,76	765,93	801,69	839,12	878,30
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>945,00</b>	<b>984,31</b>	<b>1025,26</b>	<b>1067,91</b>	<b>1112,34</b>	<b>1158,61</b>	<b>1206,81</b>	<b>1257,01</b>	<b>1309,30</b>	<b>1309,30</b>
Publicidad	900,00	937,44	976,44	1017,06	1059,37	1103,44	1149,34	1197,15	1246,95	1246,95
Imprevistos (5%)	45,00	46,87	48,82	50,85	52,97	55,17	57,47	59,86	62,35	62,35
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>636,12</b>	<b>405,35</b>	<b>149,14</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Interés sobre crédito	636,12	405,35	149,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>36648,72</b>	<b>37819,42</b>	<b>39253,35</b>	<b>40878,99</b>	<b>42728,87</b>	<b>44664,20</b>	<b>46695,75</b>	<b>48814,03</b>	<b>51030,18</b>	<b>62774,03</b>

FUENTE: Cuadro No. 33, 34, 43, 44, 45

ELABORACION: Autora

## **CLASIFICACION DE LOS COSTOS**

En todo el proceso de la instalación de una nueva unidad productiva los costos se clasifican en fijos y variables.

**COSTOS FIJOS.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el período completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producto o servicios que ofrecen

**COSTOS VARIABLES.-** Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción, en el caso de la empresa será en función del número de unidades producidas.

La clasificación se muestra en el siguiente cuadro



## CUADRO No. 52

## CLASIFICACION DE LOS GASTOS EN FIJOS Y VARIABLES

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C.F	C. V	C.F	C. V	C.F	C. V
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1970,43</b>	<b>18905,40</b>	<b>2186,61</b>	<b>23364,22</b>	<b>2515,57</b>	<b>29277,37</b>
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>0,00</b>	<b>18905,40</b>	<b>0,00</b>	<b>23364,22</b>	<b>0,00</b>	<b>29277,37</b>
Materia prima directa		1411,20		1661,09		1984,55
Mano de obra directa		17494,20		21703,13		27292,82
<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	
<b>CARGA FABRIL</b>	<b>1970,43</b>	<b>0,00</b>	<b>2186,61</b>	<b>0,00</b>	<b>2515,57</b>	<b>0,00</b>
Deprec. Maquinaria	170,55		170,55		170,55	
Deprec. Herramientas	25,92		25,92		25,92	
Deprec. Muebles de oficina	99,00		99,00		99,00	
Deprec. Equipos de oficina	79,47		79,47		79,47	
Deprec. Equipos de computación	186,67		192,94		206,12	
Amortización Activo Diferido	162,65		162,65		162,65	
Servicios Básicos	274,80		323,46		396,58	
Suministros de limpieza	850,80		1001,45		1227,82	
Imprevistos (5%)	120,57		131,17		147,46	
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>15800,97</b>	<b>0,00</b>	<b>17206,43</b>	<b>0,00</b>	<b>31010,14</b>	<b>0,00</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>14219,85</b>	<b>0,00</b>	<b>16094,10</b>	<b>0,00</b>	<b>29700,84</b>	<b>0,00</b>
Sueldos y Salarios	11923,58		13421,87		16878,70	
Suministros de Oficina	259,80		305,80		374,93	
Teléfono	216,48		254,81		312,41	
Arriendos	1200,00		1412,49		11256,50	
Imprevistos (5%)	619,99		699,12		878,30	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>945,00</b>		<b>1112,34</b>		<b>1309,30</b>	
Publicidad	900,00		1059,37		1246,95	
Imprevistos (5%)	45,00		52,97		62,35	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>636,12</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Interés sobre crédito	636,12		0,00		0,00	
<b>TOTAL</b>	<b>17771,40</b>	<b>18905,40</b>	<b>19393,04</b>	<b>23364,22</b>	<b>33525,71</b>	<b>29277,37</b>

FUENTE: Cuadro No. 32, 35, 43 y 46

ELABORACION: Autora

## DETERMINACION DE LOS COSTOS UNITARIOS

**Costo Unitario.**- Se calcula sumando los diversos costos del servicio y esta suma se divide para la cantidad de producción.

Se presenta los costos promedios de los años de vida útil del proyecto, como se detalla a continuación

### PRIMER AÑO

CU = Costos Totales/Número de unidades producidas

CU = 37238,40/9360

CU = 3,98

### QUINTO AÑO

CU = Costos Totales/Número de unidades producidas

CU = 43325,14/22464

CU = 1,93

### DECIMO AÑO

CU = Costos Totales/Número de unidades producidas

CU = 63384,15/35568

CU = 1,78

## ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Una vez que se ha obtenido los costos unitarios de producción, se procede a determinar el precio de cada unidad producida, para lo que se considera el costo de

producción aumentándole el margen de utilidad. Para el presente proyecto se ha considerado un margen de utilidad del 30%.

### **Formula**

$$\textit{Precio de venta} = \textit{Costo Unitario} + \textit{Margen de Utilidad}$$

### **PRIMER AÑO**

$$CU = 3,98 + 30\%$$

$$PVP = \$ 5,17$$

### **QUINTO AÑO**

$$CU = 1,93 + 30\%$$

$$PVP = \$ 2,51$$

### **DECIMO AÑO**

$$CU = 1,78 + 30\%$$

$$PVP = \$ 2,32$$

### **PRESUPUESTOS DE INGRESOS**

Todo presupuesto se genera en base a un objetivo de ventas. Al realizar la investigación de mercados permitió analizar los hábitos de compra de los posibles consumidores, tomando en cuenta la tendencia se proyectó para 10 años de vida útil del proyecto. El porcentaje de ganancia, se lo realiza sobre la base de los precios de la competencia teniendo como referencia el precio que se cobra por este servicio en otras ciudades del país. Para elaborar este presupuesto se tomó en cuenta el costo unitario, el precio de venta y el margen de utilidad del 30%

**CUADRO No. 53**  
**PRESUPUESTO DE INGRESOS TOTALES**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Nº UNID</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD (30%)</b>	<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>	<b>TOTAL DE VENTAS ANUALES</b>
<b>1</b>	<b>37238,40</b>	9360	3,98	1,19	5,17	48.409,92
<b>2</b>	<b>38409,11</b>	11232	3,42	1,03	4,45	49.931,84
<b>3</b>	<b>39843,03</b>	14976	2,66	0,80	3,46	51.795,94
<b>4</b>	<b>41475,27</b>	18720	2,22	0,66	2,88	53.917,84
<b>5</b>	<b>43325,14</b>	22464	1,93	0,58	2,51	56.322,68
<b>6</b>	<b>45260,47</b>	26208	1,73	0,52	2,25	58.838,61
<b>7</b>	<b>47298,82</b>	29952	1,58	0,47	2,05	61.488,47
<b>8</b>	<b>49417,11</b>	31824	1,55	0,47	2,02	64.242,24
<b>9</b>	<b>51633,26</b>	33696	1,53	0,46	1,99	67.123,24
<b>10</b>	<b>63384,15</b>	35568	1,78	0,53	2,32	82.399,39

**FUENTE:** Cuadro No. 19 y 52

**ELABORACION:** Autora

### **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Una vez establecidos los ingresos y egresos generados dentro del proyecto en un período de diez años, en el cual observamos las utilidades del proyecto

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

**CUADRO NO. 54**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>										
Ventas	48.409,92	49.931,84	51.795,94	53.917,84	56.322,68	58.838,61	61.488,47	64.242,24	67.123,24	82.399,39
(-) Costo Total	37.238,40	38.409,11	39.843,03	41.475,27	43.325,14	45.260,47	47.298,82	49.417,11	51.633,26	63.384,15
<b>(=) Utilidad Bruta Ventas</b>	<b>11.171,52</b>	<b>11.522,73</b>	<b>11.952,91</b>	<b>12.442,58</b>	<b>12.997,54</b>	<b>13.578,14</b>	<b>14.189,65</b>	<b>14.825,13</b>	<b>15.489,98</b>	<b>19.015,24</b>
(-) 15% Trabajadores	1.675,73	1.728,41	1.792,94	1.866,39	1.949,63	2.036,72	2.128,45	2.223,77	2.323,50	2.852,29
<b>(=) Utilidad-antes- Imp.</b>	<b>9.495,79</b>	<b>9.794,32</b>	<b>10.159,97</b>	<b>10.576,19</b>	<b>11.047,91</b>	<b>11.541,42</b>	<b>12.061,20</b>	<b>12.601,36</b>	<b>13.166,48</b>	<b>16.162,96</b>
(-)25% Impuesto a la renta	2.373,95	2.448,58	2.539,99	2.644,05	2.761,98	2.885,36	3.015,30	3.150,34	3.291,62	4.040,74
<b>(=)Utilidad-antes-Reserva</b>	<b>7.121,84</b>	<b>7.345,74</b>	<b>7.619,98</b>	<b>7.932,14</b>	<b>8.285,93</b>	<b>8.656,07</b>	<b>9.045,90</b>	<b>9.451,02</b>	<b>9.874,86</b>	<b>12.122,22</b>
(-) 10% Reserva Legal	712,18	734,57	762,00	793,21	828,59	865,61	904,59	945,10	987,49	1.212,22
<b>(=)Utilidad Neta</b>	<b>6.409,66</b>	<b>6.611,17</b>	<b>6.857,98</b>	<b>7.138,93</b>	<b>7.457,34</b>	<b>7.790,46</b>	<b>8.141,31</b>	<b>8.505,92</b>	<b>8.887,38</b>	<b>10.910,00</b>

FUENTE: Cuadro No. 51 y 53

ELABORACION: Autora

## PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite determinar en el presente proyecto el nivel necesario para cubrir los costos totales. Es una herramienta clave para determinar la solvencia de la empresa y su nivel de rentabilidad. Para ello clasificaremos los costos fijos y variables, que se encuentra detallados en el cuadro de estructura de costos.

El punto de equilibrio se ha calculado para el año 1 y 5 y 10 lo obtendremos matemáticamente a través de fórmulas y gráficamente.

### AÑO 1 MATEMATICAMENTE EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{costo variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{17771,40}{48409,92 - 18905,40} \times 100$$

$$PE = \frac{17771,40}{29504,5} \times 100$$

$$PE = 60,23 \%$$

## EN FUNCION DE LAS VENTAS

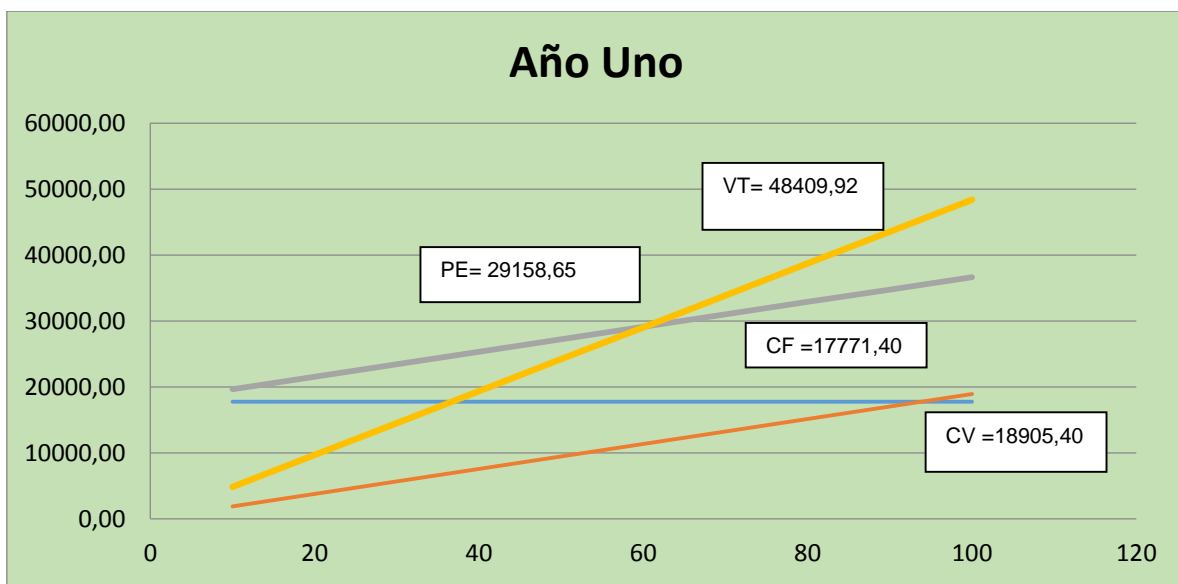
$$P. Equilibrio = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$P. Equilibrio = \frac{17771,40}{1 - \frac{18905,40}{48409,92}}$$

$$P. Equilibrio = \frac{17771,40}{1 - 0,39}$$

$$PE = 29158,65$$

## REPRESENTACION GRÁFICA



## ANALISIS

Se ha determinado que el punto de equilibrio para el primer año en función de los ingresos en 29158,65 dólares y cuando se trabaje con una capacidad instalada de 60,23%

## CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

Una vez determinado el punto de equilibrio para el primer año de vida útil del proyecto será necesario calcular para el año cinco, como se detalla a continuación.

### AÑO 5

#### MATEMATICAMENTE EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{costo variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{19393,04}{56322,68 - 23364,22} \times 100$$

$$PE = \frac{19393,04}{32958,47} \times 100$$

$$PE = 58,84\%$$

#### EN FUNCION DE LAS VENTAS

$$P. Equilibrio = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

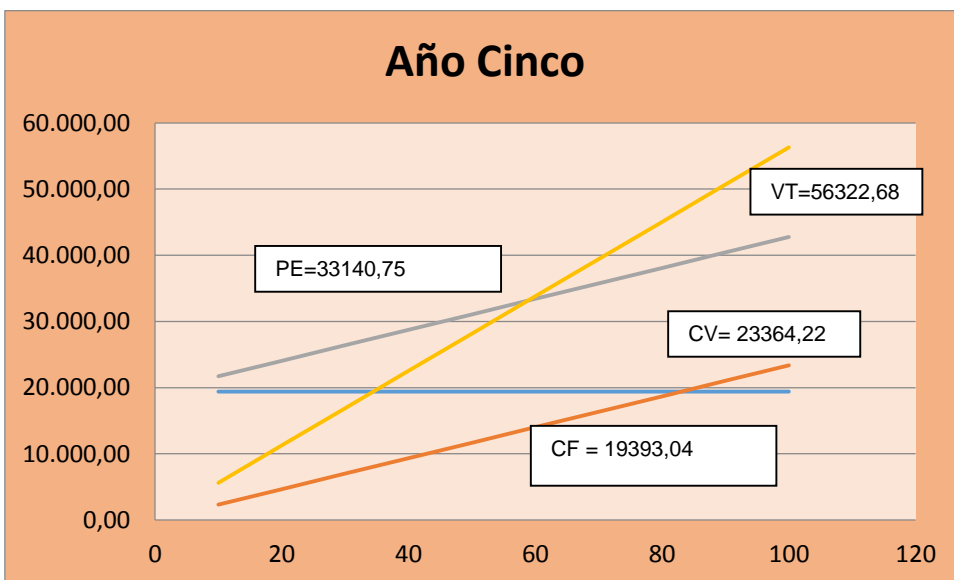
$$P. Equilibrio = \frac{19393,04}{1 - \frac{23364,22}{56322,68}}$$

$$P. Equilibrio = \frac{19393,04}{1 - 0,41}$$

$$PE = 33140,75$$



## REPRESENTACION GRAFICA



### ANALISIS

Se ha determinado que el punto de equilibrio para el primer año en función de los ingresos en 33140,75 dólares y cuando se trabaje con una capacidad instalada de 58,84%

### AÑO 10 MATEMATICAMENTE EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{costo variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{33525,71}{82399,39 - 29277,37} \times 100$$

$$PE = \frac{33525,71}{53122,02} \times 100$$

$$PE = 63,11$$

EN FUNCION DE LAS VENTAS

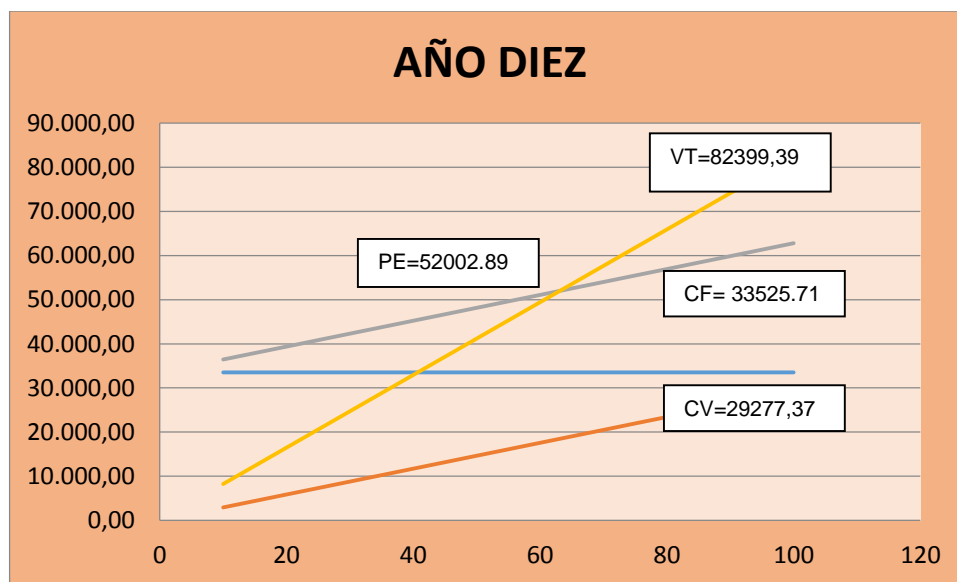
$$P. Equilibrio = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$P. Equilibrio = \frac{33525.71}{1 - \frac{29277,37}{82399,39}}$$

$$P. Equilibrio = \frac{33525.01}{1 - 0,36}$$

$$PE = 52002,89$$

REPRESENTACION GRAFICA



### ANALISIS

Se ha determinado que el punto de equilibrio para el décimo año en función de los ingresos en 52002.89 dólares y cuando se trabaje con una capacidad instalada de 63,11%

## **EVALUACION FINANCIERA**

El objetivo fundamental de la evaluación financiera es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, en el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión.

### **Flujo de caja**

Es el movimiento de Ingresos y Egresos en efectivo durante la vida útil del proyecto, mediante esta relación se conoce el flujo neto del efectivo con el que la empresa contara durante el proceso productivo. Determina los saldos de caja que resultan de la diferencia entre las fuentes de ingresos y el uso de los mismos.

## CUADRO NO. 55

## FLUJO DE CAJA

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Capital Propio</b>	<b>5.802,71</b>										
<b>Préstamo</b>	<b>7.000,00</b>										
Ventas		48.409,92	49.931,84	51.795,94	53.917,84	56.322,68	58.838,61	61.488,47	64.242,24	67.123,24	82.399,39
Valor Residual		0,00	0,00	280,00	0,00	0,00	289,41	0,00	0,00	299,13	416,60
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>12.802,71</b>	<b>48.409,92</b>	<b>49.931,84</b>	<b>52.075,94</b>	<b>53.917,84</b>	<b>56.322,68</b>	<b>59.128,02</b>	<b>61.488,47</b>	<b>64.242,24</b>	<b>67.422,37</b>	<b>82.815,99</b>
Costos de Producción		21.437,43	22.966,13	23.965,60	25.024,53	26.118,71	27.263,56	28.475,04	29.728,39	31.039,79	32.374,00
Costos Administrativos		14.219,85	14.053,32	14.703,03	15.382,83	16.094,10	16.838,31	17.616,98	18.431,71	19.284,17	29.700,84
Gastos de Ventas		945,00	984,31	1.025,26	1.067,91	1.112,34	1.158,61	1.206,81	1.257,01	1.309,30	1.309,30
<b>Gastos Financieros</b>		636,12	405,35	149,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15% Utilidad a Trabajadores		1.675,73	1.728,41	1.792,94	1.866,39	1.949,63	2.036,72	2.128,45	2.223,77	2.323,50	2.852,29
22% Impuestos a la Renta		2.373,95	2.448,58	2.539,99	2.644,05	2.761,98	2.885,36	3.015,30	3.150,34	3.291,62	4.040,74
Reinversión en computadoras		0,00	0,00	0,00	868,22	0,00	0,00	897,40	0,00	0,00	927,55
Amortización Capital		2.094,08	2.324,87	2.581,07							
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		<b>43.382,16</b>	<b>44.910,97</b>	<b>46.757,03</b>	<b>46.853,92</b>	<b>48.036,75</b>	<b>50.182,55</b>	<b>53.339,97</b>	<b>54.791,22</b>	<b>57.248,38</b>	<b>71.204,72</b>
Flujo de Ingresos		5.027,76	5.020,87	5.318,91	7.063,92	8.285,93	8.945,47	8.148,50	9.451,02	10.173,99	11.611,27
Deprec Act Fijo		561,61	561,61	561,61	567,88	567,88	567,88	574,36	574,36	574,36	581,06
Amortización Act diferido		162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65	162,65
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>5.752,02</b>	<b>5.745,13</b>	<b>6.043,17</b>	<b>7.794,45</b>	<b>9.016,46</b>	<b>9.676,00</b>	<b>8.885,52</b>	<b>10.188,03</b>	<b>10.911,01</b>	<b>12.354,98</b>

Fuente: Cuadro No. 46, 51 y 53

Elaboración: La Autora

### VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

#### CUADRO NO. 56

#### VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA 15,49%	VALOR ACTUALIZADO
1	5752,02	0,8658758334	4980,54
2	5745,13	0,7497409589	4307,36
3	6043,17	0,6491825776	3923,12
4	7794,45	0,5621115054	4381,35
5	9016,46	0,4867187682	4388,48
6	9676,00	0,4214380191	4077,84
7	8885,52	0,3649129960	3242,44
8	10188,03	0,3159693445	3219,11
9	10911,01	0,2735902195	2985,14
10	12354,98	0,2368951593	2926,84
<b>SUMATORIA VALOR ACTUALIZADO</b>			<b>38432,20</b>
<b>INVERSION</b>			<b>-12802,71</b>
<b>RE INVERSION PROYECTO</b>			<b>-2693,17</b>
<b>VAN AL 15,49</b>			<b>22936,32</b>

Fuente: Cuadro No. 43 y 55

Elaboración: La Autora

## TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico

### CUADRO NO. 57

#### TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 42,50%	VAN MENOR	FACTOR 43,50%	VAN MAYOR
1	5.752,02	0,701754	4.036,51	0,696864	4.008,38
2	5.745,13	0,492459	2.829,24	0,485620	2.789,95
3	6.043,17	0,345585	2.088,43	0,338411	2.045,07
4	7.794,45	0,242516	1.890,28	0,235826	1.838,14
5	9.016,46	0,170187	1.534,48	0,164339	1.481,76
6	9.676,00	0,119429	1.155,60	0,114522	1.108,11
7	8.885,52	0,083810	744,70	0,079806	709,12
8	10.188,03	0,058814	599,20	0,055614	566,60
9	10.911,01	0,041273	450,33	0,038755	422,86
10	12.354,98	0,028964	357,84	0,027007	333,67
<b>SUMAN</b>	<b>34.351,23</b>	<b>V. ACTUALIZADO</b>	<b>15.686,61</b>	<b>V. ACTUALIZADO</b>	<b>15.303,66</b>
		<b>INVERSION</b>	<b>12.802,71</b>	<b>INVERSION</b>	<b>12.802,71</b>
		<b>REINVERSION</b>	<b>2.693,17</b>	<b>REINVERSION</b>	<b>2.693,17</b>
		<b>VAN MENOR</b>	<b>190,72</b>	<b>VAN MAYOR</b>	<b>-192,23</b>

**Fuente:** Cuadro No. 43 y 56

**Elaboración:** La Autora

INVERSION	12802,71
TIR	43,00%
DIF	1,00%

## RELACION BENEFICIO/COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

**CUADRO NO. 58**  
**RELACION BENEFICIO – COSTO**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO</b>	<b>Factor 15%</b>	<b>Costo</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>Factor15%</b>	<b>Ingreso</b>
	<b>Original</b>		<b>Actualizado</b>	<b>Original</b>		<b>Actualizado</b>
1	37.238,40	0,869565	32.381,22	48.409,92	0,869565	42.095,59
2	38.409,11	0,756144	29.042,80	49.931,84	0,756144	37.755,64
3	39.843,03	0,657516	26.197,44	51.795,94	0,657516	34.056,67
4	41.475,27	0,571753	23.713,62	53.917,84	0,571753	30.827,70
5	43.325,14	0,497177	21.540,25	56.322,68	0,497177	28.002,33
6	45.260,47	0,432328	19.567,35	58.838,61	0,432328	25.437,56
7	47.298,82	0,375937	17.781,38	61.488,47	0,375937	23.115,79
8	49.417,11	0,326902	16.154,54	64.242,24	0,326902	21.000,90
9	51.633,26	0,284262	14.677,40	67.123,24	0,284262	19.080,61
10	63.384,15	0,247185	15.667,59	82.399,39	0,247185	20.367,87
<b>TOTAL</b>	<b>457.284,76</b>		<b>216.723,59</b>	<b>594.470,19</b>		<b>281.740,67</b>

$$RBC = \frac{281.740,67}{216.723,59}$$

$$RBC = 1,30$$

**ANÁLISIS:** En el presente proyecto, la relación beneficio-costos es mayor que uno (1.30) esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.30 centavos de utilidad, indicador que apoya la realización del proyecto.

### PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

Consiste en el tiempo de recuperación de capital. Usualmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de capital.

#### CUADRO NO.59

#### PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

AÑOS	INVERSION INICIAL	FLUJO NETO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
0	12.802,71		
1		5.752,02	5.752,02
2		5.745,13	11.497,15
3		6.043,17	17.540,32
4		7.794,45	25.334,77
5		9.016,46	34.351,23
6		9.676,00	44.027,23
7		8.885,52	52.912,74
8		10.188,03	63.100,78
9		10.911,01	74.011,78
10		12.354,98	86.366,76
<b>TOTAL</b>	12.802,71	86.366,76	

**Fuente:** Cuadro No. 43 y 55

**Elaboración:** Autora



$$\text{PRC} = 2 + \frac{12.802,71 - 5.752,02}{11.497,15}$$

$$\text{PRC} = 2 + 1,61$$

$$\text{PRC} = 3,61$$

<b>AÑOS</b>	3,45
<b>MESES</b>	9,36
<b>DIAS</b>	10,80

**Análisis:** La recuperación de la inversión será en 3 años 9 meses y 10 días según los cálculos.

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos. Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 19,95% en los costos y una disminución del 4,20% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos incrementados y los ingresos disminuidos en un 19,95% y en un 4,20%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices, por lo que el proyecto es conveniente.

**CUADRO Nº 60**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL 19,95% DE INCREMENTO DE LOS COSTOS**

AÑOS	COSTOS TOTAL ORIGINAL	INGRESOS TOTALES ORIGINAL	COSTO ORIGINAL 19,95%	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 30,00%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 30,90%	VALOR ACTUAL
0								
1	37238,40	48409,92	44667,46	3742,46	0,7692307692	2878,82	0,7639419404	2859,02
2	38409,11	49931,84	46071,72	3860,12	0,5917159763	2284,09	0,5836072883	2252,79
3	39843,03	51795,94	47791,72	4004,22	0,4551661356	1822,59	0,4458420843	1785,25
4	41475,27	53917,84	49749,58	4168,26	0,3501277966	1459,43	0,3405974670	1419,70
5	43325,14	56322,68	51968,51	4354,18	0,2693290743	1172,71	0,2601966898	1132,94
6	45260,47	58838,61	54289,94	4548,68	0,2071762110	942,38	0,1987751641	904,16
7	47298,82	61488,47	56734,94	4753,53	0,1593663162	757,55	0,1518526846	721,84
8	49417,11	64242,24	59275,82	4966,42	0,1225894740	608,83	0,1160066345	576,14
9	51633,26	67123,24	61934,10	5189,14	0,0942995954	489,33	0,0886223335	459,87
10	63384,15	82399,39	76029,28	6370,11	0,0725381503	462,08	0,0677023174	431,27
<b>TOTAL</b>						12877,80		12542,99
						12802,71		12802,71

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro No. 49 y 51

**75,08**

**-259,72**

**NUEVA TIR** 30,20%

**TIR DEL PROYECTO** 43,00%

1- DIFERENCIA EN TIR 12,7909%

2.- PORCENTAJE DE VARIACION 29,75%

3.- SENSIBILIDAD 0,99

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 25,00 + 1,00 \left( \frac{75,08}{334,81} \right) = 30,20$$

Diferencias TIR = TIR Proyecto - Nueva TIR = 43,00% - 30,20% = 12,79%

Porcentaje de variación = Diferencia TIR / TIR proyecto = 12,79%/43,00 = 29,75%

Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva TIR = 29,75% / 30,20% = 0,99

**Análisis.-** Los resultados indican que el proyecto soporta un incremento en los costos como consecuencia de la inestabilidad económica del 19,95%

**CUADRO N° 61**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL 4,20% DE DISMINUCION EN LOS INGRESOS**

AÑOS	COSTOS TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 4,20%	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 73,90%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 74,90%	VALOR ACTUAL
0								
1	37238,40	48409,92	46376,71	9138,30	0,5750431282	5254,92	0,5717552887	5224,87
2	38409,11	49931,84	47834,70	9425,59	0,3306745993	3116,80	0,3269041102	3081,27
3	39843,03	51795,94	49620,51	9777,48	0,1901521560	1859,21	0,1869091539	1827,50
4	41475,27	53917,84	51653,30	10178,03	0,1093456906	1112,92	0,1068662973	1087,69
5	43325,14	56322,68	53957,13	10631,99	0,0628784880	668,52	0,0611013706	649,63
6	45260,47	58838,61	56367,39	11106,92	0,0361578424	401,60	0,0349350318	388,02
7	47298,82	61488,47	58905,96	11607,13	0,0207923188	241,34	0,0199742892	231,84
8	49417,11	64242,24	61544,07	12126,96	0,0119564801	145,00	0,0114204055	138,49
9	51633,26	67123,24	64304,07	12670,80	0,0068754917	87,12	0,0065296772	82,74
10	63384,15	82399,39	78938,62	15554,47	0,0039537043	61,50	0,0037333775	58,07
<b>TOTAL</b>						12948,93		12770,12
						12802,71		12802,71

Elaborado: La Autora

Fuente: Cuadro No. 49 y 51

146,22

-32,59

NUEVA TIR            74,72%

TIR DEL PROYECTO    43,00%

1- DIFERENCIA EN TIR            -31,7250%

2.- PORCENTAJE DE VARIACION            -73,79%

3.- SENSIBILIDAD            -0,99

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 25,00 + 1,00 \left( \frac{146,22}{178,81} \right) = \mathbf{74,72}$$

Diferencias TIR = TIR Proyecto - Nueva TIR = 43,00% - 74,72% = -31,72%

Porcentaje de variación = Diferencia TIR / TIR proyecto = -31,725%/43,00% = -73,79%

Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva TIR = -73,77% / 74,72% = -0,99

**ANALISIS:-** Se ha determinado que puede soportar hasta un 4,20% de disminución de los ingresos originales

## **h) CONCLUSIONES**

Al culminar con el presente estudio, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El proyecto propuesto que se basa en un pizzería tradicional, ofreciendo un producto de calidad y sabroso a los clientes me ha brindado grandes satisfacciones en el desarrollo de la investigación debido que se han revelado excelentes informaciones que han hecho viable esta propuesta.
- El estudio de mercado fue realizado con las mejores técnicas de investigación para llegar a la información necesaria que nos brinde estadísticas de nivel socioeconómico, los gustos y preferencias de los consumidores de alimentos en pizzerías, índices poblacionales sectorizados, así como también las diferentes características que engloba nuestra competencia, por lo que se pudo determinar una gran oportunidad de mercado para mi negocio.
- El estudio técnico nos permitió conocer la capacidad con la que cuenta la empresa para empezar a desarrollar las actividades y cuáles son los costos y gastos que realizara la empresa en el desarrollo del proyecto. Se lo planteo en base a la información recabada en el estudio de mercado, gracias a este se pudo determinar el tamaño del proyecto, el equipamiento de las áreas, el diseño, el número de plazas, entre otros.
- Se determinó mediante los cálculos Pizzabrosa es una empresa rentable.
- En el estudio financiero, se detalla las inversiones con las que cuenta la empresa para empezar a desarrollar las actividades y cuáles son los costos y gastos que realizara la empresa en el desarrollo del proyecto.
- En el estudio administrativo se determinó tres organigramas que serán

fundamentado en el proceso operativo que tendrá el personal, además se presentó detalladamente cada una de las funciones que tienen que desempeñar los mismos.

➤ Se ha realizado un estudio legal con el objetivo de mantener claras las ideas de constitución de la empresa como también los requerimientos legales para su funcionamiento con el afán de no tener ningún inconveniente al momento de empezar nuestras actividades

**i) RECOMENDACIONES**

- Para lograr el beneficio propuesto en el proyecto, se tiene que establecer parámetros, normas, políticas y lineamientos para poder así mantener la rentabilidad esperada y a la vez estar bien con las entidades reguladoras.
- Brindar un buen servicio al cliente, permitirá cumplir con las expectativas de los consumidores de querer un producto diferenciado.
- Para tener el crecimiento de la utilidad que como ya se observó en el estudio financiero es bueno, se deberá mantener durante la operación de la pizzería un control minucioso de costos ya que este constituye uno de los mayores éxitos en el negocio de comidas.
- Evitar las indecisiones y mantener las normas de higiene dentro del proceso de producción para ofrecer un producto de óptima calidad.
- La aplicación de estrategias ayudara a enfrenar el mercado actual.
- Es conveniente llevar un seguimiento al cumplimiento de cada una de las responsabilidades que cada trabajador posee.

## j) BIBLIOGRAFIA

- Abades, G. (01 de 03 de 2016). *Grupo Abades*. Recuperado el 17 de 06 de 2017, de Grupo Abades: [www.abadestriana.com](http://www.abadestriana.com)
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluacion de proyectos* .
- Bush, R. (2004). *Investigacion de Mercados*. Mexico: McGraw Hill.
- Céspedes, A. (2010). *Principios de mercadeo*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Chain, N. (2005). *Prepracion y Evaluacion de Proyectos*. McGrill.
- Darwing. (12 de 07 de 2009). *Monografias*. Recuperado el 21 de 08 de 2016, de Monografias: [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- EDWARDS, W. (2007). *SCIENCI OF BAKERY PRODUCTS*. ROYAL SOCIETY OF CHEMISTRY PAPERBACKS.
- Enciclopedia Financiera. (2013). [www.encyclopediafinanciera.com](http://www.encyclopediafinanciera.com). Recuperado el 3 de Diciembre de 2015, de <http://enciclopediafinanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- Equipo de Redaccion, Revista educativa MasTiposde.com. (04 de 02 de 2016). *Revista educativa MasTiposde.com*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Revista educativa MasTiposde.com: <http://www.mastiposde.com>
- Graterol, M. L. (22 de 12 de 2004). *Monografias.com*. Recuperado el 20 de 2 de 2017, de Monografias.com: [ww.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml](http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml)
- Harvey Lang, J. P. (2001). *LAROUSSE GASTRONIMIQUE*. CLARKSON POTTER.
- HELSTOSKY, C. (2008). *PIZZA: A GLOBAL HISTORY*. LONDRES: REAKTION BOOKS LTDA.
- Marshall, A. (2009). *Investigacion de Mercados*. España: IED.
- MEZA, J. (2010). *EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTOS*. BOGOTA: LINOTIPIA BOLIVAR S.
- N, G. (3 de Julio de 2015). *Itson.mx*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2015, de [www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio financiero.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio%20financiero.pdf)
- NARESH, M. K. (1997). *INVESTIGACION DE MERCADOS UN ENFOQUE PRACTICO*. PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA .
- Perez, J., & Maria, M. (1 de 1 de 2012). *Definicion.de*. Recuperado el 26 de 2 de 2017, de sitio web de Definicion.de: <http://definicion.de/proyecto/>
- Real Academia Española y Asociacion de Academias de la Lengua Española. (2015). *Diccionario de la Lengua Española* . madrid: Espasa.
- S, C. (s.f.). *FORMULACION Y EVALUACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS*.
- Sanin, H. (1992). *Guia Metodologica para la Formulacion y Evaluacion de Proyectos* . Caracas: Fonvis-Bid-Ilpes.
- SAPAG CHAIN, N. (2011). *PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*. Mc Graw Hill.
- Thompson, I. (1 de abril de 2007). *PromonegocioS.net*. Recuperado el 2 de 02 de 2017, de PromonegocioS.net: <https://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>
- Wikipedia. (22 de 01 de 2017). *Wikipedia*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Wikipedia: [//es.wikipedia.org/wiki/Pizzería](https://es.wikipedia.org/wiki/Pizzería)



Wikipedia, La Enciclopedia libre. (15 de 05 de 2016). *Wikipedia*. Recuperado el 25 de 02 de 2017, de Wikipedia:  
[https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Historia\\_de\\_la\\_pizza&oldid=99145599](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Historia_de_la_pizza&oldid=99145599)

**k) ANEXOS****ANEXO 1. FICHA RESUMEN DE PROYECTO****a) TEMA:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE AMALUZA”

**b) PROBLEMÁTICA**

En la actualidad la tendencia al individualismo es mucho más frecuente, el sistema de globalización económica y financiera, ha inducido grandes efectos sobre el empleo, creando la actual crisis financiera por la que no solamente está atravesando nuestro país sino el mundo entero.

El Ecuador se ve afectado debido a la creciente competencia y capacidad de innovación de las empresas de acuerdo al último Censo Nacional Económico realizado y publicado el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, en el Ecuador existen alrededor de 500 empresas que representan el 53% del Producto Interno Bruto.

La economía regional se agudiza considerando que la migración aumenta cada día más, ya que es considerado un fenómeno económico; buscando mejorar sus condiciones de vida y poder subsistir a la pobreza o falta de fuentes de empleo. En la provincia de Loja el desempleo y subempleo es denominado como un problema social. Siendo Espíndola un cantón fronterizo olvidado por las autoridades de turno el problema del desempleo, pobreza y migración es mucho más evidente; por lo que es necesario generar fuentes de empleo.

El insipiente desarrollo empresarial y productivo nos ha convertido en una sociedad consumista de todo tipo de productos elaborados en otras provincias y luego comercializados en nuestra localidad.

Como estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, siento la obligación de contribuir con el desarrollo empresarial y productivo de nuestra sociedad, he podido evidenciar que el sector económico productivo de esta localidad ofrece muchas oportunidades de emprendimiento en nuevos negocios productivos; lo que me ha hecho considerar atractiva la idea de emprender en un proyecto de inversión para producción de pizzas, ya que en nuestra localidad no existe una empresa que se dedique a esta producción.

En la sociedad actual, reunirse a comer es una actividad social y de esparcimiento para la mayoría de las personas. Pero no siempre se le puede dedicar mucho tiempo a ésta, por ejemplo, en la hora de almuerzo en un día laboral, o cuando se trabaja hasta tarde en la noche o simplemente se estudia solo se dedica el tiempo necesario para comer. Ante tal situación se presenta como una opción de alimentación de buen precio, rápida y de buen sabor para los consumidores la pizza.

El presente proyecto hace referencia a la creación de una microempresa dedicada a producción y comercialización de pizza se presentara las mejores formas y destrezas en la producción, distribución comercialización, además conocer la rentabilidad que dará este proyecto.

Dado lo anteriormente indicado se puede determinar el siguiente problema:

***“La falta de una empresa de pizza en la ciudad de Amaluza, ha demostrado la carencia de ideas innovadoras debido a que solamente existen locales de***

***expendio de la típica comida rápida, lo que ha limitado el crecimiento empresarial, por lo que he creído importante implementar una microempresa dedicada a la producción de pizza”***

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

✚ “Realizar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora de pizza y su comercialización en la ciudad de Amaluza”

### **Objetivo Especifico**

✚ Realizar el Estudio de Mercado a fin de determinar la oferta, demanda, demanda insatisfecha, correspondiente a la producción y comercialización de la pizza.

✚ Realizar el estudio técnico que permita un análisis del proceso de producción, optimizando la utilización de recursos disponibles para la elaboración de pizza en la ciudad de Amaluza.

✚ Elaborar el estudio organizacional administrativo y legal de la microempresa de elaboración y comercialización de pizza en la ciudad de Amaluza

✚ Efectuar el Estudio Económico, que permita determinar la inversión que se necesitará para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de pizza; por medio de balances y presupuestos y permita llevar a cabo este análisis y posibles fuentes de financiamiento.

✚ Evaluar la factibilidad financiera, rentabilidad del proyecto y sensibilidad del proyecto, aplicando los métodos de evaluación actuales; VAN, TIR, Beneficio – Costo para la implantación del proyecto

## **METODOLOGIA**

Los métodos que se utilizarán en el proyecto son:

### **MÉTODOS.**

**Método Científico.-** El **método científico**, se refiere al conjunto de pasos necesarios para obtener **conocimientos válidos** (científicos) mediante **instrumentos confiables**. Este método intenta proteger al investigador de la subjetividad, en la presente se obtendrá los conocimientos necesarios para producir pizzas.

**Método Deductivo.-** Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

En la investigación se investigará primeramente temas generales relacionados con la Elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados particulares de cada caso como del estudio de mercado, del estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc. Para la empresa de producción de pizzas.

**Método Inductivo.-** El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegará a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto.

Método que se utilizará en el estudio organizacional y financiero de la empresa mediante el cual se llegará a obtener conclusiones y recomendaciones en base a la información obtenida

**Método Estadístico.-** El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de los objetivos general y específicos de la investigación.

La utilización de todos estos métodos permitirá llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tendrá que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

**Método Analítico-Sintético.-** Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto. Método que será aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudiará separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unir las y obtener la determinación de la aceptación de la producción y comercialización de un producto en el mercado de la ciudad de Amaluza.

La utilización de todos estos métodos permitirá llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tendrá que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

## **TECNICAS**

Es un conjunto de saberes prácticos o procedimientos para obtener el resultado deseado:

## **OBSERVACION**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del conjunto de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

Consiste en la inspección y estudio por medio de los sentidos, de las características más sobresalientes del fenómeno a investigar. Mediante esta modalidad se logra la captación de la realidad económica y social para realizar la investigación.

Esta técnica se utilizará para determinar la localización de la empresa, el mercado donde se ofrecerá el producto además de todos los factores que afectaran para el desarrollo del mismo.

## **ENTREVISTA**

La Entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto.

La entrevista se la realizará a las personas que conocen del tema objeto de estudio.

## **ENCUESTA**

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleve ningún tipo de identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Esta técnica será utilizada para conocer si el producto ofertado tendrá acogida en el mercado potencial. La encuesta se realizará a familias que habitan en la parroquia Amaluza, del cantón Espíndola.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los consumidores en el mercado local, se utilizará 1423 habitantes según información del año 2010, proyectado para 2015 de 1511 con una tasa de crecimiento del 1,37% se obtiene:

<b>Año</b>	<b>Habitantes</b>
2010	1423
2011	1440
2012	1458
2013	1475
2014	1493
2015	1511

**Formula:**  $D_f = D_b (1 + i)^n$

EN DONDE:  $D_f$  = población futura

$D_b$  = población actual

$i$  = Taza de crecimiento



**Tamaño de la Muestra.-** Para el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n= Muestra

N= Población de estudio

e= margen de error

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{1511}{1 + (0,05)^2 \cdot 1511}$$

n= 1511

4,775

n= 316,24

n= 316 total de encuestas aplicar

**ANEXO 2: MODELO DE ENCUESTA**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CARRERA DE ADMINISTRACION DE  
EMPRESAS

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA DE PIZZA EN LA CIUDAD DE  
AMALUZA

Como alumna egresada de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, acudo a Usted para que me permita realizar las siguientes preguntas, las mismas que están orientadas al desarrollo de la presente tesis y poder determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de pizza y su posterior comercialización en la Ciudad de Amaluza.

1. ¿Ud. consume pizza?

Si .....

No .....

2. ¿Le gustaría que existiera un local para el expendio de pizzas?

Si .....

No .....

3. Ud. ¿consume pizza por su variedad y versatilidad en los ingredientes en el proceso de preparación?

Si .....

No .....

4. ¿Qué tipo de pizza Ud. Consume?

Grande

---

Mediana

---

Pequeña

---

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pizza mediana?

5.00 – 6.00 dólares

---

6.00 – 7.00 dólares

---

7.00 – 8.00 dólares

---

6. En qué presentación prefiere usted la pizza?

REDONDA.....

CUADRADA.....

CONO.....

OTRA FORMA..... cual.....

7. Ud. ¿prefiere la pizza cocida en horno de:

LEÑA

GAS

ELECTRICO

8. ¿Qué especialidad de pizza es la que más compra?

SALAMI.....

JAMON Y

HAWAIANA.....

VEGETARIANA.....

PEPERONI.....

9. ¿En qué horario cree usted que debería ofrecerse este servicio?

12:00 a 23:00.....

15:00 a 23:00.....

18:00 a 23:00.....

10. ¿Con que frecuencia consume pizza?

1 – 2 VECES POR MES.....

3 – 4 VECES POR MES.....

5 – 6 VECES POR MES.....

Gracias por su colaboración

## INDICE

CARATULA.....	i
CERTIFICACION.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. ABSTRACT.....	5
d. INTRODUCCIÓN.....	8
e. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
f. MATERIALES Y MÉTODOS.....	44
g. RESULTADOS.....	49
h. DISCUSIÓN.....	59
i. CONCLUSIONES.....	151
j. RECOMENDACIONES.....	153
k. BIBLIOGRAFÍA.....	154
l. ANEXOS.....	156
INDICE.....	167