



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

*Área Jurídica, Social y Administrativa*

## **CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE PIZZERÍA ROMA EN LOS CANTONES ZAMORA Y YANZATZA CORRESPONDIENTES A LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”.**

*Tesis previa la obtención del Título de Ingenieras Comerciales.*

### **AUTORAS:**

*Fanny Esperanza    Vicente Cañar  
Gloria Irene Ávila Merino*

### **DIRECTOR:**

*Ing. Com. Edwin Hernández*

**Loja – Ecuador  
2011**

# CERTIFICACIÓN

Ing. Com.

Edwin Hernández

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

**CERTIFICA:**

Haber dirigido el presente trabajo de investigación titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE PIZZERIA ROMA EN LOS CANTONES ZAMORA Y YANZATZA CORRESPONDIENTES A LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**, presentado por las aspirantes al Título de Ingenierías Comerciales, autoras: Fanny Esperanza Vicente Cañar y Gloria Irene Ávila Merino, la misma que ha sido elaborada y revisada bajo mi dirección, por lo tanto una vez cumplido con los requisitos de Ley y las Normas Generales para la Graduación en la Universidad Nacional de Loja, autorizo su presentación.

Atentamente,

.....

Ing. Com. Edwin Hernández

**DIRECTOR DE TESIS**

## ***AUTORÍA***

*“La responsabilidad del trabajo realizado y el contenido de la presente Tesis de Grado, corresponden exclusivamente a las autoras; los datos que en ella se consignan son reales y fidedignos; el patrimonio intelectual de la misma pertenece a la Universidad Nacional de Loja”.*

---

*Fanny Esperanza Vicente*

---

*Gloria Irene Ávila*

## **DEDICATORIA**

*Dedico este presente trabajo de investigación a mi querido Dios ya que con su infinito amor me regaló el don de la vida y poder servir a quien lo necesite así mismo a mi querido y adorado hijo, quien ha sido es y será siempre mi fuerza y mi fortaleza para seguir adelante a pesar de las adversidades que se presentan en el camino, también dedico a mis padres quienes me brindaron su apoyo incondicional también a mis hermanos que de una y otra manera me brindaron su apoyo y a todas las personas que hicieron lo posible para que se cumpla mi sueño de ser profesional.*

**Gloria Ávila**

*El presente trabajo va dedicado con mucho amor y cariño a nuestro Padre Celestial, quien siempre me dio fuerza y refugio en cada paso dado día a día, y con tributo muy especial a mi Abuelita que desde el cielo siempre estuvo guiando mi esfuerzo y poder cumplir con lo más anhelado, a mis padres y hermanos quienes siempre estuvieron presentes cuando más los necesitaba y de esta manera conseguir mis objetivos planteados.*

**Fanny Vicente**

## ***A G R A D E C I M I E N T O***

*Agradecemos de todo corazón a Dios que guió nuestro camino durante la carrera profesional, a nuestras familias que nos brindaron el apoyo incondicional.*

*Un agradecimiento especial a la Universidad Nacional de Loja que nos dio la oportunidad de hacer realidad nuestro anhelo de ser profesionales; Institución que con su excelencia académica nos motivó no sólo a estudiar cada día sino a investigar y a poner en práctica los conocimientos adquiridos en la vida diaria de trabajo. También a los Docentes de la U.N.L. que en su momento compartieron sus sabios conocimientos y consejos. Al Ing. Edwin Hernández por su guía profesional, su paciencia y su don de gente. A todos Muchas Gracias.*

*Las Autoras*

**TÍTULO**

**a. TÍTULO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UNA SUCURSAL DE PIZZERÍA ROMA EN LOS CANTONES ZAMORA  
Y YANZATZA CORRESPONDIENTES A LA PROVINCIA DE ZAMORA  
CHINCHIPE.”**

# RESUMEN



## **b. RESUMEN**

### **b. 1. Resumen en Español**

En la actualidad el Cantón Zamora carece de un local que expendiera comida italiana, como pizzas, lasañas, etc. Mientras que en el cantón Yanzatza existe únicamente una pizzería que no cumple con los requerimientos y expectativas de los clientes. Por tal razón se realiza un estudio de factibilidad para la implementación de una sucursal de Pizzería Roma en los cantones Zamora y Yanzatza correspondientes a la Provincia de Zamora Chinchipe, cuyo objetivo primordial es brindar un servicio de calidad con el fin de satisfacer los gustos y preferencias de los futuros consumidores.

En el cantón Zamora la sucursal de Pizzería Roma estará dedicada básicamente a la elaboración y venta de pizzas y lasañas, en cuanto a las pizzas se elaborarán varias especialidades como (roma (económica), 4 estaciones, vegetariana, 4 quesos, mediterránea (camarón)), y en cuanto a las lasañas las especialidades de (carne, pollo y camarón). En el cantón Yanzatza la sucursal de Pizzería Roma estará dedicada únicamente a la elaboración y venta de pizzas con las mismas especialidades que se elaborarán en el cantón Zamora.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se aplicaron diferentes métodos y técnicas, como el método inductivo que nos permitió analizar la situación real de Pizzería Roma, el método deductivo donde se analizaron

los factores externos tales como la competencia que no permite a pequeñas empresas expandirse ni desarrollarse. Así mismo se utilizaron técnicas como la información bibliográfica, observación directa en los mercados de los cantones en estudio, las encuestas que fueron aplicadas a los posibles clientes que permitieron determinar la demanda de nuestro producto y entrevistas que fueron aplicadas a los propietarios de la competencia.

Para la segmentación e investigación de mercado se aplicó las respectivas encuestas a las familias de los cantones Zamora y Yanzatza y así obtener la información necesaria sobre el conocimiento del producto, demanda, oferta, precio, canales de distribución y determinar si el proyecto a implementarse tiene viabilidad o no.

Con la realización del estudio de mercado se determinó la demanda potencial de Zamora que fue de 3.262 familias y de Yanzatza que fue de 2.586 familias que degustan comida italiana. La demanda real o actual para Zamora es de 2.336 familias que consumen pizzas y 925 familias que consumen lasaña, mientras que para Yanzatza la demanda real es de 2.451 familias que consumen pizza y 135 familias que consumen lasaña. La demanda efectiva para Zamora en cuanto a la pizza es de 1.782 familias considerando que cada familia consume anualmente 43.71 porciones dando un total de 77.891 porciones de pizza anuales y la demanda efectiva de lasaña es de 219 familias considerando que anualmente consumen 48

porciones de lasaña por familia dando un total de 10.512 porciones de lasaña; mientras que en Yanzatza la demanda efectiva es de 2.451 familias que consumirían únicamente pizza, considerando que anualmente adquieren 47.4 porciones de pizza, dando un total de 116.177 porciones de pizza, cabe destacar que la lasaña no tendrá acogida en nuestro local por lo tanto en Yanzatza únicamente se producirá pizzas.

Para determinar la oferta se realizó una pequeña observación directa a los cantones en estudio para verificar si existe competencia para la sucursal de pizzería Roma, se pudo determinar que en el Cantón Zamora no existe un local dedicado exclusivamente a la venta de comida italiana pero si se encontró un local de expendio de comida rápida donde ofrecen la pizza en pequeñas proporciones, de esta manera tenemos la demanda insatisfecha de 74.718 porciones de pizza y la demanda insatisfecha de lasaña de 10.512 porciones que es igual a la demanda efectiva ya que no existe oferta de lasaña. En el Cantón Yanzatza se pudo observar que existe una pizzería que ofrece un producto similar a que Pizzería Roma ofrecerá, por lo tanto se determinó una demanda insatisfecha de 109.417 porciones de pizza.

La atención del local será de miércoles a domingo en horario de 13h00 a 21h00. Los productos estarán elaborados con materia prima de excelente calidad, en lo referente al precio estos serán cómodos y el pago será al contado, se realizará publicidad mediante la radio integración para Zamora y

la radio Amazonas para Yanzatza, además se utilizará el periódico de mayor circulación para profundizar la publicidad, para la comercialización se entregaran hojas volantes así como se tendrán las respectivas tarjetas de presentación, así como también la Pizzería contará con un rótulo y su respectivo logotipo. Pizzería Roma contará además con un buzón de sugerencia donde el cliente podrá opinar, sugerir y comentar la calidad de los productos y atención al cliente y poder mejorar de una u otra forma.

Pizzería Roma en el Cantón Zamora estará ubicada en las calles Pio Jaramillo Alvarado y Podocarpus esquina, y en el cantón Yanzatza en las calles: Iván Riofrio entre Armando Arias y Luis Bastidas ya que son lugares donde a nuestros futuros clientes se le facilita la llegada hasta el local.

Se conformará una compañía de responsabilidad limitada, con una inversión de \$43.346.69 en donde \$12.000 serán financiados y los \$ 31.346.69 serán recursos propios. Las sucursales de Pizzería Roma tendrán una duración de 5 años. Se diseñó un organigrama estructural y funcional, así como también se elaboró un manual de funciones que permitirá un buen desenvolvimiento de cada una de las actividades del personal.

Con el estudio económico – financiero se estableció el precio para cada producto y especialidades, tanto para Zamora y Yanzatza el precio por porción de la Pizza Roma es de \$2.00, pizza 4 estaciones \$2.25, pizza

vegetariana \$2,25, pizza 4 quesos \$2,25, pizza mediterránea \$2.50, en cuanto a las especialidades de lasaña para Zamora la porción de lasaña de carne tiene un precio de \$2.50, lasaña de pollo \$2.80, lasaña de camarón \$3.00. Así mismo se pudo determinar el punto de equilibrio para el primer año en cuanto a la capacidad instalada que es del 56.87% y en función de las ventas es de \$ 131.171.38. El flujo de caja para el primer año es de \$24692.54.

Según el análisis financiero el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es de \$ 203602.94, lo que significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación (5 años). La Tasa Interna de Retorno (TIR) de la inversión es del 95.93% la que se ubica por encima de la tasa de interés que es del 11.83%. La Relación Beneficio Costo alcanza el 1.44 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido se recibirá (0,44) centavos de utilidad. El Periodo de Recuperación del Capital es de 2 años, 8 meses y 12 días. Así mismo el proyecto acepta un incremento en los costos del 24.15% y una disminución en los ingresos de 17,85%.

Los resultados que se obtienen en el desarrollo de la presente investigación demuestran que si es factible la implementación de estas sucursales de Pizzería Roma en los cantones Zamora y Yanzatza ya que asegura una buena rentabilidad para los inversionistas a más de contribuir al desarrollo socio-económico y empresarial de la Provincia de Zamora Chinchipe.

## **b. 2. Summary in English**

At the present time the Canton Zamora lacks a local that expend Italian food, as pizzas, lasañas, etc. While in the canton Yanzatza a pizzería that don't fulfill the requirements and the clients' expectations exists only. For such a reason he/she is carried out a study of feasibility for the implementation of a branch of Pizzería Rome in the cantons Zamora and Yanzatza corresponding to Zamora's County Chinchipe whose primordial objective is to offer a service of quality with the purpose of satisfying the likes and the future consumers' preferences.

In the canton Zamora the branch of Pizzería Rome will be dedicated basically to the elaboration and sale of pizzas and lasañas, as for the pizzas several specialties will be elaborated like (blunt (economic), 4 stations, vegetarian, 4 cheeses, mediterranean (shrimp)), and as for the lasañas the specialties of (meat, chicken and shrimp). In the canton Yanzatza the branch of Pizzería Rome will only be dedicated to the elaboration and sale of pizzas with the same specialties that will be elaborated in the canton Zamora.

For the development of the present investigative work different methods were applied and technical, as the inductive method that allowed us to analyze the real situation of Pizzería Rome, the deductive method where the external such factors were analyzed as the competition that don't allow to small

companies to expand neither to be developed. Likewise they were used technical as the bibliographical information, direct observation in the markets of the cantons in study, the surveys that were applied the possible clients that allowed determining the demand of our product and interviews that were applied the proprietors of the competition.

For the segmentation and market investigation was applied the respective surveys to the families of the cantons Zamora and Yanzatza and this way to obtain the necessary information on the knowledge of the product, you demand, you offer, price, distribution channels and to determine if the project to be implemented has viability or not.

With the realization of the market study Zamora's potential demand was determined that were of 3.262 families and of Yanzatza that were of 2.586 families that degusted eaten Italian. The real or current demand for Zamora is of 2.336 families that consume pizzas and 925 families that consume lasaña, while Yanzatza stops the real demand you are of 2.451 families that consume pizza and 135 families that consume lasaña. The effective demand for Zamora as for the pizza is of 1.782 families considering that each family consumes 43.71 portions annually giving a total of 77.891 annual pizza portions and the effective demand of lasaña is of 219 families considering that annually they consume 48 lasaña portions for family giving a total of 10.512 lasaña portions; while in Yanzatza the effective demand is of 2.451

families that would only consume pizza, considering that annually they acquire 47.4 pizza portions, giving a total of 116.177 pizza portions, you are necessary to highlight that the lasaña won't have welcome therefore in our local in Yanzatza you will only take place pizzas.

To determine the offer one carries out a direct small observation to the cantons in study to verify if competition exists for the pizzería branch Rome, you could determine that in the Canton Zamora a local dedicated exclusively for sale of Italian food doesn't exist but if you were a local of you expended of quick food where they offer the pizza in small proportions, this way we have the unsatisfied demand of 74.718 pizza portions and the unsatisfied demand of lasaña of 10.512 portions that it are since similar to the effective demand lasaña offer you don't exist. In the Canton Yanzatza one could observe that a pizzería that he/she offer a similar product exist to that Pizzería Rome will offer, therefore an unsatisfied demand of 109.417 pizza portions was determined.

The attention of the local will be from Wednesday to Sunday in schedule from 13h00 to 21h00. The products will be elaborated with matter you prevail of excellent quality, regarding the price these they will be comfortable and the payment will be with cash, you will be carried out mediating publicity the radio integration for Zamora and the radio Amazons for Yanzatza, the newspaper of more circulation will also be used to deepen the publicity, for the



commercialization they surrendered flying leaves as well as the respective presentation cards will be had, as well as Pizzería will have a rótulo and your respective logotype. Pizzería Rome will also have a suggestion mailbox where the client will be able to say, to suggest and to comment the quality of the products and attention to the client and power to improve in an or another way.

Pizzería Rome in the Canton Zamora will be located in the streets Jaramillo you Tweet Alvarado and Podocarpus corner, and in the canton Yanzatza in the streets: Iván Riofrio between Armando Aryans and Luis Bastidas since is places where to our future clients he/she is facilitated the arrival to the local.

You will conform to a company of limited responsibility, with an investment of \$43.346.69 where \$12.000 will be financed and the \$ 31.346.69 will be own resources. The branches of Pizzería Rome will have 5 year-old duration. A structural and functional flowchart was designed, as well as a manual of functions was elaborated that you will allow a good development of each one of the personnel's activities.

With the economic study. financial the price settled down for each product and specialties, so much stops Zamora and Yanzatza the price for portion of the Pizza Rome you are of \$2.00, pizza 4 stations \$2.25, vegetarian pizza \$2,25, pizza 4 cheeses \$2,25, mediterranean pizza \$2.50, as for the lasaña

specialties for Zamora the portion of meat lasaña has a price of \$2.50, chicken lasaña \$2.80, shrimp lasaña \$3.00. Likewise you could determine the balance point for the first year as for the installed capacity that you are of 56.87% and in function of the sales it is of \$ 131.171.38. The box flow for the first year is of \$24692, 54.

According to the financial analysis the Current Net (VAN) Value of the project is of \$203602.94, what mean that the value of the company will increase during your operation (5 years) stage. The Internal Rate of Return (TIR) of the investment is of 95.93% the one that are located above the interest rate that are of 11.83%. The Relationship Benefits Cost you reach the 1.44 dollars, what mean that for each invested dollar it will be received (0,44) cents of utility. The Period of Recovery of the Capital is of 2 years, 8 month and 12 day. Likewise the project accepts an increment in the costs of 24.15% and a decrease in the revenues of 17, 85%.

The results that they are obtained in the development of the present investigation they demonstrate that if you are feasible the implementation of these branches of Pizzería Rome in the cantons Zamora and Yanzatza since assure a good profitability for the investors to but of contributing to the socio-economic and managerial development of Zamora's County Chinchipe.

# INTRODUCCIÓN

### **c. INTRODUCCIÓN**

El presente documento comprende un Estudio de Factibilidad para la instalación, producción y comercialización pizza y lasaña con el propósito de establecer una alimentación exquisita en los cantones Zamora y Yanzatza de la provincia de Zamora Chinchipe.

Para la presentación de este trabajo de investigación, se toma en cuenta la Legislación Universitaria y las Normas Generales para la Graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo tanto la presente Tesis de Ingeniería Comercial contiene lo siguiente:

En el Resumen, se detalla en forma concisa la discusión de los resultados más importantes obtenidos en el presente proceso investigativo. En la Introducción, se hace referencia al problema planteado para ser investigado, las limitaciones en el cumplimiento de los objetivos y una presentación del presente informe final de la investigación.

En la Revisión de Literatura, mediante la técnica de recolección de información secundaria se obtuvo literatura de diferentes fuentes para lograr una categorización adecuada sobre lo investigado.

En materiales y métodos, que describe la aplicación de los diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación científica aplicados en el

desarrollo de la investigación; y, una descripción general en cómo se realizó cada una de las partes.

En los resultados, se hace una manifestación de los datos obtenidos presentándolos con claridad mediante la utilización de cuadros que inmediatamente son interpretados y relacionados para inferir generalizaciones para la implementación de esta nueva empresa.

En la discusión, se efectúan todas las fases de un proyecto de inversión como son: El Estudio de Mercado que permitió establecer la demanda y oferta, y presentar la propuesta de una estrategia comercial, detallando la mezcla de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción).

Mediante el Estudio Técnico se determinó el tamaño de la planta, la localización y la ingeniería del proyecto, en el cual se especifica el estudio de proveedores, componente tecnológico, infraestructura física, y el proceso del servicio.

De igual forma en el Estudio Administrativo se propone la respectiva organización legal, estructura organizativa y manual de funciones, que servirán de base para un normal desenvolvimiento de las funciones en la nueva unidad comercial.

En el Estudio Financiero se establecen las inversiones y su fuente de financiamiento, los presupuestos de costos e ingresos y los estados proforma para la vida útil del proyecto.

Con la Evaluación Financiera se pudo establecer la conveniencia económica del proyecto y su ejecución a través del análisis de los algunos indicadores como:

Punto de Equilibrio, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, y Análisis de Sensibilidad.

En las conclusiones encontramos la síntesis más relevante de los resultados obtenidos del trabajo de investigación; así mismo se plantea las respectivas recomendaciones necesarias para su posterior implementación.

**REVISIÓN  
DE  
LITERATURA**

## **d. REVISION DE LITERATURA**

### **d.1. MARCO REFERENCIAL**

#### **d.1.1 PIZZERÍA**

Una **pizzería** es un local donde se elaboran o consumen pizzas. Aunque son de origen italiano, hoy las pizzerías es un tipo de restaurante que se ha extendido por todo el mundo.

##### **d.1.1.1 Tipos de pizzería**

El término se utiliza para indicar dos tipos de establecimiento:

- La pizzería como restaurante en el que se consumen principalmente pizzas y sus variantes (costrini, brusceti, etc.) en el que a menudo es posible encontrar también otro tipo de comida. La estructura del local es análoga a la de cualquier otro tipo de restaurante con la peculiaridad de que el cocinero está especializado en la confección y horneado de pizzas.
- La pizzería como establecimiento al detalle para la venta de porciones de pizza. Es un local en el que se puede pedir sólo una porción de pizza, a veces, acompañada de bebida que se consume preferentemente en la modalidad de *takeaway* o de mesas en sistema de autoservicio.



## **1) La pizzería restaurante**

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.

## **2) Pizzería a porciones**

La pizzería a porciones es un establecimiento comercial en que se venden porciones de pizza. Solo dispone de un mostrador en el interior del cual el comerciante prepara las pizzas cortadas en trozos. El cliente tiene la posibilidad de decidir el tipo de pizza entre las presentes así como la cantidad. A menudo, las pizzerías disponen además de bancos y mesas para el consumo de pizza y bebidas compradas pero siempre en modalidad de autoservicio. La pizza a porciones es una modalidad de restaurante típicamente italiano.

### **3) Otras alternativas para consumir la pizza**

La pizza también se vende en otros restaurantes como en los de carne asada o en los salones de kebab.

Existen cadenas de comida rápida que conjugan la posibilidad de tomar pizza de manera rápida con la facilidad típica de estos locales. En Italia, la cadena más famosa es Spizzico. Sustancialmente, se trata de un replanteamiento de la clásica fórmula de pizzería a porciones italiana.

Algunas cadenas de pizzerías combinan la posibilidad de consumir pizzas en el local con la venta a domicilio. La venta a distancia se basa en un servicio rápido de pizza caliente y otros complementos (bebida, aperitivos, etc.) apoyado por importantes campañas promocionales que incluyen regalos o descuentos.

#### **3.1.2 Pizza**

##### **d.1.2.1 Definición**

La **pizza** (pronunciado [pítsa]) es un pan plano horneado, habitualmente elaborado con harina de trigo, agua y levadura, y cubierto de queso mozzarella, salsa de tomate u otros ingredientes como salami, tiras de cebolla y jamón. Es original de la cocina napolitana (Italia) y su popularidad ha hecho que se extienda por todo el mundo en una infinidad de variantes.

La pizza es una denominación de origen propia de la Unión Europea desde 2009, denominada

Especialidad Tradicional Garantizada.

Se trata de un plato de elaboración artesanal en la mayoría de los casos, aunque la industria alimentaria ha ido presentando desde los años cincuenta versiones de este plato como un alimento especial en los estantes de los supermercados. En la actualidad existen diversas franquicias que elaboran y distribuyen este alimento a domicilio.

#### **d.1.2.2 Historia**

Pan extraído de las ruinas de Pompeya, nótese los cortes de ocho porciones similar a los que se hacen en las pizzas modernas. Los antiguos griegos cubrían el pan plano con aceite, hierbas aromáticas y queso. Los romanos desarrollaron la *placenta*, un pan plano untado con queso y miel y saborizado con hojas

La pizza moderna se desarrolló hacia el siglo XVII en la ciudad de Nápoles, lugar donde existen las primeras referencias documentales acerca de los orígenes de una especie de torta con tomate. En 1889 se le agregó el queso.

Se dice que en la época del rey Fernando I (1751-1825), la reina había prohibido la pizza en la corte. Pero Fernando, a quien le fascinaba, burlaba la

orden disfrazándose de plebeyo para visitar a escondidas un barrio pobre de Nápoles donde se preparaba esta comida. Con el tiempo confesó su gusto y la pizza se convirtió en un gran éxito en toda Italia.

#### **d.1.2.3 Ingredientes para elaborar una pizza familiar (8 porciones).**

- ❖ Polvo de hornear (10 gramos)
- ❖ Levadura (15 gramos)
- ❖ Harina de trigo (450 gramos)
- ❖ Mantequilla (20 gramos)
- ❖ Aceite (25 ML)
- ❖ Medio litro de agua
- ❖ Azúcar 10 gramos)
- ❖ Sal (20 gramos)
- ❖ Queso doble crema entero (450 gramos)
- ❖ Una pizca de orégano
- ❖ Pasta de tomate
- ❖ Dependiendo de lo que vayan a hacer la pizza:

#### **d.1.2.4 Tipos de pizza**

**Pizza Vegetariana:** (salsa de tomate, queso mozzarella, pimiento coliflor, champiñones cebolla, zanahoria, aceitunas, ajonjolí, salame, orégano)

**Pizza Roma:** (Salsa de tomate, queso mozzarella, pimientos, jamón, tocino, aceitunas, orégano)

**Pizza 4 Estaciones:** (Salsa de tomate, queso mozzarella, jamón, champiñones, salame pimientos, orégano)

**Pizza 4 Quesos:** (Salsa de tomate, queso mozzarella, suizo, gouda y parmesano)

**Pizza Mediterránea:** (Salsa de tomate, queso mozzarella, camarones, perejil, orégano)

#### **d.1.2.5. Etapas de preparación**

##### **1) Preparación**

Podemos añadir ingredientes frescos a nuestra pizza pre elaborada y congelada, aun cuando estas no sea una simple margarita, si no que tenga ya sus ingredientes podemos añadir otros más, un extra de mozzarella, tomate fresco, pimientos o condimentarla con ajo, pimienta, etc.

##### **2) Conservación**

La masa de la pizza fresca puede conservarse durante unas horas en un lugar fresco y no excesivamente seco. En las pizzerías es común tener varias bases de pizza ya conformadas listas para poner el resto de ingredientes y

hornear. Los ingredientes, especialmente la salsa de tomate, al tener elevada humedad ablandarían la masa si no se pusieran justo en el momento de hornear la pizza.

En la mayoría de los países desarrollados las pizzas se venden en supermercados como alimento congelado o ultra congelado. Se ha utilizado toda clase de tecnología alimentaria para crear sabrosas pizzas congeladas<sup>1</sup>.

### **3) Horneado**

En función del tipo de pizza (pizza fresca o congelada; de masa fina o gruesa; según los ingredientes de cobertura) y el tipo de horno utilizado en la cocción (de leña, eléctrico de piedra, eléctrico doméstico, etc.) serán necesarios tiempos más o menos largos. Desde los 60 a 90 segundos que marca la tradición de las pizzas napolitanas clásicas hasta los aproximadamente 25 minutos que puede tardar en hornearse una pizza ultra congelada. En prácticamente todas las pizzas elaboradas aparece en el envase los tiempos recomendados de cocción.

En el caso de pizzas congeladas no conviene descongelarlas previamente, esto reseca los alimentos, lo adecuado es introducirlas directamente desde el congelador al horno. Y hay que preservar siempre la "cadena de frío" desde el establecimiento al domicilio, si esta llegara a romperse y la

---

<sup>1</sup> [www.recetasdecocina.com](http://www.recetasdecocina.com)

pizza se descongelara es siempre preferible hornearla y consumirla que volver a congelarla.

El calor debe provenir tanto de la parte superior como de la inferior del horno. En hornos eléctricos conectaremos las resistencias inferiores y superiores. En hornos de leña la cúpula de los mismos dará calor por reflexión y por irradiación del calor absorbido. En hornos con ventilación asistida (ventilador que mueve y reparte el aire caliente dentro del horno) es conveniente desconectar esta función pues no mejora la cocción pero si puede resecar en exceso la pizza y especialmente los ingredientes superiores.

#### **4) Cortar, servir**

Para trocear la pizza y hacer porciones lo mejor es utilizar un utensilio de cocina creado a tal efecto: el corta pizzas. Este utensilio consiste en un disco afilado sujeto a un mango y suspendido por el centro de forma que puede girar cortando la pizza por presión sin arrastrar los ingredientes ni desgarrar la masa.

### **d.1.3 LASAÑA**

#### **d.1.3.1 Definición**

La **lasaña** (italiano: *lasaña*) es un tipo de pasta que se sirve en láminas, además de denominarse así también a un plato que tiene pasta en láminas intercaladas con carne (Ragú o salsa boloñesa) y bechamel llamado **lasaña al horno** (*Lavagna al forno*). Se trata de un plato de origen griego/italiano. La lasaña al horno también se puede hacer con verduras (espinacas, berenjenas, etc.) o pescados. Se termina con bechamel y abundante queso rallado para gratinarla en el horno. Ambos platos tienen como lugar de origen Italia.

La palabra "lasaña" proviene del griego "lasanon", a través del latín "lasanum", que se refiere al caso en el que se cocinaba. La palabra singular en italiano es **lasagna** y en plural **lasagne** se aplica indistintamente al plato o a la pasta en forma de láminas. Es un plato fuerte que se suele comer en invierno o en los periodos fríos de la primavera.

#### **d.1.3.2 Características**

Su preparación e ingredientes varían según la región donde se prepare. Debido a la internacionalización del plato, en algunos lugares se le prepara con 2 tipos de salsas, como la de carne molida con salsa de tomate y salsa



blanca (A este tipo de lasaña se le suele denominar también **Lasaña Boloñesa** en honor a la salsa boloñesa (*Ragù bolognese*) que lleva en su interior).

Para preparar la lasaña al horno es necesario tener un buen recipiente refractario que contendrá los ingredientes finales de la lasaña; se aconseja emplear recipientes de hierro fundido con una profundidad de al menos 10 centímetros con el objeto de poder realizar diferentes capas (los expertos mencionan que una buena lasaña debe tener cinco capas), se debe engrasar el fondo. Aparte se elabora la salsa bechamel, se fríe el contenido (carne con salsa de tomate y especias) y las placas de pasta se ponen a remojar en agua caliente con aceite para que no se peguen.

Sobre el recipiente refractario se van echando las placas de pasta humedecidas, encima de ellas se vierte el contenido y posteriormente la salsa de bechamel, se repite esta operación hasta llegar a la parte superior en la que se espolvorea virutas de queso para que gratine. Se mete el recipiente en el horno aproximadamente 20 minutos (el intervalo de tiempo dependerá de la cantidad) en un horno a 200 grados centígrados, al final el queso debe estar un poco gratinado.

#### **d.1.3.3 Ingredientes para una lasaña de 8 porciones**

- 1 Paquete de lasaña
- 750 gramos. de carne picada
- 2 tazas de tomates cocido, triturado, colado y condimentado al gusto
- 3 dientes de ajo, picados finamente
- Especias italianas (albahaca, orégano, cilantro seco y pimienta) al gusto
- 1 lata de champiñones rebanados
- 200 gramos de queso mozzarella rallado
- 100 gramos de queso cottage

#### **d.1.3.4 Preparación**

- 1- En una cacerola gruesa poner a dorar los ajos con un poco de aceite de oliva. Incorporar la carne y dejar que se guise. Agregar los champiñones. Sazonar con las especias y rectificar la sal. Incorporar el puré de tomates y dejar que se guise un poco. Retirar del fuego.
- 2- Precalentar el horno en temperatura media a alta. Mientras engrasar un molde para lasaña con aceite. Acomodar una por una las láminas de lasaña evitando que se empalmen y formando una primera capa, agregar una porción del guisado de carne suficiente para cubrir la primera capa de lasaña, espolvorear una porción de queso mozzarella y cubrir con otra capa de lasaña, otra porción de carne y queso

mozzarella y así sucesivamente hasta terminar el guisado (unas cuatro o cinco capas). Al final agregar encima el queso cottage.

3- Meter al horno y bajar a media temperatura. Hornear aproximadamente 25 minutos.<sup>2</sup>

## **d.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **d.2.1 Empresa**

Desde el punto de vista económico, empresa es la fusión de capitales para crear una organización con fines de lucro, que puede ser de diversa naturaleza jurídica y de diferentes ramos de explotación.

En efecto, la empresa puede tener carácter individual cuando pertenece a una sola persona, o asumir la forma de una sociedad, por ejemplo, colectiva, anónima<sup>3</sup> o de responsabilidad limitada. Pero además de estos tipos de empresas privadas existen también empresas públicas o del Estado y empresas mixtas, cuyos capitales son de origen privado y gubernamental. En cuanto a los objetivos de la explotación, la actividad de la empresa puede corresponder a los más variados ramos, por ejemplo, la industria del calzado, el negocio del seguro o la actividad bancario, etc.

---

<sup>2</sup> [www.recetasdecocina.com](http://www.recetasdecocina.com)

<sup>3</sup> SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos p .p 130 y 131

#### **d.2.1.1 Producción**

Se refiere al aspecto tecnológico de ingeniería, el cual norma los procesos y recursos idóneos para fabricar productos y bienes aprovechables originados por la naturaleza y por la obra del hombre.

#### **d.2.1.2 Administración De Empresas**

Proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear, coordinar, controlar y evaluar en forma eficiente los recursos humanos, materiales y económicos de una organización para de esa manera lograr un fin común.

#### **d.2.1.3 Mercado**

Área o lugar geográfico en donde concurren los demandantes y ofertantes para realizar transacciones de tipo comercial en base a parámetros dados, siendo libre en algunos casos la competencia en lo que tiene que ver con precio, calidad, cantidad y promoción del producto.

#### **d.2.1.4 Mercadotecnia**

Es un sistema integrado de actividades que pretenden lograr que los productos ingresen al mercado en las mejores condiciones, diseñado estrategias respecto a precios, publicidad, promoción, características del producto o servicio y teniendo en consideración a la competencia directa o indirecta.

## **d.2.2 ESTUDIO DE MERCADO**

### **d.2.2.1 Demanda**

Es la cantidad de bienes y servicios que una colectividad está en condiciones de adquirir bajo determinados parámetros, para satisfacer determinadas necesidades primarias o secundarias.

#### **d.2.2.1.1 Ley de la demanda**

A precios elevados, se demandará una cantidad menor que a precios reducidos.

A precios reducidos, se demandará una cantidad mayor que a precios elevados.

### **d.2.2.2 Oferta**

El término oferta puede definirse como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están en condiciones de vender en el mercado a precios y condiciones determinadas.

#### **d.2.2.2.1 Ley de la Oferta.**

A precios elevados, generalmente se da porque se oferta una menor cantidad de productos.

A precios reducidos, generalmente se ofrecerá una mayor cantidad de bienes y productos.

### **d.2.2.3 Proyección de la demanda**

Se refiere a estimar la demanda futura, en lo que tiene que ver a cantidades (unidades de medida), conocer los precios de los bienes y servicios que se han de producir.

### **d.2.2.4 Proceso de comercialización**

#### **1) Producto**

Bienes o cosas producidas que resultan del trabajo ejecutado sobre una materia prima y que son ofrecidos a los consumidores.

#### **2) Precio**

El precio se determina primeramente de la comparación del número de unidades a producir, luego se margina un porcentaje de utilidad según la competencia probado de esta manera el pulso del mercado, el cual ayudará a determinar posibles incrementos o constancias de precios.<sup>4</sup>

#### **3) Promoción**

Es una herramienta comercial para empujar el producto hacia el consumidor / cliente.

---

<sup>4</sup>BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

#### **4) Plaza**

Son los lugares donde se colocará los productos en servicios y que estén al alcance de los posibles clientes.

#### **d.2.3 ESTUDIO TÉCNICO**

Es la parte del proyecto que por su naturaleza llega a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado, para ello se analizará las alternativas en que pueden combinarse los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción.

##### **d.2.3.1 Tamaño y Localización**

Relación entre la capacidad de producción que tiene la empresa y la ubicación geográfica apta para realizar las actividades productivas de la entidad.

##### **d.2.3.1.1 Tamaño**

El tamaño que tendría el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por

tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.<sup>5</sup>

#### **d.2.3.1.2 Localización De La Planta**

La localización puede tener un efecto condicionador sobre la tecnología utilizada en el proyecto tanto por las restricciones físicas como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible.

#### **d.2.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización de los recursos mediante la organización de jerarquías, disposición y coordinación de actividades con el fin de poder viabilizar los beneficios del grupo social. Como es de conocimiento en todo grupo social la organización es lo primordial para la utilización en forma racional de los recursos. En el caso de la organización este concepto no se ha quedado atrás y por el contrario nos da mayor relevancia como estará organizada la empresa.

##### **d.2.4.1 Organización Administrativa**

Consiste en llevar a la práctica los objetivos y metas de la planeación administrativa, a través de la cuantificación y determinación de actividades que deben desarrollarse mediante el estudio, diseño y aprobación de la

---

<sup>5</sup> ETTINGER, karl, Administración y Productividad p .p 10-12



estructura adecuada para su deficiente funcionamiento. Por tal razón, la empresa objeto del proyecto estará constituida por un sistema de cometidos y funciones jerárquicas enlazadas entre sí y orientadas a producir bienes.

#### **d.2.4.2 Organización Jurídica**

De acuerdo al régimen jurídico la constitución legal de una empresa puede ser: sociedad anónima, sociedad anónima de capital variable, sociedad responsabilidad limitada, sociedad cooperativa, sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple y sociedad en comandita por acciones.

#### **d.2.4.3 Organigramas**

Son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización que muestra las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos las obligaciones y la autoridad existente dentro de ella.<sup>6</sup>

Los organigramas permitirán ver con facilidad los diferentes niveles jerárquicos y los departamentos que contendrá la empresa.

Los organigramas jugarán un papel importante para demostrar el contexto de la empresa.

---

<sup>6</sup>PASACA MORA, Manuel, 2004 **Formulación y Evaluación de Proyectos**. Loja 2004.

#### **d.2.4.3.1 Organigrama Estructural**

Es un tipo de organigrama que representa en si la estructura jerárquica de los niveles de la empresa, así el nivel directivo, ejecutivo, asesor, operativo, los cuales tienen una secuencia de trabajo y autoridad descendente.

Además los organigramas ayudan a representar la estructura administrativa y jurídica de la empresa sin olvidar la razón social de la entidad, esta representatividad es principalmente para el público en general el cual otorgará la imagen positiva o negativa de la entidad.

#### **d.2.4.3.2 Organigrama Funcional**

Representa una organización administrativa elaborada según las funciones que tiene cada integrante, es así que cada nivel jerárquico tendría que cumplir objetivos diferentes, pero a la vez todos trabajan por metas comunes, este tipo de organigrama se lo usa principalmente para representarlo en áreas de producción, en donde se distingue al personal por sus funciones, experiencia, y profesionalización.

#### **d.2.4.3.3 Organigrama Posicional**

Al igual que el organigrama funcional sistematiza funciones, pero con la característica de que al exponerlo consta los nombres y apellidos de las personas que ocupan los cargos de la empresa, según su orden jerárquico y el sueldo mensual o anual que se percibe, este tipo de organigrama interesa

más a los directivos de la empresa ya que de él podrían obtener información para futuras reingenierías de procesos administrativos y productivos.

Es necesario aclarar que este tipo de organigrama no es muy utilizado por los empresarios de la empresa privada por la razón de que causa incomodidades en el aspecto de que en la jerarquización da unidad de mando a una u otra persona provocando celo profesional entre el personal de la empresa.

#### **d.2.5 ESTUDIO FINANCIERO**

Son declaraciones informativas de la situación económica, financiera que tiene la empresa.

Por lo tanto, en esta fase se agrupa los instrumentos financieros que nos ayudarán a determinar la rentabilidad de la gestión empresarial realizada

##### **d.2.5.1 Inversión**

Incluyen desde la inversión del proyecto construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos. Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos, si el estudio se hace en nivel de pre factibilidad, la información obtenida debe perfeccionarse mediante la realización de estudios complementarios de ingeniería.

#### **d.2.5.2 Presupuesto**

Es un pronóstico del futuro período de planificación, se base en estimaciones y no podrá superar la capacidad de quien llevará a cabo dichas estimaciones. Mediante el presupuesto estimaremos todos los ingresos o egresos que serán necesarios estimar, realizar o recibir para operar dentro del proceso productivo.

#### **d.2.5.3 Flujo De Caja**

Es un resumen detallado de los ingresos de la empresa ya sea por capital propio, crédito, ventas y los egresos o presupuestos de operación anuales lo cual mediante la resta de las depreciaciones, amortizaciones nos da como resultado el flujo de efectivo que tendría la organización cada cierto periodo.

#### **d.2.5.4 Estado De Pérdidas Y Ganancias**

Es el segundo de los estados financieros principalmente, básicos o sintéticos y muestra el total de ingresos o egresos de los productos y gastos y su diferencia que es el resultado obtenido en determinado período, pudiendo ser positivo cuando represente utilidad y negativo cuando haya sufrido pérdidas.

#### **d.2.5.5 Balance General**

Es un estado conciso o sintético formulado con datos de los dólares de contabilidad, llevados por partida doble, en el cual; se consignan de un lado

todos los recursos y de otro lado todas las obligaciones de la empresa en una fecha.

#### **d.2.5.6 Depreciación**

Significa la pérdida de valor como activo que tienen los edificios, vehículos, maquinaria y más activos fijos, el valor depreciable es anual y es calculado en según el activo y su tiempo de durabilidad y uso, el activo que no sufre depreciación es el terreno.<sup>7</sup>

#### **d.2.5.7 Utilidad**

Margen o incremento sobre el costo unitario del bien o servicio, el mismo que es planificado según se cubra los costos y los precios que tenga la competencia.

La aplicaremos para indicar la ganancia obtenida después de cubrir todos los gastos que han sido necesarios realizar.

#### **d.2.5.8 Punto De Equilibrio**

Se define como aquel volumen de actividad de la empresa donde el monto total de sus ingresos será exactamente iguales a los gastos de estos es decir, no existe ni utilidad ni pérdida.

Se lo aplicará matemáticamente y se lo representará gráficamente.

---

<sup>7</sup>FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

### 1) En Función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT / VT)}$$

### 2) En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

#### d.2.5.9 Valor Actual Neto (Van)

Es aquel que permite atraer el valor futuro al valor actual a través de un factor de actualización. Además si él VAN es positivo el proyecto es conveniente financieramente, caso contrario el proyecto no conviene.

Se lo obtiene así: VAN = E del (flujo neto de caja) x fact. De actualización.

Servirá para demostrar a los inversionistas si el proyecto conviene o no ponerlo en ejecución.

Formula:  $FA = \frac{1}{(1+i)^n}$

#### d.2.5.10 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que hace que el valor presente proporcione entradas en efectivo iguales a la inversión neta seleccionadas con el proyecto.

Ayudará a determinar que si el proyecto tiene una tasa mayor que la de la banca, el proyecto es conveniente financieramente.

Su fórmula es:

$$\text{TIR} = \text{TM} + \text{DT} \left( \frac{\text{VAN}_{Tm}}{\text{VAN}_{Tm} - \text{VAN}_{TM}} \right)$$

#### **d.2.5.11 Relación Beneficio Costo (RCB)**

El indicador financiero 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.<sup>8</sup>

Su fórmula es:

Ingresos Actualizados

**C/B** = Egresos actualizados

#### **d.2.5.12 Análisis de sensibilidad**

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto. Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o

---

<sup>8</sup>FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto. Fórmula:

$$As = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva tasa de retorno}}$$

1. **Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.**

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

2. **Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.**

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

3. **Se calcula el porcentaje de variación.**

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

4. **Se calcula el Valor de Sensibilidad.**

$$S = \% V / N.TIR$$



# **MATERIALES Y MÉTODOS**

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad se utilizaron métodos y técnicas que permitieron guiar de una mejor manera este trabajo de investigación.

### **MÉTODOS**

El método **INDUCTIVO – DEDUCTIVO**, sirvió de base para poder realizar el estudio de mercado, especialmente para determinar los gustos y preferencias respecto al consumo de pizza y lasaña. La aplicación de este método se basó en la observación, es decir ver escuchar hechos y fenómenos relacionados con la oferta y demanda de este tipo de productos.

El método **MATEMATICO- ANALITICO** se utilizó para realizar los cálculos correspondientes al estudio financiero para establecer los costos de producción así como los precios de venta, y en la evaluación financiera para determinar los principales indicadores financieros que permitieron tomar la decisión de inversión tales como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el análisis de sensibilidad, la relación beneficio costo y el periodo de recuperación del capital.

El método **ESTADISTICO** permitió procesar la información referente a la oferta y demanda de pizza y lasaña tanto en Zamora como en Yanzatza y presentarla mediante cuadros estadísticos.

El método **DESCRIPTIVO** se aplicó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de la información obtenida de la situación real de mercado y se apoyó para la predicción y proyecciones de algunas variables como la demanda, precios, ingresos, costos, utilidades, etc.

## **TÉCNICAS**

Las técnicas que se utilizaron son la **información bibliográfica** donde se pudo obtener información de instituciones, bibliotecas y del internet.

**La observación directa** que se realizó en los mercados de los cantones en estudio sirvió para analizar con brevedad la situación tanto de sus costumbres como alimentación, ya que la población que vive en el sector urbano tiene otro tipo de costumbres a la del sector rural.

## **Entrevista**

Se aplicó una entrevista al gerente del restaurant “Nick Kings” en el cantón Zamora, se realizó otra entrevista al gerente de la pizzería “La Viña” en el cantón Yanzatza, ya que son considerados como la posible competencia para Pizzería Roma. La misma nos sirvió para obtener datos más verídicos y reales como los precios que ofrecen, el tipo de comida italiana que mas expende cada uno de los negocios y de esta manera considerar los datos más importantes para el presente proyecto de factibilidad.

## Encuestas

Se aplicó las respectivas **encuestas** a las familias de los cantones determinados con la finalidad de obtener información veraz la cual fue analizada y se determinó la demanda y oferta del producto.

**Muestreo.-** Esta técnica permitió obtener un tamaño de muestra para la aplicación de encuestas. Las encuestas fueron aplicadas en los cantones Zamora y Yanzatza, para obtener la muestra se realizó una segmentación de la población por familias. Que según el último censo (2001) realizado por el INEC la población del Cantón Zamora es de 21.404 habitantes, y en el Cantón Yanzatza es de 14.552 habitantes.

A continuación se muestra la tabla de proyección de la población tanto de Zamora como de Yanzatza desde el año 2001 hasta el año 2010.

### TABLA DE PROYECCIÓN

Cuadro N° 1

Años	Zamora			Yanzatza		
	Población año	Tasa de crecimiento	Proyección	Población año 1	Tasa de crecimiento	Proyección
2001			21404			14552
2002	21404	0.2%	21447	14552	1.9 %	14828
2003	21447	0.2%	21490	14828	1.9 %	15110
2004	21490	0.2%	21532	15110	1.9 %	15397
2005	21532	0.2%	21575	15397	1.9 %	15690
2006	21575	0.2%	21618	15690	1.9 %	15988
2007	21618	0.2%	21661	15988	1.9 %	16292
2008	21661	0.2%	21704	16292	1.9 %	16602
2009	21704	0.2%	21747	16602	1.9 %	16917
2010	21747	0.2%	<b>21791</b>	16917	1.9 %	<b>17238</b>

Fuente: INEC

Elaborado: Las autoras

La población del Cantón Zamora del 2010 es de 21.791 considerando un promedio de 4 integrantes por familia se obtiene 5447 familias y en el cantón Yanzatza es de 17.238 habitantes de igual forma obteniendo 4.310 familias, En donde se procedió a aplicar la siguiente fórmula para saber la totalidad de encuestas aplicadas en cada uno de los cantones.

### FORMULA

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

#### EN DONDE:

**N**= Total de familias

**p**= Probabilidad de que ocurra el evento

**q**= Probabilidad de que no ocurra el evento

**Z**= Certeza Confianza

**E**= Margen de error

Reemplazando los valores en la fórmula:

### PROCEDIMIENTO PARA DETERMINAR LA MUESTRA POR CANTÓNES

#### CANTÓN: YANZATZA

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

#### NOMENCLATURA

**N**= Total de familias

**p**= Probabilidad de que ocurra el evento

**q**= Probabilidad de que no ocurra el evento

**Z**= Certeza Confianza

**E**= Margen de error

## APLICACIÓN DE LA FORMULA

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

## SIENDO

Reemplazando los valores en la fórmula:

$$n = \frac{4.310 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (4.310 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50^2}$$

$$n = \frac{4.310 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 4.309 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{4139.32}{10.7725 + 0.9604} \quad n = \frac{4139.32}{11.7329} \quad \mathbf{n = 353 \text{ encuestas Yanzatza}}$$

## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Cuadro N° 2

PARROQUIAS	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN POR FAMILIA	PORCENTAJE	NÚMERO DE ENCUESTAS
Yanzatza	12665	3167	73,48	259
Chicaña	2008	502	11,64	41
Los encuentros	2565	641	14,88	53
<b>TOTAL</b>	<b>17238</b>	<b>4310</b>	<b>100,00</b>	<b>353</b>

Fuente: INEC 2001

El cantón Yanzatza está conformado por tres parroquias que son Yanzatza (área urbana) representando el 73.48% de la población, los encuentros representado por el 14.88% de la población y el 11.64% de la población correspondiente a la Parroquia de Chicaña que son las (áreas rurales).

## CANTÓN: ZAMORA

### APLICACIÓN DE LA FÓRMULA

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

Reemplazando los valores en la fórmula:

$$n = \frac{5.448 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (5.547 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50^2} \quad n = \frac{5.448 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 5546 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{5327.33}{13.867} \quad n = \frac{5327.33}{13.867 + 0.9604} \quad n = 359 \text{ encuestas}$$

### NOMENCLATURA

**N**= Total de familias

**p**= Probabilidad de que ocurra el evento

**q**= Probabilidad de que no ocurra el evento

**Z**= Certeza Confianza

**E**= Margen de error

### DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

**Cuadro N° 3**

PARROQUIAS	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN POR FAMILIA	PORCENTAJE	NÚMERO DE ENCUESTAS
Zamora	10443	2611	47,53	172
Cumbaratza	3824	956	17,40	63
Guadalupe	2664	666	12,13	44
Imbana	1388	347	6,32	23
Sabanilla	595	149	2,71	10
Timbara	792	198	3,60	13
San Carlos de las minas	2085	521	9,49	34
<b>TOTAL</b>	<b>21791</b>	<b>5448</b>	<b>99,18</b>	<b>359</b>

Fuente: INEC 2001

El cantón Zamora está conformado por siete Parroquias que son Zamora (área urbana) representando el 47.53% de la población, Cumbaratza

representado por el 17.40% de la población; Guadalupe representado por el 12.13% de la población; Imbana representado por el 6.32% de la población; Sabanilla representado por el 2.71% de la población; Timbara representado por el 3.60% de la población y el 9.49% de la población correspondiente a la Parroquia San Carlos de las Minas que son las (áreas rurales).

Cabe mencionar que la población fue segmentada por familias considerando que el consumo de la comida italiana como pizza, lasaña, espagueti etc., que ofrece Pizzería Roma en su mayoría es consumida por este tipo de mercado.

Para determinar a la oferta se realizaron entrevistas a los restaurantes que ofrecen comida italiana tanto de Zamora como de Yanzatza los cuales fueron; en el cantón Zamora el restaurante denominado Nick Kings y en el cantón Yanzatza la pizzería la Viña dando un total de dos locales. Con la información obtenida se procedió a ordenarla y clasificarla para la presentación mediante cuadros necesarios para poder dar mayor coherencia de los resultados.

Una vez ordenada y clasificada la información se procedió a realizar el análisis técnico que partiendo del estudio de mercado se determinó el tamaño de los locales y su respectiva localización.



Luego dependiendo de la demanda de los productos, se estableció la capacidad de producción lo que determinó el tamaño de la planta para los cantones antes mencionados.

Con las características de los diferentes productos se definió el proceso que cada producto tiene para su preparación, el tiempo de demora, así mismo se realizó el proceso de servicio al cliente. En cuanto a la organización y ejecución de las actividades de la empresa se cuenta con todos los elementos necesarios como equipos, maquinaria, materia prima, talento humano, etc., que permitirán un óptimo desenvolvimiento de todas las actividades de cada sucursal.

En lo referente al Estudio Administrativo Legal se determina la organización legal y administrativa de los locales (pizzerías) con sus respectivos niveles jerárquicos, así como también los organigramas y el manual de función. Para la puesta en marcha de las sucursales se requiere de una inversión que será financiada en parte por el propietario de Pizzería Roma y la otra parte que será financiada por el Banco Nacional de Fomento.

Para los cinco años de vida útil del proyecto en cada uno de los cantones se llegó a establecer los ingresos percibidos por concepto de venta de la pizza y lasaña en el cantón Zamora y de pizza en el cantón Yanzatza, tomando en cuenta la capacidad instalada y los precios de venta establecidos por la

competencia. Para determinar el precio de venta de cada producto se establecieron mediante los costos totales más el margen de utilidad permitiendo obtener beneficios al inversionista.

Dentro de la evaluación financiera se determinó las fuentes y usos de fondos de efectivo para poder determinar la liquidez del proyecto, se elaboró un flujo de caja en base a los ingresos y egresos, el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, el análisis de Sensibilidad que nos ayuda a determinar el grado de riesgo que se puede presentar con el incremento de costos y una disminución en los ingresos. Para la determinación del presente trabajo se establecieron las respectivas conclusiones y las recomendaciones

# RESULTADOS

**f. RESULTADOS**

**f.1 ENCUESTA APLICADA A FAMILIAS DEL CANTÓN ZAMORA Y**

**YANZATZA.-**

**1. Ingreso**

**Cuadro N° 4**

ALTERNATIVAS	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
100 – 300	129	36%	149	42
301 – 500	68	19%	105	30
501 – 700	54	15%	85	24
701 – 900	108	30%	14	4
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>	<b>353</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza  
Elaborado: Las autoras

**Ingreso Promedio Mensual**

**Cuadro N° 4.1**

ALTERNATIVAS	Zamora			Yanzatza		Cm Prom.
	F	XM	Cm Prom.	F	XM	
100 – 300	129	200	25800	149	200	29800
301 – 500	68	400,5	27234	105	400,5	42052.5
501 – 700	54	600,5	32427	85	600,5	51042.5
701 - 900	108	800.5	86454	14	800.5	11207
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>		<b>171915</b>	<b>353</b>		<b>134102</b>

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{Zamora IP} = \frac{171915}{359} : 478.87 \text{ dólares}$$

Los ingresos promedio mensuales por familia son de 478.87 dólares

$$\text{Yanzatza IP} = \frac{134102}{353} = 379.89 \text{ Dólares}$$

En el caso del cantón Yanzatza, tenemos que los ingresos promedio mensuales por familia son de 379.89 dólares.

**2. Ha utilizado Ud. Los servicios de un restaurant en la ciudad?  
Cuadro N° 5**

ALTERNATIVA	ZAMORA		YANZATZA	
	F	%	F	%
SI	359	100	353	100
NO	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>	<b>353</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a Familias del Cantón Zamora y Yanzatza  
**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

### **INTERPRETACIÓN**

#### **ZAMORA**

De acuerdo a los resultados de esta pregunta se obtiene que de las personas encuestadas el 100% han visitado un restaurant por alguna ocasión lo que significa que estas personas podrían visitar Pizzería Roma y consumir los productos ofrecidos por esta empresa.

#### **YANZATZA**

De acuerdo a los resultados de esta pregunta se obtiene que de las personas encuestadas el 100% han visitado un restaurant por alguna ocasión.

### 3. ¿Degusta Ud. Y su familia comida italiana?

**Cuadro N° 6**

ALTERNATIVA	ZAMORA		YANZATZA	
	F	%	F	%
SI	215	59.88	211	60
NO	144	40.11	142	40
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100</b>	<b>353</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a Familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

## INTERPRETACIÓN

### ZAMORA

Esta pregunta tiene como finalidad conocer si las familias encuestadas degustan de la comida italiana por lo que se obtuvo que el 59.88% si han probado comida italiana como son las pizzas, espagueti, lasaña, canelones y manifiestan que la comida de mayor preferencia es la pizza. Mientras que el 40.11% manifiesta que no ha probado ninguno de estos platos por cuanto su cultura o sus costumbres de alimentos son muy diferentes.

### YANZATZA

El 60% de las familias encuestadas si han probado comida italiana por ser platos exquisitos y muy novedosos, preparados a base de ingredientes naturales en especial el plato más preferido es la pizza; mientras que el 40% manifiesta que no ha probado ninguno de estos platos debido al desconocimiento de los mismos.

#### 4. ¿Conoce Ud. sobre la existencia de pizzerías en la ciudad?

**Cuadro N° 7**

ALTERNATIVAS	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
SI	24	11	72	34
NO	191	89	139	66
<b>TOTAL</b>	<b>215</b>	<b>100</b>	<b>211</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

### INTERPRETACIÓN

#### ZAMORA

El 89% manifiestan que no conocen pizzería en esta ciudad mientras que el 11% manifiesta que si conocen una Pizzería en esta ciudad la cual es denominada Nike King.

#### YANZATZA

Se puede determinar que el 34% de familias encuestadas conocen la existencia de una pizzería en este Cantón como es Pizzería LA VIÑA; mientras que el 66% dice no tener conocimiento de la existencia de alguna pizzería en este Cantón.

## 5. ¿Qué es lo más importante que busca cuando visita un restaurant?

**Cuadro N° 8**

ALTERNATIVAS	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
Precio	148	68.83	109	51.62
Sabor	97	45.61	75	35.54
Calidad	89	41.39	163	77.75
Promociones	75	34.88	86	40.75
Variedad	45	20.93	32	15.16
Atención	70	32.55	97	45.97

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

## INTERPRETACIÓN

### ZAMORA

Esta pregunta es abierta por lo que los clientes contestaron varias opciones: el 68.83% de la población zamorana que busca en un restaurante son los precios, el 45.61 % busca el sabor de cada uno de los platos, el 41.39% busca la calidad que cada uno de los ingredientes sean naturales, el 32.55% de las familias busca la excelente atención al cliente, el 20.93% busca la variedad de los platos y el 34.88% las promociones.

### YANZATZA

El 45.97% de la población de Yanzatza lo que busca en un restaurante es la mejor atención que ofrezca el personal, el 77.75% busca la calidad de la comida; el 35.54% el sabor de la misma; el 51.62% el precio, el 15.16% busca la variedad de los platos y el 40.75% busca promociones que se den en la misma.



## 6. ¿Qué tipo de comida Italiana ha degustado?

Cuadro N° 9

ALTERNATIVAS	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
Pizza	154	71.62	200	94.78
Lasaña	61	28.37	11	5.21
Espagueti	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>215</b>	<b>100</b>	<b>211</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

### INTERPRETACIÓN

#### ZAMORA

Esta pregunta tiene como objeto conocer el tipo de comida italiana que las familias han consumido, por lo que se obtuvo que 71.62% ha degustado pizza ya que es un plato muy exquisito y conocido; el 28,37% ha degustado lasaña, y espagueti no ha tenido ninguna clase de puntuación, por ende se determina que no tiene acogida en el mercado

#### YANZATZA

En un 94.78% las familias ha degustado pizza por ser un plato muy exquisito para el paladar, se puede observar que la predisposición por lasaña es de 5.21%, y por espagueti no tiene puntuación.

7. ¿Señale la cantidad de productos que consume mensualmente?

**PIZZA**

**Cuadro N° 10**

ALTERNATIVA	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
0 – 1 porciones	21	13.63	13	6.5
2 – 3 porciones	24	15.58	29	14.5
4 - 5 porciones	109	70.77	158	79
<b>TOTAL</b>	<b>154</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

**Consumo Promedio Mensual de la Pizza**

**Cuadro N° 11**

Alternativa	Zamora			Yanzatza		
	F	XM	Cm Prom.	F	XM	Cmo. Prom.
0 – 1	21	0,5	10.50	13	0,5	6.5
2 – 3	24	2,5	60.00	29	2,5	72.5
4 – 5	109	4,5	490.5	158	4.5	711
<b>TOTAL</b>	<b>154</b>		<b>561.00</b>	<b>200</b>		<b>790</b>

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{Zamora CP} = \frac{561}{154} = 3.64$$

$$\text{CP.} = \frac{\sum \text{CP}}{N}$$

El promedio mensual por familia es de 3,64 porciones, lo que quiere decir que el consumo anual será de 43.71 porciones de pizza por familia.

$$\text{Yanzatza CP} = \frac{790}{200} = 3.95$$

El promedio mensual por familia es de 3,95 porciones, lo que quiere decir que el consumo anual será de 47,4 porciones de pizza por familia

## LASAÑA

**Cuadro N° 12**

ALTERNATIVA	F. Zamora	%	F Yanzatza	%
0 – 1 porciones	4	6.55	8	72.72
2 – 3 porciones	7	11.48	2	18.18
4 - 5 porciones	50	81.97	1	9.09
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

### Consumo Promedio Mensual de Lasaña

**Cuadro N° 13**

Alternativa	Zamora			Yanzatza		
	F.	XM	Cmo. Pdo	F.	XM	Cmo. pdo
0 – 1	4	0,5	2	8	0,5	4
2 – 3	7	2,5	17.5	2	2,5	5
4 – 5	50	4,5	225	1	4,5	4.5
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>		<b>244.5</b>	<b>11</b>		<b>13.5</b>

$$CP. = \frac{\sum CP}{N}$$

$$\text{Zamora CP} = \frac{244.5}{61} = 4$$

El promedio mensual por familia es de 4 porciones de lasaña, lo que quiere decir que el consumo anual será de 48 porciones de lasaña por familia.

$$\text{Yanzatza CP} = \frac{13.5}{11} = 1.2$$

El promedio mensual por familia es de 1,2 porciones de lasaña, lo que quiere decir que el consumo anual será de 14.4 porciones de lasañas por familia.

8. ¿Si se implementara una sucursal de la PIZZERÍA ROMA en esta ciudad, usted y su familia estaría dispuesta a consumir?

**Cuadro N° 14**

ALTERNATIVA	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
SI	180	83.63	200	95
NO	35	16.36	11	5
<b>TOTAL</b>	<b>215</b>	<b>100</b>	<b>211</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

## INTERPRETACIÓN

### ZAMORA

Esta pregunta tiene como objeto conocer si las familias del cantón Zamora degustaría de los productos ofrecidos por la empresa, lo cual contestaron así El 83.63% dicen que si degustaría de la comida italiana que ofrecerá la PIZZERÍA ROMA en caso de implementarse una sucursal en este cantón; mientras que el 16.36% no degustaría principalmente al desconocimiento de estas comidas.

### YANZATZA

El 95% dicen que si visitarían PIZZERÍA ROMA en caso de implementarse una sucursal en el cantón Yanzatza; mientras que el 5% no la visitarían debido al desconocimiento de estas comidas y también porque no son muy apetecibles para su paladar.

**9. ¿Qué tipo de comida le gustaría adquirir en esta pizzería?**

**Cuadro N° 15**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Zamora</b>		<b>Yanzatza</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Pizza	137	76.27	200	100
Lasaña	43	23,72	0	0
Espagueti	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras. (Fanny y Gloria).

**INTERPRETACIÓN**

**ZAMORA**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente encuesta tenemos que el 76.27% de los encuestados prefiere degustar la pizza, el 23.72% indica que prefiere la lasaña, en tanto que no existe predisposición por adquirir espagueti.

**YANZATZA**

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que el 100% de los encuestados indica que prefiere la pizza.

## 10. ¿Qué variedades de pizza Ud. Conoce y son de su preferencia?

Cuadro N° 16

Alternativa	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
Pizza (económica)	46	33.58	80	40.00
Pizza 4 estaciones	17	12.41	37	18.50
Pizza vegetariana	30	21.90	14	7.00
Pizza 4 quesos	15	10.95	12	6.00
Pizza mediterránea (camarón)	27	19.71	52	26.00
Otras	2	1.46	5	2.50
<b>TOTAL</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

Elaborado: Las autoras. (Fanny y Gloria).

## INTERPRETACIÓN

### ZAMORA

Respecto a esta pregunta se puede mencionar que la pizza (económica) es la más conocida con el 33.58%, la vegetariana que contiene ingredientes vegetales con el 21.90%, luego está la pizza mediterránea que contiene camarones, la cuatro estaciones con un 12,41%, así mismo tenemos la pizza mediterránea con un 19.71%, finalmente se ha mencionado otras clases de pizzas con un 1.46%.

### YANZATZA

De igual forma se obtiene que existe gran conocimiento por la pizza económica, representada por un 40%, por la pizza 4 estaciones con un 18.5%, así mismo la pizza vegetariana con un 7%, seguidamente la pizza 4 quesos con un 6.00%, la pizza mediterránea con un nivel de conocimiento de 26% y finalmente otras clases de pizzas con un porcentaje de 2.5%.

## 11. ¿Qué variedades de Lasaña Ud. Conoce y serian de su preferencia?

**Cuadro N° 17**

<b>Alternativa</b>	<b>Zamora</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>
Lasaña de carne	11	25.58%
Lasaña de pollo	12	27.90%
Lasaña de camarón	22	51.16%

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras. (Fanny y Gloria).

### **INTERPRETACIÓN**

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas tenemos que el 51.16% tiene preferencia por lasaña de camarón, el 27.90% por lasaña de pollo y un 25.58% por lasaña de carne.

12. ¿En qué presentaciones le gustaría adquirir los productos en la nueva pizzería?

**PIZZA**

**Cuadro N°18**

<b>Alternativa</b>	<b>Zamora</b>		<b>Yanzatza</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Personal (1 porción)	113	82.31	179	89.50
Mediana (4 porciones)	16	12.19	15	7.5
Familiar (8 porciones)	8	5.48	6	3

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras. (Fanny y Gloria).

**INTERPRETACIÓN**

**ZAMORA**

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que en el Cantón Zamora la predisposición por adquirir pizza en tamaño personal es del 82.31%, en tamaño mediana el 12.19% y en tamaño familiar el 5.48%.

**YANZATZA**

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que en el Cantón Yanzatza la predisposición por adquirir pizza en tamaño personal es del 89.5%, en tamaño mediana el 7.5% y en tamaño familiar el 3%.



## LASAÑA

### Cuadro N°19

Alternativa	Zamora	
	F	%
Personal (1 porción)	3	6
Mediana (4 porciones)	6	13
Familiar (8 porciones)	34	81

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora

**Elaborado:** Las autoras. (Fanny y Gloria).

### INTERPRETACIÓN

#### ZAMORA

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que en el Cantón Zamora la predisposición por adquirir lasaña en presentación familiar es del 81%, de tamaño mediana el 13% y en tamaño personal el 6%.

#### YANZATZA

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que en el Cantón Yanzatza no hay predisposición por adquirir lasaña.

**13. Cuánto le gustaría pagar por la porción de productos comercializados por la nueva pizzería?**

**PIZZA**

**Cuadro N° 20**

XM	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
1 – 3 dólares	67	49.07	162	81
4 – 6 dólares	56	40.74	38	19
7– 9 dólares	14	10.18	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>137</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras. (Fanny y Gloria).

**Cuadro N° 20.1**

ALTERNATIVAS	Zamora			Yanzatza		Cm Prom.
	F	XM	Cm Prom.	F	XM	
1 – 3 dólares	67	2	134	162	2	324
4 – 6 dólares	56	5	280	38	5	190
7– 9 dólares	14	8	112	0	8	0
<b>TOTAL</b>	<b>137</b>		<b>526</b>	<b>200</b>		<b>514</b>

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{Zamora PP} = \frac{526}{137} = 3,84 \text{ dólares}$$

El pago promedio que pagarían las familias por las porciones de la comida italiana como la pizza es de 3,84 dólares

$$\text{Yanzatza IP} = \frac{514}{200} = 2,57 \text{ Dólares}$$

El pago promedio que pagarían las familias por las porciones de la comida italiana como la pizza es de 2,57 dólares

## LASAÑA

**Cuadro N° 21**

<b>XM</b>	<b>Zamora</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>
1 – 3 dólares	31	73
4 – 6 dólares	10	23
7 – 9 dólares	2	4
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras. (Fanny y Gloria).

**Cuadro N° 21.1**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Zamora</b>		
	<b>F</b>	<b>XM</b>	<b>Cm Prom.</b>
1 – 3 dólares	31	2	62
4 – 6 dólares	10	5	50
7 – 9 dólares	2	8	16
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>		<b>128</b>

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{Zamora IP} = \frac{128}{43} = 2,98 \text{ dólares}$$

El pago promedio que pagarían las familias por las porciones de la comida italiana como es la lasaña es de 2,98 dólares.

#### 14. ¿Cómo le gustaría que se entregue su pedido?

**Cuadro N° 22**

ALTERNATIVAS	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
En el local	152	84.24	142	71
A domicilio	28	15.75	58	29
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

#### **INTERPRETACIÓN**

##### **ZAMORA**

De acuerdo a los resultados de esta pregunta se obtiene que el 84.24% de familias encuestadas le gustaría consumir su pedido en el local ya que se lo disfrutara de una mejor manera; el 15.75% manifiesta que el pedido sea entregado a domicilio todo debido a la falta de tiempo para llegar hasta el local evitar inconvenientes y se disfruta del ambiente familiar

##### **YANZATZA**

El 71% de familias encuestadas desearían que el pedido que se realice a esta empresa sea a domicilio todo debido a la falta de tiempo para llegar hasta el local, evitar inconveniente siempre y cuando no sea con recarga en el precio; el 29% le gustaría consumir su pedido en el local ya que se lo disfrutara de una mejor manera.

**15. ¿Qué horario le gustaría para disfrutar de la comida que nuestra empresa ofertaría?**

**Cuadro N° 23**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Zamora</b>		<b>Yanzatza</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Mañana	28	15.55	69	34.50
Tarde	98	54.44	41	20.50
Noche	35	19.44	145	72.50
A cualquier hora	132	73.33	64	32.00

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

**INTERPRETACIÓN**

**ZAMORA**

Esta pregunta tiene como finalidad conocer cuál sería el horario que prefieren a la hora de consumir la comida italiana con lo que se obtuvo que. El 73.33% de familias encuestadas desearían disfrutar a cualquier hora de esta comida; el 19.44% en la noche ya que a esta hora se desocupan de sus obligaciones cotidianas; el 54.44% en la tarde; el 15.55% manifiesta que prefieren el horario de la mañana.

**YANZATZA**

El 34.50% de familias encuestadas desearían disfrutar en horario de la mañana de la comida que esta empresa ofrecería; el 20.50% en la tarde; el 72.50% en la noche debido a que es un buen horario para reunirse con toda su familia y disfrutar de estas sabrosas comidas; el 32% manifiesta que pueden consumir esta comida a cualquier hora.

## 16. ¿En qué lugar le gustaría que la empresa estuviera ubicada?

Cuadro N° 24

ALTERNATIVAS	Zamora		Yanzatza	
	F	%	F	%
Norte	0	0	27	13.29
Centro	176	97.77	163	81.64
Sur	4	2.22	10	5.06
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

### INTERPRETACIÓN

#### ZAMORA

Esta pregunta tiene como objeto conocer cuál es el lugar de preferencia para los encuestados sobre la ubicación estratégica de la pizzería lo cual un 97.77% de las familias encuestadas dice que la mejor ubicación sería en el centro debido a la gran multitud de personas y porque la ciudad es pequeña, en tanto que un 2.22% manifiesta que sería factible ubicarlo al sur de la ciudad.

#### YANZATZA

El 13.29% de personas encuestadas desearían que la ubicación de esta empresa sea en el norte debido a que es un lugar muy tranquilo; el 81.64% dice que la mejor ubicación sería en el centro y existirá mayor afluencia de personas, finalmente un 5.06% indica que sería factible ubicarlo al sur de la ciudad.

**17. Indique cuáles son los medios de comunicación más populares de la ciudad?**

**Cuadro N° 25**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>Zamora</b>		<b>Yanzatza</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Radio	160	88.89	176	88
Diario	16	8.89	1	1
TV	4	2.22	23	11
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a familias del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

## **INTERPRETACIÓN**

### **ZAMORA**

El 88.89% de personas encuestadas supieron manifestar que el medio de comunicación más popular de la ciudad es la RADIO debido a que tiene muy buena sintonía entre ellas está la radio integración y la radio Podocarpus; el 2.22% dice que el medio más popular de la ciudad es la TV como es Multicanal debido a que es un nuevo por cual tiene muy buena programación y sintonía; Y EL 8.89% manifiesta que el DIARIO LA HORA es un buen medio de comunicación ya que se puede encontrar novedosas noticias y leerlas con tranquilidad.

### **YANZATZA**

El 88% de personas encuestadas dicen que el medio de comunicación más popular de la ciudad es la RADIO debido a que tiene muy buena sintonía entre ellas está la radio amazonas y la radio romántica; el 11% dice que el medio más popular de la ciudad es la TV como es la TV CATÓLICA LOS ENCUENTROS debido a que es un canal católico por el cual tiene muy buena sintonía; Y EL 1% manifiesta que el DIARIO LA HORA.

## **f.2 ENTREVISTA AL GERENTE PROPIETARIO DEL RESTAURANT NIK KINGS EN ZAMORA**

### **1. De la comida italiana qué plato Ud. vende más.**

El plato que más se vende y que es el único que se ofrece es la pizza.

### **2. De los productos antes mencionados que especialidades son solicitados por sus clientes.**

La propietaria supo manifestar que las especialidades de pizzas solicitadas por los clientes, son: pizza Roma, vegetariana, pizza 4 estaciones, 4 quesos, mediterránea.

### **3. Cuantas porciones de pizzas, vende semanalmente**

Se vende 60 porciones de pizzas,

### **4.Cuál es el precio de venta de cada porción de pizza.**

La propietaria del restaurante supo manifestar que el precio de la porción de pizza más vendida es de \$ 2.00

### **5. En cuanto a la lasaña cuantas porciones vende semanalmente**

La propietaria manifiesta que en su local no se venden lasañas ya que su negocio no es exclusivamente una pizzería, más bien es un restaurante que ofrece comida rápida como papas fritas, hamburguesas.

### **6.Cuál es el tipo de lasaña que más se vende**

No contesta



**7.Cuál es el precio de venta de la lasaña más vendida.**

No contesta

**8. En cuanto al espagueti cuantos vende semanalmente.**

De la misma manera la propietaria menciona que tampoco expende espagueti ya que no tiene acogida.

**9.Cuál es el precio de venta del espagueti más vendido**

No contesta

**10.Qué día es el que mayores ventas ha logrado alcanzar en su negocio.**

El día que más se vende son los fines de semana, especialmente los sábados en la noche, donde todas las familias acuden a este lugar.

### **f.3 ENTREVISTA AL GERENTE PROPIETARIO DE PIZZERÍA “LA VIÑA” EN YANZATZA**

#### **1.- De la comida italiana qué plato Ud. vende más.**

El propietario supo manifestar que el producto más vendido es la pizza, mientras que la lasaña y espagueti se vende en muy pocas proporciones

#### **2.- De los productos antes mencionados que especialidades son solicitados por sus clientes.**

En cuanto a la pizza la especialidad más vendida es la pizza económica que ofrece la pizzería, 4 estaciones, 4 quesos, vegetariana, mediterránea.

#### **3.- En cuanto a la pizza cuantas porciones vende semanalmente.**

El dueño del local nos manifestó que semanalmente vende aproximadamente 130 porciones de pizzas entre todas las variedades.

#### **4.-Cuál es el precio de venta de la pizza más vendida.**

La propietaria del restaurante supo manifestar que el precio de la porción más vendida de pizza es de \$ 2.25.

#### **5.- En cuanto a la lasaña cuantas porciones vende semanalmente**

El dueño del local nos manifestó que semanalmente vende aproximadamente 10 porciones de lasaña.

**6.- Cuál es el tipo de lasaña que más se vende**

El propietario manifiesta que la lasaña más vendida es la de pollo, seguida de la de camarón y carne

**7.- Cuál es el precio de venta de la porción de lasaña más vendida.**

El precio de la porción de lasaña normalmente es de \$ 2.50 aunque depende del tipo de lasaña que el cliente prefiere.

**8.- En cuanto al espagueti cuantas porciones vende semanalmente.**

El dueño del local nos manifestó que semanalmente vende aproximadamente 8 porciones de espagueti.

**9.- Cuál es el precio de venta del espagueti más vendido.**

El precio del espagueti oscila entre \$ 3.5 a \$7.5

**10.- Qué día es el que mayores ventas ha logrado alcanzar en su negocio.**

El propietario indicó que los días de mayores ventas son los fines de semana a partir del viernes en la tarde, sábado y domingo que es el día donde las familias acuden a consumir estos platos.

# DISCUSIÓN

## **g. DISCUSIÓN**

### **g.1 ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado permite establecer las verdaderas posibilidades del mercado para el proyecto, es de suma importancia la información que nos proporciona por que al finalizar su estudio se puede tomar una decisión de inversión. Con la realización de estos estudios se determina la oferta y la demanda, los gustos y preferencias de los consumidores y de esta manera poder satisfacer cada una de sus necesidades.

#### **g.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien o servicio que se va a comercializar y con base en esta información, poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

**Cuadro N° 26**

<b>Población</b>	<b>Zamora</b>	<b>Yanzatza</b>
Familias:	5.447	4.310
TCA	0.2%	1.9%

**Fuente:** INEC. Cálculos Internos Encuestas

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

### g.1.1.1 DEMANDA CANTÓN ZAMORA

#### ESTIMACIÓN DEL CONSUMO PROMEDIO POR FAMILIAS

Cuadro N° 27

Producto	Consumo promedio mensual	FAMILIAS	Consumo total	Consumo anual
PIZZA	3,64	154	561	6.732
LASAÑA	4	61	244	2,928

Fuente: Consumo promedio mensual Zamora pág. 60, 61

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

**Consumo por familia=**  $\frac{\text{Consumo anual total}}{\text{Muestra de consumo}}$

#### PIZZA

**Consumo por familia=**  $\frac{6.732}{154} = 43,71$  porciones de pizzas al año por familia

#### LASAÑA

**Consumo por familia=**  $\frac{2.928}{61} = 48$  porciones de lasañas al año por familia

#### **g.1.1.1.1 DEMANDA POTENCIAL**

La demanda potencial, está constituida por el porcentaje de la población que en forma general consume o estaría dispuesta a adquirir el producto de comida italiana. La demanda potencial está conformada por las 3.262 familias residentes en el cantón Zamora. El porcentaje determinado en el cuadro está sustentado mediante las encuestas realizadas en el estudio de mercado.

**Cuadro N° 28**

<b>Población de Zamora</b>	<b>Demanda potencial 59.88%</b>
5.447	3262

**Fuente:** Porcentaje % del cuadro N° 6 Zamora

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

#### **g.1.1.1.2 DEMANDA REAL O ACTUAL**

De las 3.262 familias habitantes de la localidad que constituyen el 100% de la demanda potencial, se segmenta y el 71.62% ha degustado pizza y un 28.37% ha degustado lasaña, así obtenemos la demanda real o actual de comida italiana.

## Cuadro N° 29

### Demanda Real de Comida Italiana

Detalle	Familias	Consumo Actual	DEMANDA REAL
Pizza	3262	71.62%	2336
Lasaña	3262	28.37%	925

**Fuente:** Porcentaje % cuadro N°9 Zamora

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

#### g.1.1.1.3 DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de bienes y servicios que en la práctica son requeridos por el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

Para determinar la demanda efectiva nos basamos en la pregunta N° 9 de la encuesta aplicada, en la que se consulta ¿Qué tipo de comida italiana le gustaría degustar en esta pizzería?, en donde:

## Cuadro N°30

Detalle	Demanda real Familias	Consumo Actual	DEMANDA EFECTIVA
Pizza	2336	76.27%	1782
Lasaña	925	23.72%	219

**Fuente:** Demanda Real y porcentaje % Cuadro N° 15 Zamora

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).



## Demanda Efectiva por porciones

Cuadro N° 31

Detalle	Demanda efectiva Familias	Consumo promedio por familia	Demanda Efectiva por porciones
Pizza	1782	43,71	77891
Lasaña	219	48	10512

Fuente: Demanda Efectiva y Consumo promedio pág. 80

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

## Proyección de la demanda efectiva

Cuadro N° 32

Años	Demanda efectiva por porciones (0,2%)	
	Pizza	Lasaña
1	77891	10512
2	78047	10533
3	78203	10554
4	78359	10575
5	78516	10596

Fuente: Cuadro N° 31

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

Se procedió a realizar la proyección de la demanda efectiva por porciones de (pizza y lasaña) con la tasa de crecimiento del 0.2% para todos los años, de manera que para el quinto año se contará con una demanda de **78.516** porciones de pizzas y **10.596** porciones de lasaña.

#### **g.1.1.1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en el momento preciso y a un precio determinado.

Este estudio se analizó determinando el número de restaurantes que ofrezcan productos similares a los que Pizzería Roma pretende ofrecer, en este caso como son pizzas y lasaña a más de la cantidad que los mismos ofrecen, para ello se realizó un observación directa en el Cantón Zamora. Para determinar la oferta actual de la pizza se toma en cuenta los siguientes datos:

#### **Cuadro N° 33**

#### **Oferta actual**

<b>Venta Semanal</b>	<b>Venta Anual (52 Semanas)</b>
60 porciones	3.120

**Fuente:** Entrevista propietaria del restaurante Nick King pág. 75

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

De esto se deduce que la oferta de la pizza es reducida en tanto no existe una producción constante.

Así mismo se menciona que la lasaña no tiene oferta por cuanto no existen proveedores que se dediquen a la producción de este tipo de comida y no tiene productos sustitutos por cuanto la oferta será de cero.

## Proyección de la Oferta de Pizza

Cuadro N° 34

AÑOS	CONSUMO ANUAL
1	3.120
2	3.126
3	3.132
4	3.138
5	3.144

Fuente: Cuadro N°33 TCA 0.2%

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

Para la proyección anual de la oferta de la pizza se toma la tasa de crecimiento poblacional que es del 0,2% puesto que no existe un porcentaje exacto de crecimiento en las ventas de manera que para el quinto año se contará con una oferta de **3,144** porciones de pizza.

### g.1.1.1.5 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es el balance entre oferta y demanda, en nuestro estudio se debe realizar un balance entre la cantidad de comida italiana ofertada por los negocios que la expenden, en esta caso podemos observar que la más solicitada es la pizza en tanto que la lasaña no tiene oferta en Zamora.

## DEMANDA INSATISFECHA

Cuadro N° 35

Producto	Demanda Efectiva Anual	Oferta Anual	Demanda Actual Insatisfecha
Pizza	77891	3.120	74718
Lasaña	10512	0	10512

Fuente: Cuadro N° 31 y N° 33

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

## Proyección de la Demanda insatisfecha

Cuadro N° 36

AÑOS	Pizza			Lasaña		
	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
1	77891	3.120	74771	10512	0	10512
2	78047	3.126	74921	10533	0	10533
3	78203	3.132	75070	10554	0	10554
4	78359	3.138	75221	10575	0	10575
5	78516	3.144	75371	10596	0	10596

Fuente: Cuadro N° 32 y N° 34

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

### g.1.1.2 DEMANDA CANTÓN YANZATZA

#### ESTIMACIÓN DEL CONSUMO PROMEDIO POR FAMILIAS

Cuadro N° 37

Producto	Consumo promedio mensual	Familias	Consumo total	Consumo anual
PIZZA	3,95	200	790	9480
LASAÑA	1,2	11	13,20	158,4

Fuente: Consumo promedio mensual Yanzatza pág. 60, 61

Elaborado: Las autoras (Fanny y Gloria).

**Consumo por familia=  $\frac{\text{Consumo anual total}}{\text{Muestra de consumo}}$**

#### PIZZA

**Consumo por familia=  $\frac{9480}{200} = 47,40$**  porciones de pizza al año por familia

#### LASAÑA

**Consumo por familia=  $\frac{158,4}{11} = 14,4$**  porciones de lasaña al año por familia

### g.1.1.2.1 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial, está constituida por el porcentaje de la población que en forma general consume o estaría dispuesta a adquirir el producto de comida italiana. La demanda potencial está conformada por las 4310 familias residentes en el cantón Yanzatza. El porcentaje determinado en el cuadro está sustentado mediante las encuestas realizadas en el estudio de mercado.

### CUADRO N° 38

Población de Yanzatza	Demanda potencial 60%
4310	2586

**Fuente:** Porcentaje % Cuadro N°6 Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

#### g.1.1.2.2 DEMANDA REAL O ACTUAL

Las 2586 familias habitantes de la localidad que constituyen el 100% de la demanda potencial, se segmenta y el 94,78% ha degustado pizza y un 5,21% ha degustado lasaña, así obtenemos la demanda real o actual de comida italiana.

#### Demanda Real De Comida Italiana Cuadro N° 39

Detalle	Familias	Consumo Actual	DEMANDA REAL
Pizza	2586	94.78%	2451
Lasaña	2586	5.21%	135

**Fuente:** Porcentaje % cuadro N° 9 Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

### g.1.1.2.3 DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva nos basamos en la pregunta N° 9 de la encuesta aplicada, en la que se consulta ¿Qué tipo de comida italiana le gustaría degustar?, en donde:

**Cuadro N° 40**

<b>Detalle</b>	<b>Demanda real Familias</b>	<b>Consumo Actual</b>	<b>Demanda Efectiva</b>
Pizza	2451	100%	2451

**Fuente:** Demanda Real y porcentaje % Cuadro N° 15 Yanzatza

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

### **Demanda Efectiva por Porciones**

**Cuadro N° 41**

<b>Detalle</b>	<b>Demanda efectiva Familias</b>	<b>Consumo promedio</b>	<b>Demanda Efectiva por porciones</b>
Pizza	2451	47,4	116177

**Fuente:** Demanda efectiva y consumo promedio pág. 88

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

Para efectos del presente proyecto, se decide que en el cantón Yanzatza solo se producirá pizza ya que otro tipo de comida italiana no tendría acogida.

## Proyección de la demanda efectiva de Pizza

**Cuadro N° 42**

<b>Años</b>	<b>Pizza (1,9%)</b>
1	116177
2	118384
3	122925
4	125261
5	127641

**Fuente:** Cuadro N° 41, T.C.A. 1.9%

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

Se procedió a realizar la proyección de la demanda efectiva de la pizza con la tasa de crecimiento del 1,9% para todos los años, de manera que para el quinto año se contará con una demanda de **127.641** porciones de pizzas.

### **g.1.1.2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

En el caso del Cantón Yanzatza se realizó una observación minuciosa para determinar el número de restaurantes que ofrezcan productos similares a los que Pizzería Roma pretende ofrecer, en este caso será una sucursal dedicada a la producción de Pizzas. Donde se pudo constatar que existe una Pizzería donde se ofrece un producto similar, lo cual se pudo tomar en cuenta los siguientes datos.

**Cuadro N° 43**

### **Oferta actual**

<b>Venta semanal</b>	<b>Venta anual (52 semanas)</b>
130porciones	6760

**Fuente:** Entrevista propietaria de Pizzería La Viña pág.76

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).



## Proyección de la Oferta de Pizza

**Cuadro N°44**

<b>Anos</b>	<b>Consumo anual</b>
1	6760
2	6888
3	7019
4	7153
5	7289

**Fuente:** Cuadro N°43 TCA 1.9%

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

Para la proyección anual de la oferta de la pizza se toma la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,9% puesto que no existe un porcentaje exacto de crecimiento en las ventas de manera que para el quinto año se contará con una oferta de 7.289 porciones de pizzas.

### **g.1.1.2.5 DEMANDA INSATISFECHA**

La demanda insatisfecha es el balance entre oferta y demanda, en nuestro estudio se debe realizar un balance entre la cantidad de comida italiana ofertada por los negocios que la expenden, en esta caso podemos observar que la más solicitada es la pizza.

## **DEMANDA INSATISFECHA**

**Cuadro N° 45**

<b>Producto</b>	<b>Demanda Efectiva Anual</b>	<b>Oferta Anual</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
Pizza	116177	6760	109417

**Fuente:** Cuadros N° 41, 43

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

## Proyección de la Demanda insatisfecha

**Cuadro N° 46**

AÑOS	Pizza		
	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
1	116177	6.760	109417
2	118384	6.888	111496
3	122925	7.019	115906
4	125261	7.153	118498
5	127641	7.289	120352

**Fuente:** Cuadro N° 42 y N° 44

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

### **g.1.2 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

En este aspecto se analiza las estrategias de comercialización para la apertura de las nuevas sucursales de Pizzería Roma en el cantón Zamora y Yanzatza, las cuales se determinarán analizando las 4Ps (producto, precio, plaza y promoción), se analiza el mercado competitivo al cual se enfrentará y la aceptación que tendrá a futuro. Pizzería Roma es una empresa lojana que se encuentra ubicada en la ciudad Loja.

Para lo cual se realiza un proyecto de factibilidad para la ubicación de una sucursal en el Cantón Zamora y Yanzatza, la finalidad del proyecto es buscar el nivel de aceptación de los consumidores en los cantones antes mencionados para una nueva opción de comidas rápidas como es la comida italiana.

Para este fin, se ha elaborado un estudio de mercado que permita entender el comportamiento y las preferencias del consumidor, además de conocer la competencia a la cual se enfrentará Pizzería Roma en el mercado local.

### **MISIÓN**

“Pizzería Roma es una empresa especializada en gastronomía italiana, profundamente comprometida con la satisfacción de nuestros clientes, bajo un adecuado posicionamiento de nuestra marca, garantizando higiene,

calidad, puntualidad y sabor, brindando una atención de excelencia, y cuidando cada detalle de la atención a nuestros clientes”.

## **VISIÓN**

“La empresa Lojana Pizzería Roma dedicada a la venta de comida italiana tiene como visión ampliar su participación en el mercado mediante la creación de sucursales demostrada por su presencia en las más importantes ciudades del país y con una sólida gestión de procesos que garanticen satisfacción de sus clientes”.

## **VALORES**

### **Orientación al cliente**

Predisposición para ayudarlo y servirlo, escuchando, descubriendo, analizando y detectando sus necesidades.

### **Trabajo en equipo**

Trabajo eficaz en grupo, para alcanzar todos los mismos objetivos.

### **Responsabilidad**

Manteniendo al día todas las tareas y funciones de cada puesto para lograr los objetivos propuestos.

## **Iniciativa**

Anticiparse a cualquier situación, proponiendo soluciones innovadoras y buscando nuevas oportunidades.

## **Honestidad**

Comportarse con claridad, humildad, honradez, respeto y mentalidad constructiva.

## **Desarrollo de personas**

Ofrecemos oportunidades para mejorar las capacidades y/o habilidades individuales, a fin de fomentar el progreso de las personas en pro de la excelencia profesional.

## **Liderazgo**

Capacidad para conseguir un alto rendimiento de un grupo.

## **POLÍTICAS DE LA EMPRESA**

- La atención del local será de miércoles a domingo en horario de 13h00 a 21h00.
- Todo el personal de la empresa debe contar con su respectivo uniforme por lo que tendrá que llegar al local 15 minutos antes de iniciar su horario de trabajo para estar debidamente uniformado.

- En el caso de atraso o falta, el empleado está obligado a recuperar el tiempo perdido.
- Prohibido sacar paquetes o fundas del local.
- El teléfono de la empresa no debe usarse para llamadas personales a menos que sea una situación de emergencia.
- Mantener un ambiente de trabajo agradable y de respeto
- No se permitirá a los empleados y trabajadores realizar sus funciones en estado etílico.
- La empresa sancionará la mala conducta de los empleados y trabajadores de tres formas: 1) hará una amonestación verbal, 2) la amonestación será por escrito y la 3) habrá despido o terminación del contrato.

## **PRODUCTO**

**Pizza**



**Lasaña**



Los principales productos que se ofrecerá en la sucursal de pizzería Roma es la pizza y lasaña, estos productos serán elaborados a base de ingredientes naturales por ello serán productos saludables y muy deliciosos para quienes lo prefieran.

Para efectos del presente proyecto, se ofrecerá a los consumidores, pizza y lasaña en el cantón Zamora y Pizza en el cantón Yanzatza, las mismas que serán elaboradas en unidades para luego ser vendidas en porciones, esto de acuerdo a la preferencia de los consumidores enunciada en el Cuadro N°18 que refiere la preferencia por consumir estos productos en tamaño personal o porciones, cabe mencionar que cada unidad ya sea de pizza o lasaña contiene 8 porciones.

De acuerdo a los gustos, preferencias obtenidas en el estudio de mercado, esta empresa producirá 5 variedades de pizza en los cantones de Zamora y Yanzatza; en tanto que la lasaña se producirá 3 variedades en el cantón Zamora, sin embargo también a parte se podrá vender pizzas y lasañas enteras o en tamaño familiar, aunque tienen menor acogida, la descripción de productos e ingredientes, se presenta a continuación:

**Cuadro N° 47**

<b>PIZZAS</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>INGREDIENTES</b>
<b>Pizza (económica)</b>	Familiar, mediana, personal	Salsa de tomate, queso mozzarella , pimientos, jamón, tocino, aceitunas, orégano
<b>Pizza 4 Estaciones</b>	Familiar, mediana, personal	Salsa de tomate , queso mozzarella, jamón, champiñones, salame pimientos , orégano
<b>Pizza Vegetariana</b>	Familiar, mediana, personal	salsa de tomate, queso mozzarella, pimienta coliflor , champiñones cebolla ,zanahoria , aceitunas , ajonjolí, orégano
<b>Pizza 4 Quesos</b>	Familiar, mediana, personal	Salsa de tomate, queso mozzarella, suizo, gouda y parmesano
<b>Pizza Mediterránea</b>	Familiar, mediana, personal	Salsa de tomate, queso mozzarella, camarones perejil , orégano
<b>LASAÑA</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>INGREDIENTES</b>
Lasaña de carne	Personal	Pasta, carne de res, tomate, queso mozzarella, salsa blanca, y queso parmesano.
Lasaña de pollo	Personal	Pasta, pechuga de pollo, salsa blanca, queso mozzarella, parmesano
Lasaña de camarón	Personal	Salsa rosa y blanca, queso mozzarella y parmesano, camarones

**Fuente:** Matriz Pizzería Roma – Loja

**Nota:** la masa tipo base elaborada con harina de trigo sirve para todos los tipos de pizza, en tanto que para la lasaña es una masa tipo espagueti sin cortar la misma que sirve para todos los tipos de lasaña



## **Política**

Los productos estarán garantizados por su calidad ya que se seleccionará la mejor materia prima para elaborar estos productos a un precio conveniente, los principales distribuidores de la materia prima serán empresas reconocidas por la administración de la Matriz de Pizzería Roma como son: Cafrilosa, Malca, Ecolac, ILE entre otros, así mismo se contarán con distribuidores de la provincia de Zamora Chinchipe con la finalidad de ahorrar tiempo y dinero.

Al momento de preparar los alimentos se realizará un control diario a los productos o ingredientes que sean utilizados para preparar el producto final con el fin de brindar a los clientes productos frescos y conservando siempre los más altos niveles de calidad para el consumo.

## **Estrategia**

Cada porción de pizza y lasaña serán servidas en vajilla debidamente presentada, la misma que llevará en la parte inferior el logotipo de la pizzería.

## **SERVICIO**

### **Política**

Se les proporcionará un lugar amplio y limpio en donde las personas puedan realizar sus consumos cómodamente para lo cual se contarán con el

personal idóneo para que realicen estas labores tanto en la parte interna del local como en su exterior.

### **Estrategia**

Para una mejor presentación del personal que laborará en la empresa se tiene previsto la utilización de indumentaria adecuada principalmente para quienes preparan los alimentos, manteniendo ante todo su pulcritud y aseo dando una buena imagen a los clientes que visiten el local.

### **PRECIO**

El precio es una de las variables fundamentales para la empresa debido a que tiene una influencia directa sobre los beneficios, porque del precio y de la cantidad vendida dependen los ingresos de la empresa.

### **Política**

Para la fijación de los precios de los productos a ofrecerse en la Sucursal de Pizzería Roma en el cantón Zamora y Yanzatza se basarán sumando los costos reales de producción, un margen de utilidad además se tomará en cuenta el precio de la competencia.

### **Estrategia**

La forma de pago el cliente la realizará al contado y la cancelación será al momento de hacer el pedido.

## **PLAZA**

La plaza también llamada canal sitio o cobertura es el lugar o mercado al cual va dirigido el producto, es decir, como ponen a disposición de los usuarios o consumidores las ofertas y las hacen accesibles a ellos.

## **Política**

La pizzería se encontrará ubicada en un punto estratégico donde se permita reducir los costos para el cliente.

## **Estrategia**

El servicio de esta sucursal estará dirigido hacia las familias de determinado cantón, considerando a las familias como principales compradores por lo que el canal de distribución a utilizarse es: Empresa (Pizzería Roma)- consumidor Final (clientes).



Optaremos por este canal de distribución con el objetivo principal de brindar a los consumidores productos con precios competitivos, sin la necesidad de que estos pasen por mediadores con esto los clientes obtendrán productos con mejor cuidado y conservando siempre sus condiciones de consumo.

## **PROMOCIÓN - PUBLICIDAD**

Es uno de los instrumentos fundamentales del marketing. Con la promoción la empresa pretende transmitir las cualidades del producto a sus clientes, para que estos se vean impulsados a adquirirlos.

Es decir consiste en un mecanismo de transmisión de información.

### **Políticas**

- La publicidad se realizará en la radio y periódico mientras exista la empresa.
- Se realizará una promoción por apertura del local donde se utilizaran hojas volantes y para la comercialización tarjetas de presentación.
- Se contará con un rótulo

### **Estrategias**

La sucursal de Pizzería Roma con la finalidad de dar a conocer su existencia utilizará el medios de comunicación más ventajosos y sintonizados por las familias.

En el cantón Zamora, el medio de comunicación más utilizado es la radio Integración y en el cantón Yanzatza la radio Amazonas, información que se la obtuvo en base a la encuesta aplicada, además se utilizará el periódico de mayor circulación para darnos a conocer. Ver interpretación pregunta # 17 de la encuesta.

Además se utilizarán hojas volantes y tarjetas de presentación para la comercialización.

Por apertura de la pizzería, por la compra de una pizza o una lasaña lleve gratis la bebida gaseosa.



**POR LA COMPRA DE UNA PIZZA  
FAMILIAR  
LLEVE GRATIS UNA GASEOSA**

Se contará con la instalación de un rotulo a las afueras de la pizzería de manera que permita ser identificada con facilidad por los clientes y pueda ser distinguida de la competencia.

## **POST VENTA:**

La filosofía de Postventa ocupa un rol fundamental en la política de una organización, que centra sus objetivos en la satisfacción del cliente. El valor agregado de un producto se pone de manifiesto a través de una serie de servicios, con el propósito de brindar a los usuarios la calidad y la confiabilidad.

El servicio de la postventa “PIZZERÍA ROMA” se centrará directamente y se ejecutará de la siguiente manera.

### **Política**

Los empleados estarán a disposición de los clientes para cualquier inconveniente que se les presente.

### **Estrategias**

**Garantía:** Devolución del producto en caso de alteraciones o falencias tanto en el contenido como en el empaque del mismo.

**Buzón de sugerencias** donde el cliente pueda expresar sus opiniones y comentarios y tomarlos en cuenta y de esta manera mejorar.

Junto a la factura se entregará un documento para que el cliente califique el servicio y lo deposite en el buzón de sugerencias.

## FORMATO EVALUACIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE



### SERVICIO DEL PERSONAL

De la cajera                    Excelente ( )    Bueno    ( )    Malo    ( )  
Del mesero                    Excelente ( )    Bueno    ( )    Malo    ( )  
Del administrador           Excelente ( )    Bueno    ( )    Malo    ( )

### DEL PRODUCTO

El sabor fue:                    Excelente ( )    Bueno    ( )    Malo    ( )  
La presentación:              Excelente ( )    Bueno    ( )    Malo    ( )  
  
La calidad:                      Excelente ( )    Bueno    ( )    Malo    ( )

### EL PRECIO:

Muy de acuerdo    ( )    De acuerdo    ( )    En desacuerdo    ( )

Sugerencias.....  
.....

## **g.2 ESTUDIO TÉCNICO**

En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para el proceso de producción en la Pizzería Roma como son las pizzas y lasañas. Aquí se consideran los datos obtenidos por el estudio de mercado para determinar la tecnología adecuada, el espacio físico y los recursos materiales y talentos humanos, se describe el tamaño que tendrá la planta a implementarse, la localización y diseño.

### **g.2.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

Se refiere al tipo de empresa que vamos a implantar y al lugar donde estará ubicada.

#### **g.2.1.1 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Para determinar el tamaño del proyecto se debe tomar en consideración el estudio de mercado, por consiguiente este se determina en función de los resultados obtenidos en el análisis de la demanda y oferta en especial en lo que respecta a la determinación de la demanda por el principal plato de la comida italiana como es la pizza.



### **g.2.1.1.1 CAPACIDAD INSTALADA**

Es la capacidad total que tiene la Planta Productiva y que tiene relación directa con la cantidad de productos que se cubrirá de la Demanda Insatisfecha.

La capacidad instalada está determinada por el rendimiento o producción máxima, que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo. La empresa a implementarse laborará 5 días a la semana de miércoles a domingo, con un total de 260 días al año.

## **ESTUDIO DEL TAMAÑO DEL PROYECTO CANTON ZAMORA Y YANZATZA**

### **CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL HORNO**

#### **Pizza**

Tanto en el cantón Zamora como en Yanzatza, la Pizzería Roma para producción de pizza contará con un horno de dos bandejas, cuyo tiempo promedio de horneado es de 25 minutos por cada proceso de producción.

Por tanto en cada día se realizarán 19 producciones que multiplicadas por 25 minutos de tiempo promedio para el horneado, se tendrá un total de 475 minutos al día, a esto se suman 5 minutos de precalentado del horno, dando un total de 480 minutos al día, equivalente a 8 horas día; siendo esta la capacidad diseñada del sistema para esta empresa.

### **Lasaña**

Para este tipo de producto la pizzería en el Cantón Zamora, tendrá un horno de una bandeja, cuyo tiempo promedio de horneado es de 25 minutos por cada proceso productivo. En el día se realizarán 8 producciones que multiplicadas por los 25 minutos de horneado tenemos 200 minutos de producción diariamente.

### **Producción Zamora y Yanzatza**

En el Cantón Zamora y Yanzatza la capacidad de producción total anual de la empresa es de 79040 porciones (9880 unidades) de pizza. En cuanto que a la lasaña, esta se producirá solamente en el Cantón Zamora con una capacidad de producción 16640 porciones (2080 unidades), en el Cantón.

Cuyos datos se explican a continuación:

**Cuadro N° 48**

Zamora									
	N° Prod.	Capacidad del horno	Total diaria		Días laborales en semana	Total semanal (5 días)		Total anual (52 semanas)	
	diaria		unidades	Porciones (8 )		unidades	porciones	Unidades	Porciones
Pizza	19	2 pizzas	38	304	5	190	1520	9880	79040
Lasaña	8	1 lasaña	8	64	5	40	320	2080	16640

**Fuente:** Cálculos internos, Matriz Pizzería Roma

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

**Cuadro N° 49**

Yanzatza								
	N° Prod. diaria	Capacidad del horno	Total pizzas diarias		Total semanal (5 días)		Total anual (52 semanas)	
			Unidades	porciones	Unidades	Porciones	Unidades	Porciones
Pizza	19	2 pizzas	38	304	190	1520	9880	79040

**Fuente:** Cálculos internos, Matriz Pizzería Roma

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria).

## PRODUCCIÓN ANUAL DE PIZZA Y LASAÑA PARA LOS 5 AÑOS DE

### VIDA UTIL

#### ZAMORA

**Pizza.-** Para efectos del proyecto se iniciará con 9 producciones diarias, para el primer año de vida del Proyecto, equivalente a:

9 prod. X 2 latas del horno = 18 pizzas (unidades) al día

18 pz/ día. X 5 días laborables = 90 pz/ (unidades) semanales

90pz/ semana x 52 semanas = 4680 pz / (unidades) anuales

4680pz (unidades) anuales x 8 porciones = 37440 porciones al año, equivalente al 47.37% de la capacidad diseñada de la empresa.

**Lasaña.-** en el primer año se iniciará con 2 producciones diarias, todo el primer año de vida útil del proyecto

2 prod. x 1 lasaña(un refractario de vidrio) = 2 lsñ (unidades) al día

2 lasñ. X 5 días laborales = 10 lsñ. (Unidades)/ Semanal,

10 lsñ/ semanal x 52 semanas = 520 lsñ. (Unidades) / Anuales

520 lsñ/ anuales x 8 porciones c/ u = 4160 porciones al año, equivalente al 25% de la capacidad diseñada.

## **YANZATZA.-**

**Pizza.-** Para efectos del presente proyecto se iniciará con 15 producciones diarias para el primer año de vida útil.

15 prod. de pizza x 2 latas de horno= 30 pz (unidades) / día

30pz/ día. X 5 días laborales = 150 pz (unidades) / semana

150 pz/ semanal. x 52 semanas = 7800 pizzas anuales x 8 porciones (que tiene cada unidad) obtenemos un resultado equivalente a 62400 porciones que corresponde al 78.94% de la capacidad diseñada.

El cálculo para determinar la capacidad utilizada así como los demás indicadores técnicos y financieros, se lo realizará en porciones, ya que el mayor porcentaje de demanda, indica su preferencia por adquirir estos productos en presentación personal o porción.

A continuación se describe el porcentaje de capacidad instalada para la producción de pizza y lasaña en relación a la capacidad diseñada de la planta:

**Cuadro N° 50**

Años	Zamora						Yanzatza		
	PIZZA			Lasaña			Pizza		
	N° prod/día	Producción anual en porciones	Porcentaje de utilización	N° Prod/día	Producción anual en porciones	Porcentaje de utilización	N° prod/día	Producción anual en porciones	Porcentaje de utilización
1	9	37440	47,37%	2	4160	25.00%	15	62400	78.94%
2	10	41600	52,63%	3	6240	37.50%	16	66560	84.21%
3	11	45760	57,89%	4	8320	50.00%	17	70720	89.47%
4	12	49920	63,16%	5	10400	62.50%	18	74880	94.73%
5	13	54080	68,42%	5	10400	62.50%	19	79040	100%

**Fuente:** Cálculos internos

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria).

Así mismo hay que anotar que se producirá lasaña solo para la sucursal del cantón Zamora, ya que en este cantón existe una demanda representativa de este producto.

### **g.2.1.1. CAPACIDAD UTILIZADA**

Es un porcentaje de la capacidad instalada, que se calcula tomando en cuenta las diversas condiciones que se pueden presentar en la producción, como mantenimiento de maquinaria, fallas de la maquinaria, problemas de la adquisición de materia prima.

La capacidad utilizada, es el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea atender o cubrir durante un periodo determinado.

Para el presente estudio se han considerado la demanda existente (demanda insatisfecha) para los 5 años de vida útil, tomando en cuenta la capacidad de producción según el cuadro N°50, indicándose el porcentaje a cubrir tanto para la pizza y lasaña en los cantones de Zamora y Yanzatza.

Durante los 5 años de vida útil del proyecto se elaboraran unidades tanto de pizza como de lasaña, sin embargo se comercializarán en porciones, a continuación presentamos un cuadro que refiere las cantidades a producirse, cabe recalcar que cada unidad está compuesta por 8 porciones.

**Cuadro N° 51**

Años	Zamora				Yanzatza	
	Pizza		Lasaña		Pizza	
	Unidades	Porciones	Unidades	Porciones	Unidades	Porciones
1	4680	37440	520	4160	7800	62400
2	5200	41600	780	6240	8320	66560
3	5720	45760	1040	8320	8840	70720
4	6240	49920	1300	10400	9320	74880
5	6760	54080	1300	10400	9880	79040

**Fuente:** Cálculos, capacidad Instalada

**Elaboración:** Las Autoras (Gloria y Fanny)

**CAPACIDAD UTILIZADA**

**Cuadro N° 52**

Años	Zamora						Yanzatza		
	Pizza			Lasaña			Pizza		
	Demanda existente	Capacidad de producción	Porcentaje a cubrir	Demanda existente	Capacidad de producción	Porcentaje a cubrir	Demanda existente	Capacidad de producción	Porcentaje a cubrir
1	74771	37440	50,07%	10512	4160	39.57%	109370	62400	57.05%
2	74921	41600	55,53%	10533	6240	60.76%	111448	66560	59.72%
3	75070	45760	60,96%	10554	8320	80.85%	113565	70720	62.27%
4	75221	49920	66,36%	10575	10400	98.34%	115723	74880	64.70%
5	75371	54080	71,75%	10596	10400	98.15%	117922	79040	67.02%

**Fuente:** demanda insatisfecha Zamora cuadro N° 36, Yanzatza cuadro N°46 y cuadro N° 50

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria).

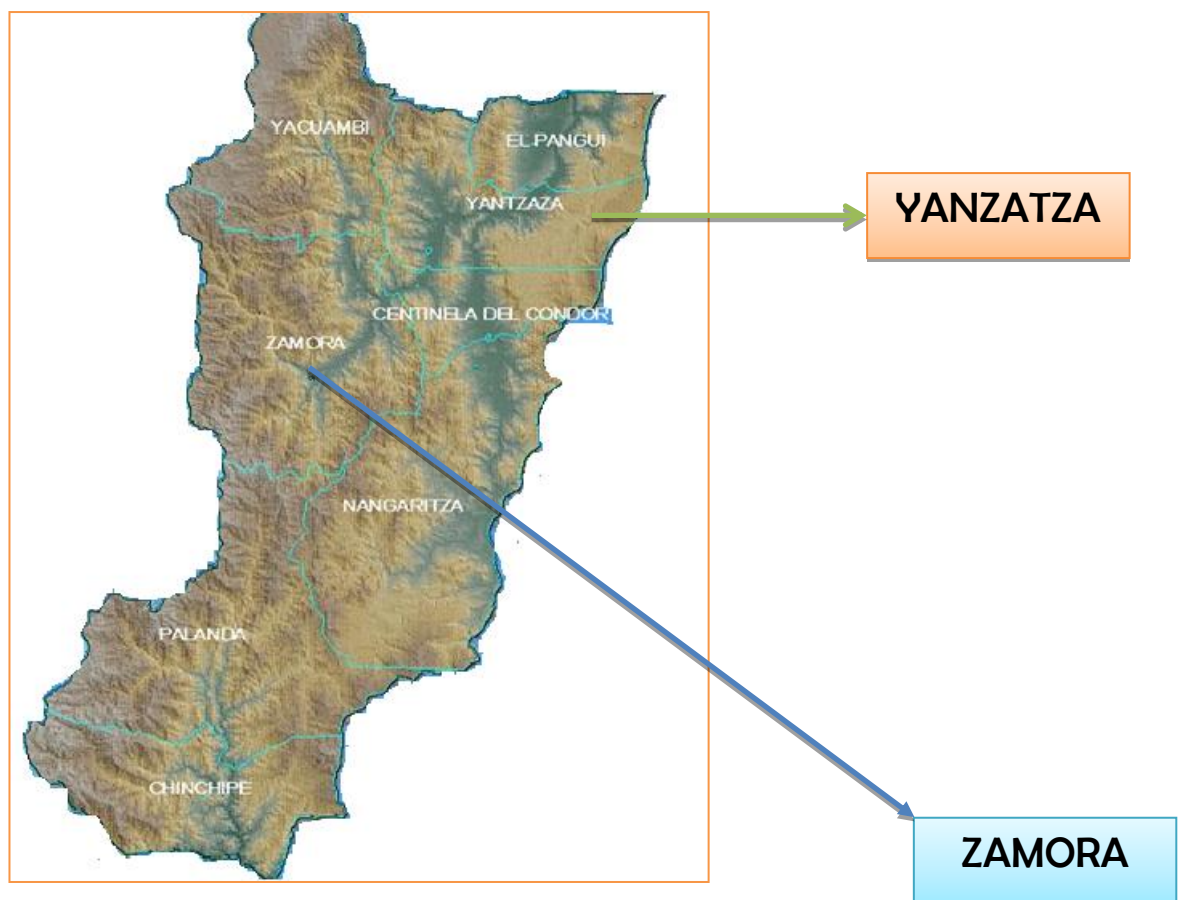


## g.2.1.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### g.2.1.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Las Sucursales de Pizzería Roma estarán ubicada en el cantón Zamora y Yanzatza de la Provincia de Zamora Chinchipe.

Gráfico N° 1



Elaborado: Las Autoras

#### **g.2.1.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN DE LAS PIZZERÍAS DE ZAMORA Y YANZATZA**

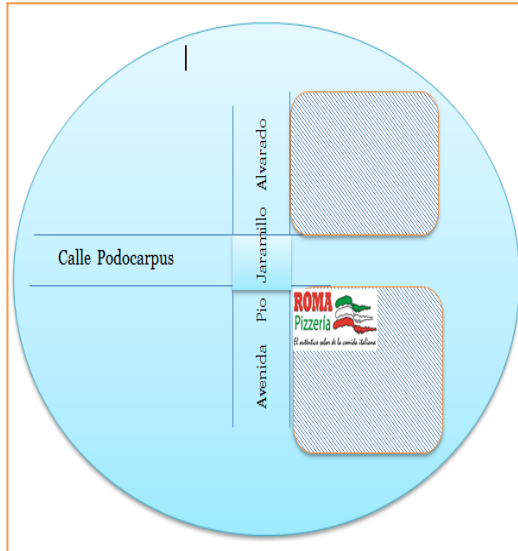
Para establecer la micro localización se ha tomado como referencia los resultados de la encuesta en la pregunta N° 16, cuadro N° 24 de los resultados obtenidos en cuanto al porcentaje más alto de las encuestas aplicadas.

La pizzería estará ubicada en el centro del cantón Zamora en las calles Pio Jaramillo Alvarado y Podocarpus esquina. Se arrendara un local para su funcionamiento, el mismo que cuenta con un adecuado espacio físico con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono, transporte, etc.) con la finalidad de brindar mayor confort a los clientes.

La pizzería estará ubicada en el centro del cantón Yanzatza en las calles: Iván Riofrio entre Armando Arias y Luis Bastidas, se arrendara un local para su funcionamiento, el mismo que cuenta con un adecuado espacio físico con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono, transporte, etc.) con la finalidad de brindar mayor confort a los clientes.

**Gráfico N° 2**

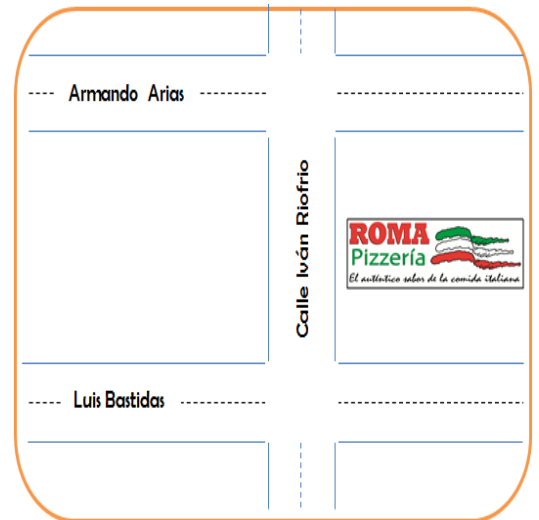
**Localización Zamora**



Elaborado: Las Autoras

**Gráfico N° 3**

**Localización Yanzatza**



### **g.2.1.2.3. FUERZAS LOCALIZACIONALES**

#### **Disponibilidad de mano de obra**

En el Cantón Zamora y Yanzatza existe suficiente personal disponible para que la empresa pueda abastecerse del mismo, es por ello que se seleccionara el personal idóneo y apto para cada actividad y cargo que tiene que desempeñar.

#### **Disponibilidad de materia prima.**

El abastecimiento de la materia prima como el jamón, queso, camarón, harina de trigo para la elaboración de pizzas y lasañas tanto para el cantón Zamora y Yanzatza se encargará de entregar la matriz de la Pizzería Roma ubicada en la ciudad de Loja.

## **Mercado**

El presente proyecto tiene la finalidad de satisfacer las necesidades de las familias que consumen comida italiana principalmente la pizza y lasaña por cuanto en el cantón Zamora no existe alguna empresa que se dedique a la elaboración exclusiva de estos productos por consiguiente existe una alta demanda insatisfecha, en tanto que en el cantón Yanzatza existe solamente una pizzería sin embargo esta no satisface las necesidades de la población

### **g.2.2. INGENIERIA DEL PROYECTO**







Es la parte técnica del proyecto que tiene que ver con las etapas de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

Sirve para determinar las inversiones requeridas, y proporciona las bases para el estudio financiero.







### **FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PIZZA, LASAÑA (PARA UN DIA DE PRODUCCION)**

Permite describir simbólicamente el proceso de elaboración de un producto.

La simbología que se utiliza en este diagrama es la siguiente:

	Operación, cambio o transformación al producto
	Transporte, movilización
	Almacenamiento: Materia prima, producto terminado
	Demora en el proceso de producción
	Inspección, control en el proceso productivo
	Operación combinada, dos operaciones a la vez.





### FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA MASA BASE PARA PIZZA

SIMBOLOGIA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
	Selección y pesado de materia prima	5 min.
	Mezcla de ingredientes	3 min.
	Amasado y Moldeado	4 min
	Pre horneado	4 min
	Enfriado	2 min
	Almacenado	2 min
<b>TOTAL</b>		<b>20 min</b>

Elaborado: Las autoras

**Nota:** el primer año un máximo de 15 producciones al día en el cantón Yanzatza con un tiempo de 20 minutos cada producción dando un total de 300 minutos equivalente a 5 horas diarias, que son las que laborará el ayudante de cocina en la mañana.

**FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA MASA  
BASE PARA LASAÑA**

<b>SIMBOLOGIA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TIEMPO</b>
	Selección y pesado de materia prima	3 min.
	Mezcla de ingredientes	2 min.
	Amasado	3 min
	Leudado	5 min
	Moldeado	2 min
	Pre horneado	8 min
	Enfriado	2 min
	Almacenado	5 min
<b>TOTAL</b>		<b>30 min</b>

**Elaborado:** Las autoras

Con respecto a la lasaña tenemos que se realizaran 2 proceso productivos al día con un tiempo total de 60 minutos o 1 hora.

**PROCESO DE VENTA DE PIZZA Y LASAÑA**

**a. Llegada del cliente**

El cliente ingresa a la pizzería con la finalidad de realizar su compra, se pretenderá que el local sea atractivo, pulcro y de una buena imagen.

**b. Atención de la cajera**

La cajera atiende al cliente amablemente y ofrece los productos que se comercializan en la pizzería.

**c. Establecimiento del pedido**

El cliente consulta precios e información sobre el producto que desea servirse, si encuentra lo requerido realiza el pedido del producto, caso contrario procede a salir del local.

**d. Emisión de factura y entrega de ficha**

Una vez determinado el producto la cajera emite una nota de venta y una ficha con un número que identificará a la mesa, esto permitirá brindar un mejor servicio al cliente.

**e. Despacho de la orden**

El despacho de la orden estará a cargo de los meseros, quienes tendrán que servir en los platillos o cartones y añadir los aderezos al producto final, de forma que queden listos para ser entregados al cliente, en este paso los meseros deberán.

Colocar la porción de pizza, Lasaña, en el respectivo platillo o cartón y complementar con aderezos.

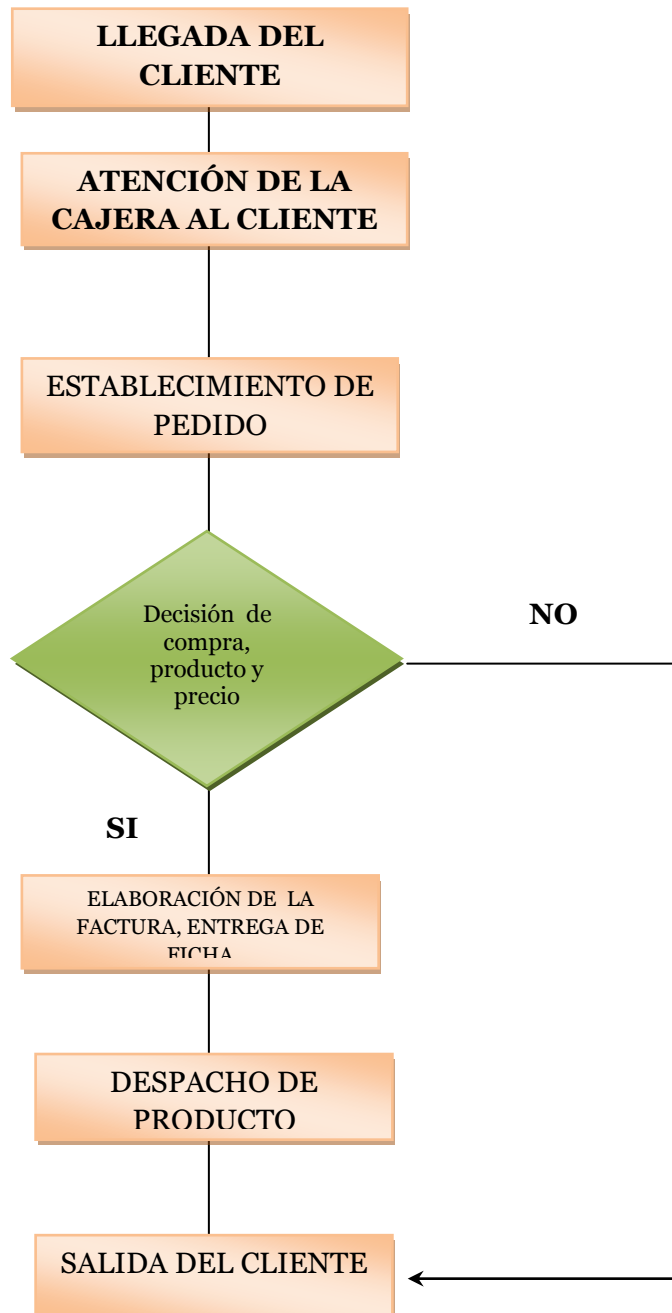
**f. Entrega del producto**

Lo realizarán los meseros, previo a la recepción de la copia de la nota de venta en caja y despacho del pedido. Se procurará rapidez, agilidad, eficiencia, en el servicio de entrega del producto al cliente, tal como se demuestra en el diagrama de flujo.

**PROCEDIMIENTO: SERVICIO DE VENTA**

**FLUJO GRAMA: PROCESO DE SERVICIO EN LA SUCURSAL DE  
“PIZZERÍA ROMA”**

**Gráfico N° 5**





## **DESCRIPCIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS**

Para poner en marcha, el presente Proyecto de Producción y Comercialización de pizza y lasaña tanto en el Cantón Zamora como en Yanzatza, se requiere de las siguientes adecuaciones e instalaciones, como son:

### **a. Maquinaria y Equipo De Planta**

Para llevar a cabo el proceso productivo de comida italiana (pizza, lasaña,), tanto en el cantón Zamora y en el Cantón Yanzatza, se utilizaran los siguientes materiales:

Hornos de dos bandejas, batidora, refrigeradora, refractarios de vidrio, procesador de alimentos, tanques de gas, etc. Los mismos que son indispensables para que los obreros cumplan sus actividades de producción.

### **Horno para pizza**



### Horno para lasaña



#### **b. Muebles y Enseres**

Aquí se requiere dotar a la empresa de lo necesario para las tareas administrativas y de producción siendo necesario entre otras cosas:

Mueble para atención al cliente, mesas (4 personas), sillas plásticas, mesón de acero, escritorio, butacas de Madera sin codera, mampara de Madera de 24,5 mts. largo x 2 mts. Alto, silla Giratoria, silla para bar, basureros.

#### **c. Requerimientos de transporte**

**Cuadro N° 53**

<b>TRANSPORTE</b>		
<b>Nro.</b>	<b>ESPECIFICACION</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
2	Motocicletas	Modelo CC – 100 marca Suzuki

#### **d. Mano de obra**

Cada una de las sucursales de pizzería Roma tendrá un administrador encargado de supervigilar el normal desarrollo de las actividades de la empresa, una cajera contadora, encargada de realizar cobros de dineros

por pedidos y de llevar un estricto control de ingresos y egresos de dinero, un cocinero, dos ayudante de cocina, dos meseros y un repartidor.

El personal operativo laborará de la siguiente manera: el ayudante de cocina laborará de 8H00 a 13H00, elaborando las masas base (precocidas) tanto para pizza y lasaña, en la tarde de 14H00 a 15H00 ayudará a los cocineros a preparar los ingredientes correspondientes para obtener para la producción final de pizzas y lasañas; en tanto que los cocinero laborarán a partir de las 13H00 a 21H00 que es la hora de cierre de los locales

#### **e. Requerimientos de insumos**

Para el buen funcionamiento de las sucursales se requiere de algunos materiales indirectos necesarios para el aseo de los locales, como para mantener en perfecto estado higiénico la vajilla y utensilios en el área de producción, como son: mandiles, trapeadores, detergente, esponjas, jabón para vajillas, toallas para vajilla, etc.

#### **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

La distribución física de la infraestructura del proyecto, es una de las estrategias que promueve la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución de instalaciones físicas tiene como propósito satisfacer los diferentes requerimientos para la edificación de la infraestructura a menor costo:

- Calidad del medio ambiente laboral
- Diseño del producto
- Capacidad de cada sección de la planta
- Características de la maquinaria y equipo que se va a instalar
- Restricciones de construcción en la localidad.

Una buena distribución de la planta, es la que proporciona condiciones de trabajo aceptable y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

#### **Área del local**

Se cree favorable que el local comercial a ocupar para la instalación del restaurante sea de 150 metros cuadrados, este espacio será distribuido en 50 metros cuadrados para la cocina y 100 metros cuadrados para el salón de atención al cliente y área de Administrativa, esto será tanto en el cantón Zamora, como en el cantón Yanzatza.

#### **DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

La distribución de instalaciones es el método que permite mediante un proceso de integración (aproximaciones sucesivas) realizar una distribución de los factores de producción o servicio y demás actividades suplementarias en forma adecuada de tal modo que el negocio funcione con una mayor eficacia.

Al instalar una pizzería se buscará ordenar todos los factores para que el establecimiento o puesto de trabajo funcione como un conjunto integrado.

Con el propósito de facilitar el proceso eficiente de las actividades tanto en la preparación de alimentos como de atención al cliente se procede a distribuir las instalaciones de la siguiente manera:

### **Área de preparación de alimentos**

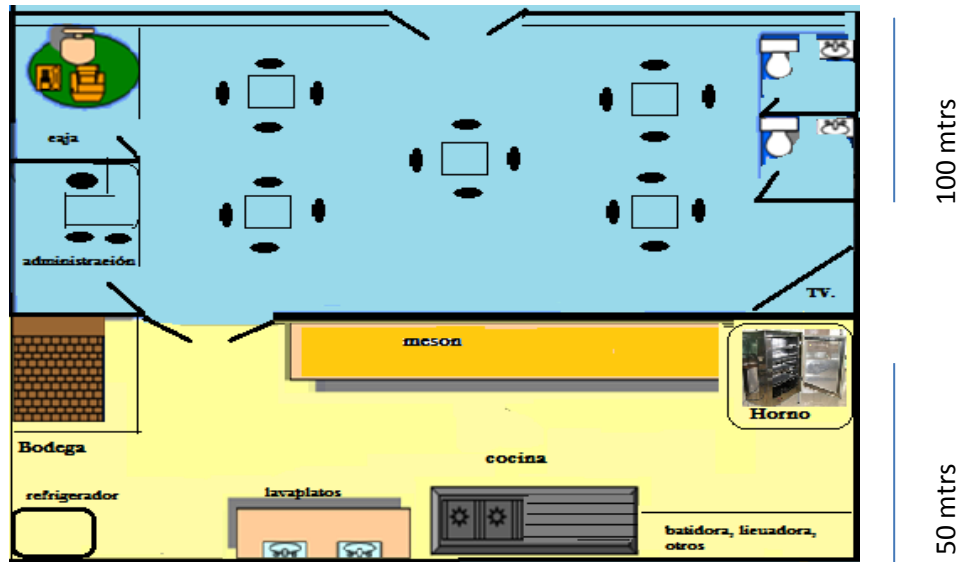
- Un salón amplio donde cómodamente se ubiquen cocinas y mesones, para el cocinero y sus ayudantes
- Una pequeña bodega, para guardar ciertos productos que por su volumen impiden el paso de las personas que laboran.

### **Área de Atención al cliente**

- Un salón amplio donde plácidamente se ubiquen las cinco mesas que van a ser instaladas.
- Un espacio para ubicar la caja, donde labora la persona encargada realizar los cobros y despachar los pedidos.
- Así mismo se tiene una estancia para la oficina del Administrador, contadora, donde realizan actividades inherentes al funcionamiento de la empresa.
- Dos baños para los clientes, uno para damas y otro para caballeros.

A continuación se detalla en forma gráfica la distribución del negocio:

**Gráfico N° 4**  
**Distribución Interna de la Planta**



Elaborado: Las Autoras

### **g.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **g.3.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

##### **BASE LEGAL**

- **Razón Social**
- Pizzería Roma Sucursal Zamora
- Pizzería Roma Sucursal Yanzatza
- **Domicilio Cantón Zamora**

El domicilio principal de la empresa será en el centro del cantón Zamora en las calles Pio Jaramillo y Fernando de la Vega de la Provincia de Zamora Chinchipe, república del Ecuador.

- **Domicilio Cantón Yanzatza**

El domicilio de la empresa será en el centro de Yanzatza en las calles Iván Riofrio entre Armando Arias y Luis Bastidas

- **Tipo de empresa**

Sociedad de responsabilidad limitada

- **Objeto Social**

Su objeto social será producir y comercializar comida italiana, en los cantones Zamora y Yanzatza.

Con el afán de alcanzar la máxima eficiencia y eficacia para el cumplimiento de los objetivos establecidos en la empresa para la creación

de esta entidad comercial es necesario reunir algunos aspectos relacionados con la actividad organizacional como:

Determinar el tipo de sociedad, el marco jurídico, los niveles jerárquicos, el manual de funciones y organigramas y de esta manera sea un ente de garantía para la sistematización y coordinación de sus recursos.

- **Marco jurídico de la empresa**

Un contrato de compañías es aquel por el cual dos o más personas que unen sus capitales y así emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Para la constitución de este tipo de empresa se ha creído conveniente **La Sociedad de Responsabilidad Limitada.-**

Es la que se contrae entre dos o máximo 15 personas que responden por sus obligaciones sociales hasta el monto de sus operaciones individuales y hacen el comercio, bajo una razón social o denominación obtenida, a las que se añaden las palabras “**Compañía Limitada**” o su abreviatura.

- **Principio de la existencia de la compañía**

El principio de la existencia de la compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el registro mercantil.

- **Plazo de duración**

La presente compañía tiene como plazo de duración 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.



#### **g.3.1.1. Trámite para la constitución legal de una empresa**

- El contrato constitutivo debe elevarse a escritura pública
- La escritura pública de constitución debe ser aprobada por un juez de lo civil, o por la superintendencia de compañías, o por la superintendencia de Bancos, de acuerdo a la especie o razón social.
- Se publicará por una sola vez un extracto de la escritura constitutiva por un periódico de mayor circulación en el domicilio principal.
- Se inscribirá la escritura y resolución en el registro mercantil.
- Las compañías sujetas al control de la superintendencia de compañías se inscribirán el registro de sociedades.

#### **g.3.1.2. Trámite para la constitución legal de una empresa**

- Formulario N-2 (llenar la solicitud, con la dirección exacta de la empresa)
- Pago de la patente municipal
- Documentos de salud de las personas que laboran en el local (certificado del hospital municipal o permiso de Jefatura Provincial de Salud)
- Permiso del cuerpo de bomberos

#### **g.3.1.3. Trámite para el registro de marcas y patentes**

- Formulario para patente municipal el cual contiene:
  1. Propietario o representante legal
  2. Numero de RUC o cedula de identidad
  3. Domicilio del contribuyente

4. Domicilio donde se ejercerá la actividad económica
5. Razón social
6. Tipo de actividad económica
7. Capital en giro
8. Fecha de iniciación de la actividad económica
9. Lleva contabilidad    SI ( )    NO ( )

- Copia de la cédula
- Copia del RUC
- Realización de la respectiva inspección del lugar donde funciona el negocio.

#### **g.3.1.4. Trámite para el Registro Sanitario**

- Solicitud para el ministerio de salud
- Control del personal en el centro de salud
- Pagar la cuota que fuera correspondiente a la empresa
- Presentación del permiso de funcionamiento y formulario del registro de patentes
- Exámenes de VDRL y VIH al personal que este directamente en producción
- Pagar la tarifa para sacar el registro sanitario

#### **g.3.1.5. Trámite de impuesto a la renta**

- Original y copia de la cedula de identidad y del último certificado de votación

- Copia de la planilla de agua, luz o teléfono, actualizado, del domicilio o en su defecto presentar el contrato de arrendamiento.

### **g.3.2. ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

Dentro de la estructura empresarial para la implementación de la empresa, se cree conveniente establecer disposiciones y correlación de las funciones jerárquicas y actividades necesarias contando con los siguientes instrumentos: organigrama funcional, estructural y de posición.

#### **g.3.2.1. NIVELES JERÁRQUICOS.**

Responden a un mismo tipo estructural, funcional, posicional diferenciándose únicamente en la amplitud de la responsabilidad en la jurisdicción que tiene y el tamaño de sus unidades.

##### **Nivel Legislativo.**

Cumple con la función de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, ordenanzas y resoluciones, etc. Y decidir sobre los aspectos de mayor importancia, este órgano presente el primer nivel jerárquico.

##### **Nivel directivo.**

Representa el segundo nivel jerárquico que se dedica a planear, orientar y dirigir la vida administrativa y transmitir a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

En este caso será el gerente la persona responsable de todas las actividades que se desarrollan en la empresa.

### **Nivel asesor**

Interviene en los asuntos legales de la empresa. Se contará con un Asesor Jurídico temporal de acuerdo a las necesidades que requiera la empresa.

### **Nivel auxiliar**

Es el encargado de brindar ayuda a los otros niveles administrativos mediante la prestación de servicios en forma eficiente y eficaz. Este nivel será ocupado en nuestra empresa por la cajera y contadora.

### **Nivel operativo**

Se encuentra formado por las personas que ejecutan las actividades básicas de la empresa, ejecutan materialmente las órdenes impartidas por los órganos legislativo y directivo.

Estará conformado por los trabajadores en la producción, los meseros que se encargan de servir los alimentos a los clientes

### **g.3.2.2. ORGANIGRAMAS**

Hay que mencionar que para la puesta en marcha de las sucursales en Zamora y Yanzatza se ha estructurado en forma objetiva y en base a los requerimientos de las mismas, teniendo a cargo de estas sucursales el

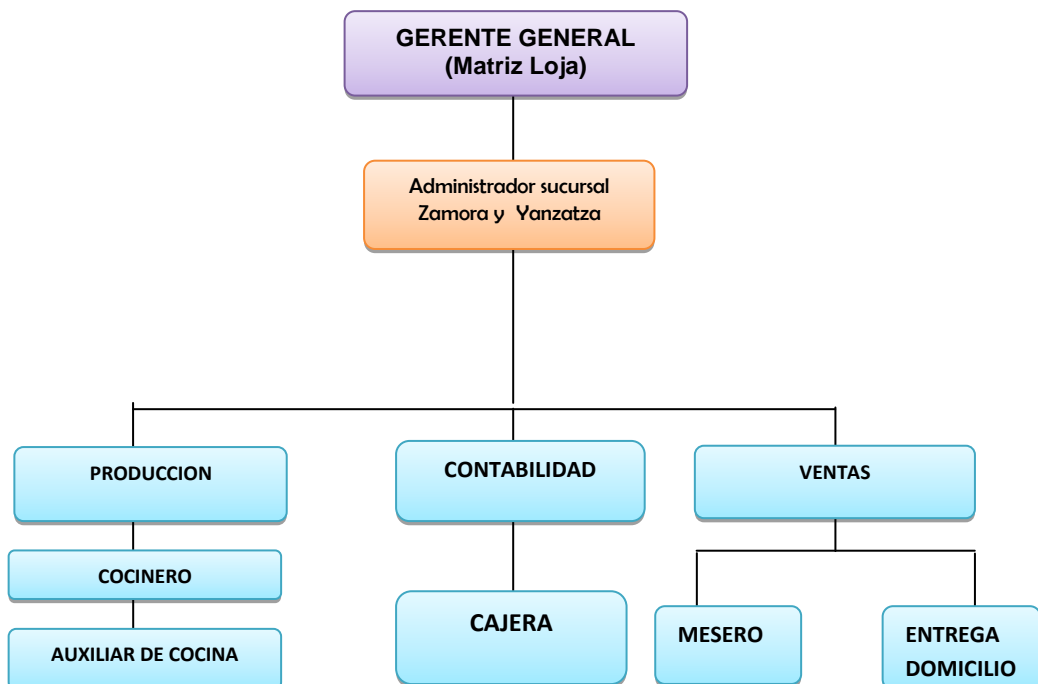
gerente general de la matriz, para esto se contratará un administrador por cada sucursal, con sus respectivos empleados: Un cocinero y dos auxiliares de cocina, una cajera contadora, dos meseros y una persona para la entrega a domicilio; siendo estos los requerimientos mínimos para poner en marcha estas pizzerías según se describe en el gráfico N° 9.

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

### “SUCURSAL DE PIZZERIA ROMA”

La estructura organizacional que posee la matriz de Pizzería Roma en Loja, se detalla a continuación, cabe mencionar que en base a este organigrama se ha elaborado el organigrama para las sucursales en Loja y actualmente en Zamora y Yanzatza.

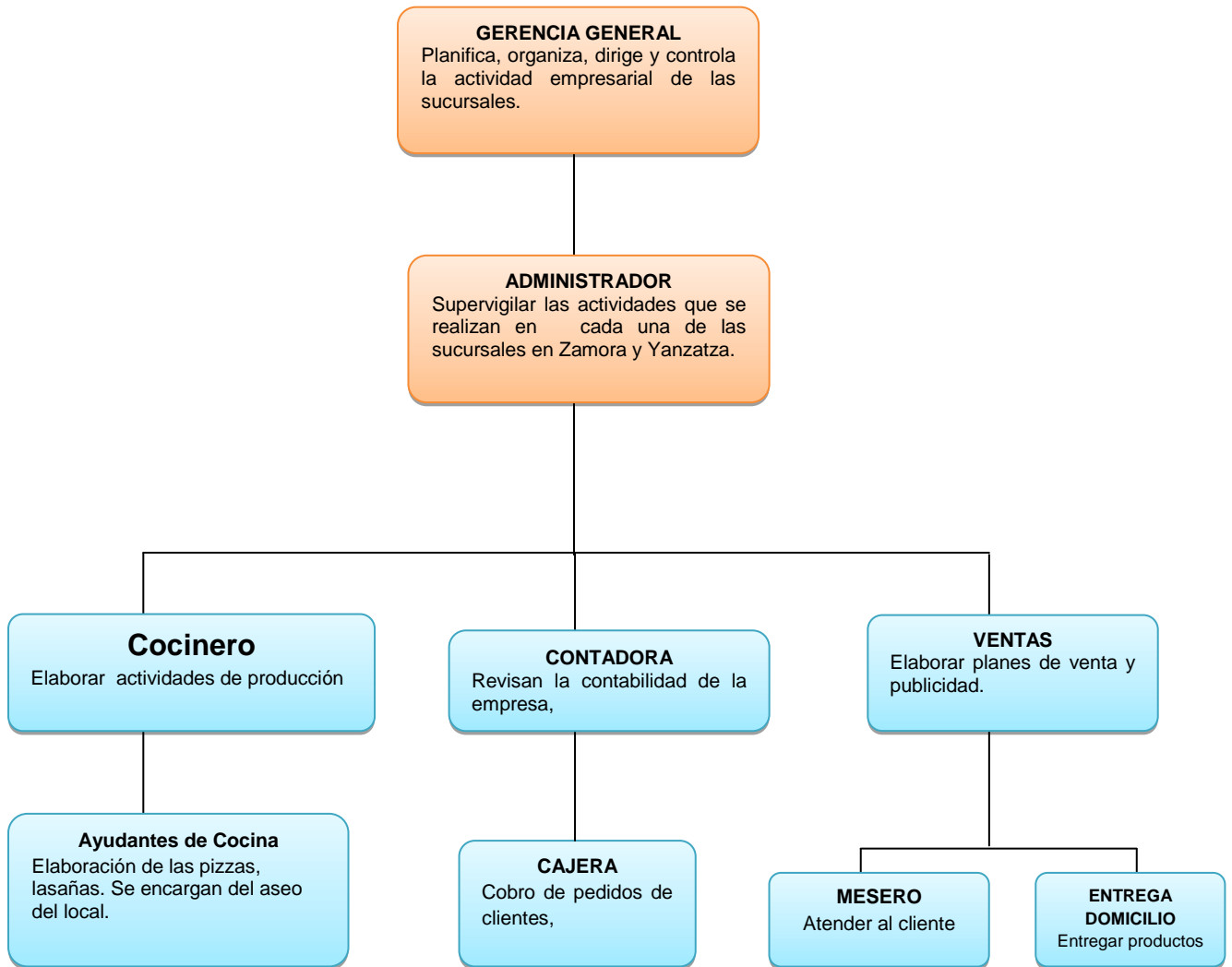
**Gráfico N° 8**



Elaborado: Las Autoras

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA**  
**“PIZZERIA ROMA SUCURSAL ZAMORA Y YANZATZA”**

**Gráfico N° 9**



**Elaborado:** Las Autoras

### **g.3.2.3. MANUAL DE ORGANIZACIÓN**

#### **Lista de los puestos de trabajo para los cantones Zamora y Yanzatza.**

Administrador, cajera, contadora, cocinero, ayudantes de cocina, meseros y un mensajero.

#### **MANUAL DE FUNCIONES DE “PIZZERIA ROMA”**

**CÓDIGO: 001**

**TÍTULO DEL PUESTO: ADMINISTRADOR**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Planifica, organiza, dirige y evalúa todas las actividades de restaurant.

#### **FUNCIONES TÍPICAS:**

- Planificar lo que se va a efectuar en el restaurante
- Organiza en forma coordinada los recursos económicos- financieros, humanos, materiales, etc. Del restaurante.
- Ejecuta el plan de acción trazado
- Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes.
- Presenta los presupuestos al Gerente de la Matriz de Pizzería Roma
- Contrata al personal que se requiera para la realización de las diferentes actividades.
- En las temporadas que alguno de los empleados esté de vacaciones, tomará su lugar y colaborará en las actividades propias del negocio.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Supervisar y controlar las actividades bajo su mando, así como las actividades de la empresa, usando su criterio profesional para la solución de los problemas inherentes a su cargo.

**REQUISITOS:**

- Título de Ingeniero Comercial, Economista o carreras afines
- Experiencia 1 años en actividades similares
- Calidad de gestión, liderazgo y confiabilidad. Tener buenas relaciones interpersonales, presencia y facilidad de palabra
- Disponibilidad a tiempo completo y trabajar bajo presión.

**CÓDIGO: 002****TÍTULO DEL PUESTO: CAJERA**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Estar en contacto directo con el Administrador para el desarrollo en las labores administrativas, recibir, atender y facturar pedidos de los clientes, controlar el precio de los productos.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- Recibir y facturar los pedidos que soliciten los clientes
- Dar información al cliente en cuanto a precio y variedad de los productos



- Lleva un registro diario de los cobros efectuados para el ingreso respectivo a contabilidad
- Realiza un correcto manejo del dinero en efectivo y documentos del restaurante.
- Es responsable del cobro de los dineros en efectivo o con documentos.
- Realizar arqueos diarios de caja
- Entregar informes continuos al departamento de contabilidad de costos e ingresos en la empresa.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Rapidez en la atención
- Requiere iniciativa permanente, relaciones interpersonales con el público y personal de la empresa

**REQUISITOS:**

- Bachiller en Comercio y Administración
- Experiencia mínima de 1 año
- Su función será permanente

**CODIGO: 003**

**TÍTULO DE PUESTO:** CONTADORA

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero,

### **FUNCIONES BÁSICAS:**

- Laborará medio tiempo de 8H00 a 12H30, dos días en el cantón Zamora y dos días en el Cantón Yanzatza y el quinto día realizará los balances semanales de las dos sucursales.
- Llevar actualizado el sistema contable de la empresa
- Preparar estados financieros de las sucursales en Zamora y Yanzatza
- Determinar el control previo sobre gastos
- Organizar en forma adecuada los registros contables
- Ejecutar operaciones contables
- Realizar análisis financieros

### **CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO:**

- Se caracteriza por tener autoridad funcional mas no de mando ya que auxilia en cualquier actividad que así lo requieran los departamentos que conforman la empresa.

### **REQUISITOS:**

- Título en Contabilidad y Auditoria
- Experiencia mínima 2 años
- Medio tiempo

**CÓDIGO: 004**

**TÍTULO DEL PUESTO: COCINERO**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Coordinar, ejecutar y controlar las actividades de preparación de comida italiana

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- Recepción y revisión de la materia prima e insumos
- Distribuye a los ayudantes de cocina en las diferentes tareas
- Realiza la preparación de los ingredientes para pizza, lasaña diariamente
- Responder por el mantenimiento de la materia prima
- Llevar un registro del movimiento de entrada y salida de materia prima
- Realizar la lista de insumos y materia prima que se utilizará en la elaboración de los productos.
- Informar sobre los equipos en mal estado

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Tener responsabilidad en el manejo de los equipos de cocina y controlar la existencia de materia prima.

**REQUISITOS:**

- Cursos de cocina italiana
- Conocimiento en el manejo de equipos de cocina
- Experiencias de 1 año

**CÓDIGO: 005**

**NOMBRE DEL PUESTO: AYUDANTE DE COCINA.**

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

- Ayudar al cocinero, facilitar su trabajo para que el servicio sea más eficiente y eficaz.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- Mantener limpia la cocina, como también los implementos que se utilizan en el proceso de producción de los productos.
- Colaborar con el cocinero en lo que creyere conveniente para la preparación de los productos.
- Prepara los productos una vez que el cocinero haya puesto los ingredientes.
- Prepara los aderezos y condimentos para complementar los productos
- Asistir a los cocineros en caso de ausencia.
- Dar mantenimiento de los equipos y utensilios de cocina
- Realiza la compra de materia prima, con la lista emitida por el cocinero

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Responsabilidad sobre las labores de producción encomendadas.
- Responder por pérdida o daños a las herramientas que se utilizan en el proceso de elaboración de productos.

**REQUISITOS MINIMOS:**

Ser Bachiller

Tener una experiencia de 6 meses a 1 año

Sus funciones serán permanentes

**CÓDIGO: 006****TÍTULO DEL PUESTO: MESERO**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Atender al cliente y garantizar la satisfacción de éste, en cuanto a calidad y tiempo de entrega del producto.

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- Dar la bienvenida a los clientes
- Llevar los pedidos receptados por la cajera al área de producción para que sean despachados,
- Entrega rápida y oportuna de los productos al cliente, en sus respectivas mesas
- Atender a las necesidades e inquietudes del cliente
- Velar por la ubicación y aseo de los muebles y toda el área física del restaurante.
- Desocupar y limpiar las mesas inmediatamente en el momento de que se retire el cliente, proyectando una buena imagen del lugar.

- Colaborar con las diferentes actividades de producción (cocina), según indique el cocinero

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Es responsable por la atención al cliente, garantizar la rapidez del servicio en coordinación con el cocinero

**REQUISITOS:**

- Título de Bachiller
- Curso de Relaciones Humanas
- Excelentes relaciones interpersonales
- Disponibilidad de tiempo completo
- Experiencia de 1 año en funciones similares

**CÓDIGO: 007**

**NOMBRE DEL PUESTO: REPARTIDOR**

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

- Entrega de productos a domicilio

**FUNCIONES TÍPICAS:**

- Colaborar con los cocineros en lo que ellos creyeren conveniente para la preparación de los productos.
- Realizar la entrega de los pedidos en los diferentes puntos de la ciudad donde hagan pedidos

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Responsabilidad sobre las labores de entrega de pedidos a domicilio
- Responder por pérdida o daños en la moto y materiales a su cargo.

**REQUISITOS MINIMOS:**

Título de Bachiller

Licencia para conducir moto

Experiencia de 6 meses a 1 año

## **g.4. ESTUDIO FINANCIERO**

En este estudio se determina, cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para ejecutar el proyecto, con sus respectivas inversiones y financiamiento, sus costos e ingresos, así como sus estados financieros que servirán de base para la aplicación de los evaluadores financieros y así poder determinar la rentabilidad, de este estudio.

### **g.4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

#### **g.4.1.1. INVERSIÓN DEL PROYECTO**

La Estimación de las Inversiones, es una etapa muy importante ya que del monto al que ascienda, dependerá la forma de cómo se financia y el número de socios que se requieren para conformar la empresa.

La inversión consiste en asignar una cantidad de dinero para obtener una utilidad, luego de un periodo de tiempo determinado, las inversiones que el proyecto tiene son de tres tipos de Activos: Activos Fijos, Activos Intangibles, Activo Circulante o Capital de Trabajo

#### **a) ACTIVOS FIJOS**

Los Activos Fijos son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, como: Terrenos, Edificaciones, Maquinarias y Equipos, Muebles y Enseres e Imprevistos que sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes



que se emplean tanto en producción, 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.

### **Resumen de Inversiones Fijas**

El Resumen de las inversiones fijas se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 54**

<b>RESUMEN DEL COSTO DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>		
<b>Clase de activo</b>		<b>Costo</b>
Instalaciones y adecuaciones	Anexo N° 4	6.000,00
Maquinaria y Equipo	Anexo N° 5	5.230,00
Muebles y Enseres	Anexo N° 6	5.912,00
Equipo de oficina	Anexo N° 7	5.148,00
Herramientas Menores y Menaje	Anexo N° 8	687,72
Adornos ornamentales	Anexo N° 9	615,00
Equipo de transporte	Anexo N° 10	3.140,00
<b>Total</b>		<b>26.732,72</b>

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria)

### **Depreciaciones de activos fijos**

Se refiere a la pérdida de valor de los activos fijos producto de su utilización en las diferentes actividades: administrativas y operativas. Para lo cual se debe considerar el porcentaje de depreciación y la vida útil.

**Cuadro N° 55**

<b>DEPRECIACIONES</b>					
<b>Detalle</b>	<b>% Deprec</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Depreciación</b>
Instalaciones y Adecuaciones	5%	20	6000	300,00	285,00
Maquinaria y Equipo	10%	10	5.230,00	523,00	470,70
Muebles y Enseres	10%	10	5.912,00	591,20	532,08
Equipos de Oficina	33%	3	5.148,00	1698,84	1149,72
herramientas menores y menaje	10%	10	687,72	68,77	61,89
artículos ornamentales	10%	10	615,00	61,50	55,35
Equipo de Transporte (motocicleta)	20%	5	3.140,00	628,00	502,40
<b>Total</b>				<b>3871,31</b>	<b>3057,14</b>

**Fuente:** Anexo N° 11,12, 13, 14, 15, 16, 17,

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria)

## **b) ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES**

Estas inversiones se las realiza sobre Activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización.

**Cuadro N° 56**

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Permiso de bomberos	2	50,00	100,00
Patente municipal	2	40,00	80,00
Permiso Ministerio de salud	2	70,00	140,00
Contrato de arriendo notariado	2	18,00	36,00
<b>Total</b>			<b>356,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo en las instituciones.

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria)

## **Amortización de Activos Diferidos**

La liquidación de los activos diferidos se realiza dividiendo el monto de activos diferidos para los 5 años de vida útil de duración del proyecto, este proceso se realiza a continuación:

**Cuadro N° 57**

<b>AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO</b>		
<b>Especificación</b>	<b>Valor total</b>	<b>Amortización anual</b>
Activo diferido	356,00	71,20

**Fuente:** Cálculos internos.

**Elaborado:** Las autoras (Fanny y Gloria)

**c) ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO**

Este Activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del Proyecto, como son: Materia Prima Directa, Materia Prima Indirecta, Mano de Obra, etc. Se considera el capital, en el presente caso el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un tiempo comprendido entre uno y tres meses, eso garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso.

**Cuadro N° 58**

<b>Inversiones de Activos Circulantes</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Costo total</b>	<b>Costo mensual</b>
Materia Prima Directa	107201,9	8933,49
Materiales Indirectos	169,70	14,14
Mano de Obra Directa	43.209,12	3600,76
Servicios Básicos	3.624,00	302,00
Arriendo	4.800,00	400,00
Sueldos administrativos	22.222,88	1851,91
sueldos personal de ventas	8.641,82	720,15
Gastos de Oficina	171,60	14,30
Publicidad y Propaganda	4128,00	344,00
Mantenimiento	157,00	13,08
Combustibles	769,60	64,13
<b>TOTAL</b>	<b>195095,624</b>	<b>16257,97</b>

**Fuente:** cuadros N° 60,61,62,63,64,65,66,67,68.

**Elaborado:** Las Autoras

Para el presente proyecto, el capital de trabajo se lo ha determinado para un mes, tiempo en el cual se realizarán las adecuaciones correspondientes de los locales en arriendo, con su respectivo equipamiento para poner a funcionar los locales comerciales de pizzerías en Zamora y Yanzatza; por tanto el capital de trabajo es de \$ **16257,97dólares**.

#### d) RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL

El Resumen de la Inversión Total del Proyecto a través de sus activos, se demuestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 59**

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>		
<b>ACTIVOS</b>	<b>USD</b>	<b>%</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Instalaciones y adecuaciones	6.000,00	13,89
Maquinaria y Equipo	5.230,00	12,10
Muebles y Enseres	5.912,00	13,68
Equipo de oficina	5.148,00	11,91
Herramientas Menores y Menaje	687,72	1,59
Adornos Ornamentales	615,00	1,42
Equipo de transporte	3.140,00	7,27
<b>Total</b>	<b>26.732,72</b>	<b>61,87</b>
<b>Activo Diferido</b>		
Permiso de Bomberos	100,00	0,23
Patente municipal	80,00	0,19
Ministerio de salud	140,00	0,324
Contrato de arriendo notariado	36,00	0,08
<b>TOTAL</b>	<b>356,00</b>	<b>0,82</b>
<b>Capital de Trabajo</b>		
Requerimiento mensual	<b>16257,97</b>	<b>37,31</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>43346,69</b>	<b>100,00</b>
Financiamiento	12000,00	27,77
Recursos Propios	31346,69	72,23
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>43346,69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Cálculos internos, Cuadros N° 54,56, 58

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria)

#### **g.4.4.2 PRESUPUESTOS DE COSTOS DE PRODUCCION**

Son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, éstos costos constituyen unos de los aspectos más importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

#### **Costos de producción**

Para los costos de producción se ha unificado los valores para los dos locales de Zamora y Yanzatza que se van a implementar.

#### **Mano de obra directa**

**Cuadro N° 60**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
2	Cocinero	360,08	720,15	8.641,82
4	Ayudante de cocina	360,08	1440,30	17.283,65
4	Mesero	360,08	1440,30	17.283,65
<b>TOTAL</b>		<b>1.080,23</b>	<b>3600,76</b>	<b>43209,12</b>

Fuente: Anexo N° 18

Elaborado: Las Autoras

#### **Materiales Indirectos**

**Cuadro N° 61**

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
6	Mandiles	1,50	9,00
4	Escobas	3,00	12,00
4	Trapeadores	2,50	10,00
24	Esponjas	0,30	7,20
50	jabón para vajilla	0,35	17,50
24	detergente multiuso	0,50	12,00
12	toallas para vajilla	4,50	54,00
8	toallas para baño	6,00	48,00
	<b>Total</b>		<b>169,70</b>

Fuente: ROMAR

## Servicios Básicos

**Cuadro N° 62**

<b>Servicios Básicos Y arriendo Zamora</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Zamora</b>		<b>Yanzatza</b>	
	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>Teléfono</b>	25,00	300,00	21,40	256,80
Energía eléctrica	64,00	768,00	84,00	1.008,00
Agua Potable	49,60	595,20	58,00	696,00
<b>Total</b>	<b>138,60</b>	<b>1663,20</b>	<b>163,40</b>	<b>1.960,80</b>
		<b>3.624,00</b>		

**Fuente:** EERSSA, CNT

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria)

## Arriendo

**Cuadro N° 63**

<b>Arriendo</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Zamora</b>		<b>Yanzatza</b>	
	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Arriendo del local	200,00	2.400,00	200,00	2.400,00
<b>ARRIENDO ANUAL DOS LOCALES</b>				<b>4.800,00</b>

**Fuente:** Propietarios de los locales del Cantón Zamora y Yanzatza

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria)

## Mantenimiento

**Cuadro N° 64**

<b>Mantenimiento</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor Anual</b>
Equipo de transporte	3.140,00	5%	157
<b>Total mensual</b>			<b>13,08</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado:** Las Autoras

**Combustible para Zamora y Yanzatza**  
**Cuadro N° 65**

Descripción	galones/ diarios	v/ unitario	valor mensual (20 días)	valor anual ( 260 días)
Gasolina	2,00	1,48	29,6	769,6

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Las Autoras

**Gastos Administrativos**

Es importante recalcar que en los sueldos expuestos en el cuadro posterior se considera a más de la remuneración básica, los beneficios anuales y aportaciones al IESS, referentes que se sustentan en el rol de pagos, para el administrador y cajera.

La contadora, laborará medio tiempo y llevará la contabilidad de las dos sucursales, tendrá como sueldo, el 50% del sueldo básico más beneficios de ley.

**Sueldo Personal Administrativo**

**Cuadro N° 66**  
**Sueldo Personal Administrativo**

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor Total	Valor Anual
2	Administrador	470,86	941,72	11.300,60
1	Contadora	190,04	190,04	2.280,46
2	Cajera	360,08	720,15	8.641,82
<b>Total</b>		<b>1.020,97</b>		<b>22.222,88</b>

Fuente: Anexo N° 20

Elaborado: Las Autoras

## Gastos de oficina para Zamora y Yanzatza

**Cuadro N° 67**

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Anual
2	Perforadora	2,80	5,60
2	Grapadora	3,20	6,40
2	Calculadora	21,00	42,00
4	resma papel boom	3,00	36,00
2	sellos de caucho	3,15	37,80
8	Lápiz	0,20	2,40
8	Borradores	0,15	1,80
2	cajas de grapas	0,80	9,60
10	carpetas folder	2,25	27,00
10	bolígrafos	0,25	3,00
<b>Total</b>		<b>36,80</b>	<b>171,60</b>

Fuente: Graficas Santiago

## Gastos de Ventas

Los Gastos en Ventas corresponden a todos los gastos que intervienen en la comercialización del producto, entre ellos tenemos:

## Publicidad y propaganda Zamora y Yanzatza

**Cuadro N° 68**

Detalle	Total	costo / unitario	Valor Mensual	Anual
Periódico	2	72,00	144,00	1728,00
Radio	2	55,00	110,00	1320,00
Hojas volantes (5000 hojas)	2	35,00	70,00	840,00
Tarjetas de presentación (200 tarjetas)	2	10,00	20,00	240,00
<b>Total</b>			<b>344,00</b>	<b>4128,00</b>

Fuente: La hora, radios integración y amazonas, Graficas Andrés

Elaborado: Las Autoras (Fanny y Gloria)

## Sueldo personal de ventas

**Cuadro N° 69**

Personal de ventas				
Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor Total	Valor total
2	Entrega domicilio	360,08	720,15	8.641,82
<b>Total</b>		<b>360,08</b>		<b>8.641,82</b>

Fuente: Anexo N° 21



#### g.4.2 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El Financiamiento de las Inversiones para el funcionamiento del Proyecto, será provisto de dos fuentes importantes:

**Cuadro Nº 70**

Detalle	Monto	Porcentaje
Financiamiento	12000,00	27,68
Recursos Propios	31346,69	72,32
<b>TOTAL</b>	<b>43346,69</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Banco Nacional de Fomento

**Recursos Propios.-** Se pretende cubrir el 72.32%.

**Recursos De Terceros.-** Seguidamente se detalla la tabla de amortización anual del préstamo a solicitar:

**Cuadro Nº 71**

<b>BANCO NACIONAL DE FOMENTO</b>					
Capital:	12.000,00	Tasa trimestral:	5,915%		
Tasa anual:	11,83%	Pago:	Semestral		
Tiempo (años):	5	Trimestres:	10		
AMORTIZACION DEL CRÉDITO					
Semestres	Capital inicial	Interés anual	Amortización	Dividendos	Capital final
0	12000,00	-	-	-	12000,00
1	12000,00	709,80	1200,00	1909,80	10800,00
2	10800,00	638,82	1200,00	1838,82	9600,00
3	9600,00	567,84	1200,00	1767,84	8400,00
4	8400,00	496,86	1200,00	1696,86	7200,00
5	7200,00	425,88	1200,00	1625,88	6000,00
6	6000,00	354,90	1200,00	1554,90	4800,00
7	4800,00	283,92	1200,00	1483,92	3600,00
8	3600,00	212,94	1200,00	1412,94	2400,00
9	2400,00	141,96	1200,00	1341,96	1200,00
10	1200,00	70,98	1200,00	1270,98	0,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaborado: Las Autoras (Fanny y Gloria)

**Cuadro N° 72**

<b>Gastos Financieros</b>					
<b>Gastos</b>	<b>1° Año</b>	<b>2° Año</b>	<b>3° Año</b>	<b>4° Año</b>	<b>5° Año</b>
<b>Interés</b>	1348,62	1064,70	780,78	496,86	212,94

Elaborado: Las Autoras (Fanny y Gloria)

**g.4.3 PRESUPUESTO PROFORMADO DE COSTOS**

Es una herramienta que nos sirve para determinar los costos totales de producción. Se incrementará un 3.82% de inflación y el 4.4% del incremento en la tasa salarial.

**Cuadro N° 73**

<b>PRESUPUESTO PROFORMADO DE COSTOS</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>Costo Primo</b>					
Materia prima directa	107.201,90	121.509,89	135.590,17	153.069,57	169.627,98
Mano de obra directa	43.209,12	45.110,32	47.095,18	49.167,36	51.330,73
Materia prima indirecta	169,70	176,18	182,91	189,90	197,15
<b>Total Costo Primo</b>	<b>150.580,72</b>	<b>166.796,39</b>	<b>182.868,25</b>	<b>202.426,83</b>	<b>221.155,86</b>
Depreciaciones	817,59	817,59	817,59	817,59	817,59
Amortización Activo Diferido	71,20	71,20	71,20	71,20	71,20
Arriendo	4.800,00	4.983,36	5.173,72	5.371,36	5.576,55
Mantenimiento	157,00	163,00	169,22	175,69	182,40
Servicios básicos	3.624,00	3.762,44	3.906,16	4.055,38	4.210,29
<b>Total costos Generales de Fabricación</b>	<b>9.469,79</b>	<b>9.797,59</b>	<b>10.137,90</b>	<b>10.491,22</b>	<b>10.858,03</b>
<b>SUBTOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>160.050,51</b>	<b>176.593,98</b>	<b>193.006,16</b>	<b>212.918,05</b>	<b>232.013,89</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>					
<b>Gastos de Adm. y ventas</b>					
Sueldos	22.222,88	23.200,69	24.221,52	25.287,26	26.399,90
Gastos de oficina	171,60	178,16	184,96	192,03	199,36
Depreciaciones ( oficina)	1.737,15	1.737,15	1.737,15	1.737,15	1.737,15
Combustible	769,60	799,00	829,52	861,21	894,11
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>24.901,23</b>	<b>25.914,99</b>	<b>26.973,15</b>	<b>28.077,65</b>	<b>29.230,52</b>
<b>Gastos de ventas</b>					
Sueldos	8.641,82	9.022,06	9.419,04	9.833,47	10.266,15
Publicidad	4.128,00	4.285,69	4.449,40	4.619,37	4.795,83
Depreciaciones	502,40	502,40	502,40	502,40	502,40
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>13.272,22</b>	<b>13.810,15</b>	<b>14.370,84</b>	<b>14.955,24</b>	<b>15.564,38</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Otros Gastos	1.348,62	1.064,70	780,78	496,86	212,94
<b>SUB TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>39.522,07</b>	<b>40.789,84</b>	<b>42.124,77</b>	<b>43.529,75</b>	<b>45.007,84</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>199.572,59</b>	<b>217.383,83</b>	<b>235.130,92</b>	<b>256.447,80</b>	<b>277.021,73</b>

### **g.4.3.1 COSTOS DEL PROYECTO**

#### **g.4.3.1.1 ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS**

El costo constituye el desembolso en moneda o su equivalente, los cuales son necesarios para conseguir determinada meta. Además es la suma de esfuerzos y recursos que intervienen para producir algo útil, es decir, expresa los factores técnicos e intelectuales de la producción y a su vez manifiesta las consecuencias obtenidas por la alternativa escogida.

#### **CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

**Costos fijos.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

**Costos Variables.-** Son aquellas que cambian proporcionalmente con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de producción

**Costo Total.-** Es toda la inversión necesaria para producir y vender un producto. Este es igual a la suma del Costo Fijo y el Costo Variable.

**Costo Unitario.-** Es el valor de un producto en particular, sin margen de utilidad; se lo obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas.

Cuadro Nº 74

PRESUPUESTO PROFORMADO DE COSTOS										
DESCRIPCIÓN	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
COSTO DE PRODUCCIÓN	costo fijo	costo variable	costo fijo	costo variable	costo fijo	costo variable	costo fijo	costo variable	costo fijo	costo variable
Costo Primo										
Materia prima directa		107.201,90		121.509,89		135.590,17		153.069,57		169.627,98
Mano de obra directa		43.209,12		45.110,32		47.095,18		49.167,36		51.330,73
Materia prima indirecta		169,70		176,18		182,91		189,90		197,15
<b>gastos generales de fabricación</b>										
Depreciaciones	817,59		817,59		817,59		817,59		817,59	
Amortización Activo Diferido	71,20		71,20		71,20		71,20		71,20	
Arriendo	4.800,00		4.983,36		5.173,72		5.371,36		5.576,55	
Mantenimiento	157,00		163,00		169,22		175,69		182,40	
Servicios básicos		3.624,00		3.762,44		3.906,16		4.055,38		4.210,29
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>5.845,79</b>	<b>154.204,72</b>	<b>6.035,15</b>	<b>170.558,83</b>	<b>6.231,74</b>	<b>186.774,42</b>	<b>6.435,84</b>	<b>206.482,21</b>	<b>6.647,74</b>	<b>225.366,15</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>Gastos de Administración y ventas</b>										
Sueldos	22.222,88		23.200,69		24.221,52		25.287,26		26.399,90	
Gastos de oficina	171,60		178,16		184,96		192,03		199,36	
Depreciaciones ( oficina)	1.737,15		1.737,15		1.737,15		1.737,15		1.737,15	
Combustible		769,60		799,00		829,52		861,21		894,11
<b>Gastos de ventas</b>										
Sueldos	8.641,82		9.022,06		9.419,04		9.833,47		10.266,15	
Publicidad	4.128,00		4.285,69		4.449,40		4.619,37		4.795,83	
Depreciaciones	502,40		502,40		502,40		502,40		502,40	
<b>Gastos Financieros</b>										
Interés	1.348,62		1.064,70		780,78		496,86		212,94	
<b>Subtotal</b>	<b>38.752,47</b>	<b>769,60</b>	<b>39.990,85</b>	<b>799,00</b>	<b>41.295,25</b>	<b>829,52</b>	<b>42.668,54</b>	<b>861,21</b>	<b>44.113,73</b>	<b>894,11</b>
<b>TOTAL</b>	<b>44.598,27</b>	<b>154.974,32</b>	<b>46.026,00</b>	<b>171.357,83</b>	<b>47.526,99</b>	<b>187.603,94</b>	<b>49.104,39</b>	<b>207.343,41</b>	<b>50.761,47</b>	<b>226.260,26</b>

Elaborado: Las Autoras

## DISTRIBUCION DE COSTOS POR PRODUCTO

Los costos de los trece productos a producir en las dos pizzerías de Zamora y Yanzatza, se estructuraron en base a la proporción del número de unidades producidas, cargando el respectivo porcentaje, teniendo el total de unidades (porciones) producidas el primer año que es de 104.000 a esta cantidad se aplica una regla de tres para determinar el porcentaje correspondiente, el mismo que sirve para determinar los costos de producción y operación y su respectivo costo anual.

**Por ejemplo:** para la materia prima directa en el primer producto pizza roma se producirán 12480 porciones / año, lo que representa el 12% del total a producir y su costo anual es \$ 12651,6 dólares y así de forma sucesiva para el resto de productos.

Este procedimiento es el más idóneo y real para determinar los costos de cada producto, cuyo cuadro demostrativo se describe a continuación.

## COSTO Y PORCIONES DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (AÑO 1)

**Cuadro N° 75**

Productos	N° Porciones	N° Porcentaje	Costo Anual
Pizza Roma	12480	12%	12864,23
Pizza 4 Estaciones	4160	4%	4288,08
Pizza Vegetariana	8320	8%	8576,15
Pizza 4 Quesos	4160	4%	4288,08
Pizza Mediterránea	8320	8%	8576,15
<b>Subtotal</b>	<b>37440</b>	<b>36%</b>	<b>38592,69</b>
Lasaña de Carne	1040	1%	1072,02
Lasaña de Pollo	1040	1%	1072,02
Lasaña de Camarón	2080	2%	2144,04
<b>Subtotal</b>	<b>4160</b>	<b>4%</b>	<b>4288,08</b>
Pizza Roma	24960	24%	25728,46
Pizza 4 Estaciones	12480	12%	12864,23
Pizza Vegetariana	4160	4%	4288,08
Pizza 4 Quesos	4160	4%	4288,08
Pizza Mediterránea	16640	16%	17152,30
<b>Subtotal</b>	<b>62400</b>	<b>60%</b>	<b>64321,15</b>
<b>TOTAL</b>	<b>104000</b>	<b>100%</b>	<b>107201,90</b>

**Fuente:** Anexo 23

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria)

**CANTON ZAMORA**

**PRODUCTO: PIZZA ROMA**

**Cuadro N° 76**

<b>Estructura de Costos de Pizza Roma</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>			
	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		12.864,23	12.864,23
Mano de obra directa		5.185,09	5.185,09
Materia prima indirecta		10,65	10,65
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	98,11		98,11
Amortización Activo Diferido	8,54		8,54
Arriendo	576,00		576,00
Mantenimiento	9,81		9,81
Servicios básicos		434,88	434,88
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>692,47</b>	<b>18.494,85</b>	<b>19.187,32</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	2.666,75		2666,75
Gastos de oficina	20,59		20,59
Depreciaciones ( oficina)	208,46		208,46
Combustible		48,10	48,10
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	1.037,02		1037,02
Publicidad	258,00		258,00
Depreciaciones	60,29		60,29
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	161,83		161,83
<b>subtotal costo de operación</b>	<b>4.412,94</b>	<b>48,10</b>	<b>4.461,04</b>
<b>TOTAL</b>	<b>5.105,40</b>	<b>18.542,95</b>	<b>23.648,35</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: PIZZA 4 ESTACIONES**

**Cuadro N° 77**

<b>Estructura de Costos de Pizza 4 Estaciones</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo de producción</b>		
	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		4.288,08	4288,08
Mano de obra directa		1.728,36	1728,36
Materia prima indirecta		10,60	10,60
<b>Gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	32,70		32,70
Amortización Activo Diferido	2,85		2,85
Arriendo	192,00		192,00
Mantenimiento	9,81		9,81
Servicios básicos		144,96	144,96
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>237,36</b>	<b>6.172,00</b>	<b>6.409,36</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	888,92		888,92
Gastos de oficina	6,86		6,86
Depreciaciones ( oficina)	69,49		69,49
Combustible		48,10	48,10
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	345,67		345,67
Publicidad	258,00		258,00
Depreciaciones	20,10		20,10
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	53,94		53,94
<b>Subtotal costo de operación</b>	<b>1.642,98</b>	<b>48,10</b>	<b>1.691,08</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.880,34</b>	<b>6.220,10</b>	<b>8.100,44</b>

Elaborado: Las Autoras



**PRODUCTO: PIZZA VEGETARIANA**

**Cuadro N° 78**

<b>Estructura de Costos de Pizza Vegetariana</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		8.576,15	8576,15
Mano de obra directa		3.456,73	3456,73
Materia prima indirecta		10,60	10,60
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	65,41		65,41
Amortización Activo Diferido	5,70		5,70
Arriendo	384,00		384,00
Mantenimiento	9,81		9,81
Servicios básicos		289,92	289,92
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>464,91</b>	<b>12.333,40</b>	<b>12798,32</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	1.777,83		1.777,83
Gastos de oficina	13,73		13,73
Depreciaciones ( oficina)	138,97		138,97
Combustible		48,10	48,10
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	691,35		691,346
Publicidad	258,00		258,00
Depreciaciones	40,19		40,19
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	107,89		107,89
<b>Subtotal costo de operación</b>	<b>3.027,96</b>	<b>48,10</b>	<b>3.076,06</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.492,87</b>	<b>12.381,50</b>	<b>15.874,37</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: PIZZA 4 QUESOS**

**Cuadro N° 79**

<b>Estructura de Costos de Pizza 4 Quesos</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		4.288,08	4288,08
Mano de obra directa		1.728,36	1728,36
Materia prima indirecta		10,60	10,60
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	32,70		32,70
Amortización Activo Diferido	2,85		2,85
Arriendo	192,00		192,00
Mantenimiento	9,81		9,81
Servicios básicos		144,96	144,96
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>237,36</b>	<b>6.172,00</b>	<b>6.409,36</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	888,92		888,92
Gastos de oficina	6,86		6,86
Depreciaciones ( oficina)	69,49		69,49
Combustible		48,10	48,10
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	345,67		345,67
Publicidad	258,00		258,00
Depreciaciones	20,10		20,10
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	53,94		53,94
<b>Subtotal costo de operación</b>	<b>1.642,98</b>	<b>48,10</b>	<b>1.691,08</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.880,34</b>	<b>6.220,10</b>	<b>8.100,44</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: PIZZA MEDITERRANEA**

**Cuadro N° 80**

<b>Estructura de Costos de Pizza Mediterránea</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		8.576,15	8576,15
Mano de obra directa		3.456,73	3456,73
Materia prima indirecta		10,60	10,60
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	65,41		65,41
Amortización Activo Diferido	5,70		5,70
Arriendo	384,00		384,00
Mantenimiento	9,81		9,81
Servicios básicos		289,92	289,92
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>464,91</b>	<b>12.333,40</b>	<b>12.798,32</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	1.777,83		1777,83
Gastos de oficina	13,73		13,73
Depreciaciones ( oficina)	138,97		138,97
Combustible		48,10	48,10
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	691,35		691,35
Publicidad	258,00		258,00
Depreciaciones	40,19		40,19
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	107,89		107,89
<b>Subtotal costo de operación</b>	<b>3.027,96</b>	<b>48,10</b>	<b>3.076,06</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.492,87</b>	<b>12.381,50</b>	<b>15.874,37</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: LASAÑA DE CARNE**

**Cuadro N° 81**

<b>Estructura de Costos Lasaña de Carne</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		1.072,02	1072,02
Mano de obra directa		432,09	432,09
Materia prima indirecta		10,60	10,60
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	8,18		8,18
Amortización Activo Diferido	0,71		0,71
Arriendo	48,00		48,00
Mantenimiento	9,81		9,81
Servicios básicos		36,24	36,24
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>66,70</b>	<b>1.550,95</b>	<b>1.617,65</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	222,23		222,23
Gastos de oficina	1,72		1,72
Depreciaciones ( oficina)	17,37		17,37
Combustible		48,10	48,10
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	86,42		86,42
Publicidad	258,00		258,00
Depreciaciones	5,02		5,02
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	13,49		13,49
<b>subtotal costo de operación</b>	<b>604,24</b>	<b>48,10</b>	<b>652,34</b>
<b>TOTAL</b>	<b>670,94</b>	<b>1.599,05</b>	<b>2.269,99</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: LASAÑA DE POLLO**

**Cuadro N° 82**

<b>Estructura de Costos Lasaña de Pollo</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo fijo</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
Costo Primo			
Materia prima directa		1.072,02	1072,02
Mano de obra directa		432,09	432,09
Materia prima indirecta		10,60	10,60
<b>subtotal costo primo</b>			
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	8,18		8,18
Amortización Activo Diferido	0,71		0,71
Arriendo	48,00		48,00
Mantenimiento	9,81		9,81
Servicios básicos		36,24	36,24
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>66,70</b>	<b>1.550,95</b>	<b>1.617,65</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	222,23		222,23
Gastos de oficina	1,72		1,72
Depreciaciones ( oficina)	17,37		17,37
Combustible		48,10	48,10
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	86,42		86,42
Publicidad	258,00		258,00
Depreciaciones	5,02		5,02
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	13,49		13,49
<b>subtotal costo de operación</b>	<b>604,24</b>	<b>48,10</b>	<b>652,34</b>
<b>TOTAL</b>	<b>670,94</b>	<b>1.599,05</b>	<b>2.269,99</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: LASAÑA DE CAMARON**

**Cuadro N° 83**

<b>Estructura de Costos Lasaña de Camarón</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		2.144,04	2144,04
Mano de obra directa		864,18	864,18
Materia prima indirecta		10,60	10,60
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	16,35		16,35
Amortización Activo Diferido	1,42		1,42
Arriendo	96,00		96,00
Mantenimiento	9,81		9,81
Servicios básicos		72,48	72,48
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>123,59</b>	<b>3.091,30</b>	<b>3.214,89</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	444,46		444,46
Gastos de oficina	3,43		3,43
Depreciaciones ( oficina)	34,74		34,74
Combustible		48,10	48,10
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	172,84		172,84
Publicidad	258,00		258,00
Depreciaciones	10,05		10,05
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	26,97		26,97
<b>Subtotal costo de operación</b>	<b>950,49</b>	<b>48,10</b>	<b>998,59</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.074,08</b>	<b>3.139,40</b>	<b>4.213,48</b>

Elaborado: Las Autoras

**CANTON YANZATZA**

**PIZZA ROMA**

**Cuadro N° 84**

<b>Estructura de Costos de Pizza Roma</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		25.728,46	25728,46
Mano de obra directa		10.370,19	10370,19
Materia prima indirecta		17,10	17,10
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	196,22		196,22
Amortización Activo Diferido	17,09		17,09
Arriendo	1.152,00		1152,00
Mantenimiento	17,50		17,50
Servicios básicos		869,76	869,76
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>1.382,81</b>	<b>36.985,50</b>	<b>38.368,32</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	5.333,49		5333,49
Gastos de oficina	41,18		41,18
Depreciaciones ( oficina)	416,92		416,92
Combustible		76,96	76,96
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	2.074,04		2.074,04
Publicidad	412,80		412,80
Depreciaciones	120,58		120,58
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	323,67		323,67
<b>subtotal gastos de operación</b>	<b>8.722,67</b>	<b>76,96</b>	<b>8.799,63</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10.105,48</b>	<b>37.062,46</b>	<b>47.167,95</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: PIZZA 4 ESTACIONES**

**Cuadro N° 85**

<b>Estructura de Costos de Pizza 4 Estaciones</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		12.864,23	12864,23
Mano de obra directa		5.185,09	5185,09
Materia prima indirecta		16,90	16,90
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	98,11		98,11
Amortización Activo Diferido	8,54		8,54
Arriendo	576,00		576,00
Mantenimiento	17,50		17,50
Servicios básicos		434,88	434,88
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>700,16</b>	<b>18.501,10</b>	<b>19.201,26</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	2.666,75		2666,75
Gastos de oficina	20,59		20,59
Depreciaciones ( oficina)	208,46		208,46
Combustible		76,96	76,96
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	1.037,02		1037,02
Publicidad	412,80		412,80
Depreciaciones	60,29		60,29
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	161,83		161,83
<b>subtotal costos de operación</b>	<b>4.567,74</b>	<b>76,96</b>	<b>4.644,70</b>
<b>TOTAL</b>	<b>5267,89</b>	<b>18.578,06</b>	<b>23.845,95</b>

Elaborado: Las Autoras



**PRODUCTO: PIZZA VEGETARIANA**

**Cuadro N° 86**

<b>Estructura de Costos de Pizza Vegetariana</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		4.288,08	4288,08
Mano de obra directa		1.728,36	1728,36
Materia prima indirecta		16,90	16,90
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	32,70		32,704
Amortización Activo Diferido	2,85		2,848
Arriendo	192,00		192,00
Mantenimiento	17,50		17,50
Servicios básicos		144,96	144,96
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>245,05</b>	<b>6.178,30</b>	<b>6.423,35</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	888,92		888,92
Gastos de oficina	6,86		6,86
Depreciaciones ( oficina)	69,49		69,49
Combustible		76,96	76,96
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	345,67		345,67
Publicidad	412,80		412,80
Depreciaciones	20,10		20,10
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	53,94		53,94
<b>subtotal costo de operación</b>	<b>1.797,78</b>	<b>76,96</b>	<b>1.874,74</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.042,83</b>	<b>6.255,26</b>	<b>8.298,09</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: PIZZA 4 QUESOS**

**Cuadro N° 87**

<b>Estructura de Costos de 4 Quesos</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		4.288,08	4288,08
Mano de obra directa		1.728,36	1728,36
Materia prima indirecta		16,90	16,90
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	32,70		32,70
Amortización Activo Diferido	2,85		2,85
Arriendo	192,00		192,00
Mantenimiento	17,50		17,50
Servicios básicos		144,96	144,96
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>245,05</b>	<b>6.178,30</b>	<b>6.423,35</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	888,92		888,92
Gastos de oficina	6,86		6,86
Depreciaciones ( oficina)	69,49		69,49
Combustible		76,96	76,96
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	345,67		345,67
Publicidad	412,80		412,80
Depreciaciones	20,10		20,10
<b>Gastos Financieros</b>			
Interés	53,94		53,94
<b>subtotal costo de operación</b>	<b>1.797,78</b>	<b>76,96</b>	<b>1.874,74</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.042,83</b>	<b>6.255,26</b>	<b>8.298,09</b>

Elaborado: Las Autoras

**PRODUCTO: PIZZA MEDITERRANEA**

**Cuadro N° 88**

<b>Estructura de Costos de Pizza Mediterránea</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>costo fijo</b>	<b>costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Costo Primo</b>			
Materia prima directa		17.152,30	17152,30
Mano de obra directa		6.913,46	6913,46
Materia prima indirecta		17,05	17,05
<b>gastos generales de fabricación</b>			
Depreciaciones	130,82		130,82
Amortización Activo Diferido	11,39		11,39
Arriendo	768,00		768,00
Mantenimiento	17,50		17,50
Servicios básicos		579,84	579,84
<b>subtotal costo de producción</b>	<b>927,71</b>	<b>24.662,65</b>	<b>25590,36</b>
<b>Costos de Operación</b>			
<b>Gastos de Administración y ventas</b>			
Sueldos	3.555,66		3555,66
Gastos de oficina	27,46		27,50
Depreciaciones ( oficina)	277,94		277,90
Combustible		76,96	76,96
<b>Gastos de ventas</b>			
Sueldos	1.382,69		1382,69
Publicidad	412,80		412,80
Depreciaciones	80,38		80,38
<b>Gastos Financieros</b>			
<b>Interés</b>	215,78		215,78
<b>subtotal costo de operación</b>	<b>5.952,72</b>	<b>76,96</b>	<b>6029,68</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6.880,42</b>	<b>24.739,61</b>	<b>31.620,04</b>

Elaborado: Las Autoras

#### g.4.4 PRESUPUESTOS DE INGRESOS

El precio de venta se lo determina en función al total de los costos de producción, la competencia, regulación de precios, entre otros. Para el presente estudio el precio de venta se determina en función a los costos por producto obtenido, sumándose un margen de utilidad deseable y que esté acorde con los precios de la competencia. En tanto que el costo unitario se lo obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas, teniendo que para el primer producto que es Pizza Roma, cuyo costo total es de 23.648,35 para el primer año se producirán 12480 porciones, teniendo un costo de unitario de \$1.89 dólares.

**Cuadro N° 89**

#### **PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS.**

<b>Productos</b>	<b>Costo total</b>	<b>N° Porciones</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Margen %</b>	<b>Margen \$</b>	<b>PVP</b>	<b>Ingresos Totales</b>
<b>Zamora</b>							
Pizza Roma	23.648,35	12480	1,89	5,50%	0,10	2,00	24949,01
Pizza 4 Estaciones	8.100,44	4160	1,95	15,55%	0,30	2,25	9360,06
Pizza Vegetariana	15.874,37	8320	1,91	18,00%	0,34	2,25	18731,76
Pizza 4 Quesos	8.100,44	4160	1,95	15,50%	0,30	2,25	9356,01
Pizza Mediterránea	15.874,37	8320	1,91	31,00%	0,59	2,50	20795,43
Lasaña de Carne	2.269,99	1040	2,18	14,55%	0,32	2,50	2600,28
Lasaña de Pollo	2.269,99	1040	2,18	28,45%	0,62	2,80	2915,81
Lasaña de Camarón	4.213,48	2080	2,03	48,00%	0,97	3,00	6235,94
<b>Yanzatza</b>							
Pizza Roma	47.167,95	24960	1,89	6,00%	0,11	2,00	49998,03
Pizza 4 Estaciones	23.845,95	12480	1,91	18,00%	0,34	2,25	28138,23
Pizza Vegetariana	8.298,09	4160	1,99	13,00%	0,26	2,25	9376,84
Pizza 4 Quesos	8.298,09	4160	1,99	13,00%	0,26	2,25	9376,84
Pizza Mediterránea	31.620,04	16640	1,90	31,45%	0,60	2,50	41564,54
<b>TOTAL</b>							<b>233398,78</b>

**Fuente:** costos por producto: cuadros N° 77,78,79,80,81,82,83,84,85,86,87,88,89

## RESUMEN PROYECTADO DE INGRESOS POR VENTAS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL

**Cuadro N° 90**

Productos	PRIMER AÑO			SEGUNDO AÑO			TERCER AÑO		
	N° Porciones	Precio de Venta	Ingresos Totales	N° Porciones	Precio de Venta	Ingresos Totales	N° Porciones	Precio de Venta	Ingresos Totales
<b>Zamora</b>									
Pizza Roma	12480	2,00	24949,01	16640	2,00	33286,63	16640	2,10	34944,00
Pizza 4 Estaciones	4160	2,25	9360,06	4160	2,50	10417,10	4160	2,75	11440,00
Pizza Vegetariana	8320	2,25	18731,76	8320	2,50	20788,64	12480	2,75	34320,00
Pizza 4 Quesos	4160	2,25	9356,01	4160	2,50	10417,10	4160	2,75	11440,00
Pizza Mediterránea	8320	2,50	20795,43	8320	3,00	24946,36	8320	3,30	27456,00
Lasaña de Carne	1040	2,50	2600,28	2080	2,50	5195,24	2080	2,75	5720,00
Lasaña de Pollo	1040	2,80	2915,81	2080	2,80	5829,31	2080	3,00	6240,00
Lasaña de Camarón	2080	3,00	6235,94	2080	3,50	7288,34	4160	3,75	15600,00
<b>Yanzatza</b>									
Pizza Roma	24960	2,00	49998,03	29120	2,00	58193,64	29120	2,10	61152,00
Pizza 4 Estaciones	12480	2,25	28138,23	12480	2,50	31230,67	12480	2,75	34320,00
Pizza Vegetariana	4160	2,25	9376,84	4160	2,50	10401,90	4160	2,75	11440,00
Pizza 4 Quesos	4160	2,25	9376,84	4160	2,50	10401,90	4160	2,75	11440,00
Pizza Mediterránea	16640	2,50	41564,54	16640	3,00	49943,98	16640	3,30	54912,00
<b>TOTAL</b>	<b>104000</b>		<b>233398,78</b>	<b>114.400,00</b>		<b>278340,81</b>	<b>120.640,00</b>		<b>320424,00</b>

Productos	CUARTO AÑO			QUINTO AÑO		
	N° Porciones	Precio de Venta	Ingresos Totales	N° Porciones	Precio de Venta	Ingresos Totales
<b>Zamora</b>						
Pizza Roma	8736	2,30	20092,80	9568	2,50	23920,00
Pizza 4 Estaciones	11440	3,00	34320,00	12480	3,30	41184,00
Pizza Vegetariana	11440	3,00	34320,00	12480	3,30	41184,00
Pizza 4 Quesos	11440	3,00	34320,00	12480	3,30	41184,00
Pizza Mediterránea	13728	3,65	50107,20	15184	4,00	60736,00
Lasaña de Carne	5720	3,00	17160,00	6240	3,30	20592,00
Lasaña de Pollo	6240	3,30	20592,00	6864	3,60	24710,40
Lasaña de Camarón	7800	4,15	32370,00	8632	4,15	35822,80
<b>Yanzatza</b>						
Pizza Roma	8736	2,30	20092,80	9568	2,50	23920,00
Pizza 4 Estaciones	11440	3,00	34320,00	12480	3,30	41184,00
Pizza Vegetariana	11440	3,00	34320,00	12480	3,30	41184,00
Pizza 4 Quesos	11440	3,00	34320,00	12480	3,30	41184,00
Pizza Mediterránea	13728	3,65	50107,20	15184	4,00	60736,00
<b>TOTAL</b>	<b>133328</b>		<b>416442,00</b>	<b>146120</b>		<b>497541,20</b>

Fuente: Cuadro N° 90

Elaborado: Las Autoras (Fanny y Gloria)

**Nota:** para obtener el margen de utilidad de los siguientes cuatro años, se incrementó un 10% aproximadamente al precio de venta. Se tomó en cuenta que para la venta del producto pizza Roma tiene un precio, muy barato y módico, al alcance de la ciudadanía en general, considerándose esta de tipo económica.

### f.3.1.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un estado financiero que tiene como finalidad mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio contable, clasificándolos de acuerdo a las principales operaciones del negocio y mostrando las ganancias o pérdidas obtenidas.

**Cuadro N° 91**

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ingresos por Ventas	233.398,78	278.340,81	320.424,00	416.442,00	497.541,20
(-) Costo total	<b>199.572,59</b>	<b>217.383,83</b>	<b>235.130,92</b>	<b>256.447,80</b>	<b>277.021,73</b>
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>33.826,19</b>	<b>60.956,98</b>	<b>85.293,08</b>	<b>159.994,20</b>	<b>220.519,47</b>
(-) 15% utilidad Trabajadores	5.073,93	9.143,55	12.793,96	23.999,13	33.077,92
<b>(=) Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>28.752,26</b>	<b>51.813,43</b>	<b>72.499,11</b>	<b>135.995,07</b>	<b>187.441,55</b>
25% Impuesto a la Renta	7.188,07	12.953,36	18.124,78	33.998,77	46.860,39
<b>Utilidad Neta</b>	<b>21.564,20</b>	<b>38.860,07</b>	<b>54.374,34</b>	<b>101.996,30</b>	<b>140.581,16</b>

Elaborado: Las Autoras (Fanny y Gloria)

### f.3.1.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es la situación, en la que el precio ha alcanzado un nivel en el que la cantidad ofrecida y la demandada se igualan. El Punto de equilibrio, es la cantidad de unidades que deben venderse para que una empresa obtenga una utilidad neta de cero. El Análisis del Punto de Equilibrio, es una técnica necesaria para estudiar las relaciones entre los Costos Fijos, Costos Variables y las Ventas, es el Nivel de Producción en el que son exactamente iguales los beneficios por Ventas a la suma de los Costos Fijos y los Costos Variables. Por tanto, no existen ni Pérdidas ni Ganancias.

## PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO UNO

### 1.- MÉTODO MATEMÁTICO

#### a) En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{44.598,27}{233398.78 - 154.974,32} \times 100$$

$$PE = 56.87\%$$

#### b) En Función de las Ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

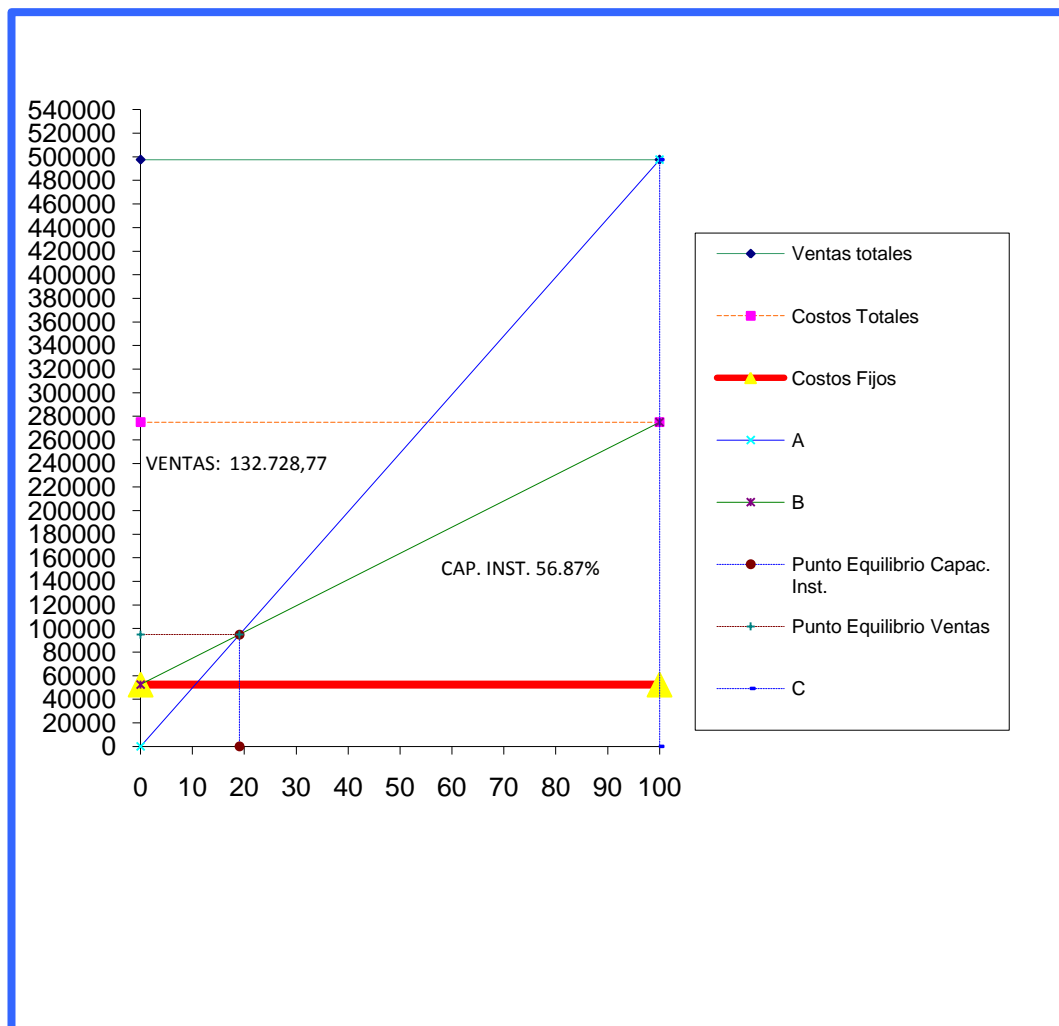
$$PE = \frac{44.598,27}{1 - \frac{154.974,32}{233398.78}}$$

$$PE = 132.728,77 \text{ dólares}$$



## 2.- MÉTODO GRÁFICO

Gráfico N° 11



**Elaborado:** Las Autoras

El Punto de Equilibrio para el primer año de operación en la empresa se produce cuando los ingresos son de \$132.728,77 y se utiliza una capacidad instalada del 56.87%. Es cuando la empresa no pierde ni gana, produciéndose el punto muerto o de equilibrio. A mayores estándares de ingresos y de capacidad instalada la empresa empezará a tener rentabilidad.

### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO TRES

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{47.526,99}{320424.00 - 187.603,94} \times 100$$

$$PE = 35.78\%$$

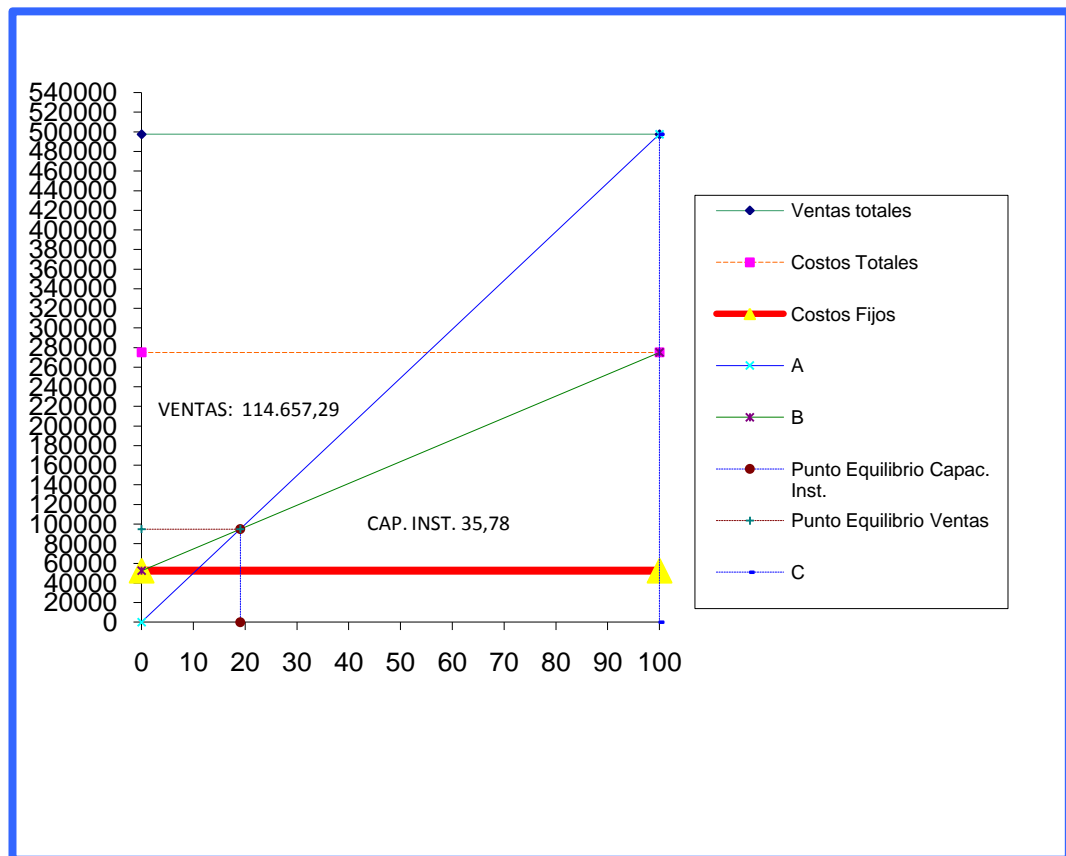
#### b) En Función de las Ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE = \frac{47.526,99}{1 - \frac{187.603,94}{320424.00}}$$

$$PE = \$ 114.657,29 \text{ dólares}$$

**Gráfico N° 12**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3**



**Elaborado:** Las Autoras

Para el tercer año de operación de la empresa, el Punto de Equilibrio se produce cuando las Ventas alcancen los \$ 114.657,29 dólares de ingresos, y se trabaje con una capacidad utilizada del 35,78%. Produciéndose el punto muerto o punto de equilibrio, que es cuando la empresa no pierde ni gana. En tanto que al tener mayores ingresos y trabajar con una mayor capacidad instalada de los estándares anteriormente anotados se producirá rentabilidad en la empresa.

## PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO CINCO

### MÉTODO MATEMÁTICO

#### a) En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{50.761,47}{497541.20 - 226.260,26} \times 100$$

$$PE = 18.71\%$$

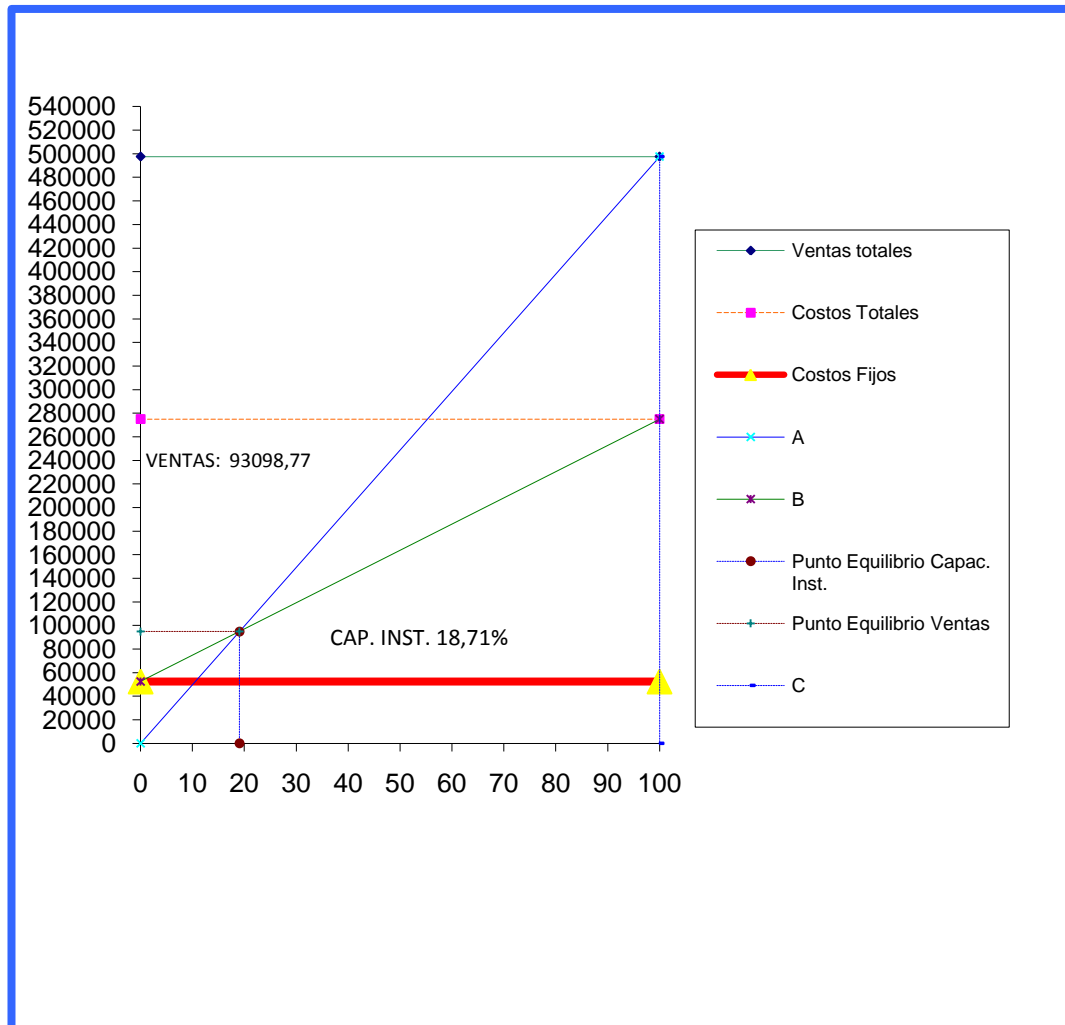
#### b) En Función de las Ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE = \frac{50.761,47}{1 - \frac{226.260,26}{497541.20}}$$

$$PE = \$ 93098.77 \text{ dólares}$$

**Gráfico N° 13**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5**



**Elaborado:** Las Autoras

Para el quinto año el punto de equilibrio se produce cuando la empresa alcanza unas ventas de \$ 93098,77 dólares y trabaja con una capacidad instalada de 18.71%, y es cuando la empresa no pierde ni gana, llamando punto muerto o Punto de Equilibrio. Cuando la empresa trabaje con mayores estándares a los producidos en el punto de equilibrio, ésta empezará a tener rentabilidad.

## **g.5. EVALUACIÓN ECONÓMICA**

La **Evaluación Financiera**, es el proceso que vincula el Riesgo y el Rendimiento, para determinar el valor de un Activo. Es un procedimiento relativamente sencillo que se puede aplicar a las series esperadas de beneficios, que pueden ser de acciones, bonos, propiedades en rentas u otros.

Para determinar el Valor de un Activo en un momento dado en el tiempo, un Administrador Financiero utiliza las Técnicas de Valor del dinero en el tiempo y los conceptos de Riesgo y Rendimientos.

### **g.5.1 FLUJO DE CAJA**

El Flujo de Caja Proyectado, constituye uno de los elementos más importantes del Estudio del Proyecto, ya que la Evaluación se efectuará sobre los resultados que ella determine.

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario estimar los flujos de caja.

Este permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

Facilita el cubrimiento de todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir las necesidades de efectivo.

Los flujos de caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de efectivos.

El flujo de caja se encuentra demostrado en el cuadro siguiente en el que se comparan los ingresos con los egresos.

Cuadro N° 92

**FLUJO DE CAJA**

<b>INGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas		233.398,78	278.340,81	320.424,00	416.442,00	497.541,20
Valor Residual						2.184,20
Capital propio	31.346,69					
Capital Externo	12.000,00					
<b>Total Ingresos</b>	<b>43.346,69</b>	<b>233.398,78</b>	<b>278.340,81</b>	<b>320.424,00</b>	<b>416.442,00</b>	<b>499.725,40</b>
<b>EGRESOS</b>						
Inversión Inicial	43.346,69					
Costo de producción.		160.050,51	176.593,98	193.006,16	212.918,05	232.013,89
Costo de operación		39.522,07	40.789,84	42.124,77	43.529,75	45.007,84
<b>EGRESO TOTAL</b>	<b>43.346,69</b>	<b>199.572,59</b>	<b>217.383,83</b>	<b>235.130,92</b>	<b>256.447,80</b>	<b>277.021,73</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>33.826,19</b>	<b>60.956,98</b>	<b>85.293,08</b>	<b>159.994,20</b>	<b>222.703,67</b>
15% Utilidad Trabajadores		5.073,93	9.143,55	12.793,96	23.999,13	33.405,55
<b>UTILIDAD ANTES IMPTO.</b>		<b>28.752,26</b>	<b>51.813,43</b>	<b>72.499,11</b>	<b>135.995,07</b>	<b>189.298,12</b>
25% Impto a la renta.		7.188,07	12.953,36	18.124,78	33.998,77	47.324,53
<b>UTILIDAD ANTES RESERVA</b>		<b>21.564,20</b>	<b>38.860,07</b>	<b>54.374,34</b>	<b>101.996,30</b>	<b>141.973,59</b>
Depreciaciones		<b>3.057,14</b>	<b>3.057,14</b>	<b>3.057,14</b>	<b>3.057,14</b>	<b>3.057,14</b>
Amortización de diferidos		71,20	71,20	71,20	71,20	71,20
<b>FLUJO NETO</b>	<b>0,00</b>	<b>24.692,54</b>	<b>41.988,42</b>	<b>57.502,68</b>	<b>105.124,65</b>	<b>145.101,94</b>

Elaborado: Las Autoras (Fanny y Gloria)



### **g.5.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Es uno de los Métodos básicos, que toma en cuenta la importancia de los Flujos de Efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el Valor actualizado de los Flujos de Beneficios y el valor también actualizado de las Inversiones y otros Egresos de efectivo.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

Este factor de actualización puede aplicarse al Flujo Actual Neto y en definitiva corresponde a la estimación, al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

$$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

En términos matemáticos, el Van es la sumatoria de los beneficios netos multiplicados por el Factor de Descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El Van representa en valor 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 liquido actualizado generado por el proyecto.

**Cuadro N° 93**

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Fact. Actul.11,83%</b>	<b>Flujo descontado</b>
0	43.346,69		
1	24.692,54	0,894214433	22.080,43
2	41.988,42	0,799619452	33.574,76
3	57.502,68	0,715031254	41.116,21
4	105.124,65	0,639391267	67.215,78
5	145.101,94	0,571752899	82.962,45
Total			246.949,63
Inversión			-43.346,69
VAN			203.602,94

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria)

$$VAN = \Sigma \text{ flujo Neto Actualizado} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 246.949,63 - 43.346,57$$

$$VAN = 203.602,94$$

**Análisis.-** el VAN encontrado en el presente proyecto es de \$ 203.602,94; por lo tanto significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación y se acepta el proyecto.

### **g.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) de un Proyecto de Inversión, es: la Tasa de descuento que es el rendimiento del proyecto, calculado en el tiempo de Vida Útil del mismo. Método de evaluación que al igual que el VAN, toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas, etc. Se define a la “Tasa Interna de Retorno” TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno (TIR), como la tasa más alta de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto. La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea **cero**, es decir; que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada. La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

### Parámetros de Decisión

- Si la TIR es mayor que el costo del Capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

**Cuadro N° 94**

**Tabla de cálculo para la Tasa Interna de Retorno**

Años	Flujo Neto	Factor de descuento 95,00%	Valor Actual Tm	Factor de descuento 96,00%	Valor Actual TM
0	-43.346,69		-43.346,69		-43.346,69
1	24.692,54	0,51282051	12.662,84	0,5102040816	12.598,23
2	41.988,42	0,26298488	11.042,32	0,2603082049	10.929,93
3	57.502,68	0,13486404	7.755,04	0,1328103086	7.636,95
4	105.124,65	0,06916105	7.270,53	0,0677603615	7.123,28
5	145.101,94	0,03546720	5.146,36	0,0345716130	5.016,41
<b>VAN Tm</b>			<b>530.41</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-41,88</b>
				<b>TIR</b>	<b>95.93%</b>

530.4059

Tasa mayor	0,9600
Tasa menor	0,9500
Diferencia de Tasa	0,0100
VAN Tasa menor	530,4059
VAN Tasa mayor	41,8832
<b>TIR</b>	<b>0,9593</b>

$$TIR = Tasa\ menor + \frac{dt(\text{VAN menor})}{Van\ menor - van\ mayor}$$

$$TIR = 95 + 1 \frac{(530.41)}{530.41 - (-41.88)} = 95 + 1 \frac{(530.41)}{592.69}$$

$$TIR = 95 + 1(0.9268) = 95.93\%$$

#### g.5.4 RELACIÓN BENEFICIO / COSTO (RBC)

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; La Relación Beneficio / Costo; es la decisión de que, sí él:

- Beneficio / Costo > que 1; se puede realizar el proyecto
- Beneficio / Costo = que 1; es indiferente realizar el proyecto
- Beneficio / Costo < que 1; se debe rechazar el proyecto.

**Cuadro Nº 95**

<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>						
Año	Actualización del Costo Total			Actualización de Ingresos		
	Costo Total Original	Factor de Actualización 11.83%	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor de Actualización 11,83%	Ingreso Actualizado
0		11,83%				
1	199.572,59	0,89421443	178.460,69	233.398,78	0,89421443	208.708,56
2	217.383,83	0,79961945	173.824,34	278.340,81	0,79961945	222.566,72
3	235.130,92	0,71503125	168.125,96	320.424,00	0,71503125	229.113,17
4	256.447,80	0,63939127	163.970,48	416.442,00	0,63939127	266.269,38
5	277.021,73	0,57175290	158.387,98	497.541,20	0,57175290	284.470,62
			<b>842.769,45</b>			<b>1.211.128,45</b>
					<b>RCB</b>	<b>1,44</b>

**Elaborado:** Las Autoras (Fanny y Gloria)

$$RB/C = \frac{INGRESOS \text{ ACTUALIZADOS}}{COSTO \text{ ACTUALIZADOS}} \quad RB/C = \frac{1211.128.45}{842.769.45} = 1.44$$

En el presente proyecto, la Relación Beneficio – Costo es mayor que uno (1,44), indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir; que por cada dólar invertido se recibirá (0,44) centavos de utilidad.

### g.5.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

Es requerido para que los Flujos de Entrada de Efectivo, derivados de una Inversión coincidan con el Costo Total de la Inversión. Es el tiempo que tarda en recuperarse el Capital que fue invertido para iniciar las actividades de la empresa, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsara el desembolso original de capital. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial

**Cuadro Nº 96**

PRC			
Años	Flujo Neto	Factor de Actualización 11.83%	Valor actualizado
0	-43.346,69	11,83%	
1	24.692,54	0,894214433	22080,43
2	41.988,42	0,799619452	33574,76
3	57.502,68	0,715031254	41116,21
4	105.124,65	0,639391267	67215,78
5	145.101,94	0,571752899	82962,45

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

$$PRC = 3 + \frac{43.346,69 - 96771,40}{57.502,68} \quad PRC = 3 + \frac{53424,713}{57502,68}$$

$$PCR = 3 + (-0.929) = 2.07$$

**Años = 2 años;**

**Meses = 0.7 x 12 = 8.4 = 8 meses;**

**Días = 0.40 x 30 = 12 = 12 días.**

### **g.5.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

El Análisis de la Sensibilidad (AS), es el estudio del efecto sobre la solución de un cambio en los parámetros del modelo.

El Análisis de Sensibilidad en un proyecto es conveniente medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es; el aumento de los costos y la disminución en los ingresos. El Análisis de Sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conoce las condiciones que se esperaba en el futuro. Para la toma de decisiones se debe tomar en cuenta los siguientes PARAMETROS DE DECISIÓN:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es SENSIBLE.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es = que 1, el proyecto NO SUFRE NINGÚN EFECTO.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que 1, el proyecto NO ES SENSIBLE.

### **FÓRMULA**

$$\text{DIFERENCIA DE TIR} = \text{TIR PROYECTO} - \text{NUEVA TIR}$$

$$\% \text{ DE VARIACIÓN} = \frac{\text{DIFERENCIA ENTRE TIR}}{\text{TIR DEL PROYECTO}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ DE VARIACIÓN}}{\text{NUEVA TIR}}$$

**SENSIBILIDAD CON AUMENTO EN LOS COSTOS:**

**Cuadro N° 97**

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 24.15% EN LOS COSTOS								
Años	Costo T. Original	Costo T. original aumentado 24.15%	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización 49.0%	Valor Actual	Factor de Actualización 50,0%	Valor Actual
0				-43.346,69				
1	199.572,59	247.769,37	233.398,78	-14.370,59	0,67114094	-9.644,69	0,6666667	-9.580,39
2	217.383,83	269.882,02	278.340,81	8.458,78	0,45043016	3.810,09	0,4444444	3.759,46
3	235.130,92	291.915,04	320.424,00	28.508,96	0,30230212	8.618,32	0,2962963	8.447,10
4	256.447,80	318.379,94	416.442,00	98.062,06	0,20288733	19.895,55	0,1975309	19.370,28
5	277.021,73	343.922,47	497.541,20	153.618,73	0,13616599	20.917,65	0,1316872	20.229,63
					<b>Total</b>	43.596,91	<b>Total</b>	42.226,07
					<b>Inversión</b>	-43.346,69	<b>Inversión</b>	-43.346,69
					<b>VAN Tm</b>	250,22	<b>VAN TM</b>	-1.120,62
							<b>NTIR</b>	<b>49,18%</b>

$$NTIR = Tasa\ menor + dt \frac{(VAN\ menor)}{Van\ menor - Van\ mayor}$$

$$NTIR = Tasa\ menor + dt \frac{(VAN\ menor)}{Van\ menor - van\ mayor}$$

$$NTIR = 49 + \frac{1(250.22)}{250.22 - (-1120.62)} = 49 + \frac{1(250.22)}{1370.84}$$

$$NTIR = 49 + 1(0.18) = 49.18\%$$

<b>TIR del Proyecto</b>	0,9593		
1) Diferencia de TIR =	0,4674	Tasa mayor	0,5000
2) % de Variación =	0,4873	Tasa menor	0,4900
<b>3) Sensibilidad</b>	<b>0,99</b>	Diferencia de Tasa	0,0100
		VAN Tasa menor	250,2240
		VAN Tasa mayor	1120,6157
		<b>NTIR</b>	<b>0,4918</b>



## ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON DECREMENTO EN LOS INGRESOS

Cuadro N° 98

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 17,85% EN LOS INGRESOS									
Años	Ingreso Original	Ingreso original disminuido 17,85%	Costo Original	Actualización					
				Flujo Neto	Factor de Actualización 49.0%	Valor Actual Tm	Factor de Actualización 50,0%	Valor Actual TM	
0				-43.346,69					
1	233.398,78	191.737,10	199.572,59	-7.835,49	0,67114094	-5.258,72	0,66666667	-5.223,66	
2	278.340,81	228.656,97	217.383,83	11.273,14	0,45043016	5.077,76	0,44444444	5.010,29	
3	320.424,00	263.228,32	235.130,92	28.097,39	0,30230212	8.493,90	0,2962963	8.325,15	
4	416.442,00	342.107,10	256.447,80	85.659,30	0,20288733	17.379,19	0,1975309	16.920,36	
5	497.541,20	408.730,10	277.021,73	131.708,37	0,13616599	17.934,20	0,1316872	17.344,31	
<b>Total</b>						43.626,33	<b>Total</b>		42.376,45
<b>Inversión</b>						-43.346,69	<b>Inversión</b>		-43.346,69
<b>VAN</b>						279,64	<b>VAN</b>		-970,24
<b>NTIR</b>								<b>49,22%</b>	

$$NTIR = Tasa\ menor + dt \frac{(VAN\ menor)}{Van\ menor - Van\ mayor}$$

$$NTIR = Tasa\ menor + dt \frac{(VAN\ menor)}{Van\ menor - van\ mayor}$$

$$NTIR = 49 + \frac{1 (279.64)}{279.24 - (-970.24)} = 49 + 1 \frac{(279.64)}{1249.48}$$

$$NTIR = 49 + 1 (0.22) = 49.22\%$$

<b>IR del Proyecto</b>	0,9290		
) Diferencia de TIR =	0,45	Tasa mayor	0,5000
) % de Variación =	0,48	Tasa menor	0,4900
<b>) Sensibilidad</b>	<b>0,99</b>	Diferencia de Tasa	0,0100
		VAN Tasa menor	279,6447
		VAN Tasa mayor	-970,2431
		<b>NTIR</b>	<b>0,4922</b>

**Análisis:**

El proyecto soporta un incremento en los costos del 24.15%, pues con este valor obtenemos una sensibilidad de 0.99 que es menor que uno, es decir, que el proyecto no es sensible a esta variación, por tanto, no sufre ningún efecto y es ejecutable.

El proyecto soporta una disminución de los ingresos en un 17.85% ya que con este valor obtenemos una sensibilidad de 0.99 que es menor que uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a esta variación por tanto no sufre ningún efecto y es ejecutable.

# CONCLUSIONES

## **h. CONCLUSIONES**

- El proyecto para la implementación de una sucursal de pizzería Roma en los cantones Zamora y Yanzatza, es factible desde la perspectiva del mercado existe demanda insatisfecha; desde la perspectiva técnica, existen los equipos, insumos y tecnología para la Implementación; y, desde la perspectiva financiera se obtendrá rentabilidad para la empresa.
- La inversión que se necesita para implementar y poner en marcha el proyecto asciende a \$ **43346.69** dólares, de los cuales el **72.32%** es aportado por los propietarios y el **27.68%** se lo financiará a través de un crédito al Banco Nacional de Fomento.
- La utilidad neta que se obtendrá del proyecto para el primer año de vida útil será de \$ **21564.20** dólares.
- En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de **\$203602.94**; Periodo de Recuperación de Capital es de **2 años 8 meses 12 días**; Relación Beneficio Costo es de **1,44**; la Tasa Interna de Retorno es de **95.93%**; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del **24.15 %** y una disminución en los ingresos del **17,85%**.
- Analizando estos indicadores para la toma de decisiones, se concluye que el proyecto es factible de implementar.

# RECOMENDACIONES

## **i. RECOMENDACIONES**

Una vez culminado el presente estudio de factibilidad se presenta las siguientes sugerencias:

- Al establecerse que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad para los inversionistas y su importante aporte al desarrollo empresarial de la provincia.
- Resulta de vital importancia la implementación de la empresa, dado que además de satisfacer la demanda existente, se estaría contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo y fomentando un desarrollo tanto social y económico a la Provincia de Zamora Chinchipe.
- Los inversionistas y empresarios deberían apoyarse en este tipo de estudios de factibilidad antes de implementar una empresa, para de esta manera evitar los fracasos.
- El gobierno a través de las diferentes organizaciones de apoyo a las empresas deberían ser más flexible en cuanto a los requerimientos, plazos de pago y tasas de interés.

# BIBLIOGRAFIA

## j. BIBLIOGRAFIA

- ✓ Análisis Coste-Beneficio – *D.W.Pearce* – Macmillan / Vicens-Vives – 1977
- ✓ **Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión.**;Coss Raúl. Editorial Limusa. 2da. Edición. Pág. 101, 105.
- ✓ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial MCGRAW-HILL, México, 1998.
- ✓ BACA, G. 1997, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, Edición “Villas”. Pág. 12- 33
- ✓ CARRASCO BELINCHON, Julián: “Organización de Empresas y Administración de Personal”. Editorial INDEX. Madrid 1984
- ✓ COSS Bu, Raúl. **Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión.** Editorial Limusa. 2da. Edición.
- ✓ Carol Helstosky (2008). *Pizza: A Global History*, 1ª edición (en inglés), Londres: Reaktion Books Ltd. ISBN 1861893914.
- ✓ CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. Santa Fé de Bogotá Colombia, 1995.
- ✓ Enciclopedia práctica de administración “**Pequeña y Mediana Empresa**”, Ediciones Credimar editorial McGraw Hill, México, Pag.13-46.
- ✓ Estrategia y sistemas de producción de las empresas japonesas – *Xavier Verge y Joseph Martínez* Gestión 2000 – 1992



- ✓ **Evaluación de Proyectos**; Urbina Gabriel y Mc Graw Hill. Editorial BACA, 4ta Edición 2001. Pág. 25, 26, 29.
- ✓ Nuevo enfoque de la función de producción – *Arnoud de Mayer y Avivah*
- ✓ Marketing. Concepto y Estrategias. 9na Edición por William Pride.
- ✓ Mercadotecnia. 6ta Edición. PhillipKlotter.
- ✓ Mejora del Valor Añadido en los Procesos – *William E. Trischler* – Gestión 2000 – 1998
- ✓ KOTLER, Philip, “La Nueva Competencia, más allá de la Teoría”, Editorial Norma, 1978, Japón.
- ✓ KOTLER, Phillip. "**Dirección de Marketing. La edición del milenio**" Ed. PrenticeHall, México., 2001.
- ✓ PASACA MORA, Manuel Enrique Ing. Formulación y Evaluación de Proyectos.
- ✓ Romay, Saturnino (1994). Scholastic (ed.). *Pizza*. ISBN 0-590-27362-0.
- ✓ PAGINAS WEB:
- ✓ [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- ✓ Scholastic (ed.). *Pizza*. ISBN 0-590-27362-0.
- ✓ SENA, Manual del Asesor FACE (Formación y Asesoría Creadores de Empresas), Bogotá, Colombia, 1996.

- ✓ Sistemas de Información Administrativa – *J. Dearden, F.W. McFarlan y W.M. Zani* – El Ateneo – 1971
- ✓ STANTON, ET AL. "**Fundamentos de Marketing**" Ed. McGrawHill, México, 11ª ed., 1999. 170-244pp.
- ✓ Transformando la cuenta de resultados – *Tony Hope y Jeremy Hope* – Paidós Empresa – 1995
- ✓ TROUT & RIVKIN. "**El nuevo posicionamiento**" Ed. Limusa, México ,1996.

**ANEXOS**

## **k. ANEXOS**

### **ANEXO N° 1**

#### **FICHA RESUMEN DEL PROYECTO**

##### **TITULO**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE “PIZZERIA ROMA” EN LOS CANTONES ZAMORA Y YANZATZA CORRESPONDENTES A LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

##### **PROBLEMÁTICA**

Los conocimientos en cuanto a la administración de empresas es hoy en día un recurso esencial e importante. La exigencia social y organizacional de una administración eficiente, se plantea como el gran reto. No sólo por razones de competitividad, sino por motivos de sobrevivencia y de desarrollo con equilibrio.

Para realizar proyectos de factibilidad es indispensable conocer a fondo cada uno de sus componentes y de esta manera lograr obtener mayores ventajas y evitar errores con la implementación de empresas. Es importante tener en cuenta que estos proyectos de factibilidad permiten a los inversionistas tomar las decisiones más adecuadas y óptimas para la creación de microempresas, las mismas que se encuentren en un cierto nivel de competencia con las otras empresas que se dedican a fabricar y elaborar los mismos productos.

Los grandes empresarios de nuestro país han logrado éxito gracias a los amplios conocimientos y a la experiencia en realizar estudios de mercado donde se conoce las verdaderas necesidades y expectativas que tienen los diferentes clientes frente a un determinado servicio o producto y este éxito depende de la habilidad que tienen estos empresarios para adquirir los más recientes conocimientos y aplicarlos a sus empresas.

En la mentalidad empresarial ecuatoriana se le da poca importancia al hecho de que la empresa es, ante todo, un conjunto de elementos humanos, que utilizan medios materiales para alcanzar un fin.

El Ecuador ha sido dotado de importantes recursos humanos para crecer y desarrollarse; sin embargo no tienen interés en conocer y desarrollar programas empresariales que ayuden al pequeño empresario a crecer con su negocio y así fortalecer el campo empresarial en base a la buena administración de empresas de acuerdo con los principios, métodos y mecanismos modernos de cómo dirigir una empresa, tomando en cuenta la competencia, tecnología, recursos humanos, inversionistas.

No existe interés por identificar los sistemas y estructuras administrativas actuales para determinar de qué forma debemos adaptarnos a la nueva situación. Los ecuatorianos no asimilamos los procesos y no lo adaptamos a las estructuras orgánicas de las empresas

Los empresarios no poseen un amplio grado de creatividad y sentido común que le permita reconocer las oportunidades en el momento que se

les presenten; y recurrir a soluciones innovadoras y creativas acorde con los nuevos problemas y la sociedad cambiante.

La crisis financiera mundial afecta indirectamente las actividades comerciales de los ecuatorianos lo que conlleva a un mayor índice de desempleo y por ende la pobreza se incrementa. Los empresarios deben encontrar oportunidades donde otros empresarios no las encuentran. Deben implantar sus ideas innovadoras, mejorar la creatividad para crear productos y servicios nuevos que satisfagan en gran cantidad a los clientes y así evitar que esta crisis acabe con las ilusiones de los ecuatorianos de mejorar su calidad de vida.

La competitividad empresarial está determinada por la capacidad de combinar eficientemente los factores de la producción, a fin de producir bienes o servicios con alto valor agregado y que puedan competir exitosamente en los mercados locales e internacionales.

La productividad depende de la creación de un entorno que incentive el progreso tecnológico y la innovación en las empresas ubicadas en la región sur del Ecuador. Este entorno está determinado por varios factores relativos a: la calidad del sistema de innovación y del sistema de capacitación y educación, el acceso al financiamiento de las empresas, la política de apertura comercial, etc.

En la región Sur del Ecuador la crisis mundial ha afectado considerablemente ya que los recursos destinados a este sector no son distribuidos en iguales condiciones y afectan en grandes cantidades al desarrollo de esta región creciendo así la pobreza y por ende el desempleo.

Para esta región la tecnología es inalcanzable debido a que no se cuenta con los suficientes recursos para adquirirla y por ende los procesos de producción son lentos y no se logra cumplir con las metas establecidas.

La provincia de Zamora Chinchipe es netamente comercial debido a la gran cantidad de recursos, a las actividades económicas que se dedican sus habitantes y principalmente a sus atractivos turísticos lo que se diferencia de las demás provincias.

La crisis económica financiera también afecta a esta provincia ya que los pequeños productores no cuentan con los recursos económicos necesarios para invertir en sus pequeños negocios.

En el transcurso de los años Zamora ha crecido. Es una ciudad en desarrollo. Si bien sigue manteniendo su jerarquía cultural, no obstante está adquiriendo categoría comercial, turística y transformándose en un centro de expectativa para la inversión.

En cuanto a la cultura que tiene esta provincia se puede mencionar que es consumista que prefiere consumir lo extranjero y no lo propio. Se ha analizado brevemente que en este sector tan solo se preparan comidas

típicas y no dan apertura a otras comidas como es la italiana (la pizza, la lasaña, el espagueti) ya que son alimentos nutritivos y saludables hecho a base de ingredientes naturales.

Uno de los máximos exponentes de la comida italiana es la pizza por ser un plato exquisito para quienes lo conocen y lo consumen.

Cada país ofrece la pizza elaborado con los ingredientes nacionales más destacados, la pizza ha logrado conquistar el mundo en forma sorprendente y es notable el hecho de que cada cultura ha adaptado esta comida a sus costumbres y a sus recursos locales utilizando los ingredientes más frescos y saludables.

La comida italiana en especial la pizza no ha logrado concentrar su valor nutricional en la Provincia de Zamora Chinchipe debido al desconocimiento de su preparación e ingredientes nutritivos con que se elabora. Además no se cuenta con el apoyo económico para invertir en empresas de esta clase, pocas fuentes de financiamiento e intereses elevados y la poca seguridad que tienen los empresarios para invertir en la localidad.

Debido a la falta de un estudio de mercado, el poco apoyo económico a pequeños empresarios, lo que ha generado que no se conozca la demanda que tiene la pizza en estos cantones, incremento de desempleo y por ende poco desarrollo de estos cantones se delimita el siguiente problema **“LA FALTA DE UN ESTUDIO DE MERCADO NO LE HA**



## **PERMITIDO A “PIZZERIA ROMA” EXPANDIRSE Y DESARROLLARSE A TRAVÉS DE SUCURSALES EN LOS CANTONES DE ZAMORA Y YANZATZA”**

Aprovechando la facilidad para adquirir la materia prima, a la gran afluencia de personas y poder adquisitivo con las que cuentan los cantones antes mencionados, aportando así al desarrollo tanto de la provincia como del país es necesario realizar un estudio de mercado para verificar la factibilidad o no de este producto.

### **OBJETIVO GENERAL**

- ✓ Elaborar un proyecto de factibilidad para la implementación de una sucursal de pizzería roma en los cantones de Zamora y Yanzatza de la provincia de Zamora Chinchipe.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✓ Realizar un estudio de mercado para medir el grado de aceptación que tiene la Pizza, por los consumidores potenciales de los cantones Zamora y Yanzatza correspondientes a la Provincia de Zamora Chinchipe.
- ✓ Ejecutar un estudio técnico, para conocer el tamaño, la localización y todos los elementos que se requiere para la instalación de la empresa.

- ✓ Diseñar un estudio administrativo y organizar legalmente la empresa, dependiendo de los requerimientos
- ✓ Realizar un estudio financiero, para determinar la inversión total del proyecto.
- ✓ Realizar la evaluación financiera del proyecto, para determinar la factibilidad del mismo
- ✓ Establecer las respectivas conclusiones y las recomendaciones.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad se utilizarán métodos y técnicas que permitirán guiar de una mejor manera este trabajo de investigación.

### **MÉTODOS**

El método **INDUCTIVO – DEDUCTIVO**, sirvió de base para poder realizar el estudio de mercado, especialmente para determinar los gustos y preferencias respecto al consumo de pizza y lasaña. La aplicación de este método se basó en la observación, es decir ver escuchar hechos y fenómenos relacionados con la oferta y demanda de este tipo de productos.

El método **MATEMATICO- ANALITICO** se utilizó para realizar los cálculos correspondientes al estudio financiero para establecer los costos de producción así como los precios de venta, y en la evaluación financiera

para determinar los principales indicadores financieros que permitieron tomar la decisión de inversión tales como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el análisis de sensibilidad, la relación beneficio costo y el periodo de recuperación del capital.

El método **ESTADISTICO** permitió procesar la información referente a la oferta y demanda de pizza y lasaña tanto en Zamora como en Yanzatza y presentarla mediante cuadros estadísticos.

El método **DESCRIPTIVO** se aplicó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de la información obtenida de la situación real de mercado y se apoyó para la predicción y proyecciones de algunas variables como la demanda, precios, ingresos, costos, utilidades, etc.

## **TÉCNICAS**

Las técnicas que se utilizaron son la **información bibliográfica** donde se pudo obtener información de instituciones, bibliotecas y del internet.

**La observación directa** que se realizó en los mercados de los cantones en estudio sirvió para analizar con brevedad la situación tanto de sus costumbres como alimentación, ya que la población que vive en el sector urbano tiene otro tipo de costumbres a la del sector rural.

## **Entrevista**

Se aplicó una entrevista al gerente del restaurant “Nick Kings” en el cantón Zamora, se realizó otra entrevista al gerente de la pizzería “La Viña” en el cantón Yanzatza, ya que son considerados como la posible competencia para Pizzería Roma. La misma nos sirvió para obtener datos más verídicos y reales como los precios que ofrecen, el tipo de comida italiana que mas expende cada uno de los negocios y de esta manera considerar los datos más importantes para el presente proyecto de factibilidad.

## **Encuestas**

Se aplicó las respectivas **encuestas** a las familias de los cantones determinados con la finalidad de obtener información veraz la cual fue analizada y se determinó la demanda y oferta del producto. **Muestreo.-** Esta técnica permitirá obtener un tamaño de muestra para la aplicación de encuestas.

Las encuestas serán aplicadas en los cantones Zamora y Yanzatza, para obtener la muestra segmentaremos a la población por familias. Que según el último censo (2001) realizado por el INEC la población del Cantón Zamora es de 21.791 habitantes, considerando un promedio de 4 integrantes por familia tenemos 5.448 familias, y en el Cantón Yanzatza es de 17.238 habitantes, considerando un promedio de 4 integrantes por

familia tenemos 4.310 familias. Datos con el cual determinaremos la muestra respectiva.

**FORMULA:**

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

**EN DONDE:**

**N=** Total de familias

**p=** Probabilidad de que ocurra el evento

**q=** Probabilidad de que no ocurra el evento

**Z=** Certeza Confianza

**E=** Margen de error

**APLICACIÓN DE LA MUESTRA**

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

Reemplazando los valores en la fórmula:

$$n = \frac{4.310 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (4.310 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50^2}$$

$$n = \frac{4.310 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 4.309 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{4139.32}{10.7725 + 0.9604}$$

$$n = \frac{4139.32}{11.7329}$$

**n = 353** encuestas Yanzatza

**ZAMORA**

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

## APLICACIÓN DE LA MUESTRA

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

Reemplazando los valores en la fórmula:

$$n = \frac{5.447 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 (5.547 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50^2}$$

$$n = \frac{5.447 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 5546 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{5231.2}{13.867 + 0.9604}$$

$$n = \frac{5231.2}{14.827}$$

**n = 359 encuestas**

## ANEXO N° 2

### ENCUESTA APLICADA A FAMILIAS DEL CANTÓN ZAMORA Y YANZATZA

#### 1. Ingreso

100 – 300 ( )  
301 – 500 ( )  
501 – 700 ( )  
701 adelante ( )

#### 2. Ha utilizado Ud. Los servicios de un restaurant en la ciudad?

SI ( )  
NO ( )

#### 3. ¿Degusta Ud. Y su familia comida italiana?

SI ( )  
NO ( )

#### 4. ¿Conoce Ud. sobre la existencia de pizzerías en la ciudad?

SI ( )  
NO ( )

#### 5. ¿Qué es lo más importante que busca cuando visita un restaurant?

Precio ( )  
Sabor ( )  
Calidad ( )  
Promociones( )  
Variedad ( )  
Atención ( )

#### 6. ¿Qué tipo de comida Italiana ha degustado?

Pizza ( )  
Lasaña ( )  
Espagueti ( )

#### 7. ¿Señale la cantidad de productos que consume mensualmente? PIZZA

0 – 1 porciones ( )  
2 – 3 porciones ( )  
4 - 5 porciones ( )

## LASAÑA

- 0 – 1 porciones ( )  
2 – 3 porciones ( )  
4 - 5 porciones ( )

**8. Si se implementara una sucursal de PIZZERÍA ROMA en esta ciudad Ud. Y su familia estaría dispuesto a consumir?**

SI ( )

NO ( )

**9. ¿Qué tipo de comida Italiana le gustaría adquirir en esta Pizzería?**

Pizza ( )

Lasaña ( )

Espagueti ( )

**10. ¿Qué variedades de pizza Ud. Conoce y son de su preferencia?**

Pizza Económica ( )

Pizza 4 estaciones ( )

Pizza vegetariana ( )

Pizza 4 quesos ( )

Pizza mediterránea (camarón) ( )

Otras ( )

**11. ¿Qué variedades de lasaña Ud. Conoce y serian de su preferencia?**

Lasaña de carne ( )

Lasaña de pollo ( )

Lasaña de camarón ( )

**12. ¿En qué presentaciones le gustaría adquirir los productos en la nueva pizzería?**

### PIZZA

Personal (1 porción) ( )

Mediana (4 porciones) ( )

Familiar (8 porciones) ( )

### LASAÑA

Personal (1 porción) ( )



Mediana (4 porciones) ( )

Familiar (8 porciones) ( )

**13. Cuánto le gustaría pagar por los productos comercializados por la nueva pizzería?**

1 – 3 dólares ( )

4 – 6 dólares ( )

7– 9 dólares ( )

**14. ¿Cómo le gustaría que se entregue su pedido?**

En el local ( )

A domicilio ( )

**15. ¿Qué horario le gustaría para disfrutar de la comida que nuestra empresa ofertaría?**

Mañana ( )

Tarde ( )

Noche ( )

A cualquier hora ( )

**16. ¿En qué lugar le gustaría que la empresa estuviera ubicada?**

Norte ( )

Centro ( )

Sur ( )

**17. Indique cuáles son los medios de comunicación más populares de la ciudad?**

Radio ( )

Diario ( )

TV ( )

### **ANEXO N° 3**

#### **ENTREVISTA AL GERENTE PROPIETARIO DE RESTAURANT NIK KINGS EN ZAMORA Y PIZZERÍA “LA VIÑA” EN YANZATZA**

- 1. De la comida italiana qué plato Ud. vende más.**
- 2. De los productos antes mencionados que especialidades son solicitados por sus clientes.**
- 3. Cuantas porciones de pizzas, vende semanalmente**
- 4. Cuál es el precio de venta de cada pizza.**
- 5. En cuanto a la lasaña cuantas vende semanalmente**
- 6. Cuál es el tipo de lasaña que más se vende**
- 7. Cuál es el precio de venta de la lasaña más vendida.**
- 8. En cuanto al espagueti cuantos vende semanalmente.**
- 9. Cuál es el precio de venta del espagueti más vendido**
- 10. Qué día es el que mayores ventas ha logrado alcanzar en su negocio.**

## ANEXO N° 4

### ADECUACIONES E INSTALACIONES PARA ZAMORA Y YANZATZA

Cantidad	Descripción	cantidad	valor unitario	valor parcial	valor Total
2	Adecuación de pisos	150	4,5	675	1350
2	Pintado	150	1	150	300
2	Instalaciones de Luz y Agua	30	5	150	300
2	Instalación de cocina, fregadero y lavabos	10	5	50	100
2	adecuación del tumbado	150	7	1050	2100
2	Instalación de censor de movimiento con cámara	-----	-----	260	520
2	Instalación de ductos para extracción de aires	-----	-----	665	1330
<b>TOTAL</b>					<b>6000</b>

**Fuente:** G4S (empresa de seguridad), (aspectos adecuaciones) Arq. Joicy Samaniego

## ANEXO N° 5: MAQUINARIA Y EQUIPO

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Cocinas industriales	340,00	680,00
2	Horno 2 latas	450,00	900,00
1	Horno1 latas	450,00	450,00
2	Refrigerador 13 pies	545,00	1.090,00
2	Microondas	200,00	400,00
4	Licadoras	75,00	300,00
2	Batidora (industrial) Hamilton Beach	350,00	700,00
2	refractario de vidrio para lasaña de 4 porciones	15,00	30,00
2	Refractario de Vidrio para lasaña de 8 porciones	30,00	60,00
2	Procesador de Alimentos	70,00	140,00
8	Tanques de Gas	60,00	480,00
<b>Total</b>			<b>5.230,00</b>

**Fuente:** Ochoa Hrns.

### ANEXO N° 6: MUEBLES Y ENSERES

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Mueble para atención al cliente	450,00	900,00
10	Mesas (4 personas)	55,00	550,00
40	Sillas plásticas	7,00	280,00
2	Mesón de acero	210,00	420,00
2	Escritorio	130,00	260,00
4	Butacas de Madera sin codera	45,00	180,00
2	Mampara de Madera de 24,5 mts. largo x 2 mts. Alto	1.568,00	3.136,00
2	Silla Giratoria	40,00	80,00
2	Silla para bar	35,00	70,00
8	Basureros	4,50	36,00
<b>Total</b>			<b>5.912,00</b>

### ANEXO N° 7: EQUIPO DE OFICINA

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Máquina Registradora	490,00	980,00
2	Televisor LCD 42" LG	1.250,00	2.500,00
2	DVD	80,00	160,00
2	Computadora Inter Core 2 Dúo	699,00	1.398,00
2	Teléfono Panasonic inalámbrico 900Mhz	55,00	110,00
<b>Total</b>			<b>5.148,00</b>

### ANEXO N° 8: HERRAMIENTAS MENORES Y MENAJE

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
10	Moldes grandes	15,00	150,00
2	Paila Grande	37,00	74,00
2	Sartén grande	17,00	34,00
2	Sartén Pequeño	11,00	22,00
4	Balde grande para jugos	5,00	20,00
6	Juego de Cubiertos Tramontina (doc.)	15,00	90,00
10	Porta Cubiertos	1,25	12,50
6	Cuchillos grandes	1,97	11,82
6	Charoles de aluminio	4,00	24,00
6	Vasos de vidrio (docenas)	4,50	27,00
4	Jarras	1,60	6,40
6	Vajilla Plato Mediano	16,00	96,00
4	Ollas medianas	25,00	100,00
2	Olla pequeña	10,00	20,00
<b>Total</b>			<b>687,72</b>

### ANEXO 9: ADORNOS ORNAMENTALES

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
4	Juego de Manteles (5 manteles)	45,00	180,00
12	Vidrios para mesas (6 líneas)	13,50	162,00
10	Servilleteros	1,30	13,00
8	Rodapiés	3,50	28,00
4	Pinturas	40,00	160,00
2	Espero de 1*1,5m	23,00	46,00
10	Floreros	2,60	26,00
	<b>Total</b>		<b>615,00</b>

### ANEXO 10: EQUIPO DE TRANSPORTE

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Motocicleta Suzuki 100cc	1.390,00	2.780,00
2	Porta pizza metálico	180,00	360,00
	<b>Total</b>		<b>3.140,00</b>

## DEPRECIACIONES

### ANEXO N° 11 : INSTALACIONES Y ADECUACIONES

Costo	6.000,00
Vida útil	20 años
Valor residual (5%)	300,00
Valor a depreciar	5.700,00
Valor anual a depreciar	285,00

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Útil}}$$

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en dólares
0	6.000,00	-	-	6.000,00
1		285,00	285,00	5.715,00
2		285,00	570,00	5.430,00
3		285,00	855,00	5.145,00
4		285,00	1.140,00	4.860,00
5		285,00	1.425,00	4.575,00
6		285,00	1.710,00	4.290,00
7		285,00	1.995,00	4.005,00
8		285,00	2.280,00	3.720,00
9		285,00	2.565,00	3.435,00
10		285,00	2.850,00	3.150,00
11		285,00	3.135,00	2.865,00
12		285,00	3.420,00	2.580,00
13		285,00	3.705,00	2.295,00
14		285,00	3.990,00	2.010,00
15		285,00	4.275,00	1.725,00
16		285,00	4.560,00	1.440,00
17		285,00	4.845,00	1.155,00
18		285,00	5.130,00	870,00
19		285,00	5.415,00	585,00
20		285,00	5.700,00	300,00

### ANEXO N° 12: MAQUINARIA Y EQUIPO

Costo	5.230,00
Vida útil	10 años
Valor residual (10%)	523,00
Valor a depreciar	4.707,00
Valor anual a depreciar	470,70

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en dólares
0	5.230,00	-	-	5.230,00
1		470,70	470,70	4.759,30
2		470,70	941,40	4.288,60
3		470,70	1.412,10	3.817,90
4		470,70	1.882,80	3.347,20
5		470,70	2.353,50	2.876,50
6		470,70	2.824,20	2.405,80
7		470,70	3.294,90	1.935,10
8		470,70	3.765,60	1.464,40
9		470,70	4.236,30	993,70
10		470,70	4.707,00	523,00

### ANEXO N° 13 MUEBLES Y ENSERES

Costo	5912,00
Vida útil	10 años
Valor residual (100%)	591,20
Valor a depreciar	5320,80
Valor anual a depreciar	532,08

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Útil}}$$

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en Usd.
0	5.912,00	-	-	5.912,00
1		532,08	532,08	5379,92
2		532,08	1064,16	4847,84
3		532,08	1596,24	4315,76
4		532,08	2128,32	3783,68
5		532,08	2660,40	3251,60
6		532,08	3192,48	2719,52
7		532,08	3724,56	2187,44
8		532,08	4256,64	1655,36
9		532,08	4788,72	1123,28
10		532,08	5320,80	591,20

#### ANEXO N° 14: EQUIPOS DE OFICINA

Costo	5148,00
Vida útil	3 años
Valor residual (33%)	1698,84
Valor a depreciar	3449,16
Valor anual a depreciar	1149,72

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en dólares
0	5.148,00	-	-	5.148,00
1		1149,72	1149,72	3998,28
2		1149,72	2299,44	2848,56
3		1149,72	3449,16	1698,84

#### ANEXO N° 15: HERRAMIENTAS MENORES Y MENAJE

Costo	687,72
Vida útil	10 años
Valor residual (10%)	68,77
Valor a depreciar	618,95
Valor anual a depreciar	61,89

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en dólares
0	687,72	-	-	687,72
1		61,89	61,89	625,83
2		61,89	123,79	563,93
3		61,89	185,68	502,04
4		61,89	247,58	440,14
5		61,89	309,47	378,25
6		61,89	371,37	316,35
7		61,89	433,26	254,46
8		61,89	495,16	192,56
9		61,89	557,05	130,67
10		61,89	618,95	68,77



### ANEXO N° 16: ARTÍCULOS HORNAMENTALES

Costo	615,00
Vida útil	10 años
Valor residual (10%)	61,50
Valor a depreciar	553,50
Valor anual a depreciar	55,35

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en dólares
0	615,00	-	-	615,00
1		55,35	55,35	559,65
2		55,35	110,70	504,30
3		55,35	166,05	448,95
4		55,35	221,40	393,60
5		55,35	276,75	338,25
6		55,35	332,10	282,90
7		55,35	387,45	227,55
8		55,35	442,80	172,20
9		55,35	498,15	116,85
10		55,35	553,50	61,50

### ANEXO N° 17: EQUIPO DE TRANSPORTE

Costo	3140,00
Vida útil	5 años
Valor residual (20%)	628,00
Valor a depreciar	2512,00
Valor anual a depreciar	502,40

Años	Valor actual	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en dólares
0	3.140,00	-	-	3.140,00
1		502,40	502,40	2637,60
2		502,40	1004,80	2135,20
3		502,40	1507,20	1632,80
4		502,40	2009,60	1130,40
5		502,40	2512,00	628,00

**ANEXO N°18 : ROL DE PAGOS AREA PRODUCTIVA**

Denominación	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total	Aporte Patronal (11,15%)	SECAP (0,5%)	IECE (0,5%)	Costo Mensual	Mensual Zamora y Yanzatza	total anual
2 Cocinero	264,00	22,00	20,00	328,00	29,44	1,32	1,32	360,08	720,15	8641,824
4 Ayudante de cocina	264,00	22,00	20,00	328,00	29,44	1,32	1,32	360,08	1440,304	17283,648
4 Mesero	264,00	22,00	20,00	328,00	29,44	1,32	1,32	360,08	1440,304	17283,648
<b>Total Mensual</b>								<b>1080,23</b>	<b>3600,76</b>	<b>43209,12</b>

**ANEXO N° 19: ROL DE PAGOS AREA VENTAS**

Denominación	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total	Aporte Patronal (11,15%)	SECAP (0,5%)	IECE (0,5%)	Costo Mensual	mensual Zamora y Yanzatza	total anual
2 Entrega a Domicilio	264,00	22,00	20,00	328,00	29,44	1,32	1,32	360,08	720,152	8641,824
<b>Total Mensual</b>								<b>360,08</b>	<b>720,152</b>	<b>8641,824</b>

**ANEXO N° 20: ROL DE PAGOS AREA ADMINISTRATIVA**

Denominación	Sueldo Básico	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total	Aporte Patronal (11,15%)	SECAP (0,5%)	IECE (0,5%)	Costo Mensual	Mensual Zamora y Yanzatza	total anual
2 Administrador	350,00	29,17	20,00	428,33	39,03	1,75	1,75	470,86	941,72	11300,6
1 Contadora	132,00	11,00	20,00	174,00	14,72	0,66	0,66	190,04	190,04	2280,456
2 Cajera	264,00	22,00	20,00	328,00	29,44	1,32	1,32	360,08	720,15	8641,824
<b>Total Mensual</b>								<b>1020,97</b>	<b>2041,94</b>	<b>22222,88</b>

## ANEXO N° 21

### PREFERENCIA CONSUMO

#### PIZZA

Cantón: Zamora

Tipo de pizza	Porcentaje de preferencia	Equivalente a N° de producciones diarias
Roma (Económica)	33.57%	3
4 estaciones	12.40%	1
Vegetariana	21.89%	2
4 Quesos	10.94%	1
Mediterránea	19.70%	2
Otras	0.72	2
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>9</b>

Fuente: Cuadro N°16 (preferencia de consumidores)

#### LASAÑA

Cantón: Zamora

Tipo de lasaña	Porcentaje	Equivalente a N° de producciones diarias
Carne	25.58	½
Pollo	27.90	½
Camarón	51.16	1
<b>Total</b>		<b>2</b>

Fuente: Cuadro N° 17 (preferencia de consumidores)

#### PIZZA

Cantón: Yanzatza

Tipo de pizza	Porcentaje de preferencia	Equivalente a N° de producciones diarias
Económica	40.00%	6
4 estaciones	18.50%	3
Vegetariana	7.00%	1
4 Quesos	6.11%	1
Mediterránea	26.00%	4
Otras	2.50%	-
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>15</b>

Fuente: Cuadro N°11 (preferencia de consumidores)

## ANEXO N° 22

### COSTO DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA (PRIMER AÑO)

PRODUCTOS	PRESENTACIÓN (familiar)	COSTO INGREDIENTES	COSTO Masa Base	COSTO TOTAL (Unitario)
Pizza Roma	8 porciones	4.85	3.26	\$ 8.11
Pizza 4 Estaciones	8 porciones	5.25	3.26	8.51
Pizza Vegetariana	8 porciones	4.23	3.26	7.49
Pizza 4 Quesos	8 porciones	4.11	3.26	7.37
Pizza Mediterránea	8 porciones	5.96	3.26	9.22
Lasaña de Carne	8 porciones	2.15	2.98	5.13
Lasaña de Pollo	8 porciones	2.68	2.98	5.66
Lasaña de Camarón	8 porciones	4.82	2.98	7.8

Fuente: Pizzería "ROMA" Loja – (Dpto. Producción y Gerencia)

**Nota:** para elaborar los 5 tipos de Pizza se toma como referencia la presentación tipo familiar de 8 Porciones, con su correspondiente costo en los ingredientes más el costo de la masa base que se la produce para todas las variedades, obteniendo el costo total unitario de la materia Prima Directa correspondiente. En lo referente a los 3 tipos de lasaña se utiliza moldes refractarios de vidrio con capacidad para 8 porciones o 4 porciones según el requerimiento del proyecto. Su costo se obtiene sumando los ingredientes más la masa base tipo fideo (sin cortar) y obteniéndose el costo total de materia prima de lasaña. Es importante indicar que no se desglosan las cantidades exactas, su combinación y preparación por salvaguardar la patente y control de calidad de la pizzería ROMA (Loja). Ya que este es un estudio académico sirve a la empresa para poner una cadena de pizzería en la provincia u otras provincias, según la iniciativa de sus dueños.

**ANEXO N° 23  
MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>Materia Prima (primer año de vida útil ) cantón Zamora</b>						
<b>PIZZAS</b>	unidades producidas	costo unitario	requerimiento diario	costo diario	costo semanal	costo anual
Pizza Roma	2	8,11	3 producciones	48,66	243,3	12651,6
Pizza 4 Estaciones	2	8,51	1 producciones	17,02	85,1	4425,2
Pizza Vegetariana	2	7,49	2 producciones	29,96	149,8	7789,6
Pizza 4 Quesos	2	7,37	1 producciones	14,74	73,7	3832,4
Pizza Mediterránea	2	9,22	2 producciones	36,88	184,4	9588,8
<b>total</b>			<b>9 producciones</b>	<b>147,26</b>	<b>736,3</b>	<b>38287,6</b>

<b>Materia Prima (primer año de vida útil ) cantón Yanzatza</b>						
<b>PIZZAS</b>	unidades producidas	costo unitario	requerimiento diario	costo diario	costo semanal	costo anual
Pizza Roma	2	8,11	6 producciones	97,32	486,6	25303,2
Pizza 4 Estaciones	2	8,51	3 producciones	51,06	255,3	13275,6
Pizza Vegetariana	2	7,49	1 producciones	14,98	74,9	3894,8
Pizza 4 Quesos	2	7,37	1 producciones	14,74	73,7	3832,4
Pizza Mediterránea	2	9,22	4 producciones	73,76	368,8	19177,6
<b>Total</b>			<b>15 producciones</b>	<b>251,86</b>	<b>1259,3</b>	<b>65483,6</b>

<b>Materia Prima (primer año de vida útil ) cantón Zamora</b>						
<b>LASAÑA</b>	unidades producidas	costo unitario	requerimiento diario	costo diario	costo semanal	costo anual
Lasaña de Carne	1	5,13	0,5 producciones	2,57	12,83	666,9
Lasaña de Pollo	1	5,66	0,5 producciones	2,83	14,15	735,8
Lasaña de Camarón	1	7,8	1 producciones	7,80	39,00	2028
<b>Total</b>			<b>2 producciones</b>	<b>13,195</b>	<b>65,98</b>	<b>3430,7</b>
<b>TOTAL ANUAL MATERIA PRIMA DIRECTA</b>						<b>107201,9</b>

**ANEXO N°: 24**

**MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO**

Zamora PIZZA	PRIMER AÑO			SEGUNDO AÑO			TERCER AÑO			CUARTO AÑO			QUINTO AÑO		
	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales
Pizza Roma	3	12651,60	12480,00	4	17513,19	16640,00	4	18182,19	16640,00	4	18876,75	16640,00	4	19597,84	16640
Pizza 4 Estaciones	1	4425,20	4160,00	1	4594,24	4160,00	1	4769,74	4160,00	1	4951,95	4160,00	2	10282,22	8320
Pizza Vegetariana	2	7789,60	8320,00	2	8087,16	8320,00	3	12594,14	12480,00	3	13075,23	12480,00	3	13574,71	12480
Pizza 4 Quesos	1	3832,40	4160,00	1	3978,80	4160,00	1	4130,79	4160,00	1	4288,58	4160,00	1	4452,41	4160
Pizza Mediterránea	2	9588,80	8320,00	2	9955,09	8320,00	2	10335,38	8320,00	3	16095,28	12480,00	3	16710,12	12480
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>38287,60</b>	37440,00	<b>10</b>	<b>44128,48</b>	41600,00	<b>11</b>	<b>50012,24</b>	45760,00	<b>12</b>	<b>57287,80</b>	49920,00	<b>13</b>	<b>64617,30</b>	54080

LASAÑA	PRIMER AÑO			SEGUNDO AÑO			TERCER AÑO			CUARTO AÑO			QUINTO AÑO		
	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales
Lasaña de Carne	0,5	666,90	1040,00	1	1384,75	2080,00	1	1437,649	2080	1,5	2238,85	3120	1,5	2324,374	3120
Lasaña de Pollo	0,5	735,80	1040,00	1	1527,82	2080,00	1	1586,178	2080	1,5	2470,154	3120	1,5	2564,514	3120
Lasaña de Camarón	1	2028,00	2080,00	1	2105,47	2080,00	2	4371,797	4160	2	4538,8	4160	2	4712,182	4160
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>3430,70</b>	4160,00	<b>3</b>	<b>5018,04</b>	6240,00	<b>4</b>	<b>7395,623</b>	8320	<b>5</b>	<b>9247,804</b>	10400	<b>5</b>	<b>9601,07</b>	10400

Yanzatza	PRIMER AÑO			SEGUNDO AÑO			TERCER AÑO			CUARTO AÑO			QUINTO AÑO		
PIZZA	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales	req. Diario	Costo Anual	porciones anuales
Pizza Roma	6	25303,20	24960,00	7	30648,08	29120,00	7	31818,84	29120	7	33034,32	29120	7	34296,23	29120
Pizza 4 Estaciones	3	13275,60	12480,00	3	13782,73	12480,00	1	4769,743	4160	1	4951,947	4160	1	5141,11	4160
Pizza Vegetariana	1	3894,80	4160,00	1	4043,58	4160,00	4	16792,18	16640	4	17433,65	16640	4	18099,61	16640
Pizza 4 Quesos	1	3832,40	4160,00	1	3978,80	4160,00	1	4130,788	4160	1	4288,584	4160	1	4452,41	4160
Pizza Mediterránea	4	19177,60	16640,00	4	19910,18	16640,00	4	20670,75	16640	5	26825,47	20800	6	33420,24	24960
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>65483,60</b>	<b>62400,00</b>	<b>16</b>	<b>72363,37</b>	<b>66560,00</b>	<b>17</b>	<b>78182,3</b>	<b>70720</b>	<b>18</b>	<b>86534,0</b>	<b>74880</b>	<b>19</b>	<b>95409,60</b>	<b>79040</b>

COSTO ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	107201,90	121509,89	135590,17	153069,57	169627,98

**Nota:** según la producción anual proyectada para los 5 años de vida útil del proyecto del cuadro N° 50, y la capacidad Utilizada del cuadro N° 51 de pizza y lasaña para la sucursales de Zamora y Yanzatza, se establece la materia prima directa requerida para cada uno de los productos a producir por esta empresa, en las dos sucursales. Tomando en cuenta que para producir variedades de pizza lo único que cambia son los ingredientes, manteniéndose la masa base para todos los productos; así tenemos que para elaborar la Pizza Roma en Zamora en el año 1, se realizaran 3 producciones diarias de dos latas cada una( capacidad del horno), es igual a 6 pizzas que multiplicadas por 8 porciones (pizza familiar) se obtiene 48 porciones diarias, que multiplicamos por 5 días laborales se obtiene 240 porciones semanales y multiplicadas por 52 semanas laborables al año se obtiene 12480 porciones, a un costo anual de \$ 12561.60 dólares. Y así sucesivamente se obtienen las porciones y costos anuales para cada producto dentro de los años de vida útil del proyecto. Para la lasaña también se considera el mismo sistema de costos, esto es: para producir lasaña de carne el primer año se utilizará ½ refractario de 4 porciones igual 0.5 que multiplicado por 5 días laborables se obtienen 20 porciones, esto se multiplica por 52 semanas da un total de 1040 porciones anuales, con un costo anual de \$ 666.90 dólares.

**ANEXO N° 25**  
**PORCIONES PARA EL PRIMER AÑO**

<b>Productos</b>	<b>N° Porciones</b>	<b>N° Porcentaje</b>	<b>Costo unitario (8 porciones)</b>	<b>Costo Anual</b>
Pizza Roma	12480	12%	8,11	12651,60
Pizza 4 Estaciones	4160	4%	8,51	4425,20
Pizza Vegetariana	8320	8%	7,49	7789,60
Pizza 4 Quesos	4160	4%	7,37	3832,40
Pizza Mediterránea	8320	8%	9,22	9588,80
<b>Subtotal</b>	<b>37440</b>	<b>36%</b>		
Lasaña de Carne	1040	1	5,13	666,90
Lasaña de Pollo	1040	1	5,66	735,80
Lasaña de Camarón	2080	2	7,8	20280
<b>Subtotal</b>	<b>4160</b>	<b>4%</b>		
Pizza Roma	24960	24%	8,11	25303,20
Pizza 4 Estaciones	12480	12%	8,51	13275,60
Pizza Vegetariana	4160	4%	7,49	3894,80
Pizza 4 Quesos	4160	4%	7,37	3832,40
Pizza Mediterránea	16640	16%	9,22	19177,60
<b>Subtotal</b>	<b>62400</b>	<b>60%</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>104000</b>	<b>100%</b>		<b>107201.90</b>

Fuente: Observación Directa



**ANEXO N° 26**

**MATRIZ PIZZERIA ROMA**



**GERENTE DE PIZZERIA ROMA**



**ANEXO N° 27**

**PRODUCTOS PREPARANDOSE**



**ANEXO N° 28**

**PRODUCTOS PREPARADOS EN PIZZERIA ROMA**

**PIZZA**



**LASAÑA**



# INDICE

## i. Índice

CERTIFICACIÓN	II
AUTORIA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
<b>a) TITULO</b>	<b>2</b>
<b>b) RESUMEN EN CASTELLANO E INGLES</b>	<b>4</b>
<b>c) INTRODUCCIÓN</b>	<b>15</b>
<b>d) REVISIÓN LITERARIA</b>	<b>19</b>
<b>e) MATERIALES Y MÉTODOS</b>	<b>45</b>
<b>f) RESULTADOS</b>	<b>54</b>
<b>g) DISCUSIÓN</b>	<b>80</b>
<i>ESTUDIO DE MERCADO</i>	<i>80</i>
Análisis de la demanda	81,88
Estudio de la oferta	85,91
Demanda insatisfecha	86,92
Plan de comercialización	94
<i>ESTUDIO TÉCNICO</i>	<i>107</i>
Tamaño y localización	107
<i>ESTUDIO ORGANIZACIONAL</i>	<i>130</i>
Estructura Organizativa	130
Estructura Empresarial	134
Niveles jerárquicos de la organización	134
<i>ESTUDIO FINANCIERO</i>	<i>147</i>
Inversiones y Financiamiento	147
Presupuesto de Costos	157
Presupuesto de ingresos	175
Punto de equilibrio	178
Evaluación Económica	185
<b>h) CONCLUSIONES</b>	<b>199</b>
<b>i) RECOMENDACIONES</b>	<b>201</b>
<b>j) BIBLIOGRAFIA</b>	<b>203</b>
<b>k) ANEXOS</b>	<b>207</b>
<b>i) INDICE</b>	<b>240</b>

