UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA ARTESANAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA DE LA CIUDAD DE QUITO"

Tesis Previa a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial.

AUTOR:

Paul Andrés Corral Cevallos

DIRECTOR:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

LOJA – ECUADOR
2015

CERTIFICACIÓN

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso de planificación y ejecución de la presente Tesis titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA ARTESANAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA DE LA CIUDAD DE QUITO"**, realizado por el Sr. Paul Andrés Corral Cevallos, previo a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL, la misma que cumple con los requisitos legales.

Loja, Diciembre de 2015

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Paul Andrés Corral Cevallos, declaro ser autor del presente trabajo de Tesis y eximo a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Paul Andrés Corral Cevallos.

Firma: .....

Cédula: 0502881113.

Fecha: Loja, Diciembre del 2015.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Paul Andrés Corral Cevallos; declaro ser el autor de la tesis titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA ARTESANAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA DE LA CIUDAD DE QUITO"** como requisito previo para optar al título de **Ingeniero Comercial**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la misma, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 16 días del mes de Diciembre del dos mil quince, firma del autor.

Firma:	.....
Autor:	Paul Andrés Corral Cevallos.
Cédula:	0502881113.
Dirección:	Provincia de Pichincha – Cantón Quito – Parroquia Chaupicruz, Ciudadela El Bosque, Calle: José María Raigada y José Paredes.
Correo Electrónico:	pcorralito@hotmail.com
Celular:	02 3318717 / 0987702710

DATOS COMPLEMENTARIOS.

Director de Tesis: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

Tribunal de Grado:

Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca Mg. Sc.	Presidente
Ing. Andrea Paulina Colambo Mg. Sc.	Vocal
Ing. Edwin Bladimir Hernández Mg. Sc.	Vocal

DEDICATORIA

A mi querido DIOS por otorgarme salud, motivación y los medios necesarios para culminar mi carrera.

A mi adorada familia, constituida por el amor de los dos seres humanos que más admiro respeto y amo, de virtuosos corazones y dotados de entrañable amor como lo son mis padres, Clemente y Gregoria, a mi hermano Carlos David a quien por su nobles acciones y sentimientos ha sido mi mejor ejemplo a seguir, a mis hermanos Allan, Geovanny y Meibol por sus consejos y apoyo.

Paul

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento al TODOPODEROSO, gracias DIOS por las bendiciones recibidas a lo largo de mi vida y no permitir que desmaye en mi propósito de culminar mis estudios universitarios, reponiéndome ante la adversidad, ayudándome a driblar cualquier obstáculo y manteniéndome con ese ánimo de superarme día a día.

A mi maravillosa familia, gracias por estar conmigo todos los días y por ser mi apoyo en todo momento.

A la Universidad de Nacional de Loja, por proporcionarme una formación de calidad e inculcarme la doctrina del servicio a la sociedad, especialmente a los profesores de la Carrera de Ciencias Administrativas quienes me supieron inculcar toda su sabiduría, para así poder afrontar con dedicación y esfuerzo en todo lo que me proponga.

Un extenso reconocimiento al Dr. Luis Quizhpe, quien desde el inicio del trabajo investigativo supo brindar sus valiosos conocimientos, orientado al autor con sus experiencias y observaciones.

Mi más infinito agradecimiento.

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA ARTESANAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA DE LA CIUDAD DE QUITO”

b. RESUMEN

El presente proyecto de investigación denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA ARTESANAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA DE LA CIUDAD DE QUITO”, tiene la finalidad de estudiar la viabilidad de establecer una empresa productora y comercializadora de pizza artesanal en un local comercial ubicado de la Zona Distrital la Delicia de la ciudad de Quito. Se utilizaron diferentes métodos como el científico, deductivo, inductivo, analítico, además se utilizaron las técnicas como la observación directa y la realización de encuestas a la población objeto de estudio, así como a los locales comerciales que ofertan el mismo producto en el área geográfica de análisis.

Para la realización del estudio de mercado, se ha realizado encuestas a 398 familias de las parroquias que conforman la Zona Distrital La Delicia y a 17 locales similares a la del estudio ubicado en la zona geográfica a fin de conocer de cerca a la competencia, obteniendo como resultado que existe un consumo per cápita de 23 pizzas familiares en promedio por familia al año, la demanda real de pizzas para el primer año es de 2,006.338 (pizzas familiares), una demanda efectiva de 1,946,667 pizzas, y se efectuó una proyección de la demanda considerando un horizonte temporal del proyecto de 10 años en base a una tasa de crecimiento poblacional de la Zona Distrital del 3%. Durante el estudio se realizó un análisis de la oferta,

concluyendo que en el mercado la oferta actual es de 121,608 pizzas familiares, lo cual se traduce en un total de 1,779,067 pizzas de demanda insatisfecha en todas las parroquias que conforman la Zona Distrital La Delicia, con lo que se determinó que el proyecto es viable. El producto con el que se quiere participar en el mercado es pizza de preparación artesanal, empezando la operación con seis tipos de pizza como son: hawiaiana, salami, pepperoni, jamón, carne con pimientos y pollo con champiñones.

Se realizó además un Estudio Técnico en el cual se diseñó la distribución del local comercial, mismo que estará dividido en cuatro áreas principales como son: bodega de insumos, área de producción, estación de trabajo y área de comercialización. Además se indica el proyecto va iniciar sus operaciones con el 45% de su capacidad máxima, debiendo mencionar que en la medida en que se pueda penetrar en el mercado y se mejore la eficiencia empresarial, se irá incrementando la capacidad mínima utilizada hasta llegar al 90%.

Para el estudio Administrativo, la razón social de la empresa será Pizza & Go!, la cual estará domiciliada en la ciudad de Quito y se constituirá como una empresa de sociedad anónima, con una estructura orgánica de niveles jerárquicos de las diferentes áreas en organigramas donde se detallará las funciones de cada persona a través de un manual de funciones.

En cuanto a la evaluación financiera realizada, el estudio arroja los siguientes resultados: un Valor Actual Neto (VAN) con un valor positivo de USD $ 420,2418.28; la Tasa Interna de Retorno (TIR) para este proyecto es del 61.65%; el tiempo para recuperar la inversión es de 3 meses, seguido se

determinó que el proyecto soportará hasta un incremento del 33.60% de los costos y una disminución hasta el 22.40% de los ingresos.

Finalmente, y con base en el estudio realizado para el proyecto, la implementación del proyecto es recomendable por los resultados obtenidos mediante la evaluación financiera, la cual indica la viabilidad del proyecto.

ABSTRACT

This research Project named 'FEASIBILITY PROJECT FOR THE IMPLEMENTATION OF A PRODUCTION COMPANY OF ARTISAN PIZZA AND ITS COMERCIALITAZION IN LA DELICIA ZONAL ADMINISTRATION – QUITO', aims to study the feasibility of establishing a producer and marketer company of artisan family size pizza or by slides, in a commercial premise located in La Delicia Zonal Administration in Quito. Different methods were used as the scientific, deductive, inductive, analytic, and inquiry techniques were applied to the study objective population, as well as to the commercial premises that offer the same product in the same geographical area.

For the Market Survey, some inquiries have been made to 398 families from parishes that constitute La Delicia Zonal Administration and to 17 commercial premises that are similar to the study case in order to know about the competitors, obtaining as a result that there is a 23 family pizzas per capita consumption per year, the actual demand for the first year is 2,006,338 (family pizzas), an effective demand of 1'946.667 pizzas, and the projection of the demand considers a time frame for the project of ten years based on a population growth rate of 3%. During the study, the analysis of the supply was made, concluding that the actual supply is 121,608 family pizzas, which translates in a total unsatisfied demand of 1,779,067 family pizzas in all the parishes that constitute La Delicia Zonal Administration. This result demonstrates that the project is feasible. The intended product to enter the market is the artisanal handmade pizza, starting the operations with 6 types

of pizza as follows: Hawaiian, salami, pepperoni, jam, meat with pepper, and chicken with mushrooms.

A Technical Study was carried, including a space distribution composed by four principal zones: an inputs warehouse, production area, workstation and marketing area. Plus, we establish that the project will work with a 45% of its maximum capacity, being able to enter the market and to improve its business efficiency, in order to increase its capacity to a 90%.

For the Administration Study, the business name of the company will be Pizza & Go!, which will be located in the city of Quito and will be constituted as a one-person company, with a hierarchical levels organic structure of the different areas in the organization charts, where each person's role will be defined in the functions manual.

Regarding the Financial Evaluation, the study generates the following results: a positive Net Present Value (NVP) of $ 420,418.28 USD; an Internal Return Rate (IRR) of 61.65%; the time frame of the return of the investment is 3 months. Finally, the project can handle an increase of costs up to 33.6% and a 22.4% incomes decrease.

Finally, based on the project study, the implementation is recommended since the obtained results of the evaluation demonstrate its feasibility.

c. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el Distrito Metropolitano de Quito cuenta con 2'239.191 habitantes de distintas regiones del país las mismas que al tener distintas costumbres alimenticias, están en una constante búsqueda de productos alternativos e innovadores con los que buscan satisfacer sus necesidades alimentarias, no obstante hoy en día la difusión de la información nutricional en los productos son claves para gozar de una buena salud. Es por ello que los consumidores desean algo sano y rico.

La elaboración del presente proyecto se encamina a un estudio de factibilidad de una Empresa productora y comercializadora de pizza artesanal, poniendo a consideración de los inversionistas e instituciones interesados en este tipo de estudios, contribuyendo de esta manera al desarrollo socioeconómico del sector, con la presentación de proyectos factibles, y se ejecuten, coadyuvando a la creación de empresas, que posibilitarán nuevas fuentes de empleo para la población.

En este documento constan temas, actividades y contenidos prácticos, a efecto de que el lector encuentre una guía orientadora. Consta de las siguientes partes: Metodología Utilizada, misma que se sustenta en la determinación de los métodos de investigación utilizados, las técnicas investigativas aplicadas y el procedimiento seguido en la definición de los cuatro estudios de un proyecto de inversión. En la Exposición y Discusión de Resultados, se presenta en primer lugar un análisis situacional para conocer el entorno en donde funcionará la nueva idea de negocio, se detalla el

Estudio de Mercado con el análisis de la oferta y la demanda para luego presentar un plan de comercialización. En el Estudio Técnico se determina el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto. En el Estudio Administrativo se propone la organización estructural, funcional, y posicional, y el manual de funciones. En el Estudio Financiero se calcula las inversiones, se establecen las fuentes de financiamiento, los presupuestos, los estados financieros y con el flujo de caja se realiza la evaluación financiera aplicando los indicadores VAN, R B/C, PRC, TIR y el Análisis de Sensibilidad. Concluida la investigación, a continuación se presentan las Conclusiones y Recomendaciones a las que se llega luego del análisis numérico. Se hace constar un resumen de la presentación y discusión de resultados del proyecto propuesto, definiendo las partes más importantes. Se presenta la bibliografía pertinente, los anexos requeridos y el índice del informe final.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO TEORICO REFERENCIAL:

LA PIZZA

Mundialmente se conoce como Pizza Artesanal a la masa de pan que observa la misma forma de una tortilla, sobre la cual se coloca tomate, queso y cualquier otro ingrediente adicional a gusto y que se cocina en el horno, en aquellos hornos que especialmente son creados para tal menester.

Original de la parte sur de Italia, de la ciudad de Nápoles, la pizza forma parte de la tradición culinaria italiana, y se ha difundido en el mundo, de tal forma que en la actualidad es un alimento de consumo masivo.

Para su preparación, de acuerdo a la zona en donde se la elabora, es posible utilizar diversos ingredientes como carnes, verduras, mariscos, embutidos y numerosos tipos de quesos. Aunque vaya al contrario de lo que la mayoría de consumidores consideramos como indispensable, el uso de la pasta de tomate no es obligatorio, de hecho, tradicionalmente, se habla de "pizzerosse" o pizzas rojas y de "pizzebianche" o pizzas blancas según los ingredientes se coloquen sobre una capa de pasta de tomate o directamente sobre la masa de la pizza.

HISTORIA

La foccacia, un círculo aplanado de pan magro cubierto de hierbas aromáticas, se consumía comúnmente en la Edad Media (y se sigue

consumiendo hoy), sobre todo en el sur de la península italiana, y todo parece indicar que fue la foccacia la que evolucionó hasta convertirse en pizza.

Pero antes de que la foccacia se convirtiera en pizza hacía falta un ingrediente: el tomate, y el tomate vino de América pocos años después de su descubrimiento, aunque al principio le tenían miedo, -decían que solo servía como afrodisíaco o incluso que podía envenenar la sangre de una persona-, y solo lo empleaban como adorno.

La pizza era italiana, pero la mejor pizza se hacía en Nápoles, donde se vendía por las calles y plazas, hecha al momento, como debe ser, por cocineros ambulantes que empleaban hornillos portátiles.

En 1830 abrió sus puertas Antica Pizzería Port'Alba, la primera verdadera pizzería que registra la historia y que aún existe todavía.

La gran emigración italiana del siglo XIX a América ya estaba en marcha, y en 1905 el señor Gennaro Lombardi abrió la primera pizzería en la Pequeña Italia de New York. Después vinieron Boston, Chicago y el mundo. Pizza Hut se abrió, en Kansas, en 1958. Domino's Pizza nació en 1960. Sbarro en 1967.

Papa John's la fundó un estudiante, repartidor de pizzas para otra compañía en 1980. Telepizza, creada por un cubano en España, en 1986. [1]

[1] Fojo,F.(2013). *Una Breve Historia de la Obesidad.* Palibrio

VALOR NUTRICIONAL Y SALUD

Un trozo o un octavo de pizza familiar de 30 centímetros de diámetro contiene 237 calorías, desglosadas de la siguiente forma: 44% corresponde a carbohidratos, 38% a grasa y 18% a proteína.[2]

La Agencia de Drogas y Alimentos de Estados Unidos (FDA) señala que los alimentos que posean grasa trans ya no son considerados como seguros. Dentro de dicho listado se encuentra la pizza.[3]

Sin embargo, “consume más pizza”. Ése es el mensaje de un grupo de investigadores italianos quienes sostienen que comer más de esta masa puede de hecho recortar la probabilidad de contraer ciertos tipos de cáncer.

El licopeno en la salsa es un antioxidante que puede disminuir el riesgo de desarrollar cáncer de esófago en un 59%, dicen los investigadores. Además, los investigadores encontraron que los consumidores de pizza pueden disminuir el riesgo de cáncer de colon en un 26%, y de cáncer de boca en un 34%.

Al mismo tiempo, los investigadores advirtieron que comer pizza no es una cura contra el cáncer en sí misma. Un estilo de vida saludable y dieta también contribuye. La investigación se origina en comparar el hábito de consumo de pizza de 3000 personas con ciertos tipos de cáncer versus 5000 que no lo padecen, y se halló evidencia de quienes forman parte del grupo más grande comieron pizza al menos una vez a la semana.

---

[2] FatSecretMÉXICO. (2015). *Base de datos de alimento y contador de calorías*. México D.F., México. Recuperado de: http://www.fatsecret.com.mx

[3] U.S. Food and Drug Administration, FDA (2013).

“Conocemos que la salsa de tomate podría ofrecer protección contra ciertos tumores, pero no consideramos a la pizza como un alimento completo que pueda ofrecer tales poderes protectores”, dijo el Dr. Silvano Gallus, del Instituto Mario Negri para la Investigación Farmacéutica en Milán, quien lideró la investigación. Sin embargo, otros científicos recomiendan tener precaución.

Nicola O’Connor, del Cancer Research UK, sostiene que “este estudio es interesante… pero antes de que las personas empiecen a marcar al servicio de pizza para llevar, deberían considerar que la pizza puede ser alta en grasa saturada, sal y calorías”.

ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA RÁPIDA EN PICHINCHA Y PREFERENCIAS

Según datos del Censo Económico, en la provincia de Pichincha se encuentra el 22% de establecimientos económicos del país, y las cifras reflejan que en Quito existen 101.937 establecimientos económicos, siendo los establecimientos dedicados a la venta de productos alimenticios elaborados el más representativo, entre los que se encuentras los de comida rápida.[4].

Según la encuesta en la página web de Diario EL COMERCIO, el 25,07% de la gente ha consumido comida rápida por lo menos una vez a la semana. Otro 60,92% lo ha hecho entre dos y tres veces en ese mismo periodo. En cambio, el 14% dice que ha consumido más de cuatro veces. Al consultar

[4] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2012).

¿Qué tipo de comida rápida consume?, el 5,54% respondió: hamburguesas y perros calientes. Otro 9,96% dijo que prefiere la pizza, el 7,01% pollo frito.[5]

De acuerdo al artículo citado, la pizza se encuentra entre los productos de comida rápida con mayor preferencia entre los consumidores de nuestro país.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO:

Conjunto único de procesos que consta de actividades coordinadas y controladas, con fechas de inicio y fin, que se lleva a cabo para lograr los objetivo del Proyecto.[6]

Un Proyecto es un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo.

PROYECTO DE FACTIBLIDAD:

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se

---

[5] Diario EL COMERCIO. (2014).¿Por qué nos gusta tanto la comida rápida?. Ecuador. Recuperado de:**http://www.elcomercio.com/tendencias/que-gusta-comida-rapida.html.**

[6] International Organization for Standardization. (2012). Norma ISO 21500.

realicen tanto los estudios técnicos, administrativos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo.

Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos. Por el contrario, con la preparación y evaluación será posible la reducción de la incertidumbre que provocarían las variaciones de los factores.

ETAPAS DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD:

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

• Idea.

• Preinversión.

• Inversión.

• Operación.

Para llevar a cabo un Proyecto de Factibilidad de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de cuatro estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo, Estudio Económico-Financiero.[7]

[7] Santos, T. (2008). *Eumed*. Obtenido de Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio: http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm

ESTUDIO DE MERCADO:

Las decisiones que se tomen en el área de mercadotecnia y en otras áreas de la empresa deben buscar la satisfacción del cliente; para esto es necesario conocer las necesidades del mismo y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Mercado: El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quienes son; para esto se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera. Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.[8]

El término mercado significa cosas distintas para personas diferentes. Todos estamos familiarizados con términos como supermercado, mercado de valores, mercado de trabajo, mercado de pescado y mercado de pulgas. Todos estos mercado comparten varias características. En primer lugar, están integrados por gente (mercados de consumidores) o empresas (mercados de negocios). En segundo, la gente o las compañías tienen deseos y necesidades que se pueden satisfacer con categorías particulares de productos. En tercero, cuentan con la capacidad de comprar los productos que necesitan. En cuarto, están dispuestos a intercambiar recursos, por lo general dinero o crédito, por los productos deseados. En suma, un mercado es 1) gente o empresas con 2) necesidades o deseos y

[8] Alcaraz, R. (2006). *El emprendedor de éxito.*México: McGraw-Hill

con 3) la capacidad y 4) la voluntad de comprar. Un grupo de personas u organización al que le falte alguna de estas características no es un mercado.

Segmento: Dentro de un mercado, un segmento de mercado consiste en un subgrupo de gente o empresas que comparte una o más características que provocan necesidades de producto similares. En un extremo se definiría a cada persona y a cada compañía del mundo como segmento de mercado, pues cada una es única. En el otro extremo, se definiría a todo el mercado de consumidores como un gran segmento de mercado y al mercado de negocio a negocio como otro gran segmento. Todas las personas comparten algunas características y necesidades similares, al igual que todas las empresas.

Desde una perspectiva de marketing, por lo general es una buena práctica describir los segmentos de mercado en algún punto intermedio entre ambos extremos. El proceso de dividir un mercado en segmentos o grupos identificables, más o menos similares y significativos, se llama segmentación de mercados. El propósito de la segmentación de mercado es que el mercadólogo ajuste las mezclas de marketing a la medida de las necesidades de uno o más segmentos específicos.

La mezcla del marketing: Combinación distintiva de estrategias de producto, distribución (plaza), promoción y precio diseñada para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado meta.

Las cuatro P: Producto, plaza (distribución), promoción y precio, que conjuntamente integran la mezcla de marketing.

Estrategias de Producto: Por lo general, la mezcla de marketing comienza con la “P” del producto. El núcleo de la mezcla de marketing, el punto de inicio, es la oferta y la estrategia del producto. Resulta difícil diseñar una estrategia de distribución, decidir una campaña de promoción o establecer un precio sin conocer el producto que va a venderse.

El producto incluye no sólo la unidad física, sino también su empaque, garantía, servicio posterior a la venta, marca, imagen de la compañía, valor y muchos otros factores.

Los productos pueden ser objetos tangibles como computadoras, ideas como las que ofrece un asesor o servicios (atención médica). Los productos también ofrecen valor para el consumidor.

Estrategias de distribución (Plaza): Las estrategias de distribución se aplican para hacer que los productos se encuentren a disposición en el momento y lugar en que los consumidores lo deseen. ¿Preferiría usted comprar kiwis en la tienda de comestibles abierta las 24 horas del día cerca de su casa, o tener que volar a Australia para cosecharlos? Parte de esta “P” de plaza es la distribución física, que se refiere a todas las actividades de negocios relacionadas con el almacenamiento y transporte de materias primas o productos terminados. La meta de la distribución es tener la certeza de que los productos llegan en condiciones de uso a los logares designados, cuando se necesitan.

Estrategias de promoción: La promoción incluye ventas personales, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. El papel de la promoción en la mezcla de marketing consiste en fomentar intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados meta mediante la información, educación, persuasión y recuerdo de los beneficios de una compañía o producto.

Cada elemento de la "P" de promoción, se coordina y administra con los demás para crear una combinación o mezcla de promoción.

Estrategias de precio: El precio es lo que un comprador da a cambio para obtener un producto. Suele ser el más flexible de los cuatro elementos de la mezcla de marketing (el elemento que cambia con mayor rapidez). Los vendedores elevan o bajan los precios con más frecuencia o facilidad que lo que pueden cambiar otras variables de la mezcla de marketing. El precio representa una importante arma competitiva y resulta fundamental para la organización como un todo, porque, multiplicado por el número de unidades vendidas, es igual al ingreso total de la empresa.[9]

Demanda: La demanda del mercado es la suma de todas las cantidades de un bien o servicio demandado por período por todas las familias que compran en el mercado ese bien o servicio. La cantidad total demandada en el mercado a un determinado precio es la suma de todas las cantidades demandadas por todas las familias individuales que compran en el mercado *a ese precio.* Una curva de demanda del mercado, muestra la cantidad total de un producto que se vendería a cada precio, si las familias pudieran

[9] Lamb, Hair, & McDaniel. (2006). *Marketing.* México D.F.: CENGAGE Learning.

comprar todo lo que quisieran a ese precio. Las curvas de demanda pueden variar de acuerdo a los cambios en los precios, preferencias y en el ingreso de los demandantes.[10]

Oferta: La cantidad ofrecida es el volumen de un producto concreto que una empresa está dispuesta a poner a la venta a un precio específico durante un período determinado. Un programa de oferta muestra cuánto de un producto venderá la empresa a diferentes precios. Es razonable esperar que un aumento en el precio del mercado, *ceterisparibus,* dé lugar a un aumento en la cantidad ofrecida, en otras palabras, hay una relación positiva entre la cantidad de un bien ofrecido y su precio. Esta aseveración resume la ley de la oferta: un incremento en el precio de mercado, genera un aumento en la cantidad ofrecida, y un decremento en el precio de mercado, suscita una disminución en la cantidad ofrecida.

ESTUDIO TÉCNICO:

Dentro del estudio técnico se estudian factores influyentes como: factores que inciden para la compra de maquinaria y equipo, factores que determinan el tamaño físico de la empresa o negocio, los métodos para su localización, así como los de su distribución, de igual manera tampoco se pueden dejar de lado los procesos de producción. En resumen el estudio técnico se concreta por saber dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué poder ejecutar un proyecto de inversión.

---

[10] Case, & Fair. (2008). *Principios de Microeconomía.* México: PEARSON Prentice Hall.

Técnicamente pueden existir diversiones procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir en función de su grado de perfección financiera, normalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser optima técnicamente, pero no serlo financieramente.[11]

Capacidad Instalada: Es aquel factor que demuestra cual será la máxima capacidad de producción tanto de bienes como de servicios, la capacidad instalada funciona en relación a la demanda que se desea cubrir durante el tiempo de vida de la empresa.

Capacidad Utilizada: Consiste en el rendimiento o nivel de producción de bienes o servicios, se determina por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un lapso de tiempo determinado.

Reservas: Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de la producción. [12]

MACRO LOCALIZACIÓN

Le corresponde a la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

---

[11] SAPAG CHAIN, Nassir; (2009); Preparación y Evaluación de Proyectos; Séptima Edición; Editorial McGraw Hill; México D. F.
[12] BACA URBINA Gabriel. Año: 2010. Catálogo USM.

“Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son:

Costo de Transporte de Insumos y Productos.- Se trata de determinar si, la localización quedara cerca del insumo o del mercado. La comparación se debe hacer tomando en cuenta pesos, distancias y tarifas vigentes.

También se da el caso que el transporte de las materias primas es menor que el del producto terminado, entonces es necesario localizar la planta cerca del mercado.

Disponibilidad y Costos de los Insumos.- Considerando la cantidad de productos para satisfacer la demanda, se debe analizar las disponibilidades y costos de la materia prima en diferentes zonas.

Recurso humano.- Existen industrias, cuya localización se determina sobre la base de la mano de obra, esto es cuando se utilizan un gran porcentaje de esta y el costo es muy bajo.

Políticas de Descentralización.- Se hacen con el objeto de descongestionar ciertas zonas y aprovechar recursos de materia prima que ofrecen el lugar geográfico.

MICRO LOCALIZACIÓN

Se refiere a un lugar en específico o exacto, en el cual se implementara o desarrollara la empresa dentro de un mercado local.

“Entre los factores a considerar están:

Vías de Acceso.- Se estudian las diversas vías de acceso que tendrá la empresa.

Transporte de Mano de Obra.- Se analiza si será necesario facilitar transporte para la mano de obra a utilizar en los procesos productivos.

Energía Eléctrica.- Es uno de los factores más importantes para localizar la planta y es preferible ubicarla cerca de la fuente de energía.

Agua.- El agua en cantidad y calidad puede ser decisiva para la localización. Es un recurso que se utilizada para todas las actividades humanas. En una industria se usa para calderas, procesos industriales y enfriamientos.

Valor Terreno.- En proyectos agropecuarios, la calidad de la tierra juega un papel importante al lado de la disponibilidad de agua superficial del suelo.

Calidad de mano de obra.- Investigar si existe la mano de obra requerida de acuerdo a la industria.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

"Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa."[13]

ESTUDIO ADMINISTRATIVO:

Recuerde que el objetivo central de este análisis es definir las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal de la empresa, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos.

Grupo empresarial: Se deben describir en detalle los siguientes aspectos:

---

[13] VARELA, Rodrigo, (2006). Innovación Empresarial, Segunda Edición; Editorial McGraw Hill; Bogotá, Colombia

- Miembros del grupo empresarial.
- Experiencias y competencias de cada uno son útiles para la empresa.
- Nivel de participación en la gestión.
- Nivel de participación de la junta directiva.
- Condiciones salariales.
- Política de distribución de utilidades.

Personal ejecutivo: Aquí se deben describir:

- Personas que ocuparán los cargos básicos, incluyendo su experiencia y el aporte posible a la organización.
- Políticas de administración de personal: tipo de contratos, política salarial, prestaciones, bonificaciones, honorarios, aportes parafiscales, aportes a la seguridad social, aumentos salariales, ect.

Organización: En este ítem se deben describir:

- Estructura básica (organigrama).
- Líneas de autoridad.
- Mecanismos de dirección y control (junta directiva).
- Estilo de dirección.
- Los comités de dirección que tendrá, sus componentes y sus funciones.

Empleados: Comprende:

- Necesidades cualitativas y cuantitativas (perfiles).
- Mecanismos de selección, contratación y desarrollo.
- Programas de capacitación.
- Políticas de administración de personal.

- Disponibilidad de personal.
- Contratación con terceros.

ESTUDIO ECONÓMICO:

Tiene como objetivo la determinación de las características económicas del proyecto y, por ello, es necesario identificar los siguientes componentes:

Inversión en activos fijos: Con base en todas las especificaciones del análisis técnico, deben determinarse los montos, momentos de inversión y régimen tributario aplicables a los siguientes conceptos:

- Máquinas y equipos.
- Edificios e instalaciones complementarias.
- Terrenos.
- Vehículos y medios de transporte.
- Investigación, desarrollo y prueba de productos.
- Licencias y franquicias.
- Honorarios profesionales.
- Construcciones y montajes.
- Derechos minerales.
- Derechos comerciales.
- Adecuación del local.
- Marcas y patentes.
- Arranque.
- Publicidad.
- Construcción de la sociedad.
- Bienes muebles.

- Equipos de oficina y de comunicaciones.
- Efectos de devaluación y de escalamiento de precios.

Estos datos se deben recoger en una tabla, usando el concepto de familias de inversiones, basadas éstas en las condiciones de manejo fiscal (inversiones depreciables, amortizables, agotables, diferibles o gastos preoperativos).

Presupuesto de personal: Con base a los datos de la planta del personal elaborados en el análisis administrativo se efectúa el presupuesto de personal.

Presupuesto de otros gastos: Se deben incluir aquellos otros gastos de fabricación, de prestación de servicio de administración o de ventas que no se han incluido en las anteriores.

Análisis de costos: Los componentes de ingresos, costos y gastos calculados en las secciones anteriores permiten realizar un análisis de costos, para el cual se acostumbran los siguientes cálculos:

Costos fijos: Incluya aquí los siguientes aspectos: arriendos, suministros, herramientas, impuestos diferentes al de renta, seguros, deducciones tributarias, gastos del personal que correspondan al concepto de costo fijo, etc.; o sea, costos que en el corto plazo no cambiarán por modificaciones en el volumen de producción.

Costos variables: Incluya aquí el costo total de materia prima, insumos y servicios, de mano de obra directa, de empaques; las comisiones de ventas, gastos de transporte, etc.; o sea, todos aquellos que en el corto plazo cambian por modificaciones en el volumen de producción.

Costo total (CT): Se calcula los costos fijos a los costos variables.

Costo promedio (CP): Se calcula dividiendo el costo total entre la producción, e indica el costo promedio de cada unidad producida.

Costo variable unitario (CVU): se calcula dividiendo el costo variable entre la producción e indica la variación en el costo total por cada unidad producida.

Margen unitario: Se determina estableciendo la diferencia entre el precio unitario de venta y el costo variable unitario. En algunos casos, se expresa porcentualmente e indica la utilidad antes de gastos financieros e impuestos que se logrará por unidad.

Punto de equilibrio: Se determina dividiendo los costos fijos por la diferencia entre el precio unitario de venta y el costo variable unitario (margen unitario). Este indicador permite establecer el nivel mínimo de producción y de ventas que, en cantidad, debe lograr la empresa para poder generar utilidad contable. Al comparar este resultado (punto de equilibrio) con el nivel previsto en el plan de ventas, se tiene una idea del margen de seguridad y de riesgo de la empresa.

ESTUDIO FINANCIERO:

El objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, y las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes. Asimismo, debe determinar, en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios del préstamo. El otro propósito es el análisis de la liquidez de la organización y

la elaboración de proyecciones financieras. Para ampliar estos propósitos deben cumplirse las etapas que se describen a continuación:

Flujo de caja: El flujo de caja, es, sin lugar a dudas, la herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo de la empresa. El flujo de caja compara los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados. Con base en el flujo de caja se pueden determinar los momentos en los cuales los aportes de los socios y/o los préstamos de los intermediarios financieros son absolutamente necesarios para mantener una posición de caja final, al menos igual al colchón de efectivo. El flujo de caja se debe hacer por mes durante toda la etapa de construcción, montaje y, al menos, durante un año de operación.

Estado de resultados: Este cuadro muestra, a niel de causación, las utilidades producidas por la empresa en cada período de análisis. Básicamente, compara ingresos con costos y gastos en un período fiscal de la empresa. Adicionalmente, produce, como resultado, el valor de los impuestos de renta. El estado de resultados requiere una periodicidad diferente a la del flujo de caja. Se tiene que realizar sólo al final de cada ciclo tributario.

Balance: El balance muestra el estado de las diversas cuentas al final de cada ciclo tributario. Los datos para éste se toman, en lo fundamental, del flujo de caja, del estado de resultados y de algunos de los cuadros realizados en el análisis económico. Se tiene que hacer un balance al inicio

de la empresa, y luego se tienen que hacer balances cada final de ciclo tributario.

Valor actual neto (VAN): Según Celio Vega, en su obra Ingeniería económica, “el valor actual neto (VAN) de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión…Si el valor actual neto de una inversión es positivo, la inversión debe aceptarse, y rechazarse si es negativo”. Estos conceptos dan a entender que el VAN está relacionado con una tasa de interés y debe ser calculado con la fórmula del valor actual en interés compuesto: $C=M(1+i)^{-n}$, donde M es el flujo de caja de un determinado año, durante el número de años que se deseen calcular los flujos de caja como valores actuales. La forma de cálculo es:

$$VAN = -INVERSIÓN + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} \pi r^2.$$

VAN >1 se acepta la inversión. VAN < 1 no se recomienda la inversión.

Tasa interna de retorno (TIR): La tasa interna de rendimiento o tasa interna de retorno de la inversión (TIR) es un indicador financiero que se utiliza en la evaluación de proyectos para considerar su factibilidad; en otras palabras, evaluar si un proyecto de inversión es o no rentable, cualquiera que sea. Se obtiene calculando el valor actual neto de la inversión y su posible recuperación en el largo plazo, con diferentes alternativas de tasa de interés. Se calcula aplicando la siguiente fórmula:[14]

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor}\right)$$

[14] Mora, A. (2009). *Matemáticas Financieras.* Bogotá: Alfa Omega Colombiana S.A.

Periodo de Recuperación de Capital: El periodo de recuperación de la inversión comprende el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión original; es una medida de la rapidez en que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. Las mejores inversiones son aquellas que tienen un periodo de recuperación más corto. Para calcular el periodo de recuperación del capital entre una de las formas de hacerlo, y tomando como base el flujo de caja se aplica la siguiente fórmula[15]:

$$PRC = \frac{INVERSIÓN - \sum PRIMEROS\ FLUJOS}{FLUJOS\ DEL\ AÑO\ QUE\ SUPERA\ LA\ INVERSIÓN}$$

Análisis de sensibilidad: Esta sección busca analizar los efectos que, en los criterios decisorios, tengan incidencia en las principales variables del proyecto. Así, se podrá ver el rango de variaciones unidimensionales y/o multidimensionales que el proyecto puede soportar. Usar escenarios o simulaciones, es muy conveniente.[16]

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

[15] Bolten, Steven. (2008); *Administración Financiera; Volumen II*; Editorial Limusa; México D. F.
[16] Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial.* Bogotá: PEARSON Prentice Hall.

e. MATERIALES Y METODOS

MATERIALES

Recursos Humanos

- Director de tesis.
- Miembros del Tribunal.
- Alumno aspirante.

Recursos Materiales

- Materiales de oficina.
- Materiales de computación.
- Material Bibliográfico.

MÉTODOS

Método es el camino a seguir mediante una serie de operaciones, reglas y procedimientos fijados de antemano de manera voluntaria y reflexiva, para alcanzar un determinado fin que puede ser material o conceptual. Los métodos empleados en el desarrollo del presente trabajo de investigación fueron:

Método Inductivo: Este método se utilizó en la observación, es decir; en ver y escuchar hechos interrelacionados con la investigación, con la finalidad de conseguir información objetiva, la cual se empleó en el estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda existente y estudio técnico.

Método Deductivo: Se empleó en el muestreo estadístico, en la obtención de datos por parte de los encuestados para determinar los aspectos

relevantes en el fenómeno investigado con una muestra representativa del universo.

Método Descriptivo: Se utilizó en la composición teórica del proyecto, fundamentalmente en la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se hallaron en la obtención de datos e información que fueron usados en la elaboración de las fases del proyecto. La caracterización de la presente investigación radica en que se efectúa la descripción de los hechos al igual que ocurren en el entorno.

Método Estadístico: Sirvió para visualizar la información obtenida durante la técnica de encuesta en cuadros y en gráficos para que de esta manera poder tener una mejor interpretación de los resultados, esto en el estudio de mercado.

Método Analítico-sintético: Este método permitió estructurara las respectivas conclusiones y recomendaciones del presente trabajo investigativo.

Método Matemático: Se utilizó en la parte numérica de todo el proceso investigativo, abarcó los números, cifras y ecuaciones que se analizaron en el desarrollo del proyecto. Se empleó para obtener el tamaño de la población; determinación de valores totales y en todo el estudio financiero.

TÉCNICAS

De las técnicas e instrumentos que se encuentran al alcance de la investigación para conseguir información relevante y precisa en el presente proceso investigativo se indican:

Observación: Permitió la visualización directa de hechos y fenómenos objeto de estudio, en donde como primer paso ayudó a la segmentación del mercado.

Encuesta: Permitió la recolección de información de forma directa en la aplicación de sondeo previamente analizado y orientado a reunir argumentos, por medio de un cuestionario de interrogantes que se aplicó a 398 familias de la Administración Zonal La Delicia de la ciudad de Quito, las mismas que permitieron determinar los gustos y preferencias de los consumidores del producto en estudio y a 17 locales comerciales que ofertan pizzas en el sector.

POBLACION Y MUESTRA

Población

Para poder determinar la población, se consideraron algunos datos, como el total de la población de la Administración Zonal La Delicia de la ciudad de Quito en el año 2010, que es de 341.125 habitantes, proyectada para el año 2015, con una tasa de crecimiento poblacional del 3%; y 3,78 ≈ 4 miembros por integrante de las familias, conforme al promedio de personas por hogar a nivel nacional según datos del Censo de Población y Vivienda 2010

efectuados por el INEC, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto, así tenemos:

CUADRO 1

POBLACIÓN ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA				
AÑO	**POBLACIÓN (HABITANTES)**	**POBLACIÓN (FAMILIAS)**	**CRECIMIENTO ANUAL**	**FAMILIAS PROYECTADAS**
2010	341,125	85,281		85,281
2011	341,125	85,281	3%	87,840
2012	351,359	87,840	3%	90,475
2013	361,900	90,475	3%	93,189
2014	372,756	93,189	3%	95,985
2015	383,939	95,985	3%	98,864

FUENTE: INEC 2010

ELABORACIÓN: El Autor

La Población Proyectada al año de inicio de Proyecto es de 98,864 (Familias de las parroquias pertenecientes a la Administración Zonal la Delicia).

Proyección

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población 98,864 (Familias de la parroquias pertenecientes a la Administración Zonal la Delicia)

e^2 = Margen de error, se aplica el 5%

APLICACIÓN DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{98{,}864}{1 + (0.05)^2 \text{ x } 98{,}864}$$

$$n = \frac{98{,}864}{248.16} = 398{,}38 \cong 398$$

Determinación de la muestra.

Aplicada la fórmula con los datos previstos se obtiene como resultado que deberá realizarse 398 encuestas.

CUADRO 2

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE LA ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA DE LA CIUDAD DE QUITO			
PARROQUIA	**POBLACIÓN (FAMILIAS)**	**PORCENTAJE**	**ENCUESTAS**
COTOCOLLAO	7,906	9%	36
PONCEANO	13,513	16%	64
COMITE DEL PUEBLO	11,733	14%	56
EL CONDADO	21,524	25%	100
CARCELEN	13,735	16%	64
NONO	433	1%	4
POMASQUI	7,376	9%	36
SAN ANTONIO	8,089	9%	36
CALACALI	974	1%	4
TOTAL	**85,281**	**100%**	**398**

FUENTE: INEC, Censo Poblacional 2010.

ELABORACIÓN: El Autor

Para poder determinar la oferta, se efectuó una encuesta a los locales que venden pizzas en las Parroquias de la Administración Zonal la delicia, detallados a continuación:

CUADRO 3

PIZZERÍA	LOCALES
Papa John’s	2
Pizza Hut	3
El Hornero	1
Olafo's Café - Pizzeria	1
Colombia Pizza	1
Lu Pizza Pasta	1
La Roma	1
Ch. Farina	3
Pizza Zú	1
Q! Pizza	1
Gringo's Pizza	1
Más Pizza	1
TOTAL	**17**

FUENTE: Páginas Amarillas,Observación

ELABORACIÓN: El Autor

f. RESULTADOS

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA.

1. ¿Consume su familia pizza?

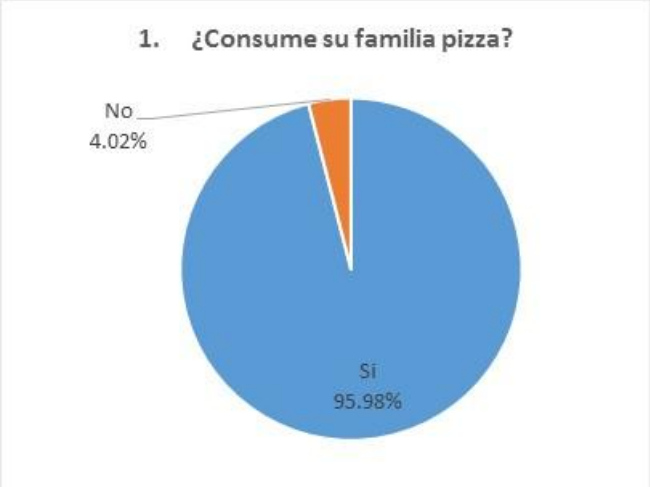
CUADRO 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	382	95.98%
No	16	4.02%
TOTAL	**398**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 95.98% de familias consumen pizza, y el 4,02% manifiestan no hacerlo. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia compran pizza.

2. ¿Su familia compra pizza?

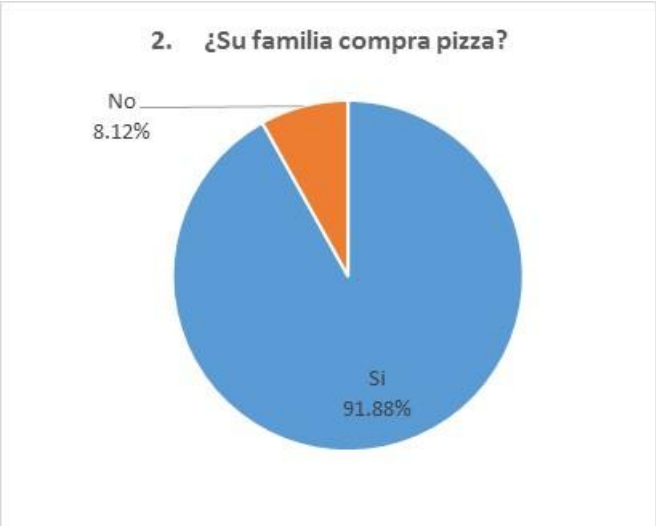
CUADRO 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	351	91.88%
No	31	8.12%
TOTAL	**382**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 91.88% de las familias compran pizza y el 8.12% no lo hacen. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia compran pizza.

3. ¿Qué tipo de pizza prefiere?

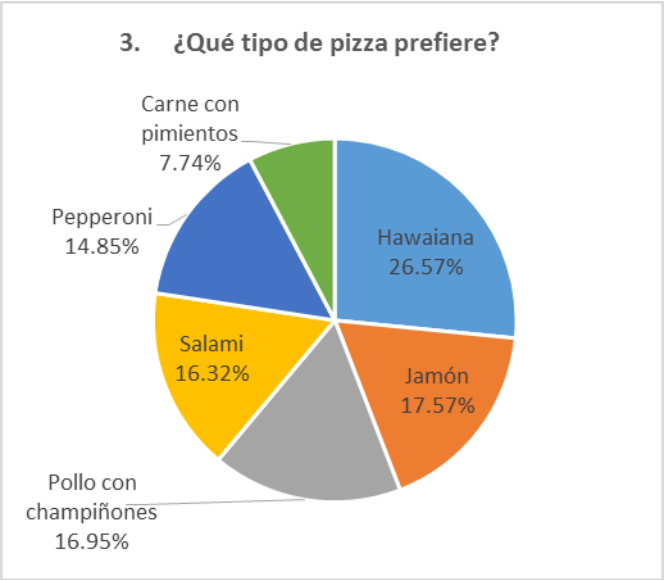
CUADRO 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hawaiana	127	26.57%
Jamón	84	17.57%
Pollo con champiñones	81	16.95%
Salami	78	16.32%
Pepperoni	71	14.85%
Carne con pimientos	37	7.74%

FUENTE: Encuesta aplicada a los familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 26.57% de las familias indican que prefieren pizza Hawaiana, el 17.57% Jamón, el 16.95% pollo con champiñones, el 16.32% salami, el 14.85% pepperoni y el 7.74% manifiestan carne con pimientos. Con estos resultados se puede determinar las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia prefieren la pizza hawaiana y de jamón.

4. ¿Considera importante tener variedad en el grosor de la masa de la pizza al momento de la compra?

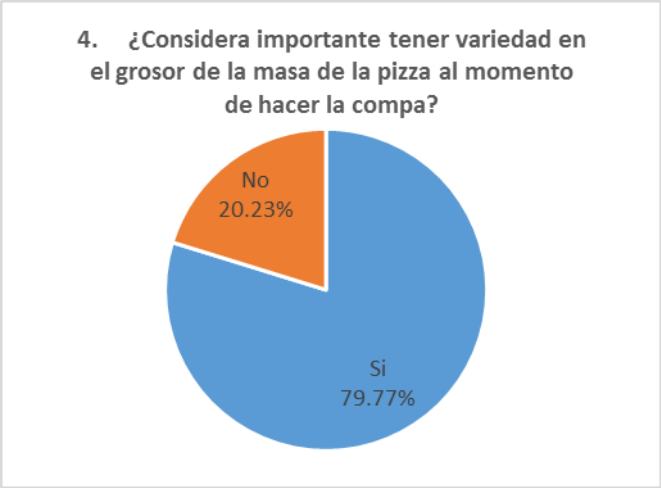
CUADRO 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	280	79.77%
No	71	20.23%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 79.77% de las familias indican que si consideran importante el grosor de la masa de la pizza y el 20.23% mencionan no lo es. Con estos resultados se puede determinar que a las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia si consideran importante el grosor de la masa al momento de realizar la compra.

5. ¿Qué tipo de preparación de la pizza prefiere?

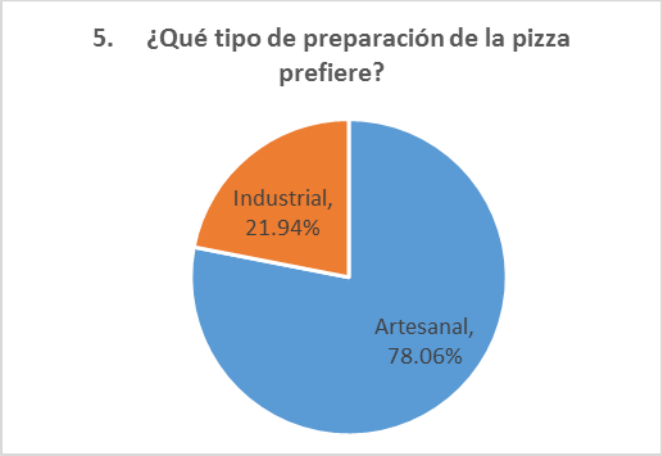
CUADRO 8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Artesanal	274	78.06%
Industrial	77	21.94%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 78.00% de las familias indican que prefieren una preparación de tipo artesanal, y el 21.94% manifiestan que prefieren de tipo industrial. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia prefieren la preparación de tipo artesanal en la pizza.

6. ¿Le gustaría poder combinar algunos tipos de pizza en su pedido, si adquiere una pizza familiar?

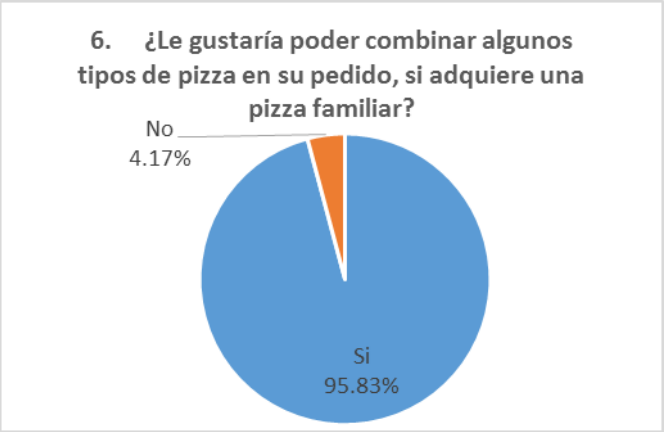
CUADRO 9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	336	95.73%
No	15	4.27%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 95.83% de las familias indican que si le gustaría combinar algunos tipos de pizza, y el 4.17% que no. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia prefieren poder pedir más de dos tipos de pizza en sus pedidos.

7. Normalmente por una pizza familiar usted paga entre:

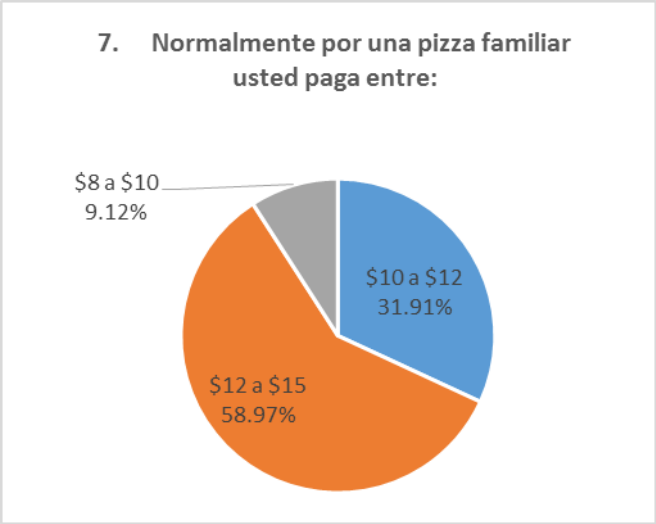
CUADRO 10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
$10 a $12	112	31.91%
$12 a $15	207	58.97%
$8 a $10	32	9.12%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 58.97% de las familias indican que normalmente por una pizza familiar pagan entre $12 a $15, el 31.91% de $10 a $12 y el 9.12% de $8 a $12. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia normalmente pagan entre $12 a $15 por pizza familiar.

8. Pagaría un precio superior al normal si la pizza contiene más de dos ingredientes:

CUADRO 11

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	222	63.25%
No	129	36.75%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 8

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 63.25% de las familias indican que no pagarían un precio superior al normal si la pizza contiene más de dos ingredientes y el 36.75% que si lo haría. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia no pagarían un precio superior al normal por incluir más ingredientes.

9. ¿Existen locales de comercialización de pizza cerca a su domicilio?

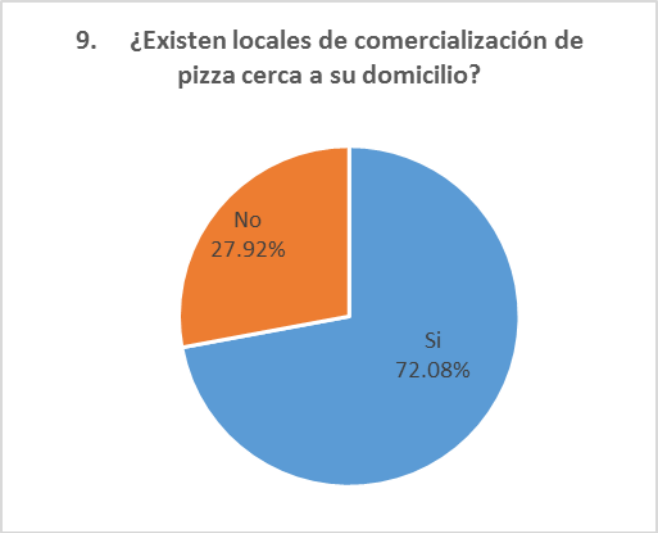
CUADRO 12

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	253	72.08%
No	98	27.92%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 72.08% de las familias indican que si existen locales de comercialización cerca a su domicilio, y el 27.92% manifiestan que no lo hay. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia poseen cerca a sus barrios locales de comercialización de pizza.

10. Cuál es su preferencia en la forma de comprar pizza:

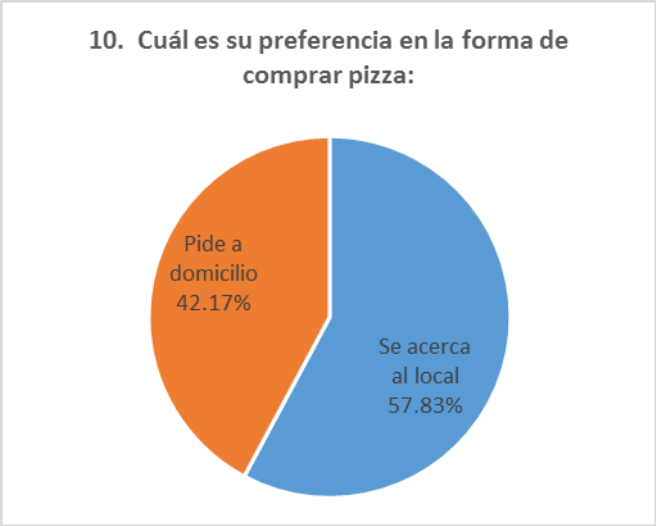
CUADRO 13

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Se acerca al local	203	57.83%
Pide a domicilio	148	42.17%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 57,83% de las familias indican que para comprar pizza prefieren acercarse al local, y el 42.17% pedir a domicilio. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia prefieren acercarse al local para comprar pizza.

11. ¿De qué forma conoció el lugar donde realizó la última compra de pizza?

CUADRO 14

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
E-mail	7	1.94%
Recomendación de amigos o familiares	93	25.83%
Viendo el local	191	53.06%
Volantes	69	19.17%

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 11

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 53.06% de las familias indican que conocieron el lugar en donde realizaron la última compra viendo el local, el 25.83% por recomendación de amigos y familiares, el 19.17% por volantes y el 2.03% por e-mail. Con estos resultados se puede determinar que las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia conocen el lugar donde compran pizza viendo el local.

12. ¿Cuándo compra pizza se fija en los días de promociones 2x1?

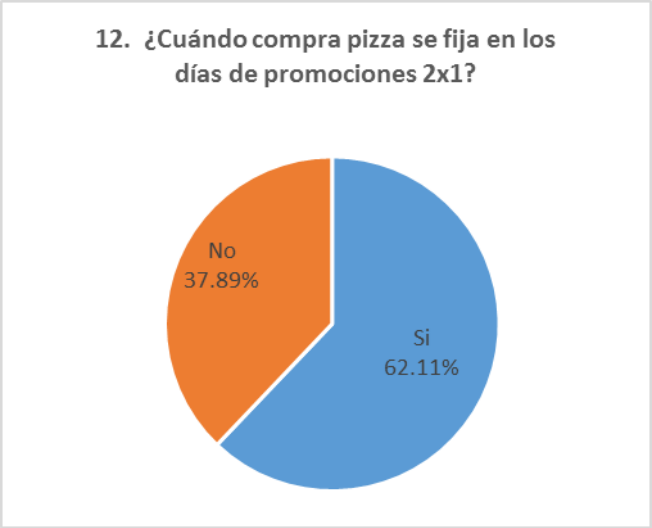
CUADRO 15

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	218	62.11%
No	133	37.89%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 62.11% de las familias indican que si se fijan en los días de promoción 2x1 al momento de realizar la compra y el 37.89% no lo hace. Con estos resultados se puede determinar de las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia que para comprar se fijan en las promociones 2x1.

13. ¿Le gustaría que los días de promoción 2x1 sean diferentes a los de la mayoría de locales comercializadores de pizzas?

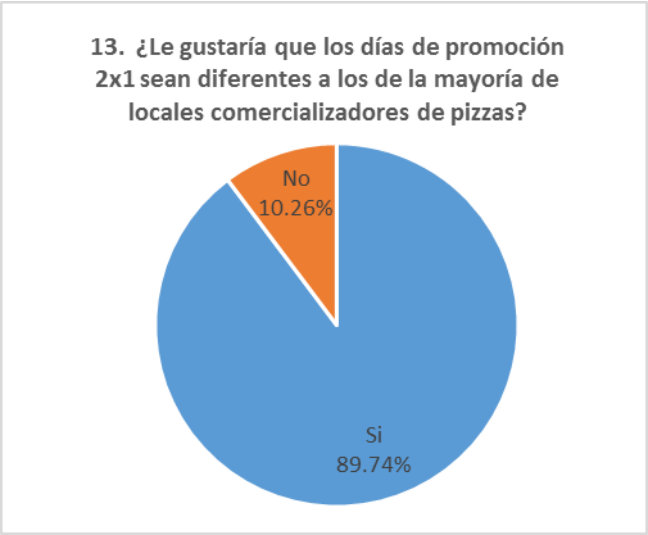
CUADRO 16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	315	89.74%
No	36	10.26%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 89.74.70% de las familias indican que si le gustaría que los días de promoción 2x1 sean diferentes a la mayoría de locales, y el 10.26% que no. Con estos resultados se puede determinar de las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia que les gustarían otros días a los normales para las promociones 2x1.

14. Prefiere comprar:

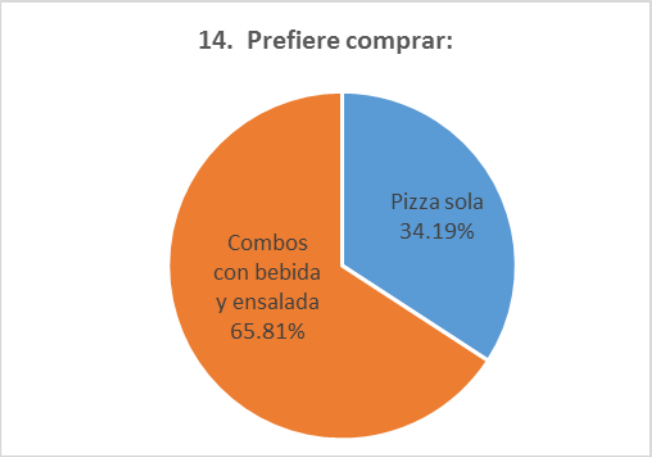
CUADRO 17

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pizza sola	120	34.19%
Combos con bebida y ensalada	231	65.81%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 65.81% de las familias indican que prefieren comprar pizza con bebida y ensalada, y el 34.19% sin nada más. Con estos resultados se puede determinar de las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia que prefieren comprar los combos de pizza con bebida y ensalada.

15. ¿Estaría dispuesto a consumir pizza en una pizzería que ofrezca ingredientes frescos y sanos hechos con procesos de calidad que se encuentre ubicada cerca del barrio al que usted vive?

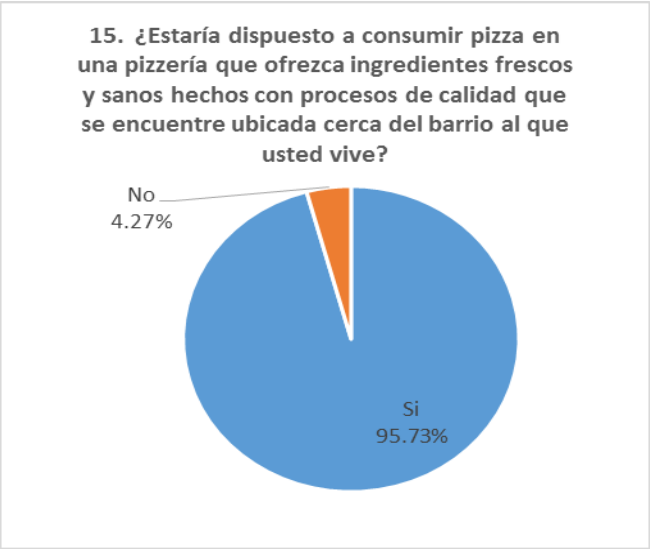
CUADRO 18

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	336	95.73%
No	15	4.27%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 95.73% las familias indican que sí estarían dispuestos a consumir pizza en una pizzería que ofrezca ingredientes frescos y sanos hechos con procesos de calidad cercana a su barrio, y el 4.27% que no. Con estos resultados se puede determinar de las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia que si estarían dispuestos a consumir pizza en una pizzería cercana.

16. ¿Qué cantidad de pizza consume usted y su familia al mes?

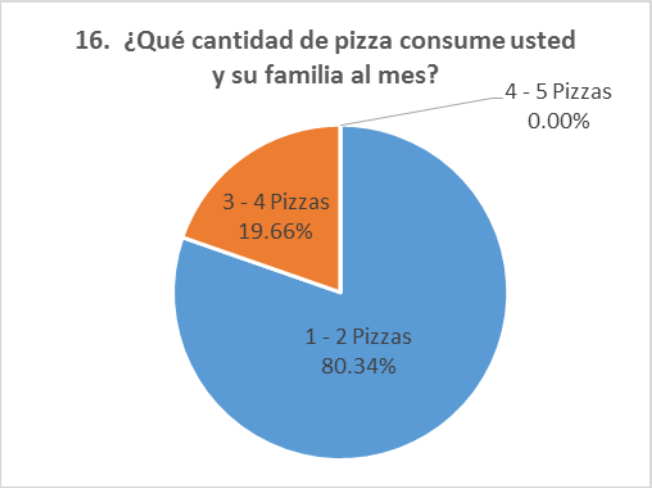
CUADRO 19

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2 Pizzas	282	80.34%
3 - 4 Pizzas	69	19.66%
4 - 5 Pizzas	0	0.00%
TOTAL	**351**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 80.34% de las familias indican que al mes consume entre 1 y 2 pizzas, el 19.66% entre 3 y 4 pizzas y el 0.00% entre 4 y 5 pizzas. Con estos resultados se puede determinar de las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia que consumen entre 1 y 2 pizzas al mes.

17. ¿A través de qué medios publicitarios le gustaría enterarse de las promociones y nuevos productos de la pizzería?

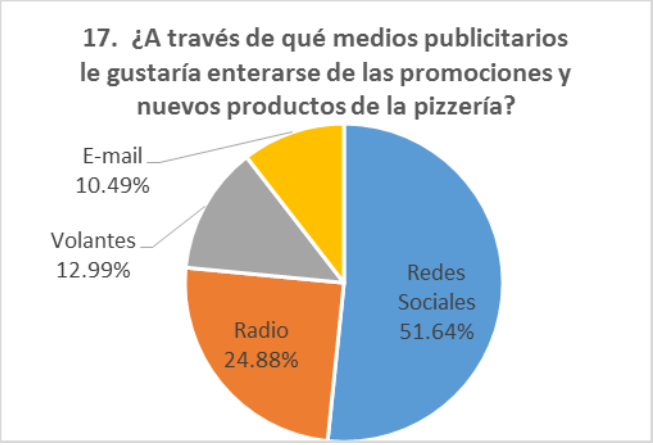
CUADRO 20

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	330	51.64%
Radio	159	24.88%
Volantes	83	12.99%
E-mail	67	10.49%

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 51.64% de las familias indican que prefiere enterarse de promociones y nuevos productos a través de Redes Sociales, el 24.88% radio, el 12.99% volantes y el 10.49% por correo electrónico. Con estos resultados se puede determinar de las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia que les gustaría conocer de promociones y nuevos productos a través de las Redes Sociales.

18. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la pizzería en su barrio?

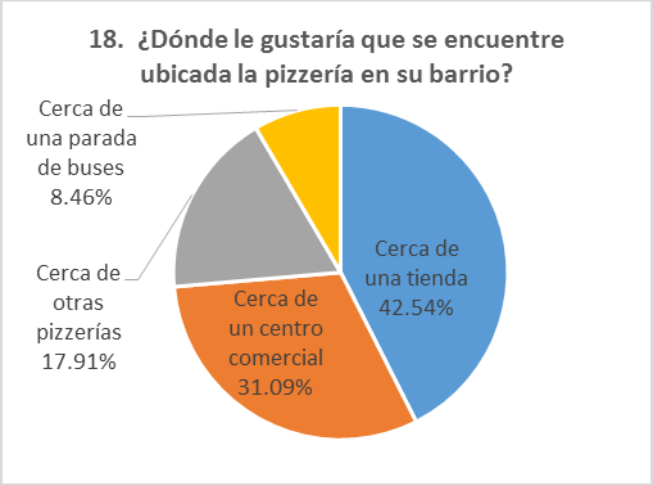
CUADRO 21

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cerca de una tienda	342	42.54%
Cerca de un centro comercial	250	31.09%
Cerca de otras pizzerías	144	17.91%
Cerca de una parada de buses	68	8.46%

FUENTE: Encuesta aplicada a las familias de las parroquias de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 42.54% de las familias indican que les gustaría que la pizzería se encuentre ubicada cerca de una tienda, el 31.09% a un centro comercial, el 17.91% a otras pizzerías y el 8.46% a una parada de buses. Con estos resultados se puede determinar de las familias que viven en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia que les gustaría que la pizzería se encuentre ubicada cerca de una tienda.

ENCUESTAS PARA DETERMINAR LA OFERTA.

1. ¿La preparación de la pizza que oferta es de tipo artesanal?

CUADRO 22

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	64.71%
No	6	35.29%
TOTAL	**17**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las principales pizzerías de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 19

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 64.71% de los locales que ofertan pizza consideran que la receta que venden es artesanal el 35.29% no. Con estos resultados se puede determinar de los locales que ofertan pizza en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia venden pizza artesanal.

2. ¿Posee servicio a domicilio?

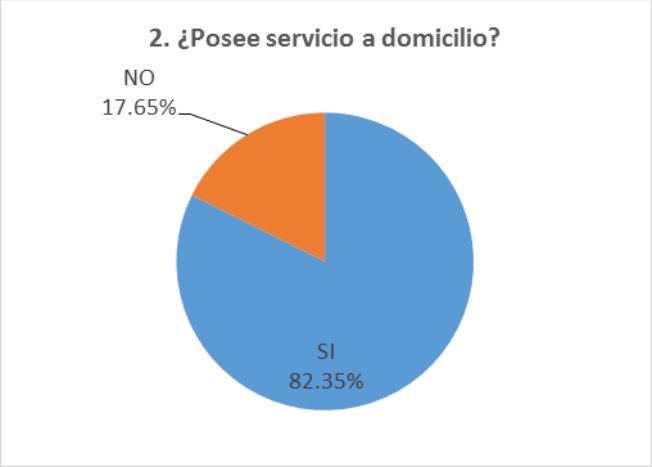
CUADRO 23

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	14	82.35%
No	3	17.65%
TOTAL	**17**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las principales pizzerías de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 20



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 82.35% de las los locales que ofertan pizza poseen servicio a domicilio, mientras que el 17.65% no. Con estos resultados se puede determinar de los locales que ofertan pizza en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia poseen servicio a domicilio.

3. ¿Mantiene la promoción 2x1 los días martes?

CUADRO 24

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	14	82.35%
No	3	17.65%
TOTAL	**17**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las principales pizzerías de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 21

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 82.35% de las los locales que ofertan pizza mantienen la promoción 2x1 los días martes y el 17.65% no. Con estos resultados se puede determinar de los locales que ofertan pizza en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia mantienen promoción 2x1 los días martes.

4. ¿Cuántas pizzas familiares vende usted semanalmente?

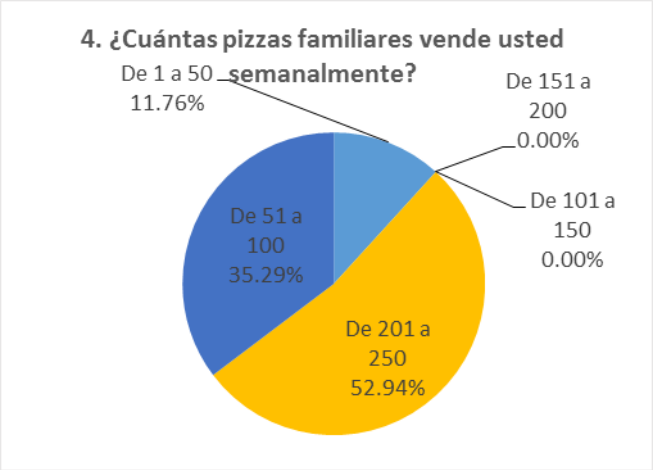
CUADRO 25

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 50	2	11.76%
De 51 a 100	6	35.29%
De 101 a 150	0	0.00%
De 151 a 200	9	0.00%
De 201 a 250	4	52.94%
TOTAL	**17**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las principales pizzerías de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 22



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 52.94% de las los locales que ofertan pizza venden de 201 a 250 pizzas familiares, el 35.29% vende de 51 a 100 pizzas y el 11.76% venden de 1 a 50. Con estos resultados se puede determinar de los locales que ofertan pizza en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia venden de 201 a 250 pizzas familiares a la semana.

5. ¿A qué precio vende la pizza familiar?

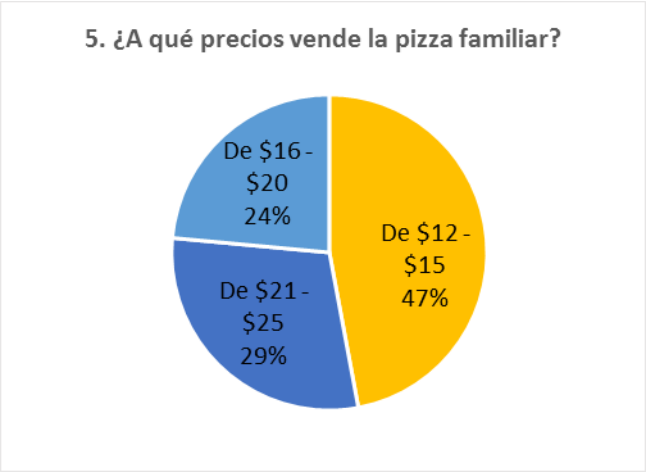
CUADRO 26

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De $12 - $15	8	47.06%
De $21 - $25	5	29.41%
De $16 - $20	4	23.53%
TOTAL	**17**	**100.00%**

FUENTE: Encuesta aplicada a las principales pizzerías de la Administración Zonal La Delicia en la ciudad de Quito

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 23



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 47.06% de las los locales que ofertan pizza venden la pizza familiar con un precio que va de $12 a $15, el 29.41% de $21 a $25 y el 23.53% de $16 a $20. Con estos resultados se puede determinar de los locales que ofertan pizza en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia venden la pizza familiar en un precio entre $12 a $15.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Entendida la demanda como el número de unidades de un determinado bien que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado. Según condiciones como precio, calidad, gustos y preferencias.

DEMANDA POTENCIAL

La demanda Potencial en la presente es de 90,864 familias de la Administración Zonal La Delicia de la ciudad de Quito, las mismas que se las proyecta para los diez años de vida útil del proyecto, tomando en consideración que la tasa de crecimiento según datos del Censo de Población y Vivienda 2010 efectuados por el INEC, es del 3% anual, así tenemos:

CUADRO 27

DEMANDA POTENCIAL			
AÑO	**FAMILIAS ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA (TC 3%)**	**COMPRAN PIZZA 91.93%**	**DEMANDA POTENCIAL**
0	98,864	91.93%	90,886
1	101,830	91.93%	93,612
2	104,885	91.93%	96,421
3	108,031	91.93%	99,313
4	111,272	91.93%	102,293
5	114,610	91.93%	105,361
6	118,049	91.93%	108,522
7	121,590	91.93%	111,778
8	125,238	91.93%	115,131
9	128,995	91.93%	118,585
10	132,865	91.93%	122,143

FUENTE: INEC 2010, Cuadro 1

ELABORACIÓN: El Autor

CONSUMO PERCÁPITA

Para determinar el consumo anual se utilizaron los datos obtenidos en la encuesta con la pregunta 16 en donde se hace referencia al consumo mensual de pizza por familia encontrando los siguientes datos: el 80.34% consumen entre 1 y 2 pizzas mes, el 19.66 % consumen entre 3 y 4 pizzas al mes.

CUADRO 28

CONSUMO PERCÁPITA		
CANTIDAD DE PIZZAS	**f**	**f (x)**
1 - 2	282	423
3 - 4	69	241.5

FUENTE: Cuadro 19
ELABORACIÓN: El Autor

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

$$\bar{X} = \frac{664.5}{351}$$

$\bar{X} = 1.89x12 = 22.72 \approx 23$ Pizzas familiares al año por familia.

DEMANDA REAL

Para poder determinar la demanda real, se hace referencia a las familias de la Administración Zonal La Delicia de la ciudad de Quito que consumen Pizza, que corresponden al 95.98% según datos obtenidos en la encuesta en la pregunta 1. La demanda potencial es de 90,886 familias, el 95.98% corresponde a 87,232, considerando el consumo per cápita que es de 23 pizzas familiares al año, la demanda real es de 2,006,338 pizzas al año, proyectado a los 10 años de vida del proyecto obtenemos el siguiente resultado:

CUADRO 29

DEMANDA REAL					
AÑO	**DEMANDA POTENCIAL (FAMILIAS)**	**CONSUME PIZZA 95.98%**	**FAMILIAS QUE CONSUMEN PIZZA**	**CONSUMO PERCÁPITA**	**DEMENDA REAL**
0	90,886	95.98%	87,232	23	2,006,338
1	93,612	95.98%	89,849	23	2,066,528
2	96,421	95.98%	92,545	23	2,128,524
3	99,313	95.98%	95,321	23	2,192,379
4	102,293	95.98%	98,180	23	2,258,151
5	105,361	95.98%	101,126	23	2,325,895
6	108,522	95.98%	104,160	23	2,395,672
7	111,778	95.98%	107,284	23	2,467,542
8	115,131	95.98%	110,503	23	2,541,568
9	118,585	95.98%	113,818	23	2,617,816
10	122,143	95.98%	117,233	23	2,696,350

FUENTE: Cuadro 27
ELABORACIÓN: El Autor

DEMANDA EFECTIVA

En cuanto a la estimación de la demanda efectiva tenemos que debemos toma en cuenta las respuestas de la pregunta 15 de las encuestas efectuadas a las familias, que manifiestan que el 95,73 % estaría de acuerdo con la propuesta de implementar un nuevo local de comercialización de pizza. La demanda real de familias es de 87,232, el 95.73% representan 83,507 familias, considerando el consumo per cápita que es de 23 pizzas familiares al año, la demanda efectiva es de 1,920,667 pizzas, proyectado a los 10 años de vida del proyecto obtenemos el siguiente resultado:

CUADRO 30

DEMANDA EFECTIVA					
AÑO	**DEMANDA REAL (FAMILIAS)**	**ESTARÍAN DISPUESTOS A CONSUMIR 95.73%**	**FAMILIAS QUE CONSUMEN PIZZA**	**CONSUMO PERCÁPITA**	**DEMENDA EFECTIVA**
0	87,232	95.73%	83,507	23	1,920,667
1	89,849	95.73%	86,012	23	1,978,287
2	92,545	95.73%	88,593	23	2,037,636
3	95,321	95.73%	91,251	23	2,098,765
4	98,180	95.73%	93,988	23	2,161,728
5	101,126	95.73%	96,808	23	2,226,579
6	104,160	95.73%	99,712	23	2,293,377
7	107,284	95.73%	102,703	23	2,362,178
8	110,503	95.73%	105,785	23	2,433,044
9	113,818	95.73%	108,958	23	2,506,035
10	117,233	95.73%	112,227	23	2,581,216

FUENTE: Cuadro 29
ELABORACIÓN: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para determinar la venta de los locales se utilizaron los datos obtenidos en la encuesta con la pregunta 4 en donde se hace referencia a la venta semanal de pizzas familiares, encontrando los siguientes datos: el 52.94% de las los locales que ofertan pizza venden de 201 a 250 pizzas familiares, el 35.29% vende de 51 a 100 pizzas y el 11.76% venden de 1 a 50.

CUADRO 31

VENTA LOCALES ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA		
CANTIDAD DE PIZZAS VENDIDAS (SEMANA)	**f**	**f (x)**
De 1 a 50	2	51
De 51 a 100	6	453
De 101 a 150	0	0
De 151 a 200	0	0
De 201 a 250	9	2029.5

FUENTE: Cuadro 25

ELABORACIÓN: El Autor

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

$$\bar{X} = \frac{2533.5}{17}$$

$\bar{X} = 149.02x48 = 7{,}153.41 \approx 7{,}153$ Pizzas familiares al año por local.

Al determinar que la venta anual promedio por local es de 7,153 pizzas familiares al año, la oferta es de 121,608 pizzas considerando los 17 locales que se encuentran ubicados en las parroquias pertenecientes a la Administración Zonal La Delicia, proyectado a los 10 años de vida del proyecto con un crecimiento del PIB durante el segundo trimestre del 2014, y comprado mismo trimestre de este año, que es del 10.3% en el sector de “Alojamiento y Servicios de Comida” de acuerdo con datos del Banco Central del Ecuador, obtenemos el siguiente resultado:

CUADRO 32

OFERTA			
AÑO	**VENTA ANUAL**	**CRECIMIENTO ANUAL SECTOR INDUSTRIAL**	**OFERTA PROYECTADA**
0	121,608		121,608
1	121,608	10.30%	134,134
2	134,134	10.30%	147,949
3	147,949	10.30%	163,188
4	163,188	10.30%	179,997
5	179,997	10.30%	198,536
6	198,536	10.30%	218,985
7	218,985	10.30%	241,541
8	241,541	10.30%	266,420
9	266,420	10.30%	293,861
10	293,861	10.30%	324,129

FUENTE: BCE Jul-2014, Cuadro 31

ELABORACIÓN: El Autor

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

La demanda insatisfecha es la cantidad de usuarios que están siendo desatendidos en función de la oferta real del producto o servicio en mención. Para cuantificar la demanda insatisfecha se realiza un balance entre la oferta y la demanda real, toda vez que la demanda real son quienes actualmente son quienes consumen pizzas, por lo que se toma como base la cantidad ofertada en las parroquias de la Administración Zonal La Delicia de la ciudad de Quito respecto con su respectiva proyección así como la cantidad de la demanda real conseguida a través de las encuestas y que ayudaron a constituir dicha cantidad, así mismo con su respectiva proyección a 10 años que dura el proyecto.

CUADRO 33

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	**DEMANDA EFECTIVA**	**OFERTA**	**DEMANDA INSATISFECHA**
0	1,920,667	141,600	1,779,067
1	1,978,287	145,282	1,833,005
2	2,037,636	149,059	1,888,577
3	2,098,765	152,934	1,945,830
4	2,161,728	156,911	2,004,817
5	2,226,579	160,990	2,065,589
6	2,293,377	165,176	2,128,201
7	2,362,178	169,471	2,192,707
8	2,433,044	173,877	2,259,167
9	2,506,035	178,398	2,327,637
10	2,581,216	183,036	2,398,180

FUENTE: Cuadro 30 y 32

ELABORACIÓN: El Autor

Como se puede observar en el cuadro anterior la demanda insatisfecha para el año de ejecución del proyecto asciende a 1,779,067 pizzas familiares; para el décimo año del proyecto la demanda insatisfecha asciende a 2,398,180 de dicho producto.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

NOMBRE

Pizza & GO!...

Este producto está diseñado bajo las siguientes características:

Forma: SOLIDA

Envoltura: CARTON

Duración: 1 día

Dimensión: circular, 50 cm de diámetro.

Ingredientes: harina, levadura, queso mozzarella, pimientos, pasta de tomate, jamón, champiñones.

ESLOGAN

Más rico…más sano…

LOGOTIPO

SERVICIOS

Comercialización de Pizza Artesanal

PRECIO

Políticas de Precios

Los precios que se establecerán serán similares a la competencia.

PLAZA

Canal de Comercialización

El canal de comercialización será un local ubicado en la Administración Zonal La Delicia

PROMOCION

Estrategias de Publicidad

Se aplicarán promociones 2x1 adicional a la de la competencia un día diferente.

Se crearán redes sociales para mantener informados a nuestros clientes a través de Facebook, Twitter e Instagram,

ESTUDIO TECNICO

TAMAÑO DE LA EMPRESA

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Para poder arrancar la operación de la empresa se necesitará un espacio físico de 30 m 2 en una sola planta.
La estructura física estará dispuesta en 4 ambientes equipados para la correcta operación.

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el nivel máximo de producción que se puede obtener con la utilización de determinado componente de producción, independientemente de los costos de producción que genere, en el presente caso se trata del horno industrial, con dicho componente se realiza el siguiente análisis:

Considerando que la capacidad del horno es de 12 pizzas, y que el proceso de producción es de 1 hora, por tal motivo se elabora 12 pizzas de tamaño familiar en 1 hora, la empresa trabajará las 8 horas diarias reglamentarias, lo que determina que la maquina podrá producir con su capacidad máxima en las 8 horas 96 pizzas, en el año nos da 35.040 pizzas familiares anuales.

Por tanto la capacidad instalada es de 35.040 pizzas familiares. Esta capacidad podría ampliarse al contar con más maquinarias.

CUADRO 34

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA		
Demanda Insatisfecha 1er año	**%**	**Capacidad Instalada**
1,779,067	1.97%	35,040

FUENTE: Cálculos de producción
ELABORACIÓN: El Autor

CAPACIDAD UTILIZADA

De acuerdo con los resultados del Estudio de Mercado, considerando que es una empresa nueva que requiere inversión y debido a los costos de producción se ha decidido iniciar la operación de la empresa utilizando el 45% de la capacidad instalada, esto es produciendo 15,768 pizzas familiares en el primer año.

La capacidad utilizada se incrementará en un 5% anual, hasta alcanzar el nivel del 90% como nivel máximo. Se reserva el resto de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción.

CUADRO 35

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA			
Año	**Capacidad Instalada**	**%**	**Capacidad utilizada (Producción anual)**
1	35,040	45	15,768
2	35,040	50	17,520
3	35,040	55	19,272
4	35,040	60	21,024
5	35,040	65	22,776
6	35,040	70	24,528
7	35,040	75	26,280
8	35,040	80	28,032
9	35,040	85	29,784
10	35,040	90	31,536

FUENTE: Cálculos de producción

ELABORACIÓN: El Autor

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

MACROLOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en la ciudad de Quito, como el área más adecuada, de acuerdo a estos factores:

- Proximidad de mercado.
- Mayor concentración de la demanda.
- La infraestructura en el área urbana es favorable.

GRÁFICA 24

Macro localización

MICROLOCALIZACIÓN

Para determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración algunos factores tales como:

- **Disponibilidad de acceso para el cliente:** Se ha verificado que la ubicación de la pizzería en la zona norte de Quito resulta factible ya que se encuentra a lado de uno de los centros comerciales con más afluencia de gente (Condado Shopping) en la ciudad de Quito y

también está cerca la estación norte de transporte publico la Ofelia por lo que la demanda de clientes es alta.

- **Disponibilidad de servicios básicos:** La empresa al ubicarse en una zona urbana cuenta con todos los servicios básicos indispensables para el funcionamiento de la misma que son: agua; energía eléctrica, alcantarillado y teléfono:

Por los factores anteriormente determinados. la empresa se ubica en:

Ciudad: Quito

Parroquia: Ponceano

Administración Zonal: La Delicia

Calles: Av. John F. Kennedy y Leonardo Da Vinci

GRÁFICA 25

Micro localización

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El presente estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción. Tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento del local indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

UTENSILIOS DE PRODUCCIÓN

GRÁFICA 26

PROCESO DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN TEÓRICA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

- Obtención de materia prima. ya sea de los productores directos o de los comerciantes en los principales mercados de la ciudad de Quito.
- Pesaje y preparación de los ingredientes requeridos con la finalidad de tener listos los ingredientes en relación a lo que se desea producir.

- Mezcla de los ingredientes.
- Amasado de la base de la pizza.
- Se deja en reposo 20 minutos.
- Si dobló el volumen de la masa se procede con la siguiente actividad.
- Se efectúa el laminado de la masa y el perforado con la finalidad de obtener una cocción uniforme de la masa, amoldando la masa en la rejilla de aluminio
- Se procede precocer la masa para que aumente su grosos 5 minutos.
- Se adicionan los ingredientes de acuerdo al tipo de pizza que se desea producir.
- Se lleva a cocción la pizza a una temperatura moderada de 110 ºc durante 10 minutos.
- Se procede embalar la pizza en la caja y se entrega al cliente.

GRÁFICA 27

FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE LA PIZZA ARTESANAL

Nº	ACTIVIDADES									TIEMPO
1	Obtención de la materia prima									2,5'
2	Pesaje y preparación de los ingredientes									2,5'
3	Mezclar los ingredientes para la masa									2,5'
4	Amasar									5'
5	Dejar reposar									20'
6	¿Se dobló el volúmen de la masa?									
7	Laminado, amoldado y corte									2,5'
8	Precocción									5'
9	Adición de ingredientes									5'
10	Cocción									10'
11	Embalaje									5'
	TIEMPO								60 minutos	1 hora

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Para poder arrancar la operación de la empresa se necesitará un espacio físico de 30 m 2 en una sola planta.

La estructura física estará dispuesta en 4 ambientes equipados para la correcta operación.

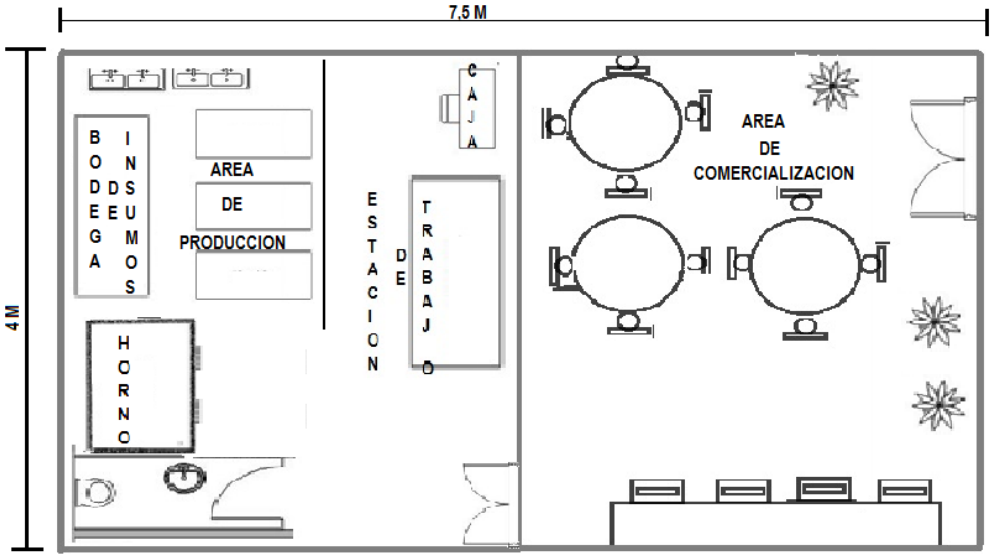
DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA

El espacio físico con que cuenta la empresa es de $4m^2$ x 7,5 m^2 que nos dan un total de 30 m^2 y que están distribuidos de la siguiente manera:

Área de producción	3.00 m^2
Bodega de insumos	1.50 m^2
Estación de trabajo	6.00 m^2
Área de comercialización	14.00 m^2
Espacio libre	5.50 m^2
Total	30.00 m^2

GRÁFICA 28

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

"Pizza & GO!..." es una empresa que organizada a través departamentos funcionales, acordes a sus funciones y actividades que desempeñan. Para su correcto funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

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

BASE LEGAL

La empresa de cines para su organización jurídica ha previsto la constitución de una Compañía Anónima, de conformidad con el Art. 143 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que "La compañía anónima es

una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas."[17]

La Compañía Anónima iniciará el negocio con la participación de 2 accionistas que responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones.

La Razón Social o Denominación.

Bajo estas disposiciones legales y otras pertinentes a una Compañía Anónima, será preparará una minuta del contrato de constitución de la compañía. La razón social de la empresa será ***"*Pizza & GO!..."** ***S. A.***

"*Pizza & GO!..."** ***S. A., por ser una empresa del sector de expendio de alimentos se fundará en las leyes básicas como es lo relacionado en las Patentes y Permisos Municipales y cumplirá con las obligaciones señaladas por la Superintendencia de Compañías y del Sistema de Rentas Internas, dispondrá de la ley de compañías, ley de régimen tributaria interno, código de trabajo.

Para fines específicos de trabajo de la empresa se denominará: **Pizza & GO!...**

Domicilio.

La compañía tendrá su domicilio principal en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias

[17] LEY DE COMPAÑÍAS, Codificación No. 000.RO/ 312 del 5 de Noviembre de 1999

o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.

La empresa estará ubicada en:

PROVINCIA : PICHINCHA

CANTÓN : QUITO

PARROQUIA : PONCEANO

ADMINSITRACION ZONAL: LA DELICIA

CALLES : AV. JOHN F. KENNEDY Y LEONARDO DA VINCI

Objeto Social

La empresa como tal, tendrá su objeto social la producción y comercialización de pizza artesanal mediante equipos y estándares de calidad e higiene en un ambiente cómodo y seguro, a fin de satisfacer las expectativas de los clientes.

Capital Social

El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. $ 1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de QUINIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. $ 500,00) cada una.

Duración de la Sociedad

El plazo de duración de la sociedad será de diez años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.

Número de socios

El número de socios que participan de Sociedad Anónima ***"Pizza & GO!..." S. A.***, es de dos. La nominación de gerente y presidente será en la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que indica la Ley, y para el tiempo máximo que en esta se establece.

MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA DE ENTRETENIMIENTO CINELOJA S.A.

En la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, a los catorce días del mes de diciembre del año 2015, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Alex Barriga, se reúne un grupo de personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía Anónima, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto dedicarse a la producción y comercialización de pizzas artesanales para consumo de los habitantes de la ciudad de Quito y sus alrededores.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE EXPENDIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PIZZA & GO! S.A.

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- PAUL ANDRES CORRAL CEVALLOS, ecuatoriano portadora de la cédula 0502881113, y MARLENE ELVIRA VERGARA VARAS, ecuatoriana portadora de la cédula 1711958353, en

ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa PIZZA & GO! S.A.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y comercialización de pizzas artesanales, para consumo de los habitantes de la ciudad de Quito y sus alrededores, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA

TÍTULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN.-

Art. 1.- La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se regirá de acuerdo a este estatuto se denomina PIZZA & GO! S.A.

Art. 2.- (DOMICILIO).- La compañía tendrá su domicilio principal en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.-

Art. 3.- (OBJETO).- El objeto de la compañía es la producción y comercialización de pizza artesanal mediante equipos y estándares de calidad e higiene en un ambiente cómodo y seguro, a fin de satisfacer las expectativas de los clientes..- Asimismo, la sociedad podrá ejercer actividades directamente relacionadas, afines o conexas a la actividad

empresarial descrita en el párrafo anterior.- La empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos importaciones, exportaciones y operaciones permitidas por la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.-

Art. 4.- (PLAZO, DURACIÓN).- El plazo de duración de la sociedad será de diez años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.-

TÍTULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.-

Art. 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. $ 1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de QUINIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. $ 500,00) cada una.-

Art. 6.- (TÍTULOS DE ACCIONES).- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por la firma del Gerente General de la Empresa.-

Art. 7.- (DERECHOS).- Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.-

Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías.

Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieren pagadas al momento de efectuar dicho aumento.-

Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probara con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.-

TÍTULO TERCERO.- EJERCICIO ECONÓMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS.-

Art. 11.- (EJERCICIO ECONÓMICO).- El ejercicio económico será anual y terminara el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta General de Accionistas , el balance

general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios, durante los quince días anteriores a la sesión de junta tal informe y balances podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la empresa.-

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregara el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna causa y de él se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

TÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.-

Art. 13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.-

Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá

ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.-

Art. 15.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la empresa, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.-

Art. 16.- (REPRESENTACIÓN DE LOS ACCIONISTAS).- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

Art. 17.- (QUÓRUM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General de instalar con el número de accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria para los casos

contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 18.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) Conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar las dietas que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.-

Art. 19.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.-

Art. 20.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.-

Art. 21.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal

aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.-

Art. 22.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 23.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.-

Art. 24.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.-

Art. 25.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c)

Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.-

Art. 26.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo

segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-

Art. 27.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.-

Art. 28.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual.

TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Gerente General a la Ing. Mayra Lucía Naranjo Sotomayor. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

En una empresa, su organización tiene relación con su fisonomía física la que se denomina Organigrama Estructural, es decir, como está organizado jerárquicamente, cuales son los principales estamentos, dependencias y entre ellos que grado de coordinación tienen.

Es necesario determinar un modelo de estructura administrativa que le permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente.

NIVELES JERÁRQUICOS DE LA EMPRESA

La estructura administrativa de la empresa Pizza & GO estará establecida en 3 niveles jerárquicos los cuales permitirán un buen funcionamiento de la empresa.

NIVEL DIRECTIVO

- Junta General de Accionistas.

NIVEL EJECUTIVO

Está conformado quien planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas, financieras y comerciales de la empresa. También es el responsable de todas las actividades que se desarrollan en la misma. Tiene la función de legislar sobre políticas las cuales se debe seguir en la empresa, así también como establecer reglamentos y resoluciones, en el se distingue el siguiente puesto:

- Administrador General.

NIVEL ADMINISTRATIVO

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos. La estructura de la empresa está conformada por diferentes niveles jerárquicos, en el cual se distingue el siguiente puesto:

- Jefe Administrativo – Financiero

NIVEL OPERATIVO

Está conformado por los puestos que desempeñan las personas labores de producción y ventas de la empresa, entre los cuales se distinguen los siguientes puestos:

- Auxiliar de producción.
- Auxiliar de Ventas.

RECURSO HUMANO.-

El recurso humano estará conformado de la siguiente manera:

Personal Ejecutivo:

- Gerente: 1

Personal Administrativo:

- Jefe Administrativo – Financiero: 1

Personal de mano de obra:

- Auxiliar de Producción: 2
- Auxiliar de ventas: 1

ORGANIGRAMAS

El objetivo principal de los organigramas es dar a conocer la distribución funcional para el trabajo.

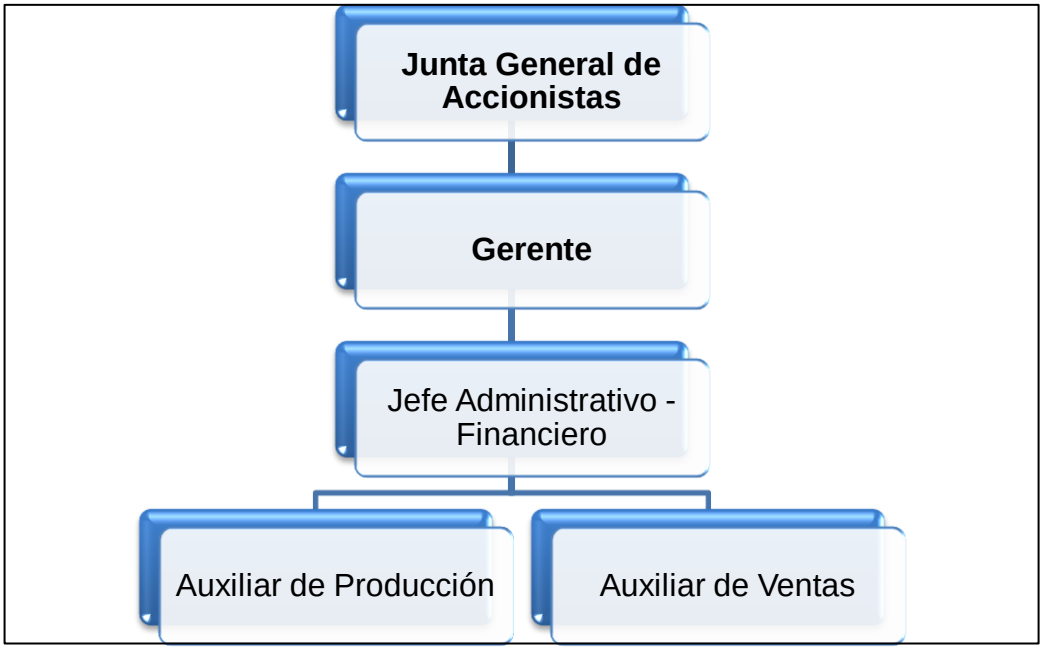
La estructura orgánica es el plano en donde los sistemas funcionales de una organización crecen y se interrelacionan bajo una estructura adecuada de un plan lógico de disciplina para cada uno de sus colaboradores.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa este servirá para reflejar la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento.

GRÁFICA 29

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PIZZA & GO!



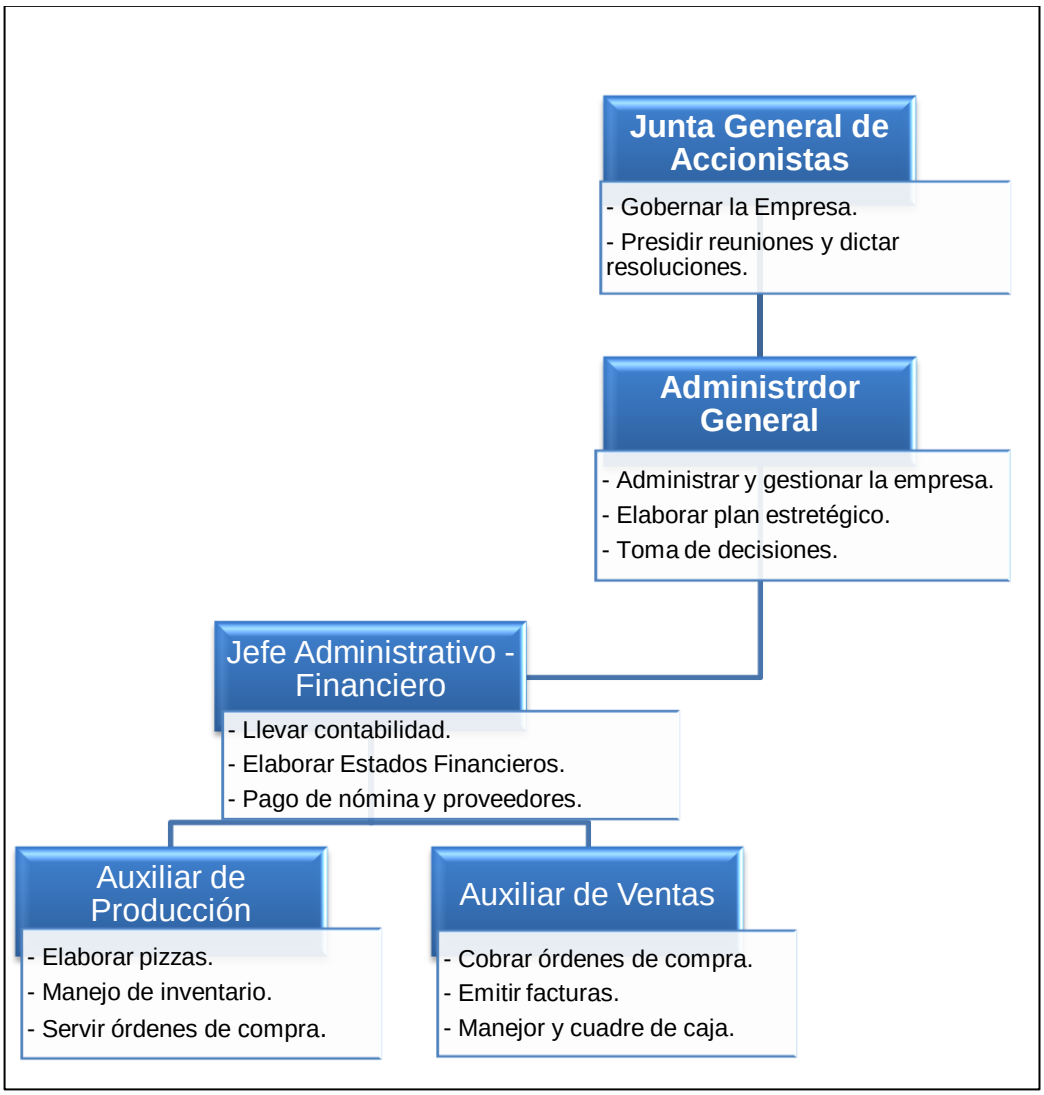
Elaborado por: EL Autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Este tipo de organigrama representa gráficamente las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamentos o unidades administrativas.

GRÁFICA 30

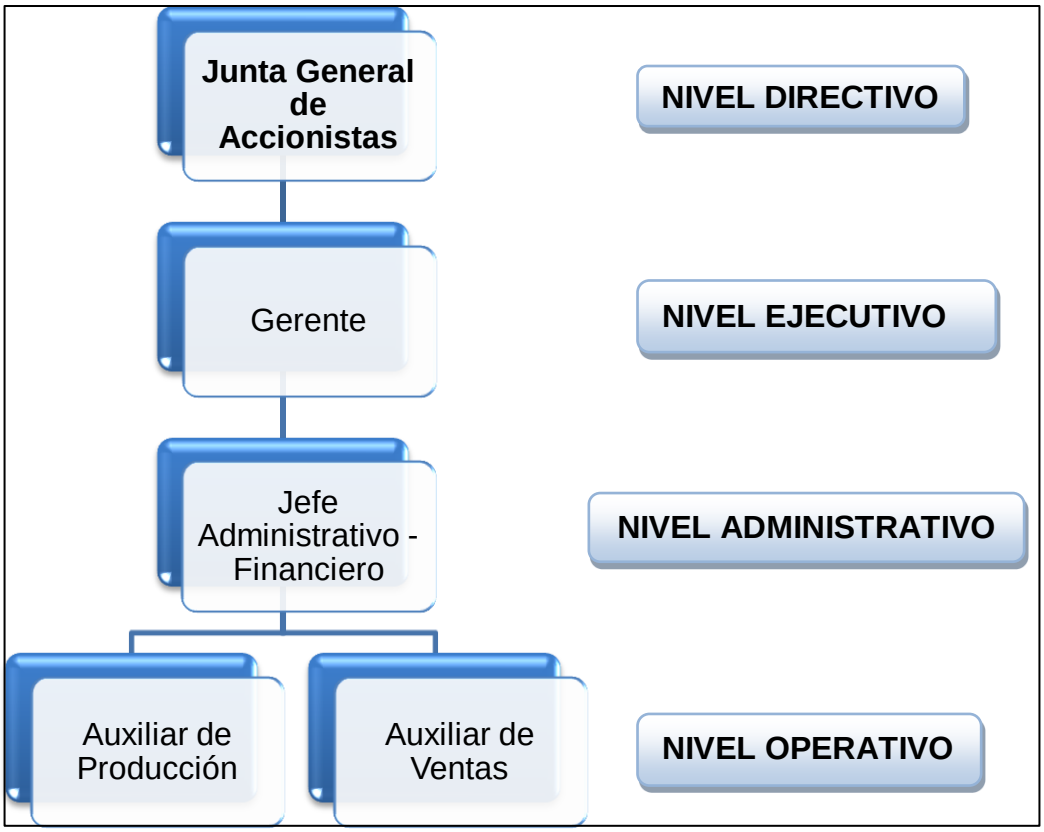
ORGANIGRAMA FUNCIONAL PIZZA & GO!



Elaborado por: EL Autor

GRÁFICA 31

ORGANIGRAMA POSICIONAL PIZZA & GO!



Elaborado por: EL Autor

MANUAL DE FUNCIONES

CÓDIGO : 001

DEPENDENCIA : ADMINISTRACIÓN GENERAL

TITULO DEL PUESTO : ADMINISTRADOR GENERAL

DEPENDE DE : JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

SUPERVISA A : TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Planificar, programar., organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa. Velar por el logro de los objetivos institucionales a través de la integración de todas las áreas de la empresa manteniendo un clima y cultura motivadora que proyecte los más altos niveles de liderazgo, excelencia, eficiencia y competitividad.

FUNCIONES TÍPICAS

- Desempeñarse como representante legal de la empresa.
- Direccionar la compañía.
- Recibir informes de ventas y determinar el cumplimiento de las ventas.
- Tomar decisiones.
- Diseñar. implementar y mantener procedimientos de producción. finanzas y de mercadeo.
- Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos del caso.
- Manejar las actividades productivas. financieras y comerciales de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto requiere de formación en administración de empresas, economía, finanzas o afines a perfiles financieros.
- Debe poseer criterio, un alto grado de iniciativa y capacidad para supervisar. coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, auto dependiente, que sea estructurado y que posea en su personalidad un alto grado de asertividad al momento de la toma de decisiones.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN **:** Ingeniero Comercial

EXPERIENCIA **:** 2 años.

CÓDIGO : 002

DEPENDENCIA : ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

TITULO DEL PUESTO : JEFE ADMINISTRATIVO - FINANCIERO

DEPENDE DE : ADMINISTRADOR GENERAL

SUPERVISA A : AUXILIARES

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Realizar labores de contabilidad así como brindar asistencia directa a la Administración de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Prepara los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable. económico y financiero de la empresa.
- Gestionar la administración de bienes y servicios, controlar su suministro, almacenamiento y uso.
- Coordinar el manejo y actualización del inventario de los materiales, suministros, bienes muebles e inmuebles utilizados por la empresa.
- Responder por el oportuno pago de los aportes y contribuciones establecidas por la ley.
- Requerir o realizar capacitación de personal cuando se lo requiera.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto requiere de formación de Contabilidad y Auditoría. con criterio formado y reserva profesional, alta iniciativa y capacidad para supervisar. coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- Agilidad en la ejecución de los tramites
- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.
- Capacidad de análisis, pensamiento abstracto y condensado.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN **:** Licenciado en Contabilidad

EXPERIENCIA **:** 1 año en funciones afines.

CÓDIGO : 003

DEPENDENCIA : ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

TITULO DEL PUESTO : AUXILIAR DE PRODUCCIÓN

DEPENDE DE : JEFE ADMINISTRATIVO - FINANCIERO

SUPERVISA A : NO SUBALTERNOS

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Ejecución de las labores de producción en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Ejecutar el proceso de producción.
- Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.
- Realizar la limpieza diaria del lugar de trabajo.
- Colaborar en las actividades de venta.
- Almacenar la materia prima.
- Ordenar y mantener en buen estado el área de producción.
- Llevar órdenes de compra.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto no requiere de formación especializada. requiere habilidades y destrezas referentes a actividades de producción. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad al momento de elaborar y terminar el producto.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN : Bachiller

EXPERIENCIA : No es indispensable.

CÓDIGO : 004

DEPENDENCIA : ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

TITULO DEL PUESTO : AUXILIAR DE VENTAS

DEPENDE DE : JEFE ADMINSITRATIVO - FINANCIERO

SUPERVISA A : NO SUBALTERNOS

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Ejecución de las labores de limpieza y seguridad en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Velar por la seguridad e higiene de la empresa.
- Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo.
- Colaborar en las actividades de mensajero y ventas.
- Planificar exhibiciones a los clientes, en función de los productos que no tienen rotación.
- Coordinar promociones con los clientes.
- Dar seguimiento al cumplimiento de pedidos.
- Llevar una bitácora de visitas en donde indique los productos entregados a cada cliente.
- Receptar sugerencias de clientes y notificar al jefe inmediato
- Controlar las ventas.
- Emitir facturas.
- Manejar y cuadrar caja.
- Realizar revisiones de precios en los clientes.
- Analizar y realizar reportes de las ofertas y productos de la competencia.

- Brindar apoyo a los auxiliares de producción.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto requiere formación de bachiller.
- Requiere personalidad y conocimiento para desenvolverse en actividades referente a ventas.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN **:** Bachiller

EXPERIENCIA **:** No es indispensable.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

El estudio financiero del presente proyecto determinará el monto total y su financiamiento de la empresa productora y comercializadora de Pizzas “PIZZA & GO!”. Y esta determinación cuantitativa la obtenemos basados en los estudios anteriores. Además hay que considerar que las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

Activos Fijos

Activos Intangibles o Diferidos y,

Activo Circulante o Capital de Trabajo

a) ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.

La empresa cuenta con los siguientes activos fijos

Maquinaria y Equipo

Según el estudio técnico el presupuesto para maquinaria y equipo asciende a USD.5,185.00.

CUADRO 36

MAQUINARIA Y EQUIPO			
1. Área de Producción			
DESCRIPCIÓN	**VALOR UNITARIO**	**CANTIDAD**	**VALOR TOTAL**
Balanza Industrial	$ 700.00	1	$ 700.00
Congelador vertical industrial	$ 680.00	1	$ 680.00
Horno Industrial para pizza en piedra	$ 2,500.00	1	$ 2,800.00
Cilindro Industrial 15 Kilos	$ 70.00	2	$ 140.00
Cocineta eléctrica dos hornillas	$ 60.00	1	$ 105.00
SUBTOTAL (1/2)			**$ 4,425.00**
2. Área de Ventas			
DESCRIPCIÓN	**VALOR UNITARIO**	**CANTIDAD**	**VALOR TOTAL**
Mostradores de madera	$ 400.00	1	$ 400.00
Vitrina de vidrio	$ 120.00	1	$ 120.00
Caja Registradora	$ 240.00	1	$ 240.00
SUBTOTAL (2/2)			**$ 760.00**
TOTAL			**$ 5,185.00**

FUENTE: Local Pizza & GO!
ELABORACIÓN: El Autor

Equipos de Oficina

A continuación detallamos la adquisición de equipos de oficina, que son necesarios para la ejecución de las actividades en las diferentes áreas de la empresa, lo cual se describe a continuación y cuyo valor asciende a USD. 313.00.

CUADRO 37

1. Área de Oficinas			
DESCRIPCIÓN	**VALOR UNITARIO**	**CANTIDAD**	**VALOR TOTAL**
ÁREA DE OFICINAS			
Teléfono digital con ID CALL	$ 120.00	2	$ 240.00
ÁREA DE VENTAS			
Teléfono digital simple	$ 23.00	1	$ 23.00
ÁREA DE PRODUCCIÓN			
Teléfono digital con altavoz	$ 25.00	2	$ 50.00
TOTAL			**$ 313.00**

FUENTE: Local Pizza & GO!
ELABORACIÓN: El Autor

Equipos de Computación

A continuación detallamos la adquisición de *equipos de computación*, que son indispensables para la ejecución de las actividades en las diferentes áreas de la empresa, lo cual describimos a continuación y el monto asciende a USD. 1,350.00.

CUADRO 38

EQUIPO DE COMPUTACION			
1. Área de Oficinas			
DESCRIPCIÓN	**VALOR UNITARIO**	**CANTIDAD**	**VALOR TOTAL**
ÁREA DE OFICINAS			
Computadoras PC	$ 400.00	3	$ 1,200.00
Impresora	$ 150.00	1	$ 150.00
TOTAL			**$ 1,350.00**

FUENTE: Local Pizza & GO!
ELABORACIÓN: El Autor

Muebles y Enseres

Posteriormente se detalla la adquisición de muebles y enseres que son requeridos para la ejecución de las actividades en las diferentes áreas de la empresa, lo cual describimos a continuación y cuyo valor asciende a USD.948.00.

CUADRO 39

MUEBLES Y ENSERES			
1. Área de Oficinas			
DESCRIPCIÓN	**VALOR UNITARIO**	**CANTIDAD**	**VALOR TOTAL**
Escritorio de madera	$ 200.00	1	$ 200.00
Silla para escritorio	$ 40.00	1	$ 40.00
SUBTOTAL (1/3)			**$ 240.00**
2. Área de Ventas			
DESCRIPCIÓN	**VALOR UNITARIO**	**CANTIDAD**	**VALOR TOTAL**
Mesas	$ 45.00	4	$ 180.00
Sillas	$ 23.00	16	$ 368.00
Sillas altas	$ 25.00	4	$ 100.00
Barra	$ 60.00	1	$ 60.00
SUBTOTAL (2/3)			**$ 708.00**
TOTAL			**$ 948.00**

FUENTE: Local Pizza & GO!
ELABORACIÓN: El Autor

Herramientas de Trabajo y Menaje

Comprende la adquisición de activos que se destinarán para el uso del área de producción, ventas y almacenaje. Este valor asciende a USD. 335,00 tal como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 40

HERRAMIENTAS DE TRABAJO Y MENAJE			
Área de Producción			
DESCRIPCIÓN	**VALOR UNITARIO**	**CANTIDAD**	**VALOR TOTAL**
Rejillas de aluminio 1.0 mm, calibre 18	$ 8.00	12	$ 96.00
Sujetador de pizzera	$ 21.00	2	$ 42.00
Pizzera de aluminio	$ 3.00	20	$ 60.00
Sólido en forma de V	$ 16.00	2	$ 32.00
Cortador de pizza	$ 12.00	2	$ 24.00
Paletas de madera para pizzas	$ 15.00	3	$ 45.00
Separador de masa	$ 18.00	2	$ 36.00
TOTAL			**$ 335.00**

FUENTE: Local Pizza & GO!
ELABORACIÓN: El Autor

Resumen de Inversiones de los Activos Fijos

El valor total estimado de los Activos Fijos, asciende a USD. 8,537.55 tal como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 41

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
ACTIVOS	**MONTO**
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 5,185.00
EQUIPO DE OFICINA	$ 313.00
EQUIPO DE COMPUTACION	$ 1,350.00
MUEBLES Y ENSERES	$ 948.00
HERRAMIENTAS DE TRABAJO	$ 335.00
IMPREVISTOS 5%	$ 406.55
TOTAL	**$ 8,537.55**

FUENTE: Cuadros del 36 al 40
ELABORACIÓN: El Autor

Permisos de Funcionamiento

Para que la empresa productora de pizzas, pueda operar normalmente, requiere de varios permisos de funcionamiento otorgados por los organismos competentes, este rubro asciende a USD. 440.00. A continuación se detallan los mismos:

CUADRO 42

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	
DETALLE	**COSTO TOTAL**
Permiso de Funcionamiento (Bomberos)	$ 40.00
Permiso de Funcionamiento (Dirección de Higiene)	$ 75.00
Patente Municipal	$ 320.00
Permiso de Funcionamiento (Dirección de Higiene-Abasto del Municipio de Quito)	$ 5.00
TOTAL	**$ 440.00**

FUENTE: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
ELABORACIÓN: El Autor

Registro en las Entidades de Control.

Comprende el registro en el SRI, trámite que no tiene costo.

Costos de Elaboración del Proyecto

Este rubro consiste en determinar cuantitativamente el valor de la elaboración del proyecto, cuyo rubro asciende a USD. 1,840.00. Tal como se detalla a continuación:

CUADRO 43

COSTOS DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO	
DETALLE	**COSTO TOTAL**
Recursos Materiales	$ 1,300.00
Recursos Tecnológicos	$ 540.00
TOTAL	**$ 1,840.00**

FUENTE: Presupuesto y financiamiento del Proyecto

ELABORACIÓN: El Autor

Resumen de Inversiones de los Activos Diferidos

El valor total estimado de los Activos Diferidos, asciende a USD. 2,394.00tal como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 44

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
ACTIVOS	**MONTO**
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	$ 440.00
COSTOS DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO	$ 1,840.00
IMPREVISTOS 5%	$ 114.00
TOTAL	**$ 2,394.00**

FUENTE: Cuadros de 41 al 42

ELABORACIÓN: El Autor

INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES

Son aquellos activos que sirven y proporcionan a la empresa todos los recursos necesarios para su normal operación. Para el siguiente proyecto, los valores de los activos circulantes serán determinados de forma mensual, en vista, que se espera obtener ingresos propios durante los primeros meses de operación, generados de la venta del producto en la empresa. A continuación detalló los activos circulantes:

Materia Prima Directa

Este rubro se refiere de manera específica a todos los ingredientes e insumos que intervienen en la elaboración del producto cuya cantidad asciende a USD. 1,516.26. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 45

MATERIA PRIMA DIRECTA				
INSUMO	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO MENSUAL**
Harina	4	qq	$ 40.00	$ 160.00
Levadura	24	paq	$ 2.51	$ 60.24
Pasta de ajo	6	frasco	$ 1.05	$ 6.30
Azúcar	6	lb.	$ 0.90	$ 5.40
Sal	6	lb.	$ 0.40	$ 2.40
Estragón	8	funda	$ 1.80	$ 14.40
Queso mozzarela	40	u	$ 12.50	$ 500.00
Pasta de Tomate	30	funda	$ 10.00	$ 300.00
Piña	40	u	$ 0.33	$ 13.20
Jamón	16	kg.	$ 5.25	$ 84.00
Salami	16	kg.	$ 7.50	$ 120.00
Peperoni	16	kg.	$ 7.50	$ 120.00
Carne	24	kg.	$ 1.10	$ 26.40
Mantequilla	24	paq	$ 0.81	$ 19.44
Champiñones	20	paq	$ 1.20	$ 24.00
Pollo	24	kg.	$ 2.52	$ 60.48
TOTAL				**$ 1,516.26**

FUENTE: Proformas proveedores

ELABORACIÓN: El Autor

Materia Prima Indirecta

Esta cantidad comprende todos los insumos que se utilizarán en el proceso y empaquetado del producto, cuya cantidad asciende a **USD. 145.32**. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 46

MATERIA PRIMA INDIRECTA				
PRODUCTO	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO MENSUAL**
Orégano	4	u	$ 1.00	$ 4.00
Cajas	80	u	$ 0.95	$ 76.00
Slice	2	paq	$ 5.00	$ 10.00
Vasos	200	u	$ 0.01	$ 2.00
Fundas	500	u	$ 0.01	$ 5.00
Colas	8	paq	$ 6.04	$ 48.32
TOTAL				**$ 145.32**

FUENTE: Proformas proveedores
ELABORACIÓN: El Autor

Mano de Obra Directa

Este rubro se origina por concepto de pago de salarios al personal que tiene relación directa con el proceso de producción, este valor es de USD.884.73 por cada mes de labores. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 47

ROL DE PAGOS DE LA MANO DE OBRA DIRECTA													
N°	Cargo	TOTAL DE INGRESOS								TOTAL DE EGRESOS			Total Neto a Recibir por Mes
		Sueldo	Bonos	Remuneración	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS 12.15%	Total de Ingresos	Aporte Personal IESS 9.35%	Descuentos Varios	Total Egresos	
1	Auxiliar de producción 1	$ 354.00	$ 0.00	$ 354.00	$ 29.50	$ 29.50	$ 22.13	$ 52.87	$ 487.99	$ 45.63	$ 0.00	$ 45.63	$ 442.37
2	Auxiliar de producción 2	$ 354.00	$ 0.00	$ 354.00	$ 29.50	$ 29.50	$ 22.13	$ 52.87	$ 487.99	$ 45.63	$ 0.00	$ 45.63	$ 442.37
	TOTAL												**$ 884.73**

FUENTE: MRL

ELABORACIÓN: El Autor

Gastos de Administración

Están relacionados con los valores generados por los salarios del personal administrativo y ventas. A continuación se detalla el rol de pagos:

CUADRO 48

ROL DE PAGOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO													
N°	Cargo	TOTAL DE INGRESOS								TOTAL DE EGRESOS			Total Neto a Recibir por Mes
		Sueldo	Bonos	Remuneración	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS 12.15%	Total de Ingresos	Aporte Personal IESS 9.35%	Descuentos Varios	Total Egresos	
1	Gerente General	$ 1,200.00	$ 0.00	$ 1,200.00	$ 100.00	$ 29.50	$ 75.00	$ 170.65	$ 1,575.15	$ 147.28	$ 0.00	$ 147.28	$ 1,427.87
2	Jefe Administrativo Financiero	$ 850.00	$ 0.00	$ 850.00	$ 70.83	$ 29.50	$ 53.13	$ 121.92	$ 1,125.38	$ 105.22	$ 0.00	$ 105.22	$ 1,020.16
3	Vendedor	$ 354.00	$ 50.00	$ 404.00	$ 33.67	$ 29.50	$ 25.25	$ 59.83	$ 552.25	$ 51.63	$ 0.00	$ 51.63	$ 500.61
	TOTAL												**$ 2,948.64**

FUENTE: MRL

ELABORACIÓN: El Autor

Costos Indirectos

Son aquellos desembolsos que tienen que realizarse y comprende los siguientes aspectos: implementos de limpieza y mantenimiento y pago de servicios básicos y arriendo del local. Este valor asciende a USD. 707.00 por cada mes de operación en la Empresa. Detallamos en el siguiente cuadro.

CUADRO 49

COSTOS INDIRECTOS		
DETALLE	**VALOR TOTAL**	**VALOR ANUAL**
Arriendo Local	$ 600.00	$ 7,200.00
Implementos y Productos de Aseo	$ 50.00	$ 600.00
Energía Eléctrica	$ 45.00	$ 540.00
Agua Potable	$ 12.00	$ 144.00
TOTAL	**$ 707.00**	**$ 8,484.00**

FUENTE: Empresas de la localidad
ELABORACIÓN: El Autor

Gastos de Ventas

Está relacionado directamente con los valores a desembolsar por concepto de publicidad que se dé a la empresa por el lapso de 1 mes, este valor es de USD. 230,00. Así como se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 50

GATOS DE VENTAS					
CONCEPTO	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Hojas volantes	Paquete	1	$ 20.00	$ 20.00	$ 240.00
Banner publicitario	unidades	1	$ 60.00	$ 60.00	$ 60.00
Material publicitario	Dólares	1	$ 150.00	$ 150.00	$ 150.00
TOTAL				**$ 230.00**	**$ 450.00**

FUENTE: Empresas de la localidad

ELABORACIÓN: El Autor

Resumen de Inversiones de los Activos Circulantes

El valor total estimado de los Activos Circulantes, determinados para un mes de operación de la empresa, asciende a USD. 6,984.54. Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 51

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES	
ACTIVOS	**MONTO**
MATERIA PRIMA DIRECTA	$ 1,516.26
MATERIA PRIMA INDIRECTA	$ 145.32
MANO DE OBRA DIRECTA	$ 884.73
GASTOS DE ADMINISTRACION	$ 2,948.64
COSTOS INDIRECTOS	$ 707.00
GASTOS DE VENTAS	$ 450.00
IMPREVISTOS 5%	$ 332.60
TOTAL	**$ 6,984.54**

FUENTE: Cuadros del 45 al 50

ELABORACIÓN: El Autor

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Para la puesta en marcha de la empresa productora de pizzas en el cantón Quito de la Provincia de Pichincha, se requerirá el valor de USD.17,916.09 tal como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO 52

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO			
CUENTAS	**EGRESO PARCIAL**		**EGRESO TOTAL**
ACTIVOS FIJOS			**$ 8,537.55**
Maquinaria y Equipo	$ 5,185.00		
Equipo de Oficina	$ 313.00		
Equipo de Computación	$ 1,350.00		
Muebles y Enseres	$ 948.00		
Menaje	$ 335.00	$ 8,131.00	
Imprevistos 5%		$ 406.55	
ACTIVOS DIFERIDOS			**$ 2,394.00**
Permisos de Funcionamiento	$ 440.00		
Registro en Entidades de Control	$ -		
Costos de Elaboración del Proyecto	$ 1,840.00	$ 2,280.00	
Imprevistos 5%		$ 114.00	
ACTIVOS CIRCULANTES			**$ 6,984.54**
Materia Prima Directa	$ 1,516.26		
Materia Prima Indirecta	$ 145.32		
Mano de Obra Directa	$ 884.73		
Costos de Administración	$ 2,948.64		
Gastos Indirectos	$ 707.00		
Gastos de Ventas	$ 450.00	$ 6,651.95	
Imprevistos 5%		$ 332.60	
INVERSIÓN TOTAL			**$ 17,916.09**

FUENTE: Cuadros 41,44 y 51
ELABORACIÓN: El Autor

FINANCIAMIENTO

Tomando en cuenta el valor económico de la Inversión Inicial del Proyecto (USD.17,916.09), se estima conveniente hacer uso de fuentes de financiamiento internas como es la venta de un vehículo.

DEPRECIACIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

La depreciaciones están consideradas como el desgaste que sufren los activos, durante la etapa de operación del proyecto, buscando determinar el periodo de vida útil de los mismos, y poder prever su remplazo.

Para determinar el valor de la depreciación de los activos fijos, se usará el método de la línea recta, el mismo que se lo explica en la siguiente fórmula:

$$\textbf{Depreciación Anual} = \frac{\textbf{Valor del Activo - Valor Residual}}{\textbf{Años de vida útil del Activo}}$$

Consideramos además los porcentajes de depreciación anual establecidos por el Servicio de Rentas Internas, estos porcentajes son los siguientes:

CUADRO 53

DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS		
ACTIVO	**% DEPRECIACIÓN ANUAL**	**VIDA ÚTIL (Años)**
Maquinaria y Equipo	10%	10
Equipos de Oficina	10%	10
Muebles y Enseres	10%	10
Equipo de Computación	33%	3

FUENTE: Tablita Tributaria 2015 – SRI

ELABORACIÓN: El Autor

CUADRO 54

RESUMEN DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS					
ACTIVO	**% DEPRECIACIÓN**	**VIDA UTIL (Años)**	**VALOR DEL ACTIVO**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**
Maquinaria y Equipo	10%	10	$ 5,185.00	$ 518.50	$ 466.65
Equipo de Oficina	10%	10	$ 313.00	$ 31.30	$ 28.17
Equipo de Computación	33%	3	$ 1,350.00	$ 445.50	$ 301.50
Muebles y Enseres	10%	10	$ 948.00	$ 94.80	$ 85.32
TOTAL			**$ 7,796.00**	**$ 1,090.10**	**$ 881.64**

FUENTE: Tablita Tributaria 2015 - SRI
ELABORACIÓN: El Autor

En el cuadro resumen detallamos las depreciaciones de los activos fijos, llegando a determinar que este rubro asciende anualmente a USD.811.64**.**

AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

Esta amortización es necesario realizarla a la medida en que se va requiriendo su renovación del activo, generalmente la calculamos para la vida útil del proyecto (10 años), cuyo valor es de USD. 313,00. Se detalla a continuación:

CUADRO 55

AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS			
DENOMINACIÓN	**VIDA UTIL (Años)**	**VALOR DEL ACTIVO**	**VALOR DEL ACTIVO**
Activo Diferido	10	$ 313.00	$ 313.00

FUENTE: Cuadro 51

ELABORACIÓN: El Autor

ANÁLISIS DE COSTOS

Para el presente proyecto el análisis de costos, nos permitirá identificar con mayor exactitud el costo real del producto durante un periodo contable, cuyos resultados servirán para poder fijar una política de precios del producto en el mercado. Este análisis se basará en los costos de producción y costos de operación. A continuación detallamos a cada uno de ellos.

Costos de Producción

Son los valores económicos que realiza la empresa productora y comercializadora de pizzas. Entre ellos tenemos el costo primo y los costos indirectos de fabricación.

Costo Primo

Representa los valores económicos generados por la adquisición de aquellos elementos que intervienen directamente en la elaboración del producto en la empresa durante un periodo contable, entre estos elementos, se encuentran la materia prima directa e insumos, y la mano de obra directa. Este valor asciende anualmente a USD. 30,555.73 Tal como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO 56

COSTO PRIMO		
DETALLE	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Materias Primas Directas	$ 1,516.26	$ 18,195.12
Materia Prima Indirecta	$ 145.32	$ 1,743.84
Mano de Obra Directa	$ 884.73	$ 10,616.77
TOTAL	**$ 2,546.31**	**$ 30,555.73**

FUENTE: Cuadro 52

ELABORACIÓN: El Autor

Costos Indirectos de Fabricación

Representa los valores económicos generados por la adquisición de aquellos elementos que intervienen indirectamente en la producción calculado para un periodo contable, entre estos elementos, se tiene los materiales indirectos (costos indirectos), y, las depreciaciones de los activos fijos(a excepción de la depreciación del equipo de computación). Este valor asciende anualmente a USD. ***5546,90*** Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 57

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
DETALLE	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Costos Indirectos	$ 707.00	$ 8,484.00
Depreciaciones Activos Fijos	$ 73.47	$ 881.64
TOTAL	**$ 780.47**	**$ 9,365.64**

FUENTE: Cuadro 52

ELABORACIÓN: El Autor

Costos de Operación

Los costos de Operación son aquellos gastos que están destinados al funcionamiento de la empresa y no son considerados como una inversión, sino más bien estos permitirán la continuidad de las actividades de la empresa, entre ellos tenemos los siguientes:

Gastos de Administración

Son aquellos gastos en los incurre la empresa por concepto de sueldos y salarios del personal administrativo, suministros de oficina, depreciaciones del equipo de computación, etc., por el lapso de un periodo contable. Este valor es de USD. 2,995.76 mensual y anual es de USD. 35,949.52. Tal como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO 58

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
DETALLE	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Sueldos y Salarios	$ 2,948.64	$ 35,383.64
Suministros de Oficina	$ 22.00	$ 264.00
Depreciación de Equipos de Computación	$ 25.13	$ 301.50
TOTAL	**$ 2,995.76**	**$ 35,949.14**

FUENTE: Cuadro 52
ELABORACIÓN: El Autor

Gastos de Ventas

Son aquellos gastos relacionados con la publicidad de la empresa y de esta manera se pueda asegurar su posicionamiento en el mercado local y

regional. Este rubro anualmente es de USD.2,760.00. Se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 59

GASTOS DE VENTAS		
DETALLE	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Publicidad	$ 230.00	$ 2,760.00
TOTAL	**$ 230.00**	**$ 2,760.00**

FUENTE: Empresas de la localidad

ELABORACIÓN: El Autor

Estructura y Clasificación de Costos

La estructura y clasificación de los costos en el mencionado proyecto nos permite conocer los valores económicos que se desembolsaran durante un periodo contable, con el fin de poder distribuir eficientemente sus recursos. Los costos se clasifican en:

Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos valores que debe cubrir la empresa, por estar en funcionamiento, pero, sin tomar en cuenta los ingresos generados por la producción y venta del producto.

Costos Variables

Los costos variables son aquellos valores que debe incurrir la empresa, en relación a su capacidad de producción y está relacionado con los ingresos generados por las ventas del producto. Tal como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO 60

ESTRUCTURA Y CLASIFICACIÓN DE COSTOS			
DESCRIPCIÓN	**COSTO FIJO**	**COSTO VARIABLE**	**COSTO TOTAL**
COSTO DEL PRODUCTO			
COSTO PRIMO			
Materias Prima Directas		$ 18,195.12	$ 18,195.12
Materia Prima Indirecta		$ 1,743.84	$ 1,743.84
Mano de Obra Directa		$ 10,616.77	$ 10,616.77
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN			
Costos Indirectos (Luz, Agua, Teléf., etc.)	$ 8,484.00		$ 8,484.00
Depreciación de Maquinaria y Equipo	$ 466.65		$ 466.65
Depreciación de Equipos de Oficina	$ 28.17		$ 28.17
Depreciación de Muebles y Enseres	$ 85.32		$ 85.32
Amortización de Activos Diferidos	$ 313.00		$ 313.00
Imprevistos 5%	$ 468.86		$ 468.86
SUBTOTAL	**$ 9,846.00**	**$ 30,555.73**	**$ 40,401.73**
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos y Salarios	$ 35,383.64		$ 35,383.64
Suministros de Oficina	$ 264.00		$ 264.00
Depreciación de Equipos de Computación	$ 301.50		$ 301.50
GASTOS DE VENTAS			
Publicidad	$ 2,760.00		$ 2,760.00
Imprevistos 5%	$ 138.00		$ 138.00
GASTOS FINANCIEROS			
Intereses del Préstamo	$ 0.00		$ 0.00
SUBTOTAL	**$ 38,847.14**		**$ 38,847.14**
TOTAL	**$ 48,693.14**	**$ 30,555.73**	**$ 79,248.86**

FUENTE: Cuadros del 53 al 59
ELABORACIÓN: El Autor

El costo total asciende a USD. 79,248.86 para el primer año de operaciones del proyecto.

Presupuesto de Costos Proyectado

Es indispensable proyectar los costos obtenidos en el primer año de operatividad de la empresa (USD. 79,248.86) al tiempo de vida útil del proyecto (10 años), y de esta manera poder conocer los flujos que se generarán por concepto de egresos.

Para poder realizar esta proyección de los costos a futuro, se tomará en cuenta los datos estimados por El Banco Central del Ecuador, con respecto al crecimiento económico e inflación estimados para el año 2015.

- Año 2015, Crecimiento Económico anual estimado 3,80%
- Año 2015, Inflación anual estimada del 3,90%

En virtud de los datos obtenidos, se afectará a los costos de Mano de Obra Directa y Sueldos del personal administrativo el 3,80% de crecimiento, mientras que al resto de costos se le incrementará el 3,90%.

A continuación se detalla en el siguiente cuadro los valores obtenidos de la proyección para los 10 años de vida útil del proyecto:

CUADRO 61

PRESUPUESTO DE COSTOS PROYECTADO A 10 AÑOS										
DESCRIPCIÓN	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**
COSTO DEL PRODUCTO										
COSTO PRIMO										
Materias Primas Directas e Insumos	$ 18,195.12	$ 18,904.73	$ 19,642.01	$ 20,408.05	$ 21,203.97	$ 22,030.92	$ 22,890.13	$ 23,782.84	$ 24,710.37	$ 25,674.08
Mano de Obra Directa	$ 10,616.77	$ 11,020.21	$ 11,438.97	$ 11,873.65	$ 12,324.85	$ 12,793.20	$ 13,279.34	$ 13,783.95	$ 14,307.75	$ 14,851.44
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN										
Materiales Indirectos	$ 1,743.84	$ 1,811.85	$ 1,882.51	$ 1,955.93	$ 2,032.21	$ 2,111.47	$ 2,193.81	$ 2,279.37	$ 2,368.27	$ 2,460.63
Costos Indirectos (Luz, Agua, Teléf., etc.)	$ 8,484.00	$ 8,814.88	$ 9,158.66	$ 9,515.84	$ 9,886.96	$ 10,272.55	$ 10,673.18	$ 11,089.44	$ 11,521.92	$ 11,971.28
Depreciación de Maquinaria y Equipo	$ 466.65	$ 484.85	$ 503.76	$ 523.41	$ 543.82	$ 565.03	$ 587.06	$ 609.96	$ 633.75	$ 658.46
Depreciación de Equipos de Oficina	$ 28.17	$ 29.27	$ 30.41	$ 31.60	$ 32.83	$ 34.11	$ 35.44	$ 36.82	$ 38.26	$ 39.75
Depreciación de Muebles y Enseres	$ 85.32	$ 88.65	$ 92.10	$ 95.70	$ 99.43	$ 103.31	$ 107.34	$ 111.52	$ 115.87	$ 120.39
Depreciación de Herramientas y Menaje	$ 30.15	$ 31.33	$ 32.55	$ 33.82	$ 35.14	$ 36.51	$ 37.93	$ 39.41	$ 40.95	$ 42.54
Amortización de Activos Diferidos	$ 313.00	$ 325.21	$ 337.89	$ 351.07	$ 364.76	$ 378.99	$ 393.77	$ 409.12	$ 425.08	$ 441.66
Imprevistos 5%	$ 470.36	$ 488.71	$ 507.77	$ 527.57	$ 548.15	$ 569.52	$ 591.74	$ 614.81	$ 638.79	$ 663.70
SUBTOTAL	**$ 40,433.38**	**$ 41,999.67**	**$ 43,626.64**	**$ 45,316.64**	**$ 47,072.11**	**$ 48,895.60**	**$ 50,789.73**	**$ 52,757.25**	**$ 54,801.00**	**$ 56,923.93**

COSTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y Salarios	$ 35,383.64	$ 36,728.22	$ 38,123.89	$ 39,572.60	$ 41,076.36	$ 42,637.26	$ 44,257.47	$ 45,939.26	$ 47,684.95	$ 49,496.98
Suministros de Oficina	$ 264.00	$ 274.30	$ 284.99	$ 296.11	$ 307.66	$ 319.66	$ 332.12	$ 345.07	$ 358.53	$ 372.52
Depreciación de Eq. Computación	$ 301.50	$ 313.26	$ 325.48	$ 338.17	$ 351.36	$ 365.06	$ 379.30	$ 394.09	$ 409.46	$ 425.43
GASTOS DE VENTAS										
Publicidad	$ 2,760.00	$ 2,867.64	$ 2,979.48	$ 3,095.68	$ 3,216.41	$ 3,341.85	$ 3,472.18	$ 3,607.60	$ 3,748.29	$ 3,894.48
Imprevistos 5%	$ 138.00	$ 143.38	$ 148.97	$ 154.78	$ 160.82	$ 167.09	$ 173.61	$ 180.38	$ 187.41	$ 194.72
GASTOS FINANCIEROS										
Intereses del Préstamo	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
SUBTOTAL	**$ 38,847.14**	**$ 40,326.79**	**$ 41,862.81**	**$ 43,457.34**	**$ 45,112.60**	**$ 46,830.91**	**$ 48,614.68**	**$ 50,466.40**	**$ 52,388.65**	**$ 54,384.12**
COSTO TOTAL	**$ 79,280.52**	**$ 82,326.46**	**$ 85,489.45**	**$ 88,773.97**	**$ 92,184.71**	**$ 95,726.51**	**$ 99,404.42**	**$ 103,223.65**	**$ 107,189.65**	**$ 111,308.05**

FUENTE: Cuadro 59, BCE

ELABORACIÓN: El Autor

INGRESOS TOTALES

Los ingresos constituyen el producto de la venta de la producción que genera el proyecto. Los ingresos establecidos para la vida útil de la empresa, se detallan en la tabla de ingresos, determinándose el precio unitario de venta, considerándose un margen de utilidad bruta por unidad del 60% con un incremento gradual en cada año por utilidad en función a los costos de producción. Dicho margen de utilidad se ha determinado considerando que al incrementar al costo unitario, que el precio final sea aceptable dentro del mercado.

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN

El costo unitario de producción se obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas en forma anual.

C.U. = COSTO TOTAL / NÚMERO UNIDADES PRODUCIDAS

C.U. = $ 79,248.86 / 15,786 unidades

C.U.= $ 5,03

CUADRO 62

INGRESOS TOTALES						
Año	**Costos Anuales**	**Capacidad Utilizada**	**Costo Unitario**	**Utilidad 60%**	**Precio de Venta**	**Ingresos Totales**
1	$ 79,248.86	15,768	$ 5.03	$ 7.54	$ 12.56	$ 198,122.16
2	$ 82,293.57	17,520	$ 4.70	$ 7.05	$ 11.74	$ 205,733.92
3	$ 85,455.27	19,272	$ 4.43	$ 6.65	$ 11.09	$ 213,638.18
4	$ 88,738.46	21,024	$ 4.22	$ 6.33	$ 10.55	$ 221,846.16
5	$ 92,147.82	22,776	$ 4.05	$ 6.07	$ 10.11	$ 230,369.54
6	$ 64,848.86	24,528	$ 2.64	$ 3.97	$ 6.61	$ 162,122.14
7	$ 99,364.59	26,280	$ 3.78	$ 5.67	$ 9.45	$ 248,411.47
8	$ 103,182.27	28,032	$ 3.68	$ 5.52	$ 9.20	$ 257,955.68
9	$ 107,146.66	29,784	$ 3.60	$ 5.40	$ 8.99	$ 267,866.64
10	$ 111,263.38	31,536	$ 3.53	$ 5.29	$ 8.82	$ 278,158.46

FUENTE: Cuadro 61, 35

ELABORACIÓN: El Autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Permite comparar los ingresos con los egresos generados en un período de 10 años, mostrando de esta manera las utilidades o pérdidas sufridas en este proyecto.

CUADRO 63

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS										
PERIODOS	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**
Ingresos por ventas	$ 198,122.16	$ 205,733.92	$ 213,638.18	$ 221,846.16	$ 230,369.54	$ 162,122.14	$ 248,411.47	$ 257,955.68	$ 267,866.64	$ 278,158.46
(-) Costo Total	$ 79,248.86	$ 82,293.57	$ 85,455.27	$ 88,738.46	$ 92,147.82	$ 95,688.18	$ 99,364.59	$ 103,182.27	$ 107,146.66	$ 111,263.38
(=) Utilidad Bruta Ventas	$ 118,873.30	$ 123,440.35	$ 128,182.91	$ 133,107.69	$ 138,221.72	$ 66,433.96	$ 149,046.88	$ 154,773.41	$ 160,719.98	$ 166,895.07
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	$ 17,830.99	$ 18,516.05	$ 19,227.44	$ 19,966.15	$ 20,733.26	$ 9,965.09	$ 22,357.03	$ 23,216.01	$ 24,108.00	$ 25,034.26
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	$ 101,042.30	$ 104,924.30	$ 108,955.47	$ 113,141.54	$ 117,488.47	$ 56,468.87	$ 126,689.85	$ 131,557.40	$ 136,611.99	$ 141,860.81
(-) 25% Impuesto a la renta	$ 25,260.58	$ 26,231.08	$ 27,238.87	$ 28,285.39	$ 29,372.12	$ 14,117.22	$ 31,672.46	$ 32,889.35	$ 34,153.00	$ 35,465.20
(=) Utilidad Liquida ejercicio	$ 75,781.73	$ 78,693.23	$ 81,716.60	$ 84,856.16	$ 88,116.35	$ 42,351.65	$ 95,017.39	$ 98,668.05	$ 102,458.99	$ 106,395.61
(-) 10% reserva Legal	$ 7,578.17	$ 7,869.32	$ 8,171.66	$ 8,485.62	$ 8,811.63	$ 4,235.17	$ 9,501.74	$ 9,866.80	$ 10,245.90	$ 10,639.56
(=) Utilidad Neta	$ 68,203.55	$ 70,823.90	$ 73,544.94	$ 76,370.54	$ 79,304.71	$ 38,116.49	$ 85,515.65	$ 88,801.24	$ 92,213.09	$ 95,756.05

FUENTE: Cuadro 61, SRI
ELABORACIÓN: El Autor

FLUJO DE CAJA

CUADRO 64

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 10 AÑOS											
DESCRIPCIÓN	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**	**Año 7**	**Año 8**	**Año 9**	**Año 10**
INGRESOS											
Ventas		$ 198,122.16	$ 205,733.92	$ 213,638.18	$ 221,846.16	$ 230,369.54	$ 162,122.14	$ 248,411.47	$ 257,955.68	$ 267,866.64	$ 278,158.46
Crédito	$ 0.00										
Capital Propio	$ 17,916.09										
Valor Residual				$ 445.50			$ 644.49			$ 743.99	$ 644.60
TOTAL INGRESOS	**$ 17,916.09**	**$ 198,122.16**	**$ 205,733.92**	**$ 214,083.68**	**$ 221,846.16**	**$ 230,369.54**	**$ 162,766.63**	**$ 248,411.47**	**$ 257,955.68**	**$ 268,610.63**	**$ 278,803.06**
EGRESOS											
Activo Fijo	$ 8,537.55										
Activo Diferido	$ 2,394.00										
Activo Circulante	$ 6,984.54										
Reinversión					$ 445.50			$ 644.49			$ 743.99
Presupuesto de Operación		**$ 77,585.37**	**$ 80,565.20**	**$ 83,659.49**	**$ 86,872.65**	**$ 90,209.23**	**$ 93,673.99**	**$ 97,271.85**	**$ 101,007.91**	**$ 104,887.50**	**$ 108,916.12**
(-) Depreciación y Amortización		$ 1,663.50	$ 1,728.37	$ 1,795.78	$ 1,865.82	$ 1,938.58	$ 2,014.19	$ 2,092.74	$ 2,174.36	$ 2,259.16	$ 2,347.26
(+) 25% de Impuesto a la Renta		$ 22,229.31	$ 23,083.35	$ 23,970.20	$ 24,891.14	$ 25,847.46	$ 12,423.15	$ 27,871.77	$ 28,942.63	$ 30,054.64	$ 31,209.38
(+) 15% Distribución de Utilidad		$ 17,830.99	$ 18,516.05	$ 19,227.44	$ 19,966.15	$ 20,733.26	$ 9,965.09	$ 22,357.03	$ 23,216.01	$ 24,108.00	$ 25,034.26
(+) 10% Reserva Legal		$ 7,881.30	$ 8,184.10	$ 8,498.53	$ 8,825.04	$ 9,164.10	$ 4,404.57	$ 9,881.81	$ 10,261.48	$ 10,655.73	$ 11,065.14
(+) Amortización del Crédito		$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00	$ 0.00
TOTAL DE EGRESOS	**$ 17,916.09**	**$ 127,190.46**	**$ 132,077.06**	**$ 137,151.44**	**$ 142,866.30**	**$ 147,892.64**	**$ 122,481.00**	**$ 160,119.69**	**$ 165,602.39**	**$ 171,965.03**	**$ 179,316.15**
FLUJO DE CAJA	**$ 0.00**	**$ 70,931.70**	**$ 73,656.86**	**$ 76,932.24**	**$ 78,979.86**	**$ 82,476.90**	**$ 40,285.63**	**$ 88,291.79**	**$ 92,353.29**	**$ 96,645.60**	**$ 99,486.91**

FUENTE: Cuadro 62
ELABORACIÓN: El Autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta de análisis financiero, que permite determinar el punto o momento exacto en que la empresa ha logrado cubrir sus costos operativos con los ingresos generados, es decir, no existe ni ganancias ni pérdidas. Además es importante mencionar que el PE será calculado de forma matemática y en forma gráfica, para ello se usarán los siguientes métodos:

En Función de las Ventas

Guarda relación con el volumen total de la venta del producto y de los ingresos económicos que estos generen.

En Función de la Capacidad Instalada

Es el porcentaje de la capacidad que debe generar la empresa para poder cubrir los diversos productos que este ofrece.

A continuación se realizará la proyección del Punto de Equilibrio, para los años: 1, 5 Y 10; estos datos servirán a posterior para determinar el punto exacto en el cual la empresa no ha generado ganancias, ni ha incurrido en pérdidas (Punto Muerto):

CUADRO 64

PUNTO DE EQULIBRIO PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	**Año 1**		**Año 5**		**Año 10**	
COSTO DEL PRODUCTO	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**
COSTO PRIMO						
Materias Primas Directas e Insumos		$ 18,195.12		$ 21,203.97		$ 25,674.08
Mano de Obra Directa		$ 10,616.77		$ 12,324.85		$ 14,851.44
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN						
Materiales Indirectos	$ 1,743.84		$ 2,032.21		$ 2,460.63	
Costos Indirectos (Luz, Agua, Teléf., etc.)	$ 8,484.00		$ 9,886.96		$ 11,971.28	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	$ 466.65		$ 543.82		$ 658.46	
Depreciación de Equipos de Oficina	$ 28.17		$ 32.83		$ 39.75	
Depreciación de Muebles y Enseres	$ 85.32		$ 99.43		$ 120.39	
Amortización de Activos Diferidos	$ 313.00		$ 364.76		$ 441.66	
Imprevistos 5%	$ 468.86		$ 546.39		$ 661.58	
SUBTOTAL	**$ 11,589.84**	**$ 28,811.89**	**$ 13,506.40**	**$ 33,528.82**	**$ 16,353.75**	**$ 40,525.52**
COSTOS DE OPERACIÓN						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y Salarios	$ 35,383.64		$ 41,076.36		$ 49,496.98	
Suministros de Oficina	$ 264.00		$ 307.66		$ 372.52	
Depreciación de Eq. Computación	$ 301.50		$ 351.36		$ 425.43	
GASTOS DE VENTAS						
Publicidad	$ 2,760.00		$ 3,216.41		$ 3,894.48	
Imprevistos 5%	$ 138.00		$ 160.82		$ 194.72	
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses del Préstamo	$ 0.00		$ 0.00		$ 0.00	
SUBTOTAL	**$ 38,847.14**		**$ 45,112.60**		**$ 54,384.12**	
TOTAL COSTO PROYECTADO	**$ 50,436.98**	**$ 28,811.89**	**$ 58,619.00**	**$ 33,528.82**	**$ 70,737.87**	**$ 40,525.52**
COSTO TOTAL	**$ 79,248.86**		**$ 92,147.82**		**$ 111,263.38**	

FUENTE: Cuadro 63
ELABORACIÓN: El Autor

Punto de Equilibrio - Año N° 1

- En Función de las Ventas

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \dfrac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$50{,}436.98}{1 - \dfrac{\$28{,}811.89}{\$198{,}122.16}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$50{,}436.98}{1 - 0.15}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$50{,}436.98}{0.85}$$

PE = 59,019.94

- **En Función de la Capacidad Instalada**

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales - Costo Variable Total}} \ \mathbf{x\ 100}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$50{,}436.98}{\$198{,}122.16 - \$28{,}811.89} \times 100$$

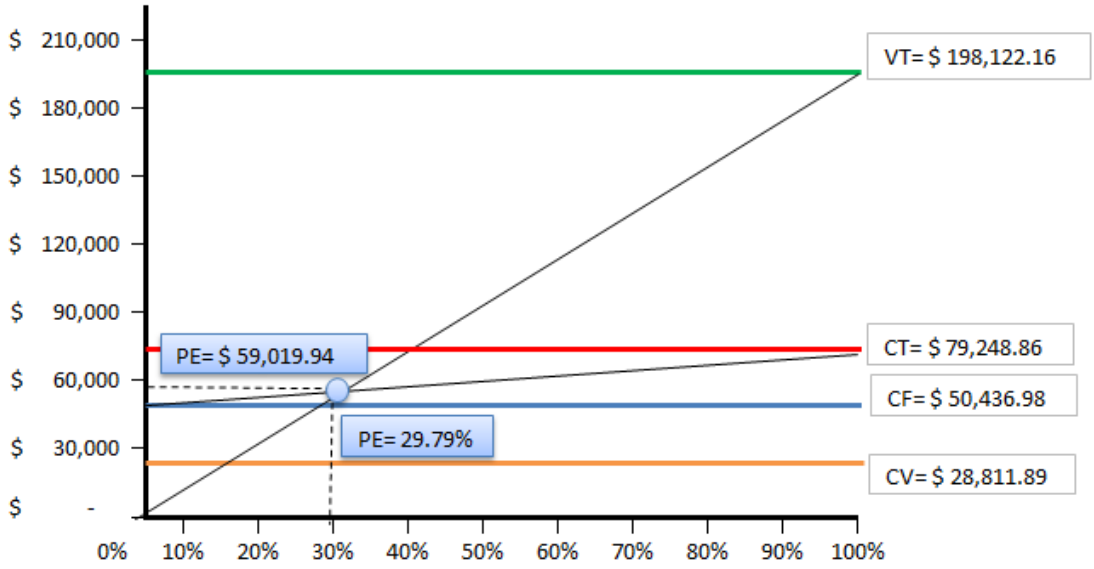
$$\mathbf{PE} = \frac{\$50{,}436.98}{\$169{,}310.27} \times 100$$

PE = 0,30 x 100

PE = 29,79 %

GRÁFICA 32

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO N° 1



ANÁLISIS: El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa Pizza & GO! trabaja a una capacidad instalada del 29.79% con unas ventas de $ 59,019.94. En este punto la empresa no gana ni pierde.

Punto de Equilibrio - Año N° 5

- En Función de las Ventas

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \dfrac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$\ 58{,}619.00}{1 - \dfrac{\$\ 33{,}528.82}{\$\ 230{,}369.54}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$58{,}619.00}{1 - \quad 0.15}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$58{,}619.00}{0.85}$$

PE = $68,603.85

- **En Función de la Capacidad Instalada**

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales - Costo Variable Total}} \ \mathbf{x\ 100}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$58{,}619.00}{\$230{,}369.54 \ - \ \$33{,}528.82} \ x \ 100$$

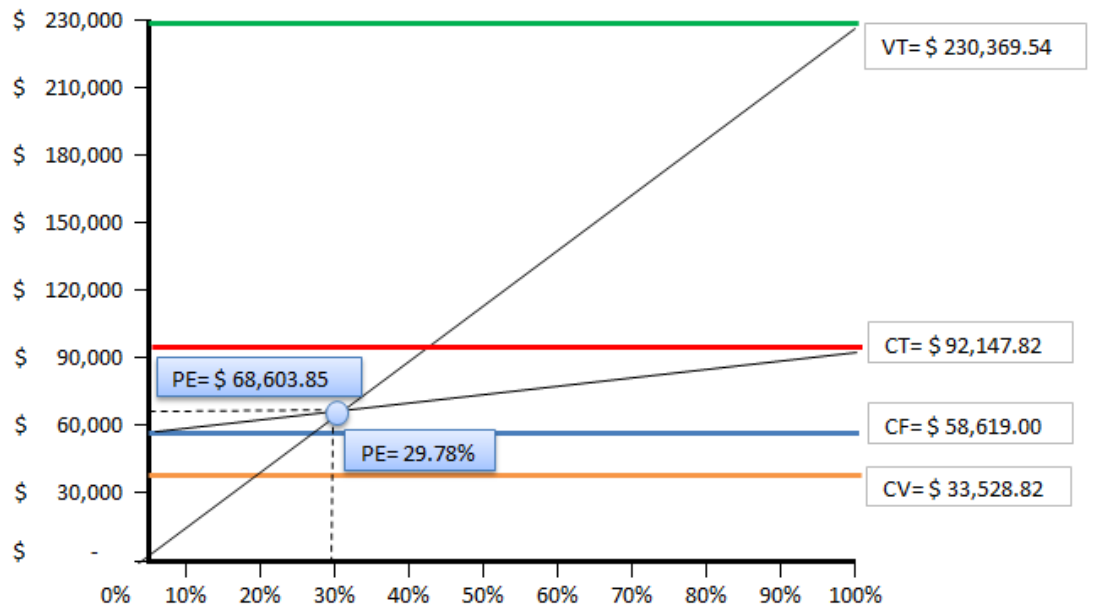
$$\mathbf{PE} = \frac{\$58{,}619.00}{\$113{,}966.71} \ x \ 100$$

PE = 0.30 x 100

PE = 29,78 %

GRÁFICA 33

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO N° 5



ANÁLISIS: El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa Pizza & GO! trabaja a una capacidad instalada del 29.78% con unas ventas de $ 68,603.85. En este punto la empresa no gana ni pierde.

Punto de Equilibrio - Año N° 10

- En Función de las Ventas

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \dfrac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$\ 70{,}737.87}{1 - \dfrac{\$\ 40{,}525.52}{\$278{,}158.46}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$70{,}737.87}{1 - \quad 0.15}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$70{,}737.87}{0.85}$$

PE = $82,801.38

- **En Función de la Capacidad Instalada**

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales - Costo Variable Total}} \ \mathbf{x\ 100}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{\$70{,}737.87}{\$278{,}158.46 \ - \ \$40{,}525.52} \ x \ 100$$

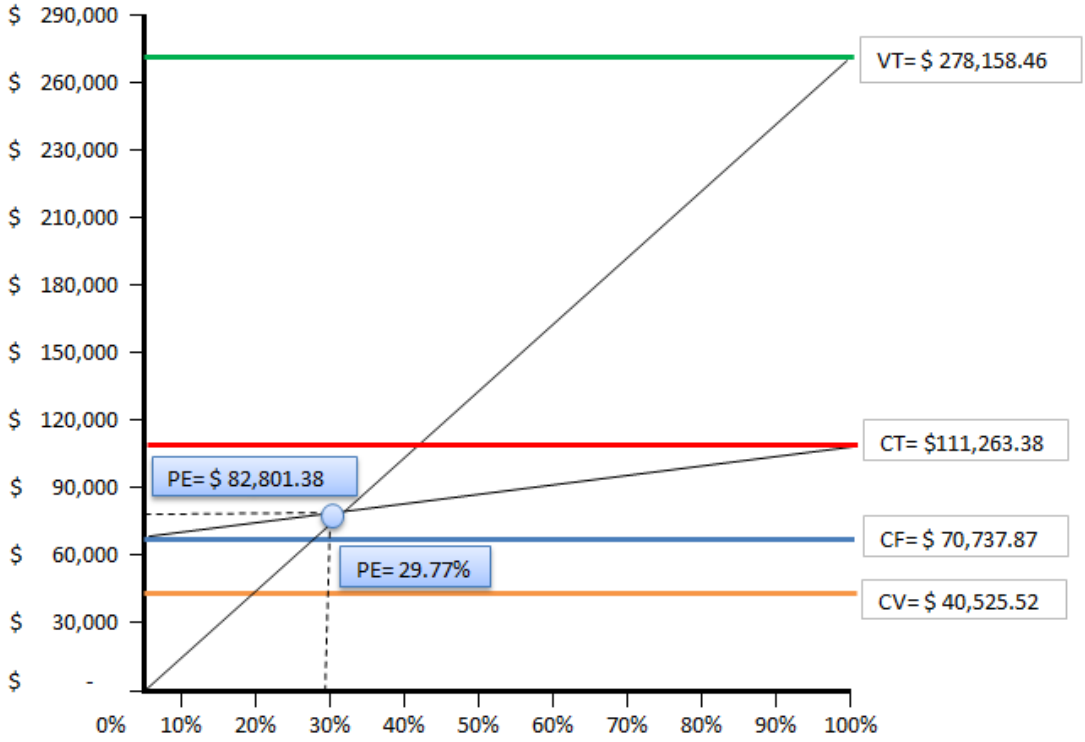
$$\mathbf{PE} = \frac{\$70{,}737.87}{\$237{,}632.94} \ x \ 100$$

PE = 0.30 x 100

PE = 29,77 %

GRÁFICA 34

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO N° 10



ANÁLISIS: El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa Pizza & GO! trabaja a una capacidad instalada del 29.77% con unas ventas de $ 82,801.38. En este punto la empresa no gana ni pierde.

DESARROLLO DE EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

VALOR ACTUAL NETO.

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. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

CUADRO 65

VALOR ACTUAL NETO			
PERIODO	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACTUALIZACIÓN 12%**	**VALOR ACTUALIZADO**
0	$ (17,916.09)		
1	$ 70,931.70	0.89286	$ 63,331.87
2	$ 73,656.86	0.79719	$ 58,718.80
3	$ 76,932.24	0.71178	$ 54,758.85
4	$ 78,979.86	0.63552	$ 50,193.13
5	$ 82,476.90	0.56743	$ 46,799.61
6	$ 40,285.63	0.50663	$ 20,409.96
7	$ 88,291.79	0.45235	$ 39,938.72
8	$ 92,353.29	0.40388	$ 37,299.95
9	$ 96,645.60	0.36061	$ 34,851.37
10	$ 99,486.91	0.32197	$ 32,032.12
		Sumatoria	**$ 438,334.37**
		Inversión Inicial	**$ (17,916.09)**
		VAN =	**$ 420,418.28**

FUENTE: Cuadro 63

ELABORACIÓN: El Autor

De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es positivo, por lo tanto se realiza la inversión.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La Relación Beneficio Costo permite medir la utilidad que se obtiene por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, se debe tomar en cuenta los siguientes escenarios en los que se puede incurrir:

a. Si es mayor a uno se acepta el proyecto.

b. Si es menor a uno no se acepta el proyecto.

c. Si es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

CUADRO 66

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B ó C)						
ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	COSTO	FACT. ACT.	COSTO	INGRESO	FACT. ACT.	INGRESO
	ORIGINAL	12.00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	11.00%	ACTUALIZADO
0						
1	$ 129,918.61	0.89286	$ 115,998.76	$ 198,122.16	0.90090	$ 178,488.43
2	$ 134,910.02	0.79719	$ 107,549.44	$ 205,733.92	0.81162	$ 166,978.27
3	$ 140,093.23	0.71178	$ 99,715.60	$ 213,638.18	0.73119	$ 156,210.39
4	$ 145,475.62	0.63552	$ 92,452.38	$ 221,846.16	0.65873	$ 146,136.94
5	$ 151,064.83	0.56743	$ 85,718.24	$ 230,369.54	0.59345	$ 136,713.11
6	$ 124,005.66	0.50663	$ 62,825.12	$ 162,122.14	0.53464	$ 86,677.12
7	$ 162,895.82	0.45235	$ 73,685.80	$ 248,411.47	0.48166	$ 119,649.47
8	$ 169,154.44	0.40388	$ 68,318.64	$ 257,955.68	0.43393	$ 111,933.80
9	$ 175,653.55	0.36061	$ 63,342.43	$ 267,866.64	0.39092	$ 104,715.71
10	$ 182,402.41	0.32197	$ 58,728.69	$ 278,158.46	0.35218	$ 97,963.09
		Costo =	**$ 828,335.11**		**Ingreso =**	**$ 1,305,466.33**

FUENTE: Cuadro 63

ELABORACIÓN: El Autor

Por lo que se tiene:

$$\textbf{RBC=}\ \frac{\sum \text{Ingresos Actualizado}}{\sum \text{Costos Actualizado}} = \frac{\textbf{\$ 828,335.11}}{\textbf{\$1,305,466.33}} = 1{,}58$$

Del resultado obtenido se deduce que la relación Beneficio-Costo para el proyecto es mayor que 1, por lo tanto es financieramente aceptable la

ejecución del proyecto, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá USD. 0,58 de utilidad.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

En el periodo de recuperación del capital, vamos a conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja, y el monto de la inversión.

CUADRO 67

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL			
PERIODO	**INVERSIÓN**	**FLUJO NETO DE CAJA**	**F. ACUMULADO**
0	$ (17,916.09)		
1		$ 70,931.70	$ 70,931.70
2		$ 73,656.86	$ 144,588.56
3		$ 76,932.24	$ 221,520.79
4		$ 78,979.86	$ 300,500.66
5		$ 82,476.90	$ 382,977.56
6		$ 40,285.63	$ 423,263.19
7		$ 88,291.79	$ 511,554.98
8		$ 92,353.29	$ 603,908.27
9		$ 96,645.60	$ 700,553.87
10		$ 99,486.91	$ 800,040.78

FUENTE: Cuadro 63
ELABORACIÓN: El Autor

$$\textbf{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión - } \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}}$$

$$\textbf{PRC} = 1 + \frac{\$17{,}916.09 - \$70{,}931.70}{\$\ 70{,}931.70}$$

$$\textbf{PRC} = 1 + \frac{-\$53{,}015.60}{\$\ 70{,}931.70}$$

PRC = 1 - 0,73

PRC = 0,25

Entonces se tiene:

PRC (Años) = 0,25 ⟶ 0 año

PRC (Meses) = 0,25 x 12 = 3,03 ⟶ 3 meses

PRC (Días) = 0,03 x 30 = 0,9 ⟶ 0 días

Con los resultados expuestos se puede indicar que la inversión inicial del proyecto (USD 17,916.09) se recuperará en un lapso de tiempo de 3 meses y 4 días.

TASA INTERNA DE RETORNO

Se interpreta como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión.

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 68

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		29%	MENOR	30%	MAYOR
0	$ (17,916.09)		$ (17,916.09)		$ (17,916.09)
1	$ 70,931.70	0.77519	$ 54,985.81	0.76923	$ 54,562.84
2	$ 73,656.86	0.60093	$ 44,262.28	0.59172	$ 43,583.94
3	$ 76,932.24	0.46583	$ 35,837.63	0.45517	$ 35,016.95
4	$ 78,979.86	0.36111	$ 28,520.53	0.35013	$ 27,653.04
5	$ 82,476.90	0.27993	$ 23,087.87	0.26933	$ 22,213.43
6	$ 40,285.63	0.21700	$ 8,742.02	0.20718	$ 8,346.23
7	$ 88,291.79	0.16822	$ 14,852.25	0.15937	$ 14,070.74
8	$ 92,353.29	0.13040	$ 12,043.00	0.12259	$ 11,321.54
9	$ 96,645.60	0.10109	$ 9,769.55	0.09430	$ 9,113.64
10	$ 99,486.91	0.07836	$ 7,795.95	0.07254	$ 7,216.60
		Total VA	$ 239,896.88		$ 233,098.95
		VAN=	**$ 221,980.79**		**$ 215,182.85**

FUENTE: Cuadro 63

ELABORACIÓN: El Autor

$$\textbf{TIR=} \quad Tm + Dt \quad \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor - VAN Mayor}} \right)$$

$$\textbf{TIR=} \quad 29 + 1 \quad \left(\frac{\$\ 206{,}082.36}{\$221{,}980.79 - \$215{,}182.85} \right)$$

TIR= 61.65%

La TIR del proyecto es 51.55%; de esta manera se considera que es mayor a la tasa de oportunidad del mercado (12%), por lo cual se ratifica la factibilidad del proyecto.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 33.60% en los costos y una disminución del 22.40% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

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

CUADRO 69

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 33.60% EN LOS COSTOS								
PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL INCREMENTADO 33.60%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 29%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 30%	VAN MAYOR
0								
1	$ 129,918.61	$ 173,571.26	$ 198,122.16	$ 24,550.90	0.77519	$ 19,031.71	0.76923	$ 18,885.31
2	$ 134,910.02	$ 180,239.79	$ 205,733.92	$ 25,494.14	0.60093	$ 15,320.07	0.59172	$ 15,085.29
3	$ 140,093.23	$ 187,164.56	$ 213,638.18	$ 26,473.62	0.46583	$ 12,332.30	0.45517	$ 12,049.89
4	$ 145,475.62	$ 194,355.42	$ 221,846.16	$ 27,490.73	0.36111	$ 9,927.22	0.35013	$ 9,625.27
5	$ 151,064.83	$ 201,822.61	$ 230,369.54	$ 28,546.93	0.27993	$ 7,991.18	0.26933	$ 7,688.52
6	$ 124,005.66	$ 165,671.56	$ 162,122.14	($ 3,549.42)	0.21700	($ 770.23)	0.20718	($ 735.35)
7	$ 162,895.82	$ 217,628.82	$ 248,411.47	$ 30,782.65	0.16822	$ 5,178.19	0.15937	$ 4,905.72
8	$ 169,154.44	$ 225,990.33	$ 257,955.68	$ 31,965.35	0.13040	$ 4,168.33	0.12259	$ 3,918.62
9	$ 175,653.55	$ 234,673.14	$ 267,866.64	$ 33,193.50	0.10109	$ 3,355.41	0.09430	$ 3,130.13
10	$ 182,402.41	$ 243,689.62	$ 278,158.46	$ 34,468.84	0.07836	$ 2,701.03	0.07254	$ 2,500.31
				SUMATORIAS		**$ 79,235.21**		**$ 77,053.70**
				INVERSIÓN INICIAL		$ 17,916.09		$ 17,916.09
				VAN		**$ 61,319.12**		**$ 59,137.60**

FUENTE: Cuadro 63

ELABORACIÓN: El Autor

$$\textbf{NTIR=} \quad Tm + Dt \quad \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor - VAN Mayor}} \right)$$

$$\textbf{NTIR=} \quad 29 + 1 \quad \left(\frac{\$61{,}319.12}{\$61{,}319.12 + \$59{,}137.60} \right)$$

$$\textbf{NTIR=} \quad 29 + 1 \quad (\ 28.11)$$

NTIR= 58.11 %

CUADRO 70

CÁLCULO DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 33.60% EN LOS COSTOS		
DIF. TIR.= 61.65 - NUEVA TIR	**% VAR.=** (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	**Sensibilidad=**%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (61.55 – 58.11)%	**% VAR.=** (3.44% ÷ 61.65%)*100	**Sensibilidad=** 5.58% ÷ 58.11%
DIF. TIR.= 3.54%	**% VAR.=** 5.74%	**Sensibilidad =** 0.098
DIF. TIR.= 61.65 - NUEVA TIR	**% VAR.=** (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	**Sensibilidad=**%VAR ÷ N TIR

CUADRO 71

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 22.40% EN LOS INGRESOS								
PERIODO	INGRESO	INGRESO	COSTO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	DECREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	22.40%	ORIGINAL	NETO	29%	MENOR	30%	MAYOR
0								
1	$ 198,122.16	$ 153,742.80	$ 129,918.61	$ 23,824.19	0.77519	$ 18,468.36	0.76923	$ 18,326.30
2	$ 205,733.92	$ 159,649.52	$ 134,910.02	$ 24,739.50	0.60093	$ 14,866.60	0.59172	$ 14,638.76
3	$ 213,638.18	$ 165,783.22	$ 140,093.23	$ 25,689.99	0.46583	$ 11,967.26	0.45517	$ 11,693.21
4	$ 221,846.16	$ 172,152.62	$ 145,475.62	$ 26,677.00	0.36111	$ 9,633.37	0.35013	$ 9,340.36
5	$ 230,369.54	$ 178,766.76	$ 151,064.83	$ 27,701.94	0.27993	$ 7,754.64	0.26933	$ 7,460.94
6	$ 162,122.14	$ 125,806.78	$ 124,005.66	$ 1,801.13	0.21700	$ 390.85	0.20718	$ 373.15
7	$ 248,411.47	$ 192,767.30	$ 162,895.82	$ 29,871.48	0.16822	$ 5,024.92	0.15937	$ 4,760.51
8	$ 257,955.68	$ 200,173.61	$ 169,154.44	$ 31,019.17	0.13040	$ 4,044.94	0.12259	$ 3,802.62
9	$ 267,866.64	$ 207,864.51	$ 175,653.55	$ 32,210.96	0.10109	$ 3,256.09	0.09430	$ 3,037.48
10	$ 278,158.46	$ 215,850.96	$ 182,402.41	$ 33,448.55	0.07836	$ 2,621.08	0.07254	$ 2,426.30
				SUMATORIAS		$ 78,028.11		$ 75,859.63
				INVERSIÓN INICIAL		$ 17,916.09		$ 17,916.09
				VAN		$ 60,112.01		$ 57,943.53

FUENTE: Cuadro 63

ELABORACIÓN: El Autor

$$\textbf{NTIR=} \quad Tm + Dt \quad \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor - VAN Mayor}} \right)$$

$$\textbf{NTIR=} \quad 29 + 1 \quad \left(\frac{\$60{,}112.01}{\$60{,}112.01 + \$57{,}943.53} \right)$$

$$\textbf{NTIR=} \quad 29 + 1 \quad (\ 27.72)$$

NTIR= 57.72 %

CUADRO 72

CÁLCULO DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 22.40% EN LOS INGRESOS		
1) DIFERENCIA DE TIR	**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**	**3) SENSIBILIDAD**
DIF. TIR.= 57.70 - NUEVA TIR	**% VAR.=** (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	**Sensibilidad=**%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (61.55 – 57.72)%	**% VAR.=** (3.83% ÷ 61.55%)*100	**Sensibilidad=** 6.22% ÷ 57.72%
DIF. TIR.= 3.93%	**% VAR.=** 6.37%	**Sensibilidad =** 0.11

Los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 33.60% y en un 22.40%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

h. CONCLUSIONES

- La creación de una pizzería en la Administración Zonal La Delicia resulta factible ya que existe una demanda potencial y real alta cual satisfacer en el mercado local.
- La creación de la pizzería y sus productos tendrá una excelente acogida en el la Administración Zonal La Delicia ya que cuenta con precio y promociones que se acopla a la demanda del sector, sin distinción de edad y clase económica.
- Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 33.60% y en un 22.40%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.
- El VAN es positivo, por lo tanto se realiza la inversión.
- El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa Pizza & GO! a trabaja a una capacidad instalada del 29.79% con unas ventas de $ 59,019.94. En este punto la empresa no gana ni pierde.

i. RECOMENDACIONES

- Para lograr el beneficio propuesto en el proyecto, se tiene que establecer parámetros, normas, políticas y lineamientos para poder así mantener la rentabilidad esperada y a la vez estar bien con las entidades reguladoras.
- Brindar un buen servicio al cliente, permitirá cumplir con las expectativas de los consumidores de querer un producto diferenciado.
- Cuidar siempre la excelencia en la calidad del servicio, atención al público y precios accesibles que permitan conservar e incrementar os clientes.
- Aplicar el proceso de mejora continua en la prestación del servicio, ventas y talento humano, este es un proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos, hay que cumplir los objetivos planteados por lo que se necesitará obtener un rendimiento superior en las tareas encomendadas a cada uno de los colaboradores que forman parte de la nueva empresa, ya que al alcanzar los mejores resultados se tendrá un Cliente Satisfecho.
- Se recomienda la ejecución del proyecto debido a los resultados obtenidos a través de los criterios de evaluación desarrollados en el presente estudio.

j. BIBLIOGRAFIA

- Alcaraz, R. (2006). El emprendedor de éxito.México: McGraw-Hill.
- Case, & Fair. (2008). Principios de microeconomía. México: PEARSON Prentice Hall.
- International Organization for Standardization. (2012). Norma ISO 21500.
- Lamb, Hair, & McDaniel. (2006). Marketing. México D.F.: CENGAGE Learning.
- Mora, A. (2009). Matemáticas Financieras. Bogotá: Alfa Omega Colombiana S.A.
- Santos, T. (2008). Eumed. Obtenido de Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio: http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm
- Varela, R. (2008). Innovación Empresarial. Bogotá: PEARSON Prentice Hall.
- Fojo,F.(2013). Una Breve Historia de la Obesidad. Palibrio
- FatSecretMÉXICO. (2015). Base de datos de alimento y contador de calorías. México D.F., México. Recuperado de: http://www.fatsecret.com.mx
- U.S. Food and Drug Administration, FDA (2013).
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2012).
- SAPAG CHAIN, Nassir; (2009); Preparación y Evaluación de Proyectos; Séptima Edición; Editorial McGraw Hill; México D. F.
- BACA URBINA Gabriel. Año: 2010. Catálogo USM.

k. ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA DEMANDA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Reciba un cordial saludo:

Como estudiante de la carrera de la Universidad de Loja me encuentro elaborando un **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA ARTESANAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA DE LA CIUDAD DE QUITO"**, para lo cual le pedimos de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. Consume su familia pizza?

   Si ( )

   No ( )

2. Su familia compra pizza?

   Si ( )

   No ( )

3. Qué tipo de pizza prefiere?

   Hawaiana ( )

   Salami ( )

   Pepperoni ( )

Jamón ( )
Carne con pimientos ( )
Pollo con champiñones ( )

4. Considera importante tener variedad en el grosor de la masa de la pizza al momento de hacer la compra?
   Si ( )
   No ( )

5. Qué tipo de preparación de la pizza prefiere?
   Artesanal ( )
   Industrial ( )

6. Le gustaría poder combinar algunos tipos de pizza en su pedido, si adquiere una pizza familiar?
   Si ( )
   No ( )

7. Normalmente por una pizza familiar usted paga entre:
   $8 a $10 ( )
   $10 a $12 ( )
   $12 a $15 ( )

8. Pagaría un precio superior al normal si la pizza contiene más de dos ingredientes:
   Si ( )
   No ( )

9. Existen locales de comercialización de pizza cerca a su domicilio?
   Si ( )
   No ( )

10. Cuál es su preferencia en la forma de comprar pizza:
    Se acerca al local ( )
    Pide a domicilio ( )

11. De qué forma conoció el lugar donde realizó la última compra de pizza?
    E-mail ( )
    Volantes ( )
    Recomendación de amigos o familiares ( )
    Viendo el local ( )

12. Cuando compra pizza se fija en los días de promociones 2x1?
    Si ( )
    No ( )

13. Le gustaría que los días de promoción 2x1 sean diferentes a los de la mayoría de locales comercializadores de pizzas?
    Si ( )
    No ( )

14. Prefiere comprar:
    Pizza sola ( )
    Combos con bebida y ensalada ( )

15. Estaría dispuesto a consumir pizza en una pizzería que ofrezca ingredientes frescos y sanos hechos con procesos de calidad que se encuentre ubicada cerca del barrio al que usted vive?
    Si ( )
    No ( )

16. Qué cantidad de pizza consume usted y su familia al mes?

    1 – 2 Pizzas ( )

    3 – 4 Pizzas ( )

    4 – 5 Pizzas ( )

17. ¿A través de qué medios publicitarios le gustaría enterarse de las promociones y nuevos productos de la pizzería?

    Redes Sociales ( )

    Radio ( )

    Volantes ( )

    E-mail ( )

18. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la pizzería en su barrio?

    Cerca de una tienda ( )

    Cerca de un Centro Comercial ( )

    Cerca de otras pizzerías ( )

    Cerca de una parada de buses ( )

Gracias

ANEXO 2

FORMATO DE ENCUESTA DEMANDA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Reciba un cordial saludo:

Como estudiante de la carrera de la Universidad de Loja me encuentro elaborando un **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PIZZA ARTESANAL Y SU COMERCIALIZACION EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA DE LA CIUDAD DE QUITO"**, para lo cual le pedimos de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. ¿La preparación de la pizza que oferta es de tipo artesanal?
   Si ( )
   No ( )

2. ¿Posee servicio a domicilio?
   Si ( )
   No ( )

3. ¿Mantiene la promoción 2x1 los días martes?
   Si ( )
   No ( )

4. ¿Cuántas pizzas familiares vende usted semanalmente?

   De 1 a 50 ( )

   De 51 a 100 ( )

   De 101 a 150 ( )

   De 151 a 200 ( )

   De 201 a 250 ( )

5. ¿A qué precio vende la pizza familiar?

De $12 a $15 ( )

De $16 a $20 ( )

De $21 a $25 ( )

Gracias

ÍNDICE

PORTADA i

CERTIFICACIÓN ii

AUTORÍA iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN iv

DEDICATORIA v

AGRADECIMIENTO vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

ABSTRACT 5

c. INTRODUCCIÓN 7

d. REVISIÓN DE LITERATURA 9

e. MATERIALES Y MÉTODOS 30

f. RESULTADOS 36

g DISCUSIÓN 59

h. CONCLUSIONES 148

i. RECOMENDACIONES 149

j. BIBLIOGRAFÍA 150

k. ANEXOS 151

INDICE 157