

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE LOJA

**TESINA: DISEÑO DE UN PROYECTO DE
INVERSIÓN PARA LA PUESTA EN MARCHA
DE UNA PIZZERIA EN EL SECTOR
AEROPUERTO DEL DISTRITO
METROPOLITANO ”**

AUTORES:

Martha Cecilia Nieto Vinueza

Aideé Alexandra Palma Sevilla

Ingrid Laura Weir Becerra

Matha Elizabeth Morales Alarcón

Francisco Ricardo Carpio López

RESUMEN

La presente investigación realiza un análisis para la implementación de una pizzería en el norte de la ciudad de Quito. A continuación se describe la forma de como está planteada la investigación.

El primer capítulo determina el marco teórico que se ha investigado para elaborar el proyecto.

El capítulo dos explica la estructura del mercado con el objetivo de determinar la demanda insatisfecha. A través de encuestas se logra determinar el comportamiento del consumidor, los canales de comercialización y las estrategias de mercado. Tomando en cuenta variables de precio, calidad, frecuencia de consumo.

El capítulo tres determina la localización óptima especificando la macro y micro localización. Describe el servicio que se brindará, además analiza la estructura organizacional, y plantea organigramas para su funcionamiento.

El capítulo cuatro analiza la estructura económica con el fin de determinar la viabilidad del proyecto a través de los indicadores de rentabilidad como son el VAN, la TIR, la relación beneficio costo y el punto de equilibrio.

El capítulo cinco analiza las conclusiones y recomendaciones a las que se llegaron luego de realizar el estudio de factibilidad.

INDICE GENERAL

CAPITULO I.....	10
INTRODUCCION	10
CAPITULO II	21
ESTUDIO DE MERCADO	21
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	21
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	22
DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE MUESTRA.....	24
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA.....	26
ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....	31
LA DEMANDA.....	31
LA OFERTA.....	33
PROPUESTA ESTRATÉGICA DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO	35
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION.....	37
CAPITULO III.....	38
ESTUDIO TECNICO	38
TAMAÑO OPTIMO DEL PROYECTO	38
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	44
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	47
MARCO LEGAL.....	49
CAPITULO IV	55
ESTUDIO FINANCIERO.....	55
PRESUPUESTO DE INVERSIONES	55
PRESUPUESTO DE OPERACIONES	57
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	60
TASA DE DESCUENTO	63
FLUJO DE CAJA	63
INDICADORES DE RENTABILIDAD	65
CAPITULO V.....	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
BIBLIOGRAFÍA.....	69
ANEXOS	71

INDICE DE CUADROS

Cuadro No 1 Tasa de Crecimiento y Población Estimada	24
Cuadro No. 2 Tabulación Pregunta 1.....	26
Cuadro No. 3 Tabulación Pregunta 2.....	27
Cuadro No. 4 Tabulación Pregunta 3.....	28
Cuadro No. 5 Tabulación Pregunta 4.....	29
Cuadro No. 6 Tabulación Pregunta 5.....	30
Cuadro No. 7 Demanda	32
Cuadro No. 8 Oferta	33
Cuadro No. 9 Demanda Insatisfecha	34
Cuadro No. 10 Tamaño del Proyecto.....	39
Cuadro 11: Tabla de factores de localización para la localización de una Pizzeria en el Norte de Quito	41
Cuadro 12: Tabla del puntaje de los factores de localización.....	43
Cuadro No. 19 Otros Activos.....	44
Cuadro No. 20 Inversiones del Proyecto.....	56
Cuadro No. 21 Depreciaciones y Valor Residual	57
Cuadro No. 22 Cálculo del Capital de Trabajo.....	57
Cuadro No.23 Proyección Demanda y Precios.....	59
Cuadro No. 24 Parámetro para las proyecciones	60
Cuadro No. 25 Parámetro para las proyecciones	61
Cuadro No. 26 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	62
Cuadro No. 27 Tasa de descuento	63
Cuadro No. 28 Flujo de caja	64
Cuadro No. 29 Punto de Equilibrio en Dólares	67
Cuadro No. 31 Índice de Cobertura	67

CAPITULO I

INTRODUCCION

El PROYECTO es un documento que permite al empresario obtener la información necesaria para analizar el mercado referente a su negocio, de manera que se establezcan las mejores estrategias para poner en marcha el mismo. De igual manera, permite establecer acciones para cubrirse del riesgo de la aparición de algunos factores negativos en el mercado, tales como el surgimiento de un nuevo competidor, permite conocer la viabilidad del negocio, o su necesaria postergación hasta que el mercado lo favorezca.

Realizar este estudio es fundamental para tener una mayor certeza del éxito del negocio, debido a los constantes cambios del mercado actual y la mayor competitividad de este. El PROYECTO busca realizar una profunda planificación del negocio, el mismo que es el punto de partida de las empresas que buscan expandir su mercado, e incluso de personas que desean emprender nuevos negocios. Sin embargo, la elaboración de esta investigación no solo es necesaria al inicio de un proyecto o negocio, sino que debe actualizarse constantemente durante el ciclo de vida de los productos del negocio y del ciclo de vida del negocio. De esta manera, se aprovecharán las oportunidades que le brinda el

mercado, así como también se protegerán de las amenazas que pueden surgir de este.

El estudio de factibilidad analiza:

- Mercado
- Ingeniería
- Finanzas

El estudio de mercado, tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda insatisfecha que justifique, bajo ciertas condiciones, la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios en un espacio de tiempo.

El estudio de mercado es fundamental para el análisis de otros aspectos técnicos, económicos y financieros que determinen la toma de decisiones, entre las que destacan la selección del tamaño de la planta y de la localidad geográfica donde será instalada.

Los resultados del estudio del mercado deben dar como producto proyecciones realizadas sobre datos confiables, de tal manera que:

- a. Desde este punto de vista, los futuros inversionistas estén dispuestos a apoyar el proyecto, con base en la existencia de un mercado potencial que hará factible la venta de la producción de la planta planeada y obtener así un caudal de ingresos que les permitirá recuperar la inversión.
- b. Los técnicos puedan seleccionar el proceso y las condiciones de operación; establecer la capacidad de la planta industrial y diseñar o adquirir los equipos más apropiados para el caso.
- c. Se cuente con los datos necesarios para efectuar estimaciones económicas.

Descripción del Producto, Características y Usos

En esta parte se debe precisar: las especificaciones o características que definen e industrializan los bienes y servicios que se estudian; e indicar los fines a los que se destinan.

Estudio de la Demanda:

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para poder obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad. Debe ser cuantificada en unidades físicas.

Estudio de la Oferta:

La Oferta es la cantidad de un producto que los fabricantes e importadores del mismo están dispuestos a llevar al mercado, de acuerdo con los precios vigentes, con la capacidad de sus instalaciones y con la estructura económica de su producción.

Mercado potencial para el proyecto:

Para obtener el pronóstico de la demanda insatisfecha tanto en el mercado nacional como en el internacional; comparar la proyección de la demanda del producto en estudio con la de la oferta global, esta representa el mercado potencial del proyecto, sin considerar el posible desplazamiento de los productos de la competencia.

Precio:

El estudio de mercado permite establecer de manera preliminar el precio que debe tener el producto, con base principalmente en los siguientes factores:

Entre los precios de la competencia se deben considerar además de los precios de productos similares, los precios de los productos sustitutos y de los productos complementarios. El tipo de consumidores influye en el precio, principalmente con base en la preferencia y en el poder adquisitivo de los mismos.

Canales de Comercialización:

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.

TAMAÑO Y LOCALIZACION.

Se conoce como tamaño de una planta industrial la capacidad instalada de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días y turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

En las plantas industriales que cuentan con equipos de diferentes capacidades, la capacidad de la planta se da en función del equipo de menor capacidad.

En aquellas industrias que elaboran diversos lotes de productos de diferentes características, el tamaño de la planta se suele especificar con respecto a la producción de un lote tipo o mezcla de productos.

Tamaño Óptimo:

La determinación del tamaño debe basarse en dos consideraciones que confieren un carácter cambiante a la optimidad del proyecto: la relación precio-volumen, por el efecto de la elasticidad de la demanda, y la relación costo-volumen, por las economías y deseconomías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo. La evolución que se realice de estas variables tiene por objeto determinar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles de implementar.

Mediante un análisis de sensibilidad, se analiza el efecto de variaciones en una alternativa de tamaño dada, expandiéndolo o reduciéndolo o reduciéndolo, para que a través de aproximaciones sucesivas pueda definirse aquella a la que corresponda un mayor valor actual neto.

El criterio que se emplea en este cálculo es el mismo que se sigue para evaluar el proyecto global. La única diferencia en el procedimiento es que al evaluar el valor actual neto para determinar el tamaño se permiten aproximaciones en las cifras, que al evaluar el proyecto deben desagregarse lo suficiente para permitir su análisis individual.

La complejidad de este procedimiento, no tanto por dificultad como por magnitud, hace recomendable el análisis mediante flujos adecuados. En este caso, es posible definir una tasa interna de retorno marginal del tamaño, que correspondería a la tasa de descuento que hace nulo al flujo de las diferencias entre los ingresos y egresos de los tamaños de alternativa.

Mientras la tasa marginal sea superior a la tasa de corte definida para el proyecto, convendrá aumentar el tamaño. El nivel óptimo estará dado por el punto en el cual ambas tasas se igualan. Esta condición se cumple cuando el tamaño del proyecto se incrementa hasta que el beneficio marginal del último aumento sea igual a su costo marginal, medidos ambos en moneda de un mismo período. En otras palabras, cuando se maximiza su valor actual neto.

Localización

En la localización de una planta industrial los factores que inciden más vigorosamente son:

- 1.- Ubicación del mercado de consumo.
- 2.- La localización de las fuentes de materia prima.
- 3.- Disponibilidad y características de la mano de obra.
- 4.- Facilidades de transporte y vías de comunicación adecuadas
- 5.- Disponibilidad y costo de energía eléctrica y combustible
- 6.- Disposiciones legales, fiscales o de política de localización de la industria.
- 7.- Disponibilidad de servicios públicos, agua, teléfono, vialidad, infraestructura, eliminación de desechos.

INGENIERIA DEL PROYECTO.

La ingeniería de un proyecto tiene por objeto llenar una doble función: primero, la de aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto; y segundo, la de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta, en caso de que el proyecto demuestre ser económicamente atractivo.

La primera fase de la ingeniería del proyecto consiste en la realización de una serie de actividades que tienen por objeto obtener la información necesaria para la adopción de un proceso de producción adecuado; es necesario que se seleccione la tecnología a utilizar, es decir, el paquete de técnicas, procesos y prácticas, la determinación de los insumos, de las materias primas y las obras civiles, etc.

En la segunda fase se especifica la maquinaria, equipos y obras civiles para obtener cotizaciones y presupuestos, y con esta base, determinar la magnitud de la inversión requerida.

Planos de Distribución de la Planta

Los planos de distribución de la planta sirven para establecer el tamaño y la localización de las áreas industriales dedicadas a: recepción de materias primas, elaboración de productos, servicios auxiliares, control de calidad, envase y empaque, almacenamiento e intercomunicación de la planta.

La meta fundamental que se persigue es obtener la mejor relación entre espacio, inversión y costos de producción.

ORGANIZACION.

En el proyecto se deberá estipular el tipo de empresa que se piensa establecer, forma jurídica, fecha de constitución, duración, domicilio de la planta y de las oficinas, monto del capital social y nacionalidad de los accionistas y porcentaje de participación de cada uno de ellos.

Estructura de la Empresa: se refiere a los recursos humanos disponibles para administrar el proyecto.

Aspectos Laborales: número de empleados, técnicos y obreros actuales, monto de la nómina actual y futura.

ESTUDIO FINANCIERO

Es la determinación de los recursos financieros necesarios para la instalación y puesta en marcha de la planta.

Las inversiones en un proyecto se dividen en:



-Tangibles: Terreno, construcciones, maquinaria y equipos, muebles y equipos de oficina, instalación y montaje.

-Inversiones Fijas

-Intangibles: Puesta en marcha, estudio económico, organización, desarrollo de empaques, estudios y planes de productividad y calidad, desarrollo de recursos humanos, intereses durante la construcción, imprevistos y otros vinculados con el proyecto.

-Inversiones en activos circulantes o Capital de Trabajo

PRESUPUESTO DE GASTOS E INGRESOS:

En este capítulo se deberá demostrar que el proyecto es rentable y que puede realizarse con los recursos financieros programados. Incluye un plan financiero completo para el período de inversión y el análisis financiero del proyecto, a fin de determinar, por un lado, si es económicamente viable, y por el otro, el plazo de amortización, etc.

Estado de resultados proyectados:

También se le denomina Presupuesto de Ingresos y Costos o Estado de Pérdidas y Ganancias e indica, para cada uno de los años de la vida útil del Proyecto los distintos ingresos y gastos en que incurrirá la empresa como resultado de su gestión productiva. Nos muestra las utilidades netas que se esperan. El cálculo del impuesto sobre la renta, así como la Utilidad líquida .

Presupuesto de Caja:

También se le conoce como Flujo de Caja. Es un análisis financiero que muestra el Flujo del Efectivo; razón por la cual sirve para conocer la capacidad de pago de la empresa y durante su elaboración, permite detectar el número de años en los cuales las empresas deben recurrir a préstamos ordinarios.

No debe confundirse su interpretación con la de los Estados de Resultados Proyectados, ya que en éstos se trata de demostrar cuáles son las Utilidades líquidas esperadas, y se relacionan los ingresos con los egresos (costos) en efectivo y calculados (depreciaciones, gastos diferidos).

Mientras que en el flujo de caja se tratan como ingresos tanto las ventas, como los ingresos provenientes de otras fuentes (préstamos, ventas de bienes, depreciación, amortización de gastos diferidos, etc.) y en los egresos, se colocan las inversiones y los costos pagados en efectivo.

Tasa de Descuento

a) La naturaleza de los proyectos de inversión es tal que los beneficios y los costos de un proyecto normalmente reunirán en diferentes períodos a través del tiempo. Debido a que una determinada cantidad de dinero disponible ahora es considerada más valiosa que la misma suma recibida en el futuro, es necesario darle más peso a los costos y beneficios que ocurren más temprano.

El mayor valor atribuido a los costos y beneficios más tempranos se debe a que el dinero disponible hoy permita tanto inversión rentable como consumo entre este momento y el futuro. La existencia de este valor asociado al tiempo permite a los que prestan dinero cobrar un interés. También debido a que la inversión tiene un retorno esperado positivo, y al hecho que el consumo presente se valore más que el consumo futuro hace que los que toman préstamos estén dispuestos a pagar un interés por dichos préstamos.

La diferencia entre el monto de dinero que una persona recibe hoy y el monto que debería recibir dentro de un año, que le rinda un valor equivalente, puede ser expresado como un porcentaje; y es llamado, la tasa de descuento.

Valor Actual Neto (VAN):

Cuando se calcula el VAN de un proyecto, el primer paso es el de restar todos los costos, en un período, de los beneficios en dicho período para obtener los beneficios netos (positivos o negativos). Luego, se elige una tasa de descuento que mida el costo de oportunidad de los fondos con usos alternativos en la economía. Utilizando esta tasa de descuento, le estamos imputando a cada proyecto un costo de fondos igual al retorno económico, en la mejor alternativa. Por lo tanto el VAN de un proyecto mide el monto en el que la economía estará peor. Esta característica del VAN, que es cierta en cualquier circunstancia, nos conduce a un primer código que debemos recordar:

“no acepte proyecto alguno a menos que genere un VAN positivo, cuando se descuenta utilizando el costo de oportunidad de los fondos”.

Período de Recuperación de la Inversión:

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

En su versión más simple, el período de recuperación mide el número de años que tomaría a los beneficios, (flujos de caja netos positivos), el repagar la inversión.

Una versión sofisticada de esta regla compara los valores descontados de los beneficios con la inversión inicial. Sin embargo, el supuesto implícito del período de recuperación es que, los beneficios que se obtienen después del momento de recuperación, son tan inciertos que del momento de recuperación son tan inciertos

que del momento de recuperación son tan inciertos que pueden ser ignorados. También ignora la inversión que se tenga que hacer después del período inicial.

Tasa Interna de Retorno:

La tasa interna de retorno (TIR) se define como aquella tasa de interés que aplicada a los ingresos y gastos de un proyecto, para cada año de la vida de la inversión, equilibra o nivela sus valores al presente.

La gran ventaja de la TIR estriba en el hecho de que puede ser calculada únicamente con los datos del proyecto. En particular, no se necesita ningún dato sobre el costo de oportunidad de los fondos.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos del Estudio de Mercado

Objetivo General

Determinar la demanda insatisfecha existente en el sector Aeropuerto en lo referente a la comercialización de pizzas.

Objetivos Específicos

- Identificar las características del producto.
- Cuantificar la demanda y oferta existente en el mercado.
- Realizar un análisis del área del mercado a satisfacer.
- Analizar las características en que se desenvuelve la competencia del servicio.
- Realizar la estimación de la demanda y oferta actual.
- Cuantificar la demanda insatisfecha.
- Determinar la propuesta estratégica de comercialización.

Identificación del Servicio

Descripción del producto

El producto a ser servido es la Pizza que es “un plato típico de la cocina italiana. La Pizza es una torta elaborada con masa de pan sobre la que se pone tomate, queso y otros ingredientes, además se cuece al horno.”¹



La Pizza es el producto principal que será servido por la empresa. Además se contará con los siguientes productos:

- Bebidas
- Gaseosas

Usuarios

Toda persona que guste del consumo de pizzas. El sector al que se pretende atender, son en particular estudiantes de los colegios Jhon Nepper, Ecuatoriano Suizo e Israel que se encuentran ubicados en el sector Aeropuerto, que transitan por la calle Cristóbal Sandoval donde se encuentra la parada del trolebús y las líneas Camal – Aeropuerto y Cotocollao.

Precios y Costos

Los precios de adquisición son fijos y vienen dados por la empresa distribuidora de porciones de pizzas precocidas que se las obtiene en los diferentes supermercados de la ciudad.

¹

Grupo Editorial Bibliograf, Diccionario Manual Ilustrado de la Lengua Española VOX; Junio 1996, Barcelona, España; Ediciones Bibliograf S.A.

Restricciones para su comercialización

No existe ninguna restricción legal o de mercado sobre la comercialización de este producto horneado, lo que se debe es cumplir con las ordenanzas establecidas por la autoridad para el funcionamiento del local.

Área del Mercado

El proyecto se ubicará en la Parroquia de Chaupicruz, sector Aeropuerto, barrio Marqueza de Solanda.

Población

De acuerdo a datos obtenidos en las tres instituciones educativas se tiene la siguiente población estudiantil:

Institución educativa	Total alumnos (Colegio)
Ecuatoriano Suizo	300
Jhon Nepper	280
Israel	350

Población actual y Tasa de crecimiento

Partiendo del hecho que los datos históricos de la población versan sobre el año 2007, se ha considerando que la tasa de crecimiento poblacional para estas instituciones será constante ya que la disponibilidad física determina la capacidad estudiantil, en estas tres instituciones educativas se encuentran en su 100% de capacidad.

Cuadro No 1 Tasa de Crecimiento y Población Estimada

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO (%)	POBLACION ESTIMADA
2007	Cte.	930
2008	Cte.	930
2009	Cte.	930
2010	Cte.	930
2011	Cte.	930
2012	Cte.	930

Fuente: Observación directa de las instalaciones

Elaboración: Autores

Determinación del Tamaño de Muestra

La población estimada al año 2007 es de 930 estudiantes, el tamaño muestral estará determinado por la siguiente fórmula probabilística estratificada para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 (N-1) + (Z^2 * P * Q)}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = Universo 930 estudiantes secundarios

Z = nivel de confianza 95 % (1.96)

p = población de aceptación 50 %

q = población de negación 50 %

e = margen de error 5 %

$$n = \frac{(1,96)^2 * 930 * 0,50 * 0.50}{(0,05)^2 (930 -1) + [(1.96)^2 * 0.50 * 0.50]}$$

$$n = 137 \text{ encuestas}$$

Con este Tamaño de Muestra se procede a obtener la información relevante aplicando el formulario de encuesta. (Ver Anexo No. 1).

Tabulación de la encuesta

Pregunta 1: CONOCE

Usted conoce donde se podría consumir pizzas de calidad a un bajo precio con respecto a las ubicadas en el sector del Aeropuerto

Cuadro No. 2 Tabulación Pregunta 1

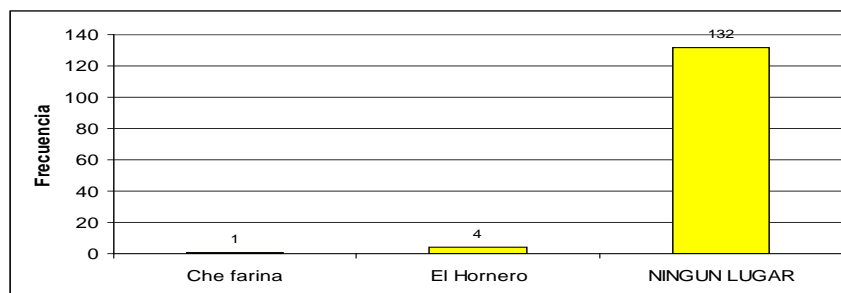
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
VALIDOS Che farina	1	0,7	0,7	0,7
El Hornero	4	2,9	2,9	3,6
NINGUN LUGAR	132	96,4	96,4	100,0
TOTAL	137	100	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

Gráfico No. 1 Tabulación Pregunta 1

Usted conoce donde se podría consumir pizzas de calidad a un bajo precio con respecto a las ubicadas en el sector del Aeropuerto



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

El 96.4% de los encuestados no conoce un lugar donde se podría consumir pizzas de calidad a un bajo precio, el 2.9% dice que en el Hornero y menos del 1% en Che Farina.

Pregunta 2: GUSTO

Luego de sus actividades académicas, si tuviese la posibilidad de consumir una pizza de que manera lo haría?

Cuadro No. 3 Tabulación Pregunta 2

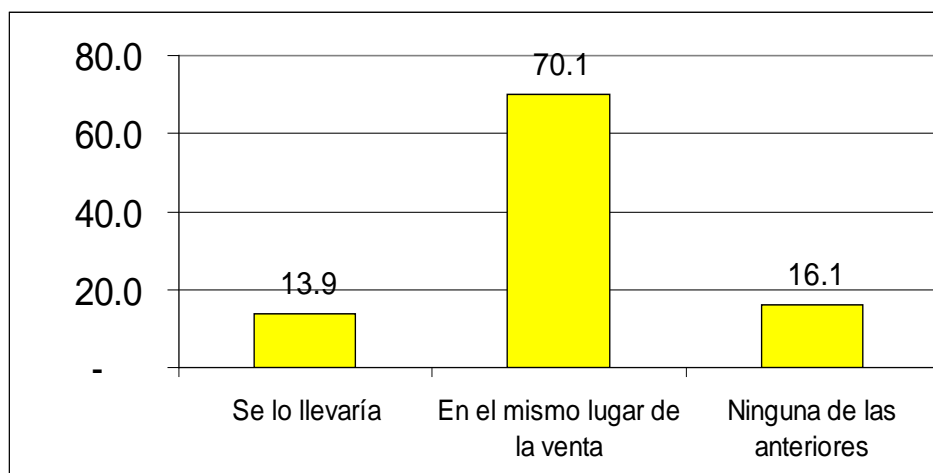
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
VALIDOS Se lo llevaría	19	13,9	13,9	13,9
En el mismo lugar de venta	96	70,1	70,1	83,9
Ninguna de las anteriores	22	16,1	16,1	100,0
TOTAL	137	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

Gráfico No. 2 Tabulación Pregunta 2

Luego de sus actividades académicas, si tuviese la posibilidad de consumir una pizza de que manera lo haría?



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

Los encuestados responden que el 70.1% consumiría en el local, mientras que el 13.89% lo compraría para llevar y el 16,10% no compraría la pizza.

Pregunta 3. FRECUENCIA

Si la respuesta es afirmativa, realizar la siguiente pregunta: ¿Con qué frecuencia compraría pizza?

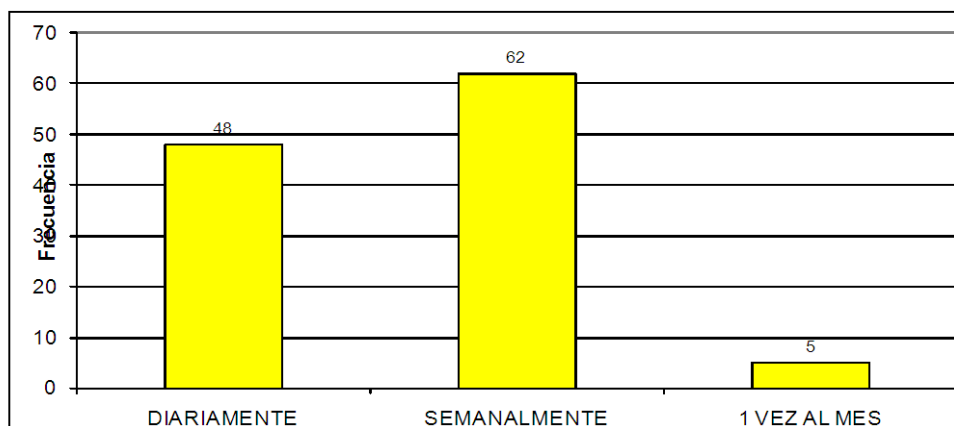
Cuadro No. 4 Tabulación Pregunta 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
VALIDOS DIARIAMENTE	48	41.7	41.7	41.7
SEMANTAMENTE	62	53.9	53.9	95.7
1 VEZ AL MES	5	4.3	4.3	100.0
TOTAL	115	100.0	100.0	

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autores

Gráfico No.3 Tabulación Pregunta 3

Si la respuesta es afirmativa , realizar la siguiente pregunta:



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autores

El 41.7% de los encuestados consumiría pizzas diariamente, el 53.9% semanalmente y el 4.3% 1 vez al mes.

Pregunta 4: VALOR

De las siguientes opciones, cual es el precio que pagaría por porción de pizza.

Cuadro No. 5 Tabulación Pregunta 4

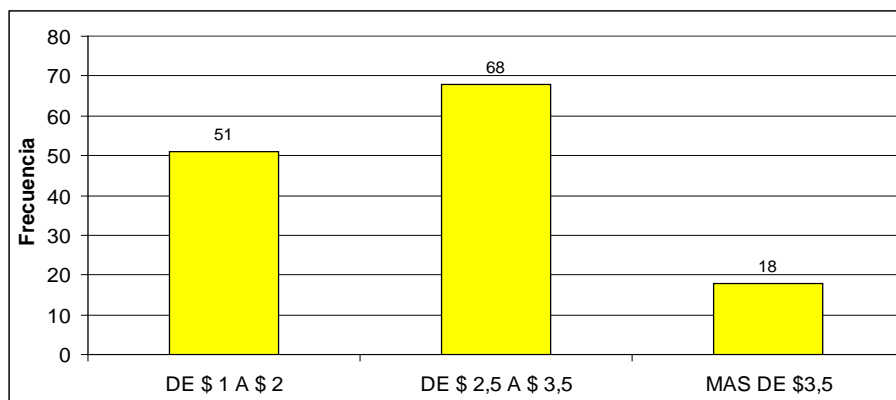
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
VALIDOS DE \$ 1 A \$ 2	51	37.2	37.2	37.2
DE \$ 2,5 A \$ 3,5	68	49.6	49.6	86.9
MAS DE \$ 3,5	18	13.1	13.1	100.0
TOTAL	137	100.0	100.0	

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

Gráfico No.4 Tabulación Pregunta 4

De las siguientes opciones, cual cree usted que es un precio que pagaría por porción de pizza



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

El 49.6% está dispuesto a pagar de \$2,5 a \$3,5 dólares por porción de pizza, el 37.2% de \$1 a 2% y el 13.2% más de 3,5 dólares.

Pregunta No. 5 ACEPTA

Si en la Calle Cristóbal Sandoval hubiese una pizzería, usted sería cliente del local?

Cuadro No. 6 Tabulación Pregunta 5

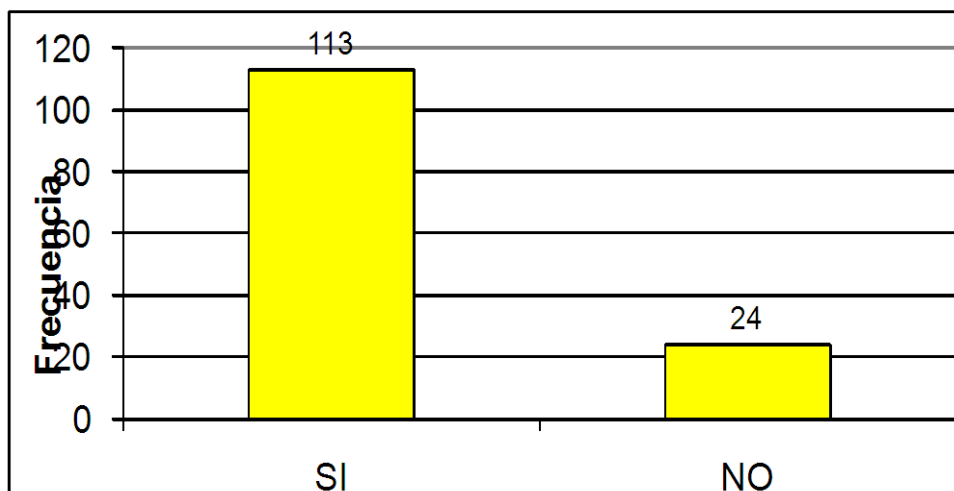
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
VALIDOS SI	113	82.5	82.5	82.5
NO	24	17.5	17.5	100.0
TOTAL	137	100.0	100.0	

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

Gráfico No.5 Tabulación Pregunta 5

Adquiriría Pizza cerca de su unidad educativa



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

El 82.5% de los encuestados estaría dispuesto a ser cliente del local, y el 17.5% no.

Análisis de la encuesta

El 96.4% de los encuestados no **CONOCE** ningún lugar donde se podría consumir pizzas de calidad a un bajo precio, lo que indica que no existe competencia directa, por lo tanto esta sería la única propuesta que al momento existiría en el sector.

En referencia al **GUSTO** un 70.1% de los encuestados gustarían consumir en el mismo local, lo que demuestra la existencia de un público consumidor que le llama la atención este nuevo tipo de servicio.

Para conocer la **FRECUENCIA** el 47.4 % de los encuestados consumiría pizzas diariamente y 53.9% semanalmente, esto demuestra que existirá gran demanda del servicio.

El 49.6% está dispuesto a pagar de \$2,5 a \$4 dólares por porción de pizza.

Y el 82.5% de los encuestados estaría dispuesto a **ACEPTAR** ser cliente del local, lo que demuestra la existencia de una clara demanda insatisfecha para el proyecto.

La Demanda

La proyección de la demanda forma parte del estudio de mercado a través de la identificación de una demanda potencial que pueda sustentar las ventas actuales y futuras del proyecto. El segmento de mercado está dirigido a estudiantes secundarios del colegio Ecuatoriano-Suizo, Jhon Nepper e Israel.

Cuadro No. 7 Demanda

AÑO	Estudiantes Secundarios
2007	930
2008	930
2009	930
2010	930
2011	930
2012	930

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

Siendo la demanda una cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para poder obtener un determinado producto o servicio que satisfaga dicha necesidad y analizando las respuestas obtenidas en la investigación de mercado se encuentra que de las personas encuestadas un 82.5% estarían dispuestas a consumir el producto, lo que representaría el porcentaje de aceptación hacia el consumo de pizza.

El mercado para este servicio comprende, estudiantes secundarios de Colegios aledaños al sector, Ver Cuadro No 7. Considerando el porcentaje de aceptación que es del 82,5%, de acuerdo a las encuestas, la demanda insatisfecha es de 767 estudiantes para el año 2007.

Año	Demanda	Demanda Insatisfecha
2007	930	767
2008	930	767
2009	930	767
2010	930	767
2011	930	767

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Autores

La Oferta

Se entiende por oferta, la persona, empresa o institución que comercializa el producto o entrega el servicio igual o similar al producto o servicio del proyecto.

Para el caso de la presente investigación en la Parroquia de Chaupicruz se realiza la visita, y utilizando la observación directa como medio de levantamiento de información se determina que al momento no se encuentra ninguna empresa que oferte el servicio de venta de pizzas individuales. Se encuentra con dos restaurants(Che Farina y El Hornero) que ofertan pizzas familiares y que atienden a otro tipo de mercado.

De acuerdo a la investigación de campo se confirma el estudio realizado por medio de la observación, llegando a determinarse la no existencia de una oferta directa de este servicio como lo demuestra la siguiente tabulación:

Cuadro No. 8 Oferta

¿Usted conoce donde se podría consumir pizzas de calidad a un bajo precio con respecto a las ubicadas en el sector del Aeropuerto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
VALIDOS Che farina	1	0,7	0,7	0,7
El Hornero	4	2,9	2,9	3,6
NINGUN LUGAR	132	96,4	96,4	100,0
TOTAL	137	100	100,0	

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autores

La visualización de la Zona Comercial de la Parroquia de Chaupicruz a lo largo de todo su recorrido clarifica aún más de que al momento no se aprecia local alguno que brinde el presente servicio a los estudiantes del sector.

Bajo esta realidad al momento en la zona de influencia del presente estudio el mercado de venta de pizzas individuales para estudiantes secundarios constituiría un servicio innovador que no cuenta con una competencia directa.

La información primaria y los datos históricos de la oferta de este servicio son nulos; concluyendo así que: El servicio dentro de la Parroquia de Chaupicruz no existe y por tanto su demanda es total, considerando que nuestra demanda insatisfecha es del 82.5 %.

Cuadro No. 9 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Demanda Insatisfecha Estudiantes
2007	930	767
2008	930	767
2009	930	767
2010	930	767
2011	930	767

Número de Pizzas

Año	Diario	Semanal	Mensual	Anual
2007	364	414	33	107.529
2008	364	414	33	107.529
2009	364	414	33	107.529
2010	364	414	33	107.529
2011	364	414	33	107.529

Fuente: Encuestas

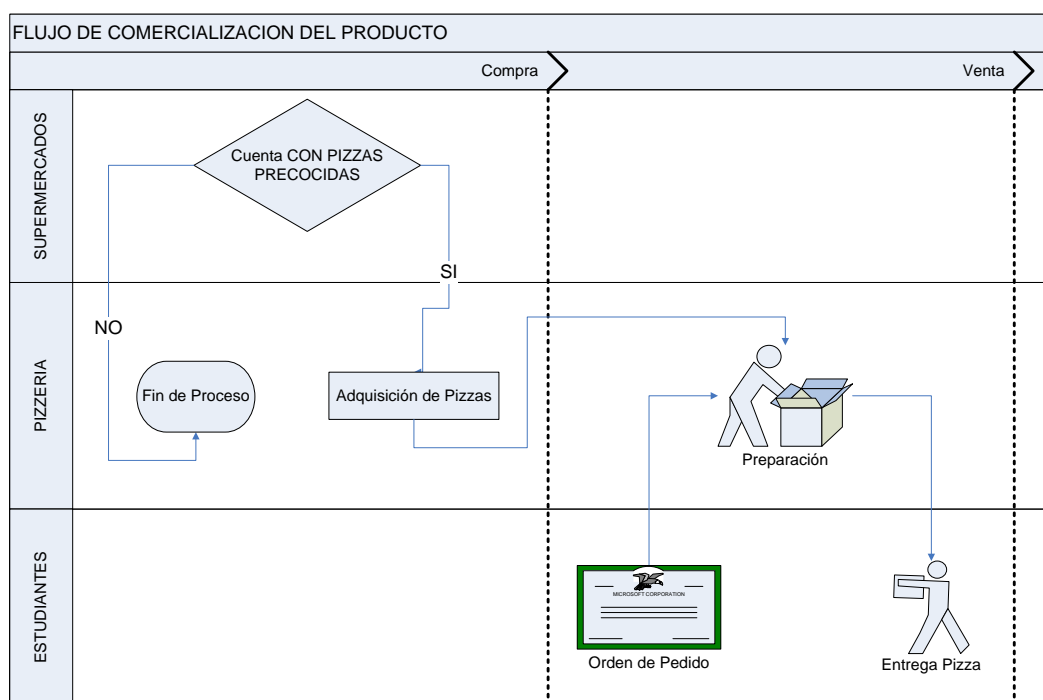
Elaboración: Autores

El requerimiento de pizzas se lo obtiene de las encuestas, de tal forma que el requerimiento anual de porciones de pizzas es de 107.529 unidades.

Propuesta estratégica de comercialización del servicio

Flujo de comercialización del producto

El proceso de comercialización que se implementará en el proyecto es la de abastecerse de pizzas precocidas en forma directa del distribuidor de las mismas y luego realizar la venta a los consumidores finales, siendo este mecanismo el canal de comercialización que se adoptará en la empresa.



El precio de una porción de pizza individual se lo establecerá en \$2.5 USD, se ha determinado éste valor por el resultado de las encuestas.

El esquema de comercialización se lo realizará en el local ubicado en la calle Cristóbal Sandoval donde se atenderá a los clientes.

Diagnóstico Situacional

Análisis Interno

Fortalezas

Contar con productos precocidos.
Cercanía la mercado consumidor.

Debilidades

Ser un negocio especializado y no generalizado

Análisis Externo

Oportunidades

Opción de servicio para llevar
Ambiente seguro

Amenazas

No contar con el personal idóneo en el sector de Chaupicruz.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

Realizar campañas de publicidad y promoción en la Parroquia de Chaupicruz que permitan difundir el tipo de servicio ofertado.

Degustaciones periódicas en forma gratuita en los colegios.

Generar una base de datos la misma que permita identificar las características de nuestros clientes potenciales.

Considerar cierto tipo de descuento dependiendo de la cantidad y frecuencia de pedidos.

CAPITULO III

ESTUDIO TECNICO

Objetivo General

Determinar los aspectos técnicos que garanticen el buen funcionamiento del proyecto.

Objetivos Específicos

- ❖ Determinar el tamaño óptimo del proyecto.
- ❖ Determinar la localización adecuada para el proyecto.
- ❖ Describir los procesos para el servicio
- ❖ Determinar la estructura administrativa y legal adecuada para el proyecto.

Tamaño Optimo del Proyecto

Para determinar los factores del tamaño del proyecto tenemos que basarnos en el estudio de mercado realizado anteriormente y uno de los factores importantes es la demanda del proyecto.

Existen dos tipos de capacidad productiva para determinar el tamaño óptimo del proyecto: TEORICA y REAL. La primera se refiere a la cantidad a comercializar en un escenario de mundo perfecto sin adversidades, en cambio en la segunda se

ubica la comercialización real con varios problemas a presentarse como por ejemplo:

- Demora en el proceso de adquisición de pizza precocida.
- Problemas de transporte al momento adquirir el producto.

Cuadro No. 10 Tamaño del Proyecto

Año	Para Llevar	Sevicio	Tamaño
2007	75.378	12.000,00	87.378
2008	75.378	12.000,00	87.378
2009	75.378	12.000,00	87.378
2010	75.378	12.000,00	87.378
2011	75.378	12.000,00	87.378

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autores

El tamaño del proyecto está determinado en función de la demanda insatisfecha y de acuerdo a los resultados de la encuesta sobre tipo de pedido. El 70.1% requiere para llevar, además el local tiene capacidad para atender a 50 personas diarias lo que hace un total del 12.000 pedidos en local al año y 75.378 pedidos para llevar. El Tamaño del proyecto es de 87.378 pizzas individuales al año.

LOCALIZACION DEL PROYECTO

Macro localización:

Siendo el Ecuador un país que cuenta con cuatro regiones naturales cada una con una diversidad tanto en clima como en vegetación, determinan que existan costumbres propias en cada una de ellas principalmente para mantener un adecuado medio ambiente. Con esta visión en la Región Sierra dentro de la Provincia de Pichincha donde se encuentra la Capital de la República.

POSIBLES SITIOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO

SITIO # 1	
PAIS:	ECUADOR
PROVINCIA:	PICHINCHA
CANTON:	QUITO
PARROQUIA:	Chaupicruz
DIRECCION:	Cristóbal Sandoval y Brasil

SITIO # 2

PAIS:	ECUADOR
PROVINCIA:	PICHINCHA
CANTON:	QUITO
PARROQUIA:	Chaupicruz
DIRECCION:	Homero Salas y la Prensa

SITIO # 3	
PAIS:	ECUADOR
PROVINCIA:	PICHINCHA
CANTON:	QUITO
PARROQUIA:	Chaupicruz
DIRECCION:	Manuel Valdivieso y Brasil

DETERMINACION DE LA LOCALIZACION OPTIMA

Para poder conocer la localización óptima se ha realizado el estudio de los tres sitios estratégicos indicados anteriormente.

Se analiza continuación los factores de localización con sus puntajes respectivos.

Cuadro 11: Tabla de factores de localización para la localización de una Pizzeria en el Norte de Quito

TABLA DE CATEGORÍAS DE LOS FACTORES DE LOCALIZACION	
CATEGORIA DEL FACTOR	PESO O IMPORTANCIA RELATIVA %
FACTORES CRITICOS O IMPRESCINDIBLES	64,00 %
Cercanía al Mercado consumidor	15,00 %
Disponibilidad de transporte	10,00 %
Disponibilidad de energía eléctrica	14,00 %
Cercanía a supermercados de abastecimiento	10,00 %
Seguridad	15,00%
FACTORES NO CRITICOS O IMPORTANTES	25,00 %
Disponibilidad de servicio telefónico (Internet)	15,00 %
Disponibilidad de Mano de Obra	10,00 %
FACTORES COADYUVANTES O ADICIONALES	11,00 %
Existencia de Servicios bancarios	11,00 %
Fuente: Manual de Preparación y Evaluación de Proyectos / Ecdon, Rodrigo Sáenz	

Elaboración: Autores

Factores Críticos o Imprescindibles

- **Cercanía al mercado consumidor:** Constituye parte imprescindible para el proyecto, por lo que si no existe acceso fácil los clientes que solicitan el servicio no podrán llegar al local.
- **Disponibilidad de transporte:** Si no hay alternativas de trasporte los clientes de la empresa de alquiler no podrán acceder con facilidad al local, al igual los trabajadores del mismo.
- **Disponibilidad de energía eléctrica:** Es imprescindible para el funcionamiento de algunos equipos luz de 220.

- **Cercanía a supermercados de abastecimiento:** El local se abastecerá de pizzas y gaseosas las mismas que se expenden en supermercados.

Factores no Críticos o Importantes

- **Disponibilidad de servicio telefónico:** Es muy importante para poder realizar los contactos de negocios o consultas con el proveedor.
- **Disponibilidad de Mano de Obra:** Se requiere personal que viva cerca para evitar retrasos a la hora de entrada al local.

Factores Coadyuvantes o Adicionales

Disponibilidad de servicios bancarios: Necesario al momento de realizar los depósitos diarios.

A continuación se calificará según su importancia desde el uno al diez, siendo éste último el de mayor peso.

Cuadro 12: Tabla del puntaje de los factores de localización

TABLA DEL PUNTAJE DE LOS FACTORES DE LOCALIZACION			
CATEGORIA DEL FACTOR	PUNTAJE EN	PUNTAJE EN	PUNTAJE EN
	SITIO 1	SITIO 2	SITIO 3
FACTORES CRITICOS O IMPRESCINDIBLES	41	28	26
Cercanía al mercado consumidor	10	6	5
Disponibilidad de transporte	9	7	6
Disponibilidad de energía eléctrica	9	5	7
Cercanía a Supermercados de abastecimiento	8	6	4
Seguridad	5	4	4
FACTORES NO CRITICOS O IMPORTANTES	16	11	10
Disponibilidad de servicio telefónico (Internet)	8	6	5
Disponibilidad de Mano de Obra	8	5	5
FACTORES COADYUVANTES O ADICIONALES	8	7	8
Existencia de Servicios bancarios	8	7	8
TOTAL	65	46	44

Fuente: Manual de Preparación y Evaluación de Proyectos / Sappag Chain

Elaboración: Autores

Como se puede apreciar el sitio óptimo es el número uno, puesto que en el se obtuvo el mayor puntaje 65.

Por lo tanto la ubicación óptima para la implementación del proyecto es la calle Cristóbal Sandoval y Brasil

Ingeniería del Proyecto

Para brindar el servicio, el proyecto se tiene que dotarse equipos que sirvan para brindar oportunamente el servicio.

Maquinaria y Equipos

A continuación se detalla la maquinaria con la que el proyecto contará.

MAQUINARIA Y EQUIPO	VALOR \$
Enfriador	990.84
Horno	3,599
Microondas	206.03
Dispensador	820
Mostrador Panorámico	799.31
Congelador	630
Total	7,045

Otros

Los complementos para llevar a cabo la Pizzería son: estanterías, computadora, muebles y enseres, que consisten en 20 mesas con tres sillas cada una. Por un valor de \$100 dólares, la mantelería tiene un valor de \$500.

A continuación se detallan los valores

Cuadro No. 19 Otros Activos

Activo	Valor
COMPUTADOR	1,833.89
ESTANTERIAS	800
MUEBLES Y ENSERES	2,500

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Autores

Procesos del Proyecto

El proceso del proyecto esta dividido en dos: Servicio y entrega para llevar.

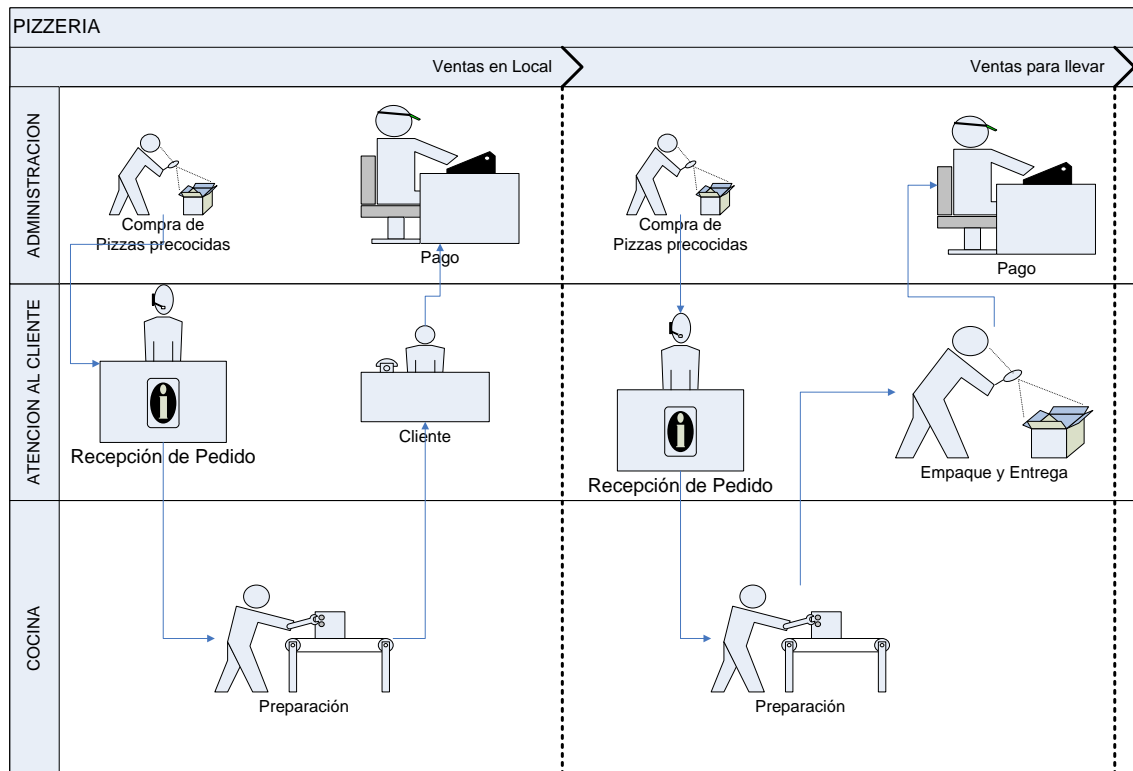
Fase de Servicio en Local

El departamento administrativo se abastece de pizzas y gaseosas. El cliente realiza el pedio y cocina se encarga de preparar.

Fase de Entrega para llevar:

El departamento administrativo se abastece de pizzas y gaseosas. El cliente realiza el pedio y cocina se encarga de preparar y el ayudante se encarga de empaquetar y entregar.

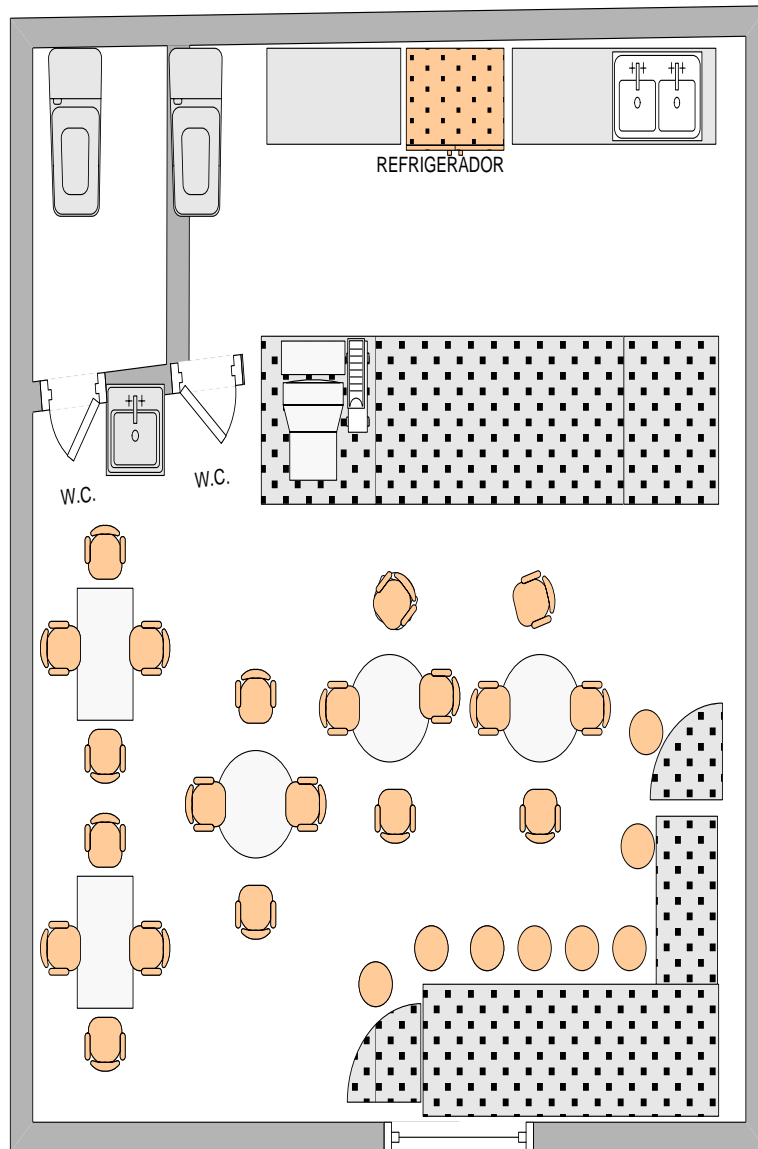
A continuación se presenta el flujograma de procesos.



Distribución de la planta y espacio físico

La distribución del espacio físico constará: de un área destinada a cocina, otra para atención al cliente.

Distribución de la Planta



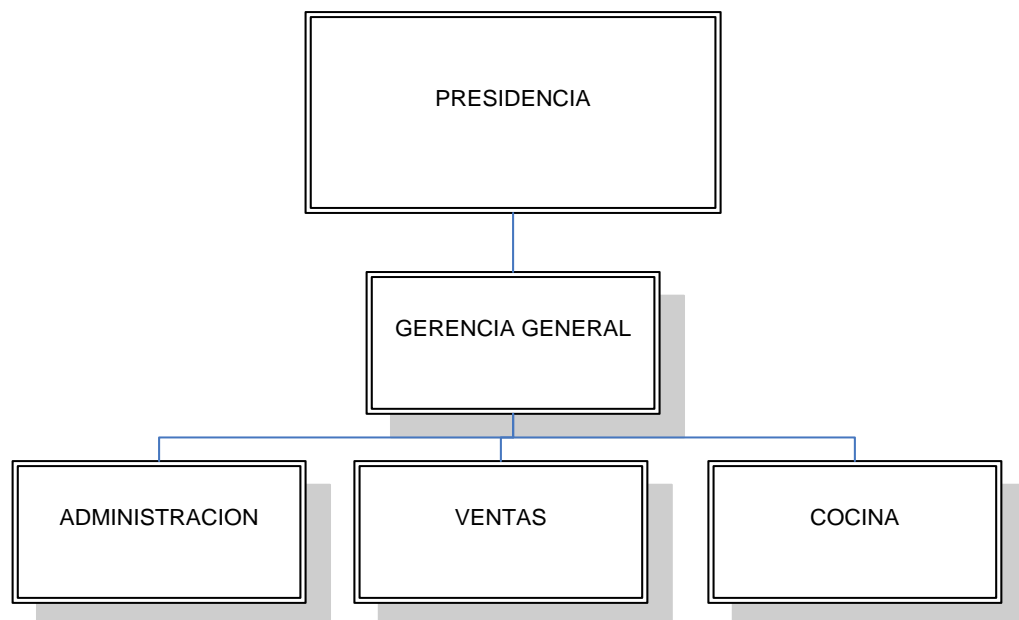
As

Aspectos Administrativos

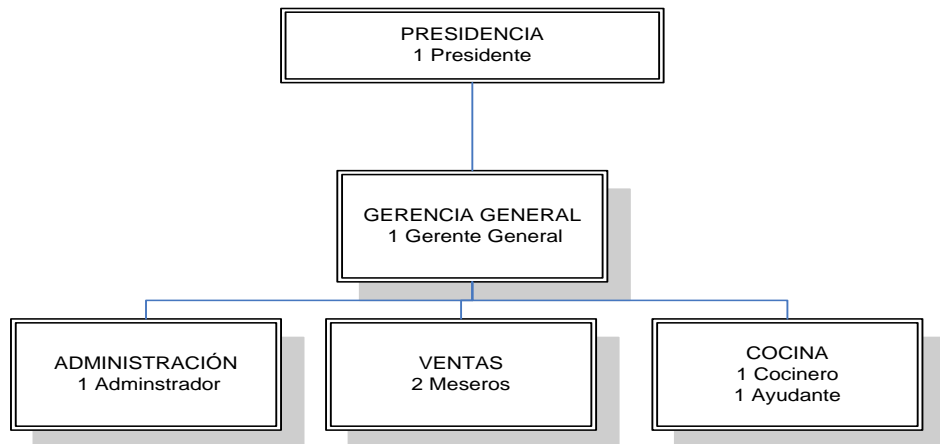
El presente proyecto se constituirá como una empresa de responsabilidad limitada, en la cual intervendrán tres socios, que solamente responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y ejercen la actividad comercial bajo una razón social.

La estructura organizacional es la siguiente:

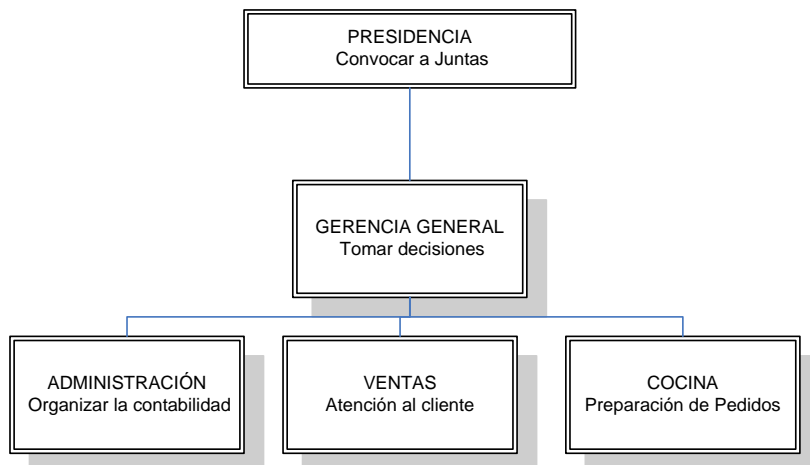
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ORGANIGRAMA POSICIONAL



ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Marco Legal

Una Compañía de Responsabilidad Limitada debe reunir los siguientes requisitos:

- *Nombre:* En este tipo de compañías la razón social deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

- *Solicitud de aprobación:* Se debe presentar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía y adjuntar la solicitud suscrita por el abogado, con lo que se pide la aprobación del contrato constitutivo al Superintendente de Compañías o a su delegado.

- *Número mínimo y máximo de socios:* La compañía se constituirá con tres socios como mínimo o con un máximo de quince; sin embargo, si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá disolverse o transformarse en otra clase de compañía.

- *Capital mínimo:* El capital mínimo es cuatrocientos dólares, el cual será suscrito íntegramente o se cancelará al menos en el 50% del valor nominal al momento de la constitución de la compañía.

Constitución de una Compañía

Se debe realizar los siguientes trámites para constituir una compañía:

- Establecer la Razón Social de la empresa, para lo cual se debe seleccionar tres opciones para enviarlas a la Superintendencia de Compañías con la finalidad de verificar en la base de datos la no existencia de un nombre similar.

- Elaborar los estatutos de acuerdo a la Ley con un abogado, en los que conste el nombre la empresa, objeto, duración, actividad, capital, etc.
- Enviar el primer borrador de los estatutos a la Superintendencia de Compañías para su revisión.
- Una vez analizados y aprobados los estatutos de la empresa se procede al levantamiento de escritura pública, para lo cual se requiere abrir la cuenta de Integración de Capital como Compañía de Responsabilidad Limitada.
- Al cabo de estos trámites se acude a la Superintendencia de Compañías y se solicita el extracto para realizar la publicación en la prensa.
- Una vez realizada la publicación por la prensa, se emite la respectiva resolución de constitución de la compañía de responsabilidad limitada.
- Inscripción de la empresa en la Cámara de Comercio de Quito.
- Pago de la patente en el Municipio Metropolitano de Quito.
- Inscripción de la constitución de la compañía y nombramientos del gerente y presidente en el Registro Mercantil.
- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la compañía en la Superintendencia de Compañías o en el Servicio de Rentas Internas.

Requisitos exigidos por la Superintendencia de Compañías

La Superintendencia de Compañías exige a las sociedades sujetas a su control los siguientes requisitos:

- Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal.
- Original de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades.
- Original del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrolla la actividad de la sociedad, puede ser una planilla de: servicio eléctrico, teléfono, agua o contrato de arrendamiento.

Requisitos legales

Los requisitos legales para el funcionamiento de una empresa de alquiler son los siguientes:

Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

1. Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

2. Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en éste. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguiente de ocurrido el hecho que produjo el cambio.

Todos los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes se realizan en las oficinas del Servicio de Rentas Internas.

Permiso de Funcionamiento

El Permiso de Funcionamiento expide el Ministerio de Salud Pública a través de la Dirección Provincial de Salud y el Departamento de Control Sanitario de Pichincha. Este permiso es otorgado luego de un control previo de las instalaciones.

Permiso Sanitario

El Permiso Sanitario es emitido por el Ministerio de Salud Pública por medio de la Dirección General de Salud, en el cual consta el número de registro sanitario asignado con el que se puede funcionar un negocio de este tipo.

Inspección y Certificación de Establecimientos

La Inspección y Certificación de Establecimientos es emitida por la Dirección Provincial de Salud en el Departamento de Control Sanitario. Cabe indicar que es indispensable presentar el Permiso de Funcionamiento y el Certificado de Registro Sanitario.

Patente Municipal

El Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la patente y por consiguiente, el pago del impuesto (Art. 381), para todos los comerciantes e industriales que funcionan dentro de los límites del Distrito Metropolitano, así como los que ejerzan cualquier actividad económica.

La patente anual se obtendrá dentro de los treinta días siguientes al final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año.

Por el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto mensual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, valores y ubicación del negocio.

Registro de Funcionamiento

El registro de funcionamiento es otorgado por el Ministerio de Turismo.

Los requisitos y formalidades para el registro son las siguientes:

- Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Fotocopia de cédula de identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o extranjera.
- Fotocopia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar la razón social.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano del Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, Av. República y Av. Diego de Almagro (EDIF. FORUM 1er. Piso).
- Copia del Certificado de votación.

- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado del Inquilinato.
- Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia).

Clave Patronal

La clave patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:

- Contratos de Trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- Cédula de Identidad del representante de la compañía.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la compañía.

Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliarse a cada uno de los trabajadores.

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

Objetivo General

Determinar la viabilidad del proyecto.

Objetivos Específicos

- Obtener el Flujo de Caja.
- Obtener los indicadores de rentabilidad del proyecto.

El análisis financiero es la parte básica de cualquier proyecto, ya que permite conocer tanto el monto de los recursos económicos necesarios para la implementación del proyecto como los costos en las operaciones y de igual forma la rentabilidad que puede dar dicho proyecto.

Presupuesto de Inversiones

Un presupuesto es una estimación anticipada de los ingresos y egresos de cualquier actividad económica a realizarse. Por lo tanto la elaboración de un presupuesto es de vital importancia para determinar si un proyecto puede generar la rentabilidad esperada.

La decisión de llevar adelante un proyecto comprende asignar a su ejecución una cantidad de recursos necesarios para la instalación del proyecto y para el periodo de funcionamiento.

Los recursos para la instalación comprende el capital fijo y los recursos que se requieren para el funcionamiento que constituyen el capital de trabajo o circulante.

En la elaboración de los presupuestos para el presente proyecto se ha tomado en cuenta la información recopilada en capítulos anteriores, y que involucra básicamente los requerimientos de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Cuadro No. 20 Inversiones del Proyecto

INVERSIONES	VALOR	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS	12.179	33,16%
COMPUTADOR	1.834	4,99%
ESTANTERIAS	800	2,18%
MUEBLES Y ENSERES	2.500	6,81%
MAQUINARIA Y EQUIPO	7.045	19,18%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gasto de constitución	2.000	5,45%
CAPITAL DE TRABAJO		
EFFECTIVO	22.550	61,40%
TOTAL INVERSIONES	36.729	100,00%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Las inversiones totales representan los activos fijos, diferidos y capital de trabajo, esto suma \$36.729.

Cuadro No. 21 Depreciaciones y Valor Residual

PORCENTAJES DE DEPRECIACIONES Y VIDA UTIL DE LOS ACTIVOS FIJOS	VALOR %
COMPUTADOR	33,33%
ESTANTERIAS	10,00%
MUEBLES Y ENSERES	10,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	10,00%
VALORES RESIDUALES DE LOS ACTIVOS Y DEL CAPITAL DE TRABAJO :	VALOR
COMPUTADOR	30,00%
ESTANTERIAS	30,00%
MUEBLES Y ENSERES	30,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	30,00%
CAPITAL DE TRABAJO (PORCENTAJE DEL VALOR AL QUINTO AÑO)	80,00%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

A continuación se presenta el capital de trabajo para 30 días de servicios.

Cuadro No. 22 Cálculo del Capital de Trabajo

CONCEPTO	PRIMER AÑO
NECESIDAD DE EFECTIVO	
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS EN ESTADO DE P. Y G.	269.941
PAGOS DE CAPITAL DE LA DEUDA	2.000
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	1.341
REQUERIMIENTO DE EFECTIVO ANUAL	270.599
REQUERIMIENTO DE EFECTIVO 30 Días	22.550

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

PRESUPUESTO DE OPERACIONES

Los presupuestos de operaciones del proyecto se sustentan básicamente en la venta del servicio, definiendo en primer lugar el servicio y la demanda que va a ser captada, análisis que fueron hechos en el estudio del mercado y cuyo propósito es el de establecer tanto los ingresos como egresos que tendrá la empresa.

Políticas de precios

Los precios que se van a establecer en el servicio que se va a ofrecer estará de acuerdo a ciertos factores que inciden directamente para la determinación de dicho valor a cambio de los servicios que se va a ofrecer.

Los precios crecerán en una tasa del 2.97% que es la tasa de inflación anual. A continuación, se observa las proyecciones:

Cuadro No.23 Proyección Demanda y Precios

CONCEPTO	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
SERVICIOS	174.755	174.755	174.755	174.755	174.755
Pizza	87.378	87.378	87.378	87.378	87.378
Bebidas	87.378	87.378	87.378	87.378	87.378

: VENTAS TOTALES	305.821	316.062	326.647	337.589	348.899
Pizza	87.378	87.378	87.378	87.378	87.378
Precio	2,5	2,6	2,7	2,8	2,9
Total	218.444	226.089	234.002	242.193	250.669
Bebidas	87.377,52	87.377,52	87.377,52	87.377,52	87.377,52
Precio	1,00	1,03	1,06	1,09	1,12
Total	87.377,52	89.972,63	92.644,81	95.396,37	98.229,64

COSTO DEL SERVICIO	144.172,90	148.454,84	152.863,94	157.404,00	162.078,90
Pizza	87.378	87.378	87.378	87.378	87.378
Costo unitario	1,30	1,34	1,38	1,42	1,46
Total	113.591	116.964	120.438	124.015	127.699
Bebidas	87.378	87.378	87.378	87.378	87.378
Costo unitario	0,35	0,36	0,37	0,38	0,39
Total Costos	30.582	31.490	32.426	33.389	34.380

SUMINISTROS	69.902	74.051	78.446	83.103	88.035
Individuales servilletas envolturas	87.378	89.973	92.645	95.396	98.230
COSTO UNITARIO	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autores

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias muestra los ingresos y los costos para el proyecto, los costos del proyecto tienen un crecimiento del 2.97% que es igual al índice de inflación anual. Los parámetros para el análisis son los siguientes:

Cuadro No. 24 Parámetro para las proyecciones

COSTOS UNITARIOS EN EL PRIMER AÑO DE OPERACION	VALOR
% DE CRECIMIENTO DEL COSTO DEL SERVICIO	2,97%
% DE CRECIMIENTO DE LA MOD	2,00%
% DE CRECIMIENTO DE LOS SUMISTROS	2,97%
PROVISION PARA IMPREVISTOS EN EL COSTO DE PRODUCCION	VALOR
% DE IMPREVISTOS	2,00%
VIDA UTIL DEL PROYECTO	VALOR
ANOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO	5,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autores

Cuadro No. 25 Parámetro para las proyecciones

GASTOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO. PRIMER AÑO	VALOR
GERENTE	1.000,00
ADMINISTRADOR	800,00
COCINERO	350,00
MESERO	300,00
AYUDANTE	250,00
	VALOR
GERENTE	1
ADMINISTRADOR	1
COCINERO	1
MESERO	2
AYUDANTE	1
OTROS DATOS RELEVANTES	
CANON DE ARRENDAMIENTO DEL LOCAL	600,00
% DE PROVISION DE IMPREVISTOS: GASTOS DE PUBLICIDAD	3,00%
% DE CRECIMIENTO EN EL CANON ANUAL DE ARRENDAMIENTO	2,97%
PLAZO DE LA DEUDA (AÑOS)	5,00
TASA NOMINAL ANUAL DE INTERES	10,61%
REQUERIMIENTOS DE SALDO DE SEGURIDAD EN CAJA (DIAS)	30,00
RIESGO PAIS	7,25%
PRIMA POR RIESGO DEL CAPITAL PROPIO ASIGNADA POR EL INVERSIONISTA	5,16%
COSTO NOMINAL TOTAL DE LOS RECURSOS PROPIOS	12,41%
TASA DE PARTICIPACION LABORAL	15,00%
TASA DE IMPUESTO A LA RENTA	25,00%
TASA IMPOSITIVA	36,25%

Fuente: Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec

Elaboración: Autores

En base a los parámetros a continuación se presenta el Balance de Pérdidas y Ganancias;

Cuadro No. 26 Estado de Pérdidas y Ganancias

CONCEPTO	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
VENTAS NETAS	305.821	316.062	326.647	337.589	348.899
COSTO DE PRODUCCION	258.237	267.466	277.005	286.950	297.322
COSTO SERVICIO	144.173	148.455	152.864	157.404	162.079
COSTOS	114.064	119.011	124.141	129.546	135.243
MATERIALES Y SUMINISTROS	69.902	74.051	78.446	83.103	88.035
MANO DE OBRA	36.000	36.720	37.454	38.203	38.968
ENERGIA ELECTRICA	2.621	2.699	2.699	2.699	2.699
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION	611	611	611	611	611
DEPRECIACION ESTANTERIA	80	80	80	80	80
DEPRECIACION MUEBLES	250	250	250	250	250
AMORTIZACION ESTUDIO DE FATIBILIDAD	400	400	400	400	400
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO	704	704	704	704	704
PROVISION PARA IMPREVISTOS	3.495	3.495	3.495	3.495	3.495
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	47.584	48.596	49.643	50.639	51.577
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	12.443	12.656	12.877	13.103	13.337
ALQUILER DE LOCAL	7.200	7.414	7.634	7.861	8.094
PROVISION PARA IMPREVISTOS PUBLICIDAD	5.243	5.243	5.243	5.243	5.243
UTILIDAD EN OPERACION	35.142	35.940	36.766	37.535	38.240
INTERESES O GASTOS FINANCIEROS	1.061	849	637	424	212
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LABORAL	34.081	35.091	36.129	37.111	38.028
15 % DE PARTICIPACION LABORAL	5.112	5.264	5.419	5.567	5.704
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	28.969	29.827	30.710	31.544	32.324
25 % DE IMPUESTO A LA RENTA	7.242	7.457	7.677	7.886	8.081
UTILIDAD NETA	21.726	22.370	23.032	23.658	24.243

Fuente: Estudio Financiero Elaboración: Autores

El estado de pérdidas y ganancias muestra ganancias desde el primer año de operación, las ganancias netas van desde \$21.72 hasta \$24.243.

Tasa de descuento

La tasa de descuento es la tasa que nos servirá para traer a valor presente los flujos de caja proyectados, de esta manera obtener el VAN y TIR.

Para el cálculo de la tasa de descuento se observa la participación porcentual del Capital Propio y del Financiamiento y del costos de los mismos como se observa a continuación.

Cuadro No. 27 Tasa de descuento

CONCEPTO	VALOR MILES DE \$	% DE PARTICI- PACION 1	TASA NOMINAL DE INTERES 2	Tasa de descuento
PASIVO DE LARGO PLAZO	10.000	27,12%	10,61%	2,88%
CAPITAL SOCIAL	26.879	72,88%	12,41%	9,04%
TOTAL DEL FINANCIAMIENTO	36.879	100,00%	Kp	11,92%

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autores

La tasa de descuento es de 11.92%, se la obtiene considerando que el costo del financiamiento es de 10.61%, es decir la tasa activa efectiva del sistema bancario, el costo del capital propio corresponde a la sumatoria del riesgo país y la prima al riesgo del capital propio que se pueden ver en los parámetros.

Flujo de Caja

El flujo de caja muestra los entradas y salidas verdaderas de efectivo para el proyecto, es la base para el cálculo del VAN y TIR.

Cuadro No. 28 Flujo de caja

CONCEPTO	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
UTILIDAD EN OPERACIÓN	35.142	35.940	36.766	37.535	38.240
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	1.341	1.341	1.341	1.341	1.341
PARTICIPACION LABORAL	5.112	5.264	5.419	5.567	5.704
IMPUESTO A LA RENTA	7.242	7.457	7.677	7.886	8.081
INVERSIONES DE REPOSICION Y MANTENIMIETO			1.834		
VALOR RESIDUAL DE LOS ACTIVOS FIJOS					3.654
VALOR RESIDUAL DEL CAPITAL DE TRABAJO					18.160
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NOMINAL	24.128,61	24.560,39	23.176,33	25.423,89	47.609,98
TASA PERTINENTE DE DESCUENTO (EN %)	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12
VALOR ACTUAL DE LOS FLUJOS DE CAJA	21.558	19.607	16.531	16.202	27.110
FLUJOS DE CAJA ACUMULADOS	21.558	41.165	57.696	73.899	101.008
SUMA DE LOS FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS	101.008	PROYECTO RENTABLE?			
INVERSION DEL PROYECTO	36.879				
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	64.130	SI			
RELACION BENEFICIO / COSTO (B/C)	2,74	SI			
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) (%)	63,50%	SI			
PERIODO REAL DE RECUPERACION (AÑOS)	1,72	SI			

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autores

El Flujo de Caja parte de la utilidad operativa del Balance de pérdidas y ganancias, suma las depreciaciones y las amortizaciones. Toma en cuenta las reposiciones de activos fijos en este caso corresponde cada tres años para reponer los equipos de cómputo ya que su vida útil es de tres años.

Además se toma en cuenta los valores residuales de los activos fijos, este valor corresponde al valor en el mercado que estos bienes tendrán al final de la vida útil del proyecto para este caso se considera recuperar el 30% del valor en libros. También se considera el valor residual del capital de trabajo, al ser dinero en efectivo al final de los 5 años se recupera el 80%.

Indicadores de Rentabilidad

Valor Actual Neto

El VAN mide la ganancia neta generada por el proyecto a través de su vida útil, en este caso el VAN es de \$64.130, lo que indica que el proyecto es rentable

$$VAN = (Inversión\ Inicial) + \frac{FC_1}{(1 + td)^1} + \frac{FC_2}{(1 + TD)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1 + TD)^n}$$

Tasa Interna de Retorno

La TIR es la tasa de ganancia generada por el proyecto en su vida útil, se la compra con la tasa de descuento para determinar si el proyecto es rentable.

LA TIR del proyecto es de 63.50% superior al 11.92% de la tasa de descuento por lo tanto el proyecto es rentable.

Relación Beneficio Costo

La Relación Beneficio costo mide el beneficio por cada dólar invertido, en este caso es de \$2.74 es decir que por cada dólar invertido la ganancia es de \$1.74. Este valor se lo obtiene al dividir los flujos de caja actualizados para la inversión.

$$B/C = \frac{\text{Flujos Netos Descontados}}{\text{Inversión}}$$

Periodo de Recuperación

El período de recuperación se refiere a describir el tiempo que se demora en recuperar la inversión tomando en cuenta los flujos de Caja descontados, el proyecto recupera la inversión en un año nueve meses.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio describe el valor mínimo donde se cubren con los ingresos los costos, es decir no existe ni ganancia ni pérdida. Para el proyecto el punto de equilibrio es \$186.460,74 para el primer año lo que representa que con el 60.97% de las ventas se cubren los costos para el primer año, los siguientes años este porcentaje disminuye como se observa a continuación.

La fórmula para obtener el punto de equilibrio en dólares es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{INGRESO}}}$$

Cuadro No. 29 Punto de Equilibrio en Dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
Dólares	\$186.460,74	\$188.936,96	\$191.484,38	\$194.104,64	\$196.799,41
COMO PORCENTAJE DE LA	60,97%	59,78%	58,62%	57,50%	56,41%
MARGEN DE SEGURIDAD EN	39,03%	40,22%	41,38%	42,50%	43,59%

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autores

Indice de Cobertura de la Deuda

El índice de cobertura muestra la capacidad del proyecto para cubrir sus obligaciones con terceros, y se lo obtiene a partir de los flujos de caja nominales generados por el proyecto para el dividendo correspondiente a cada año, si el resultado es mayor a uno el proyecto tiene la capacidad de cubrir los dividendos con los flujos. En este caso todos los años son muy superiores a uno.

Cuadro No. 31 Indice de Cobertura

CONCEPTO	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
FLUJO NETO DE CAJA NOMINAL (1)	24.129	24.560	23.176	25.424	47.610
PAGOS DE LOS INTERESES	1.061	849	637	424	212
PAGOS DEL CAPITAL	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
DIVIDENDO TOTAL	3.061	2.849	2.637	2.424	2.212
INDICE DE COBERTURA	7,88	8,62	8,79	10,49	21,52
PROYECTO VIABLE?	SI	SI	SI	SI	SI

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: Autores

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Del estudio financiero se puede concluir que el proyecto es rentable para los inversionistas, ya que genera un VAN positivo, la TIR es superior a la tasa de descuento, el índice de cobertura de la deuda y la relación costo beneficio son superiores a uno, y el proyecto se recupera en el primer año nueve meses.

Se concluye que el proyecto posee demanda insatisfecha por lo que es factible su puesta en marcha con el proceso productivo especificado y la localización óptima especificada.

En el proceso del servicio los costos son relativamente bajos, por lo que un incremento en los costos de la materia prima no afecta significativamente los ingresos del proyecto.

Recomendaciones

De acuerdo con todos los indicadores el proyecto es rentable por lo que se recomienda su puesta en marcha.

Bibliografía

CARDENAS T., Fabio.- Proyectos Turísticos, Localización e Inversión, Editorial Trillas, México

EDICIONES LEGALES; Código Tributario, Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno; Software.

GRUPO EDITORIAL BIBLIOGRAF, Diccionario Manual Ilustrado de la Lengua Española VOX; Ediciones Bibliograf S.A., Junio 1996, Barcelona, España

GAZA TREVIÑO, Juan Gerardo, Administración Contemporánea, Segunda Edición, McGraw- Hill Interamericana, 2001, Colombia

PRODUGUIAS, Guía Informativa 2005 QUITO Distrito Metropolitano y sus Parroquias, 2006, Quito

IRWIN, Administración una ventaja competitiva, McGraw-Hill, 4ta edición, 1999, México

LAWRENCE, J. Gitman, Principios de Administración Financiera;, Prentice Hall, Octava Edición, 2000, México

SÁNCHEZ CARRIÓN, Gilberto Lcdo, La Tablita Dolarizada 2003; No. 2, 2003, Quito.

SAPAG CHAIN, Nassir, Reinaldo; Preparación y Evaluación de Proyectos; McGraw – Hill, Tercera Edición, México

REGISTRO OFICIAL, No. 25, Tablas de Remuneraciones Básicas Unificadas
Mínimas Sectoriales; 19 de Febrero del 2003, Quito

WILLIAM J. Stanton, Fundamentos de Marketing; McGraw – Hill /
Interamericana Editores S.A., Onceava, 2000, México DF, México

Direcciones Electrónicas:

www.inec.com.ec. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

www.quito.gov.ec. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

ANEXOS

ANEXO # 1
ENCUESTA DESARROLLADA CON EL OBJETIVO DE DETERMINAR
LA DEMANDA Y OFERTA ACTUAL SOBRE UN LOCAL
ESPECIALIZADO EN LA VENTA DE PIZZA:

1. Usted conoce donde se podría consumir pizzas de calidad a un bajo precio con respecto a las ubicadas en el sector del Aeropuerto

Che Farina

El Hornero

Ningún lugar

2. Luego de sus actividades académicas, si tuviese la posibilidad de consumir una pizza de que manera lo haría:

Se lo llevaría

En el mismo local de venta

Ninguna de las anteriores

3. Si la respuesta es afirmativa, realizar la siguiente pregunta: ¿Con qué frecuencia compraría pizza?

Diariamente

Semanalmente

1 vez al mes

4. De las siguientes opciones, cual es el precio que pagaría por porción de pizza:

De \$1 a \$ 2

De \$ 2.5 a \$ 3,5

Más de \$3,5

5. Si en la Calle Cristóbal Sandoval hubiese una pizzería, usted sería cliente del local

Si

No