



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“ANÁLISIS DE LAS FUENTES Y USOS QUE DETERMINAN
RENTABILIDAD EN LA CREACIÓN DE UNA PYME DE
PIZZA GOURMET EN EL D.M. QUITO. PERÍODO 2013”**

Realizado por:

DANIEL ENDARA SKOROVA

Director:

ECON. RODRIGO SÁENZ F.

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERO FINANCIERO

Quito, Julio del 2014

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, DANIEL ENDARA SKOROVA, con cédula de identidad número 171158331-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Daniel Endara Skorova

C.C.: 171158331-8

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME DE
PIZZA GOURMET EN EL D.M. QUITO. PERÍODO 2013”**

Realizado por:

DANIEL ENDARA SKOROVA

Como Requisito para la Obtención del Título de:

INGENIERÍA FINANCIERA

Ha Sido Dirigido por el Profesor

ECON. RODRIGO SÁENZ F.

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

Econ. Rodrigo Sáenz F.

DIRECTOR

LOS PROFESORES INFORMANTES

Los Profesores Informantes:

MIGUEL MURIEL

ALEXANDRA FERNÁNDEZ

Después de revisar el trabajo presentado,
lo han calificado como apto para su defensa oral ante
el tribunal examinador

Miguel Muriel

Alexandra Fernández

Quito, 22 de Julio de 2014

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a mi familia quienes supieron inculcarme valores y principios.

AGRADECIMIENTO

Al profesor Econ. Rodrigo Sáenz F. por su colaboración
y ayuda en el desarrollo de la tesis.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN JURAMENTADA	iii
DECLARATORIA.....	iv
LOS PROFESORES INFORMANTES	v
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN.....	i
ABSTRACT.....	ii
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 El Problema de Investigación.....	1
1.1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1.1 Diagnóstico.....	2
1.1.1.2 Pronóstico.....	4
1.1.1.3 Control de Pronóstico.....	6
1.1.2 Formulación del Problema.	6
1.1.3 Sistematización del Problema.	8
1.1.4 Objetivo General.	8
1.1.5 Objetivos Específicos.....	8
1.1.6 Justificación Práctica.....	9
1.2 Marco Teórico.....	10
1.2.1 Estado Actual del Conocimiento sobre el Tema	10
1.2.2 Adopción de una Perspectiva Teórica	13
1.2.3 Marco Conceptual	13
1.2.4 Identificación y Caracterización de las Variables.	14
CAPÍTULO II	15
MÉTODO.....	15
2.1 Nivel de Estudio.....	15
2.2 Modalidad de Investigación	15

2.3	Método	15
2.4	Población y Muestra.....	16
2.5	Selección de Instrumentos de Investigación	16
2.6	Validez y Confiabilidad de Instrumentos	16
2.7	Operacionalización de Variables.....	17
2.8	Procesamiento de Datos.	17
CAPÍTULO III.....		18
RESULTADOS.....		18
3.1	Levantamiento de Datos.....	18
3.1.1	Población y Muestra.....	18
3.1.2	Segmentación	20
3.1.2.1	Variables de Segmentación	20
3.1.2.1.1	Segmentación Geográfica.....	20
3.1.2.1.2	Segmentación Demográfica	20
3.1.2.1.2	Segmentación Conductual.....	21
3.1.3	Encuesta	21
3.1.4	Aplicación de la Encuesta	23
3.2	Presentación e Interpretación de Resultados	23
3.2.1	Resultados de la Encuesta	23
3.2.2	Demanda.....	35
3.2.3	Oferta.....	36
3.2.4	Demanda Insatisfecha (Balance Oferta-Demanda)	39
3.3.1	Aplicación de Marketing	40
3.3.1.1	Producto	40
3.3.1.1.1	Características	40
3.3.1.1.2	Diferenciación	40
3.3.1.2	Precio.....	41
3.3.1.2.1	Recomendación de Precios.....	41
3.3.1.2.2	Política de Ventas	42
3.3.1.3	Distribución.....	42
3.3.1.3.1	Localización	43
3.3.1.4	Comunicación.....	44

3.3.1.4.1. Marca.....	44
3.3.1.4.2. Slogan.....	44
3.3.1.4.3. Logotipo	44
3.3.2 Aplicación de Producción	46
3.3.2.1. Producción Estimada.....	46
3.3.2.2. Descripción del Proceso General	48
3.3.2.3. Flujogramas.....	48
3.3.2.3.1. Abastecimiento de Insumos.....	49
3.3.2.3.2. Proceso de Producción	50
3.3.2.3.3. Atención al Cliente.....	51
3.3.2.4. Maquinaria y Equipos	52
3.3.2.4.1. Equipos de Computación	52
3.3.2.4.2. Equipos de Oficina.....	52
3.3.2.4.3 Muebles de Oficina	53
3.3.2.4.4 Utensilios de Cocina.....	54
3.3.2.4.5 Maquinaria y Equipos	55
3.3.2.5. Infraestructura y distribución de las instalaciones.....	56
3.3.2.6. Materia Prima e Insumos.....	57
3.3.2.7. Selección de Proveedores.....	58
3.3.2.8. Cotizaciones y compras.....	59
3.3.3 Recursos Humanos	59
3.3.3.1. Contratación de Personal.....	59
3.3.3.2. Diseño de Organigrama.....	64
3.3.3.3. Políticas de Remuneraciones.....	65
3.3.4 Aplicación Financiera	66
3.3.4.1. Inversiones	66
3.3.4.2. Estructura del Financiamiento.....	69
3.3.4.3. Presupuesto de Ingresos	72
3.3.4.4. Costos y Gastos (Fijos y Variables)	73
3.3.4.5. Fuentes y Usos	74
3.3.4.6. Estados Financieros.....	76
3.3.4.6.1. Estado de Resultados.....	76
3.3.4.6.2. Estado de Flujo de Efectivo.....	77
3.3.4.6.3. Balance Inicial.....	78

3.3.4.7. Evaluación Financiera	79
3.3.4.7.1. Tasa de Oportunidad	79
3.3.4.7.2. VAN	80
3.3.4.7.3. TIR	81
3.3.4.7.4. PRI.....	81
3.3.4.7.5. Análisis de Sensibilidad y Riesgo	82
3.3.4.8. Punto de Equilibrio.....	83
3.3.5 Impacto Ambiental.....	85
3.3.5.1. Normas de Gestión del Ambiente	85
3.3.5.2. Importancia de la Norma.....	86
3.3.5.3. Normas de Higiene.....	86
3.3.5.4. Identificación de Impactos y Mitigación.....	88
3.3.6 Impacto Social.....	89
3.3.6.1. Generación de Fuentes de Trabajo	89
3.3.6.2. Igualdad de Género	89
3.3.7 Aspectos Legales.....	90
3.4.7.1. Requisitos de Constitución.....	90
3.4.7.2. Permisos y Limitaciones	96
3.4.7.2.1. Permiso de Bomberos.....	96
3.4.7.2.2 Patente Municipal.....	97
3.4.7.2.3 Registro Sanitario	98
3.4.7.2.4 Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas (Ministerio de Turismo).....	99
3.4.7.3 Aspectos Laborales	103
3.4.7.3.1. Código de Trabajo.....	103
3.4.7.3.2. IESS.....	104
3.4.1.3. Aspectos Tributarios	107
3.4.1.3.1. RUC.....	107
3.4.1.3.2. Documentos.....	107
CAPÍTULO IV.....	113
DISCUSIÓN	113
4.1 Conclusiones	113
4.2 Recomendaciones.....	114

BIBLIOGRAFÍA.....	116
ANEXOS.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de las PYMES	2
Tabla 2. Actividad de las Empresas.	11
Tabla 3. Número de Establecimientos de las PYMES a Nivel Nacional	12
Tabla 4. Identificación y Caracterización de las Variables.	14
Tabla 5. Operacionalización de Variables.....	17
Tabla 6. Barrios de Quito	18
Tabla 7. Pregunta 1 ¿En su familia se consume pizza?.....	23
Tabla 8. Pregunta 2 ¿Cuántas personas mayores de cinco años conforman su familia?.....	24
Tabla 9. Pregunta 3 ¿Cuántas pizzas medianas con dos ingredientes consume al mes?.....	25
Tabla 10. Pregunta 4 ¿Cuánto paga actualmente por una pizza mediana?.....	27
Tabla 11. Pregunta 5 ¿Qué marca de pizza consume, con preferencia, actualmente?	28
Tabla 12. Pregunta 6 ¿Cuál es su ingreso mensual, actualmente?	29
Tabla 13. Pregunta 7 ¿Qué ingredientes prefiere en su pizza?.....	31
Tabla 14. Pregunta 8 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pizza mediana con los ingredientes que eligió?.....	32
Tabla 15. Pregunta 9 ¿Cuántas veces al mes pide pizza a domicilio?.....	34
Tabla 16. Demanda proyectada.....	36
Tabla 17. Formulario de los Resultados de Investigación.....	38
Tabla 18. Demanda Insatisfecha	39
Tabla 19. Precios.....	41
Tabla 20. Equipos de Computación	52
Tabla 21. Equipos de Oficina	52
Tabla 22. Muebles de Oficina	53
Tabla 23. Utensilios de Cocina	54
Tabla 24. Maquinaria y Equipos	55
Tabla 25. Materia Prima Masa	57
Tabla 26. Materia Prima con dos Ingredientes (Mediana)	57
Tabla 27. Selección de Proveedores.....	58
Tabla 28. Activos Fijos	66
Tabla 29. Activos Intangibles.....	67
Tabla 30. Capital de Trabajo	68
Tabla 31. Resumen de la Inversión	68
Tabla 32. Estructura Financiera	69
Tabla 33. Tabla de Amortización.....	70
Tabla 34. Proyección de Ventas.....	72
Tabla 35. Salarios de Operación	73
Tabla 36. Resumen de Gastos Operativos.....	74
Tabla 37. Tabla de Fuentes y Usos	75
Tabla 38. Estado de Resultados Proyectados	76

Tabla 39. Estado de Flujo.....	77
Tabla 40. Balance Inicial.....	78
Tabla 41. Cálculo de la Tasa de Oportunidad	79
Tabla 42. Cálculo del VAN.....	80
Tabla 43. Cálculo del VAN.....	81
Tabla 44. Análisis de sensibilidad y riesgo	82
Tabla 45. Punto de Equilibrio	83
Tabla 46. Identificación de posibles impactos ambientales	88
Tabla 47. Requisitos de Constitución.....	90
Tabla 48. Plazos de autorización para comprobantes de venta	108
Tabla 49. Fechas de declaración del impuesto al valor agregado (IVA).....	110
Tabla 50. Obligados a llevar Contabilidad.....	111
Tabla 51. Plazos de Presentación de la Declaración	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Curva de Oferta.....	4
Figura 2. Consumo de Pizza.....	24
Figura 3. Personas mayores de 5 años por familia.....	25
Figura 4. Consumo de pizzas medianas con dos ingredientes.....	26
Figura 5. Consumo de pizzas medianas y preparadas con dos ingredientes	27
Figura 6. ¿Qué marca de pizza consume, con preferencia, actualmente?	28
Figura 7. . ¿Cuál es su ingreso mensual, actualmente?	30
Figura 8. ¿Qué ingredientes prefiere en su pizza?.....	31
Figura 9. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pizza mediana con los ingredientes que eligió?..	33
Figura 10. ¿Cuántas veces al mes pide pizza a domicilio?.....	34
Figura 11. Localización.....	43
Figura 12. Logotipo.....	45
Figura 13. Trípticos Publicitarios.....	46
Figura 14. Descripción de los procesos general	48
Figura 15. Abastecimiento de Insumos	49
Figura 16. Proceso de Producción.....	50
Figura 17. Atención al Cliente	51
Figura 18. Infraestructura de la Pizzería	56
Figura 19. El diseño del organigrama está estructurado de la siguiente manera:.....	64
Figura 20. Punto de Equilibrio	84
Figura 21. Punto de Equilibrio	84

RESUMEN

La creación de una PYME en la ciudad metropolitana de Quito tiene varias implicaciones que deben ser analizadas previa a su instalación, pues muchas pequeñas o medianas empresas fracasan por que no conocen el mercado, los requerimientos técnicos y finalmente no obtienen la rentabilidad financiera esperada, es por ello que el presente estudio ha tenido como fin analizar la viabilidad de implementación de una pequeña empresa que comercialice pizzas y determinar si la misma puede lograr una rentabilidad adecuada para sus accionistas. Para ello la investigación ha iniciado con un estudio de mercado en el cual se ha podido analizar a la competencia, sus precios, cantidades de clientes, rotación, entre otras variables que han permitido determinar los niveles de oferta y demanda en el mercado, llegándose a concluir que existe una viabilidad de ingreso al mercado. Posteriormente se ha estudiado los requerimientos técnicos que tiene la implementación de la pizzería determinándose las necesidades de personal, productivas, legales, de maquinaria y equipo y con ello pudiendo realizar la proyección financiera de la empresa de acuerdo a las estimaciones de mercado así como la capacidad existente y los referentes del mercado, determinándose finalmente que la empresa será rentable en base a la tasa mínima seleccionada, obteniéndose como indicadores de evaluación financiera un VAN positivo y una TIR del 34% mostrándose así que la empresa será rentable y que se podrá recuperar la inversión en un tiempo aproximado de 3 años y medio, resultado una potencial empresa rentable y que conviene implementar.

Palabras Claves: Pizzería, PYME, Quito, Estudio de factibilidad, rentabilidad, negocios.

ABSTRACT

For the creation of an SME in the metropolitan city of Quito has several implications that should be analyzed prior to installation, as many smaller businesses fail because they do not know the market, the technical requirements and ultimately do not get the expected financial returns, is why this study has been to analyze the feasibility of order implementation of a small company who markets pizzas and determine whether it can achieve an adequate return for shareholders. This study began with a study of the market in which it has been possible to study the competition , pricing, customer numbers , rotation, and other variables that have identified the levels of supply and demand in the market, reaching conclude that there is a viable market entry. Subsequently studied the technical requirements that must implement the pizzeria determined staffing requirements, production , legal, machinery and equipment and thus can ensure the financial projection of the company according to market estimates and the ability existing and related market finally determined that the company will be profitable based on the selected minimum rate yield as indicators of financial evaluation a positive NPV and an IRR of 34% thus showing that the company will be profitable and may recover investment in a period of approximately 3 ½ years , resulting in a potential profitable and should implement.

Keywords: Pizza, SMEs, Quito, Feasibility Study, profitability, business.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 El Problema de Investigación

1.1.1 Planteamiento del Problema

El problema inicial parte de la necesidad de determinar información real y contundente para plantear criterios de decisión que permitan elegir de manera certera si es conveniente una inversión en una empresa comercializadora de pizzas en la ciudad de Quito. Se decidió entrar en este mercado tanto porque el mercado ha mostrado resultados favorables para las franquicias internacionales que se han establecido en el país y específicamente en la ciudad de Quito y al mismo tiempo no está completamente explotado el campo de alimentación de consumo con empresas de calidad en una ciudad creciente en población y economía.

Una gran parte de las micro o pequeñas empresas que ingresan al mercado quiebran dentro de los primeros años, es por ello la importancia de realizar estudios confiables que permitan determinar la factibilidad de la implementación así como la rentabilidad proyectada.

Por otro lado, para lograr los créditos productivos a PYMES, es necesario realizar el estudio correspondiente, en los cuales se consideran a “aquellas operaciones de crédito cuyo monto por operación y saldo adeudado en créditos productivos a la institución financiera sea menor o igual a USD 200.000, otorgadas a personas naturales o jurídicas que cumplen los parámetros de definición del crédito productivo". (Metodología de la Información Estadística Mensual del Banco Central, 2011, pág. 57).

Según la Superintendencia de Compañías el 96% de las empresas registradas se consideran PYMES las cuales se clasifican según las siguientes características:

Tabla 1. Clasificación de las PYMES

	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
Número de Empleados	1-9	Hasta 49	50-199	Mayor a 200
Valor Bruto de Ventas Anuales	100.000	Hasta 1'000.000	1'000.001 a 5'000.000	Mayor a 5'000.000
Valor Activos Totales	Menor a 100.000	De 100.001 hasta 750.000	750.001 a 4'000.000	Mayor a 4'000.000

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES.

El poder de negociación de una PYME es escaso, porque al no tener gran capacidad productiva ni una participación grande en el mercado, se encuentran atadas a las condiciones de sus compradores. Esta debilidad genera competencias monopólicas y los productores se encuentran atados a las preferencias del mercado y a la competencia circundante, por lo que se da una lucha entre calidad y precio para captar la mayor cantidad de consumidores, donde se busca aumentar la calidad y disminuir los precios, lo cual genera otra problemática que requiere establecer estrategias adecuadas de precio, plaza y promoción.

1.1.1.1 Diagnóstico

La administración financiera en las PYMES siempre tiene complicaciones ya que al ser una pequeña empresa y al entrar a un mercado con empresas medianamente consolidadas, su riesgo de inversión es mayor que organizaciones que se dedican a la misma actividad productiva que llevan más tiempo en el mercado.

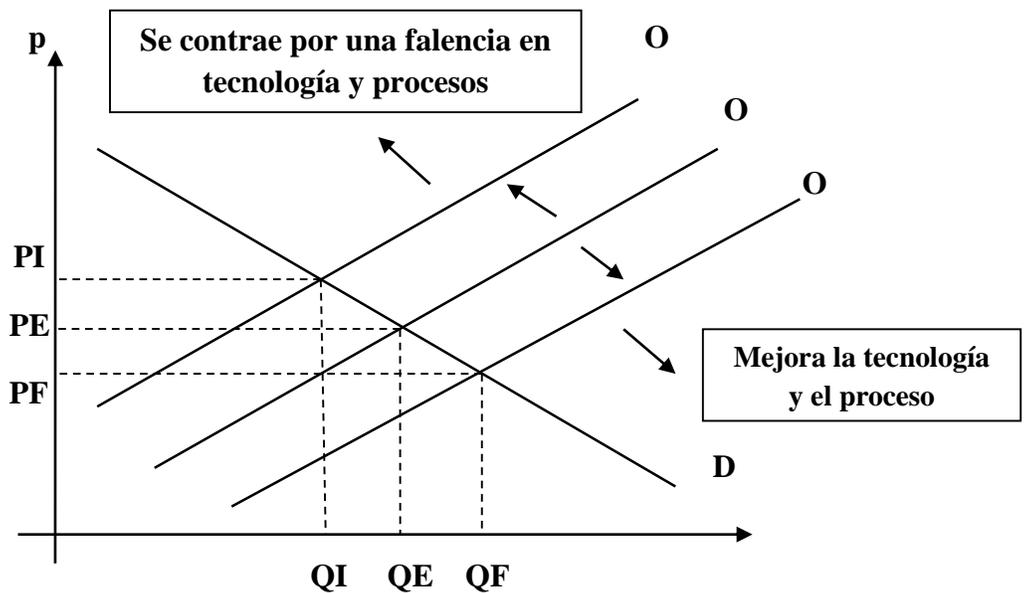
Muchas veces el personal que trabaja en las PYMES no se encuentra preparado para ostentar los cargos que se les asignen lo cual genera la necesidad de capacitación y prestar atención a los negocios y estructurarlos bien desde un inicio. De igual forma por ser empresas pequeñas es difícil monitorear el desempeño y rendimiento de las personas dentro del sistema, es por esta razón que se dificulta determinar dentro de la organización que parte del personal está fallando y no está cumpliendo con lo que se espera de él.

Los costos de los trámites de las PYMES no son tomados en cuenta y no son recuperados con una planificación financiera a lo largo del proyecto. El Estado no toma en cuenta que la gran cantidad de trámites y tiempos de espera para formalizar una empresa obstaculizan el proceso productivo causando demoras imprevistas en la conformación de la PYME, por lo que su actividad productiva se ve afectada.

En general, no existe un desarrollo de tecnología en nuestro país, por lo que las PYMES tienen que incurrir en costos más altos para traer la tecnología, pero las PYMES no poseen el capital suficiente para importar maquinaria por lo que se adaptan a tecnologías obsoletas para las condiciones con las que se trabajan en el país. Tener un conocimiento previo de cómo hacer un producto con las capacidades nacionales, daría una ventaja comparativa dentro del mercado mundial. En nuestro país los procesos son improvisados para cada uno de los sectores que incurren las PYMES. Económicamente el diagnóstico, establece que la curva de oferta de las PYMES, en el caso de las empresas que posean baja tecnología e ineficientes procesos productivos, la curva de oferta se desplazará a la izquierda lo que a su vez hará que estas empresas tengan que entrar en un precio de equilibrio más alto y una

cantidad de equilibrio menor, mientras que una empresa que tenga una mejora en tecnología y procesos productivos tendrá una expansión de la oferta lo que le permitirá entrar al mercado con un precio de equilibrio menor y con la capacidad de ofrecer una cantidad de equilibrio mayor, ya que es una empresa más eficiente, producto de las mejoras.

Figura 1. Curva de Oferta.



Elaborado por: El Autor

1.1.1.2 Pronóstico.

Dificultad para conseguir fondos: Las PYMES buscan obtener la misma cantidad de fondos de inversión que empresas con más infraestructura y consolidadas en el mercado. Podría ser difícil para ellas conseguir recursos, porque es evidente que los negocios nuevos implican más riesgo que los establecidos. Las tasas de interés que cobran los bancos y los inversionistas privados suelen ser más altas para estas empresas.

Habilidades administrativas limitadas: Los pequeños propietarios podrían carecer de la gran variedad de habilidades que se requieren para responder rápidamente a los cambios del mercado cambiante y entender el riesgo que cada modificación conlleva. Como se dijo antes, con frecuencia se carece de conocimientos en campos como las finanzas, la mercadotecnia, los impuestos y el derecho mercantil por lo que se complica conseguir un auspicio financiero. Otros tienen las habilidades técnicas, pero no la capacidad administrativa lo que lleva a la contratación de asesores que les ayudan a resolver los problemas, con lo cual incurren en costos extras que podrían ser invertidos en otros aspectos del negocio.

Onerosos reglamentos gubernamentales: En el Ecuador la creación de una empresa conlleva un gran número de trámites los cuales incluyen esperas largas y la visita a muchas entidades públicas que son las que dan permisos, regularizan, legalizan y controlan a las nuevas empresas. Esto lleva a los microempresarios en muchos casos a desistir de sus deseos de emprendimiento ya que la espera conlleva un costo el cual es muy difícil determinar en el sentido que de no se puede poner un precio al tiempo perdido por la persona al realizar los trámites. La teoría más cercana a esta explicación es la del costo de suela de zapato donde se analiza financieramente el costo del tiempo perdido entre transacciones.

Dificultades de tecnología y problemas con el know how: Las PYMES tienen dificultades en los procesos productivos porque la falta de información existente y la dificultad para conseguir asesoramiento técnico especializado para estas pequeñas empresas les obliga a llevar procesos muy básicos de producción y acoplado tecnologías obsoletas a sistemas manufactureros básicos que no permiten una organización eficiente ni eficaz, ya que en nuestro país la tecnología no se desarrolla, especialmente en el campo industrial, lo que causa dificultad en la competitividad a nivel de mercancías extranjeras.

1.1.1.3 Control de Pronóstico.

Se va a realizar un proyecto con indicadores que permitan evaluar las proyecciones de la PYME de Pizza Gourmet, donde se analice y se pueda estudiar todos los requerimientos para la implementación, el mercado y finalmente un análisis financiero concreto se pueda determinar la potencial rentabilidad de la pizzería y la optimización de recursos de la misma, lo que a su vez permitirá captar también capitales no solo de inversionistas sino también de entidades financieras. Con este estudio además se podrá establecer cuál es la mejor fuente real de financiamiento para esta PYME.

Por otra parte, en lo que respecta al personal se va a asignar las responsabilidades que competen a cada parte del personal de acuerdo a su función ya que de esta forma con una distribución del trabajo se volverían más eficientes los procesos.

En el aspecto tecnológico no se puede desarrollar nuevas tecnologías debido a que el estudio de éstas hace que se incurra en costos muy altos y en el proyecto de una PYME no se puede acarrear costos como estos, además que no se pueda parar el proyecto por un tiempo tan prolongado, pero se podrá plantear alternativas como volver eficiente los procesos productivos en función de la productividad marginal del trabajo y posibles reinversiones que permitan la compra de tecnologías externas altamente competitivas. Con crecimiento sostenible y sustentable que cree plazas de empleo y un foco de desarrollo industrial alimenticio.

1.1.2 Formulación del Problema.

Las PYMES son empresas en las que existe incertidumbre para la inversión ya que por ser una empresa que recién ingresa al mercado no es fácil determinar su proyección y

niveles de riesgo, por esto se dificulta la tarea de conseguir financiamiento o inversores. Las personas que incursionan en este campo no conocen si el negocio tiene demanda, no saben establecer un grupo objetivo, no conocen el potencial o proyecciones de rentabilidad que tendrá la empresa y por tanto la administración de estas empresas se vuelve incierta, lo cual genera que muchas empresas fracasen. Por otra parte tampoco es una fuente significativa de empleo estable, ya que muchas de estas empresas al no tener una estructura definida no optimizan sus recursos, esto también ocurre producto de una elección del segmento de mercado que no cumple con ser alcanzable, medible, sustentable y sostenible, causando de esta forma que en el largo plazo estas empresas no vean un crecimiento significativo y mermando su participación en el mercado, lo que a su vez las hace más débiles a la competencia de empresas con mejor administración e infraestructura que tienen una mayor productividad marginal por unidad de recurso invertido.

Los administradores son empíricos en su mayoría, por lo que la delegación de funciones a sus empleados evita alcanzar óptimos de producción, por otra parte la planificación financiera es simplista y se limita a decisiones empíricas e intuitivas que pueda tomar el director de una PYME. Por otro lado las decisiones se dificultan por las tecnologías utilizadas, las PYMES tienen un control de sus procesos que no les permite ser efectivos y la productividad marginal del trabajo no es la deseada.

Es por ello que mediante el presente estudio será posible disminuir la incertidumbre y minimizar los riesgos de ingreso de la empresa en el mercado.

Lo expuesto hace necesario responder a la siguiente pregunta básica: ¿Existe viabilidad y rentabilidad en la implementación de una pizzería tipo gourmet en la ciudad de Quito?

1.1.3 Sistematización del Problema.

1. ¿Cuál es la inversión inicial real que se necesita para conformar la PYME de Pizza Gourmet?
2. ¿Cuál es la demanda estimada de una PYME de Pizza Gourmet para el segmento de mercado que se enfoca?
3. ¿Cuál será la distribución de las fuentes y usos en la implementación de una PYME de Pizza Gourmet?
4. ¿Existe rentabilidad en la inversión para la creación de una PYME de pizza tipo gourmet en la ciudad de Quito?

1.1.4 Objetivo General.

Determinar si existe viabilidad y rentabilidad en la implementación de una pizzería gourmet en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.1.5 Objetivos Específicos.

1. Determinar cuál es la inversión inicial real que se necesita para conformar la PYME de Pizza Gourmet.
2. Estimar cuál es la demanda para una PYME de Pizza Gourmet para el segmento de mercado que se enfoca.
3. Identificar cuál será la distribución de las fuentes y usos en la implementación de una PYME de Pizza Gourmet.
4. Desarrollar un estudio financiero que permita establecer los requerimientos de inversión y la rentabilidad que tendrá la empresa de pizza gourmet en la ciudad de Quito.

1.1.6 Justificación Práctica.

La mayoría de personas consideran que las empresas invierten dinero en un proyecto teniendo como objetivo financiero maximizar las utilidades. Esta consideración es simplista y de corto plazo y deja de lado una apreciable cantidad de factores que condicionan la actividad empresarial, siendo los principales la evolución de la tecnología y el valor del dinero en el tiempo.

Si bien las utilidades son fundamentales, perseguir su maximización cuantitativa puede llevar al empresario a perder de vista el hecho de que a menudo se requieren hacer ciertos gastos que, siendo aparentemente no necesarios a corto plazo, se los debe hacer con el fin de adquirir, conservar o renovar equipos productivos, contratar mano de obra calificada adicional o conseguir, mediante estudios especiales, información clave y oportuna del mercado, entre otros aspectos importantes. Si no se los hace, es obvio que la utilidad del ejercicio aumente, pero de hecho se está afectando la supervivencia y la rentabilidad de la empresa en el futuro. (Rodrigo Sáenz F., 2007, pág. 12-13).

Lo que se busca con la conformación de esta PYME no es solo rentabilidad o la prosperidad de la empresa, sino también para crear fuentes de empleo donde la mano de obra sea aprovechada al máximo de sus capacidades y pueda progresar junto con la empresa en una organización común, con el objetivo de desarrollar una industria ecuatoriana competitiva que se consolide en el mercado y que desplace a productos externos que entren al país. La fortaleza de esta PYME radicará en su planeación financiera con la cual suplirá falencias tecnológicas, administrativas y de mercado ya que en el ámbito nacional en el que se manejan

las PYMES existen debilidades en estos aspectos pero, con el análisis a realizarse se podrá tener indicadores que identifiquen la rentabilidad de la PYME de pizza gourmet para su inserción en el mercado.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Estado Actual del Conocimiento sobre el Tema

Dentro del estudio, como primer aspecto teórico se ha considerado analizar lo que son las PYMES, puesto que la empresa que se pretende crear será una pequeña empresa y por tanto es importante entender el concepto, de acuerdo a lo que expresa el Servicio de Rentas Internas. “Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas”. (Servicio de Rentas Internas, 2012).

De manera global en el Ecuador las pequeñas y medianas empresas “PYMES” que se han conformado, se dedican a actividades económicas entre las que se destacan las siguientes: comercio al por mayor y al por menor, agricultura, silvicultura y pesca, industrias manufactureras, construcción, transporte, almacenamiento, y comunicaciones, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, servicios comunales, sociales y personales. (Servicio de Rentas Internas, 2012).

El tipo de empleo que generan las PYMES son varios, entre los que se destacan cuatro sectores como los de mayor absorción de puestos de trabajo. Ellos son, en orden de importancia: alimentos, textil y confecciones, maquinaria y equipo, y productos químicos, que en conjunto concentran el 74,2% de la absorción total de empleo, como se puede observar a continuación.

Tabla 2. Actividad de las Empresas.

Absorción de Puestos de Trabajo	
Actividad	%
Alimentos	20,70
Textil y Confecciones	20,30
Maquinaria y Equipo	19,90
Productos Químicos	13,30
Otras	25,80
Total	100,00

Fuente: UASB, 2012, La PYME
y su Situación Actual

Otras PYMES 25,8%
Madera y Muebles
Papel e Imprenta
Cuero y Calzado
Minerales no Metálicos

Fuente: UASB, 2012, La PYME
y su Situación Actual

Como se observa en la tabla 2, los puestos de trabajo, así como el aporte de las PYMES tienen una mayor actividad en el sector de los alimentos, por lo cual es un área en crecimiento y de alta demanda. Por otro lado, en el Ecuador las ventas locales se encuentran conformadas en un 26% por la aportación de las PYMES, pero es recalable que son responsables del 68% del empleo en el país, esto según datos del SRI y del censo económico 2010. En el 2012 la producción de las PYMES creció para el Ecuador en un 28,6% y espera para los próximos años un crecimiento de la producción en un 29,4%, se espera que el 43,7% de las industrias crezcan de manera dinámica a partir del 2013 y con este repunte se espera

nuevas contrataciones en un 17,9% de las PYMES especialmente en cuero y calzado (Diario Hoy, 2013).

Al analizar la cantidad de establecimientos con los cuales aportan las PYMES se tiene lo siguiente:

Tabla 3. Número de Establecimientos de las PYMES a Nivel Nacional

	Establecimientos	%
Venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas y tabaco	87,244	17.4%
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.	44,722	8.9%
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos	25,432	5.1%
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	20,437	4.1%
Otras actividades de telecomunicaciones.	17,528	3.5%
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos	15,627	3.1%
Otras actividades de venta al por menor en comercios no especializado	15,474	3.1%
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	14,634	2.9%
Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza.	14,426	2.9%
Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales.	10,884	2.2%
Los 229 sectores restantes	233,809	46.7%

Fuente: UASB, 2012, La PYME y su Situación Actual

Al analizar a profundidad las PYMES, de acuerdo al último censo económico (INEC, 2010), el número de establecimientos de las actividades de restaurant corresponden a 44,722 lo cual corresponde a un 8,9% del total de establecimientos, es decir la segunda área con mayor cantidad de locales, lo cual por una parte muestra un alto nivel de competencia pero por otra parte muestra una cantidad de demanda por parte de la población y por ello la necesidad de crear una empresa competitiva y estudiar adecuadamente el mercado del sector en estudio.

1.2.2 Adopción de una Perspectiva Teórica

Se va a analizar la factibilidad de ingreso de una pizzería tipo gourmet, donde se tomará en cuenta la teoría del valor del dinero en el tiempo. Por medio de este análisis financiero se va a plantear lineamientos administrativos y se va a encontrar indicadores de viabilidad y rentabilidad que permitan la toma de decisiones. Por otro lado, el análisis de mercado que se utilizará para obtener datos para el análisis financiero va a utilizar técnicas estadísticas de recolección de datos, además de los diferentes análisis técnicos para la implementación.

Si bien dentro de estas teorías planteadas no existe un autor específico o una línea teórica, el autor que mayormente considera en conjunto estos temas y al que se le tomará de base para el desarrollo de la aplicación práctica del plan de negocios es el autor Chiavenato (2004), el cual presenta una guía completa para el desarrollo de un análisis de factibilidad.

1.2.3 Marco Conceptual

Fuentes y Usos de Fondos: Se relaciona con las disminuciones e incrementos de activo y con las disminuciones e incrementos en el pasivo y patrimonio.

Flujo de Efectivo: El flujo de efectivo es un estado financiero que muestra los conceptos por los que varía la caja en un período determinado. Así como el estado de resultados refleja la rentabilidad de una empresa, el flujo de efectivo sirve para estudiar la caja o la liquidez de una organización. (Vásquez, 2005, pág. 157).

Planificación Financiera: La planificación financiera es la expresión sistemática e integrada de las necesidades económicas y financieras de los planes de la empresa. (Thrurow, 1996, pág. 56).

Riesgo y Rentabilidad: El riesgo es la variabilidad de los rendimientos en relación con lo que se espera recibir. La rentabilidad es el nivel de beneficio de una inversión, esto es, la recompensa por invertir, o ingresos que se reciben por una inversión, sumados a las variaciones en el precio de mercado, los cuales por lo general se expresan como el porcentaje del precio inicial de mercado de la inversión. (Wachowicz Jr., 2002, pág. 94).

1.2.4 Identificación y Caracterización de las Variables.

Tabla 4. Identificación y Caracterización de las Variables.

Rentabilidad	Variable Dependiente
Fuentes y Usos de Fondos	Variable Independiente

Elaborado por: Autor.

CAPÍTULO II

MÉTODO

2.1 Nivel de Estudio

Patricio Andino (2012) señala que un tipo de estudio explicativo “Se encarga de buscar el porqué de los hechos, su función principal es responder las causas de los eventos físicos o sociales mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto”. (Pág. 28). Se va a analizar cuáles van a ser los usos y fuentes que determinen rentabilidad, y cómo influyen estos en el riesgo.

2.2 Modalidad de Investigación

Proyecto de Desarrollo: Porque se está analizando la factibilidad de implementación de una PYME de Pizza Gourmet. Se va a determinar datos reales, como la demanda, costo de conformación, inversión inicial, rentabilidad y riesgo, por medio de indicadores para la toma de decisiones de ingresar o no en este negocio. El resultado que se obtendrá es una propuesta práctica de aplicación específica, con la posibilidad de ser ejecutado.

2.3 Método

Esta investigación se va a realizar por medio del método Inductivo – Deductivo, porque se va a analizar datos generales del mercado en el que se desarrolla una PYME de pizza gourmet, de donde se va a deducir mediante análisis estadísticos la posible demanda con la cual se conformarán posteriormente el flujo de efectivo, se puede ir de una empresa en particular, hasta llegar a conocimientos más generales al recoger datos proporcionados en documentos, y otros instrumentos de recolección de datos. De esta forma se podrá generar indicadores de rentabilidad y riesgo que expliquen la actividad económica de producción de

pizza gourmet por medio de un paradigma práctico particular, el cual será un instrumento de decisión para posibles inversores.

2.4 Población y Muestra

La población se refiere a las personas, hombres y mujeres mayores a cinco años y menores de setenta años, ubicadas en los niveles socio económicos A, B, C, C (-) y en los siguientes barrios de la ciudad de Quito, en donde se ubicara el proyecto: El Batán, Estadio Atahualpa, Gonzales Suarez, Jardines del Batán, la Carolina, la Pradera y la Paz. Estos barrios constituyen el ámbito geográfico del proyecto.

Se aplicará el método de muestreo aleatorio simple para determinar el tamaño de la muestra.

2.5 Selección de Instrumentos de Investigación

Encuesta: Se encuestará a los usuarios que consuman pizzas de manera directa en lugares donde existan posibles compradores, con el fin de saber precios de mercado y un volumen estimado de consumo.

Datos del INEC y Documentos Oficiales: Obtener la población del sector que se va a analizar.

2.6 Validez y Confiabilidad de Instrumentos

Se validará la confiabilidad de los instrumentos a utilizar mediante la implementación de prueba piloto para la encuesta. El objetivo general de la encuesta consiste en estimar la posible demanda tanto para la industria como para el proyecto, así como la estimación de los posibles precios de venta de las pizzas preparadas.

2.7 Operacionalización de Variables.

Tabla 5. Operacionalización de Variables.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Nivel de Medición	Indicadores
Variable Dependiente: Rentabilidad	Diferencia entre ingresos y egresos que tiene la empresa y que ofrece beneficio a los inversionistas.	La rentabilidad que tenga la empresa deberá superar la tasa de oportunidad mínima seleccionada para aceptar la inversión	Cuantitativo	VAN TIR PRI
Variable Independiente: Fuentes y Usos de Fondos	El incremento de los activos dependiendo del uso del patrimonio o pasivos.	Las fuentes y usos en la empresa por implementar permitirán determinar la distribución de los fondos de acuerdo a la fuente ya sea financiada o colocada por los inversionistas.	Cuantitativo	Financiamiento Inversión Aumento de activos

Elaborado por: El Autor

2.8 Procesamiento de Datos.

Los datos serán procesados mediante programas de Microsoft Office, Word, Excel. Los datos obtenidos por medio de programas como Eviews, Gretl, etc.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1 Levantamiento de Datos

3.1.1 Población y Muestra

Se planteara los siguientes barrios como mercado potencial, debido a que en un primer sondeo de lugares posibles para el negocio, se encontraron instalaciones apropiadas en arriendo para el tipo de negocio en cuestión cerca de los barrios siguientes:

Tabla 6. Barrios de Quito

Barrios	Población	Hogares
El Batán	4126	1569
Estadio Atahualpa	1998	824
Gonzales Suarez	3541	1440
Jardines del Batán	1398	741
La Carolina	1957	803
La Pradera	1257	497
La Paz	3085	1295
Total	17362	7169

Fuente: Municipio de Quito. Estadísticas e Indicadores.

Por esto plantearemos como una población de 7169 familias, este valor dará una estimación de una muestra, para la realización del estudio. Esta población de familias se obtuvo del número de viviendas de la localidad donde se asume una familia por vivienda. Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

Donde:

n = Número de elementos en la muestra.

N = Número de elementos en la población.

P = El valor de P indica la aceptación sobre el tema de estudio, cuando no se tiene una aceptación de algún estudio previo se utiliza un valor P de 0,5 con lo cual el tamaño de muestra es mayor y por tanto el nivel de confiabilidad también.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Se lo toma según el tipo de distribución poblacional pero de modo general tenemos que cuando no se conoce la distribución de frecuencias se asume una distribución normal. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza, equivale a 1,96 (como más usual) y como un valor adecuado para el tipo de estudio, representando un buen nivel de confiabilidad y una muestra factible de realizar.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador. Para nuestro caso se asumirá un valor de 0,06 que indica un +/- 6% de error que se considera aceptable dentro del proyecto y no afectaría de forma significativa los resultados obtenidos.

Los datos y el cálculo se basaran en estas premisas y se resumen en el siguiente cuadro:

Muestreo

$$N = 7169$$

$$P = 0,5$$

$$Z = 1,96$$

$$e = 0,06$$

$$n = \frac{(7169) * (0,5)^2 * (1,96)^2}{((7169) - 1) * (0,06)^2 + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = 257,24 \approx 258$$

Por lo tanto se llega a la conclusión de que se encuestará a 258 familias de una población de 7.169 familias, que es el estimado del universo de familias a las que se va a captar dentro del segmento de mercado para el negocio. Cabe recalcar que en el futuro la población aumentaría por el crecimiento demográfico.

3.1.2 Segmentación

Para identificar el mercado objetivo es necesario establecer variables de segmentación como se menciona a continuación.

3.1.2.1 Variables de Segmentación

3.1.2.1.1 Segmentación Geográfica

- País: Ecuador
- Región: Sierra centro
- Provincia: Pichincha
- Parroquias: El Batán, Estadio Atahualpa, Gonzales Suarez, Jardines del Batán, La Carolina, La Pradera y La Paz

3.1.2.1.2 Segmentación Demográfica

- Clase social: Media, y Media Alta

3.1.2.1.2 Segmentación Conductual

- Beneficios Deseados: Preferencia por las pizzas gourmet

3.1.3 Encuesta

La encuesta sirve para obtener información acerca del comportamiento del consumidor, información estadística, datos de las personas, la cual va a permitir analizar el mercado y encontrar valores para diversas variables.

La encuesta tiene como fin proporcionar datos importantes acerca del comportamiento de la muestra con respecto a ciertas variables. Que proporcionaran un estimado del mercado efectivo donde tendrá cabida nuestro producto. Permitirá también plantear cuotas de producción máximas y mínimas según requerimientos del mercado, ayudara también a la toma de decisiones importantes con respecto a diversificación del negocio. Para realizar la encuesta se aplica el siguiente formulario:

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

La siguiente encuesta tiene el carácter de anónima y está enfocada a analizar el consumo de Pizza Gourmet de las Familias de Barrios seleccionados.

1 ¿En su familia se consume pizza? SI NO

Si en la pregunta 1 su respuesta es NO la encuesta finaliza, gracias.

2.- ¿Cuántas personas mayores de 5 años conforman su familia?

3.- ¿Cuántas pizzas medianas con 2 ingredientes consume al mes?

4.- ¿Cuánto paga actualmente por una pizza mediana?

5.- ¿Qué marca de Pizza consume, con preferencia, actualmente?

6.- ¿Cuál es su ingreso mensual, actualmente?

7.- ¿Qué ingredientes prefiere en su pizza?

Queso Mozzarella Queso Cheddar

Jamón Salami

Mortadela Otros

8.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pizza mediana con los ingredientes que eligió?

9.- ¿Cuántas veces al mes pide pizza a domicilio?

Gracias, por su colaboración.

3.1.4 Aplicación de la Encuesta

La aplicación de las encuestas se realizó a familias con la finalidad de obtener datos relevantes del consumo y tendencia de consumo, que serán evaluados por diferentes preguntas abiertas y cerradas las cuales serán realizadas de manera aleatoria para obtener una mayor calidad de resultados.

Las encuestas estarán direccionadas al segmento meta y se realizaron en un periodo de 2 semanas por la cantidad de encuestas que fueron aplicadas en la ciudad de Quito.

3.2 Presentación e Interpretación de Resultados

La presentación de resultados e interpretación se lo realizara en función de los resultados de la encuestas a través del Excel se ejemplificaran los gráficos que luego serán interpretados de acuerdo a los resultados obtenidos.

3.2.1 Resultados de la Encuesta

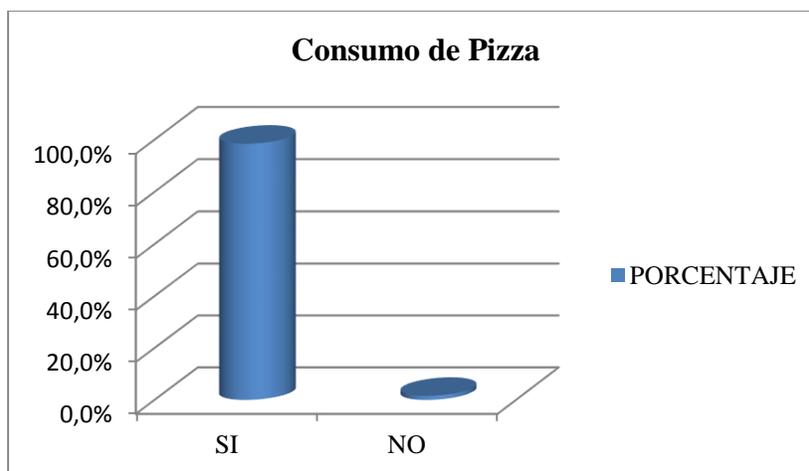
1.- ¿En su familia se consume pizza?

Tabla 7. Pregunta 1 ¿En su familia se consume pizza?

¿En su familia se consume pizza?	Frecuencia	Porcentaje
Si	254	98,4%
No	4	1,6%
Total	258	100,0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Figura 2. Consumo de Pizza

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación

Se concluye que el 98,4% de la población evaluada consume pizza que conforman 254 familias como frecuencia del estudio.

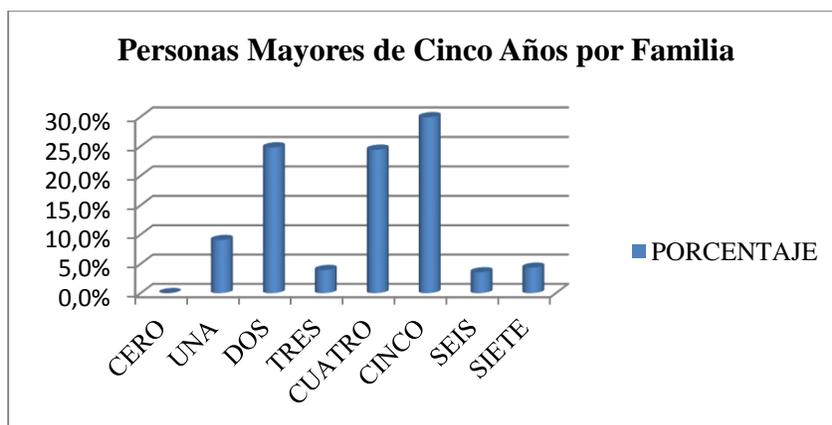
2.- ¿Cuántas personas mayores de cinco años conforman su familia?

Tabla 8. Pregunta 2 ¿Cuántas personas mayores de cinco años conforman su familia?

¿Cuántas personas mayores de cinco años conforman su familia?	Frecuencia	Porcentaje
Cero	0	0,0%
Una	23	9,1%
Dos	63	24,8%
Tres	10	3,9%
Cuatro	62	24,4%
Cinco	76	29,9%
Seis	9	3,5%
Siete	11	4,3%
Total	254	100,0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Figura 3. Personas mayores de 5 años por familia

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación

Más probable es encontrar en la muestra familias con cinco miembros (29,9%), debido a que presenta la de mayor frecuencia seguida de familias conformadas de dos integrantes (24,8%) y de cuatro integrantes (24,4%), representan un porcentaje cercano a un 80%.

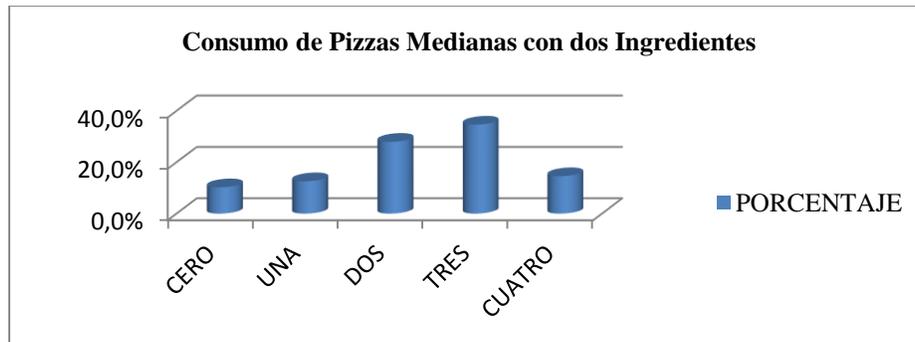
3.- ¿Cuántas pizzas medianas con dos ingredientes consume al mes?

Tabla 9. Pregunta 3 ¿Cuántas pizzas medianas con dos ingredientes consume al mes?

¿Cuántas pizzas medianas con dos ingredientes consume al mes?	Frecuencia	Porcentaje
Cero	26	10,2%
Una	32	12,6%
Dos	71	28,0%
Tres	88	34,6%
Cuatro	37	14,6%
Total	254	100,0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Figura 4. Consumo de pizzas medianas con dos ingredientes

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación

Se observa que el consumo de tres pizzas al mes representa el 34,6% y el de dos pizzas representa el 28%. Es decir, el 62,6% de las familias encuestadas consumen hasta tres pizzas al mes. Al obtener el promedio de consumo por familia al mes se pudo obtener un valor de 2,3 pizzas, esto indica que las familias consumen en promedio 2,3 pizzas al mes, valor que servirá posteriormente para el cálculo de la demanda.

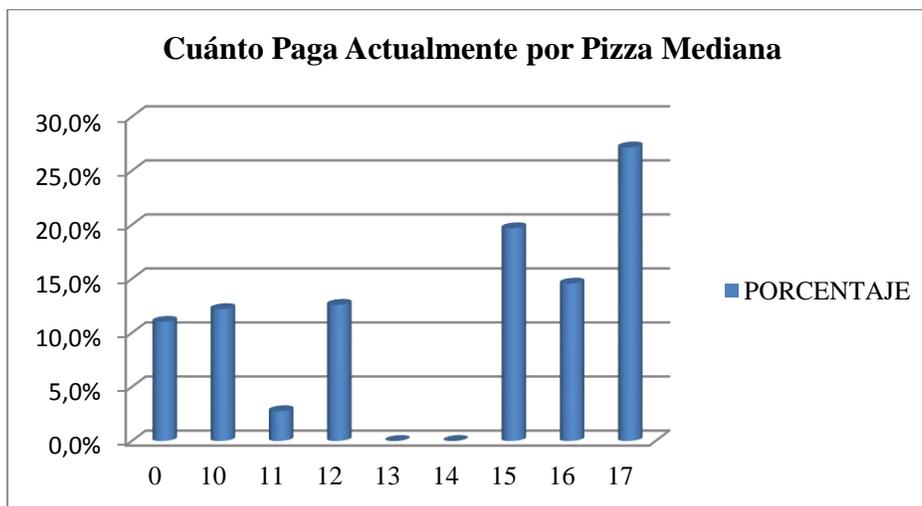
4.- ¿Cuánto paga actualmente por una pizza mediana?

Tabla 10. Pregunta 4 ¿Cuánto paga actualmente por una pizza mediana?

¿Cuánto paga actualmente por una pizza mediana?	Frecuencia	Porcentaje
0	28	11,0%
10	31	12,2%
11	7	2,8%
12	32	12,6%
13	0	0,0%
14	0	0,0%
15	50	19,7%
16	37	14,6%
17	69	27,2%
Total	254	100,0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Figura 5. ¿Cuánto paga actualmente por una pizza mediana?

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación

Los precios de las pizzas medianas que paga el público son de 15 a 17 dólares en su mayoría, representando más del 60% de las respuestas de la población.

5.- ¿Qué marca de pizza consume, con preferencia, actualmente?

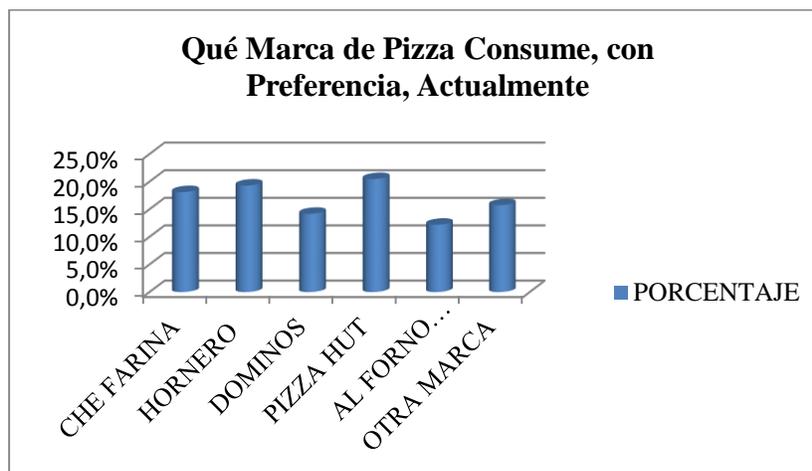
Tabla 11. Pregunta 5 ¿Qué marca de pizza consume, con preferencia, actualmente?

¿Qué marca de pizza consume, con preferencia, actualmente?	Frecuencia	Porcentaje
Che Farina	46	18,1%
Hornero	49	19,3%
Dominos	36	14,2%
Pizza Hut	52	20,5%
Al Forno Pizzería	31	12,2%
Otra Marca	40	15,7%
Total	254	100,0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Figura 6. ¿Qué marca de pizza consume, con preferencia, actualmente?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación

Las tres marcas de pizza de mayor preferencia son Che Farina, Hornero y Pizza Hut, que son las de mayor porcentaje y juntas estas tres marcas abarcan cerca de un 60% de la preferencia del mercado.

6.- ¿Cuál es su ingreso mensual, actualmente?

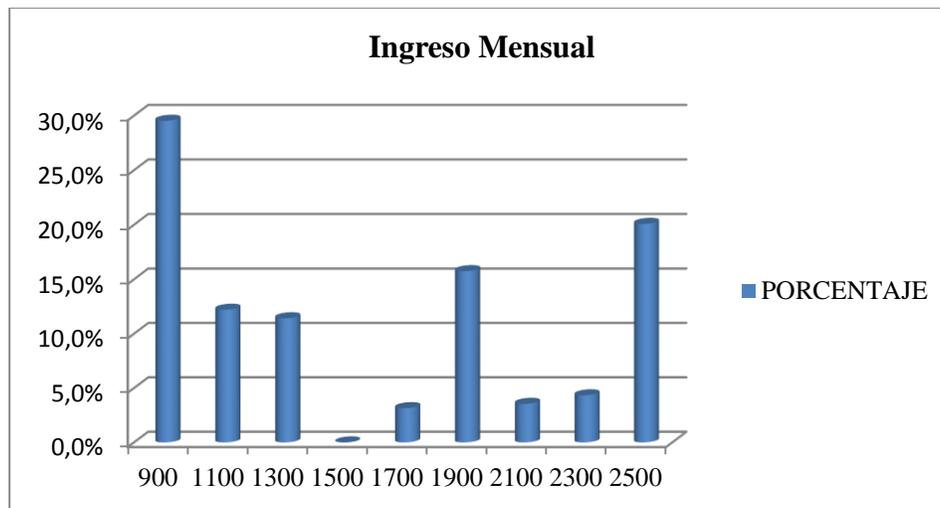
Tabla 12. Pregunta 6 ¿Cuál es su ingreso mensual, actualmente?

¿Cuál es su ingreso mensual, actualmente?	Frecuencia	Porcentaje
900	75	29,5%
1100	31	12,2%
1300	29	11,4%
1500	0	0,0%
1700	8	3,1%
1900	40	15,7%
2100	9	3,5%
2300	11	4,3%
2500	51	20,1%
Total	254	100,0%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Figura 7. ¿Cuál es su ingreso mensual, actualmente?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación

El mayor porcentaje de las personas encuestadas percibe un ingreso de \$900 por familia siendo el 29,5%, otro valor recalculable es el de 1900 (15,7%) y 2500 (20,1%) dólares, lo cual indica que también un alto porcentaje de los encuestados representan familias con ingresos superiores a los \$2000.

7.- ¿Qué ingredientes prefiere en su pizza?

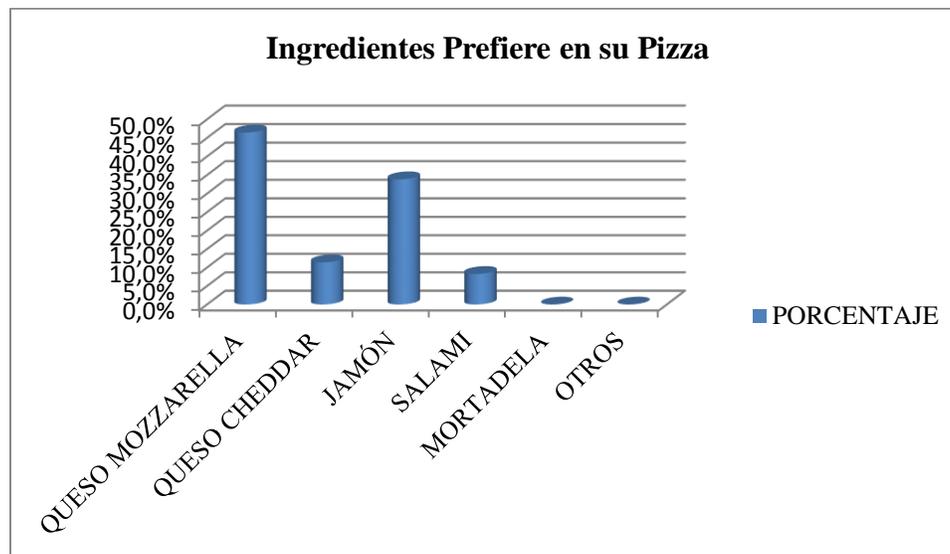
Tabla 13. Pregunta 7 ¿Qué ingredientes prefiere en su pizza?

¿Qué ingredientes prefiere en su pizza?	Frecuencia	Porcentaje
Queso Mozzarella	118	46,5%
Queso Cheddar	29	11,4%
Jamón	86	33,9%
Salami	21	8,3%
Mortadela	0	0,0%
Otros	0	0,0%
Total	254	100,0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Figura 8. ¿Qué ingredientes prefiere en su pizza?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación

Los dos ingredientes que deben conformar la pizza en base a la preferencia de las familias es el queso mozzarella y el jamón ya que el 80,4% de la población prefiere estos ingredientes, seguidos de queso cheddar y salami que serían posibles ingredientes a tomar en cuenta.

8.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pizza mediana con los ingredientes que eligió?

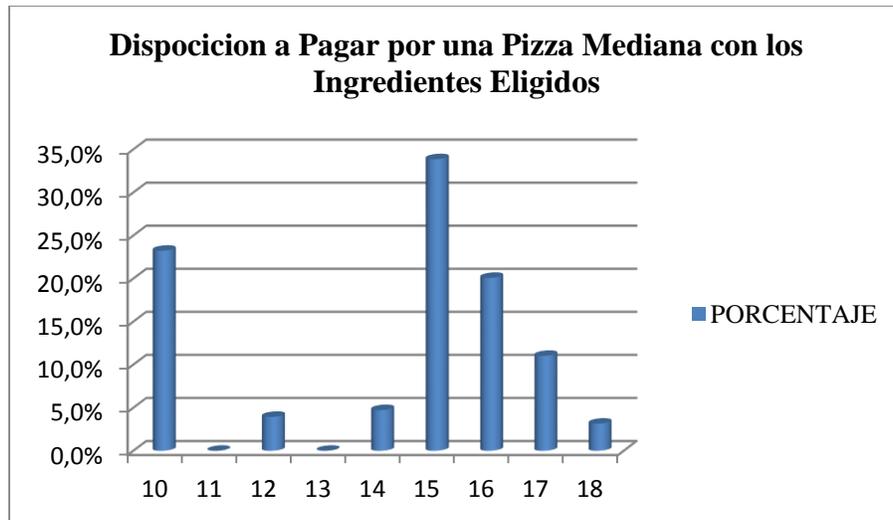
Tabla 14. Pregunta 8 ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pizza mediana con los ingredientes que eligió?

¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pizza mediana con los ingredientes que eligió?	Frecuencia	Porcentaje
10	59	23,2%
11	0	0,0%
12	10	3,9%
13	0	0,0%
14	12	4,7%
15	86	33,9%
16	51	20,1%
17	28	11,0%
18	8	3,1%
Total	254	100,0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Figura 9. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una pizza mediana con los ingredientes que eligió?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

La mayor frecuencia se encuentra de 15 a 17 dólares en los precios que desean pagar las familias de la muestra, ya que estos rubros son preferidos en un 65% sobre el total de observaciones, aunque un valor que se observa de importancia es también el de \$10 dólares confirmándose que existe un mercado variado para productos de menor o mayor valor.

9.- ¿Cuántas veces al mes pide pizza a domicilio?

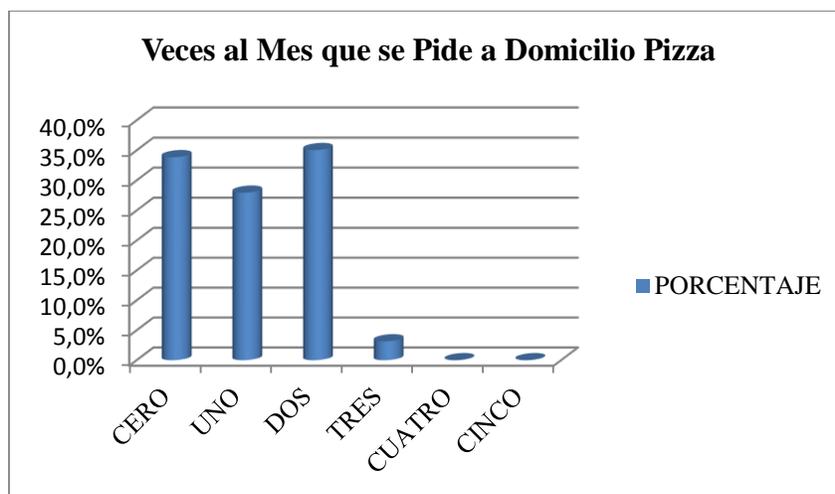
Tabla 15. Pregunta 9 ¿Cuántas veces al mes pide pizza a domicilio?

¿Cuántas veces al mes pide pizza a domicilio?	Frecuencia	Porcentaje
Cero	86	33,9%
Uno	71	28,0%
Dos	89	35,0%
Tres	8	3,1%
Cuatro	0	0,0%
Cinco	0	0,0%
Total	254	100,0%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Figura 10. ¿Cuántas veces al mes pide pizza a domicilio?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación

Se observa que el 63% de las personas piden una o dos veces al mes pizzas a domicilio, representando la mayoría de la población, aunque también un buen grupo (33,9%) consume menos de 1 pizza a domicilio al mes, esto indica un menor consumo en razón de pedidos a domicilio.

3.2.2 Demanda

Para realizar el análisis de la demanda, es necesario primeramente revisar los resultados de la encuesta que estén relacionados al cálculo de la demanda, por tanto se puede concluir lo siguiente:

- a) De la población analizada conformada por 7.169 familias, se ha calculado que en promedio las familias consumen 2,3 pizzas al mes (pregunta 3) de tamaño medio y de dos ingredientes.
- b) El 98,4% de la población consume pizza.

Por tanto para el cálculo de la demanda se ha considerado la población segmentada previamente (7,169 familias), el consumo promedio mensual y la aceptación de consumo de pizza de la población.

7.169 (población total segmentada) \times $2,3$ pizzas mensuales \times $98,4\%$ = 16.225 pizzas al mes.

- c) El consumo de la referida población equivale a 16.225 pizzas al mes, lo cual equivale a 194.700 pizzas al año.
- d) El precio promedio de este tipo de pizza es de \$ $16,00$ por el hecho de que el $67,8\%$ de las familias encuestadas estarían dispuestas a pagar este precio.

Demanda Proyectada

Considerando el crecimiento de la población de la ciudad de Quito (1,8%) de acuerdo al último censo poblacional (INEC, 2010). La demanda proyectada será:

Tabla 16. Demanda Proyectada

Año	Demanda Proyectada
Año 1	194700
Año 2	198205
Año 3	201772
Año 4	205404
Año 5	209101

Elaborado por: El Autor

Cabe indicar que la demanda proyectada es para toda la industria.

3.2.3 Oferta

Con respecto a la oferta lo que se va a hacer es recopilar información de negocios de producción de pizzas y que constituyen competencia directa del proyecto. Se pretende cuantificar el número de establecimientos así como su capacidad de producción. Esto permitirá, al enfrentar con la demanda para la industria, la determinación de una demanda insatisfecha o de un exceso de oferta en el ámbito geográfico en el que desarrollara sus actividades el proyecto o estudio.

En primer lugar se procederá a identificar a los negocios de pizzería ubicados en el ámbito geográfico del proyecto, lo cual será a través de un censo. Para este objeto o con esta finalidad se diseñó el siguiente formulario.

A.- Identificación de la Pizzería.

1. Nombre Comercial:

2. Dirección (Exacta):

B.- Caracterización de la Oferta.

1. Capacidad:

Número de Mesas. Número de Sillas.

2. Horarios de Atención: Lunes a Domingo.

Medio Día. En la Noche. Tiempo Promedio de Permanencia del Cliente. Rotación Promedio Diaria de Mesas. Porcentaje de Ocupación Promedio.

3. Porcentaje de las Ventas en el Local versus las Ventas a Domicilio:

Porcentaje de las Ventas en el Local. Porcentaje de las Ventas a Domicilio. **Los resultados de esta investigación son los siguientes:**

Tabla 17. Formulario de los Resultados de Investigación

Pizzería	Total Horas Atención	Atención		Promedio de Estadía en Minutos	Número de Mesas	Rotación Promedio Diaria de Mesas	Ocupación Total Diaria de Mesas	Porcentaje de Ocupación Promedio	Oferta Potencial de Pizzas por Día	Oferta Potencial de Pizzas por Mes	Oferta Potencial de Pizzas por Año	
		Mañana	Tarde									
Capuleto	14	10:00 AM	12:00 PM	120	25	3	75	59%	44	1.328	15.930	
Roy's Pizzería	14	10:00 AM	12:00 PM	40	9	2	18	46%	8	248	2.981	
Domino's Pizza	11	12:00 AM	11:00 PM	22	10	4	40	39%	16	468	5.616	
Pizza Hut 1	11	11:00 AM	11:00 PM	30	38	4	152	43%	65	1.961	23.530	
Pizza Hut 2	14	9:00 AM	1:00 AM	30	3	2	6	54%	3	97	1.166	
Pizza Hut 3	12	11:00 AM	11:00 PM	38	18	3	54	31%	17	502	6.026	
Pizzería el Hornero 1	12	11:00 AM	11:00 PM	50	24	3	72	40%	29	864	10.368	
Pizzería el Hornero 2	12	11:00 AM	11:00 PM	40	38	2	76	43%	33	980	11.765	
Al Forno. Pizzería Italiana	11	11:00 AM	10:00 PM	43	28	2	56	42%	24	706	8.467	
Che Farina 1	24	11:00 AM	11:00 AM	27	79	4	316	45%	142	4.266	51.192	
Che Farina 2	12	11:00 AM	11:00 PM	38	24	2	48	39%	19	562	6.739	
				Promedio	43	27	3	913	44%	399	11.982	143.780

3.2.4 Demanda Insatisfecha (Balance Oferta-Demanda)

Tabla 18. Demanda Insatisfecha

Balance Oferta - Demanda					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Oferta Anual (Pizzas) de la Industria	143.780	143.780	143.780	143.780	143.780
Demanda (Pizzas) para la Industria	194.700	198.205	201.772	205.404	209.101
Demanda Insatisfecha (Pizzas)	-50.920	-54.425	-57.992	-61.624	-65.321
Demanda a Captar por el Proyecto	15%	14%	13%	12%	12%
Demanda a Captar por el Proyecto (Pizzas)	7.608	7.608	7.608	7.608	7.608
Tasa de Crecimiento Promedio por Pizza		4%	4%	4%	4%
Precio Promedio de Venta por Pizza	\$ 16,0	\$ 16,6	\$ 17,3	\$ 18,0	\$ 18,7
Venta Anual del Proyecto (\$)	\$ 121.728	\$ 126.597	\$ 131.661	\$ 136.927	\$ 142.404

Elaborado por: El Autor

De la tabla anterior se concluye lo siguiente:

- a) El balance oferta-demanda determina que el proyecto enfrentará una demanda insatisfecha de 50.920 pizzas en el año uno, la misma que se incrementará hasta 65.321 pizzas en el año cinco.
- b) La existencia de esta demanda insatisfecha facilitará de manera importante la inserción del proyecto en el mercado y además requerirá un plan de marketing menos agresivo puesto que no debe desplazar oferta.
- c) Se asume que el proyecto, con un criterio conservador, captará únicamente el 15% de la demanda insatisfecha en cada año. Esto significa que el proyecto podrá vender en promedio 7.608 pizzas anualmente a lo largo del tiempo, como una proyección prudente de lo que podrá hacer la empresa.

- d) Con los antecedentes indicados el ingreso por ventas para el proyecto evolucionará desde \$ 121.728 en el año uno hasta \$ 142.404 en el año cinco.
- e) Estas cifras de ventas se basan en un precio promedio por pizza de tamaño medio de \$ 16 en el año uno y de \$ 18,7 en el año cinco, valores que van creciendo de acuerdo a la inflación promedio estimada en un 4%. Se debe aclarar que todos los precios indicados no incluyen el Impuesto al Valor Agregado (IVA), porque el negocio es solamente agente de retención.

3.3 Aplicación Práctica

3.3.1 Aplicación de Marketing

3.3.1.1. Producto

3.3.1.1.1. Características

Las pizzas medianas ofrecidas serán alimentos que se caracterizarán por su frescura, apariencia, calidad en los ingredientes y por su sabor.

La pizza tendrá la forma tradicional redonda, tipo gourmet, será de tamaño mediana con dos ingredientes y habrá la opción de incorporar un ingrediente adicional a escoger por el cliente. La especialidad está en la masa y en su forma de preparación, pizzas elaboradas con ingredientes frescos, distinguidos por su sabor y características individuales.

3.3.1.1.2. Diferenciación

La diferenciación es fundamental en estas Pymes por lo tanto se ha planteado crear especialidades tradicionales e innovadoras, es decir que existirá creaciones de la empresa posicionara como marca propia, para esto se pretende establecer degustaciones con la finalidad de ofertar un amplia gama de productos para los paladares más exigentes.

El servicio será otro factor de diferenciación, pues se establecerán personal para la atención y preparación quienes brindaran un servicio de calidad a través de la eficiencia y eficacia del servicio.

3.3.1.2. Precio

Para analizar los precios es necesario conocer lo que oferta la competencia y para esto se realizó una investigación previa que permitió determinar qué precios han establecido en el mercado.

Tabla 19. Precios

	Pizza Individual	Pizza Pequeña	Pizza Mediana	Pizza Grande
Che Farina	5,59	9,5	17,5	19,99
Hornero	3,15	7,8	12,2	17,3
Dominos	7,2	8,89	19,99	24,49
Pizza Hut	6,3	13,5	19,65	24,8
Al Forno Pizzería	7,4	10,2	14,3	22,12

Elaborado por: El Autor

3.3.1.2.1. Recomendación de Precios

Cabe destacar que estas empresas son reconocidas en el mercado por los productos que ofrecen como se puede evidenciar en la tabla N# 19 los precios varían de acuerdo al

portafolio de productos que ofrecen, sin embargo para que estas empresas formen parte de la participación de mercado han optado como estrategias como publicidad, servicio a domicilio, promociones con la finalidad de incrementar la rentabilidad, y mantenerse en el mercado.

Sin embargo la empresa que ofrece menor precio en sus productos de pizzería es la Hornero en todas sus categorías mientras que Dominós se ha posicionado con precios altos en el mercado.

Por lo tanto la empresa deberá establecer un promedio de precios para posicionarse en el mercado como una nueva alternativa.

3.3.1.2.2. Política de Ventas

La mayor parte de las ventas se realizará al contado, sin embargo las ventas también tendrán que realizarse a través de tarjetas de crédito, así como tarjeta de débito, pues de esta manera no se excluye a un importante grupo poblacional que actualmente consume con tarjeta.

Para el pago con tarjetas de crédito la empresa establecerá relación con Datafast, quien proveerá a la empresa tanto de las indicaciones para uso de tarjetas, así como de la máquina para pasar la tarjeta y que efectiviza los pagos.

Toda venta se realizará dentro del establecimiento y bajo los procedimientos internos establecidos.

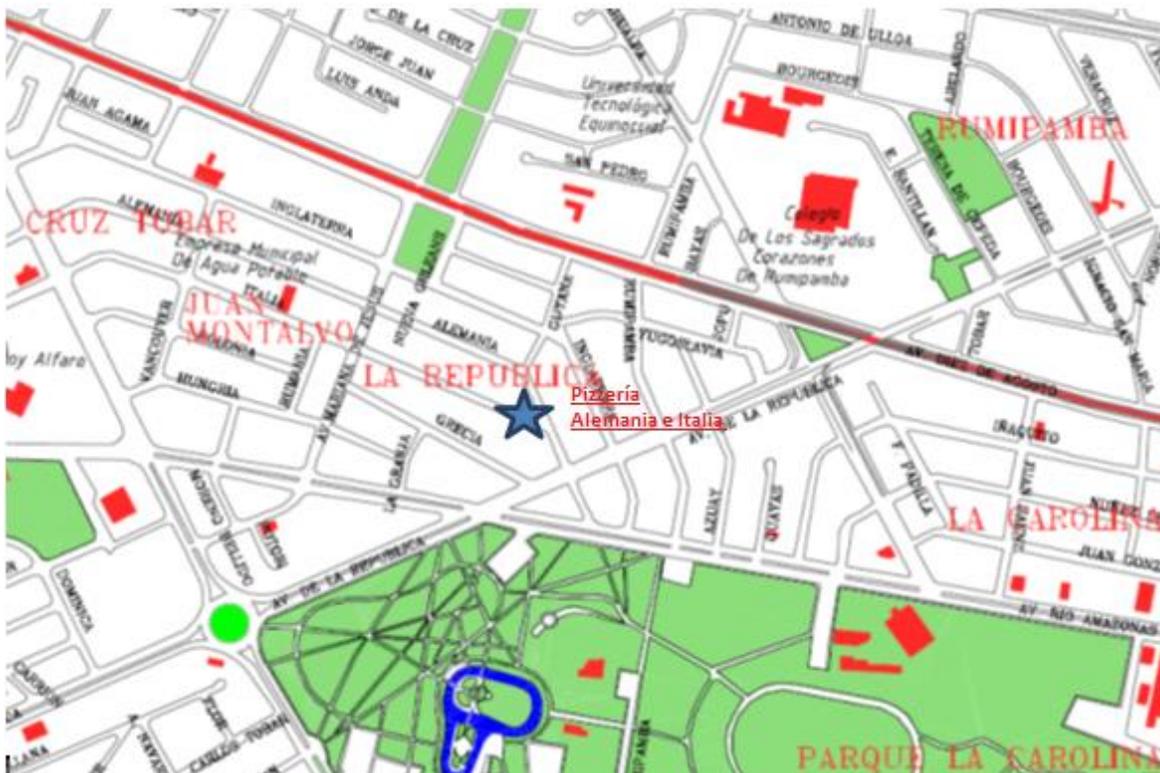
3.3.1.3. Distribución

Es el sistema logístico el cual se distribuirá de acuerdo a las necesidades técnicas y objetivos empresariales.

3.3.1.3.1. Localización

La localización que tendrá la pizzería será en la Alemania e Italia pues es uno céntrico que cuenta con todas las especificaciones necesarias para vender pizzas, así como potenciales clientes de los colegios y empresarios que transitaran por el lugar.

Figura 11. Localización



Fuente: Google Map

3.3.1.4. Comunicación

La comunicación es parte esencial de las empresas y es por esta razón que dentro de este apartado se analizará la marca, slogan, el logotipo y la publicidad formatos que podrán dar a conocer a la empresa e identificarla de competencia.

3.3.1.4.1. Marca

La marca es definida por la Asociación Americana de Marketing (AMA) como “un nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, que trata de identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de los competidores”. (Petter D. Bennet, 1995, pág. 27).

El siguiente nombre que se escogió y que engloba la actividad a la que se enfoca el negocio:

- D' Pizzas Gourmet.

3.3.1.4.2. Slogan

Para el slogan, trata de hacer notar al cliente el énfasis que se le dará en el servicio, producto, resaltando el sabor y la calidad.

El siguiente slogan que se propuso es:

- El lujo de comer bien.

3.3.1.4.3. Logotipo

El logotipo es “el grafismo empleado para distinguir una marca, un producto, una empresa o cualquier organización o conmemoración”.

El logotipo ha sido diseñado bajo los colores azul y rojo. Tiene como imagen una pizza que representa el producto que se va a comercializar dentro del establecimiento.

El logotipo que se desarrollo es:

Figura 12. Logotipo



Elaborado por: El Autor

3.3.1.4.4. Publicidad

Para la publicidad se utilizará material gráfico. En las siguientes propuestas se ha tratado de mantener la sobriedad jugando con colores serios e imágenes que representen el accionar del proyecto para resaltar la imagen del negocio que se va a crear.

Figura 13. Trípticos Publicitarios



Elaborado por: El Autor

3.3.2 Aplicación de Producción

3.3.2.1. Producción Estimada

Hay que considerar para la capacidad productiva varios factores de capacidad, la primera es la inversión que se tendrá, para lo cual de acuerdo a lo establecido, se estima que los socios podrán contar con una inversión de alrededor de \$28.000 y se estima un financiamiento bancario alrededor de \$19.000.

De acuerdo a esta capacidad de inversión se ha planteado implementar un local inicial con el requerimiento necesario, pero de un tamaño mediano en relación a la competencia, con ello se iniciará como una pequeña empresa, pero con lo necesario para ir creciendo en el mercado.

De estos antecedentes se desprende el tamaño del local que se detalla en el apartado de infraestructura, el cual como se observa tiene una capacidad para 8 mesas que serán ocupadas por personas individuales, grupos familiares y otros tipos de agrupaciones, por tanto la producción y ventas estimadas se detalla a continuación:

Cantidad de mesas:	8
Cantidad de pizzas por mesa:	2
Rotación estimada:	3
Ocupación promedio:	44%

Producción diaria = Cantidad de mesas x cantidad de pizzas x rotación x ocupación

Producción diaria = 8 mesas x 2 pizzas medianas x 3 (rotación) x 44% (ocupación)

Producción diaria = 21 pizzas

Producción mensual = 21 x 30 = 634 pizzas mensuales

Producción anual = 634 x 12 = 7.608 pizzas.

Las pizzas que se ha considerado vender serán pizzas medianas y por tanto el promedio de consumo será 2 pizzas por mesa.

El promedio de rotación de acuerdo al estudio de campo realizado es de 3. De igual manera la ocupación promedio será 44%.

3.3.2.2. Descripción del Proceso General

Los procesos generales que se establecerán en la pizzería son:

Figura 14. Descripción de los Procesos General



Elaborado por: El Autor

Abastecimiento de Insumos.- Contar con la materia prima necesaria para la elaboración de las pizzas, para esto el departamento debe planificar las cantidades a preparar, la contratación de proveedores, almacenamiento adecuado de los insumos, distribución de insumos de acuerdo a las necesidades.

Procesos de Producción.- Los jefes de cocina se encargaran del pesaje y preparación de los ingredientes, que paulatinamente se encargaran del amasado, reposado, para luego laminarlos y perforado, formación, cocción, enfriado y paulatinamente de agregaran los ingredientes de acuerdo a los pedidos existentes, tendrán una cocción de 25 minutos a 30 minutos.

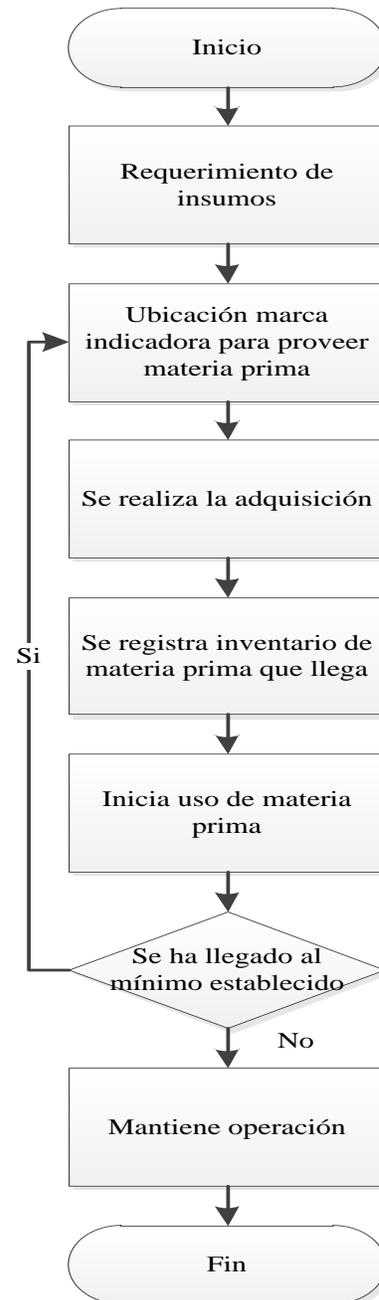
Atención al Cliente.- Esta área se encargara de atender al cliente, de cobrar el valor del pedido de sugerir las mejores opciones y descuentos, adicionalmente se encargara de la recepción de pedidos y el control de los mismos.

3.3.2.3. Flujogramas

El flujo grama es una herramienta que permite ejemplificar los procesos por medio de símbolos, que permiten la consecución de los procesos y de cierta manera ayudan a mejorar problemas eventuales y dar soluciones.

3.3.2.3.1. Abastecimiento de Insumos

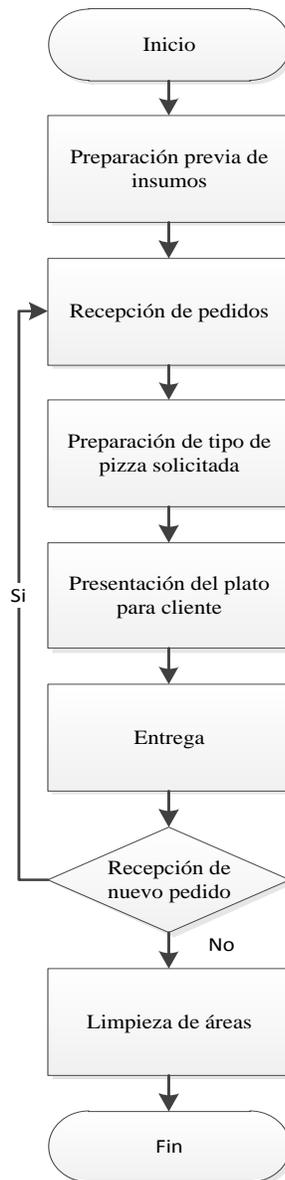
Figura 15. Abastecimiento de Insumos



Elaborado por: El Autor

3.3.2.3.2. Proceso de Producción

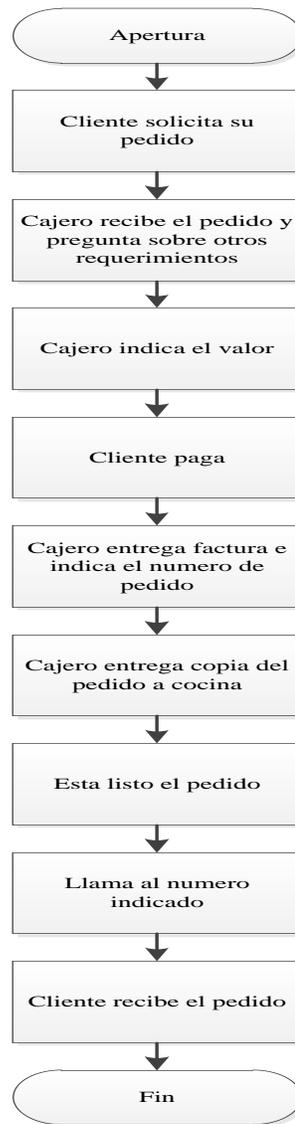
Figura 16. Proceso de Producción



Elaborado por: El Autor

3.3.2.3.3. Atención al Cliente

Figura 17. Atención al Cliente



Elaborado por: El Autor

3.3.2.4. Maquinaria y Equipos

Se realizara una especificación de los equipos y maquinaria que se utilizara para la creación de la pizzería.

3.3.2.4.1. Equipos de Computación

Tabla 20. Equipos de Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadores Core I3	3	650	1950
Impresoras	1	290	290
Total			2240

Fuente: Factura Proforma

Elaborado por: El Autor

3.3.2.4.2. Equipos de Oficina

Tabla 21. Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Caja Registradora	1	350	350
Teléfonos	3	34,5	103,5
Total			453,5

Fuente: Factura Proforma

Elaborado por: El Autor

3.3.2.4.3 Muebles de Oficina

Tabla 22. Muebles de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio Metal Madera	2	260,00	520,00
Mesa para Sala de Reuniones	1	460,00	460,00
Casilleros	1	710,00	710,00
Archivador de 4 Gavetas	2	260,00	520,00
Panel Separador con Madera	2	240,00	480,00
Espejo	2	78,00	156,00
Silla de Escritorio Giratoria	2	99,00	198,00
Sillas Fijas Tapizadas	3	41,50	124,50
Silla Ergonómica Karoline	1	110,00	110,00
Cafetera Acero INOX 30 TZ.UMCO	1	61,50	61,50
Dispensador de Agua	1	195,00	195,00
Bandeja Acero INOX Tramontina 40x28	7	33,00	231,00
Barra de 6M. En Acero Inoxidable	1	185,00	185,00
Bancos Metálicos, Asientos Tapizados Fijos	8	42,00	336,00
Taburetes Giratorios Tapizados	5	48,00	240,00
Mesón para Cocina	1	900,00	900,00
Mesa para 4 personas	1	198,00	198,00
Sillas restaurante Asiento Tapizado	8	44,00	352,00
Repisas en lámina de Tool	2	38,00	76,00
Total			6.053,00

Fuente: Factura Proforma

Elaborado por: El Autor

3.3.2.4.4 Utensilios de Cocina

Tabla 23. Utensilios de Cocina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Manteles	4	15,00	60,00
Platos Tendido en Acero INOX 23 cm	12	4,55	54,60
Plato Tendido en Acero INOX 15 cm	4	2,48	9,92
Plato Sopero Redondo Acerob INOX 20 OZ	4	3,84	15,36
Vasos desechables	1000	0,03	30,00
Taza Café en Cerámica	100	5,20	520,00
Ajicero	5	3,80	19,00
Azucarero Cilíndrico C/T Acero INOX	1	4,50	4,50
Bandeja Acero INOX Tramontina 49x33	2	41,60	83,20
Salero Acero INOX	5	2,90	14,50
Cuchillo Tradicional Sierra (Docena)	10	20,00	200,00
Cuchillo Mesa TR Cosmos	20	3,90	78,00
Tenedor TR Cosmos	20	1,85	37,00
Cuchara TR Cosmos	10	1,85	18,50
Cilindro de gas	2	55,00	110,00
Total			1.254,58

Fuente: Factura Proforma

Elaborado por: El Autor

3.3.2.4.5 Maquinaria y Equipos

Tabla 24. Maquinaria y Equipos

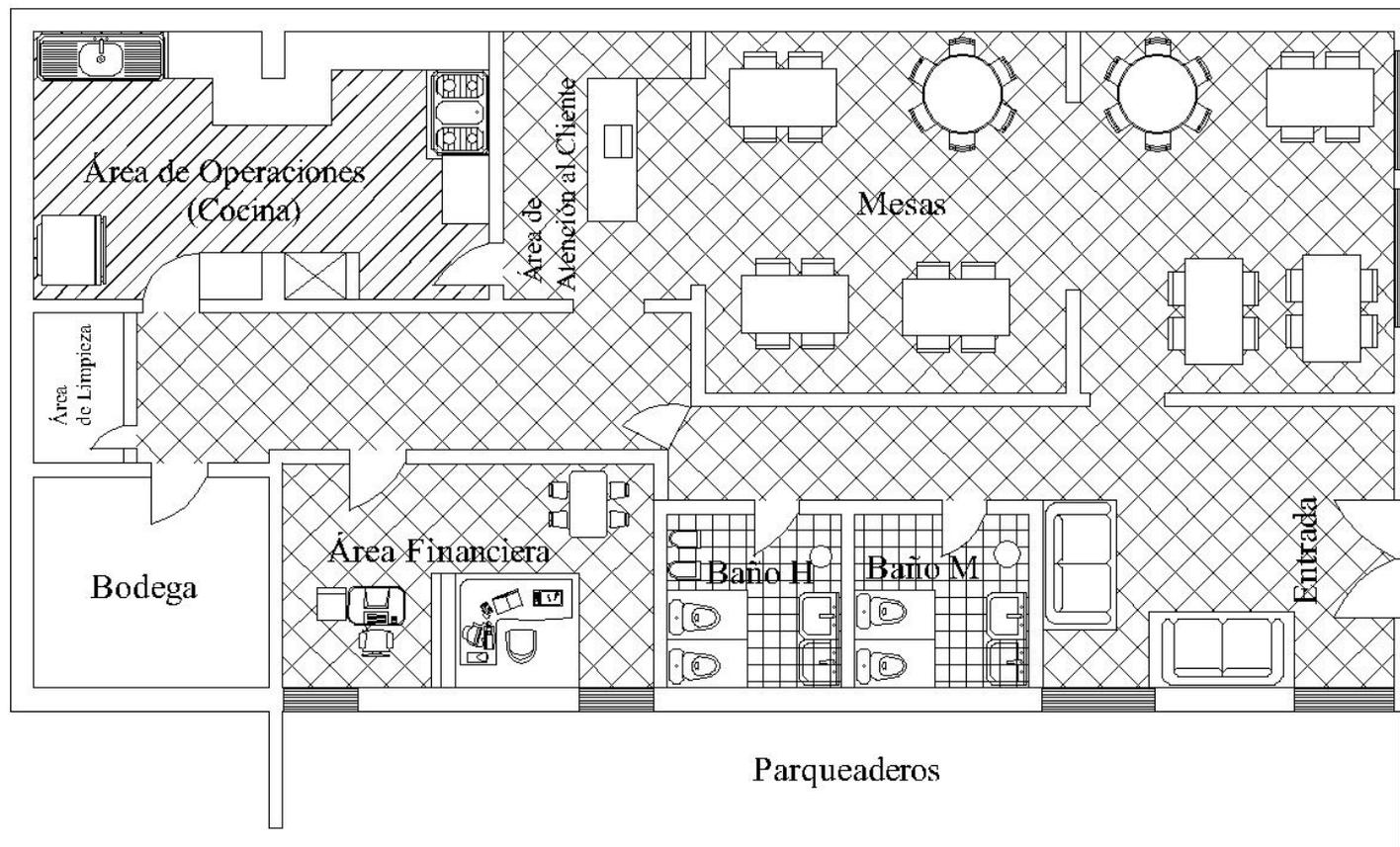
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cocina	1	500,00	500,00
Frigorífico	1	1.800,00	1.800,00
Congelador Horizontal CE64121	1	790,00	790,00
Horno Eléctrico para Pizzas 4 Latas	2	650,00	1.300,00
Balanza Digital Industrial	1	600,00	600,00
Fileteadora de Embutidos	1	950,00	950,00
Perchero de Metal Pequeño	1	30,00	30,00
Microondas	1	80,00	80,00
Batidora Industrial	1	2.937,03	2.937,03
Mesas de Acero Inoxidable	2	300,00	600,00
Sartén Teflón 3 piezas	1	20,00	20,00
Laminadora	2	1.308,65	2.617,30
Enfriador Panorámico	1	1.800,00	1.800,00
Total			14.024,33

Fuente: Factura Proforma

Elaborado por: El Autor

3.3.2.5. Infraestructura y distribución de las instalaciones

Figura 18. Infraestructura de la Pizzería



Elaborado por: El Autor

3.3.2.6. Materia Prima e Insumos

Tabla 25. Materia Prima Masa

Ingredientes de la Masa	Costo Unitarios en Unidades de Producción		Mediana	
	Paquete (gr. y en lt.)	Precio	Cantidad	Costo
Harina	50000	25,00	250	0,125
Levadura	500	1,87	15	0,0561
Aceite	5	10,00	0,01	0,02
Sal	1000	0,60	7,5	0,0045
Agua Templada	1000	0,72	0,25	0,00018
			Masa Mediana	0,20578

Elaborado por: El Autor

Tabla 26. Materia Prima con dos Ingredientes (Mediana)

Materia Prima	Cantidad Compra	Precio	Mediana	
			Pizza Mediana	
			Cantidad	Costo
Masa Mediana	1	0,21	1,00	0,21
Pasta de Tomate	4	6,00	0,12	0,18
Queso Mozzarella	1417,48	13	180,00	1,65
Jamón	1000	15	95,00	1,43
Salami	1000	17	70,00	1,19
Orégano	1000	1,2	7,00	0,01
Sal	1000	1,6	5,00	0,01
Total				4,67

Elaborado por: El Autor

3.3.2.7. Selección de Proveedores

Incluye a todas las empresas que producen los insumos que requiere la organización. Como se va a ofrecer un producto con altos estándares de calidad, se buscará proveedores que puedan ofrecer la calidad necesaria y la seguridad en la entrega de los productos o materias primas, por lo que se eligieron los siguientes proveedores:

Tabla 27. Selección de Proveedores

Proveedor	Insumos	Precio	Cantidad	Forma de Pago
FABRICA DE EMBUTIDOS LA SUIZA CIA.LTDA	Jamón	15 Dólares	1 Kilo	Crédito por un Mes
	Salami	17 Dólares	1 Kilo	
	Pepperoni	18 Dólares	1 Kilo	
SAN SATUR- LA SORIANITA	Quesos Mozzarella	4.50 Dólares	50 Onzas	Crédito por 15 Días
AVIELSA	Huevos	2 Dólares	1 Cubeta	Al Contado
EMPRESA INDUSTRIAL EGUEZ CUEVA CIA.LTDA	Harina	25 Dólares	1 Quintal	Crédito por 1 Mes
PROVEPLASTIC	Servilletas	0.90 Dólares	1 Paquete de 100	Al Contado
	Fundas	2.30 Dólares	10 Fundas	
DANEC S.A	Margarinas y Aceites	21 Dólares	5 Litros	Crédito por 15 Días
OBSIDIAN CIA	Pasta de Tomate	6.00 Dólares	1 Galón	Al Contado
SCANPACK	Cajas de Cartón	10 Dólares	100 Unidades	Al Contado
MOANPLAST. CIA. LTDA.	Vasos de Plástico	1.00 Dólares	100 Unidades de 8 Onzas	Al Contado
OXICENTRO	Cilindros de Gas	55 Dólares	1 Cilindro	Crédito por un Mes
EBC/ECUADOR BOOTLING COMPANY	Gaseosa 3 litros	1.80	Paquete	Crédito por un Mes
	Gaseosa 1/2 Litros	1.00	Paquete	
	Gaseosa 1/5 Litros	0.50	Paquete	
	Agua	0.30	Paquete	

Elaborado por: El Autor

3.3.2.8. Cotizaciones y compras

Las cotizaciones se han realizado en base a proformas, precios de mercado. Las proformas de los diferentes valores de activos y costos se presentan en el Anexo A.

3.3.3 Recursos Humanos

3.3.3.1. Contratación de Personal

El personal es una pieza importante para la actividad productiva y se plantean los siguientes cargos con sus respectivas obligaciones:

Junta General de Socios.

Formada por los Socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la Compañía, las resoluciones se toman por mayoría absoluta de los Socios presentes, sus funciones son las siguientes:

- a) Designar y remover al Gerente General de la Compañía.
- b) Resolver sobre los aumentos o disminuciones de Capital.
- c) Decidir sobre la admisión de nuevos Socios.
- d) Resolver sobre el reparto de utilidades.
- e) Discutir y aprobar el presupuesto anual de la Compañía y las reformas que se introduzcan. Aprobar los Reglamentos Internos de la Compañía.
- f) Acordar la disolución anticipada de la Compañía o prórroga del Contrato Social.
- g) Conocer y aprobar los informes, cuentas y balances que presenta el Gerente General de la Compañía.

- h) Autorizar al Gerente General la celebración de actos y contratos, la enajenación, adquisición de bienes y el establecimiento de gravámenes.
- i) Aprobar las actas de las deliberaciones y acuerdos.
- j) Todas las demás atribuciones que la Ley le concede.

Gerente General.

El Gerente General de la Compañía es elegido por la Junta General de Socios, dura dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegido indefinidamente; la designación puede recaer en un socio o no de la Compañía; es el representante legal y ejerce esa representación judicial y extrajudicial. Sus atribuciones y deberes son las siguientes:

- a) Proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.
- b) Cumplir y hacer cumplir la Ley, el Contrato Social, y Reglamentos de la Compañía.
- c) Presentar el Balance Anual y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, en el plazo de 60 días a contarse desde la terminación del respectivo ejercicio económico.
- d) Llevar los Libros de Participaciones y de Socios; así como los de las actas de la Junta General.
- e) Dirigir el movimiento económico financiero de la Compañía.
- f) Elaborar y poner a consideración de la Junta General la Proforma Presupuestaria de la Compañía.
- g) Ejecutar toda clase de actos y contratos, operaciones bancarias y documentos en general, y más comprobantes relacionados con el negocio de la Compañía.

- h) Contratar, nombrar o separar el personal de la Compañía de conformidad con la ley.
- i) Mantener personalmente o encargar bajo su responsabilidad el archivo y correspondencia de la Compañía.
- j) Las demás que se crearen y se le asignaren.

Contador.

Encargado de dirigir y realizar las actividades contables de la Compañía que incluyen la preparación, actualización e interpretación de los documentos contables, estados financieros. Sus atribuciones y deberes son las siguientes:

- a) Planificar, dirigir y controlar las actividades financieras, presupuestarias, contables y de operación de la Compañía.
- b) Controlar los procedimientos internos.
- c) Uso adecuado de las normas técnicas y contables para esta clase de negocios.
- d) Presentar los Estados Financieros al Gerente General.
- e) Velar y asegurar la correcta y oportuna utilización de los recursos materiales y financieros de la Compañía.
- f) Establecer informes a la mano para que gerencia pueda tomar decisiones.
- g) Organizar, llevar y mantener actualizado el Sistema de Contabilidad.
- h) Evaluación periódica del Sistema Contable.
- i) Elaborar el detalle de las ventas y contabilización.
- j) Obtención de los Estados Financieros.

- k) Provisión y distribución de Sueldos, Contabilización.
- l) Ingreso del Movimiento Contable.
- m) Las demás que se crearen y se le asignaren.

Jefe de Cocina.

Encargado del correcto funcionamiento de la cocina, preparación de los alimentos dentro de las normas de calidad. Sus atribuciones y deberes son las siguientes:

- a) Aplicar procedimientos para una mejor rotación de inventarios en la cocina, preparando las pizzas que a su parecer por experiencia se han las más vendidas.
- b) Supervisar la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad.
- c) Supervisar la calidad y limpieza de los alimentos.
- d) Controlar la elaboración de los productos.
- e) Las demás que crearen y se le asignaren.

Operarios.

Encargados de la operación, limpieza de las máquinas y de la producción. Sus atribuciones y deberes son las siguientes:

- a) Encargarse del encendido y apagado de las maquinarias.
- b) Mantener limpios los utensilios de cocina.
- c) Asistir al Jefe de Cocina en la elaboración del producto.

- d) Cumplir adecuadamente y con responsabilidad las tareas encomendadas dentro del proceso de producción y servir al cliente el producto terminado.
- e) Cumplir con las cuotas mínimas de producción que permita satisfacer la demanda diaria.
- f) Inspeccionar la limpieza del local y los insumos de acuerdo a las características propias del producto.
- g) Las demás que crearen y se le asignaren.

Cajero.

Encargado de las operaciones de caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo y demás documentos de valor. Sus atribuciones y deberes son las siguientes:

- a) Atender a los clientes.
- b) Hacer conocer a los clientes los productos.
- c) Recibir y procesar los pagos de los clientes.
- d) Llevar el registro y control de los movimientos de caja.
- e) Preparar el reporte de caja diariamente.
- f) Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- g) Suministra a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja.
- h) Las demás que crearen y se le asignaren.

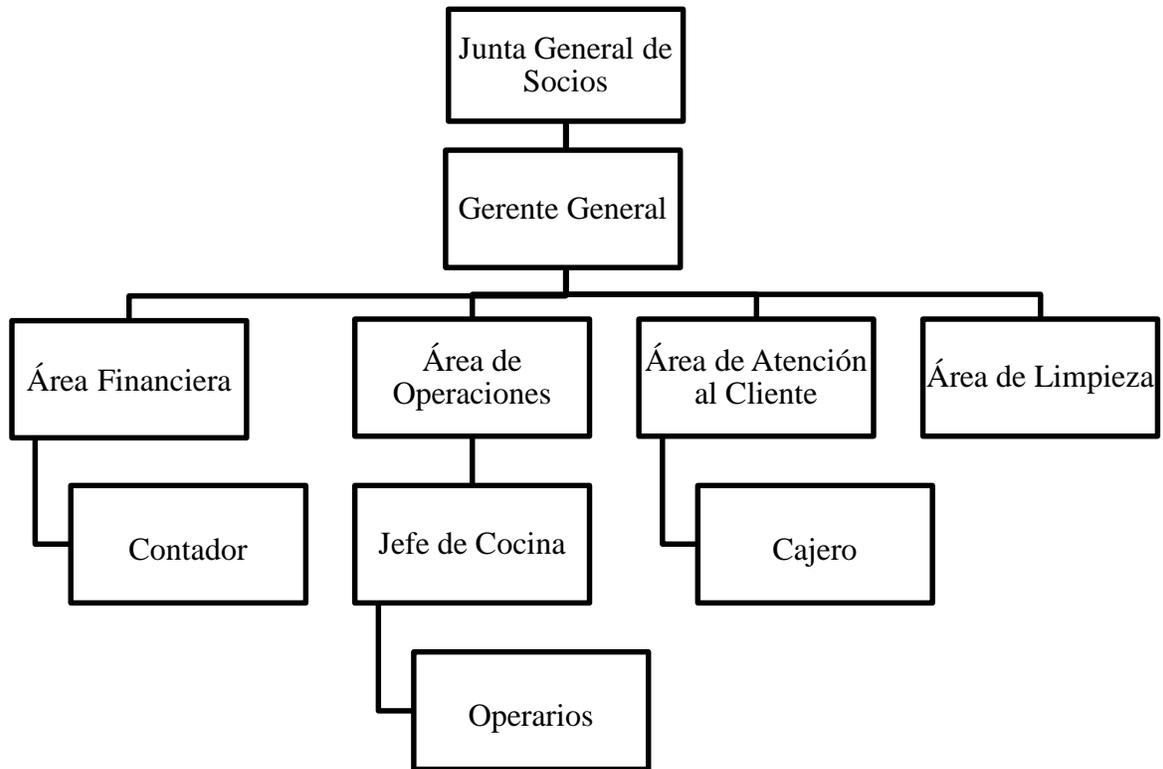
Limpieza.

Encargada de planificar, organizar, coordinar las actividades de limpieza de las instalaciones de la Compañía. Sus atribuciones y deberes son las siguientes:

- a) Realizar el aseo diario de las áreas privadas y generales de la planta física.
- b) Cuidar de las instalaciones administrativa
- c) Cuidar del mantenimiento e integridad de los demás bienes y equipos de la Compañía.
- d) Recibir, almacenar, custodiar y usar correctamente los útiles, equipos y demás medios proporcionados para efectuar el aseo.
- e) Evacuar hacia los sitios señalados para el efecto, los desperdicios y/o basura en general.
- f) Solicitar oportunamente la provisión de útiles, equipos y demás medios requeridos para el aseo.
- g) Las demás que crearen y se le asignaren.

3.3.3.2. Diseño de Organigrama

Figura 19. El diseño del organigrama está estructurado de la siguiente manera



Elaborado por: El Autor

3.3.3.3. Políticas de Remuneraciones

Las políticas de remuneración que se implementaran en la pizzería son:

Valoración de Puestos

- Se establecerá un valor salarial por las actividades que realicen los empleados que estará acorde a los conocimientos, experiencia, y preparación.

Capacidad Económica en la Empresa

- Los empleados del área operativa recibirán bonos cuando las actividades sean realizada de manera eficiente y eficaz.
- Se modificaran el alza de sueldos, después de análisis preestablecidos.

Productividad

- Establecimiento de indicadores de productividad para las áreas de operaciones.

3.3.4 Aplicación Financiera

3.3.4.1. Inversiones

Las inversiones que se requerirán para la pizzería serán las siguientes:

3.3.4.1.1 Activos Fijos

Se ha considerado que para la creación de una pizzería es necesario contar con maquinaria y equipos, equipos de computación, equipo de oficina, muebles de oficina, entre otros que se detallan con su valor a continuación:

Tabla 28. Activos Fijos

Descripción	Total
Maquinaria y Equipo	14.024,33
Equipos de Computación	2240
Equipos de Oficina	453,5
Muebles de Oficina	6.053,00
Utensilios de Cocina	1.254,58
Adecuaciones del Local	3300
Total	27.325,41

Elaborado por: El Autor

3.3.4.1.2 Activos Intangibles

Los activos intangibles están relacionados al estudio de viabilidad y la constitución de la compañía, adicionalmente se incluirá la publicidad previa para dar a conocer los beneficios y productos que ofrecerá la pizzería a continuación se detalla la cantidad y los valores respectivos:

Tabla 29. Activos Intangibles

Descripción	Valor	Cantidad	Total
Estudio de Viabilidad	1800	1	1800
Constitución de la Compañía (Gastos Notariales, Permisos e Impuestos)	1500	1	1500
Patente Municipal	240	1	240
Adecuación de Locales	3300	1	3300
Publicidad Previa al Funcionamiento	1680	1	1680
Total			8520

Elaborado por: El Autor

3.3.4.1.3 Capital de Trabajo

Es importante mencionar que se considera el capital para la operación para los primeros meses, para evitar la iliquidez, para esto se han establecido los gastos administrativos, de ventas y mano de obra directa. La pizzería debe contar con la liquidez inicial para el funcionamiento de las operaciones, por tanto a continuación se detalla el

presupuesto de operación, mismo que se considera en el resumen de inversiones para dos meses de operaciones.

Tabla 30. Capital de Trabajo

Descripción	Valor Mensual	Valor 2 Meses
Gastos Administrativos	2246,00	4492,00
Gastos de Ventas	903,88	1807,75
Mano de Obra Directa	2338,81	4677,61
Total	5488,68	10977,36

Elaborado por: El Autor

3.3.4.1.4 Resumen de la Inversión

De esta manera es posible obtener un resumen de inversiones en el cual se detallara las inversiones y el capital que se requerirá para la creación de la pizzería.

Tabla 31. Resumen de la Inversión

Descripción	Valor
Activos Fijos	27325,41
Activos Intangibles	8520
Capital de Trabajo (2 meses)	10977,36
Total Inversión Inicial	46822,77

Elaborado por: El Autor

3.3.4.2. Estructura del Financiamiento

Para alcanzar los requerimientos de inversión para la creación de la pizzería se ha estimado que la empresa puede disponer del 60% del requerimiento de capital de inversión, mientras que ha considerado que deberá la empresa financiarse en un 40% y de esta manera alcanzar la inversión requerida.

Tabla 32. Estructura Financiera

Descripción	Valor	Porcentaje
Socios	28093,66	60%
Financiamiento Bancario	18729,11	40%
Total	46822,77	100%

Elaborado por: El Autor

La tabla de amortización del crédito detallada se presenta a continuación, para la cual se ha definido los siguientes parámetros.

Para analizar el crédito y la tabla de amortización se ha establecido la tasa del Banco Nacional de Fomento, la cual es la más baja y factible de conseguir para este tipo de proyecto y cuyo valor es del 10% efectivo anual.

Por tanto para calcular el pago mensual (anualidad) se utilizará la siguiente fórmula:

$$Anualidad = \frac{Monto\ de\ crédito\ x\ t}{\left(1 - \frac{1}{(1+t)^n}\right)}$$

Donde t es la tasa de interés (10%), y n es el tiempo en períodos mensuales (60)

Tabla 33. Tabla de Amortización

Monto a Financiar:	18729
Tiempo (Meses)	60
Anualidad	397,94
Tasa Bancaria	10,0%

Meses	Monto	Tasa	Anualidad	Interés	Pago a Capital	Saldo
1	18729	0,00833333	397,94	156,08	241,86	18487,25
2	18487,25	0,00833333	397,94	154,06	243,88	18243,37
3	18243,37	0,00833333	397,94	152,03	245,91	17997,46
4	17997,46	0,00833333	397,94	149,98	247,96	17749,50
5	17749,50	0,00833333	397,94	147,91	250,03	17499,47
6	17499,47	0,00833333	397,94	145,83	252,11	17247,36
7	17247,36	0,00833333	397,94	143,73	254,21	16993,15
8	16993,15	0,00833333	397,94	141,61	256,33	16736,82
9	16736,82	0,00833333	397,94	139,47	258,46	16478,36
10	16478,36	0,00833333	397,94	137,32	260,62	16217,74
11	16217,74	0,00833333	397,94	135,15	262,79	15954,95
12	15954,95	0,00833333	397,94	132,96	264,98	15689,97
13	15689,97	0,00833333	397,94	130,75	267,19	15422,78
14	15422,78	0,00833333	397,94	128,52	269,42	15153,37
15	15153,37	0,00833333	397,94	126,28	271,66	14881,71
16	14881,71	0,00833333	397,94	124,01	273,92	14607,78
17	14607,78	0,00833333	397,94	121,73	276,21	14331,58
18	14331,58	0,00833333	397,94	119,43	278,51	14053,07
19	14053,07	0,00833333	397,94	117,11	280,83	13772,24
20	13772,24	0,00833333	397,94	114,77	283,17	13489,07
21	13489,07	0,00833333	397,94	112,41	285,53	13203,54
22	13203,54	0,00833333	397,94	110,03	287,91	12915,63
23	12915,63	0,00833333	397,94	107,63	290,31	12625,32

24	12625,32	0,008333333	397,94	105,21	292,73	12332,60
25	12332,60	0,008333333	397,94	102,77	295,17	12037,43
26	12037,43	0,008333333	397,94	100,31	297,63	11739,80
27	11739,80	0,008333333	397,94	97,83	300,11	11439,70
28	11439,70	0,008333333	397,94	95,33	302,61	11137,09
29	11137,09	0,008333333	397,94	92,81	305,13	10831,96
30	10831,96	0,008333333	397,94	90,27	307,67	10524,29
31	10524,29	0,008333333	397,94	87,70	310,24	10214,05
32	10214,05	0,008333333	397,94	85,12	312,82	9901,23
33	9901,23	0,008333333	397,94	82,51	315,43	9585,80
34	9585,80	0,008333333	397,94	79,88	318,06	9267,75
35	9267,75	0,008333333	397,94	77,23	320,71	8947,04
36	8947,04	0,008333333	397,94	74,56	323,38	8623,66
37	8623,66	0,008333333	397,94	71,86	326,07	8297,59
38	8297,59	0,008333333	397,94	69,15	328,79	7968,79
39	7968,79	0,008333333	397,94	66,41	331,53	7637,26
40	7637,26	0,008333333	397,94	63,64	334,29	7302,97
41	7302,97	0,008333333	397,94	60,86	337,08	6965,89
42	6965,89	0,008333333	397,94	58,05	339,89	6626,00
43	6626,00	0,008333333	397,94	55,22	342,72	6283,28
44	6283,28	0,008333333	397,94	52,36	345,58	5937,70
45	5937,70	0,008333333	397,94	49,48	348,46	5589,24
46	5589,24	0,008333333	397,94	46,58	351,36	5237,88
47	5237,88	0,008333333	397,94	43,65	354,29	4883,59
48	4883,59	0,008333333	397,94	40,70	357,24	4526,35
49	4526,35	0,008333333	397,94	37,72	360,22	4166,13
50	4166,13	0,008333333	397,94	34,72	363,22	3802,91
51	3802,91	0,008333333	397,94	31,69	366,25	3436,67
52	3436,67	0,008333333	397,94	28,64	369,30	3067,37
53	3067,37	0,008333333	397,94	25,56	372,38	2694,99
54	2694,99	0,008333333	397,94	22,46	375,48	2319,51
55	2319,51	0,008333333	397,94	19,33	378,61	1940,90
56	1940,90	0,008333333	397,94	16,17	381,76	1559,14
57	1559,14	0,008333333	397,94	12,99	384,95	1174,19
58	1174,19	0,008333333	397,94	9,78	388,15	786,04
59	786,04	0,008333333	397,94	6,55	391,39	394,65
60	394,65	0,008333333	397,94	3,29	394,65	0,00

Elaborado por: El Autor

3.3.4.3. Presupuesto de Ingresos

Los ingresos estarán determinados por el precio de las pizzas y la cantidad mensual que se cierta manera se convertirán en las ventas estimadas.

Precio de pizza mediana: \$16

Cantidad de ventas mensuales*: 634

Ventas estimadas = $\$16 \times 634 = \10.144

* Detallado previamente en el punto 3.3.2.1.

Para realizar la proyección de ventas se ha estimada que la producción previamente establecida se mantendrá fija a lo largo del tiempo lo cual implica que serán las ventas promedio a lo largo del tiempo de evaluación del proyecto, sin embargo de acuerdo al promedio de crecimiento de la inflación, los precios, así como los costos se incrementarán anualmente en un 4% (promedio). Por tanto las ventas proyectadas serán:

Proyección de Ventas

La proyección de ventas para los cinco años posteriores se muestra a continuación:

Tabla 34. Proyección de Ventas en USD

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	121728	126597	131661	136927	142405

Elaborado por: El Autor

3.3.4.4. Costos y Gastos (Fijos y Variables)

Costos

Los costos corresponden a los gastos de operación, es decir de generación del producto y servicio de pizzas. Por tanto los costos corresponderán a lo que son gastos variables, pues de la producción de cada pizza y/o entrega del servicio se deberán cargar los costos.

Dentro de los costos se encuentran:

Tabla 35. Salarios de Operación

Descripción	Nominal	IESS	14 Sueldo	13 Sueldo	Vacaciones	Total Unitario	Cantidad	Total Mensual	Total Anual
Operarios	340	41,31	26,50	28,33	14,17	450,31	3	1350,93	16211,16
Jefe de Cocina	410	49,82	26,50	34,17	17,08	537,57	1	537,57	6450,78
Limpieza	340	41,31	26,50	28,33	14,17	450,31	1	450,31	5403,72
Total						1438,19	5,00	2338,81	28065,66

Elaborado por: El Autor

Resumen de Gastos Operativos

El resumen de gastos operativos está representado por la materia prima, mano de obra directa y la energía que está establecida de manera mensual y anualmente como se detalla a continuación:

Tabla 36. Resumen de Gastos Operativos

	Mensual	Anual
Materia Prima	2959,51	35514,12
Mano de Obra Directa	2338,81	28065,66
Energía	80	960
	5378,32	64539,78

Elaborado por: El Autor

El detalle de los costos de materia prima se presenta en el punto 3.3.2.6.

3.3.4.5. Fuentes y Usos

A través de la fuente y usos se puede determinar la organización estructural de una empresa con la finalidad de realizar los correctivos ya sea en las fuentes o usos, permitiendo tomara las mejores decisiones para la realización del proyecto. Cabe destacar que las fuentes y usos de corto y largo plazo de acuerdo a la generación de recursos siendo indispensable que se analice las mejores alternativas para el negocio.

Tabla 37. Tabla de Fuentes y Usos

Usos	Total	Fuentes	
		Capital Propio	Capital Financiado
Maquinaria y Equipo	14.024		14024
Equipos de Computación	2.240	2240	
Equipos de Oficina	454	454	
Muebles de Oficina	6.053	1348	4705
Utensilios de Cocina	1.255	1255	
Adecuaciones del Local	3.300	3300	
Activos Diferidos	8.520	8520	
Capital de Trabajo	10.977	10977	
Total		28093	18729

Elaborado por: El Autor

3.3.4.6. Estados Financieros

3.3.4.6.1. Estado de Resultados

El estado de resultados es en cual se identifican los ingresos, costos, gastos, depreciación, intereses bancarios y los impuestos establecidos en la ley.

Para la proyección de los resultados obtenidos se ha considerado que las ventas del de la pizzería tendrán un crecimiento anual del 4%, al igual que sus costos, ya que son proporcionales a las ventas.

Tabla 38. Estado de Resultados Proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales					
Ventas	121728	126597	131661	136927	142405
(-) Costos de Ventas	64540	67121	69806	72598	75502
(=) Utilidad Bruta en Ventas	57188	59476	61855	64329	66902
Gastos Operacionales					
(-) Gastos de Administración	26952	28030	29151	30317	31530
(-) Gastos de Ventas	10847	11280	11732	12201	12689
Utilidad Operación	19390	20165	20972	21811	22683
(-) Gastos Financieros	1736	1418	1066	678	249
(-) Depreciación y Amortizaciones	2965	2965	2965	2218	2218

(=) Utilidad de Operación Antes de Impuestos	14689	15783	16941	18915	20216
(-) Participación a Trabajadores (15%)	2203	2367	2541	2837	3032
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	12486	13415	14400	16078	17184
(-) Impuesto a la Renta (22%)	2747	2951	3168	3537	3780
(=) Utilidad Neta	9739	10464	11232	12540	13403

Elaborado por: El Autor

3.3.4.6.2. Estado de Flujo de Efectivo

De igual manera se analiza el flujo de caja de efectivo, se lo ha realizado considerando el crédito para financiar todo el proyecto, pero también se registrara la inversión de la empresa con la finalidad de conocer la rentabilidad que tendrá el proyecto y la proyección del mismo.

Tabla 39. Estado de Flujo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	28094					
Utilidad Neta		9739	10464	11232	12540	13403
+ Depreciaciones y Amortizaciones		2965	2965	2965	2218	2218
- Préstamo, Amortización del Capital		3039	3357	3709	4097	4526
Recuperación Capital de Trabajo						10977
Valor de Rescate						12740
Flujo de Caja para el accionista	-28094	9664	10071	10488	10661	34813

Elaborado por: El Autor

3.3.4.6.3. Balance Inicial

El balance inicial permite registrar los activos, pasivos y patrimonio siendo los valores iniciales de la operación de la pizzería.

Tabla 40. Balance Inicial

ACTIVOS

Activos Corrientes

Caja 10977,36

Pasivos

Crédito Bancario 18729

Activos Fijos

Maquinaria y Equipo 14024,33

Equipos de Computación 2240

Equipos de Oficina 453,5

Muebles de Oficina 6053

Patrimonio 28093,66

Utensilios de Cocina 1254,58

Construcciones y

Adecuaciones 3300

Activos Diferidos 8520

TOTAL ACTIVOS 46.822,77

TOTAL ACTIVOS 46822,77

Elaborado por: El Autor

3.3.4.7. Evaluación Financiera

3.3.4.7.1. Tasa de Oportunidad

Para el cálculo de la tasa de oportunidad del 10.75%, valor que la empresa considera como tasa mínima de rentabilidad aceptable para la creación de la pizzería tomando en cuenta que la tasa de rendimiento promedio de las empresa en la bolsa de valores tienen un valor de 13,5%, y la tasas de interés bancarios el capital propio y de deuda datos que permitieron obtener la siguiente información:

Tabla 41. Cálculo de la Tasa de Oportunidad

WACC	=	K_e (% capital propio) + K_d (1 - T) (% deuda)
K_e =	13,5%	Tasa de mercado o costo de oportunidad de los accionistas
K_d =	10,0%	Tasa de interés bancario
% Cap. Propio =	60%	
% deuda =	40%	
		Tasa equivalente de participación laboral
T =	33,70%	e impuesto a la renta en el Ecuador
WACC	=	$13,5\% (0,6) + 10\% (1 - 33,7\%) (0,4\%)$
WACC		10,75%

Elaborado por: El Autor

3.3.4.7.2. VAN

El VAN mide los flujos de los futuros ingresos con la finalidad de determinar la rentabilidad por lo tanto si el VAN ES >0 el proyecto será rentable, y si es menor el proyecto no será rentable y no será una adecuada una inversión de dinero a largo plazo.

Tabla 42. Cálculo del VAN

Tasa de Oportunidad =		0,108
------------------------------	--	-------

Año	Flujo	Flujo Descontado
0	-28.094	-28.094
1	9.664	8.726
2	10.071	8.211
3	10.488	7.720
4	10.661	7.086
5	34.813	20.892

VAN		24.541
------------	--	--------

Elaborado por: El Autor

Con los datos anteriores se puede observar que el VAN es positivo y por ende rentable de acuerdo a las expectativas considerando como un proyecto viable financieramente.

3.3.4.7.3. TIR

La tasa interna de retorno representa la rentabilidad que obtendría la pizzería sobre la inversión realizada. El cálculo se lo hace a través de prueba y error, donde se establece una tasa de oportunidad que logre que el VAN sea cero, sin embargo este cálculo se lo puede realizar a través de una calculadora financiera o una hoja electrónica de cálculo.

TIR	34,72%
------------	--------

La tasa de interna de retorno es bastante aceptable para el proyecto y se puede destacar que el proyecto es factible y rentable

3.3.4.7.4. PRI

El periodo de recuperación de la inversión se determina mediante la utilización del flujo proyectado y el flujo acumulado, como se indica a continuación:

Tabla 43. Cálculo del PRI

Año	Flujo Descontado	Flujo Acumulado
0	-28094	-28094
1	8726	-19368
2	8211	-11157
3	7720	-3437
4	7086	3649
5	20892	24541

Elaborado por: El Autor

Interpolación: 3,49

Tiempo de Recuperación: 3 años, 6 meses.

El periodo de recuperación de la inversión para la pizzería será de 3 años y 6 meses siendo un periodo razonable para este caso de empresa.

3.3.4.7.5. Análisis de Sensibilidad y Riesgo

En el análisis de sensibilidad se han considerado 3 diferentes escenarios, un escenario normal que es el que se ha analizado a lo largo del presente estudio, pero adicionalmente se han considerado un escenario con una disminución de las ventas en un 5%, así como un incremento en las mismas del 5%, con el objeto de estudiar que tan sensibles son las ventas de la empresa a los resultados de rentabilidad y recuperación del capital. Por tanto se tiene:

Tabla 44. Análisis de Sensibilidad y Riesgo

	VAN	TIR	PRI
Escenario Normal	24541	34,72%	3,49
Incrementa las ventas en 5%	35964	45,56%	2,62
Disminuyen las ventas en 5%	13119	23,70%	4,31

Elaborado por: El Autor

Como se puede observar en los resultados, el incremento de las ventas en un 5% aumenta la TIR en cerca de 10 puntos lo cual indicaría que son sensibles las ventas a la rentabilidad, incrementándose de manera importante el rendimiento del capital en un caso de que la empresa pueda lograr mayor cantidad de ventas, por tanto la empresa debe propender a enfocarse en las ventas para lograr mejores resultados. Contrariamente una disminución de las ventas en un 5% generaría una disminución de la rentabilidad en más de

10 puntos, por lo que nuevamente se confirma la sensibilidad de las ventas y por tanto la importancia de ponerlas atención en el desarrollo de la empresa.

3.3.4.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el punto en el cual con cierto volumen de ventas, la empresa gana o pierde., es decir que mayores ventas la empresa percibirá beneficios y si son menor que el punto de equilibrio entonces habrá perdida

Tabla 45. Punto de Equilibrio

Detalle de los Costos y Gastos Anuales	Total	Fijo	Variable
Costos Operativos	64.540		64.540
Gastos Administrativos	26.952	26.952	
Gastos de Ventas	10.847	10.847	
Gastos Financieros	1.736	1.736	
Depreciación y Amortización	2.965	2.965	
Total	107.039	42.499	64.540

Elaborado por: El Autor

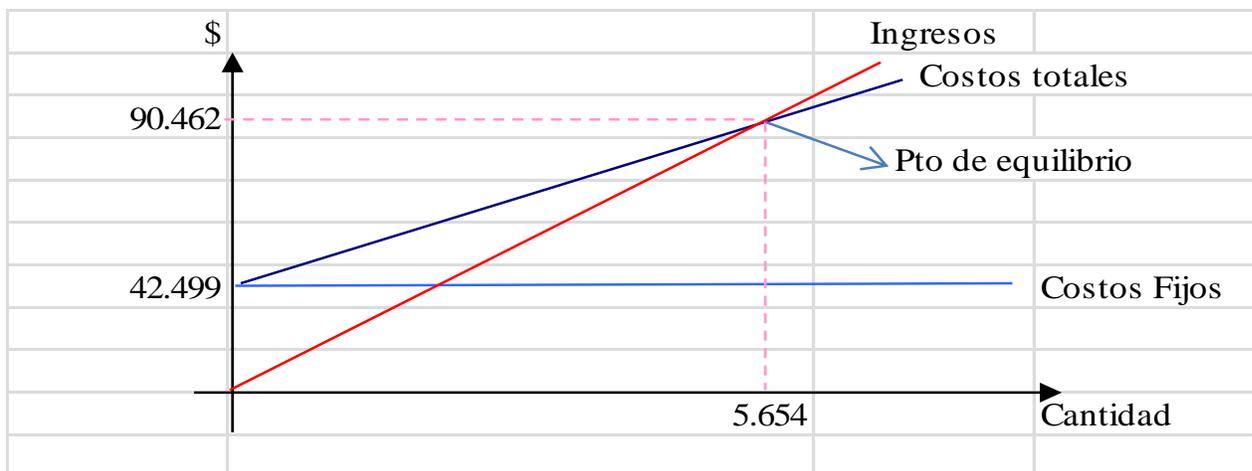
El punto de equilibrio para la pizzería en cantidad se debe mantener en 471 pizzas mensuales, es decir que si se incrementa esta cantidad tendrá mayor margen de utilidad y podrá cubrir sus gastos internos con mayor facilidad, en cuanto al valor monetario la empresa tendrá que vender 7538 para mantenerse en el punto de equilibrio esperado.

Figura 20. Punto de Equilibrio

Ingresos el primer año =	121.728				
Costos fijos =	42.499				
Costos variables =	64.540	8 Costos variables por unidad			
Precio unitario =	16,00				
PUNTO DE EQUILIBRIO (cantidad) =	$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable (u)}}$	=	$\frac{42.499}{7,52}$	=	5654
				mensual =	471

PUNTO DE EQUILIBRIO (dólares) =	$\frac{\text{Costos fijos}}{1 - \text{CV} / \text{Ingresos}}$		
PUNTO DE EQUILIBRIO (dólares) =	$\frac{42.499}{1 - \frac{64.540}{121.728}}$	=	90462
		mensual =	7538

Figura 21. Punto de Equilibrio



Elaborado por: El Autor

Como se puede observar la empresa tendrá que vender mensualmente 90.462 dólares para no perder, sin embargo de acuerdo a lo estimado la empresa esperar supera el valor de

ventas pues al primer año sus ingresos son 121.728 ya que la tendencia de consumo por comida rápida va creciendo en el mercado.

3.3.5 Impacto Ambiental

3.3.5.1. Normas de Gestión del Ambiente

El cuidado del medio ambiente se ha convertido en el pilar de las empresas varias organizaciones han implementado normas ISO 14000 con la finalidad de proteger el medio ambiente, en cuando cuidado y conservación del mismo garantizando un desarrollo sustentable.

Ventajas:

- Reducción del consumo de energía, de gastos de materia prima, y gastos para la eliminación de residuos.
- Minimización de los gastos.
- Aumenta de la competitividad.
- Aumento de la estima pública y mejora de la imagen.
- Ventajas para conseguir créditos.
- Disminución de los riesgos.
- Producción y fortalecimiento de relaciones con las autoridades y clientes.
- Promoción de la conciencia ambiental de los recursos.
- Aumento de la seguridad laboral.
- Desarrollo organizacional.

- Facilidad para recibir una cobertura de seguro.
- Reconocer los puntos débiles.
- Información adecuada para el caso de emergencia ambiental.

3.3.5.2. Importancia de la Norma

En general las pequeñas y medianas empresas pueden adoptar las normas que ayudan a mejorar el producto y comercialización, lo cual a su vez permite garantizar al cliente el servicio y a su vez la manera en como estos procesos pueden apoyar al cuidado del medio ambiente.

Para los consumidores; las normas internacionales proporciona el aseguramiento de su calidad, seguridad y fiabilidad, también pueden contribuir a mejorar la calidad de vida en general asegurando que el transporte, la maquinaria e instrumentos que usamos son sanos y seguros.

3.3.5.3. Normas de Higiene

Las normas de higiene permiten establecer parámetros para la manipulación de elementos preparados y establecen cómo se debe utilizar la vestimenta, los procesos de seguridad e higiene, los envases y parámetros generales que se enuncian a continuación:

De acuerdo al (INEC, 2013) menciona que:

- El manipulador de alimentos preparados debe contar con el certificado salud ocupacional

- El manipulador de alimentos preparados debe usar vestimenta de protección acorde a la actividad que realice según el giro, la cual debe mantenerse limpia, y en buenas condiciones; la vestimenta debe ser de color blanco o colores claros.

- El manipulador de alimentos preparados debe lavarse las manos y desinfectarlas, antes y después de actividades laborales, manipuleo de alimentos , luego de usar el baño, toser, luego de manipular envases, desechos, basura y otras actividades que representen riesgo de contaminación. En el caso de uso de guantes de látex es obligatorio cumplir con el lavado de manos y deben ser reemplazados frecuentemente.

- El manipulador de alimentos preparados debe mantener el cabello cubierto totalmente con malla, gorro u otro medio, debe usar una mascarilla, uñas cortas y sin esmalte, sin joyas, libre de maquillaje, sin barba y bigotes al descubierto.

- El manipulador de alimentos no debe Fumar, comer o masticar chicle, estornudar o toser sobre los alimentos.

- El manipulador de alimentos no debe manipular alimentos cuando se sospeche que padece una posible enfermedad transmisible a los alimentos (ETAs), con síntomas como vómito, diarrea, dolor abdominal, fiebre y escalofríos o cuando tenga heridas o irritaciones cutáneas.

3.3.5.4. Identificación de Impactos y Mitigación

El impacto del ambiente se puede genera en empresas grandes y pequeñas es por esta razón que identificar el impacto y la mitigación que realizara la Pymes pues es necesario establecer planes de aprovechamiento de los recursos no utilizables mediante mecanismos de reciclaje

La pizzería Gourmet durante el proceso de elaboración de pizza tendrá como resultado desperdicios de materia prima. Sin embargo se puede realizar el tratamiento especial de estos desperdicios para evitar la contaminación con esto se aminorara el impacto de contaminación.

Tabla 46. Identificación de Posibles Impactos Ambientales

Impacto de Suelos	Impacto de Aire
Desechos Químicos	Gases Producidos por la Cocción
Desechos Orgánicos	
Desechos Inorgánicos	

Elaborado por: El Autor

Impacto al Suelo

Los desechos de los materiales que formaran parte de la producción deberán ser reciclados para evitar daños al ecosistema.

Una medida para evitar el impacto al suelo es contrarrestar la contaminación a través del proceso de reciclaje, clasificando los desechos materiales y orgánicos para su fácil transportación.

Impacto al Aire

Al realizar la preparación de alimentos estos producen gases, por lo tanto se pretende prevenir ventilando el espacio de estas actividades.

Para neutralizar la contaminación del aire se deberá suministrar en el área de proceso la instalación de extractores para que ayuden a la absorción de estos gases.

3.3.6 Impacto Social

3.3.6.1. Generación de Fuentes de Trabajo

En cuanto al impacto económico la pyme de Pizza Gourmet se convierta en fuente de ingresos y producción para el área alimenticia; que simultáneamente coadyuvará a generar fuentes de empleo a los ciudadanos de Quito.

3.3.6.2. Igualdad de Género

Todas las personas estarán en capacidad de trabajar en la pymes siempre y cuando cumplan con el perfil establecido para cada área de trabajo ya sea esta administrativa u operativa.

3.3.7 Aspectos Legales

3.4.7.1. Requisitos de Constitución

Tabla 47. Requisitos de Constitución

1	Aprobación del Nombre de la Compañía
Trámite	Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.
Documentación	Copia de cédula.
2	Apertura Cuenta de Integración de Capital
Trámite	Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.
Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas). • Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías. • Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital. • El valor del depósito.
Descarga de Documento	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Compañía Limitada. • Modelo solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Sociedad Anónima.
3	Celebrar la Escritura Pública
Trámite	Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía.

Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas). • Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías. • Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el Banco. • Minuta para Constituir la Compañía. • Pago Derechos Notaría.
Descarga de Documento	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo Minuta Constitución Compañía Limitada. • Modelo Minuta Constitución Compañía Anónima.
4	Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución
Trámite	Las Escrituras de Constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.
Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución. • Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud. • Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía.

Descarga de Documento	• Modelo solicitud aprobación Escrituras.
5	Obtener la Resolución de Aprobación de las Escrituras
Trámite	La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.
Documentación	Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.
6	Cumplir con las Disposiciones de la Resolución
Trámite	<ul style="list-style-type: none"> • Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía. • Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.

	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.
Documentación	<p>Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías. • Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio). • Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.
7	Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil
Trámite	Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.
Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones. • Patente municipal. • Certificado de inscripción otorgado por el Municipio. • Publicación del extracto. • Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.
8	Elaborar Nombramientos de la Directiva de la Compañía
Trámite	Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente).
Documentación	Ninguna.
Descarga de Documento	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo Nombramiento Gerente. • Modelo Nombramiento Presidente.
9	Inscribir Nombramientos en el Registro Mercantil
Trámite	Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil.

Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Tres copias de cada Nombramiento • Copia de las Escrituras de Constitución • Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente
---------------	---

10	Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías
Trámite	Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.
Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario RUC 01A • Formulario RUC 01B. • Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil. • Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente. • Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil. • Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía. • Publicación del extracto.
Descarga de Documento	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario 01-A. • Formulario 01-B.
11	Obtener el RUC
Trámite	Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías. • Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías. • Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil. • Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil. • Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal. • Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal. • Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito. • Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías. • Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.
Descarga de Documento	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Autorización para obtener el RUC por una tercera persona. • Modelo carta SRI para uso gratuito de oficina.

12	Retirar la Cuenta de Integración de Capital
Trámite	Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para apertura de cuenta de Integración de Capital.
Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para apertura de cuenta de Integración de Capital. • Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía. • Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.
Descarga de Documento	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de autorización de retiro de capital del banco.
13	Apertura una Cuenta Bancaria a Nombre de la Compañía
Trámite	La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.
Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de apertura de cuenta. • Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta. • Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta. • Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.
Descarga de Documento	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo solicitud apertura cuenta corriente o de ahorros.
14	Obtener Permiso para Imprimir Facturas
Trámite	Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI). • Permiso de Bomberos. • Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía. • Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía. • Registro patronal en el IESS. • Patente Municipal. • Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria. • Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria. • Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.
---------------	--

Fuente: Instituciones Gubernamentales.

Elaborado por: El Autor.

3.4.7.2. Permisos y Limitaciones

3.4.7.2.1. Permiso de Bomberos

Por ser una pizzería de Gourmet es necesario que el cuerpo de bomberos emita el permiso del funcionamiento y que se enmarcan en el tipo C de actividad (Restaurante).

Según el (Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, 2014) menciona que los requisitos son:

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,

3.4.7.2.2 Patente Municipal

La patente es un documento obligatorio que se aplica a personas naturales o jurídicas que realizaran alguna actividad industrial, comercial, financiera, inmobiliaria y profesional y es un requisito para la obtención del Ruc.

Según los Servicios Ciudadanos, 2014 menciona que:

Requisitos para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.

- Formulario de declaración de Patente Municipal.
- Copia de la cédula de identidad.
- Certificado de certificado de votación de la última elección.
- Copia de RUC en el caso de que lo posea.
- Copia de la licencia de conducir profesional.
- Copia del carné del CONADIS en el que se indique el porcentaje de discapacidad que posea, de ser el caso.

Personas naturales y jurídicas obligadas llevar contabilidad.

Inscripción personas naturales (se realiza en ventanilla-obtener patente):

- Formulario de Inscripciones de Patente Municipal suscrito por el representante legal.
- Copia de cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal de las últimas elecciones.

Inscripción personas jurídicas (se realiza en ventanilla-obtener patente):

- Formulario de Inscripciones de Patente Municipal suscrito por el representante legal.
- Copia de cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal de las últimas elecciones.
- Copia de la escritura protocolizada de construcción de la persona jurídica.

3.4.7.2.3 Registro Sanitario

Es un documento en el cual se autoriza a una persona natural o jurídica a preparar un alimento para el consumo humano.

De Acuerdo al (Ministerio de Salud Pública, 2010) menciona que los requisitos son:

Permiso de funcionamiento para locales

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial

818

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública,

para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.

6. Plano del establecimiento a escala 1:50.
7. Croquis de ubicación del establecimiento.
8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
9. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. (Descritos en el Ac. Ministerial No 818 del 19 de diciembre del 2008)

3.4.7.2.4 Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas (Ministerio de Turismo)

Las actividades de alojamiento, alimentos y bebidas son consideradas actividades turísticas ya sean realizadas por personas naturales o jurídicas y para esto se requiere los siguientes requisitos:

Personas Jurídicas

Según el Ministerio de Turismo, 2014 menciona que:

1. Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,

3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Copia de la cédula de identidad
5. Copia de la última papeleta de votación
6. Copia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en la ciudad de Quito.
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados
12. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

Formato para la Solicitud de registro alojamiento, alimentos y bebidas personas jurídicas

Procedimiento:

- Recepción de requisitos y formalidades para el registro:
- El propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quién verificarán uno a uno el cumplimiento de todos los requisitos y formalidades correspondientes, mismas que se encuentran detallados en la Solicitud de Registro.
- Al haber conformidad con los documentos presentados, el funcionario, sumillará aprobando el expediente y coordinará la fecha y hora para realizar la evaluación del establecimiento.
- Una vez ingresado el expediente pasará a conocimiento del Director de Desarrollo o quien realiza esta función en las Coordinaciones Zonales del Ministerio de Turismo. El jefe inmediato o responsable, si no tiene observaciones al respecto, autorizará el proceso y su ejecución del mismo

Evaluación:

- Una vez receptada la documentación correspondiente, se procede a la evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:
- Actividad Turística

- Tipo
- Capacidad
- Categoría
- Dirección
- Nombre del propietario
- Luego de la evaluación, se otorga la clasificación y la categoría, la misma que debe estar de acuerdo a la normativa vigente. En estas normativas se establecen todos los requerimientos.
- Realizada la evaluación se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento y se le entregarán los números de cuentas bancarias:
- Si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, se informa que el Registro se realice mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística
- Para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (en el caso de un establecimiento que pertenezca a un Municipio no descentralizado) deberá realizar el depósito en la Tesorería de la Institución.

3.4.7.3 Aspectos Laborales

En lo que se refiera a aspectos laborales el ministerio de relaciones laborales se guía bajo las directrices del código de trabajo dentro de los cuales se enuncian algunos artículos que son indispensables considerar para la contratación de trabajo.

3.4.7.3.1. Código de Trabajo

Art 2.- Obligatoriedad del trabajo. El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la constitución y las leyes.

Art 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, el contrato colectivo o la costumbre.

Remuneración y Garantías

Art. 79.- Igualdad de remuneración.- A trabajo igual corresponde igual remuneración, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diferencia de cualquier otra índole; mas, la especialización y practica en la ejecución del trabajo se tendrá en cuenta para los efectos de la remuneración.

Art. 80.- Sueldo y salario.- Es el estipendio que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo; y sueldo, la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado.

El salario se paga por jornadas de labor en tal caso se llama jornal; por unidades de obra o por tareas. El sueldo por meses, sin suprimir los días no laborables.

Art 81.- Estipulación de sueldos y salarios.- los sueldos y salarios se estipulan libremente, pero en ningún caso podrán ser inferiores a los mínimos legales, de conformidad con lo prescrito en el artículo 117 de este código.

Se entiende por salario básico a la retribución económica mínima que debe recibir una persona por su trabajo de parte de su empleador, el cual forma parte de la remuneración y no incluye aquellos ingresos en dinero, especie o en servicio, que perciba por razón de trabajos extraordinarios y suplementarios, comisiones, participación en beneficios, los fondos de reserva, el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales, la remuneraciones adicionales, ni ninguna otra retribución que tenga carácter normativo o convencional y todos aquellos que determine la ley.

Las leyes y reglamentos establecidos por el Ecuador permiten que existe una igualdad entre el empleador y las empresas, sin embargo el código de trabajo establece los parámetros de contratación, horarios, sueldos, contratos entre otros, siendo una guía para los empresarios.

3.4.7.3.2. IESS

Pasos para obtener la clave del empleador

- Solicitud de entrega de clave (el formulario que llenaste en la web del IESS)

- Copia del RUC

- Copias a color de las cédulas de identidad del representante legal de la empresa y de su delegado, en el caso de que el primero no pueda presentarse a retirar la clave.

- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones, tanto del representante legal como de su delegado.

- Copia de pago de una planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono)

- Original de la cédula de identidad

- Calificación artesanal, en el caso de ser artesano calificado

Pasos para la ingresar a un empleador al Seguro Social

Según el (IESS, 2014) menciona que:

1. Luego de haber obtenido tu clave de empleador, debes ingresar a la página web del IESS. En la categoría de Empleadores debes registrarte con tu cédula y clave de empleador.

2. Selecciona el aviso de entrada para que puedas ingresar la cédula de identidad del afiliado (en el caso de ser extranjero un documento de identificación)

3. A continuación aparecerá un formulario en el que tendrás que ingresar en los casilleros con asteriscos, los datos del trabajador que estás por afiliar. La información que solicitan es la siguiente:

- Nombres completos del trabajador
- Fecha de ingreso a la empresa y fecha de registro en el sistema, la que indica el día en el que pagará sus aportes al IESS y debe ser la misma en ambos casilleros.
- Relación de trabajo
- Modalidad de contratación
- Código de actividad sectorial
- Denominación del cargo
- Sueldo o remuneración que debe ir acorde a lo establecido por el IESS
- Dirección del empleado

4. En el caso de que la modalidad de contratación sea por medio tiempo, el salario base de aportación será según los días que el trabajador labore y si se contrata a alguien para que labore por días, estos deberán pagar sus aportaciones por los días en los que hayan prestado sus servicios, independientemente del número de horas trabajadas por día.

3.4.1.3. Aspectos Tributarios

3.4.1.3.1. RUC

El ruc es el número de identificación para las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas en el Ecuador ya sea de forma permanente u ocasional, el Ruc está compuesto por 13 dígitos y varía de acuerdo al tipo de contribuyentes.

Según el SRI, 2014 menciona que:

Información del RUC

- La dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica
- La descripción de las actividades económicas que lleva a cabo
- Las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.
- Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

3.4.1.3.2. Documentos

Facturas

Los comprobantes de ventas son autorizados por el SRI pues se convierten en respaldos de las transacciones y podrán ser llenados de forma manual o mecánica a través de sistemas de computación, por lo tanto es importante mencionar que la falta de emisión o entrega de documentos autorizados son sancionados por el código tributario.

Los comprobantes de venta, retención son documentos complementarios y se establecen de acuerdo a un tiempo de vigencia y se han establecido los siguientes plazos de autorización, sin embargo es importante que se archiven los comprobantes, retención y documentos complementarios durante 7 años y se sigan los plazos acorde a las estipulaciones del SRI:

Tabla 48. Plazos de Autorización para Comprobantes de Venta

PLAZOS DE AUTORIZACIÓN PARA COMPROBANTES DE VENTA	
1 año	Cuando esté al día en sus obligaciones tributarias.
3 meses	Cuando tiene pendiente alguna obligación tributaria. Este permiso se otorga una sola vez, hasta que el contribuyente regularice su situación.
Sin autorización	Cuando ya se le otorgó la autorización por 3 meses y no ha cumplido con sus obligaciones tributarias pendientes; o no se le ubica en el domicilio declarado; o su RUC se encuentra cancelado.

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI), 2014

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Según el (SRI, 2014) menciona que:

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.

La base imponible de este impuesto es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten, calculado sobre la base de sus precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos legalmente imputables al precio. Del precio así establecido sólo podrán deducirse los valores correspondientes a descuentos y bonificaciones, al valor de los bienes y envases devueltos por el comprador y a los intereses y las primas de seguros en las ventas a plazos.

Este impuesto se declara de forma mensual siempre y cuando los bienes o servicio estén gravados con tarifa 12%, y de manera mensual cuando se transfieran bienes y servicios con tarifa cero o no gravados.

Tabla 49. Fechas de Declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Noveno Dígito	Fecha Máxima de Declaración (si es mensual)	Fecha Máxima de Declaración (si es semestral)	
		Primer semestre	Segundo Semestre
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI), 2014

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Impuesto a la Renta

Según el (SRI, 2014) menciona que:

El impuesto a la renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1ro. de enero al 31 de diciembre.

La declaración del impuesto es obligatorio para todas la persona naturales, sucesiones indivisas y sociedades, aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

1. Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.
2. Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada.

Las sociedades y personas naturales y sucesiones indivisas están obligadas a llevar contabilidad aquellas que cumplen con las siguientes disposiciones:

Tabla 50. Obligados a llevar Contabilidad

Obligados a Llevar Contabilidad
1ro. de enero operen con un capital superior a los USD 60.000
o cuyos ingresos brutos anuales de su actividad económica sean superiores a USD 100.000,
los costos y gastos anuales sean superiores a USD 80.000
Incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI), 2014

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, de acuerdo al tipo de contribuyente:

Tabla 51. Plazos de Presentación de la Declaración

Noveno Dígito	Personas Naturales	Sociedades
1	10 de marzo	10 de abril
2	12 de marzo	12 de abril
3	14 de marzo	14 de abril
4	16 de marzo	16 de abril
5	18 de marzo	18 de abril
6	20 de marzo	20 de abril
7	22 de marzo	22 de abril
8	24 de marzo	24 de abril
9	26 de marzo	26 de abril
0	28 de marzo	28 de abril

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI), 2014

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

4.1 Conclusiones

A lo largo de la presente investigación ha sido posible observar los diferentes aspectos que son necesarios para la implementación de una PYME, en este caso, de una pizzería de tipo gourmet que será implementada en la ciudad de Quito.

El estudio concluye claramente que la empresa que se ha estudiado es factible de implementar y será rentable de acuerdo a las proyecciones realizadas, por tanto debe implementarse con una alta probabilidad de tener éxito en el mercado.

Al realizar el estudio de mercado fue posible observar que existe una demanda insatisfecha por parte de los consumidores del sector que se ha seleccionado para implementar la pizzería y se ha podido observar el comportamiento de la competencia, así como las características de consumo de los potenciales clientes, lo cual ha sido la base para el cálculo de la demanda, de la oferta y finalmente la determinación de que existe una demanda insatisfecha en el mercado y por tanto una oportunidad para la implementación de esta empresa.

Ha sido claro de acuerdo al alcance que tiene el proyecto, basado en la capacidad de inversión de los accionistas, así como el tamaño productivo y de infraestructura con el cual se quiere iniciar, que la inversión requerida será en total de \$46.822, de los cuales un 60% invertirá la sociedad y un 40% se solicitará un crédito bancario.

De esta manera, ha sido posible especificar cuáles son las fuentes de financiamiento de los requerimientos de capital, así como el uso y su distribución, base del estudio y los cuales han permitido obtener una rentabilidad adecuada pero sin incrementar el riesgo de forma significativa, por lo que el proyecto ha logrado optimizar recursos y la orientación de la empresa y sus finanzas.

El estudio financiero realizado ha demostrado con todo el sustento necesario, que la empresa será rentable, obteniéndose en base a un potencial escenario de mercado normal, una rentabilidad de 34,72% como TIR y la recuperación del capital en un período de 3 años y medio.

Por tanto existiendo la posibilidad de ingresar en una empresa rentable y factible de implementar se presenta como una oportunidad que hay que considerar en favor tanto de los accionistas, así como de empleados y clientes que podrán ser atendidos y satisfecho su demanda en una empresa que pueda ofrecer un producto de calidad y con la atención que requieren los consumidores de la ciudad de Quito.

4.2 Recomendaciones

De las conclusiones obtenidas del presente estudio, se puede indicar que se recomienda la implementación de la pizzería tipo gourmet en el sector seleccionado, pues existe la potencialidad de lograr una empresa rentable y favorable para sus beneficiarios.

Es necesario que la empresa no solamente considere los aspectos técnicos y financieros, sino que ya en operación la empresa busque los mejores procedimientos de operación, así como

delimite sus funciones y proyecciones a futuro, para lograr de esta manera una empresa que pueda ser creciente de manera sostenible en el tiempo.

Se debe vigilar con mucha atención las ventas de la empresa, pues como se pudo observar, las mismas son muy sensibles a la rentabilidad por lo que una baja en las ventas podría disminuir en una buena parte la rentabilidad esperada, pero así mismo lograrían incrementarla con un pequeño porcentaje adicional de las mismas, por tanto es muy importante, dentro del alcance de la empresa, buscar incrementar los ingresos.

Se recomienda que existan además de los aspectos y requerimientos mencionados, que se busque el mejoramiento a los productos, pues de ellos dependerá la fidelidad del cliente y a su vez que se mantenga y atienda permanente al cliente interno, pues de éste dependerá el éxito de la empresa y que existan clientes internos y externos satisfechos y de ello una empresa rentable en beneficio de los accionistas y en general de la población.

BIBLIOGRAFÍA

- Andino Sosa, P. (2012). *Desarrollo del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera. Guía Teórica-Metodológica*. Quito: Universidad Internacional SEK.
- Araque Wilson (2012). *La PyME y su situación actual*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Banco Central del Ecuador. Dirección de Estadística Económica. (2011). *Metodología de la Información Estadística Mensual*, 3º Edición.
- Banco Nacional de Fomento. *Tasas de Interés*. (2013). Recuperado de https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=88.
- Chiavenato, A. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw Hill.
- Diario Hoy (2013). *Las oportunidades de ventas de las pymes se amplían en la región*
Tomado de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/las-oportunidades-de-venta-de-las-pymes-se-amplian-en-la-region-577719.html>
- Gallagher, Timothy J.; Andrew, Joseph D. (2001). *Administración Financiera. Teoría y Práctica*.: Editorial, Prentice Hall.
- Lawrence J. Gitman; Carl D. McDaniel. (2006). *El Futuro de Los Negocios*: Editorial, Cengage Learning.

Municipio de Quito. *Estadísticas e Indicadores*, (2013). Recuperado de http://sthv.quito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=28&Itemid=50.

Observatorio PYME, Universidad Andina Simón Bolívar. *Las PYMES y su Situación Actual*.2012. Recuperado de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf

Sáenz Flores, Rodrigo. (2007). *Manual de Gestión Financiera*.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Plan Nacional de Desarrollo. *Micro, Pequeña y Mediana Empresa*, 2007 – 2010. Recuperado de http://plan.senplades.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=68d75caf-d3bd-4ef4-8180-b3f53418711a&groupId=10136

Servicio de Rentas Internas. (2012). Qué son las PYMES. Ecuador. Recuperado de: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/pymes>

Santesmases Mestre, Miguel; y Otros. (2003). *Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias*: Editorial, Pirámide.

ANEXOS

Anexo A
COTIZACIONES

Facturas Proforma

IMG Industrias Metálicas Construcciones

Gordon Cía. Ltda.

Telf. (593) 02 2845-556 / 2846-087

Fax. (593) 02 2845-435

Presupuesto Referencial

Cliente: Sr. Daniel Endara

Celular: 0983309696

Correo: endaradaniel@yahoo.com / danielendarask20@hotmail.com

Contacto : Sr. Rony Efraín Grijalva Simbaña

Celular: 0992865952

Correo: rogr24@ovi.com

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Escritorio Metal Madera	260,00	260,00
	Medidas: 1,20 x 0,60		
1	Escritorio Majestad (Área Gerencial)	610,00	610,00
	Medidas: 2,50 x 1,80		
1	Mesa para Sala de Reuniones	460,00	460,00
	Medidas: 2,40 x 1,20		
1	Aparador Metálico	710,00	710,00
	Medidas: 1,60 x 2,00 x 0,45		
1	Archivador de 4 Gavetas	260,00	260,00
1	Panel Separador con Madera	240,00	240,00
	Medidas: 1,60 x 1,20		
1	Silla de Escritorio Giratoria	99,00	99,00

1	Casillero de 30 Espacios de 35 X 35 (Madera)	920,00	920,00
1	Silla Ergonómica Karoline	110,00	110,00
1	Sillón Presidente Ease	260,00	260,00
1	Dispensador de Agua	195,00	195,00
1	Espejo	78,00	78,00
	Medidas: 1,20 x 1,00		
1	Sillas Fijas Tapizadas	41,50	41,50
1	Carro Transportador de 2 Bandejas (En Acero Inoxidable)	380,00	380,00
1	Barra de 6M. En Acero Inoxidable	185,00	185,00
1	Bancos Metálicos, Asientos Tapizados Fijos	42,00	42,00
1	Taburetes Giratorios Tapizados	48,00	48,00
1	Aparador de Cocina	850,00	850,00
	Medidas: 1,60 x 2,00 x 0,45		
1	Mesón para Cocina	900,00	900,00
	Medidas: 2,00 x 0,60		
1	Mesa para 4 Personas (Con base 4 tubos y superficie de madera forrada con fórmica)	198,00	198,00
	Medidas: 0,80 x 0,80 x 0,75		
1	Sillas Restaurante Asiento Tapizado	44,00	44,00
1	Repisas en Lamina de Tool de 0,75 Sujetadas con Pie de Amigo	38,00	38,00
	Medidas: 1,00 x 0,45		
		Subtotal	\$ 6.928,50
Son: Siete Mil Setecientos Cincuenta y Nueve con 92/100 Dólares		12% IVA	\$ 831,42
		Total	\$ 7.759,92

IMG Industrias Metálicas Construcciones

Gordon Cía. Ltda.

Telf. (593) 02 2845-556 / 2846-087

Fax. (593) 02 2845-435

Presupuesto Referencial

Cliente: Sr. Daniel Endara

Celular: 0983309696

Correo: endaradaniel@yahoo.com /
danielendarask20@hotmail.com

Contacto : Sr. Rony Efraín Grijalva Simbaña

Celular: 0992865952

Correo: rogri24@ovi.com

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Plato Tendido en Acero INOX 23CM	4,55	4,55
1	Plato Tendido en Acero INOX 15CM	2,48	2,48
1	Sopero Redondo ACEROB INOX 20 OZ.	3,84	3,84
1	Jarro Cónico Acero INOX 12 OZ.	4,08	4,08
1	Azucarero Cilíndrico C/T Acero INOX	4,50	4,50
1	Bandeja Acero INOX Tramontina 49 X 33	41,60	41,60
1	Salero Acero INOX	2,90	2,90
1	Cuchillo Tradicional Sierra (Docena)	20,00	20,00
1	Cuchillo Mesa TR Cosmos	3,90	3,90
1	Tenedor TR Cosmos	1,85	1,85
1	Cuchara de Te TR Cosmos	1,10	1,10
1	Cuchara TR Cosmos	1,85	1,85
1	Cafetera Acero INOX 30 TZ. UMCO	61,50	61,50
1	Bandeja Acero INOX Tramontina 40X28	33,00	33,00
1	Ajicero	3,80	3,80
1	Tazas Café en Cerámica	5,20	5,20
1	Vasos Desechables	0,50	0,50
		Subtotal	\$ 196,65
		12% IVA	\$ 23,60
Son: Doscientos Veinte con 25 /100 Dólares		Total	\$ 220,25

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA.LTDA

PROFORMA



ALMACENES MONTERO

001-001-0003121

SUCURSAL LA Y AV. 10 de Agosto N43-33 y Falconi Diagonal a la Estación Norte del Trolebús

TELÉFONOS: 02-331600

RUC: 1792144566001

FECHA: 24/SEP/2013

PEDIDO No: 001-001-000003121

CLIENTE: ENDARA SKOROVA DANIEL

PAGO: CONTADO

RUC:

VENDEDOR: MORETA GEOCONDA

DIRECCIÓN: PARQUE CENTRAL

CIUDAD: PICHINCHA - QUITO

TELÉFONO: 2496246

OBSERV.:

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/ UNIT.	DSTO.	TOTAL
1,00	7861141341368,00	BATIDORA DE USO INDUSTRIAL	2937,03	0,00	2937,03
1,00	7861141341369,00	HORNO ELECTRICO 4 LATAS	650,00	0,00	650,00
1,00	7861141341370,00	MESA DE TRABAJO. ACERO INOCIDABLE	300,00	0,00	300,00
1,00	7861141341371,00	FILETEADORA DE EMBUTIDOS	950,00	0,00	950,00
1,00	7861141341372,00	BALANZA DIGITAL INDUSTRIAL	600,00	0,00	600,00
1,00	7861141341373,00	MICROONDAS	80,00	0,00	80,00
1,00	7861141341374,00	SARTEN DE TEFLON	20,00	0,00	20,00
1,00	7861141341375,00	ASPIRADORAS	733,00	0,00	733,00

TIEMPO DE VALOR : 8 DIAS	SUBTOTAL 1	6270,03
TOTAL A PAGAR:	DSTO.	0,01
DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO	SUBTOTAL 2	6270,03
Forma de Pago: Efectivo o Cheque a nombre de INSUPROF CIA.LTDA - MATRIZ	IVA 0%	0,00
	IVA 12%	752,40
	TOTAL USD	7022,43

RECIBIDO POR:

ELABORADO POR:

COMPUMAX**RODDY GABRIEL GALARZA LEÓN****R.U.C 1709546483001****Dirección: Av. Del Parque S/N y Edmundo Carvajal****C.C. El Bosque-PB-Local 27-Frente al Local New York-Paseo Amazonas****Telf.: 2920 491****Fecha: 12/07/2013****Cliente: Daniel Endara****R.U.C/C.I.****Dirección: Parque Central****Telf.: 0983309696****Forma de Pago: Contado**

CANT.	ARTÍCULO	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadores Core I3	650	650
1	Impresoras	290	290
SON:		SUBTOTAL	940
		12% IVA	112,80
		TOTAL	1052,80

RECIBI CONFORME

POR COMPUMAX

