

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL S.E.K.**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Carrera de Ingeniería Financiera**

**Estudio de Factibilidad para la puesta en marcha  
de una Pizzería en el Sector de la Mariscal**

**Antonio José Chediak Rodríguez**

**Director de Tesis: Econ. Rodrigo Sáenz Flores**

**2 de Septiembre del 2003**

### **Agradecimiento**

Quisiera agradecer primero a Dios, por que el ha estado acompañándome durante toda mi vida, ayudándome siempre a salir adelante incluso cuando parece no haber salida.

A mis Padres, que me han dado toda la educación y que estoy conciente del esfuerzo que han hecho para invertir en mi porvenir.

A mis hermanas, que siempre me han brindado su apoyo.

A Verónica, que ha tenido que soportar las largas horas que a mi me tomo realizar esta tesis.

A todos los que han sido mis profesores en la universidad, porque ellos nos han dado una parte se sus conocimientos que serán nuestra herramienta de trabajo en el futuro.

Agradezco de manera especial al Econ. Rodrigo Sáenz Flores, por su acertada dirección a lo largo de esta tesis.

Agradezco a la Universidad Internacional SEK, que ha sido el semillero de futuros líderes y grandes empresarios.

Agradezco a mis compañeros, a quienes me siento honrado de conocer, que hicieron de estos cinco los mejores de mi vida.

A toda la gente que se preocupó de una o de otra manera por mí, por mis estudios o por el desarrollo del presente trabajo.

### **Declaratoria**

Yo Antonio José Chediak Rodríguez con cédula de identidad 171216802 - 8, declaro que esta tesis ha sido realizada por mi persona en base a investigación de fuentes primarias y secundarias de todo tipo entre ellas: Libros Especializados, Páginas de Internet, Encuestas, Entrevistas a Profesionales relacionados con el tema de estudio, entre otros.

Las citas que han sido textualmente tomadas de cualquiera de estas fuentes, han sido debidamente citadas, refiriéndose claramente al texto o referencia del que fue tomada.

Testifico una vez más que esta tesis ha sido creada en base a mis conocimientos, mi investigación y que en ella no existe ningún tipo de plagio.



---

**Antonio J. Chediak Rodríguez**  
**CI. 171216802 - 8**

**Dedicatoria**

Para Verónica, para mis Padres, para mis hermanas, para mi Familia.

# ÍNDICE

<b>Introducción</b>		I
<b>Abstract</b>		II
		<b>Página</b>
<b>Capítulo 1</b>	<b>Marco Teórico</b>	
1.1.1	Concepto de Proyecto	1
1.1.2	Tipología de Proyectos	2
1.1.3	Gráfico Temporal de los Proyectos de Inversión	4
1.2	Ciclo de Vida de los Proyectos	5
1.3	Naturaleza del Proyecto	8
<b>Capítulo 2</b>	<b>Resumen Ejecutivo</b>	
2.1	Antecedentes del Proyecto	9
2.2	Tipo de Proyecto, Objetivos y Justificación	9
2.3	Aspectos Administrativos y Jurídicos Relevantes	11
2.4	Aspectos Ambientales Relevantes	12
2.5	Inversiones, costos, gastos y evaluación del Proyecto	13
2.6	Conclusiones y Recomendaciones	15
<b>Capítulo 3</b>	<b>Estudio de Mercado</b>	
3.1.1	Análisis y Descripción del Producto, sus Características y Usos	16
3.1.2	Historia de la Pizza	17
3.1.2.1	La Antigüedad	17
3.1.2.2	La Edad Media	18
3.1.2.3	La Pizza entre 1700 y 1800	19
3.1.2.4	La Actualidad	20
3.2.1	Análisis de la Oferta	20
3.2.2	Pizza Hut	21
3.2.3	Ch Farina	25
3.2.4	Domino's Pizza	29
3.2.5	El Hornero	31
3.2.6	Otras Pizzerías	34
3.2.7	Otros Restaurantes	34
3.2.8	La Oferta de Pizzas en el Sector de la Mariscal	37
3.2.8.1	Oferta Real	37
3.2.8.2	Oferta Proyectada	37
3.3.1	Análisis de la Demanda	38
3.3.2	Encuestas para estimar la Demanda de Pizzas en La Mariscal	38
3.3.2.1	Características de las Preguntas	39
3.3.2.2	Prueba Piloto	42
3.3.2.3	Ámbito geográfico de la Encuesta	42
3.3.2.4	Depuración de la Población Existente	43
3.3.2.5	Cálculo del Tamaño de la Muestra	46
3.3.2.6	Resultados de la Encuesta	47
3.3.3	Demanda de Pizzas en La Mariscal y Tasa de Consumo	55
3.4.1	Balance Oferta - Demanda	57

	<b>Página</b>
<b>Capítulo 4</b>	<b>Tamaño y Localización</b>
4.1.1	Macro Localización del Proyecto 60
4.1.1.1	La Mariscal, su Historia y su Proyecto de Rehabilitación 61
4.1.1.2	Características y Delimitación del Sector de La Mariscal 64
4.1.1.3	Aspectos Culturales y de Identidad de La Mariscal 64
4.1.1.4	El Futuro de La Mariscal 65
4.1.2	Micro Localización del Proyecto 66
4.1.3	Localización Óptima 68
4.1.4	Diseños y Plano del Local Ubicado en la calle Lizardo García y Andrés Xaura 68
4.2.1	Factores que determinan el Tamaño del Proyecto 74
4.2.2	Capacidad de Producción Teórica 74
4.2.2.1	Los Hornos 74
4.2.2.2	Del número de Mesas en la Pizzería 75
4.2.3	Capacidad de Producción Real 76
4.2.3.1	Los Hornos 76
4.2.3.2	Del número de Mesas en la Pizzería 77
<b>Capítulo 5</b>	<b>Ingeniería del Proyecto</b>
5.1	Definición de la Tecnología a Usar 81
5.2	Selección de los Procesos Productivos 81
5.2.1	Etapas para la producción de Pizza 82
5.3.1	Tipos de Pizza 85
5.3.1.1	La Masa y la Salsa 85
5.3.1.2	Las Pizzas 86
5.4	Selección de Maquinarias y Equipos 87
5.4.1	Hornos de Cadena, Características y Usos 87
5.4.2	Hornos con Sistema de Barrido a Chorro, Características y Usos 91
5.4.3	Cuarto Frío 93
5.5	Vida útil de la Maquinaria y Mantenimiento de la misma 95
5.6	Análisis de la Mano de Obra 95
5.7	Descripción de Obras Civiles del Proyecto 96
<b>Capítulo 6</b>	<b>Aspectos Administrativos y Jurídicos</b>
6.1	Aspectos Generales 98
6.1.1	Estructura Administrativa para la Fase de Ejecución del Proyecto 98
6.1.1.1	El Administrador para la Ejecución del Proyecto 99
6.1.1.2	Secretaría 100
6.1.1.3	Albañil y Peón 100
6.1.1.4	Electricista 100
6.1.1.5	Plomero 101
6.1.1.6	Organigrama durante la Ejecución del Proyecto 101
6.1.2	Estructura Administrativa para la Fase de Operación del Proyecto 101
6.1.2.1	El Nombre y Logotipo 102
6.1.2.2	La Misión 104
6.1.2.3	Personal para la Fase de Operación de la Pizzería 104
6.1.2.4	El Gerente General 105
6.1.2.5	Asistente de Gerencia 105
6.1.2.6	El Mensajero 106
6.1.2.7	El Cocinero 106
6.1.2.8	El Hornero de Pizzas 107
6.1.2.9	Los Auxiliares de Cocina 107

	<b><i>Página</i></b>
6.1.2.10 El Cajero	107
6.1.2.11 El Capitán de Saloneros	108
6.1.2.12 Los Saloneros Bilingües	108
6.1.2.13 Organigrama durante la Operación del Proyecto	108
6.2 Aspectos Legales	109
6.2.1 Normas para la Constitución de una Compañía de Carácter Limitado	109
6.2.2 Permisos necesarios para poner en funcionamiento una Pizzería en el Sector de La Mariscal	111
6.2.2.1 El Registro Único de Contribuyentes (RUC)	112
6.2.2.2 La Competitividad de Uso	115
6.2.2.3 La Patente Municipal	115
6.2.2.4 El Permiso Sanitario	117
6.2.2.5 El Permiso de SAYCE	118
6.2.2.6 El Permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos	118
6.2.3 Permisos necesarios una vez que este en funcionamiento la Pizzería en el Sector de La Mariscal	119
<b>Capítulo 7</b>	<b><i>Inversiones, Costos y Gastos del Proyecto</i></b>
7.1 Inversiones en Activos Fijos	120
7.1.1 Terreno	120
7.1.2 Obras Civiles y Decoración	120
7.1.3 Sistema de Extracción de Olores	120
7.1.4 Maquinaria y Equipos	121
7.1.5 Muebles	122
7.1.6 Enceres	122
7.1.7 Resumen de Inversiones en Activos Fijos	123
7.2 Inversión en Activos Intangibles	123
7.2.1 Resumen de Inversiones en Activos Intangibles	123
7.3 Inversión en Capital de Trabajo	125
7.4 Resumen de Inversiones	125
7.4.1 Cronograma de Ejecución de las Inversiones	126
7.5 Costos y Gastos de Producción	126
7.5.1 Costos Directos de Producción	126
7.5.1.1 Materiales Directos necesarios para la Producción de Pizzas	127
7.5.1.1.1 Materiales Directos necesarios para la preparación de la Masa y la Salsa	127
7.5.1.1.2 Viandas necesarias para la preparación de las Pizzas	128
7.5.1.2 Mano de Obra Directa necesaria para la producción de Pizzas	129
7.5.2 Gastos Indirectos de Producción	130
7.5.2.1 Materiales Indirectos necesarios para la producción de Pizzas	130
7.5.2.1.1 Suministros de Producción	131
7.5.2.1.2 Suministros de Limpieza	131
7.5.2.1.3 Suministros de Electricidad, Agua, Teléfono, Gas y Cable	132
7.5.2.1.4 Suministros de Oficina	133
7.5.2.1.5 Bebidas y Helados	134
7.5.2.2 Mano de Obra Indirecta necesaria para la producción de Pizzas	134
7.5.2.3 Gastos de Publicidad y Venta	135
7.5.3 Resumen de Costos y Gastos en el Primer Año de Operación	136
7.6 Precio de Venta de las Pizzas	137
7.7 Punto de Equilibrio	138
7.8 Margen de Seguridad Contable	139
7.9 Financiamiento	140
7.9.1 Deuda a Largo Plazo	141
7.9.2 Recursos Propios o Patrimonio	141

	<b>Página</b>
7.10 Estructura de Capital Inicial	142
<b>Capítulo 8</b>	
<b><i>Evaluación Financiera del Proyecto</i></b>	
8.1 Antecedentes	143
8.2 Parámetros de Evaluación	143
8.3 Ventas Anuales y Mensuales en Unidades	145
8.4 Ventas Anuales y Mensuales en Dólares	146
8.4.1 Ventas Netas Anuales y Mensuales en Dólares	146
8.5 Costos Variables de Producción Mensuales y Anuales en Dólares	147
8.6 Costo de Mano de Obra Directa Mensual y Anual en Dólares	147
8.7 Costo de Mano de Obra Indirecta Mensual y Anual en Dólares	148
8.8 Costos Fijos Indirectos de Producción Mensuales y Anuales en Dólares	148
8.9 Gastos Fijos de Administración Mensuales y Anuales en Dólares	149
8.10 Gastos de Publicidad Mensuales y Anuales en Dólares	149
8.11 Depreciación de Activos Fijos	149
8.12 Amortización de Gastos Pre - Operativos y de Constitución	149
8.13 Amortización de la Deuda	150
8.14 Valor de Salvamento de Activos Fijos	150
8.15 Cálculo del Capital de Trabajo	150
8.15.1 Necesidad de Efectivo	150
8.15.2 Inversión en Cuentas por Cobrar	150
8.15.3 Requerimiento de Capital del Trabajo	151
8.16 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado con el Método de Costeo Directo	151
8.17 Costo de Ventas	152
8.18 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	152
8.19 Evaluación del Proyecto	153
<b>Capítulo 9</b>	
<b><i>Impacto Ambiental Imputable al Proyecto y su Mitigación</i></b>	
9.1 Antecedentes	154
9.2 Ley de Gestión Ambiental	154
9.3 Identificación de los Impactos Ambientales imputables al Proyecto	156
9.4 Identificación de medidas para mitigar el Impacto Ambiental	157
<b>Capítulo 10</b>	
<b><i>Resultados, Conclusiones y Recomendaciones</i></b>	
10.1 Resultados	159
10.2 Conclusiones	160
10.3 Recomendaciones	161
<b>Bibliografía</b>	163
<b>Anexos</b>	

## Índice de Tablas y Figuras

	<i>Página</i>
<b>Tablas</b>	
2.1 Balance Oferta - Demanda	10
2.2 Producción Anual esperada del Proyecto para los próximos Cinco Años por Tipo de Pizza	10
2.3 Inversión Total necesaria para poner en marcha el Proyecto de una Pizzería en el Sector de la Mariscal	14
2.4 Evaluación Financiera del Proyecto	15
3.1 Capacidad de Producción y Ventas de Pizza Hut, local Juan León Mera y Carrión (La Mariscal)	22
3.2 Lista de Precios de Pizza Hut	24
3.3 Capacidad de Producción y Ventas de Ch Farina, local Juan León Mera y Carrión (La Mariscal)	26
3.4 Lista de Precios de Ch Farina	27
3.5 Capacidad de Producción y Ventas en Domino`s Pizza, local La Coruña y San Ignacio	29
3.6 Lista de Precios de Domino`s Pizza	30
3.7 Capacidad de Producción y Ventas del El Hornero, local Amazonas y Veintimilla (La Mariscal)	32
3.8 Lista de Precios El Hornero	33
3.9 Restaurantes de La Mariscal según su Categoría	35
3.10 Detalle de Restaurantes de La Mariscal Según su Categoría	36
3.11 Cálculo de la Oferta Real de Pizzas en el Sector de La Mariscal	37
3.12 Cálculo de la Oferta Proyectada de Pizzas en el Sector de La Mariscal	38
3.13 Número de Alumnos por Universidad	43
3.14 Población Permanente, Temporal y Flotante con respecto a la catalogación de los Locales y Edificaciones que existen en el barrio de La Mariscal	44
3.15 Depuración de la Población del Sector de La Mariscal	45
3.16 Cálculo del Consumo de Pizzas	55
3.17 Balance Oferta - Demanda	58
4.1 Producción Teórica en Función del los Hornos	75
4.2 Producción Teórica en Función de las Mesas	75
4.3 Producción Real en Función de los Hornos	77
4.4 Producción Real en Función de las Mesas	78
4.5 Producción Anual esperada del Proyecto para los próximos Cinco Años	79
4.6 Producción Anual esperada del Proyecto para los próximos Cinco Años por Tipo de Pizza	80
4.7 Porcentajes Ajustados aplicables a los tipos de Pizza que se espera Producir	80
5.1 Comparación de los Sistemas de Horneo	82
5.2 Ingredientes necesarios para la Preparación de la Masa y la Salsa	85
5.3 Especificaciones Técnicas del Horno de Cadena Géminis G26	90
5.4 Especificaciones Técnicas del Horno de Barrido a Chorro Blodgett	93
5.5 Especificaciones Técnicas del Cuarto Frío Modelo CL-156/100/200	95
7.1 Resumen de Inversión en Activos Fijos	124
7.2 Resumen de Inversión en Activos Intangibles	123
7.3 Necesidades de Capital de Trabajo del Proyecto	125

**Tablas**

7.4	Inversión Total necesaria para poner en marche el Proyecto de una Pizzería en el Sector de La Mariscal	125
7.5	Costo de Materiales Directos necesarios para la Preparación de la Masa y la Salsa	127
7.6	Costo de las Viandas necesarias para la Preparación de los Cuatro Tipos de Pizza	128
7.7	Costo Total Unitario de Producción para cada tipo de Pizza	129
7.8	Salarios del Cocinero, Hornero de Pizzas y Auxiliares de Cocina en el Primer Año de Operación de Ciao Pizza	130
7.9	Costo Total Mensual y Anual de Suministros de Producción	131
7.10	Gasto Total Mensual y Anual de Suministros de Limpieza	132
7.11	Costo Total Mensual y Anual de Suministros de Electricidad, Agua, Teléfono, Gas y Cable	132
7.12	Gasto Total Mensual y Anual de Suministros de Oficina	133
7.13	Costo Total Mensual y Anual de Bebidas y Helados	134
7.14	Costo de Mano de Obra Indirecta en el Primer Año de Operación de Ciao Pizza	135
7.15	Costo - Gastos Fijos y Variables para el Primer Año de Producción de Ciao Pizza	136
7.16	Costos y Gastos Variables Ponderados para el Primer Año de Producción de Ciao Pizza	136
7.17	Precio de Pizzas Familiares en las Distintas Pizzerías del Sector de La Mariscal y Precio de Pizzas Familiares en Ciao Pizza	137
7.18	Precio Ponderado de las Pizzas Familiares en Ciao Pizza	137
7.19	Estructura de Capital Inicial	142
8.1	Parámetros de Evaluación	143
8.2	Ventas Anuales y Mensuales en Unidades	145
8.3	Ventas Anuales y Mensuales en Dólares	146
8.4	Ventas Netas Anuales y Mensuales en Dólares	146
8.5	Costos Variables de Producción Mensuales y Anuales en Dólares	147
8.6	Costo de Mano de Obra Directa Mensuales y Anuales en Dólares	147
8.7	Costo de Mano de Obra Indirecta Mensuales y Anuales en Dólares	148
8.8	Costos Fijos Indirectos de Producción Mensuales y Anuales en Dólares	148
8.9	Gastos Fijos de Administración Mensuales y Anuales en Dólares	149
8.10	Gastos de Publicidad Mensuales y Anuales en Dólares	149
8.11	Depreciación de Activos Fijos	149
8.12	Amortización de Gastos Pre - Operativos y de Constitución	149
8.13	Amortización de la Deuda	150
8.14	Valor de Salvamento de los Activos Fijos	150
8.15	Necesidad de Efectivo	150
8.16	Inversión en Cuentas por Cobrar	150
8.17	Requerimientos de Capital de Trabajo	151
8.18	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado por el Método de Costeo Directo	151
8.19	Costo de Ventas	152
8.20	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	152

<b>Figuras</b>	<b>Página</b>
1.1 Gráfico Temporal de los Proyectos de Inversión	5
1.2 Detalle del Ciclo de Vida de un Proyecto de Inversión a Largo Plazo	7
3.1 Primer Local de Pizza Hut en Wichita - Kansas	21
3.2 Restaurantes de La Mariscal según su Categoría	35
3.3 Balance Oferta - Demanda	58
4.1 Macro Localización del Proyecto	60
4.2 Micro Localización del Proyecto	67
4.3 Plano Arquitectónico del Local ubicado en la calle Lizardo García 235 y Xaura	69
4.4 Diseño No. 1 Vista Exterior del Local	70
4.5 Diseño No. 2 Vista de la Entrada Principal del Local	71
4.6 Diseño No. 3 Vista de la Barra de Atención del Local	72
4.7 Diseño No. 4 Vista del Área de Mesas en el Local	73
5.1 Proceso de Producción de Pizzas	84
5.2 Horno de Cadena Géminis G26	89
5.3 Horno de Barrido a Chorro Blodgett	92
5.4 Cuarto Frio Model CL-156/100/200	94
6.1 Organigrama en la Fase de Ejecución del Proyecto	101
6.2 Logotipo de Ciao Pizza	103
6.3 Organigrama en la Fase de Operación del Proyecto	109
7.1 Cronograma de Ejecución de las Inversiones	126
7.2 Punto de Equilibrio en Unidades y en Dólares	140

## **Introducción**

La importancia de que todas las naciones del mundo participen y fomenten proyectos de inversión a largo plazo radica en las innumerables ventajas que dichos proyectos generan en la economía de las naciones.

Entre estas ventajas esta la generación de empleo, lo que a su vez conlleva a mejores niveles de vida entre la población de un país y a mayores niveles de consumo que se reflejan en el crecimiento de las economías.

El aprovechamiento óptimo de los recursos naturales de los países y el desarrollo de nuevas tecnologías es otra de las ventajas de fomentar proyectos de inversión ya que estos logran dichos objetivos.

Por otro lado, el aumento de la riqueza de las personas que están dispuestas a correr riesgos de inversión, es un objetivo que logra cumplirse con disciplina y con el apoyo de estudios técnicos que minimicen el riesgo antes mencionado.

El presente estudio analiza la posibilidad de invertir dinero en la instalación y puesta en marcha de una pizzería en el sector de la Mariscal. Este sector se ha convertido en un importante eje turístico y de comercio, para el cual existen importantes planes de desarrollo a mediano y largo plazo.

Las preferencias de la gente y su necesidad básica de alimentarse hacen atractiva la puesta en marcha de un negocio destinado a la venta de comida, siempre que esta sea de calidad y tenga un precio accesible para los consumidores.

Con estos antecedentes esperamos demostrar en el presente estudio que este proyecto es viable y beneficioso para los inversionistas que lo pongan en práctica.

**Abstract**

The importance in which all the nations of the world must participate and foment projects of long term investment is in the innumerable advantages that these projects generate in their economy.

Among these advantages we can find the large generation of employments, which lead to better standards of life between the population of a country, and a greater level of consumption that is reflected in the growth of the economies.

The optimal usage of the natural resources of these countries and the development of new technologies is another advantage obtained by fomenting investment projects.

On the other hand, the increase of the people's wealth who are willing to run investment risks, is an objective that manages to fulfill itself in disciplinary basis and with the support of technical studies that diminish the mentioned risk.

The present study analyzes the possibility of investing money in the installation of a pizza place in the neighborhood of la Mariscal. This sector has become an important tourist and commercial axis, for which exists important plans for medium and long term development.

The preferences of people and their basic necessity to feed themselves turns this into an attractive business destined to the production of food, as long as the product has quality and has an accessible price for the consumers.

With this background we hope to demonstrate in the present study that this project is viable for the investors who decide to put it in practice.

## CAPITULO 1

### MARCO TEÓRICO

#### **1.1.1 Concepto de Proyecto**

Un proyecto de inversión esta definido como “el conjunto de antecedentes técnicos, financieros, comerciales, sociales, económicos y ambientales que permiten determinar la conveniencia de asignar recursos humanos, materiales y financieros a la creación de una nueva unidad de producción o a la ampliación, reestructuración, renovación o modernización de una existente”<sup>1</sup>

En la actualidad el Ecuador necesita inversionistas que generen proyectos a largo plazo dado que estos ayudan a una nación a desarrollar su economía. Los beneficios que un país obtiene por la generación de dichos proyectos no solo son económicos y cuantificables en términos monetarios, sino que también existen beneficios sociales importantes como la reducción del desempleo.

Los proyectos de inversión a largo plazo son creados con el fin de satisfacer necesidades humanas y por eso se analiza la demanda y oferta, del producto o servicio que el proyecto espera satisfacer. Dicho análisis es realizado mediante un estudio de mercado el cual se convierte en el pilar de sustentación del proyecto de inversión.

Por otro lado para que los proyectos de inversión a largo plazo sean considerados viables en términos monetarios, es importante que dichos proyectos generen una rentabilidad para los inversionistas mayor que la que los recursos implicados generarían en una inversión de riesgo similar.

---

<sup>1</sup> Econ. Rodrigo Sáenz Flores; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos; Junio del 2000; Pág. 5

Los inversionistas desembolsarían una cantidad inicial que pueda poner en marcha el proyecto, esta cantidad se la conoce como Inversión Total o Costo del Proyecto. De allí se esperaría que en un tiempo razonable este empiece a generar saldos positivos que traídos a valor actual justifiquen la puesta en marcha del proyecto.

### **1.1.2 Tipología de Proyectos**

El economista Rodrigo Sáenz Flores<sup>2</sup> señala que existen algunas clases de proyectos los cuales son:

- **Proyectos Complementarios:** estos deben ser realizados de manera simultánea, ya que solo juntos satisfacen una determinada necesidad.
- **Proyectos Independientes:** los proyectos de este tipo satisfacen necesidades distintas por lo que, la aceptación de uno no significa que los demás proyectos presentados no puedan ser ejecutados. La limitante al momento de decidir los proyectos que deben ser ejecutados es la disponibilidad de fondos de los inversionistas.
- **Proyectos Mutuamente Excluyentes:** en este tipo de proyectos la aceptación de uno de ellos significa el rechazo de todos los demás esto se debe a que satisfacen una misma necesidad.
- **Proyectos Necesarios o Imprescindibles:** son aquellos proyectos que deben ser realizados de manera obligatoria para no afectar la actividad de producción de la empresa o por disposiciones legales específicas.

---

<sup>2</sup> Ibid., Pág. 23 - 24

- **Proyectos que Incrementan Ingresos:** son proyectos cuyo fin es mejorar la calidad y presentación de un producto o servicio, de esta manera se esperaría que la gente este dispuesta a retirar del mercado una mayor cantidad de dicho bien o servicio incrementando los ingresos de la empresa.
- **Proyectos que Reducen Costos:** el fin de estos proyectos es reducir los costos de producción de un bien o servicio sin causar un efecto sobre los ingresos que percibe una empresa y de esta manera generar una mayor utilidad.
- **Proyectos que Introducen Nuevos Productos:** el objetivo de estos, es introducir nuevos productos, o dar realce a productos ya existentes a través de herramientas que permitan el correcto posicionamiento de dichos productos en el mercado.
- **Proyectos de Expansión:** son aquellos que se consideran necesarios para ampliar la capacidad de producción de una empresa.
- **Proyectos Puros o no Apalancados:** en este tipo de proyectos, la inversión total inicial es financiada en un cien por ciento con recursos del o los inversionistas.
- **Proyectos Mixtos o Apalancados:** estos proyectos son financiados tanto por recursos de los inversionistas así como por recursos financiados por terceras personas. Es importante analizar en este tipo de proyectos en impacto que el endeudamiento genera ya que muchas veces el proyecto puede generar un mayor valor. Esto se debe a que el Estado permite que

los intereses sean deducibles para determinar la base sobre la que se calcula el impuesto a la renta.

- **Proyectos de Flujos de Caja Convencionales:** son aquellos que generan flujos de caja positivos durante toda la vida útil del proyecto, luego de haberse realizado la inversión inicial que representa un flujo de caja negativo.
- **Proyectos de Flujos de Caja no Convencionales:** en este tipo de proyectos los flujos de caja pueden ser positivos o negativos a lo largo de la vida útil del mismo. Esto puede deberse a que se necesiten inversiones adicionales durante la vida útil del proyecto, que conviertan en negativo al flujo de caja operativo o a pérdidas en los primeros años de operación del proyecto.

Como se puede observar hay proyectos que dan origen a nuevas empresas y otros proyectos que sirven para expandir y mejorar la producción de una empresa ya existente.

### ***1.1.3 Gráfico Temporal de los Proyectos de Inversión***

Los proyectos de inversión a largo plazo se los puede representar de la siguiente manera:

## GRÁFICO TEMPORAL DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

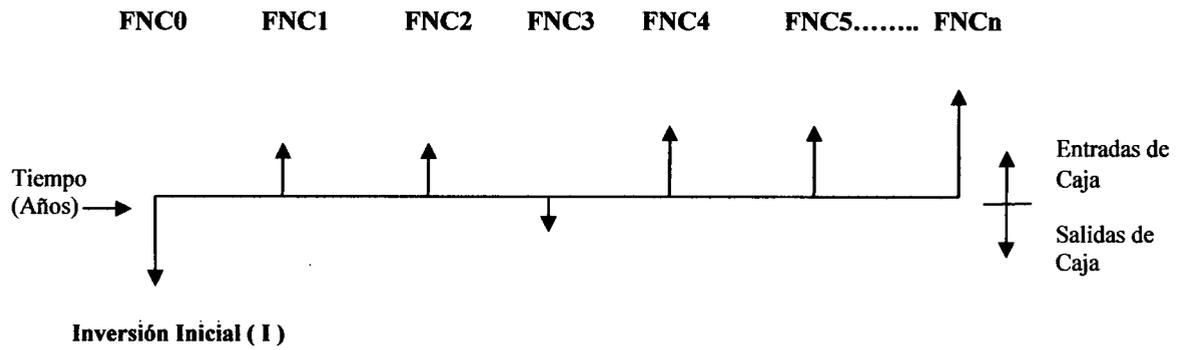


FIGURA 1.1

Fuente: *Ibíd.*, Pág. 5  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Donde:

$I$  = Inversión inicial total del proyecto.

$n$  = Vida útil del proyecto expresada generalmente en años.

$FNC$  = Flujo Neto de Caja disponible para devengar la inversión inicial.

### 1.2 Ciclo de vida de los Proyectos

Los proyectos de inversión a largo plazo deben ir madurando a través de un número de etapas en las cuales los análisis tienen un mayor nivel de profundidad, complejidad y exactitud en el cual se toman en cuenta todos los factores que rodean a un proyecto.

Todos los proyectos de inversión a largo plazo nacen con una idea, esta idea surge de la necesidad de satisfacer una necesidad humana. Si esta idea es interesante entonces se debe empezar una serie de estudios que se encuentran en la Etapa de Preinversión. En esta etapa se debe formar un perfil del proyecto en el cual se da algunos lineamientos generales al tema de estudio.

Después se procese a realizar un estudio de prefactibilidad y de factibilidad en el cual se analiza todos los factores técnicos, legales, financieros, etc., que pudieran ser críticos en el proyecto.

Con los resultados de estos estudios se puede decidir si postergarlo, si se debe rechazarlo definitivamente o si se debe invertir en el proyecto. Si se toma una decisión de inversión entonces se debe recurrir a financiamiento.

La segunda etapa se denomina etapa de inversión en el cual se empieza la construcción del proyecto y se definen las actividades a realizarse para cumplir con la ejecución del mismo. En esta etapa se debe realizar evaluaciones de las labores que se han realizado.

La tercera etapa es la de operación en la cual la nueva empresa empieza a fabricar productos o brindar servicios y en la cual ya se puede comparar los presupuestos financieros de la evaluación con los resultados del ejercicio.

Todas estas etapas se resumen con la siguiente figura:

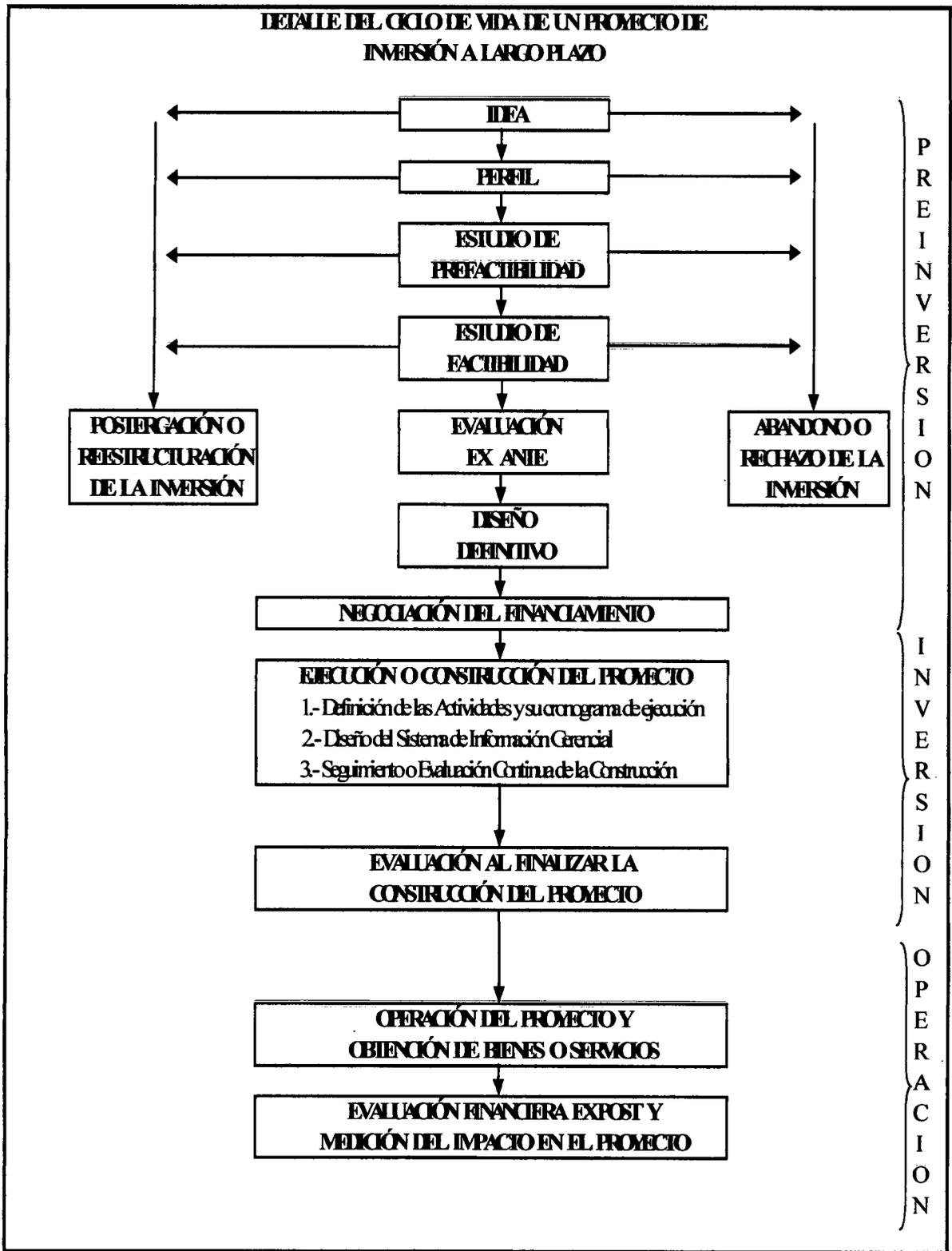


Figura 1.2

Fuente: *Ibid.*, Pág. 7

Elaborado por: Econ. Rodrigo Sáenz Flores

### **1.3 Naturaleza del Proyecto**

Como se menciona al inicio de este capítulo, en el Ecuador es importante que se realicen proyectos de inversión a largo plazo de cualquier naturaleza.

No se debe olvidar que los proyectos nacen de la necesidad de satisfacer necesidades humanas, una de las cuales es la alimentación. Todo hombre debe satisfacer de una o de otra forma esta necesidad y que mejor que hacerlo con en un ambiente agradable y con productos de calidad.

La pizza es uno de los alimentos que dada sus características particulares y su facilidad de producción, se ha convertido en uno de los productos de mayor consumo a nivel mundial.

Este característico alimento satisface la necesidad antes mencionada y por ende, es importante realizar un estudio de factibilidad que demuestre que un proyecto de puesta en marcha de una pizzería es viable y que mejor que realizar dicho estudio con la posibilidad de ubicar el proyecto en el sector de La Mariscal, el cual es un sector próspero del Distrito Metropolitano de Quito.

## **CAPITULO 2**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

#### ***2.1 Antecedentes del Proyecto***

Dada la necesidad biológica en el hombre de alimentarse, se puede observar que siempre ha habido lugares de expendio de comida que brindan alimentos de calidad en un ambiente agradable.

La pizza, un alimento cuyos orígenes datan de tiempos inmemorables, ha llegado a convertirse en un patrimonio de la humanidad. Esto se debe a su fácil y económica elaboración, exquisito sabor y a su alto valor nutricional; pues la harina, ingrediente principal de la pizza, se encuentra en la base de la pirámide alimenticia.

Estas características nos llevan a analizar la posibilidad de instalar una pizzería en el tradicional barrio de Quito conocido como La Mariscal.

La Mariscal con prácticamente un siglo de existencia se ha convertido en un sector próspero donde florece el comercio siendo en la actualidad un centro importante de la vida cotidiana de nuestra ciudad.

#### ***2.2 Tipo de Proyecto, Objetivos y Justificación***

Este proyecto busca analizar la posibilidad de producir una cantidad de pizzas que pueda satisfacer la demanda insatisfecha conformada por los habitantes de La Mariscal, alumnos que frecuentan las universidades y colegios asentados a lo largo de este sector, turistas que han encontrado en La Mariscal un sitio atractivo, digno de ser visitado, y empleados de múltiples empresas que se encuentran radicadas en la zona.

Este balance entre la oferta y demanda para los próximos cinco años se detalla en la tabla 2.1.

### BALANCE OFERTA – DEMANDA

AÑO	DEMANDA DE PIZZAS (MILES)	OFERTA DE PIZZAS (MILES)	DEMANDA INSATISFECHA (MILES)
2002	3,371.71	678.08	2,693.63
2003	3,371.71	705.81	2,665.90
2004	3,371.71	733.53	2,638.18
2005	3,371.71	761.26	2,610.45
2006	3,371.71	788.99	2,582.72
2007	3,371.71	816.71	2,555.00

Tabla 2.1

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Nuestro objetivo como ya lo hemos mencionado anteriormente es satisfacer esta demanda con la instauración de una pizzería que brinde un producto de calidad, con un servicio agradable y que este al alcance de todos.

Otro objetivo nuestro es el hecho de formar parte del eje productivo del país creando plazas de trabajo en la cual los empleados perciban una remuneración justa y puedan sentirse identificados con nuestro negocio.

En base a los estudios técnicos de tamaño e ingeniería del proyecto hemos llegado a determinar la producción que podrá alcanzar la pizzería en los próximos cinco años. La tabla 2.2 detalla la producción esperada por tipo de pizza.

### PRODUCCIÓN ANUAL ESPERADA DEL PROYECTO PARA LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS POR TIPO DE PIZZA

AÑO	PIZZA NAPOLITANA	PIZZA DE JAMÓN	PIZZA ESPECIAL	PIZZA DE PEPPERONI	PRODUCCIÓN TOTAL ANUAL ESPERADA
1	10,377	12,971	15,565	12,971	51,884
2	10,923	13,654	16,384	13,654	54,615
3	11,498	14,372	17,247	14,372	57,489
4	12,103	15,129	18,155	15,129	60,515
5	12,740	15,925	19,110	15,925	63,700

Tabla 2.2

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Como se puede ver, las dos tablas anteriores justifican la creación de una pizzería en este sector ya que sería fácil captar una porción de la demanda insatisfecha antes mencionada.

Por otro lado la amplia disponibilidad de materias primas para la elaboración de pizzas y los bajos costos de adquirirlas, hacen de este proyecto algo atractivo, en el cual no encontramos posibles limitaciones.

Las maquinarias más importantes en este proyecto son los hornos, que no son herramientas de tecnología avanzada, de alto costo y difícil operación. Al contrario su precio es asequible, de fácil manejo y mantenimiento.

Por su parte la mano de obra necesaria para la elaboración de pizzas no es necesario que sea altamente especializada, pero si es importante que tengan experiencia previa y que posea el conocimiento de los alimentos y su procesamiento.

Lo que si es importante es realizar una extensa publicidad utilizando los canales disponibles para de esta manera comercializar un gran volumen de nuestro producto, y estar a la altura de la competencia, que en algunos casos lleva muchos años en este negocio.

### ***2.3 Aspectos Administrativos y Jurídicos Relevantes***

Como se justificará mas adelante en este proyecto, se ha decidido que la empresa sea una Compañía de Carácter Limitado, para lo cual es necesario contratar un abogado que realice los trámites de constitución.

Se debe también sacar algunos permisos para poder operar una pizzería. Los permisos en cuestión son:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- La Competitividad de Uso
- La Patente Municipal
- El Permiso Sanitario
- El Permiso de SAYCE
- El Permiso otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos

Cada uno de estos trámites será explicado más adelante en el presente proyecto.

La pizzería piensa mantener una nómina de trece empleados entre personal administrativo, mano de obra directa en la producción, y personal de ventas. Se estima que dadas las condiciones del local, las labores de atención al cliente y las labores de cocina, este es el número de trabajadores adecuados.

#### **2.4 Aspectos Ambientales Relevantes**

Cuando el ser humano genera proyectos de inversión, es inconfundible la huella de destrucción de los recursos naturales que deja a su paso.

Existen leyes para controlar a las empresas y proyectos que generen algún tipo de daño al medio ambiente y a la biodiversidad. Por eso es necesario que el impacto ambiental generado por una pizzería no sea ignorado, al contrario debe ser mitigado.

Después del análisis se ha llegado a determinar que existen cuatro factores críticos en los cuales una pizzería podría incurrir:

- La contaminación a causa de los olores emanados por las cocinas.
- La gran cantidad de residuos de grasa.

- Los desechos sólidos generados en la producción de pizzas.
- El riesgo de que suceda algún accidente a causa de la presencia de gas butano.

Para poder controlar estos problemas se ha buscado las soluciones necesarias para evitar causar cualquier tipo de impacto ambiental.

### ***2.5 Inversiones, costos, gastos y evaluación del proyecto***

Una de las razones por las cuales se decidió realizar el proyecto en el sector de La Mariscal fue el hecho de que ya poseemos un local cuyas características son óptimas para instalar una pizzería.

Por ende las inversiones que representan un desembolso de dinero se presentan a continuación y se explicarán en detalle mas adelante en el presente estudio.

- Sistema de Extracción de Olores
- Decoración
- Maquinaria y Equipos
- Muebles
- Enseres
- Gastos de Constitución
- Gastos Pre - Operativos
- Capital de Trabajo Inicial o Fondo de Maniobra

En términos numéricos la inversión será de 208,454.94 dólares valor en el que está incluido el avalúo del local y su parte proporcional del terreno. El desglose de estos rubros se presenta en la tabla 2.3.

**INVERSIÓN TOTAL NECESARIA PARA PONER EN MARCHA EL PROYECTO DE  
UNA PIZZERÍA EN EL SECTOR DE LA MARISCAL**

INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS FIJOS ----->	190,656.98
INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS INTANGIBLES ----->	6,876.56
INVERSIÓN TOTAL EN CAPITAL NETO DE TRABAJO ----->	10,921.40
<b>INVERSIÓN TOTAL NECESARIA PARA PONER EN MARCHA EL PROYECTO -----&gt;</b>	<b>208,454.94</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL NECESARIA PARA PONER EN MARCHA EL PROYECTO SIN INCLUIR EL EL TERRENO Y EL LOCAL -----&gt;</b>	<b>52,086.94</b>

Tabla 2.3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Será necesario obtener un préstamo bancario que asciende a 41,165.54 dólares a cinco años y a una tasa del 19.10% anual.

El costo de los recursos propios para el presente estudio es del 22.50% anual, valor que será detallado mas adelante.

La pizzería espera producir cuatro tipos de pizzas familiares que son:

- Pizza Napolitana
- Pizza de Jamón
- Pizza Especial
- Pizza de Pepperoni

Los precios, costos directos e indirectos de materias primas y mano de obra así como los gastos de personal administrativo y de ventas serán detallados en un capítulo posterior.

La evaluación financiera de este proyecto arrojo los resultados que se exponen en la tabla 2.4.

**EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

<b>Valor Actual Neto Básico</b>	<b>\$105,919.78</b>
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>40.33%</b>
<b>Valor Actual Neto Ajustado</b>	<b>\$111,737.11</b>
<b>Tasa Interna de Retorno Ajustada</b>	<b>41.05%</b>
<b>Periodo Real de Recuperación</b>	<b>3.36 años</b>
<b>Relación Beneficio Costo</b>	<b>3.04</b>

Tabla 2.4

Elaborado por: Antonio J. Chediak

La presente evaluación da como resultado que es viable aceptar y ejecutar el proyecto puesto que el inversionista se vería beneficiado al recuperar su inversión y obtener un beneficio con este proyecto.

**2.6 Conclusiones y Recomendaciones**

Es importante poner en marcha proyectos de inversión como este en los cuales se espera generar un beneficio económico para los inversionistas así como un valor agregado para los futuros clientes por el servicio de calidad que esperamos brindar y a los trabajadores que encontrarán un empleo digno y un buen salario.

En conclusión se puede observar que la instalación de una pizzería en el sector de La Mariscal tiene una interesante perspectiva a causa de lo pintoresco de este sector de la ciudad, de los gustos y preferencias de las personas analizadas en el estudio de mercado así como la capacidad y deseo de llevar adelante un proyecto como este.

Como recomendación se debe hacer fuertes gastos en publicidad que permitan un fácil acceso de nuestro producto al mercado de los restaurantes. No hay que olvidar a nuestros competidores directos, puesto que ellos poseen un nicho en el mercado y la experiencia en la producción y venta de pizzas.

## CAPITULO 3

### ESTUDIO DE MERCADO

#### **3.1.1 Análisis y Descripción del Producto, sus Características y Usos:**

Varios diccionarios de lengua española definen a la Pizza como: "Un plato típico de la cocina italiana. Es una especie de torta de masa en las que se disponen diversas viandas, y que se cuece al horno."<sup>3</sup>

Podríamos decir que cualquier masa en la cuál se coloque queso y uno o mas ingredientes adicionales, y luego se la cueza en el horno sería una pizza. Por eso como se podrá observar mas adelante existe un sin número de variedades de pizza para cada gusto.

El principio para hacer una pizza es sencillo. La masa esta formada de harina, agua, levadura, sal, y azúcar, la cual se la deja leudar durante un par de horas. Luego esta masa se extiende dándole una forma generalmente circular y se le agrega pasta de tomate cuyo sabor es diferente entre una y otra pizzería pues cada una tiene su propia receta. Se le debe agregar queso y si se desea cualquier otro ingrediente entre los cuales se pueden destacar:

- |              |               |
|--------------|---------------|
| - Jamón      | - Chorizo     |
| - Pimiento   | - Cebolla     |
| - Piña       | - Tomate      |
| - Longaniza  | - Beef        |
| - Aceitunas  | - Pepperoni   |
| - Salchichas | - Champiñones |
| - Tocino     | - Etc.        |

<sup>3</sup> Grupo Editorial Océano, Diccionario Enciclopédico Océano Uno; 1990, Barcelona España, Ediciones Océano S.A.

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

Por último esta se cuece durante algunos minutos en el horno y está lista para servirse en la mesa.

Se podría concluir que la pizza es una mezcla de los más variados ingredientes, que se conjugan sobre una masa y se obtiene un plato exquisito y nutritivo.

### **3.1.2 Historia de la Pizza:**

#### **3.1.2.1 La Antigüedad:**

Los orígenes de la pizza datan de hace 3,000 años. Se puede decir que todas las civilizaciones han conocido distintas formas de hogazas, aplastadas y semejantes en las que el amasijo está constituido de harina de varios cereales, agua y los más variados condimentos, siendo estos una fuente fundamental en la alimentación humana.

Cuenta la leyenda que los orígenes de la pizza se remontan a la edad de piedra. En aquellos tiempos encendían fuego sobre una roca y cuando ésta estaba bien caliente se retiraban las brasas y apoyaban sobre la roca una masa que bien podría parecer hoy a la pizza.

Las civilizaciones que florecieron a orillas del Mar Mediterráneo ofrecen miles de ejemplos de estos antepasados de la pizza que hoy conocemos nosotros.

De Egipto a la Grecia clásica y a la Antigua Roma podemos descubrir indicios que recuerdan por composición y cocción a la pizza. En Egipto era costumbre celebrar el cumpleaños del Faraón con una masa aplastada condimentada con yerbas aromáticas. Erodoto trasmite unas recetas babilonenses y en el siglo VII

A.C. Archiloco, el poeta soldado, en unos versos nos informa que tiene su “hogaza amasada en la lanza”, alimento principal del soldado.

En la Grecia Clásica son numerosos los testimonios de escritores griegos que hacen referencia a distintos tipos de “pizza”. La denominada “maza” en griego antiguo esta presente en testimonios que puntualmente encontramos en el mundo latino y en la Roma antigua, donde entre las versiones fermentadas y no fermentadas de esta hogaza hallamos la “placenta” y la “hoffa” preparada con agua y cebada, el cereal que es la base de la alimentación de los pueblos latinos.

Es así que en uno de los pueblos del Mar Mediterráneo, Nápoles, esta hallará su patria y un punto de partida para su difusión a nivel mundial.

### **3.1.2.2 La Edad Media:**

Numerosos son los indicios que a través de los siglos la pizza ha evolucionado a su forma actual. También en la época medieval y el renacimiento, vacilando entre el gusto aristocrático y consumo popular, entre los banquetes reales y la mesa del pobre, la palabra “pizza” ya está atestiguada en esta época en la cual se denotan variaciones culinarias y diferentes métodos de cocción.

Los Longobardos, que bajaron al sur de Italia después de la caída del Imperio Romano, habrían traído las búfalas que, encontrando su ambiente ideal entre el Lazio y la Campiña, abastecerían de leche para la creación de la Mozzarella.

El descubrimiento del Nuevo Mundo, llevó a Europa un elemento principal sin el cual la pizza no podría existir, el Tomate.

Y fue la cocina napolitana quien más se benefició de este nuevo ingrediente, que es el que le fue dando a la pizza sus características actuales.

### **3.1.2.3 La Pizza entre 1700 y 1800:**

Entre 1700 y 1800 la pizza se consolida como uno de los platos preferidos del pueblo napolitano, y se empieza a definir las características de la pizza y de los lugares disputados a su confección, las pizzerías.

En 1700 la pizza se confecciona en hornos de leña para ser vendida en las calles de la ciudad. Entre 1700 y 1800 ya es costumbre saborear la pizza de estos hornos en las calles y las casas de Nápoles y es por esta acogida que nace la pizza como la conocemos hoy.

El horno de leña, el banco de mármol donde se confecciona la pizza, la estantería donde están los ingredientes que serán componentes fundamentales de las diferentes variedades de pizza, las mesas donde los consumidores disfrutaban de la misma son características que todavía hallamos en las pizzerías napolitanas.

En 1780 se funda la pizzería “Pietro...e basta così” (Pietro... y basta así) cuya tradición después de dos siglos todavía continúa gracias a la Antigua Pizzería Brandi. Esta pizzería conserva un documento firmado por el “devotísimo Galli Camillo, capo dei servizi di tavola della real casa” (devotísimo Galli Camillo, jefe de los servicios de mesa de la casa real) en Junio de 1889, en el cual se agradece a S.G. Raféale Esposito, de la pizzería “Pietro...e basta così” por la calidad de pizzas entre las cuales la afamadísima tomate y mozzarella estaba entre las favoritas de la Reina.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> <http://www.avernapoli.it/espstoria.htm>; La Historia de la Pizza.

El pizzacero Raféale Esposito bautizo a la pizza de tomate y mozzarella "Pizza Margherita" (Pizza Margarita) nombre con el cual todavía esta pizza es universalmente conocida.

#### **3.1.2.4 La Actualidad:**

Fue entonces la gran emigración de principios de 1900 en la cual miles de italianos viajaron a los Estados Unidos, especialmente a la ciudad de Nueva York, la que dio a conocer la Pizza a las masas. Fueron estos individuos los que crearon un gran número de variantes siendo la más popular la pizza de queso.

Ahora existen cadenas especializadas en la confección de pizzas cuyos locales se encuentran en casi toda nación del mundo, y producen pizzas para todos los gustos.

La pizza ha trascendido mas allá de los confines napolitanos, ha conquistado los pueblos desde Europa hasta Japón, convirtiéndola, sin exageración, en patrimonio de toda la humanidad.

Además es un negocio lucrativo, puesto que como ejemplo podríamos mencionar que las ventas de Domino`s Pizza en el año 2000 a nivel mundial fueron de \$ 3.54 billones de Dólares.

#### **3.2.1 Análisis de la Oferta**

Oferta, "Se define como las distintas cantidades que los productores o vendedores de un bien determinado están dispuestos a llevar al mercado, a los distintos precios alternativos, por periodo, y cuando permanecen constantes los demás factores que afectan a la oferta."<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Econ. Rodrigo Sáenz Flores; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos; Junio del 2000; Pág. 39

En base a esta definición de oferta, podemos observar que son algunos los productores y vendedores de pizzas en el sector de la Mariscal, de los cuales los más representativos son los siguientes:

### **3.2.2 Pizza Hut**

Pizza Hut empezó sus operaciones hace más de 40 años. En el año de 1958 dos hermanos, Frank y Dan Carney, unos estudiantes de la ciudad de Wichita, Kansas, fueron persuadidos por su familia y amigos de abrir una pizzería.

Estos dos hermanos vieron pronto el potencial de este negocio y pidieron a su madre que les prestara 600 dólares para comprar cierto equipo usado y arrendar un pequeño local en una intersección transitada de su ciudad, sitio en el cual se ubicaría esta pizzería.

#### **PRIMER LOCAL DE PIZZA HUT EN WICHITA - KANSAS**



Figura 3.1

Fuente: [www.pizzahut.com](http://www.pizzahut.com)  
Elaborado por: Pizza Hut

En estos 40 años y gracias a un gran esfuerzo de quienes conforman Pizza Hut, esta se ha convertido en la cadena de pizzas mas grande del mundo con ventas de 11.5 millones de pizzas a día, 4.2 billones al año.

Al iniciar la operación de Pizza Hut, los hermanos establecieron una regla la cual se mantiene en los 12,000 establecimientos de esta pizzería en el mundo. La regla era: Siempre utilizar los más finos ingredientes y hornear cada pizza el momento en que se la ordene.

El nombre de Pizza Hut se debe simplemente a que el rotulo del pequeño local tenia espacio solo para 8 letras.

En el Ecuador Pizza Hut lleva funcionando 20 años y cuenta con 8 locales en la ciudad de Quito y algunos más en la ciudad de Guayaquil y Cuenca.

Pizza Hut maneja aproximadamente el 40 % de la oferta de pizzas en el país. Su local ubicado en el sector de la Mariscal se encarga del 39.68 % de la oferta en el sector.

La capacidad de producción y ventas del local de la Mariscal se presentan en el siguiente cuadro:

**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE PIZZA HUT  
LOCAL JUAN LEÓN MERA Y CARRIÓN (LA MARISCAL)**

<b>TIPO DE PIZZA</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Semanal)</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Anual)</b>	<b>VENTAS SEMANALES (7 Días)</b>	<b>VENTAS ANUALES (52 Semanas)</b>
<b>PEQUEÑA</b>	900	46,800	600	31,200
<b>MEDIANA</b>	1,750	91,000	1,600	83,200
<b>FAMILIAR</b>	2,400	124,800	2,000	104,000
<b>TOTAL</b>	5,050	262,600	4,200	218,400

	<b>PORCENTAJES DE VENTAS</b>	<b>VENTAS ANUALES</b>
<b>DESTINO</b>		
<b>DOMICILIO</b>	35%	76,440
<b>LLEVAR</b>	15%	32,760
<b>RESTAURANT</b>	50%	109,200
<b>TOTAL</b>	100%	218,400

	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Semanal)</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Diaria)</b>	<b>HORAS DE ATENCIÓN</b>	<b>PRODUCCIÓN POR HORA (Pizzas)</b>
<b>PEQUEÑA</b>	900	129	12	11
<b>MEDIANA</b>	1,750	250	12	21
<b>FAMILIAR</b>	2,400	343	12	29
<b>TOTAL</b>	5,050	721	12	60

Tabla 3.1

Fuente: Funcionarios de Pizza Hut  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Para el próximo año Pizza Hut espera optimizar su producción actual y además aumentar su producción en un 20 %, lo que ocasionaría unas ventas estimadas para fines del año 2003 de aproximadamente 262,080 pizzas al año, de las cuales 131,040 serán consumidas en el local.

Pizza Hut ofrece en su menú 4 tipos de masa:

- Hut Cheese
- Pan Pizza
- Artesanale
- Thin`n crispy

Dos tipos de salsa:

- Italiana
- Tradicional

Y 15 tipos de pizza para todo gusto y de todo precio.

## LISTA DE PRECIOS DE PIZZA HUT

TIPO DE PIZZA	PRECIO			
	PEQUEÑA CON IVA Y SERVICIO	PEQUEÑA SIN IVA Y SERVICIO	MEDIANA CON IVA Y SERVICIO	MEDIANA SIN IVA Y SERVICIO
Pizza Margarita	2.64	2.06	6.23	4.86
Americana	5.17	4.03	9.40	7.33
Romana	5.17	4.03	9.40	7.33
Veneciana	4.33	3.38	8.34	6.51
Hawaiana	4.33	3.38	8.34	6.51
Mía Pizza	4.33	3.38	8.34	6.51
Pepperoni Americano	4.33	3.38	8.34	6.51
Napolitana	3.49	2.72	7.28	5.68
Jamón	3.49	2.72	7.28	5.68
4 Estaciones	6.01	4.69	10.45	8.15
Continental	6.01	4.69	10.45	8.15
Vegetariana	6.01	4.69	10.45	8.15
Españolísima	6.01	4.69	10.45	8.15
Suprema	6.01	4.69	10.45	8.15
Súper Suprema	6.86	5.35	11.50	8.97
Ingrediente Adicional	0.85	0.66	1.05	0.82
Extra Queso	0.92	0.72	1.18	0.92

TIPO DE PIZZA	PRECIO	
	FAMILIAR CON IVA Y SERVICIO	FAMILIAR SIN IVA Y SERVICIO
Pizza Margarita	7.92	6.18
Americana	12.03	9.38
Romana	12.03	9.38
Veneciana	10.66	8.31
Hawaiana	10.66	8.31
Mía Pizza	10.66	8.31
Pepperoni Americano	10.66	8.31
Napolitana	9.28	7.24
Jamón	9.28	7.24
4 Estaciones	13.40	10.45
Continental	13.40	10.45
Vegetariana	13.40	10.45
Españolísima	13.40	10.45
Suprema	13.40	10.45
Súper Suprema	13.40	10.45
Ingrediente Adicional	1.36	1.06
Extra Queso	1.44	1.12

Tabla 3.2

Fuente: Funcionarios de Pizza Hut  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

En el menú se ofrece además otros platos adicionales en los que se incluyen ensaladas, pan de ajo, lasaña, sándwiches y postres variados.

Las pizzas mas vendidas en el local de la Mariscal son la de Jamón y la de Pepperoni Americano.

Pizza Hut comercializa sus productos con tres canales de distribución: en el local; con el servicio para llevar; y, con la entrega a domicilio cuyo alcance es de 10 a 12 minutos en moto desde la Juan León Mera y Carrión a lo largo y ancho del sector de la Mariscal.

### **3.2.3 Ch Farina**

Ch Farina nació en Octubre de 1979, con un pequeño local ubicado en la Avenida Republica en la ciudad de Quito. Durante 23 años el reto de Ch Farina ha sido brindar a sus clientes una pizza para cada gusto y para cada bolsillo.

Desde sus inicios Ch Farina se ha esforzado por brindar un mejor servicio a sus clientes con locales mas amplios y con un exclusivo ambiente familiar ofreciendo sus especialidades con el autentico sabor italiano.

Hoy en día Ch Farina cuenta con 10 locales distribuidos en la ciudad de Quito. Uno de los más antiguos y representativos se encuentra en la calle Juan León Mera Y Carrión, sector de la Mariscal.

Esta pizzería se encarga del 20,69 % de la oferta de pizzas en el sector de la Mariscal. Su producción y ventas se las puede observar en la siguiente tabla.

**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE CH FARINA  
LOCAL JUAN LEÓN MERA Y CARRIÓN (LA MARISCAL)**

TIPO DE PIZZA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Semanal)	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Anual)	VENTAS SEMANALES (7 Días)	VENTAS ANUALES (52 Semanas)
INDIVIDUAL	240	12,480	90	4,680
PEQUEÑA	540	28,080	270	14,040
MEDIANA	900	46,800	780	40,560
FAMILIAR	1,200	62,400	900	46,800
GIGANTE	240	12,480	150	7,800
<b>TOTAL</b>	<b>3,120</b>	<b>162,240</b>	<b>2,190</b>	<b>113,880</b>

DESTINO	PORCENTAJES DE VENTAS	VENTAS ANUALES
DOMICILIO	33%	37,580
LLEVAR	12%	13,666
RESTAURANT	55%	62,634
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>113,880</b>

	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Semanal)	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Diaria)	HORAS DE ATENCIÓN	PRODUCCIÓN POR HORA (Pizzas)
INDIVIDUAL	240	34	17	2
PEQUEÑA	540	77	17	5
MEDIANA	900	129	17	8
FAMILIAR	1200	171	17	10
GIGANTE	240	34	17	2
<b>TOTAL</b>	<b>3,120</b>	<b>446</b>	<b>17</b>	<b>26</b>

Tabla 3.3

Fuente: Funcionarios de Ch Farina  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Ch Farina esta pensando aumentar su producción en los próximos años pero no se conoce un porcentaje exacto y se estima que va a ser entre un 25 % y un 30 % de su producción actual.

Ch Farina ofrece 2 tipos de masa:

- Original
- Gruesa

Dos tipos de salsa:

- De la casa
- Picante

Ofrece además una pizza denominada Rolling Pizza, la cuál posee su borde lleno de queso y pasta de tomate. También está la pizza 4 Quesos que tiene una deliciosa combinación de:

- Mozzarella
- Cheddar
- Gruyere
- Belpaese

Hay también 11 diferentes tipos de pizzas y 5 tipos de presentaciones.

#### LISTA DE PRECIOS DE CH FARINA

TIPO DE PIZZA	PRECIO			
	INDIVIDUAL CON IVA Y SERVICIO	INDIVIDUAL SIN IVA Y SERVICIO	PEQUEÑA CON IVA Y SERVICIO	PEQUEÑA SIN IVA Y SERVICIO
Pizza Margarita	1.95	1.52	3.1	2.42
Especial El CH	3.50	2.73	6.85	5.34
Clásica	2.63	2.05	4.33	3.38
Campestre	2.63	2.05	4.33	3.38
Vegetariana	2.94	2.29	6.00	4.68
4 Estaciones	3.40	2.65	6.15	4.80
Napolitana	2.00	1.56	3.75	2.93
Chicken	2.63	2.05	4.33	3.38
Hawaiana	2.85	2.22	5.80	4.52
Americana	2.99	2.33	5.80	4.52
Pepperoni	2.80	2.18	4.74	3.70
<b>Ingrediente Adicional</b>	0.60	0.47	0.80	0.62

TIPO DE PIZZA	PRECIO			
	MEDIANA	MEDIANA	FAMILIAR	FAMILIAR
	CON IVA Y SERVICIO	SIN IVA Y SERVICIO	CON IVA Y SERVICIO	SIN IVA Y SERVICIO
Pizza Margarita	6.33	4.94	7.92	6.18
Especial El CH	11.50	8.97	14.85	11.58
Clásica	8.34	6.51	10.66	8.31
Campestre	8.34	6.51	10.66	8.31
Vegetariana	10.45	8.15	13.40	10.45
4 Estaciones	10.45	8.15	13.91	10.85
Napolitana	7.28	5.68	9.28	7.24
Chicken	8.34	6.51	10.66	8.31
Hawaiana	10.20	7.96	13.00	10.14
Americana	10.00	7.80	12.70	9.91
Pepperoni	9.00	7.02	11.54	9.00
<b>Ingrediente Adicional</b>	1.15	0.90	1.50	1.17

TIPO DE PIZZA	PRECIO	
	GIGANTE	GIGANTE
	CON IVA Y SERVICIO	SIN IVA Y SERVICIO
Pizza Margarita	11.3	8.81
Especial El CH	20.00	15.60
Clásica	14.80	11.54
Campestre	14.80	11.54
Vegetariana	15.97	12.46
4 Estaciones	14.80	11.54
Napolitana	13.50	10.53
Chicken	14.80	11.54
Hawaiana	15.97	12.46
Americana	17.50	13.65
Pepperoni	15.70	12.25
<b>Ingrediente Adicional</b>	1.85	1.44

Tabla 3.4

Fuente: Funcionarios de Ch Farina  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Existen otros platos como ensaladas, lasaña, canelones, espaguetis y postres.

Los canales de comercialización son iguales que Pizza Hut: para llevar; para consumir en el local; o, el servicio a domicilio con un alcance similar de 10 a 12 minutos en motocicleta a lo largo del sector de la Mariscal.

### 3.2.4 Domino`s Pizza

Casi como todas las historias de las empresas corporativas importantes, Domino`s empezó siendo una pequeña pizzería con un solo local.

En 1960 dos hermanos, Tomás Monaghan y su hermano Jaime adquirieron la pizzería "DomiNick`s" ubicada en Ypsilanti, Michigan.

Ellos pidieron prestados 500 dólares para adquirir este negocio.

Luego Jaime le vendió su parte a Tomás a cambio de un Volkswagen Beetle, y

Tomás cambio el nombre de su pizzería a Domino`s Pizza.

En el presente, Domino`s Pizza posee 9,000 locales alrededor del mundo y ventas anuales de alrededor de 3.54 billones de dólares.

Poseen cinco locales ubicados en la ciudad de Quito, de los cuales centraremos nuestro estudio en el que esta ubicado en la Avenida Coruña y San Ignacio. Si bien esta ubicada en los limites del sector de la Mariscal, su alcance influye directamente en este sector.

Esta sucursal de Domino`s Pizza tiene una producción que se resume en el siguiente cuadro:

#### CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE DOMINO`S PIZZA LOCAL LA CORUÑA Y SAN IGNACIO

TIPO DE PIZZA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Semanal)	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Anual)	VENTAS SEMANALES (7 Días)	VENTAS ANULES (52 Semanas)
<b>MEDIANA</b>	1,050	54,600	900	46,800
<b>FAMILIAR</b>	1,350	70,200	1,350	70,200
<b>TOTAL</b>	2,400	124,800	2,250	117,000

DESTINO	PORCENTAJES	VENTAS
	DE VENTAS	ANUALES
DOMICILIO	65%	76,050
LLEVAR	35%	40,950
RESTAURANT	0%	0
TOTAL	100%	117,000

	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	HORAS DE ATENCIÓN	PRODUCCIÓN POR HORA
	(Semanal)	(Diaria)		(Pizzas)
MEDIANA	500	71	11	6
FAMILIAR	600	86	11	8
TOTAL	1,100	157	11	14

Tabla 3.5

Fuente: Funcionarios de Domino's Pizza  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Se puede notar que a diferencia de las dos pizzerías anteriores esta solo produce pizzas de tamaño mediano y familiar, además sus locales solo ofrecen el servicio para llevar, o a domicilio, siendo estos sus canales de distribución.

No ofrecen distintos tipos de masa ni salsas, y su variedad de pizzas es relativamente menor que Pizza Hut y Ch Farina.

### LISTA DE PRECIOS DE DOMINO'S PIZZA

TIPO DE PIZZA	PRECIO			
	MEDIANA	MEDIANA	FAMILIAR	FAMILIAR
	CON IVA	SIN IVA	CON IVA	SIN IVA
Pizza Margarita	7.25	6.38	8.75	7.70
Extravaganzza	12.14	10.68	14.99	13.19
Deluxe	11.49	10.11	14.39	12.66
Veggie	10.44	9.19	12.89	11.34
Hawaiana	9.84	8.66	11.99	10.55
Carnitza	12.09	10.64	14.89	13.10
Americana	10.14	8.92	12.39	10.90
Napolitana	8.04	7.08	9.79	8.62
Típica	9.09	8.00	11.09	9.76

Ingrediente Adicional	1.20	1.06	1.40	1.23
Extra Queso	1.00	0.88	1.34	1.18

Tabla 3.6

Fuente: Funcionarios de Domino's Pizza  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Además de estas 9 variedades de pizza ellos también ofrecen ensaladas y Alitas de Búfalo que no son más que Alitas de Pollo con salsa BBQ.

Domino`s Pizza maneja el 21,26 % de la oferta de Pizzas en el sector de la Mariscal, la cual lo ubica por encima de Ch Farina.

Esto significa que aunque Domino`s Pizza no posee un servicio en el local, sus ventas no se ven diezmadas por esta situación.

La gente de Domino`s Pizza no supo darnos información precisa acerca de incrementar su producción los próximos años, pero se habla de un 30 %.

### **3.2.5 El Hornero**

No sabemos exactamente el origen de esta pizzería, por algunos indicios de la investigación podemos relacionarla con otra pizzería que posee el mismo nombre y cuya sede se encuentra en Uruguay; incluso el nombré Hornero hace referencia a un pájaro autóctono del Uruguay que posee este nombre y cuya característica mas importante es que construye un nido de barro, paja y hierbas que puede incluso soportar el peso de un Hombre.

En la pizzería Hornero los hornos son de barro y son todas estas coincidencias las que nos dan una ligera idea del origen de esta pizzería.

En los años que El Hornero lleva brindando sus servicios, han llegado a poseer ocho locales en la ciudad de Quito.

La producción del local ubicado en la Calle Veintimilla se resume en el siguiente cuadro:

**CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE EL HORNERO  
LOCAL AMAZONAS Y VEINTIMILLA (LA MARISCAL)**

<b>TIPO DE PIZZA</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Semanal)</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Anual)</b>	<b>VENTAS SEMANALES (7 Días)</b>	<b>VENTAS ANUALES (52 Semanas)</b>
<b>INDIVIDUAL</b>	150	7,800	105	5,460
<b>PEQUEÑA</b>	360	18,720	240	12,480
<b>MEDIANA</b>	540	28,080	450	23,400
<b>FAMILIAR</b>	600	31,200	570	29,640
<b>TOTAL</b>	1,650	85,800	1,365	70,980

<b>DESTINO</b>	<b>PORCENTAJES DE VENTAS</b>	<b>VENTAS ANUALES</b>
<b>DOMICILIO</b>	20%	14,196
<b>LLEVAR</b>	20%	14,196
<b>RESTAURANT</b>	60%	42,588
<b>TOTAL</b>	100%	70,980

	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Semanal)</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (Diaria)</b>	<b>HORAS DE ATENCIÓN</b>	<b>PRODUCCIÓN POR HORA (Pizzas)</b>
<b>INDIVIDUAL</b>	150	21	11	2
<b>PEQUEÑA</b>	360	51	11	5
<b>MEDIANA</b>	540	77	11	7
<b>FAMILIAR</b>	600	86	11	8
<b>TOTAL</b>	1,650	236	11	21

Tabla 3.7

Fuente: Funcionarios del Hornero  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Los canales de distribución son iguales a los existentes en Pizza Hut y

Ch Farina.

Han llegado a manejar el 12.90 % de la oferta de pizzas en el sector de la Mariscal.

Su menú de pizzas se resume en el siguiente cuadro:

## LISTA DE PRECIOS DE EL HORNERO

TIPO DE PIZZA	PRECIO			
	INDIVIDUAL	INDIVIDUAL	PEQUEÑA	PEQUEÑA
	CON IVA Y SERVICIO	SIN IVA Y SERVICIO	CON IVA Y SERVICIO	SIN IVA Y SERVICIO
Pizza Margarita	1.60	1.25	3.35	2.61
Pizza Uruguaya	1.10	0.86	2.10	1.64
Napolitana	1.60	1.25	3.35	2.61
Fugazza	1.60	1.25	3.35	2.61
Mozarella Económica	1.55	1.21	3.10	2.42
Mozarella Especial	2.00	1.56	4.10	3.20
Criolla	2.00	1.56	4.10	3.20
Hawaiana	2.00	1.56	4.10	3.20
Flamenca	2.00	1.56	4.10	3.20
Jamón y Aceitunas	2.00	1.56	4.10	3.20
Jamón y Champiñones	2.00	1.56	4.10	3.20
Especial "El Hornero"	2.50	1.95	5.40	4.21
Súper Criolla	2.50	1.95	5.40	4.21
Pepperonata	2.50	1.95	5.40	4.21
Delicia tropical de Frutas	2.50	1.95	5.40	4.21
Exclusiva	2.50	1.95	5.40	4.21
Vegetariana	2.50	1.95	5.40	4.21
Todo Carnes	3.00	2.34	6.20	4.84

Ingrediente Adicional	0.40	0.31	0.75	0.59
Extra Queso	0.45	0.35	1.00	0.78

TIPO DE PIZZA	PRECIO			
	MEDIANA	MEDIANA	FAMILIAR	FAMILIAR
	CON IVA Y SERVICIO	SIN IVA Y SERVICIO	CON IVA Y SERVICIO	SIN IVA Y SERVICIO
Pizza Margarita	6.35	4.95	8.45	6.59
Pizza Uruguaya	4.30	3.35	4.80	3.74
Napolitana	6.35	4.95	8.45	6.59
Fugazza	6.35	4.95	8.45	6.59
Mozarella Económica	6.00	4.68	7.30	5.69
Mozarella Especial	7.50	5.85	9.80	7.64
Criolla	7.50	5.85	9.80	7.64
Hawaiana	7.50	5.85	9.80	7.64
Flamenca	7.50	5.85	9.80	7.64
Jamón y Aceitunas	7.50	5.85	9.80	7.64
Jamón y Champiñones	7.50	5.85	9.80	7.64
Especial "El Hornero"	9.20	7.18	12.10	9.44
Súper Criolla	9.20	7.18	12.10	9.44
Pepperonata	9.20	7.18	12.10	9.44
Delicia tropical de Frutas	9.20	7.18	12.10	9.44
Exclusiva	9.20	7.18	12.10	9.44
Vegetariana	9.20	7.18	12.10	9.44
Todo Carnes	10.15	7.92	13.30	10.37

<b>Ingrediente Adicional</b>	0.95	0.74	1.35	1.05
<b>Extra Queso</b>	1.50	1.17	2.50	1.95

Tabla 3.8

Fuente: Funcionarios del Hornero  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

A estas 18 variedades de pizza se le suman otra variedad de platos entre los que se encuentran ensaladas, variedad de carnes, variedad de pollos, lasañas, espaguetis y sándwiches. También hay 6 diferentes tipos de postres.

### **3.2.6 Otras Pizzerías**

Existen algunas otras pizzerías en la Mariscal, que representan el 5.48% de la oferta en el sector. De estas podemos destacar La Bella Napoli Pizzería, Pizza Siza, la Piccola Italiana, Pollo y Pizza.

Esta última es una extensión de los servicios de cocina que ofrece el Swiss Hotel y solo vende pizzas de tamaño pequeño y grande para llevar.

Las pizzas pequeñas tienen un precio de \$ 9.50 y la pizza grande un precio de \$ 11.50 en cualquiera de sus variedades.

Las otras pizzerías producen pizzas de una manera menos tecnificada, de un modo casero, y venden su pizza por pedazos, generalmente acompañados de un vaso de cola en una presentación tipo combo.

### **3.2.7 Otros Restaurantes**

El sector de la Mariscal se encuentra repleto de otros establecimientos y restaurantes que no son pizzerías.

Existen restaurantes cuyos precios son muy elevados y otros que en contrapartida son muy económicos y que por lo general se dedican a la venta de almuerzos para la gente que trabaja en este Sector.

Podemos observar en la siguiente tabla una parte de todos los restaurantes que existen en el sector.

### RESTAURANTES DE LA MARISCAL SEGÙN SU CATEGORÍA

CATEGORÍA A	16	26,23%
CATEGORÍA B	25	40,98%
CATEGORÍA C	20	32,79%
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 3.9

Fuente: Investigation de Campo  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

La figura 3.2 representa los porcentajes de la tabla anterior.

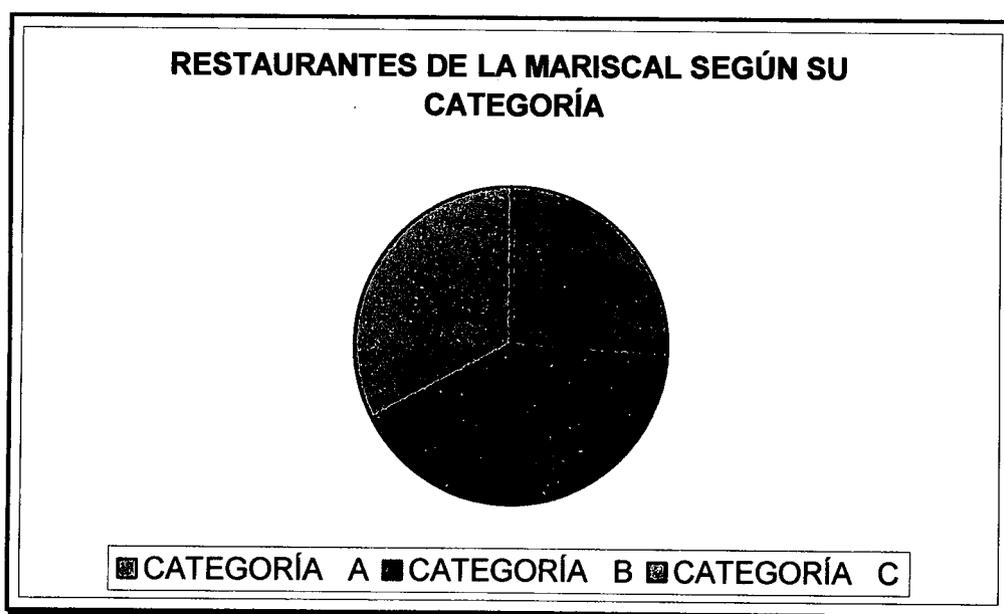


Figura 3.2

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Estos datos surgen del análisis de 61 restaurantes los cuales se presentan en el detalle de la tabla 3.10.

## DETALLE DE RESTAURANTES DE LA MARISCAL SEGÚN SU CATEGORÍA

- A** = Precios muy elevados, son conocidos por ser restaurantes de Lujo  
**B** = Sus precios son mas accesibles y la presentación de sus locales es muy buena.  
**C** = Sus precios son realmente económicos, son locales modificados para servir almuerzos y poseen una capacidad máxima de 20 personas.

#	Nombre del Local	Categoría a la que pertenece	#	Nombre del Local	Categoría a la que pertenece
1	Burger Rosana	C	32	Café Quito	A
2	El Carbonero	C	33	Entre Carnes y Carbón	B
3	La Fragata	C	34	El Español	B
4	Los Tres Osos	C	35	Loro Snack	C
5	Burger Works	B	36	Restaurante el Árabe	B
6	Café D' Cano	C	37	Mama Clorinda	C
7	La Carbonera	C	38	La Boca del Lobo	C
8	Rincón de Franco	C	39	Mc Donalds	B
9	Pap	C	40	KFC	B
10	El Antiguo	C	41	Euro Bistro	A
11	Casa Guillo	B	42	Pim's	A
12	Castillo del Sabor	C	43	Happy Panda	A
13	El Parqueadero	C	44	La Viña	A
14	El Sabor del Ecuador	C	45	Vivaldi	A
15	Shorton Grill Steak House	A	46	Mesón Triana	A
16	Casa China	B	47	Entre Tenedores	B
17	El Almero	B	48	Fogón y Leña	A
18	Casa Vieja	A	49	La Briccola	A
19	La Choza	A	50	Clancy's	A
20	Pavarotti	A	51	La Balsa	C
21	Banderas de la Foch	C	52	Las Menestras del Negro	B
22	El Nispero	B	53	Cocina Quiteña	B
23	Delivery	B	54	Campero	B
24	Texas Chicken	B	55	El Leñador	C
25	Casa Wan Shu	B	56	La Guarida del Coyote	B
26	Tropeiro	B	57	El Antojo	B
27	Chifa Hong Kong	B	58	May Flower	B
28	Balbek	B	59	Mare Nostrum	A
29	La Casa de las Menestras	C	60	Phono Pollo	B
30	Presto	C	61	Rincón del Gaucho	A
31	Rincón Escandinavo	B			

Tabla 3.10

Fuente: Investigación de Campo  
 Elaborado por: Antonio J. Chediak

Esta es una muestra de los 366 restaurantes de diferentes categorías que existen en el Sector de la Mariscal y que ofrecen diversos tipos de comida para cada gusto.

Es importante señalar la existencia de estos restaurantes, pero la oferta y capacidad de producción de cada uno de ellos, no son pertinentes para nuestro análisis de la Oferta dado que no son pizzerías.

### **3.2.8 La Oferta de Pizzas en el Sector de La Mariscal**

#### **3.2.8.1 Oferta Real**

Tomando los datos expuestos en las tablas anteriores podemos determinar la oferta real, calculo que se puede observar en la tabla 3.11.

#### **CALCULO DE LA OFERTA REAL DE PIZZAS EN EL SECTOR DE LA MARISCAL**

<b>PIZZERÍA</b>	<b>PATICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN SEMANAL</b>	<b>NÚMERO DE SEMANAS</b>	<b>OFERTA TOTAL ANNUAL</b>
<b>Pizza Hut</b>	39.68%	5,050	52	262,600
<b>Ch Farina</b>	20.69%	3,120	52	162,240
<b>El Hornero</b>	12.90%	1,650	52	85,800
<b>Domino`s</b>	21.26%	2,400	52	124,800
<b>Otras</b>	5.48%	820	52	42,640
<b>TOTAL</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,040</b>		<b>678,080</b>

Tabla 3.11

Elaborado por: Antonio J. Chediak

#### **3.2.8.2 Oferta Proyectada**

La tabla 3.12 demuestra el calculo de la oferta proyectada aplicando los porcentajes de crecimiento esperado de cada una de las pizzerías.

## CALCULO DE LA OFERTA PROYECTADA DE PIZZAS EN EL SECTOR DE LA MARISCAL

PIZZERÍA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN SEMANAL	INCREMENTO	PRODUCCIÓN SEMANAL PROYECTADA	NÚMERO DE SEMANAS	OFERTA TOTAL ANUAL PROYECTADA
			PORCENTUAL DE LA OFERTA SEMANAL			
Pizza Hut	39.68%	5,050	1,010.00	6,060.00	52	315,120
Ch Farina	20.69%	3,120	936.00	4,056.00	52	210,912
El Hornero	12.90%	1,650	0.00	1,650.00	52	85,800
Domino's	21.26%	2,400	720.00	3,120.00	52	162,240
Otras	5.48%	820	0.00	820.00	52	42,640
<b>TOTAL</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,040</b>				<b>816,712</b>

Tabla 3.12

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Así podemos concluir que la oferta real de pizzas es de 678,080 pizzas al año, y en los próximos años se espera que aumente en un promedio de 20.5 % para alcanzar la cantidad de 816,712 pizzas entre el año 2003 y el 2008.

### 3.3.1 Análisis de la Demanda

Dada la inexistencia de un dato preciso de la demanda de pizzas en el sector de la Mariscal, y la necesidad de generar información primaria, este Estudio de Mercado tuvo que recurrir a una encuesta

### 3.3.2 Encuesta para estimar la demanda de pizzas en La Mariscal

La encuesta que se utilizó constaba de 16 preguntas, cuyos resultados nos proporcionaron información importante acerca del consumo de pizzas, los gustos de los consumidores, y la cantidad de dinero que ellos destinan al consumo de este producto.

### **3.3.2.1 Características de las Preguntas**

Es importante analizar brevemente el propósito que cada pregunta esperaba alcanzar dentro de la Encuesta, para servir al presente análisis de la demanda de pizzas.

#### **1. ¿Consume usted pizza?**

El objetivo de esta pregunta era poder estimar un porcentaje de consumo de pizzas aplicable a la población y poder saber cuantos individuos de la Mariscal estarían dispuestos a demandar pizzas en el sector.

#### **2. ¿Consume regularmente pizzas precocidas?**

Esta pregunta estaba destinada a saber cuanta gente consume pizzas precocidas, que si bien son pizzas, estas no son vendidas en algún restaurante y la gente que las compra regularmente, no va a consumir en una pizzería especializada.

#### **3. ¿Con qué frecuencia consume usted pizza?**

La frecuencia de consumo de pizza es un dato importante para cualquiera que desee cuantificar la demanda de pizzas. Esta pregunta nos permite conocer el tiempo que las personas dejan pasar entre un consumo y otro. Además tendremos un estimativo de cuantas personas consumen pizza en un periodo de tiempo específico, como por ejemplo, una semana.

**4. ¿Cuál es el número de personas con las que generalmente sale a comer pizza?**

Al pensar en poner una pizzería, necesitamos saber cuantas mesas y de que tamaños debe tener el local. El objetivo de esta pregunta es saber, con cuantas personas va a comer por lo general el encuestado y de esta manera poder saber cuantos puestos por mesa debe haber.

**5. ¿Cuál es el tamaño de la pizza que por lo general consume?**

Esta pregunta va a ser importante al momento de saber que presentación de pizzas es el más demandado. Así tendremos la idea de cual tamaño es el que mas se debe producir, y cual talvez debería ser descartado.

**6. ¿Qué característica es para usted la más importante al momento de escoger una pizzería?**

Nosotros debemos conocer que es lo que la gente busca en una pizzería y por que estaría dispuesto a consumir en nuestro local. Si existe algo importante al momento de decidir a que pizzería acudir, esta información resulta fundamental para nosotros.

**7. ¿Qué característica es para usted la más importante al momento de escoger un restaurante de comida rápida?**

Esta pregunta es similar a la anterior, pero pretende conocer que es lo que la gente busca en un restaurante de comida rápida. Talvez al momento de ejecutar el presente proyecto sea necesario utilizar esta pregunta para desplazar oferta y poder acaparar un pedazo de la demanda que prefiere otros sitios de comida rápida por alguna característica especifica.

**8. ¿Cuál es el tipo de pizza preferido por usted?**

Si nosotros conocemos que tipo de pizza prefiere la gente nosotros vamos a poder brindarles lo que ellos prefieren. Así que esta pregunta va a servir para cuantificar los gustos de los encuestados en lo que se refiere a pizzas.

**9. Usted por lo general prefiere consumir la pizza en:**

Esta pregunta nos va a indicar cual es la tendencia del consumo de pizzas, si la gente prefiere comer en el local, en su domicilio o talvez en algún otro sitio.

**10. Cuando usted consume pizza, también ordena:**

Para poder preparar el menú que se piensa ofrecer a los futuros clientes, es necesario conocer que otro producto ellos desean para acompañar sus pizzas. Esto también va a permitir cuantificar cual es el porcentaje de consumo de dichos bienes complementarios.

**11. ¿Cuanto paga usted a la fecha por la pizza individual?**

El objetivo de esta pregunta es conocer cuanto la gente esta pagando en la actualidad por consumir cierta presentación de pizza. Nos ayuda a conocer cuales son las pizzas mas vendidas y sus respectivos precios.

Las preguntas 12, 13, 14 y 15 son similares, lo único que varía en la formulación de la pregunta es el tamaño de la pizza.

**12. ¿Cual es la pizzería que usted visita con mayor frecuencia?**

Es importante conocer quienes van a ser nuestra competencia, y lo más importante, quien de estos competidores es el preferido de los encuestados.

Así talvez, podamos obtener una idea de lo que la gente busca en esta pizzería específica y que es lo que debemos imitar de este competidor.

### **3.3.2.2 Prueba Piloto**

Para poder determinar el tamaño de la muestra se realizó una prueba piloto.

Esta constaba de una pregunta para saber si las personas consumen pizzas independientemente de la frecuencia de consumo.

Se tomaron 10 muestras con esta prueba piloto y se determinó que 9 de cada 10 personas consumen pizza, en otras palabras, 9 son las personas que poseen el atributo, "p", es decir que consumen pizzas, y una no posee este atributo, "q".

### **3.3.2.3 Ámbito geográfico de la Encuesta**

La encuesta se la realizó en el sector de la Mariscal, en el cual se incluyó a las tres grandes universidades que allí se encuentran, que son:

- Pontificia Universidad Católica del Ecuador (P.U.C.E.)
- Universidad Politécnica Nacional (U.P.N.)
- Universidad Politécnica Salesiana (U.P.S.)
- Universidad de las Américas (U.D.L.A.)

También se realizó la encuesta en algunas casas, en algunos locales comerciales e incluso en algunos edificios de oficinas ubicados en el Sector.

Por otra parte se encuestó a algunos alumnos del Colegio Brasil (C.B.)

Todas estas personas encuestadas están en capacidad de consumir pizza en este sector, ya sea por que viven, trabajan, o estudian allí. Por ende deben ser tomadas en cuenta porque representan la posible demanda del sector.

### **3.3.2.4 Depuración de la Población Existente**

Primero se obtuvo el número total de estudiantes que asisten a cualquiera de las cuatro universidades del sector, porque una parte de estos estudiantes constituye una demanda potencial para nuestro proyecto.

Este cálculo se lo demuestra en la tabla 3.13.

<b>Número de Alumnos por Universidad</b>					
	<b>Universidad Católica</b>	<b>Universidad Salesiana</b>	<b>Universidad Politécnica</b>	<b>Universidad de las Americas</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Número Total de Alumnos</b>	8,000	3,800	8,948	2,400	<b>23,148</b>

Tabla 3.13

Fuente: Universidades Mencionadas  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

La tabla 3.14 refleja los resultados del estudio y catalogación de la población de la Mariscal con respecto a los locales y edificaciones del Sector. Dicho estudio lo realizó la Junta de Andalucía en el Plan Maestro de Rehabilitación de la Mariscal, para el Ilustre Municipio de Quito.

**POBLACIÓN PERMANENTE, TEMPORAL Y FLOTANTE CON RESPECTO A LA CATALOGACIÓN DE LOS LOCALES Y EDIFICACIONES QUE EXISTEN EN EL BARRIO DE LA MARISCAL**

Catalogación de Locales	Número de Locales	%	Población Permanente	%	Población Temporal	%	Población Flotante	%	Población Total	% Total
Excelente	1,266	15.95%	298	0.54%	14,928	27.16%	39,735	72.30%	54,961	100.00%
Muy Bueno	572	7.21%	74	0.34%	3,313	15.07%	18,591	84.59%	21,978	100.00%
Bueno	561	7.07%	109	0.63%	3,536	20.56%	13,555	78.81%	17,200	100.00%
Regular	457	5.76%	108	0.71%	3,007	19.69%	12,154	79.60%	15,269	100.00%
Malo	495	6.24%	77	0.61%	2,215	17.52%	10,348	81.87%	12,640	100.00%
Pésimo	1,450	18.27%	456	1.65%	7,531	27.31%	19,587	71.03%	27,574	100.00%
No Requiere	3,134	39.50%	8,764	60.72%	2,848	19.73%	2,822	19.55%	14,434	100.00%

<b>TOTAL</b>	<b>7,935</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,886</b>	<b>9.31%</b>	<b>37,378</b>	<b>21.01%</b>	<b>116,792</b>	<b>69.68%</b>	<b>164,056</b>	<b>100.00%</b>
--------------	--------------	----------------	--------------	--------------	---------------	---------------	----------------	---------------	----------------	----------------

<b>Número y Porcentajes de clase, Excelente, Muy Buena y Buena</b>	<b>481</b>	<b>0.22%</b>	<b>21,777</b>	<b>8.97%</b>	<b>71,881</b>	<b>33.67%</b>	<b>94,139</b>	<b>42.86%</b>
--	------------	--------------	---------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------

<b>Número y Porcentajes de Viviendas</b>	<b>8,764</b>	<b>8.67%</b>	<b>2,848</b>	<b>2.82%</b>	<b>2,822</b>	<b>2.79%</b>	<b>14,434</b>	<b>14.29%</b>
--	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------

Tabla 3.14

Fuente: Junta de Andalucía  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

Podemos observar en la tabla 3.14 que en la Mariscal hay tres tipos de población:

- Permanente, que es la población conformada por las personas que viven allí.
- Temporal, la cual esta formada por el turismo y por aquellas personas que no habitan en la ciudad de Quito.
- Flotante, la cual esta conformada por las personas que trabajan, estudian o realiza alguna actividad en el sector, pero cuyos domicilios se encuentran en algún otro sector de la ciudad.

El estudio de la Junta de Andalucía catalogo a los locales en seis categorías:

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular

- Mala
- Pésima

Las viviendas no recibieron ningún tipo de catalogación.

En el presente estudio se calculó los distintos tipos de población en las distintas categorías. Luego se tomo el total de la suma de poblaciones en las categorías de locales Excelentes, Muy Buenos y Buenos; ya que los locales de estas tres categorías son visitados por gente que poseen una gran capacidad adquisitiva al igual que la gente que trabaja en dichos locales.

Con estas consideraciones se llego a la siguiente depuración:

### DEPURACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL SECTOR DE LA MARISCAL

Población Objetivo	Sector de la Mariscal			Total	Total Depurado 1
	Población Permanente	Población Temporal	Población Flotante		
Viviendas	8,764	2,848	2,822	14,434	
Universidades	-	-	-	20,748	35,182

Población Objetivo	Sector de la Mariscal			Total	Total Depurado 2
	Población Permanente	Población Temporal	Población Flotante		
Locales	481	21,777	71,881	94,139	<u>94,139</u>

La Mariscal	Nivel Socio Económico				Total Depurado 3
	Alto	Medio – Medio	Medio – Bajo	Bajo	
Viviendas y	7.50%	28.00%	43.00%	21.50%	100.00%
Universidades	<u>2,639</u>	<u>9,851</u>	15,128	7,564	<b>12,490 *</b>

\* Nota Depuración 3: Se toma los Niveles Socio Económicos Alto y Medio - Medio para nuestro estudio, ya que estas personas están en capacidad de gastar sus ingresos en el consumo de pizzas.

**TOTAL DEPURADO**                    **109,029**  
**Tabla 3.15**

**Elaborado por: Antonio J. Chediak**

La población de las viviendas fue depurado en base a los niveles socios económicos ya que como se mencionó anteriormente no poseen categorización.

Lo mismo se hizo con los alumnos de las Universidades Católica, Politécnica Nacional y Salesiana, aplicando un 35,5% que es el porcentaje promedio del total de alumnos que no poseen pensión diferenciada lo cual los ubica entre la gente que estaría en capacidad de consumir pizzas.

La Universidad de las Américas no fue sometida a dicha depuración ya que sus alumnos si tienen el poder adquisitivo necesario para consumir pizzas. A la depuración dos se le suman la depuración tres y el número de alumnos de la UDLA y se obtiene el total depurado, el cual nos va a servir para calcular el tamaño de la muestra, calculo que se observa a continuación.

### 3.3.2.5 Calculo del Tamaño de la Muestra

$$N = \frac{4 * q * p * M}{EM^2 * (M-1) + 4 * p * q}$$

<b>M</b>	=Tamaño de la Población
<b>P</b>	=% de la población que posee el atributo (consumen pizza)
<b>Q</b>	=% de la población que no posee el atributo (consumir pizza)
<b>EM</b>	=Error de Muestreo
<b>N</b>	=Tamaño de la Muestra

$$M = 109,029$$

$$p = 0.9$$

$$q = 0.1$$

$$EM = 4.40\%$$

$$N = \frac{39250}{211}$$

$$N = 186$$

Se imprimieron y realizaron 200 encuestas. Esto se hizo así para poder distribuir las de mejor manera entre las universidades, viviendas y locales.

### 3.3.2.6 Resultados de la Encuesta

Después de haber corrido las doscientas encuestas los resultados obtenidos fueron los siguientes:

#### 1. ¿Consume usted pizza?

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	181	90.50%
<b>No</b>	19	9.50%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100.00%</b>

Esto nos ayuda a confirmar la validez de la Prueba Piloto que demostró que nueve de cada 10 personas consumen pizza independientemente de la frecuencia con la que lo hacen.

Este resultado es alentador, porque llevado a la población tendremos un gran número de demandantes de pizza.

#### 2. ¿Consume regularmente pizzas precocidas?

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	47	25.97%
<b>No</b>	134	74.03%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

Podemos observar que si bien hay demandantes de pizzas precocidas, estos son un número significativamente bajo comparado al número de personas que consumen pizzas en alguna pizzería específica. Este es otro buen indicio para la realización de este proyecto

**3. ¿Con qué frecuencia consume usted pizza?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>1 vez por semana</b>	28	15.47%
<b>3 veces por semana</b>	11	6.08%
<b>5 veces por semana</b>	4	2.21%
<b>1 vez cada 15 días</b>	45	24.86%
<b>1 vez al mes</b>	55	30.39%
<b>1 vez cada 2 meses</b>	21	11.60%
<b>Otra frecuencia</b>	17	9.39%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

Nos podemos dar cuenta con estos resultados que la gente consume pizzas regularmente, de 181 personas que respondieron que consumían pizzas, 28 lo hacen 1 vez a la semana, 11 y 4 son el número de personas que consumen tres veces y cinco veces por semana respectivamente. Por último 100 personas consumen pizza una o dos veces al mes.

**4. ¿Cuál es el número de personas con las que generalmente sale a comer pizza?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Solo</b>	4	2.21%
<b>Una</b>	8	4.42%
<b>Dos</b>	25	13.81%
<b>Tres</b>	36	19.89%
<b>Cuatro</b>	53	29.28%
<b>Cinco</b>	32	17.68%
<b>Seis</b>	11	6.08%
<b>Mas de Seis</b>	12	6.63%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

Los resultados de esta pregunta oscilaron con más notoriedad, entre dos y cinco personas. Por ende deberíamos enfocar nuestro tamaño de mesas en esta cantidad de personas para optimizar el espacio del local.

**5. ¿Cuál es el tamaño de la pizza que por lo general consume?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Individual</b>	4	2.21%
<b>Pequeña</b>	6	3.31%
<b>Mediana</b>	45	24.86%
<b>Familiar</b>	101	55.80%
<b>Gigante</b>	24	13.26%
<b>Otro</b>	1	0.55%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

Indiscutiblemente en el negocio de las pizzas, la Familiar es la que manda, seguida por la Mediana. Esto también confirma los resultados de la pregunta anterior en la cuál se vio que la gente por lo general va a comer pizzas acompañado de otras personas.

**6. ¿Qué característica es para usted la más importante al momento de escoger una pizzería?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Precio</b>	14	7.73%
<b>Calidad</b>	46	25.41%
<b>Servicio</b>	41	22.65%
<b>Sabor</b>	69	38.12%
<b>Limpieza</b>	7	3.87%
<b>Ambiente</b>	3	1.66%
<b>Otro</b>	1	0.55%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

Al momento de escoger una pizzería la gente busca muchas cosas pero fundamentalmente prefiere a tres:

- Calidad
- Servicio
- Sabor

Esto es lo que nosotros debemos brindarles para que nuestra pizzería salga adelante.

**7. ¿Qué característica es para usted la más importante al momento de escoger un restaurant de comida rápida?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Precio</b>	15	8.29%
<b>Calidad</b>	48	26.52%
<b>Servicio</b>	61	33.70%
<b>Sabor</b>	22	12.15%
<b>Limpieza</b>	16	8.84%
<b>Ambiente</b>	13	7.18%
<b>Otro</b>	6	3.31%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

En esta pregunta se pudo observar que de igual manera, la gente busca las mismas características mencionadas anteriormente en otros locales de comida rápida distintos a las pizzerías.

**8. ¿Cuál es el tipo de pizza preferido por usted?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Napolitana</b>	16	8.84%
<b>Hawaiana</b>	15	8.29%
<b>Pepperoni</b>	24	13.26%
<b>Suprema</b>	49	27.07%
<b>Jamón y Champiñones</b>	32	17.68%
<b>Pizza a su elección</b>	26	14.36%
<b>Otro</b>	19	10.50%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

Los resultados de esta pregunta no siguen ninguna tendencia específica. La gente posee gustos diferentes y por eso no podemos hablar de una pizza que tenga un porcentaje notablemente más alto que las otras.

**9. Usted por lo general prefiere consumir la pizza en:**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>El local</b>	85	46.96%
<b>Su domicilio</b>	90	49.72%
<b>Otro sitio</b>	6	3.31%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

Se puede concluir que la gente prefiere consumir pizza en su domicilio, pero el porcentaje de personas que prefieren consumir en el local es también muy alto, y como la Mariscal tiene mucha población temporal y flotante, esta tendencia puede ser beneficiosa para el proyecto.

**10. Cuando usted consume pizza, también ordena:**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Lasaña</b>	23	12.71%
<b>Ensalada</b>	64	35.36%
<b>Pan de ajo</b>	42	23.20%
<b>Postres</b>	21	11.60%
<b>Otros</b>	31	17.13%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

Al parecer por los resultados obtenidos, el mejor acompañante de la pizza es la Ensalada, después de esta es el Pan de Ajo. Definitivamente entre la pizza y estos dos acompañantes deben formar parte de nuestro menú.

**11. ¿Cual es la pizzería que usted visita con mayor frecuencia?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Pizza Hut</b>	83	45.86%
<b>Domino`s Pizza</b>	30	16.57%
<b>Ch Farina</b>	38	20.99%
<b>El Hornero</b>	22	12.15%
<b>Otro</b>	8	4.42%
<b>TOTAL</b>	<b>181</b>	<b>100.00%</b>

El indiscutible vencedor en el mundo de las pizzerías según los resultados de la encuesta, es Pizza Hut. Por ende al llevar a cabo nuestro proyecto debemos seguir los pasos de este exitoso negocio en el Ecuador y alrededor del Mundo.

Ellos ofrecen calidad y buen servicio talvez por esto es que ellos duplican en preferencia a su competidor mas cercano, Ch Farina.

## 12. ¿Cuanto paga usted a la fecha por la pizza.....?

Los resultados de esta pregunta se resumen en la siguiente tabla:

# DE DATOS DE LA ENCUESTA	PRESENTACIÓN DE LA PIZZA				
	PRECIO DE LA INDIVIDUAL	PRECIO DE LA PEQUEÑA	PRECIO DE LA MEDIANA	PRECIO DE LA FAMILIAR	PRECIO DE LA GIGANTE
1	2.15	5.00	5.00	14.00	16.00
2	3.50	3.00	5.00	14.00	35.00
3		3.00	12.80	14.00	14.07
4		3.00	5.50	13.00	15.00
5			6.00	12.00	13.60
6			8.00	10.00	18.00
7			8.00	14.00	18.00
8			8.00	13.00	13.00
9			8.00	8.50	15.00
10			8.00	8.00	13.00
11			8.00	8.50	15.00
12			8.00	12.00	15.00
13			8.00	10.00	15.00
14			8.00	15.00	14.00
15			8.00	13.50	
16			8.00	13.00	
17			8.00	12.00	
18			9.00	12.50	
19			10.00	12.00	
20			17.00	14.00	
21			10.00	12.00	
22			12.00	13.00	
23			12.00	14.00	
24			12.00	11.00	
25			9.00	12.00	
26			6.50	14.00	
27			10.00	13.00	
28			10.00	10.00	
29			10.00	13.00	
30			10.00	13.00	
31			12.00	14.00	
32			6.00	13.00	
33			10.00	11.00	
34				14.00	
35				10.00	
36				11.00	
37				12.00	
38				15.00	
39				14.00	
40				14.00	
41				14.00	
42				12.00	
43				12.00	
44				12.89	



### 3.3.3 Demanda de Pizzas en La Mariscal y Tasa de Consumo

“La Demanda se define como las distintas cantidades de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a retirar del mercado, por periodo, a cada precio alternativo y cuando permanecen constantes los demás factores que afectan a la demanda.”<sup>6</sup>

Sabemos que la gente consume pizza de distintos tamaños y en distintas frecuencias de tiempo por eso para el cálculo de la Demanda tuvimos que realizar una tabulación cruzada entre los tamaños de pizza y la frecuencia de consumo como se demuestra en la tabla 3.16.

#### CALCULO DEL CONSUMO DE PIZZAS

FRECUENCIA	PIZZA INDIVIDUAL	AL AÑO INDIVIDUAL	PIZZA PEQUEÑA	AL AÑO PEQUEÑA	PIZZA MEDIANA	AL AÑO MEDIANA	PIZZA GRANDE	AL AÑO GRANDE
1 vez por semana	3	156	4	208	7	364	12	624
3 veces por semana	0	0	1	156	4	624	4	624
5 veces por semana	0	0	0	0	2	520	2	520
1 vez cada 15 días	1	26	1	26	15	390	20	520
1 vez al mes	1	12	0	0	10	120	38	456
1 vez cada 2 meses	0	0	0	0	5	30	12	72
Otra	0	0	0	0	2	2	13	13
		194		390		2050		2829
Número de Pedazos		2		4		8		12
Número Total de Pedazos		388		1,560		16,400		33,948

FRECUENCIA	PIZZA GIGANTE	AL AÑO GIGANTE	TOTAL	AL AÑO TOTAL
1 vez por semana	2	104	28	1,456
3 veces por semana	2	312	11	1,716
5 veces por semana	0	0	4	1,040
1 vez cada 15 días	8	208	45	1,170
1 vez al mes	6	72	55	660
1 vez cada 2 meses	4	24	21	126
Otra	2	2	17	17
		722	181	6,185
Número de Pedazos		16		
Número Total de Pedazos		11,552		63,848

Tabla 3.16

Elaborado por: Antonio J. Chediak

<sup>6</sup> Econ. Rodrigo Sáenz Flores; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos; Junio del 2000; Pág. 32

Como podemos ver en una muestra de 181 personas, al año consumen 6,185 pizzas. También si el total de cada tamaño lo multiplicamos por el número de pedazos que tiene cada uno de estos tamaños podemos determinar que al año, la gente consume 63,848 pedazos de pizza.

Si se determinó que de una muestra de 200 personas, el 90.50 % o sea 181 consumen pizza y este porcentaje lo llevamos a la población tendremos que:

<b>DEMANDA DE PIZZAS POR AÑO EN EL SECTOR DE LA MARISCAL</b>		
<b>109,029 X 90.50% = 98,671</b>		
<b>181</b>	—————	<b>6,185</b>
<b>98,671</b>	—————	<b>X</b>
	<b>X =</b>	<b>3,371,710</b>

La demanda de pizzas en el sector de La Mariscal va a ser de aproximadamente 3`371,710 pizzas al año. Si este número se lo divide para el número de gente que consume pizzas en la población obtenemos que:

<b>TASA DE CONSUMO = <math>\frac{3,371,710}{98,671}</math></b>		
<b>TASA DE CONSUMO = 34 PIZZAS/AÑO</b>		

En otras palabras la persona promedio se come una pizza Mediana de ocho pedazos a la semana.

Este cálculo también se obtiene si tomamos los 63,848 pedazos de la tabulación cruzada y este valor lo dividimos para 181, que es el número de personas que consumen pizza.

Obtenemos de resultado que cada una de estas personas consume 353 pedazos de pizza al año cada uno. Si los 353 pedazos se los divide para 52 semanas del año, obtenemos que el promedio semanal de consumo de siete pedazos de pizzas, o una pizza de tamaño Mediano por persona.

Dadas las características de La Mariscal, tema que se tratara en el siguiente capitulo, se estima que la demanda de pizzas en el sector permanezca constante en el siguiente quinquenio.

Esto se debe a que si bien una parte de la población permanente disminuirá, a una tasa de 0.91 % anual, de la misma manera crecerá la población temporal y flotante. Por ende para el análisis mantendremos la demanda potencial constante.

#### **3.4.1 Balance Oferta – Demanda**

El balance entre Oferta y Demanda esta representada en detalle en la tabla de datos 3.17.

**BALANCE OFERTA - DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA DE PIZZAS (MILES)</b>	<b>OFERTA DE PIZZAS (MILES)</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (MILES)</b>
2002	3.371,71	678,08	2.693,63
2003	3.371,71	705,81	2.665,90
2004	3.371,71	733,53	2.638,18
2005	3.371,71	761,26	2.610,45
2006	3.371,71	788,99	2.582,72
2007	3.371,71	816,71	2.555,00

Tabla 3.17

Elaborado por: Antonio J. Chediak

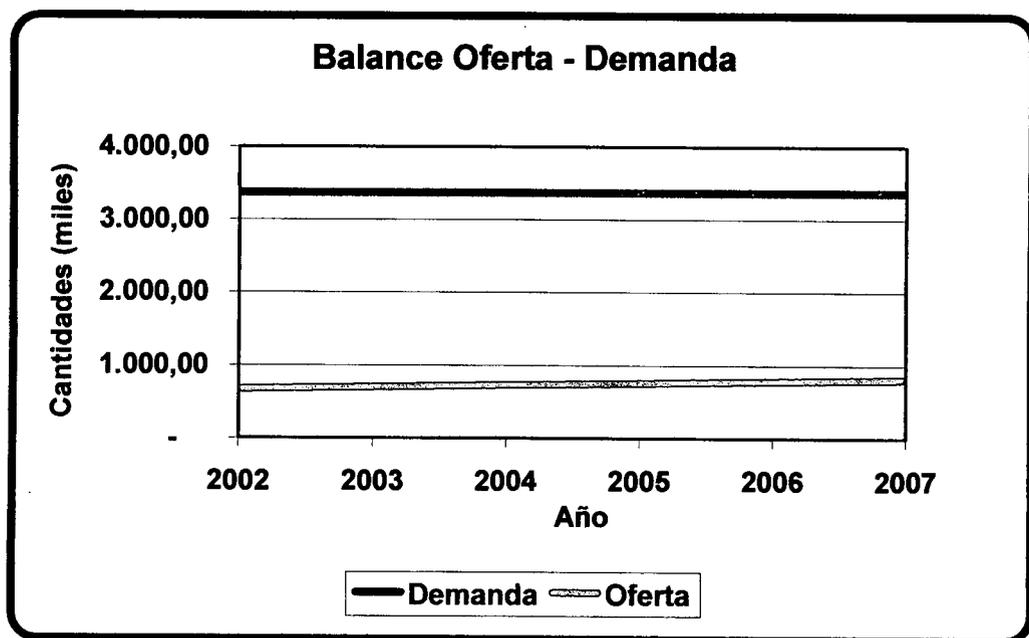


Figura 3.3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Como podemos observar existe una demanda insatisfecha representativa para los próximos cinco años. Por eso si sería posible que el proyecto ingrese al mercado sin tener que desplazar a la oferta existente.

Como hay una gran brecha entre la Demanda y la Oferta de pizzas, el proyecto para instalar una pizzería en el sector de la Mariscal, debería ser ejecutado, siempre y cuando podamos captar una porción de esta demanda

insatisfecha brindando un producto de calidad y un excelente servicio a un buen precio.

La demanda insatisfecha actual es de 2`693,630 y en el futuro alcanzará la cifra de 2`554,998 pizzas al año. Por eso el presente proyecto, de ser llevado acabo estima cubrir un porcentaje de esa demanda insatisfecha.

## CAPITULO 4

### TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

#### 4.1.1 Macro Localización del Proyecto:

El presente proyecto esta siendo analizado para que pueda ser instalado en La Mariscal, un barrio de la ciudad de Quito que tiene a su haber casi un siglo de existencia e historia.

Es importante analizar y conocer un poco de la historia de La Mariscal, así como los futuros proyectos a los que este tradicional barrio de la ciudad, va a ser sometido en los próximos años.

#### MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

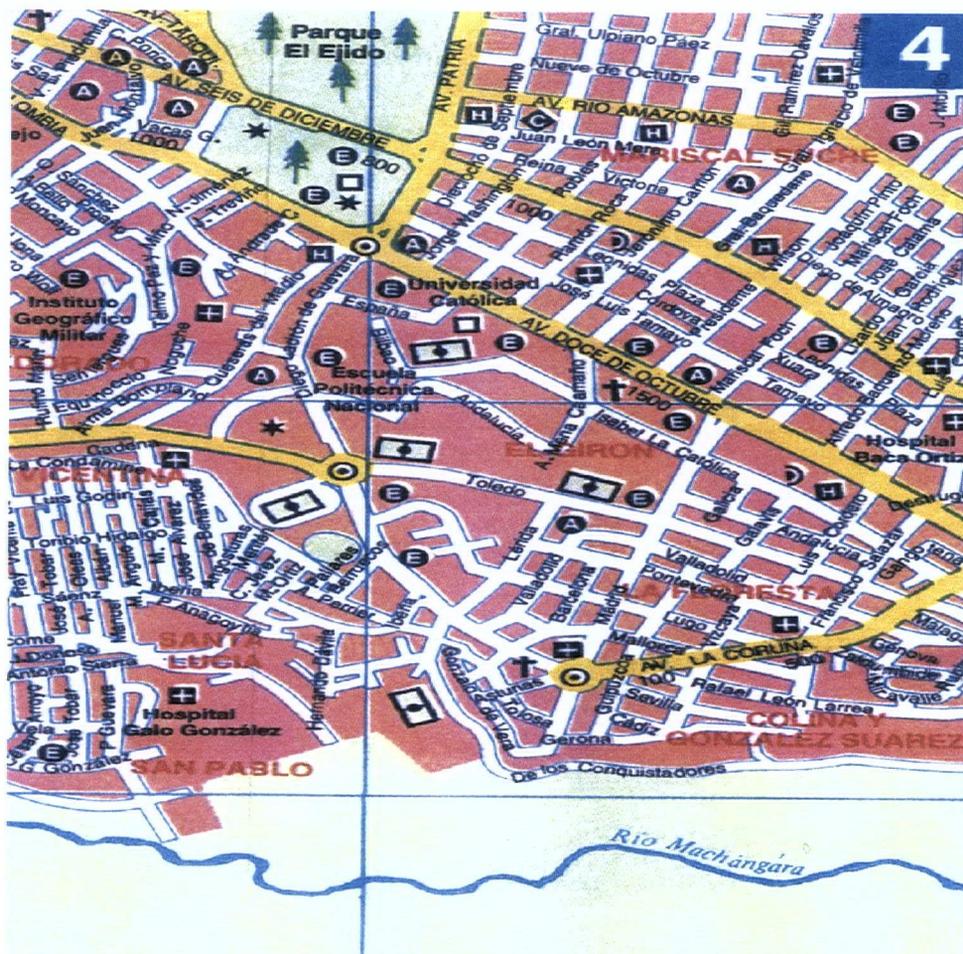


Figura 4.1

Elaborado por: Instituto Geográfico Militar

#### **4.1.1.1 La Mariscal, su Historia y su Proyecto de Rehabilitación:**

La Mariscal posee ciertas características que no se imitan en otros sitios de la ciudad de Quito. Su proyección hacia el futuro va a convertirlo en uno de los sectores más pintorescos de la ciudad gracias a los presentes proyectos de rehabilitación.

La Mariscal, con un potencial histórico digno de ser rescatado, constituye actualmente un centro urbano de servicios, comercios, recreación y negocios, con una gran tendencia a los usos turísticos.

Lamentablemente este sector se ha visto venido a menos principalmente por los no planificados cambios de suelos, el deterioro y abandono físico y ambiental, el difícil acceso y los escasos parqueaderos.

Por eso existe actualmente un proyecto de rehabilitación del sector. Este proyecto de rehabilitación tiene como objetivo principal revertir el proceso de deterioro mediante el planeamiento de una estructura urbana que brinde a los usuarios el espacio y ambiente necesario para lograr la vida en comunidad y además rescate su valioso potencial como punto energético a nivel económico, social y turístico de la ciudad.

Es a partir de la década de los años 20 la ciudad de Quito comienza a experimentar transformaciones en su estructura social, administrativa y física. Son muchos los factores que se conjugan como por ejemplo el ferrocarril y el aumento de flujos migratorios, la llegada de nuevas ideas y conceptos sobre propuestas urbanas, que con la integración completa del país al mercado internacional y luego con la crisis económica mundial, adquieren fuerza al interior del país encontrando estrategias de crecimiento en el.

Las consecuencias se expresan en un aumento de las migraciones hacia la ciudad, deterioro y tugurización del centro histórico, movilidad de los habitantes hacia el norte de la ciudad, dando una alternativa de vivienda para la clase media alta que buscaba un sector tranquilo y exclusivo para vivir.

La Mariscal Sucre debe su nombre al Mariscal Antonio José de Sucre, en conmemoración al aniversario de la Batalla del Pichincha, circunstancia por la cual, desde años atrás a esa fecha se emprendió la realización de muchas obras de embellecimiento de la ciudad.

Este barrio nace como respuesta al desarrollo de la ciudad y a la modificación de las formas de vida y organización territorial, que coincidió con la aparición de los planes urbanísticos para las ciudades importantes de Latinoamérica que planteaban la zonificación por actividades y su vinculación a través de amplias vías.

En el año de 1941 el Municipio contrató al arquitecto uruguayo Jones Odriosola, quien realizó un estudio de organización especial de la ciudad, de este trabajo nació el Plan Regulador de Quito, con el que se proponía la sectorización de los barrios de acuerdo a sus actividades.

En los años treinta se empezó la ejecución de un plan de vivienda junto a la Mariscal. Este proyecto denominado Barrio Bolívar, el cual fue llevado a cabo por la ex Caja de Pensiones que hoy se lo conoce como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS, como respuesta a la necesidad de vivienda de sus empleados y afiliados que pertenecían a un nivel socio-económico medio alto.

A mediados del Siglo XX la Mariscal adquirió una personalidad de barrio residencial, apacible y señorial, complementado con servicios y comercios de lujo como restaurantes y boutiques.

Con el auge del petróleo en los años setenta el barrio sufre transformaciones funcionales, las personas pudientes, atraídas por la nueva concepción de vida, derrumbaron sus castillos y mansiones para construir grandes edificios de oficinas, comercio y vivienda en sus terrenos. El cambio de actividad provoca que los propietarios de las viviendas decidan trasladarse hacia los amplios terrenos disponibles al norte, en busca de tranquilidad y exclusividad residencial.

A partir de 1980, en la Mariscal se extiende la inversión pública y se trasladan algunas secretarías de estado, además se desarrollan actividades bancarias y comerciales de la empresa privada, dando inicio a la formación del nuevo centro de Quito; que tiene como eje comercial, administrativo y de sitio de encuentro social a la Avenida Amazonas.

Con la migración poblacional de sus antiguos habitantes, muchos de los inmuebles con valor histórico no reciben mantenimiento, siendo modificado su uso residencial para actividades poco compatibles con la categoría del barrio; proliferando de esta manera los pequeños locales comerciales en garajes y retiros frontales de los inmuebles inventariados. Además se extiende el comercio informal y las calles se inundan de vehículos.

Es así como la Mariscal cambia de barrio residencial, a barrio de uso múltiple, consolidando actualmente al sector como dinámico, pero al mismo tiempo con muchos conflictos urbanos que es necesario estudiarlos y plantear su solución.

#### **4.1.1.2 Características y Delimitación del Sector de la Mariscal:**

La ciudadela Mariscal Sucre, está situada aproximadamente a un kilómetro al norte de los límites del centro histórico, al norte del parque El Ejido.

Su topografía es plana excepto en su parte oriental.

Su superficie es de 126.85 hectáreas aproximadamente, con 117 manzanas y 2 parques.

Los límites de la Mariscal son:

- Al norte, con la acera de la Av. Orellana del nuevo Hotel J.W. Marrito, el Colegio Militar Eloy Alfaro, el Círculo Militar, la Casa inventariada de la esquina de la 6 de Diciembre y Orellana y el eje vial de la calle Almagro.
- Al sur, la Casa de la Cultura Ecuatoriana, parque de El Ejido, el Arco de la Circasiana, y la intersección de las avenidas Patria y 10 de Agosto.
- Al este, el sector de las Universidades Católica, Politécnica Nacional y Salesiana; Hoteles como el Swiss Hotel y el Radisson, edificios de oficinas entre la avenida 12 de Octubre e Isabel la Católica y la calle Coruña.
- Al oeste, el parque Santa Clara de San Millán, la Circasiana y el sector de la Av. 10 de Agosto y sus alrededores.

#### **4.1.1.3 Aspectos Culturales y de Identidad de la Mariscal:**

La Mariscal es un sitio privilegiada de la ciudad por la afluencia de varias culturas, absorbidas por sus habitantes al relacionarse con personas de diversas nacionalidades, este indudablemente contribuyó a dar una propia y

particular identidad al sector, como integrador de diversas costumbres e ideologías, combinándose con la nuestra, dando lugar a un pintoresco sector que guarda los recuerdos de una gran época de Quito.

El inicio de esta pluriculturización del sector es desde la época de la Segunda Guerra Mundial, que ocasionó un movimiento migratorio de cuya influencia nuestro país no estuvo excluido.

Un grupo significativo de europeos que estuvieron obligados a abandonar sus patrias, pudo encontrar un nuevo lugar para desarrollar su vida. Entre estos estuvieron arquitectos, escritores y poetas; su llegada tuvo una influencia muy importante sobre la determinación del carácter cultural del tradicional sector. Ellos se encargaron de establecer sitios de reunión en los que se discutía sobre la literatura, música, arte y otros aspectos culturales de la época, que en la actualidad se sigue manteniendo como un sitio de lugares bohemios.

#### ***4.1.1.4 El Futuro de la Mariscal:***

Para el futuro el Ilustre Municipio de Quito, tiene pensado la ejecución de un proyecto para sanear a la Mariscal de sus Actuales problemas. Este plan de saneamiento va a topar ciertos temas importantes, siendo estos los que han causado el deterioro del sector y les va a dar una solución definitiva. Por ejemplo, va a tomar en cuenta la circulación vehicular en lo que respecta a:

- El tejido viario existente.
- Efectos sobre la Movilidad en el barrio de las infraestructuras que se están urbanizando, como por ejemplo el carril de la “Ecovía”, etc.
- Las políticas de aparcamiento.
- Estacionamiento en la vía para carga o descarga.

- Mejoras de la red del transporte colectivo en el sector, con mejoras en la accesibilidad a las líneas de autobuses, estudiando rutas, paradas y punto e de intercambio analizando la supresión de líneas no optimizadas.
- Construcción de parqueaderos subterráneos en el sector.
- Recuperación de la calidad ambientas y funcional del espacio público.

En lo que respecta a sus moradores:

- Se va a construir más parques a lo largo del sector.
- También se va a construir una ciclo vía, para permitir la mejor y más segura circulación de bicicletas.
- Se espera también optimizar la circulación peatonal, determinando cuales son las puertas de acceso al barrio; O sea las calles más transitadas.

Estas son algunas de los cambios que la Mariscal deberá pasar para continuar siendo ese barrio tradicional que posee un gran atractivo para el turismo y para los habitantes que en él residen.

Estos cambios van a dar más plusvalía a toda La Mariscal incluido a los locales y negocios que en el sector operen. Esto es especialmente beneficioso para la el proyecto y su localización.

#### **4.1.2 Micro Localización del Proyecto**

La pizzería va a estar localizada al Este del sector de la Mariscal, en las calles Lizardo García y Andrés Xaura esquina. Esto es una cuadra y media por debajo de la Avenida 12 de Octubre, media cuadra por debajo de la calle José Luis Tamayo y una cuadra por arriba de la Avenida 6 de Diciembre.

Tanto la Avenida 6 de Diciembre, como la Avenida 12 de Octubre son importantes arterias del tráfico vehicular y del transporte público de la ciudad y del sector.

La calle José Luis Tamayo es también una calle importante que corre en sentido Sur a Norte paralelamente a las dos avenidas antes mencionadas y une a la Avenida Patria con la Avenida Colón.

La calle Lizardo García se origina en la Avenida 12 de Octubre, corre en sentido Este a Oeste y termina en la Avenida Juan León Mera. Mientras la calle Andrés Xaura empieza en la calle Mariscal Foch, se extiende solo por una cuadra en sentido Sur a Norte y termina en la calle Lizardo García.

La pizzería va a estar ubicada en el número 235, en la esquina de García y Xaura. En este lugar existe un Edificio de cinco pisos, siendo la planta baja el local en el cuál se tiene planeado instalar la pizzería.

El local tiene un área de 308 metros cuadrados. Catorce metros sobre la calle Lizardo García y veintidós metros sobre la calle Andrés Xaura. Posee todos los servicios básicos: luz, agua, dos líneas telefónicas.

#### MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

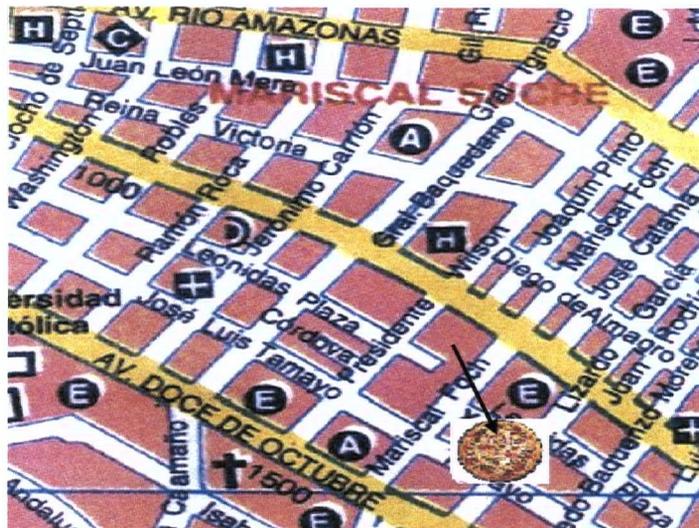


Figura 4.2

Elaborado por: Instituto Geográfico Militar

### **4.1.3 Localización Óptima**

Para nosotros el factor determinante para ubicar la pizzería en este sitio, es el hecho de que este local nos pertenece. De esta manera no tendremos que incurrir en gastos de arriendo, ni tampoco tener que comprar algún local o terreno para construir en el. Esto significa un gran ahorro para el proyecto.

Esta va a ser para nosotros la localización óptima de nuestro proyecto, ya que podremos destinar el dinero que hubiésemos invertido en arrendar, comprar o modificar otro local, para otros gastos que también consideramos importantes.

No hay que olvidar todo lo mencionado anteriormente con el sector de La Mariscal y sus proyecciones en el futuro, pues las mejoras del sector darán mas realce a cada una de sus calles y avenidas incluyendo las calles mencionadas anteriormente.

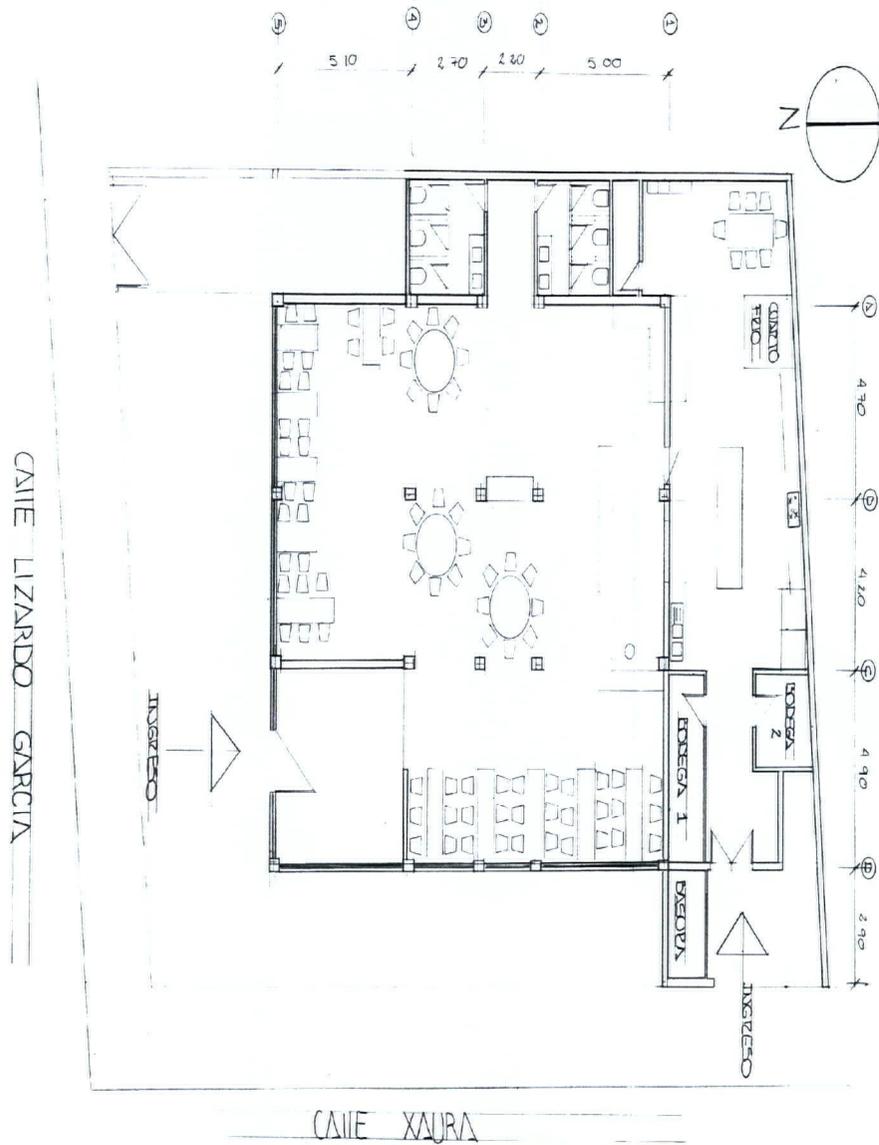
Aquí se concentran gran número de edificios de oficinas, algunos hoteles, hostales y viviendas a los que podemos dar servicio ya que no existe en este lado de la Mariscal locales de venta de pizza de las cadenas que mencionamos en el capítulo anterior.

### **4.1.4 Diseños y Plano del Local Ubicado en la calle Lizardo García y Andrés Xaura**

Las figuras expuestas a continuación presentan el plano arquitectónico y algunos bocetos, de la configuración que va a tomar el local.

Se puede notar que el local necesita algunas adecuaciones, aunque el mismo ya esta concebido con la idea de instalar un restauran.

**PLANO ARQUITECTÓNICO DEL LOCAL UBICADO EN LA CALLE  
LIZARDO GARCÍA 235 Y XAURA**



**Figura 4.3**

**Elaborado por: Verónica Proaño**

**DISEÑO No.1**  
**VISTA EXTERIOR DEL LOCAL**

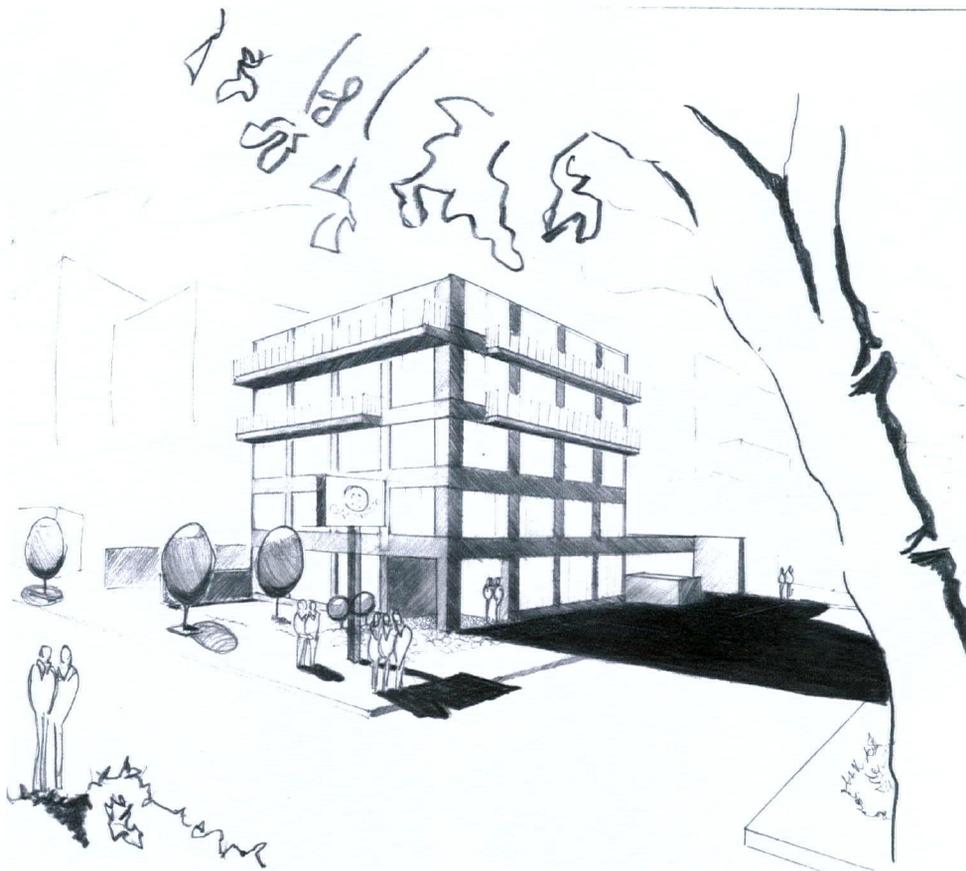
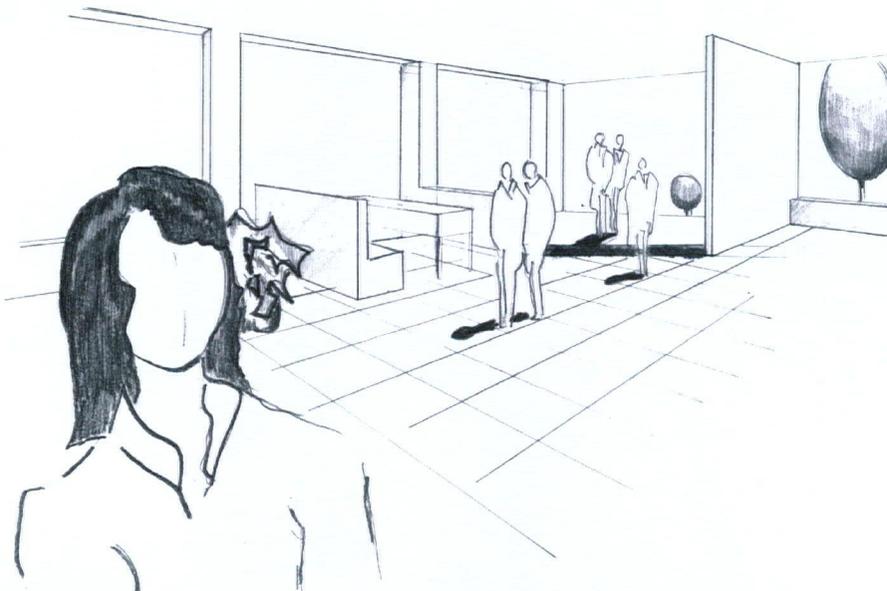


Figura 4.4

Elaborado por: Verónica Proaño

**DISEÑO No.2**  
**VISTA DE LA ENTRADA PRINCIPAL DEL LOCAL**



**Figura 4.5**

**Elaborado por: Verónica Proaño**

**DISEÑO No.3**  
**VISTA DE LA BARRA DE ATENCIÓN EN EL LOCAL**

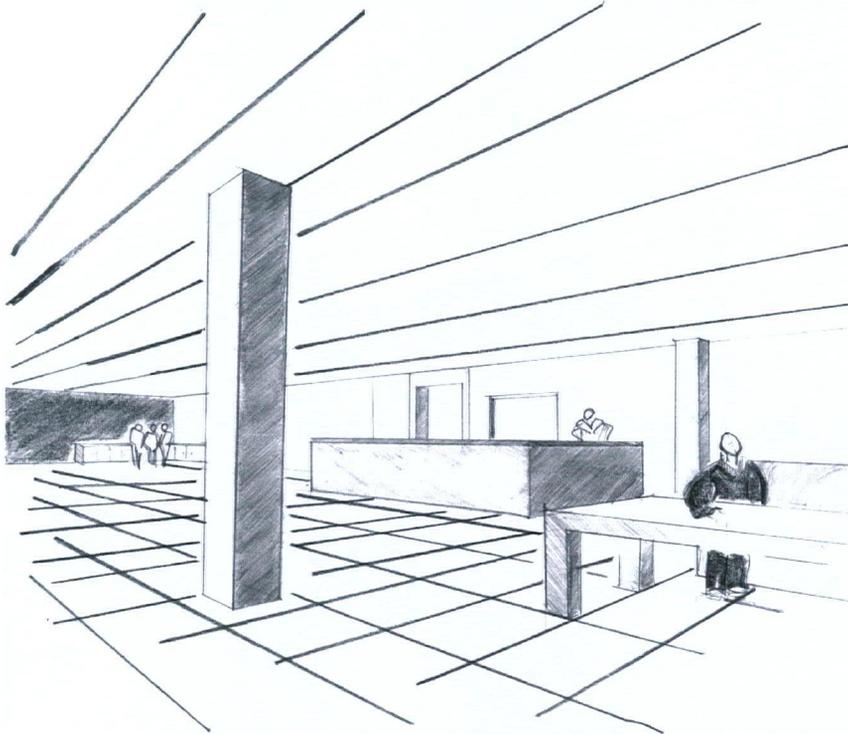


Figura 4.6

Elaborado por: Verónica Proaño

**DISEÑO No.4**  
**VISTA DEL ÁREA DE MESAS EN EL LOCAL**

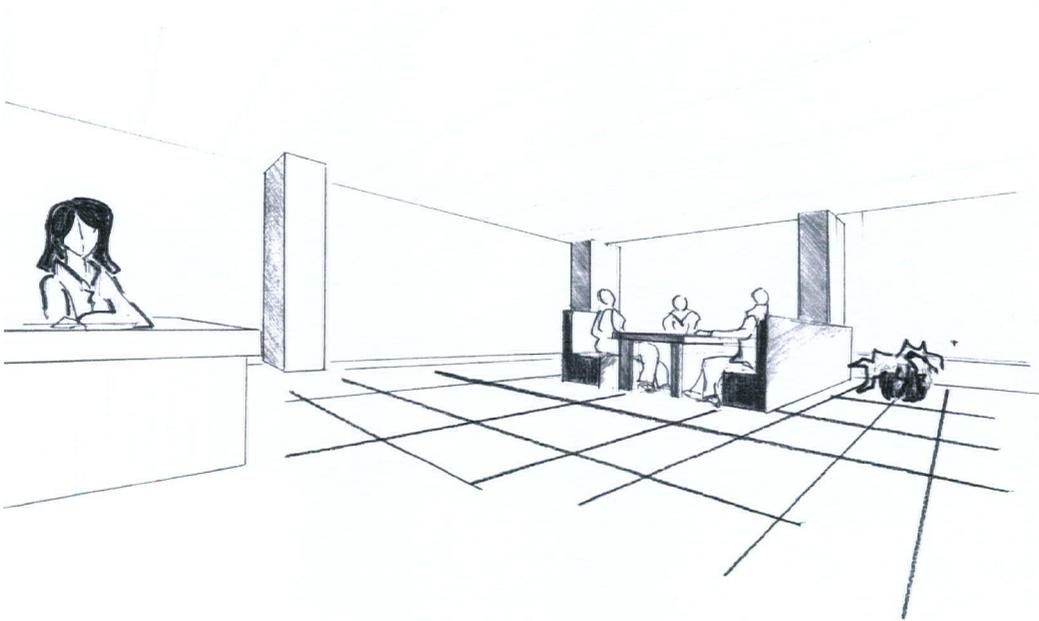


Figura 4.7

Elaborado por: Verónica Proaño

#### **4.2.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto**

Para poder hablar del tamaño del proyecto para instalar una pizzería en el sector de La Mariscal debemos resaltar los siguientes puntos:

- Dadas las estimaciones mencionadas en el estudio de mercado, la demanda de pizzas va a permanecer constante por el siguiente quinquenio.
- La oferta actual existente solo cubre un 21 % de la demanda total de pizzas, lo cual deja una demanda insatisfecha de 2.5 millones de pizzas al año.
- Nosotros esperamos poder cubrir un 10 % de la demanda insatisfecha, o sea 269,363 pizzas al año.

#### **4.2.2 Capacidad de producción teórica**

Tomando en cuenta los puntos anteriormente señalados podemos estimar cual es la capacidad de producción teórica para el proyecto.

##### **4.2.2.1 Los Hornos**

Si queremos producir 269,363 pizzas al año el número de hornos necesarios para hacerlo se lo puede observar en la tabla 4.1.

Estas estimaciones teóricas están en función de que los hornos estén funcionando todo el tiempo, que siempre estén a la temperatura exacta para poder cumplir con el tiempo de cocción y no toma en cuenta ningún tipo de imprevistos en la producción.

**PRODUCCIÓN TEÓRICA EN FUNCIÓN DE LOS HORNOS**

Producción Teórica :	269,363 Pizzas al Año
Número de días a producir en el año :	360 Días
Producción Diaria Teórica :	748 Pizzas al Día
Número de Pizzas que un horno Puede cocinar a la vez :	
	6 Pizzas Familiares
Tiempo de Cocción :	15 Minutos
Número de Pizzas que un horno Puede cocinar en un día. (10 Horas) :	
	240 Pizzas Familiares al Día
Número de hornos necesarios para cumplir con la producción :	
	3 Hornos

Tabla 4.1

Elaborado por: Antonio J. Chediak

**4.2.2.2 Del número de mesas en la pizzería**

Existe otro factor muy importante que es el número de mesas que puede tener el local.

Por eso el número de mesas que serían en teoría necesarios se representa en la siguiente tabla:

**PRODUCCIÓN TEÓRICA EN FUNCIÓN DE LAS MESAS**

Producción Teórica :	269,363 Pizzas al Año
Número de días a producir en el año :	360 Días
Producción Diaria Teórica :	748 Pizzas al Día
Número de pedazos de pizza promedio Que una persona consume en una visita :	
	4 Pedazos
Número de personas con las que generalmente sale a comer pizza :	
	4 Personas
Número de pedazos que tiene una pizza familiar :	
	12 Pedazos
Número promedio de pizzas familiares Que se consumen en una visita :	
	1 Pizza
Tiempo que tarda en ser ocupada una mesa para comer pizza :	
	45 Minutos
Número de veces que va a ser ocupada la mesa en un día (10 Horas) :	
	13 Veces
Número de mesas necesarias para cumplir con la producción teórica :	
	58 Mesas

Tabla 4.2

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Como podemos observar sería muy difícil tener un número tan alto de mesas en el local, además como en el caso de los hornos estamos asumiendo muchas cosas que podrían variar de manera de imprevistos.

#### **4.2.3 Capacidad de producción real**

“Si algo puede fallar, fallará.”<sup>1</sup>

Partiendo de este principio de la Ley de Murphy, podemos comprender que es imposible, dados los distintos factores involucrados, que la capacidad de producción teórica se logre cumplir con exactitud.

Por eso es importante hacer una estimación real de la capacidad de producción del proyecto tomando en cuenta los limitantes a los que nos hemos referido en la capacidad de producción teórica.

Es así que hemos tomado ciertas consideraciones para obtener un tamaño real de producción, el cual, el proyecto este en capacidad de cumplir.

##### **4.2.3.1 Los Hornos**

Como se puede observar en la tabla de la producción teórica en base a los hornos, el número necesario de hornos para cumplir con la producción es de tres, pero dadas las características del espacio destinado a la cocina del local, solo se pueden tener dos hornos.

Además estos tardan aproximadamente unos 30 minutos en alcanzar la temperatura óptima para hornear las pizzas, lo cual reduce también un poco la capacidad de producción. No debemos olvidarnos que la masa de pizza y los

---

<sup>1</sup> Arthur Bloch, Ley de Murphy y otras razones porque las cosas salen mal; 1977, México, Editorial Diana S.A.

ingredientes que van sobre ella deben estar listos para ser llevados al horno, pero se puede dar el caso de que no sea así.

El gas, elemento principal en el funcionamiento del horno podría terminarse si no se prevé y esto disminuiría la producción. No debemos olvidar también que en algún momento los hornos van a necesitar mantenimiento y se tendría que detener la producción.

Por ende la siguiente tabla explica cuál es la producción anual real que podemos alcanzar.

### PRODUCCIÓN REAL EN FUNCIÓN DE LOS HORNOS

Número de hornos posibles para la producción dado el tamaño de la cocina :	2 Hornos
Número de Pizzas que un horno puede cocinar a la vez :	6 Pizzas Familiares
Tiempo de Cocción Real Estimado:	18 Minutos
Número de Pizzas que un horno puede cocinar en un día. (9 Horas) :	162 Pizzas Familiares al Día
Número de días a producir en el año :	350 Días
Producción Diaria Real :	324 Pizzas al Día
Producción Real :	113,400 Pizzas al Año

Tabla 4.3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Según el número de hornos que realmente podemos instalar vemos que solo podríamos producir 113,400 pizzas al año, lo cual es un 4.21 % de la demanda insatisfecha.

#### 4.2.3.2 Del número de mesas en la pizzería

Algo similar a lo que se da con los hornos, también sucede con el número de mesas que se pueden colocar en el local. Ya que el local tiene un espacio limitado, en el cual debe haber un sin número de cosas, es imposible

dedicar todo el espacio solo para mesas. Por eso el número de mesas que se pueden colocar es de 14 mesas.

Se ha estimado un tiempo de 45 minutos en el uso de la mesa, un tiempo lo suficientemente holgado, para comer con tranquilidad, por esto no vamos a tomar en cuenta imprevistos que obliguen a los clientes permanecer mas tiempo, porque esto ya ha sido incluido dentro de estos 45 minutos. También cabe señalar que se toman 350 días de producción por mantenimiento de maquinaria y otro imprevistos que ocasionen paralización total del establecimiento.

La producción real en función del número de mesas se expresa en la siguiente tabla:

#### PRODUCCIÓN REAL EN FUNCION DE LAS MESAS

Número de pedazos de pizza promedio que una persona consume en una visita :	4 Pedazos
Número de personas con las que generalmente sale a comer pizza :	4 Personas
Número de pedazos que tiene una pizza familiar :	12 Pedazos
Número promedio de pizzas familiares que se consumen en una visita :	1 Pizza
Tiempo que tarda en ser ocupada una mesa para comer pizza :	45 Minutos
Número de veces que va a ser Ocupada la mesa en un día (10 Horas) :	13 Veces
Número de mesas que caben en el Local :	14 Mesas
Número de días a producir en el año :	350 Días
Producción Diaria Real :	182 Pizzas al Día
Producción Real :	63,700 Pizzas al Año

Tabla 4.4

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Como nuestra producción va a ser destinada solo para el consumo en el local, no podemos superar nuestra capacidad física por lo tanto la capacidad real de producción de pizzas del proyecto sería de 63,700 pizzas al año, solo un 2.36% de la demanda insatisfecha.

En conclusión, el tamaño óptimo de producción para el proyecto de instalación de una pizzería en el sector de La Mariscal, sería de 63,700 pizzas al año. Meta que pensamos alcanzar con dos hornos y con 14 mesas en el local.

Es importante entender que esta meta no va a ser alcanzada el primer año, puesto que como somos nuevos en el mercado, y el proceso productivo también es nuevo para nosotros, pensamos que nuestra producción para los próximos 5 años se reflejara en el siguiente cuadro.

#### **PRODUCCIÓN ANUAL ESPERADA DEL PROYECTO PARA LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS**

<b>PRODUCCIÓN TOTAL ANUAL</b>	
<b>AÑO</b>	<b>ESPERADA</b>
<b>1</b>	<b>51,884</b>
<b>2</b>	<b>54,615</b>
<b>3</b>	<b>57,489</b>
<b>4</b>	<b>60,515</b>
<b>5</b>	<b>63,700</b>

**Tabla 4.5**

**Elaborado por: Antonio J. Chediak**

Las cifras presentadas en la Tabla 4.5 demuestran un crecimiento anual en la producción de pizzas del 5 %.

La Tabla 4.6 desglosa la producción anual esperada de pizza para los próximos cinco años, de los cuatro tipos distintos de pizza que se van a producir.

**PRODUCCIÓN ANUAL ESPERADA DEL PROYECTO  
PARA LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS POR TIPO DE PIZZA**

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL ESPERADA				PRODUCCIÓN TOTAL ANUAL ESPERADA
	PIZZA NAPOLITANA	PIZZA DE JAMÓN	PIZZA ESPECIAL	PIZZA DE PEPPERONI	
1	10,377	12,971	15,565	12,971	51,884
2	10,923	13,654	16,384	13,654	54,615
3	11,498	14,372	17,247	14,372	57,489
4	12,103	15,129	18,155	15,129	60,515
5	12,740	15,925	19,110	15,925	63,700

Tabla 4.6

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Estos valores se obtuvieron ajustando los porcentajes que se obtuvieron en el estudio de mercado los cuales se los puede observar en la Tabla 4.7.

**PORCENTAJES AJUSTADOS APLICABLES A LOS  
TIPOS DE PIZZA QUE SE ESPERA PRODUCIR**

TIPO DE PIZZA	PORCENTAJE AJUSTADO APLICABLE
Napolitana	20%
Jamón	25%
Especial	30%
Pepperoni	25%

Tabla 4.7

Elaborado por: Antonio J. Chediak

## **CAPITULO 5**

### **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### ***5.1. Definición de la Tecnología a Usar***

El proceso de producción de pizzas, no es que ha sufrido grandes cambios tecnológicos en su proceso de preparación. Quizás la herramienta más importante de una pizzería, el horno, ha evolucionado de diversas formas y presentaciones para dar a cada pizzería ese toque adicional que las convierte en las favoritas del público.

Existen diversos sistemas para hornear pizzas que se explican en la tabla 5.1, la cual nos permite observar que el Barrido a Chorro es el sistema que brinda una mejor cocción a las pizzas. Este tipo de horneado es uniforme lo que lo hace mejor que los otros tipos de cocción existentes.

Otra parte fundamental en la preparación de pizzas esta dada por la mano de obra que interviene en el proceso de producción. Si bien el proceso no requiere de mano de obra altamente tecnicada si es importante que las personas que intervengan tengan cierto conocimiento del producto, y su preparación.

#### ***5.2 Selección de los Procesos Productivos***

El proceso de producción de pizzas es único, y no varía en gran medida de una pizzería a otra. Lo que si varía es la tasa de uso de materias primas ya sea en la masa, la salsa, y las viandas que se colocan encima de la pizza.

## COMPARACION DE LOS SISTEMAS DE HORNEO

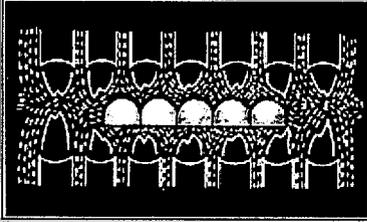
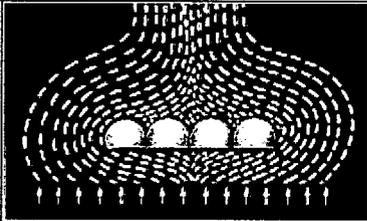
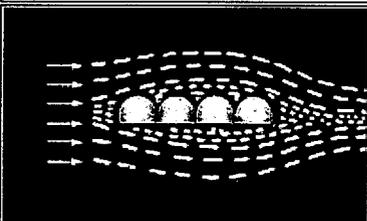
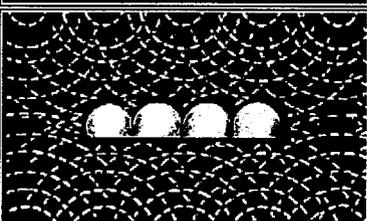
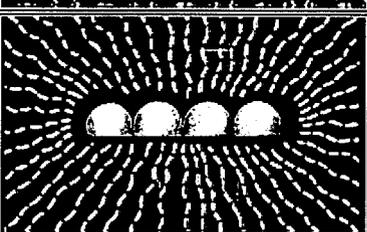
	<p><b>BARRIDO A CHORRO</b></p> <p>Un barrido a chorro fuerza columnas de aire caliente en todas las superficies del producto, eliminando la capa de aire caliente y humedad que lo rodean. El horneado comienza de inmediato y, debido a la formación de una costra, se sella la humedad del producto garantizando sabor y frescura.</p>
	<p><b>CONVECCION NATURAL</b></p> <p>El aire caliente se eleva por naturaleza. Esto significa un mayor tiempo para romper la barrera de aire frío y humedad que rodea al producto. Si éste se halla en una bandeja, la parte inferior comienza a cocinarse antes de que la parte media y superior se hayan calentado.</p>
	<p><b>CONVECCION FORZADA</b></p> <p>Se fuerza el aire caliente a través del producto. El calor no alcanza a penetrar las grietas de la superficie de éste, causando que los bordes se cocinen más rápidamente y se obtenga de este modo un horneado poco parejo.</p>
	<p><b>RAYOS INFRAROJOS</b></p> <p>El calor no aparece en el producto sino hasta que los rayos sean absorbidos. La potencia de éstos decrece exponencialmente en la medida en que aumenta la distancia con la fuente. Como resultado, los productos con superficies altamente irregulares se hornean de una forma dispareja. Productos oscuros absorben más rayos.</p>
	<p><b>MICROONDAS</b></p> <p>A medida que las microondas atraviesan el producto, las moléculas de éste se excitan, generando calor interno. No hay un efecto de superficie, de modo que finalmente se obtiene un producto pastoso que se seca con facilidad.</p>

Tabla 5.1

Fuente: [www.industrialtaylor.com](http://www.industrialtaylor.com)  
Elaborado por: Industrias Taylor

### 5.2.1 Etapas para la producción de Pizza

- **Primera Etapa:** Está dada por la selección y compra de materia prima de buena calidad que formará parte del proceso de producción de pizzas. Las materias primas directas e indirectas que formaran parte de las pizzas se las explicará más adelante.

- **Segunda Etapa:** La preparación de la masa es un proceso que toma cierta cantidad de tiempo, sus ingredientes deben ser de buena calidad y su preparación debe ser controlada todo el tiempo. Se debe combinar la harina, la levadura, la sal, el azúcar y el mejorador S - 500 en un recipiente y mezclar.

Después se procede a agregar aceite vegetal, agua tibia y se baten todos estos ingredientes. Se amasa durante unos tres minutos y se deja reposar en un recipiente hasta que esta duplique su volumen.

Una vez que la masa haya reposado, se la debe estirar hasta que alcance los 40 centímetros de diámetro y se las coloca sobre las charolas, después de que en estas hemos vertido un poco de aceite el cual evitara que se peguen a la misma.

Se debe dejar que la masa repose por uno 10 minutos mas sobre la charola.

- **Tercera Etapa:** La salsa es un factor importante en el sabor de la pizza.

Lo primero que se debe hacer es verter una lata de Pasta de Tomate en una olla y ponerla sobre la estufa a fuego lento.

Se debe agregar orégano, pimienta negra, ajo, cebolla, sal, un poco de queso parmesano y albahaca.

Esta es la salsa que se colocará sobre la masa de la pizza.

- **Cuarta Etapa:** Las viandas que formarán parte de la pizza deben ser rebanadas de modo que su presentación sea agradable y el queso Mozzarella debe ser rallado.

- **Quinta Etapa:** Se procede a agregar la salsa, las viandas y el queso Mozzarella sobre la masa, momento en el que adquiere su forma de pizza. Se pone las charolas con las pizzas en el horno a una temperatura de 450° grados centígrados y se la deja en el horno por un tiempo que oscila entre 15 y 18 minutos.
- **Sexta Etapa:** Después de que se ha horneado la pizza esta debe ser llevada a la mesa, lugar donde va a ser degustada por los clientes de la pizzería.

Este proceso se lo puede observar de mejor manera en la figura 5.1.

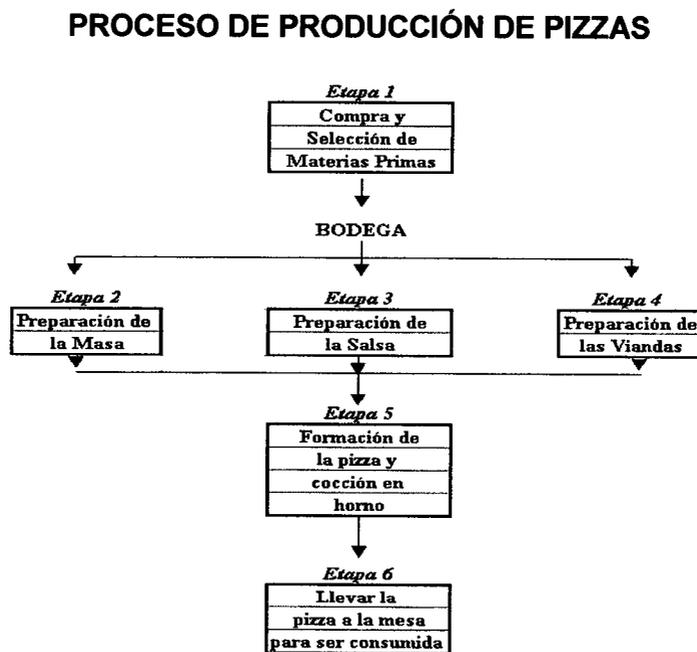


Figura 5.1

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 5.3.1 Tipos de Pizza

En la pizzería se va a vender solo cuatro tipos de pizzas en tamaño familiar, de esta manera mantenemos reducida nuestra gama y solo escogeremos las pizzas preferidas por el público, dato que hemos tomado de la encuesta.

1. Pizza Napolitana
2. Pizza de Jamón
3. Pizza Especial
4. Pizza de Pepperoni

#### 5.3.1.1 La Masa y la Salsa

La Masa y la Salsa son una constante en los cuatro tipos de pizza. Los ingredientes que intervienen en la preparación de las mismas se muestran en la tabla 5.2 así como sus cantidades.

#### INGREDIENTES NECESARIOS PARA LA PREPARACIÓN DE LA MASA Y LA SALSA

MASA		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE
1	Onza	Levadura para Pizza
½	Kilogramo	Harina sin Levadura
½	Cucharadita	Azúcar
1	Cucharadita	Sal
1	Cucharada	Aceite Vegetal
8	Onzas	Agua Tibia

SALSA		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE
250	Gramos	Pasta de Tomate
½	Cucharadita	Sal
1	Cucharada	Orégano Molido
1	Cucharadita	Azúcar
1	Unidad	Cebolla Perla
2	Unidad	Dientes de Ajo

Tabla 5.2

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### **5.3.1.2 Las Pizzas**

Estos son los ingredientes a utilizarse en cada tipo de pizza:

#### ***Pizza Napolitana:***

- 250 Gramos de Queso Mozzarella
- 2 Tomates Riñón
- 2 Cucharadas de Orégano

#### ***Pizza de Jamón***

- 250 Gramos de Queso Mozzarella
- 50 Gramos de Jamón Americano
- 2 Tomates Riñón (Opcional)

#### ***Pizza Especial***

- 250 Gramos de Queso Mozzarella
- 50 Gramos de Jamón Americano
- 100 Gramos de Aceitunas
- ó
- 100 Gramos de Champiñones
- ó
- 100 Gramos de Piña Picada

#### ***Pizza de Pepperoni***

- 250 Gramos de Queso Mozzarella
- 75 Gramos de Pepperoni

Todas estas tasas de uso de materiales, son un resultado de pruebas realizadas para el presente estudio.

Mas adelante hablaremos del costo de producir con estos ingredientes cada tipo de pizza. Este tema será tocado con mayor profundidad en el presente estudio de factibilidad.

#### **5.4 Selección de Maquinarias y Equipos**

Como se expresó al inicio de este capítulo, la herramienta fundamental en la preparación de pizzas son los hornos.

Hay hornos de distintas clases; Nosotros nos vamos a centrar en dos clases específicamente:

- Los Hornos de Cadena
- Los Hornos de Pizza

##### **5.4.1 Hornos de Cadena, Características y Usos**

Los hornos de cadena aparecieron hace ya algunos años, su tecnología es revolucionaria, puesto que muchas de sus funciones son computarizadas. La cocción en estos hornos se produce por rayos infrarrojos. A continuación se presenta una lista de características que posee el Horno de Cadena Géminis G26 de la compañía CTX.

#### **CARACTERÍSTICAS Y USOS DEL HORNO DE CADENA GÉMINIS G26**

- Banda transportadora (cadena) en acero inoxidable, de velocidad controlable entre 1 y 30 minutos, reversible.
- Control electrónico de estado sólido con pantalla LED y panel de toque.
- Elementos calentadores infrarrojos controlados independientemente.

- El sistema de programación MenuSelect ® permite almacenar hasta 5 combinaciones de tiempo y temperatura.
- Construcción en acero inoxidable (calibre 18).
- Patas en acero de 4", removibles.
- Sistema de auto-limpieza.
- Requiere mínima ventilación.
- Aislamiento térmico para un ambiente más fresco y prevención de quemaduras.
- Puede apilarse (máximo 2 unidades).

Los hornos de cadena están diseñados para cocinar, hornear o rostizar con resultados consistentes en calidad, en menos tiempo y costos de energía más bajos que hornos convencionales. Son ideales para pizzas, pescado, pollo, galletas etc. con un mínimo de entrenamiento para el operario, ocupando un espacio reducido.

Los hornos de cadena se usan en distintas áreas del servicio de alimentos; utilizando calor infrarrojo para hornear una amplia variedad de productos como comida de mar, panadería y pastelería, aves, cerdo, etc.

El calor infrarrojo, que penetra uniformemente en los alimentos sin calentar el aire circundante, produce una diferencia notable en apariencia, gusto y textura del producto, la comida no se seca y retiene sus jugos naturales.

## HORNO DE CADENA GÉMINIS G26

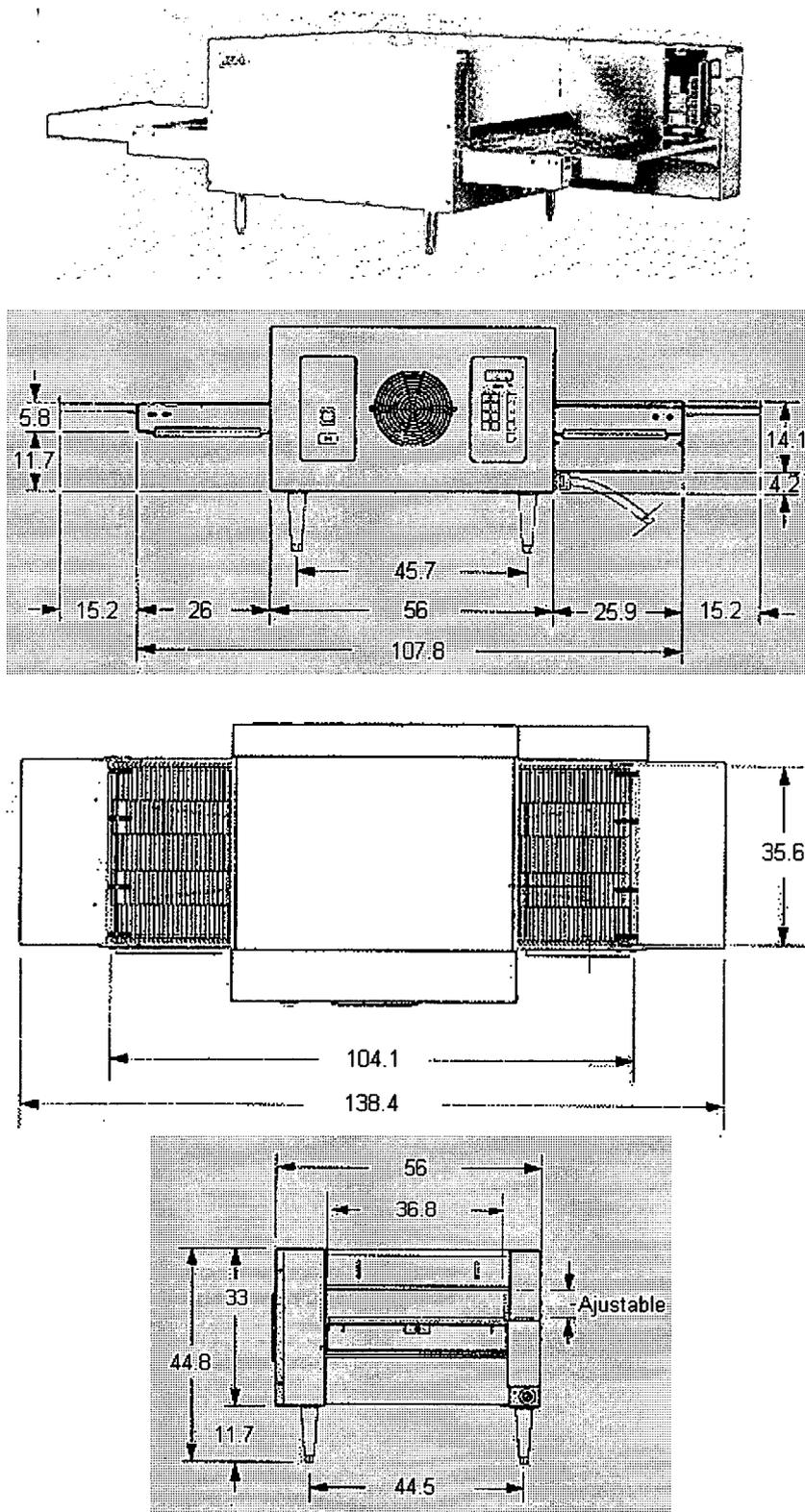


Figura 5.2

Fuente: CTX  
Elaborado por: CTX

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL HORNO DE CADENA GÉMINIS G26

ESPECIFICACIONES VARIAS	
Voltaje	208 V, 1 fase, 60 Hz
Consumo	2.9 KW (promedio)
	7.1 KW (máximo)
Circuito recomendado	40 Amperios
Elementos infrarrojos	2
Posiciones de memoria	5 combinaciones tiempo-temperatura
Rango de temperatura	200° a 900° F
Rango de tiempo cadena	1 a 30 minutos
Ancho cadena	16" (40.6 centímetros)
Auto limpieza	900° por 1 hora

DIMENSIONES EN CM	
Diagrama	
Ancho	138.4
Alto	44.9
Fondo	55.9

Tabla 5.3

Fuente: CTX  
Elaborado por: CTX

La tecnología de estos hornos es asombrosa, el problema que se presenta para nuestro proyecto es que las características de la cocina no permiten que podamos tener un horno de este tipo, y de ningún modo poder tener dos que son los que necesitamos para cumplir con la producción.

Estos Hornos pueden cocinar 8 pizzas a la vez, en series de dos que se irán desplazando por la banda durante 15 a 18 minutos.

#### **5.4.2 Hornos con sistema de Barrido a Chorro, Características y Usos**

Se los conoce como hornos de pizza pues están contruidos específicamente para este propósito, su sistema de cocción es de barrido a chorro, sistema que como se explicó anteriormente es el mejor.

A continuación presentamos las características del horno de pizza de barrido a chorro, fabricado por la empresa Blodgett.

#### **CARACTERÍSTICAS Y USOS DEL HORNO DE BARRIDO A CHORRO BLODGETT**

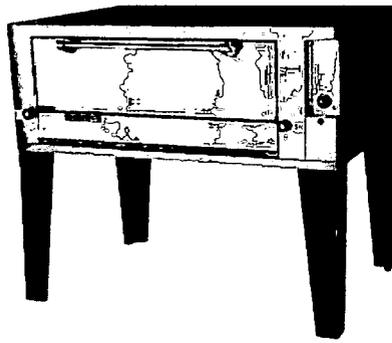
- Aleta móvil para controlar el calentamiento de la cámara del horno.
- Potentes quemadores que alcanzan los 47,980 B.T.U `s.
- Piso refractario de alta concentración de temperatura.
- Termostato y válvula pilostatica especiales para trabajos pesados.
- Frente de acero inoxidable, costados, toldo y patas en lámina negra esmaltada.
- Es posible apilar un horno sobre otro (máximo 2 unidades).

Este en un excelente horno profesional de pizzas. Esto se debe a su avanzado diseño y eficiencia térmica. Con este horno se pueden producir grandes volúmenes de pizza a un costo insignificante.

Este horno se ajusta a las características del local, pudiendo tener dos de estos hornos y poder ampliarnos a futuro a cuatro hornos, en los cuales se puede cocinar seis pizzas familiares a la vez en cada horno para un total de 24 pizzas familiares.

Son más económicos que los de Hornos de Cadena y requieren menos mantenimiento que estos últimos.

## HORNO DE BARRIDO A CHORRO BLODGETT



Horno de piso estándar para 6 pizzas

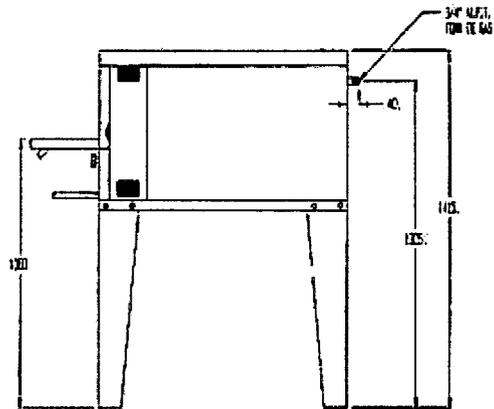
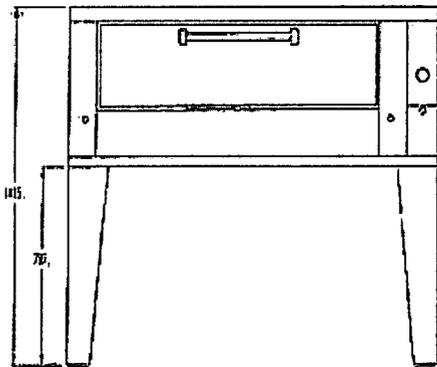
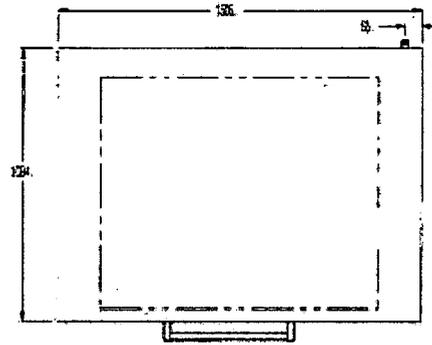
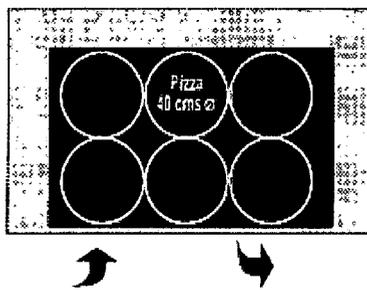


Figura 5.3

Fuente: Equipotel Cía. Ltda.  
Elaborado por: Equipotel Cía. Ltda.

Por estas características este es la clase de horno que nos conviene en este momento instalar en nuestra pizzería

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL HORNO DE BARRIDO A CHORRO BLODGETT

Kilo Calorías Hora	B.T.U. Hora	Consumo m <sup>3</sup> Hora
12,090	47,980	0.52

Tabla 5.4

Fuente: Equipotel Cía. Ltda.  
Elaborado por: Equipotel Cía. Ltda.

### 5.4.3 Cuarto Frío

Para nuestra pizzería pensamos instalar un cuarto frío que permita mantener a algunas materias primas como por ejemplo vegetales y embutidos a una temperatura baja, conservando así su frescura.

#### CARACTERÍSTICAS Y USOS DEL CUARTO FRÍO MODELO CL-156/100/200

- El panel ha sido prefabricado en revestadura de metal.
- Construido en durable calibre 26 estucado y galvanizado en las paredes interiores y exteriores.
- Aluminio calibre 0.080 texturizado en el suelo interior proporciona más tracción y una superficie de fácil limpieza.
- La cámara es una unidad en un 97% cerrada y aislada en el sitio con uretano que ayuda a mantener la temperatura de sus alimentos en el cuarto frío.
- El cable de fuente es de una extensión de 2.4 metros y posee enchufe moldeado.
- Se encuentran disponibles en dos modelos de 1 Hp y de 2 Hp.

Este cuarto frío, es perfecto para las necesidades de almacenamiento de productos que requieren de refrigeración en la pizzería.

El horno y el cuarto frío serán adquiridos en Equipotel Cía. Ltda.

**CUARTO FRÍO MODELO CL-156/100/200**

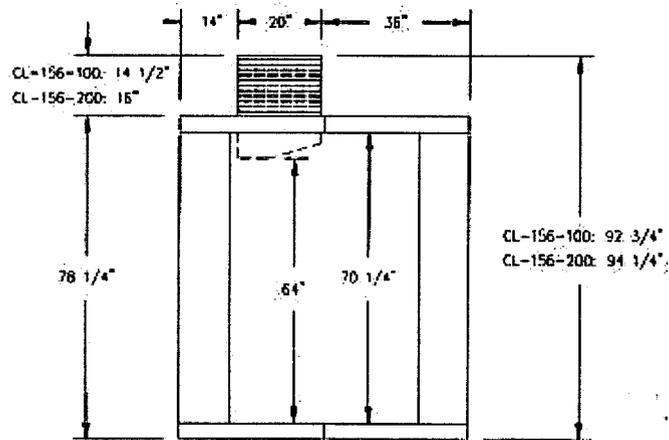
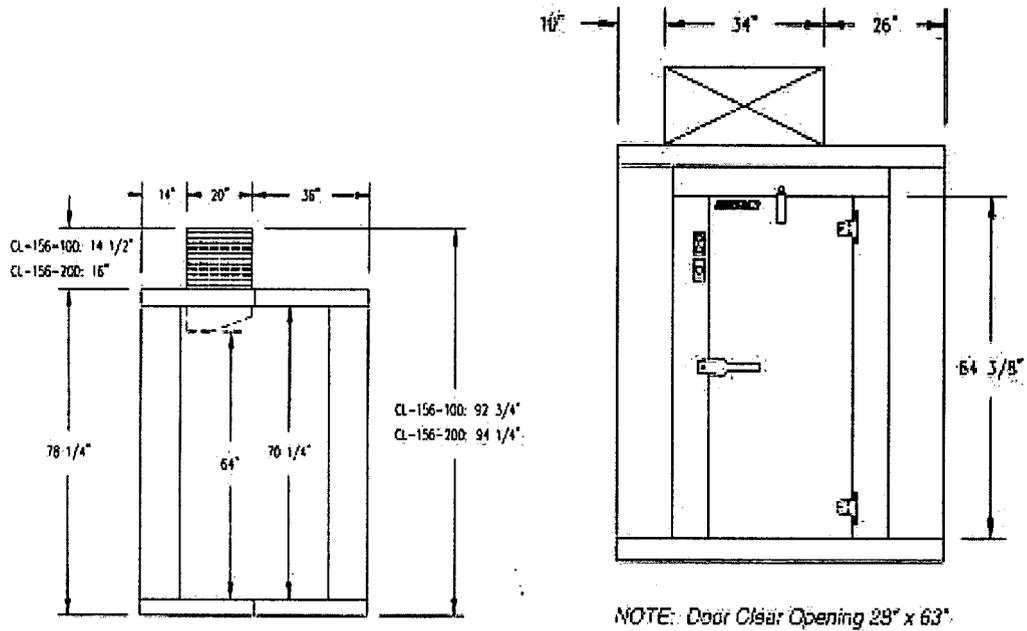
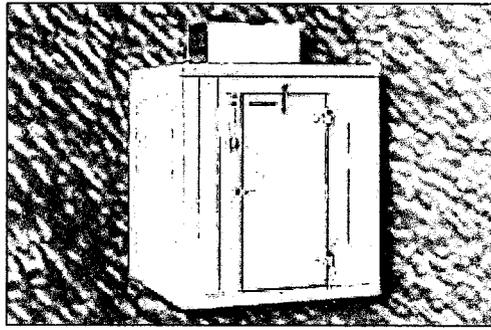


Figura 5.4

Fuente: Equipotel Cia. Ltda.  
Elaborado por: Equipotel Cia. Ltda.

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL CUARTO FRÍO MODELO  
CL-156/100/200**

Modelo	Dimensiones (ancho, profundidad y alto)	Eléctricas	H.P.	Capacidad	Peso de embarque
CL-156- 100	1.778m*1.778m*2.356m	115v/1.6A	1	47.55m <sup>3</sup>	635Kg
CL-156- 200	1.778m*1.778m*2.394m	115v/1.6A	2	47.55m <sup>3</sup>	652Kg

Tabla 5.5

Fuente: Equipotel Cía. Ltda.  
Elaborado por: Equipotel Cía. Ltda.

### **5.5 Vida útil de la Maquinaria y Mantenimiento de la Misma**

La vida útil de los hornos es de cinco años, tiempo que dura el presente proyecto. El mantenimiento de los hornos debe ser constante, pero este mantenimiento hace mucha referencia a los cuidados diarios y de limpieza de todo el horno o algunos componentes y piezas del mismo.

En lo que al cuarto frío se refiere, su vida útil también es de cinco años, pero la duración del proyecto no se estima en función a la vida útil de los mismos. Su mantenimiento debe ser llevado a cabo constantemente y su operación debe ser cuidadosa.

### **5.6 Análisis de la Mano de Obra**

Como ya se mencionó en este capítulo la mano de obra que interviene en el proceso de hacer pizza no necesita ser muy tecnicada ni especializada.

Para el manejo de los hornos de pizza industriales no es necesario la presencia de un técnico ni de un especialista pues su operación es bastante sencilla, muy similar a la de los hornos domésticos.

Se necesita un cocinero con experiencia en la elaboración de pizzas desde la masa, la salsa, el manejo de los demás ingredientes y el uso de los hornos para la cocción.

Por otro lado se necesita dos auxiliares de cocina que ayuden al cocinero a realizar la tareas de rallado, rebanado, etc. También que ayuden en la elaboración de la masa, la salsa y que además laven los platos y otros utensilios a ser usados en la cocina y en el salón.

Los sueldos del cocinero y sus auxiliares serán tratados mas adelante en el presente estudio.

### **5.7 Descripción de Obras Civiles del Proyecto**

El local ubicado en la calle Lizardo García 235 y Andrés Xaura, tiene una superficie de 308 metros cuadrados asentados sobre una superficie de 320 metros cuadrados.

El local posee dos grande áreas:

- La de servicio y cocina
- El salón de atención al cliente

La primera se subdivide en el área de cocina fría donde estarán ubicadas las mesas donde se prepara la pizza. La segunda área es la de cocina caliente donde se encuentran ubicados los hornos y la cocina.

Existe un área de bodegas para materias primas, otra en donde estará ubicado el cuarto frío y una pequeña área destinada para los empleados del restaurant (baño, mesa y casilleros).

Al salón de atención al cliente se ingresa por un área de recepción, seguido por un área donde están ubicadas las mesas y al fondo una barra ya existente, donde estará la caja y será este sitio el que comunique con la cocina.

En uno de los extremos del salón se encuentran ubicados los baños, uno de damas y otro de caballeros.

En la parte exterior del local se encuentran los parqueaderos con capacidad estimada de 5 automóviles. Además existe también una pequeña área verde de recreación.

El local consta de acceso a todos los servicios básicos como lo son luz, agua, teléfono y alcantarillado.

Para la descarga de materiales, cilindros de gas y cualquier otra cosa que deba entrar a la cocina existe también un acceso secundario al área de cocina, este acceso da hacia la calle Xaura.

## CAPITULO 6

### ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y JURÍDICOS

#### **6.1 Aspectos Generales**

Este proyecto esta estructurado en dos fases:

- Fase de Ejecución del Proyecto
- Fase de Operación del Proyecto

##### **6.1.1 Estructura administrativa para la Fase de Ejecución del Proyecto**

A lo largo del presente estudio de factibilidad se ha podido demostrar que en el negocio de las pizzas, no se necesita un gran conocimiento técnico, ni tampoco mucho tiempo para ponerlo a funcionar.

El tiempo que se necesita para poner a funcionar una pizzería es de seis meses aproximadamente. Esto se debe a que en el caso del presente estudio, el local en donde estará ubicada la pizzería solo necesita unos pocos acabados y decoración para poder entrar en operación.

Por otro lado los equipos y la campana de extracción de olores necesarios para la puesta en marcha de la pizzería son fabricadas en el país y si la empresa que los vende no los tiene en stock, nos lo puede entregar en dos meses.

Hay que seleccionar la mano de obra para cuando el proyecto este en operación, pero en este sentido y como hemos recalcado, la mano de obra que interviene en este proyecto no necesita ser demasiado tecnicada.

Las materias primas para hacer pizzas no son importadas, son todas producidas en nuestro país, por lo que es bastante fácil conseguirlas.

Por todo esto que para la fase de ejecución del proyecto va a ser necesario:

- 1 Administrador para la ejecución del proyecto
- 1 Secretaria
- 1 Albañil
- 1 Peón
- 1 Electricista
- 1 Plomero

#### ***6.1.1.1 El Administrador para la ejecución del proyecto***

Se encargará de supervisar todo lo relacionado con la ejecución del proyecto. Entre las tareas que debe realizar son: la supervisión de las obras civiles, ya sean en la decoración, en los trabajos de pintura, en los trabajos de electricidad y de instalación de maquinarias, muebles y equipos en general.

También debe estar encargado de supervisar la contratación del personal que trabaje en la fase de ejecución, así como las personas que van a trabajar posteriormente en la pizzería.

Debe supervisar la adquisición de las maquinarias y equipos, además debe hablar con proveedores de materias primas para poder poner en marcha la pizzería.

Es el director de cada una de las actividades en la puesta en marcha del proyecto. Es la persona que además tendrá el poder de decisión y asumirá

todas las responsabilidades como pagar a los trabajadores en esta fase de ejecución del proyecto y de solucionar toda clase de problemas que se presentasen.

Por ultimo debe encargarse de cumplir con todos los requisitos legales para el funcionamiento de la pizzería.

#### **6.1.1.2 Secretaria**

Será quien ayude al administrador. Ella tiene que estar al tanto de todas las tareas del administrador, encargarse de la preselección del personal y estar al tanto de todo lo relacionado con proveedores y con las obras civiles para poder reportar al administrador de cualquier cosa que sea necesario.

#### **6.1.1.3 Albañil y Peón**

La función del albañil será la de llevar adelante las obras civiles que sean necesarias en el proyecto. También ayudará en tareas de limpieza e instalación de maquinarias y equipos.

El peón por su parte ayudará al albañil en el cumplimiento de estas tareas, para que estas sean llevadas a cabo en el menor tiempo posible y así poder cumplir con el cronograma en lo que respecta a obras civiles.

#### **6.1.1.4 Electricista**

Su función será la de revisar en primera instancia todo lo relacionado al sistema eléctrico de la pizzería. También se encargará de hacer las instalaciones eléctricas para el cuarto frío e instalar todo lo referente a electricidad y luminarias en el local.

### 6.1.1.5 Plomero

De forma similar al electricista este estará encargado de todo lo referente al sistema de aguas en el local. Desde el correcto funcionamiento de lavabos y sanitarios de los baños y cocina, hasta, el correcto funcionamiento de desagües.

Deberá también revisar que la cisterna y la bomba de agua funcionen correctamente.

### 6.1.1.6 Organigrama durante la Ejecución del Proyecto

El organigrama durante la fase de ejecución y puesta en marcha del proyecto se presenta en la figura 6.1.

#### ORGANIGRAMA EN LA FASE DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

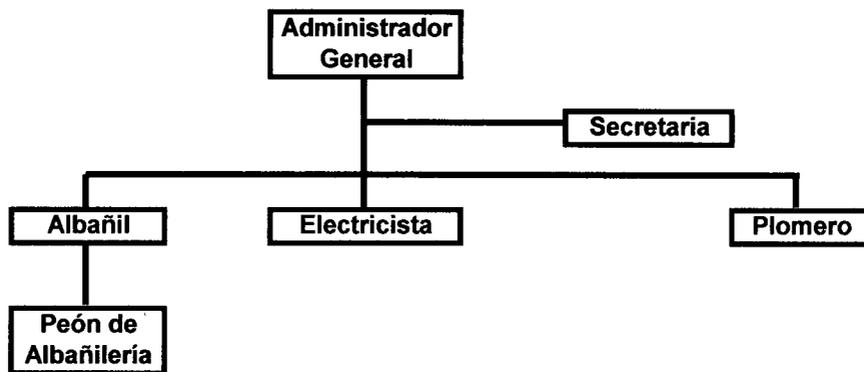


Figura 6.1

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 6.1.2 Estructura administrativa para la Fase de Operación del Proyecto

Para cuando la pizzería entre en funcionamiento, es importante procurar el tamaño de la operación no sea muy grande y de esta manera reducir costos de mano de obra. Para esto es necesario que la pizzería en funcionamiento tenga entre doce y quince empleados.

Cuando la pizzería empiece sus operaciones, se va a ir generando una rutina como en la mayoría de empresas, en la cual todo el proceso desde la adquisición de las materias primas, su transformación y la venta de pizzas, ya esta estipulado y conocido por el personal. En otras palabras es importante que las personas que trabajen en la pizzería conozcan sus funciones pero también que sepan como funciona toda la estructura y se involucren en el que hacer diario de la pizzería.

### **6.1.2.1 El Nombre y Logotipo**

Después de varias consideraciones, se ha decidido que el nombre de la pizzería debe tener ciertas características:

- El nombre debe ser corto y pegajoso, fácil de recordar.
- Debe recordarnos a la cultura italiana, puesto que la pizza tiene su origen en el país.

Tomando en cuenta las características antes mencionadas el nombre que va a adoptar nuestra pizzería es "Ciao Pizza".

La palabra "Ciao" es una expresión italiana que traducida al castellano significa "hola". Cuando esta palabra es pronunciada nos genera una sensación agradable, ya que es un saludo mas personal, mas intimo.

Este es un nombre fácil de recordar, y que la gente lo va a asimilar y se va a identificar con el en muy poco tiempo.

El logotipo por su parte debe ser sencillo y colorido, debe ser facil de reconocer en cualquier tamaño y formato.

El logotipo y sus colores deben ser impresos en todos los elementos de papelería además de los letreros que se coloquen dentro y fuera del local.

El logotipo de Ciao Pizza se presenta a continuación:

### LOGOTIPO DE CIAO PIZZA



Figura 6.2

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Esperamos que el logotipo de esta succulenta pizza cree en los posibles clientes un deseo de saborearla. Además da la impresión de que los ingredientes que la conforman, están frescos y que su presentación es atractiva.

### **6.1.2.2 La Misión**

*“La Misión de Ciao Pizza es crear una pizza de exquisito sabor, la cual debe estar hecha con los mas frescos y finos ingredientes.*

*Un servicio agradable, rápido, acompañado de una sonrisa, son algunas de las características que debemos brindar a nuestros clientes.*

*Un local limpio y unas instalaciones modernas, que deben ser renovadas y mejoradas día a día.*

*Esto es parte de nuestro compromiso de superación el cual debe estar siempre presente, para poder convertirnos en la mejor pizzería del mercado.*

*Todo esto sin que nuestro producto sea muy costoso para nuestros clientes.*

*En otras palabras una pizza con valor agregado por un precio justo.”*

### **6.1.2.3 Personal para la fase de operación de la Pizzería**

El personal de la pizzería debe estar conformado por:

- 1 Administrador o Gerente General
- 1 Asistente de Gerencia o Secretaria Ejecutiva
- 1 Mensajero
- 1 Cocinero
- 1 Hornero de Pizza
- 2 Auxiliares de Cocina
- 1 Cajero
- 1 Capitán de Saloneros
- 4 Saloneros Bilingües

Estas trece personas deben estar encargadas de que la pizzería funcione de manera correcta todos los días del año.

#### **6.1.2.4 El Gerente General**

El Gerente General o Administrador debe estar a cargo de todo lo que sucede en la pizzería. En lo preferible que sea el mismo Administrador del Proyecto en su fase de ejecución, puesto que de esa manera el ya tendría a conocer las características del negocio desde que estuvo diseñado en papel.

También el Gerente General debe conocer a los proveedores y saber tratar con el personal seleccionado. Va a ser el encargado de las decisiones que se tomen y asumirá toda la responsabilidad sobre las mismas.

Deberá además encargarse del control de cada uno de los procesos involucrados en la creación de pizzas.

El Gerente General deberá manejar las relaciones con los bancos, con el personal y con los clientes, para saber si a este último se le está dando el trato que se merece.

Es el director de toda la operación de la pizzería y el encargado de sacarla adelante. Deberá velar por que siempre se cumpla con La Misión de Ciao Pizza.

#### **6.1.2.5 Asistente de Gerencia**

Al igual que el Gerente General, debería ser la misma persona que ayudó en la fase de ejecución.

Deberá ser quien asista al gerente y ayudarlo en el proceso de administración de la pizzería. Se encargará de informar acerca de todo lo que está sucediendo dentro de la pizzería.

Debe ser una persona agradable en el trato puesto que también estará en contacto permanente con los proveedores y clientes.

Ella será la que lleve el registro de asistencia de los trabajadores y sus sueldos, bonificaciones, inquietudes y quejas.

En pocas palabras debe siempre estar al tanto de todas las cosas que suceden, o las que no se cumplen en la pizzería.

#### **6.1.2.6 El Mensajero**

Su función es la de llevar o traer papeles y documentos que se necesiten. Será el encargado de ir a bancos para hacer depósitos, deberá ir a pagar la factura de la luz, el agua, el teléfono y cualquier otra factura que necesite ser cancelada fuera de la empresa.

También se encargará de ir a comprar todo lo necesario que haga falta a último momento. Siempre deberá estar a dispuesto a cumplir con las ordenes del gerente o su asistente.

#### **6.1.2.7 El Cocinero**

Estará a cargo de toda la operación que se desarrolle en la cocina, supervisando la preparación de la pizza.

Todo el tiempo deberá estar pendiente de que no haga falta ningún ingrediente y que se compre todo lo necesario para la producción de pizzas.

Por otro lado será el encargado de indicar a los auxiliares las tareas que deben realizar y como hacerlas.

La preparación de la pizza esta a su cargo y debe supervisar que la producción no sufra ninguna clase de retraso. Deberá también buscar siempre como mejorar el producto en calidad y presentación.

#### **6.1.2.8 El Hornero de Pizzas**

Su función es la de hornear las pizzas que el cocinero ha preparado. El correcto funcionamiento del horno esta a su cargo y el debe darle mantenimiento periódico.

También debe controlar el suministro de gas y comunicar a tiempo al cocinero para que este a su vez de la orden de comprar más cilindros de gas.

#### **6.1.2.9 Los Auxiliares de Cocina**

Los Auxiliares de Cocina deben prestar sus servicios al cocinero. Ellos deberán pelar y picar los ingredientes que necesiten de este proceso.

Ayudaran al cocinero en lo respecta a preparación de la masa y de la salsa, siempre y cuando el cocinero necesite que se le ayude.

Por ultimo estarán encargados de la limpieza de la cocina y del lavado de recipientes y utensilios que se utilicen en la elaboración de pizzas, así como el lavado de todos los platos, vasos y cubiertos que utilicen los clientes en el local.

#### **6.1.2.10 El Cajero**

Se encarga de controlar la caja, emitir las facturas a los clientes que hayan consumido algo en el local y debe encargarse de llevar la contabilidad de la pizzería. Debe mantener una estrecha relación con el cocinero y el capitán de saloneros.

#### **6.1.2.11 El Capitán de Saloneros**

Será el que en primera instancia reciba cualquier tipo de queja o sugerencia por parte de los clientes que asistan a nuestra pizzería.

Su comunicación con el cocinero debe ser estrecha para poder coordinar el buen funcionamiento del local y de la cocina.

Por ultimo deberá asignar cualquier tarea adicional que este pendiente a uno de los cuatro saloneros que tendrá a su cargo.

#### **6.1.2.12 Los Saloneros Bilingües**

Se encargarán de servir las 14 mesas que se han estimado que deberían existir en el local.

Deben saber tratar con los clientes puesto que siempre estarán en contacto con ellos. Por eso deberán hacer sentir al cliente, que esta siendo bien atendido en un ambiente agradable.

Otra de las tareas que se encargaran será la limpieza del local, sus exteriores y los baños, manteniendo al local siempre en óptimas condiciones para atender al cliente más exigente y cumpliendo con los estándares de limpieza de los que se habla en La Misión.

Todos lo empleados del restauran deberán tener su Carné Sanitario al día y actualizarlo cada vez que sea necesario, especialmente el personal de cocina y los saloneros.

#### **6.1.2.13 Organigrama durante la Operación del Proyecto**

El organigrama durante la fase de ejecución y puesta en marcha del proyecto se presenta en la figura 6.3.

## ORGANIGRAMA EN LA FASE DE OPERACIÓN DEL PROYECTO

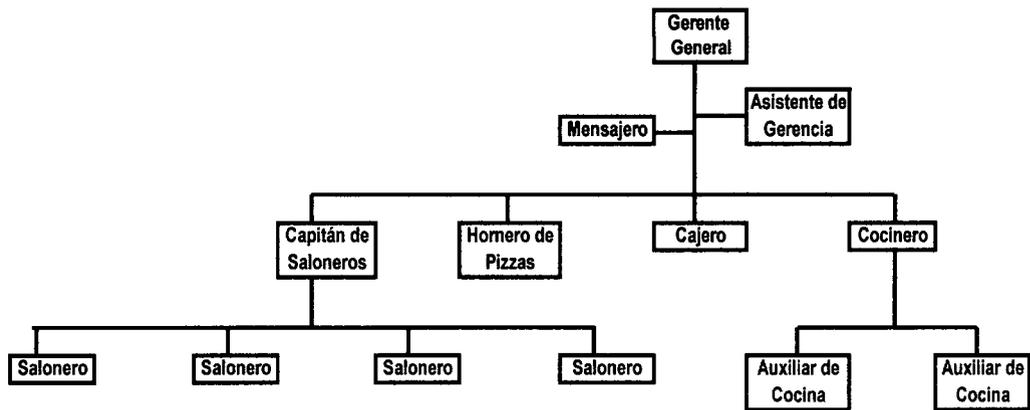


Figura 6.3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 6.2 Aspectos Legales

Para poner en funcionamiento una pizzería es necesario cumplir con una serie de trámites obligatorios que todo restaurante debe tener.

Ciao Pizzería va a ser constituida como una Empresa de Carácter Limitado dedicada a la producción y venta de pizzas en el sector de La Mariscal.

#### 6.2.1 Normas para la Constitución de una Compañía de Carácter Limitado

Para que una empresa pueda ser constituida como sociedad de carácter limitado debe seguir la siguiente referencia:

- 1) El nombre puede consistir en una razón social, denominación objetiva o de fantasía, aprobado previamente por la Secretaría General de la oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías o por el funcionario de la respectiva intendencia.

- 2) Se deberá hacer la solicitud de aprobación presentando tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía junto con la solicitud suscrita por abogado con que se pida la aprobación del contrato suscrito.
- 3) El número de socios debe ser mínimo de tres con un máximo de quince, y si a lo largo de su existencia jurídica se extendiese este número deberá transformarse en otra clase de compañía o por último disolverse.
- 4) El capital mínimo debe ser de USD 400. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse como mínimo el 50% del valor nominal de cada participación; las aportaciones pueden ser monetarias o en especies, estas últimas deberán corresponder a la actividad que integren el objeto de la compañía. Si es con bien inmueble de piso, local, etc. de propiedad horizontal, se deberá adjuntar copia auténtica de la declaración municipal de propiedad horizontal como del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el lugar sometido a ese régimen para poder ponerlo en funcionamiento. En esta clase de compañías no es precedente establecer el capital autorizado y tampoco constituirse con suscripción pública.
- 5) El objeto social, dependiendo a lo que se vaya a dedicar la compañía, deberá obtener la correspondiente autorización ya sea del Ministerio de Turismo o de la EMSAT, la afiliación previa a la obtención de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías de la Cámara de Industriales, Cámara de la Construcción, Cámara de la Minería, Cámara de Agricultura o Cámara de Acuicultura, según sea el caso, y previas a la obtención de la inscripción de la escritura

constitutiva y de su resolución aprobatoria en el Registro Mercantil de la Cámara Provincial de Turismo o Cámara de Comercio.

Si en la constitución invierten personas naturales o jurídicas extranjeras se debe declarar el tipo de inversión que realizan, ya sea directa, subregional o nacional.

Cabe recalcar que el mínimo a pagar por la constitución de la Pizzería como compañía limitada sería de USD 350. Se toma cuatrocientos dólares como base mínima de capital para este tipo de constitución, siendo este el mínimo permitido por la Ley.

Los trámites que se realizan al momento de la constitución y representan algún costo son:

- Trámites en la Cámara de Comercio.
- Trámites en la Notaría.
- Publicación en la Prensa.
- Registro Mercantil.
- Inscripción de Nombramientos.
- Honorarios del Abogado.

### ***6.2.2 Permisos necesarios para poner en funcionamiento una Pizzería en el sector de la Mariscal***

Una vez constituida la empresa se deberá conseguir los siguientes permisos para poder operar este negocio:

- ✓ El Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ La Competitividad de Uso
- ✓ La Patente Municipal

- ✓ El Permiso Sanitario
- ✓ El Permiso de SAYCE
- ✓ El Permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos

### **6.2.2.1 El Registro Único de Contribuyente (RUC)**

Es un instrumento, a cargo del Servicio de Rentas Internas, cuya finalidad es identificar a los contribuyentes para proporcionar información a la Administración Tributaria.

“Obligatoriamente deben inscribirse al RUC todas las personas naturales y jurídicas, nacionales o extranjeras, que realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios u otras rentas; tales como: las entidades o organismos del sector público; las organizaciones sindicales y clasistas; las ligas, asociaciones, federaciones y confederaciones deportivas, sea cual fuere su personería.”

La inscripción en el Registro Único de Contribuyentes deberá realizarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al de la constitución o iniciación real de las actividades comerciales.

Para obtener el RUC se deberá presentar una solicitud en las delegaciones regionales del Servicio de Rentas Internas correspondientes al domicilio fiscal del contribuyente, o en las jefaturas provinciales de recaudaciones, según sea el caso.

Requisitos para la inscripción:

- Presentar el original y entregar la copia de la Cédula de Identidad.
- Fotocopia de la última Papeleta de Votación.

- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde se desarrolla su actividad económica, recibo de luz, agua, teléfono.

#### Uso del Número del RUC

El número de inscripción en el RUC obligatoriamente deberá constar en:

- Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos.
- Comprobantes de retenciones en la fuente efectuada que debe entregar el agente de retención.
- Certificados de no adeudar al Fisco o a las municipios.
- Factura, nota de venta, recibos y mas documentos contables que otorgan los contribuyentes.
- Planillas de sueldos de las instalaciones de derecho público o privado.
- Permisos de importación, pólizas de exportación y pedimientos de aduana.
- Registros de importaciones y exportaciones

Los obligados a obtener el RUC deben comunicar al Servicio de Rentas Internas, dentro de los treinta días hábiles de ocurridos los siguientes hechos.

- Cambio de denominación o razón social.
- Cambio de actividad económica.
- Cambio de domicilio.
- Cese de actividades.
- Establecimiento o supresión de sucursales, agencias, depósitos u otro tipo de negocios.
- Cambio de representante legal.
- Cambio de tipo de empresa.

Los requisitos para dicha actualización son:

- Fotocopia de la última Papeleta de Votación.
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica; recibo de agua, luz, teléfono, impuesto predial.

De no cumplirse con lo antes establecido se ejecutara las siguientes sanciones:

Serán considerados como casos de defraudación y serán sancionados por:

1. Declarar como propios bienes o derechos ajenos.
2. Utilizar identidad o identificación supuesta o falsa en la solicitud de inscripción.
3. Obtener más de un número de RUC.

El incumplimiento de las disposiciones de la Ley del Registro Único de Contribuyentes y su Reglamento se sujeta a las siguientes sanciones:

- 50 centavos de dólar por no inscribirse en el RUC.
- 50 centavos de dólar por no actualizar los datos del RUC.
- 30 dólares por no cancelar oportunamente el RUC.
- 660 dólares por ocultar la existencia de sucursales, para este efecto debe seguirse un procedimiento para verificar la existencia de la infracción.
- 500 dólares por utilizar un número no autorizado por el SRI como número de RUC.
- 500 dólares por seguir utilizando un número de RUC cancelado.
- En los dos últimos casos además de las multas, debe la administración tributaria presentar las correspondientes denuncias antes los jueces competentes.

### **6.2.2.2 La Competitividad de Uso**

Es un requisito que deben cumplir todos los locales comerciales y restaurantes que piensen empezar su operación en el sector de La Mariscal.

Para conseguir este documento se debe presentar, en las Oficinas Municipales de la Administración de la Zona Norte, un oficio dirigido al Administrador Zonal, el cual debe poseer los respectivos timbres municipales. El administrador zonal será el encargado de dar el visto bueno para que la pizzería pueda iniciar sus operaciones.

### **6.2.2.3 La Patente Municipal**

La Patente Municipal es una patente anual percibida por las municipalidades. Esta se calcula sobre el patrimonio del contribuyente a una tasa fijada por cada municipalidad, con un mínimo de 0.25 % y un máximo de 0.5 %.

La patente anual no puede exceder de 4,000 Unidades Tributarias Mensuales (aproximadamente 215.000 Dólares); Esta patente se distribuye entre las municipalidades en las cuales el contribuyente tenga locales, fabricas, depósitos u otros establecimientos.

El impuesto de Patentes Municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

La patente municipal se la obtiene a partir del dos de enero de cada año, y para obtenerla se necesita de:

- Formulario "Solicitud para Registro de Patentes Personales Naturales."
- Original y copia de la Cédula de ciudadanía del contribuyente.

- Original y copia legible del RUC actualizado.
- Copia legible del comprobante de pago de patente del año anterior.

Los requisitos adicionales para persona obligada por la ley a llevar contabilidad, y que ha cancelado previamente el impuesto del 1.5 por mil son:

- Original y copia de la Declaración del impuesto a la Renta del año correspondiente.
- Original (para verificación) y copia legible de la Declaración y Comprobante de Pago del Impuesto del 1.5 por mil del año correspondiente.

Para lo que se respecta a establecimientos de concurrencia pública masiva (bares, discotecas, restaurantes, hoteles, moteles, cines, teatros, sala de espectáculos etc.) se necesita también el original y copia legible del Certificado de Seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Los pasos a seguir para realizar este trámite son:

- Solicitar el formulario "Registro de Patente Municipal Personas Naturales" en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera. La tasa de trámite para el pago de patente se incluirá en el Comprobante de Pago de dicho impuesto.
- Llenar la solicitud a maquina o con letra clara.
- Adjuntar a la solicitud todos los requisitos indicados.
- Cancelar en la Ventanilla de Recaudaciones el valor del impuesto.

Para la Declaración del impuesto del 1.5 por mil son necesarios:

- Los balances en original y copia presentados en la Superintendencia de Compañías.
- Las declaraciones en el Ministerio de Finanzas.
- La declaración del impuesto del 1.5 por mil, sobre activos totales presentados en el municipio.
- El Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- La cédula de identidad del representante legal.
- El carné de contador.
- El comprobante del último pago del 1.5 por mil.

Este trámite se despacha de inmediato.

#### **6.2.2.4 El Permiso Sanitario**

Para la obtención del Permiso Sanitario es necesario hacer una solicitud a la Administración de la Zona Norte para que se realice una inspección al local para verificar sus condiciones sanitarias.

Esta solicitud debe poseer sus respectivos timbres municipales para poder ser presentada.

Después de la Inspección nosotros debemos hacer todas las mejoras sanitarias que el inspector estime conveniente.

La validez del permiso es de un año y se la deberá renovar año tras año, siguiendo el mismo procedimiento.

#### **6.2.2.5 El Permiso de SAYCE**

Es la afiliación de la Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos para que se pueda presentar música en vivo dentro de nuestro establecimiento ya sea con músicos que pertenezcan a la mencionada Sociedad o no.

Para la obtención de este permiso será necesario presentar el RUC, la Cedula de Identidad y la Categoría.

La Categoría es una calificación otorgada por CETUR a las empresas hoteleras y restaurantes. Pero en el caso de las pizzerías no es necesario sacar esta calificación. Por ende este documento no necesita ser presentado en SAYCE.

El Permiso de SAYCE deberá ser renovado todos los años y en caso de la pizzería se debe pagar una Tasa Mínima Anual de veinte dólares.

#### **6.2.2.6 El Permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos**

Este permiso es otorgado después de que los bomberos han verificado el local, y se lo hace para precautelar la seguridad de los clientes del mismo y la gente que trabaja en el.

Para conseguir este permiso se debe ir a las Oficinas de Prevención de los Bomberos en la calle Veintimilla y adquirir una solicitud de inspección cuyo valor es de veinticinco centavos de dólar.

Después de que los Bomberos hayan inspeccionado el local debemos cumplir con todos los requisitos de seguridad antiincendio que el inspector estime conveniente.

Por ultimo para obtener este permiso debemos acercarnos a las oficinas de Prevención de los Bomberos con el reporte de la inspección y la Patente Municipal. Ya no se debe hacer ningún otro pago.

### ***6.2.3 Permisos necesarios una vez que este en funcionamiento la Pizzería en el sector de la Mariscal***

Una vez que Ciao Pizza inicie sus operaciones deberá cumplir con la normativa de la Dirección Provincial de Salud e Higiene de Pichincha para lo cual deberá presentar los siguientes documentos:

- Planilla de Inspección.
- Solicitud valorada de permiso de funcionamiento.
- Copia de la cédula del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Carpeta amarilla.

Tanto los sueldos de los trabajadores, como los costos de los trámites que se han mencionado en este capítulo, serán tratados en detalle más adelante en el presente estudio.

## CAPITULO 7

### INVERSIONES, COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

#### **7.1 Inversiones en Activos Fijos**

Las inversiones necesarias para el proyecto de instalación de una pizzería en el sector de La Mariscal son las siguientes.

##### **7.1.1 Terreno**

El Terreno tiene una superficie de 320 m<sup>2</sup>. El avalúo de la propiedad fue de 300 dólares el metro cuadrado por lo que el valor del terreno es de 96,000 dólares.

##### **7.1.2 Obras Civiles y Decoración**

El local esta ubicado en la calle Lizardo García y Andrés Xaura, tiene una superficie de 308 m<sup>2</sup> y esta avaluada a 196 dólares el metro cuadrado de construcción, eso incluye una porción de las obras de lotización del terreno. El valor de las Obras civiles alcanza el total de 60,368 dólares.

Se debe hacer gastos en pintura y decoración para el local, además hay que mandar a hacer e instalar los letreros. Todo esto asciende a un costo de 4,000 dólares.

##### **7.1.3 Sistema de Extracción**

El sistema de extracción de olores, esta conformado por un tubo de 15 metros por el que saldrán todos los olores y la campana, en la cual queda la grasa retenida.

El sistema de extracción se lo cotizó en 4,200 dólares. Están incluidos los materiales para su construcción y la mano de obra del maestro que lo fabricará.

#### **7.1.4 Maquinaria y Equipos**

Los equipos necesarios para la instalación de la pizzería son los siguientes:

- Dos Hornos para seis pizzas cada uno, modelo BLODGETT.
- Un Cuarto Frío modelo CL-156/100.
- Una Cocina Industrial marca Codehotel C4Q1H1P.
- Una Refrigeradora marca Whirlpool modelo ET1MTK.
- Un Microondas marca Sanyo modelo EM101
- Una Cafetera Express marca Crem modelo MCIN4SP112GR.
- Un Extractor Manual de Cítricos marca Hamilton Beach modelo 932.
- Una Licuadora marca Hamilton Beach modelo 911.
- Una Batidora marca Kitchen Aid modelo KS5SSWH.
- Una Caja Registradora electrónica marca Casio modelo CE- 285.
- Una Computadora Pentium IV, Microprocesador Intel 845, Disco Duro de 80 GB, Memoria RAM 256 MB, Floppy 3.5 HD, CD – Writer/DVD, Fax MODEM de 56 Kbps, Teclado, Mouse, Multimedia y Monitor 15".
- Una Impresora Matricial marca Epson modelo LX-300 plus.
- Un Teléfono Inalámbrico marca Panasonic modelo 1450
- Un Teléfono de Pared marca General Electric
- Una Televisión de 29 pulgadas marca Samsung modelo CL29KBW.
- Un Equipo de Sonido marca Sony modelo R655, con casetera y tocador de discos compactos.

- Una Sumadora marca Casio.
- Un sacapuntas eléctrico marca Boston modelo 1800.

Todo el equipo, tomando en cuenta las especificaciones técnicas necesarias, tienen un valor total de 17,726.15 dólares, valor explicado en detalle en la Tabla 7.1.

### **7.1.5 Muebles**

Para poder poner a funcionar la pizzería hacen falta los siguientes muebles:

- Siete Mesas de (0.75 x 0.60 x 1.40) de Madera de Laurel, lacado.
- Cinco Mesas de (0.75 x 0.60 x 1.10) de Madera de Laurel, lacado.
- Tres Mesas redondas (1.20 de diámetro) en Madera de Laurel, lacado.
- Ochenta y seis Sillas de Laurel, lacado.
- Un Anaquel de dos cajones y tres repisas.
- Dos Estanterías en alambre con recubrimiento de pintura electrostática.
- Dos Mesas de trabajo de acero inoxidable para cocina.
- Un Fregadero Industrial.

El valor de los muebles para equipamiento de toda la pizzería alcanza el valor de 4,244.00 dólares, valor que se detalla en la Tabla 7.1.

### **7.1.6 Enceres**

Los enceres constan de platos, vasos, cubiertos y varios utensilios de cocina y oficina que ascienden aun valor de 3,968.83 dólares.

En la Tabla 7.1 se detallará todos los enceres necesarios para poner en marcha el proyecto.

### 7.1.7. Resumen de Inversiones en Activos Fijos

La tabla 7.1 resume todo lo expresado anteriormente en lo que respecta a las inversiones de activos fijos.

### 7.2 Inversión en Activos Intangibles

En estas inversiones se toman en cuenta el valor individual de los trámites legales que se explicaron en el capítulo anterior para poder poner en marcha el proyecto y también incluye los sueldos del personal en la fase de ejecución.

#### 7.2.1 Resumen de Inversiones en Activos Intangibles

Las inversiones en activos intangibles se presentan en el siguiente cuadro:

<b>RESUMEN DE INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES</b>				
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>				<b>1,000.00</b>
<b>CONCEPTO</b>				<b>PRECIO TOTAL</b>
Gastos de Constitución como Compañía Limitada				350.00
Permisos de Operación según Requisitos Legales				250.00
Honorarios del Abogado				400.00
<b>GASTOS PRE - OPERATIVOS</b>				<b>5,876.56</b>
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MESES DE TRABAJO</b>	<b>SUELDO BÁSICO MENSUAL</b>	<b>SUELDO TOTAL</b>
Administrador del Proyecto	1	5	600.00	3,000.00
Secretaria Ejecutiva*	1	5	167.31	836.55
Albañil*	1	5	146.24	731.20
Peón*	1	5	144.77	723.85
Electricista*	1	2	146.24	292.48
Plomero*	1	2	146.24	292.48
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>				<b>6,876.56</b>

**Tabla 7.2** \*Fuente: Tablas de Remuneraciones Básicas Unificadas Mínimas Sectoriales  
Fuente: Anexo 1  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

## RESUMEN DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

TERRENO Y CONSTRUCCIONES					164,568.00
CONCEPTO	TAMAÑO	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Terreno	320	m2	300.00	96,000.00	
Construcciones	308	m2	196.00	60,368.00	
Letreros	2	Unidades	650.00	1,300.00	
Sistema de Extracción de Olores	1	Unidad	4,200.00	4,200.00	
Decoración y Pintura				2,700.00	
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>					<b>17,726.15</b>
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Horno para Pizzas Blodgett	2	Unidades	950.00	1,900.00	
Cuarto Frio modelo CL156/100	1	Unidad	6,800.00	6,800.00	
Cocina Industrial marca Codehotel C4Q1H1P	1	Unidad	1,882.00	1,882.00	
Refrigeradora marca Whirpool modelo ET1MTK	1	Unidad	990.00	990.00	
Microonda marca Sanyo modelo Em101	1	Unidad	119.00	119.00	
Cafetera Express Crem modelo MCIN4SP112GR	1	Unidad	1,969.00	1,969.00	
Extractor de Cítricos Hamilton Beach modelo 932	1	Unidad	296.00	296.00	
Licuadora Hamilton Beach modelo 911	1	Unidad	332.00	332.00	
Batidora Kitchen Aid modelo KS5SSWH	1	Unidad	568.00	568.00	
Caja Registradora electrónica Casio modelo CE- 285	1	Unidad	345.00	345.00	
Computadora	1	Unidad	873.60	873.60	
Impresora Matricial marca Epson modelo Lx-300	1	Unidad	236.32	236.32	
Teléfono Inalámbrico marca Panasonic modelo 1450	1	Unidad	80.00	80.00	
Teléfono de Pared marca General Electric	1	Unidad	37.00	37.00	
Televisión de 29 pulgadas Samsung modelo CL29KBW	1	Unidad	744.00	744.00	
Equipo de Sonido marca Sony modelo R655	1	Unidad	410.00	410.00	
Sumadora marca Casio	1	Unidad	119.20	119.20	
Sacapuntas Electrico marca Boston modelo 1800	1	Unidad	25.03	25.03	
<b>MUEBLES</b>					<b>4,244.00</b>
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Mesas (0.75 x 0.60 x 1.40)	7	Unidades	50.00	350.00	
Mesas (0.75 x 0.60 x 1.10)	5	Unidades	40.00	200.00	
Mesas Redondas (1.20 Diámetro)	3	Unidades	60.00	180.00	
Sillas	86	Unidades	20.00	1,720.00	
Anaqueles (2 Cajones, 3 Repisas)	1	Unidad	120.00	120.00	
Mesas de Trabajo	2	Unidades	247.00	494.00	
Fregadero Industrial	1	Unidad	610.00	610.00	
Estanterías	2	Unidades	285.00	570.00	
<b>ENCERES</b>					<b>4,118.83</b>
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Plato Base	8	Docenas	83.00	664.00	
Plato Tendido	8	Docenas	33.00	264.00	
Plato para Pan	8	Docenas	27.00	216.00	
Plato para Tinto	8	Docenas	15.00	120.00	
Tasa de Tinto	8	Docenas	20.00	160.00	
Tasa de Café	8	Docenas	25.00	200.00	
Plato para Café	8	Docenas	17.00	136.00	
Tenedor de Mesa	90	Unidades	1.00	90.00	
Cuchillo de Mesa	90	Unidades	2.00	180.00	
Cuchara para Café/Té	90	Unidades	1.00	90.00	
Cuchillo de Mantequilla	30	Unidades	1.00	30.00	
Tenedor de Postre	90	Unidades	1.00	90.00	
Plato para Postre	90	Unidades	2.10	189.00	
Jarro de Cerveza	86	Unidades	1.80	154.80	
Vaso de Jugo	172	Unidades	0.60	103.20	
Copa de Vino	172	Unidades	2.30	395.60	
Azucarera	15	Unidades	6.00	90.00	
Saleros	15	Unidades	2.30	34.50	
Salsera Pequeña	15	Unidades	2.10	31.50	
Servilletero	15	Unidades	1.50	22.50	
Bandejas para Pizza	20	Unidades	4.60	92.00	
Sartenes de tipo Industrial	3	Unidades	60.00	180.00	
Cuchara para Helado	1	Unidad	15.00	15.00	
Colador de Maiz	2	Unidades	18.00	36.00	
Olla de Aluminio	5	Unidades	20.00	100.00	
Descorchador	2	Unidades	16.00	32.00	
Charol de Servicio	6	Unidades	22.00	132.00	
Cuchara de Servicio	5	Unidades	6.00	30.00	
Jarra de 1.5 litros	4	Unidades	2.95	11.80	
Recipientes Plásticos	10	Unidades	1.00	10.00	
Cilindros de Gas (45 Kilos)	3	Unidades	50.00	150.00	
Papelera para Escritorio	1	Unidad	17.95	17.95	
Porta clips	1	Unidad	1.00	1.00	
Engrapadora Skipp	1	Unidad	3.91	3.91	
Perforadora	1	Unidad	5.41	5.41	
Fechador	1	Unidad	2.57	2.57	
Dispensador de Cinta Scotch	1	Unidad	4.94	4.94	
Tableros Apoya mano	5	Unidades	1.18	5.90	
Mouse Pad Manhattan	1	Unidad	0.84	0.84	
Caja de Seguridad	1	Unidad	24.85	24.85	
Punzón Metálico	2	Unidad	0.78	1.56	
<b>TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS</b>					<b>190,656.98</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS SIN INCLUIR AL LOCAL Y AL TERRENO</b>					<b>34,288.98</b>

Tabla 7.1

Fuente: Anexo 1

Elaborado Por: Antonio J. Chediak

### 7.3 Inversión en Capital de Trabajo

El "capital de trabajo, representan la porción de la inversión que circula de una forma a otra en la conducción ordinaria de la empresa. Esta idea comprende la transición recurrente de efectivo a los inventarios, a las cuentas por cobrar y de nuevo al efectivo, para así conformar el ciclo operativo de la empresa."<sup>8</sup>

El capital de trabajo necesario para poner en marcha este proyecto es de 10,921.40 dólares, cifra que será explicada en detalle en el siguiente capítulo.

Además va a ser necesario que el capital de trabajo se incremente ya que la producción también va creciendo año tras año. La tabla 7.3 indica el crecimiento que debe experimentar el capital de trabajo durante los cinco años de ejecución del proyecto.

#### NECESIDADES DE CAPITAL DE TRABAJO DEL PROYECTO

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Inversión Inicial de Capital de Trabajo	10,921.40				
Aumento anual del Capital de Trabajo	-	508.49	574.22	648.23	731.58

Tabla 7.3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Cabe recalcar que el capital de trabajo está calculado para mantener un saldo de seguridad en caja para 7 días.

### 7.4 Resumen de Inversiones

La inversión total necesaria para poner en marcha el presente proyecto está indicada en la tabla 7.4.

#### INVERSIÓN TOTAL NECESARIA PARA PONER EN MARCHA EL PROYECTO DE UNA PIZZERÍA EN EL SECTOR DE LA MARISCAL

INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS FIJOS	> 190,656.98
INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS INTANGIBLES	> 6,876.56
INVERSIÓN TOTAL EN CAPITAL NETO DE TRABAJO	> 10,921.40
INVERSIÓN TOTAL NECESARIA PARA PONER EN MARCHA EL PROYECTO	> 208,454.94
INVERSIÓN TOTAL NECESARIA PARA PONER EN MARCHA EL PROYECTO SIN INCLUIR EL TERRENO Y EL LOCAL	> 52,086.94

Tabla 7.4

Elaborado por: Antonio J. Chediak

<sup>8</sup> Lawrence J. Gitman, Principios de Administración Financiera; 2000, México, Prentice Hall; Pág. 491

### 7.4.1 Cronograma de ejecución de las Inversiones

La figura 7.1 explica el cronograma de ejecución de las inversiones para poner en marcha el proyecto de instalación de una Pizzería en el sector de La Mariscal.

**CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DE LAS INVERSIONES**

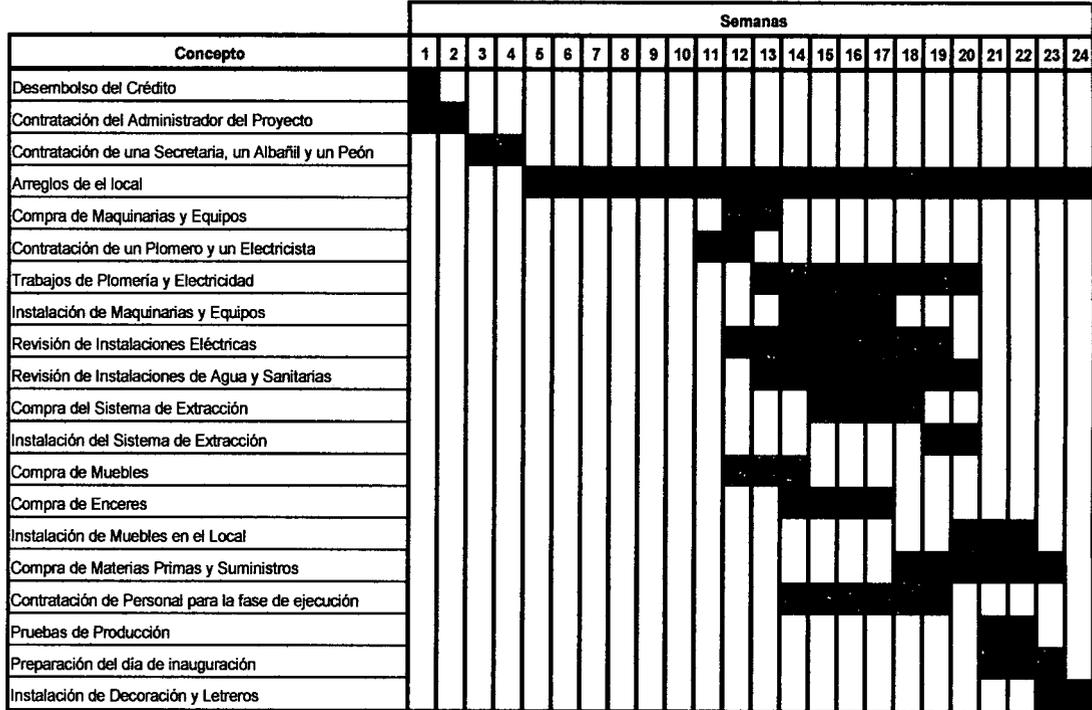


Figura 7.1

Elaborado por: Antonio J. Chediak

## 7.5 Costos y Gastos de Producción

### 7.5.1 Costos Directos de Producción

Dentro de los costos directos de producción tenemos los siguientes:

- Materiales Directos necesarios para la producción de pizzas.
- Mano de Obra Directa necesaria para la producción de pizzas.

### 7.5.1.1 Materiales Directos necesarios para la producción de pizzas

Para poder analizar los materiales involucrados en la producción de pizzas debemos separar a estos en dos grandes grupos que ya han sido mencionados en la ingeniería del proyecto.

Estos dos grupos son:

- La masa y la salsa
- Las viandas

#### 7.5.1.1.1 Materiales Directos necesarios para la preparación de la Masa y la Salsa

Los materiales directos necesarios para la preparación de la masa y la salsa, así como los costos de los mismos se los detallan en la Tabla 7.5.

#### COSTO DE MATERIALES DIRECTOS NECESARIOS PARA LA PREPARACIÓN DE LA MASA Y LA SALSAS

<b>MASA</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO DÓLARES</b>
Harina	1/2	Kilogramo	0.5000
Levadura	1	Onza	0.0300
Azúcar	1/2	Cucharadita	0.0020
Sal	1	Cucharadita	0.0011
Aceite Vegetal	1	Cucharada	0.0200
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE LA MASA</b>			<b>0.55 Dólares</b>
<b>SALSA</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO DÓLARES</b>
Pasta de Tomate	250	cc	0.3500
Sal	1/2	Cucharadita	0.0005
Azúcar	1	Cucharadita	0.0040
Cebolla Paiteña	1	Unidad	0.0700
Ajo	2	Dientes	0.0200
Orégano	1	Cucharadita	0.0025
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE LA SALSAS</b>			<b>0.45 Dólares</b>

Tabla 7.5

Fuente: Anexo 2

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Los materiales directos que se necesitan para producir la masa y la salsa van a ser una constante en todas las pizzas que se produzcan sin importar el tipo que estas sean.

#### 7.5.1.1.2 Viandas necesarias para la preparación de las pizzas

Las viandas necesarias para la elaboración de los cuatro tipos de pizza que se espera producir son también materiales directos de producción, en la Tabla 7.6 se indican dichas viandas así como los costos de las mismas.

### COSTO DE LAS VIANDAS NECESARIAS PARA LA PREPARACIÓN DE LOS CUATRO TIPOS DE PIZZA

<b>VIANDAS NECESARIAS PARA PREPARAR UNA PIZZA NAPOLITANA FAMILIAR</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO</b>
Queso	250	Gramos	1.4500
Tomate Riñón	200	Gramos	0.2000
Orégano	2	Cucharadas	0.0075
<b>COSTO TOTAL DE VIANDAS UTILIZADAS EN LA PREPARACIÓN DE LA PIZZA NAPOLITANA FAMILIAR</b>			<b>1.66 Dólares</b>
<b>VIANDAS NECESARIAS PARA PREPARAR UNA PIZZA DE JAMÓN FAMILIAR</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO</b>
Queso	250	Gramos	1.4500
Jamón Americano	70	Gramos	0.4340
Tomate Riñón	200	Gramos	0.2000
<b>COSTO TOTAL DE VIANDAS UTILIZADAS EN LA PREPARACIÓN DE LA PIZZA DE JAMÓN FAMILIAR</b>			<b>2.08 Dólares</b>
<b>VIANDAS NECESARIAS PARA PREPARAR UNA PIZZA ESPECIAL FAMILIAR</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO</b>
Queso	250	Gramos	1.4500
Jamón Americano	50	Gramos	0.3235
Aceitunas/Champiñonez/Piña	100	Gramos	0.5000
<b>COSTO TOTAL DE VIANDAS UTILIZADAS EN LA PREPARACIÓN DE LA PIZZA ESPECIAL FAMILIAR</b>			<b>2.27 Dólares</b>
<b>VIANDAS NECESARIAS PARA PREPARAR UNA PIZZA DE PEPPERONI FAMILIAR</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO</b>
Queso	250	Gramos	1.4500
Pepperoni	75	Gramos	0.7480
<b>COSTO TOTAL DE VIANDAS UTILIZADAS EN LA PREPARACIÓN DE LA PIZZA DE PEPPERONI FAMILIAR</b>			<b>2.20 Dólares</b>

Tabla 7.6

Fuente: Anexo 2

Elaborado por: Antonio J. Chediak

De esta manera el costo total de producción de cada tipo de pizza incluyendo masa, salsa y viandas se detalla en la Tabla 7.7.

**COSTO TOTAL UNITARIO DE PRODUCCIÓN PARA CADA TIPO DE PIZZA**

<b>PIZZA NAPOLITANA FAMILIAR</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO</b>	
Masa	0.55	
Salsa	0.45	
Viandas	1.66	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE UNA PIZZA NAPOLITANA FAMILIAR</b>	<b>2.66</b>	<b>Dólares</b>
<b>PIZZA DE JAMÓN FAMILIAR</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO</b>	
Masa	0.55	
Salsa	0.45	
Viandas	2.08	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE UNA PIZZA DE JAMÓN FAMILIAR</b>	<b>3.08</b>	<b>Dólares</b>
<b>PIZZA ESPECIAL FAMILIAR</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO</b>	
Masa	0.55	
Salsa	0.45	
Viandas	2.27	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE UNA PIZZA ESPECIAL FAMILIAR</b>	<b>3.27</b>	<b>Dólares</b>
<b>PIZZA DE PEPPERONI FAMILIAR</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO</b>	
Masa	0.55	
Salsa	0.45	
Viandas	2.20	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE UNA PIZZA DE PEPPERONI FAMILIAR</b>	<b>3.20</b>	<b>Dólares</b>

Tabla 7.7

Elaborado por: Antonio J. Chediak

**7.5.1.2 Mano de Obra Directa necesaria para la producción de pizzas**

En el capítulo anterior del presente estudio se analizó la mano de obra que interviene en el proyecto. Del personal mencionado solo el cocinero, el hornero de pizzas y los auxiliares de cocina son considerados mano de obra directa en la producción de pizzas.

Los salarios que dichos trabajadores deben percibir en el primer año de operación se detallan en la Tabla 7.8.

Cabe recalcar que en el estudio los salarios son fijos y no están en función de las horas trabajadas, ni en función de las pizzas producidas.

**SALARIOS DEL COCINERO, HORNERO DE PIZZAS Y AUXILIARES DE COCINA EN EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN DE CIAO PIZZA**

CONCEPTO	ESTRUCTURA OCUPACIONAL		
	COCINERO Y/O SALSERO	HORNERO DE PIZZAS	AUXILIAR DE COCINA
REMUNERACIÓN BÁSICA SECTORIAL UNIFICADA*	128.94	128.66	128.01
COMPONENTE SALARIAL*	16.00	16.00	16.00
INGRESO MÍNIMO MENSUAL*	144.94	144.66	144.01
AUMENTO POR FACTOR EXPERIENCIA	50.00%	30.00%	25.00%
INGRESO MENSUAL	217.41	188.06	180.01
INGRESO ANUAL (12 MESES)	2,608.92	2,256.70	2,160.15
NÚMERO DE EMPLEADOS	1	1	2
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA EN EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN	2,608.92	2,256.70	4,320.30

Tabla 7.8 \*Fuente: Tablas de Remuneraciones Básicas Unificadas Mínimas Sectoriales  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 7.5.2 Gastos Indirectos de Producción

Los gastos indirectos de producción se dividen en tres grandes grupos que son:

- Materiales indirectos de producción.
- Costo de mano de obra indirecta.
- Gastos de publicidad y venta.

#### 7.5.2.1 Materiales Indirectos necesarios para la producción de pizzas

Existen algunos materiales indirectos que sirven para la producción de pizzas así como para el correcto y adecuado funcionamiento de las instalaciones.

Estos incluyen:

- ❖ Suministros de Producción
- ❖ Suministros de Limpieza
- ❖ Suministros de Electricidad, Agua, Teléfono, Gas y Cable
- ❖ Suministros de Oficina
- ❖ Bebidas y Helados

### 7.5.2.1.1 Suministros de producción

En esta categoría se toma en cuenta todos los productos que sirven de ayuda en la producción de pizzas y en la atención del cliente para que este se sienta a gusto y bien servido.

Estos materiales indirectos de producción se resumen en la Tabla 7.9.

#### COSTO TOTAL MENSUAL Y ANUAL DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

CONCEPTO	NUMERO DE UNIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Aceite Vegetal	36	Litros	1.60	57.60
Harina para Moldes	36	Kilos	1.00	36.00
Azúcar	30	Kilos	0.50	15.00
Sal	15	Kilos	0.55	8.25
Salsa de Tomate	1	Galón	3.20	3.20
Fósforos	12	Cajas (40 Fósforos)	0.06	0.72
Servilletas	24	Paquetes (100 Servilletas)	0.95	22.80
Caramelos	36	Paquetes (50 Caramelos)	1.45	52.20
Café	12	Sobres (40 Gramos)	0.38	4.56
Aguas Aromáticas	3	Cajas (25 Funditas)	0.50	1.50
Ají	14	Frascos (100 cc)	0.59	8.26
<b>COSTO TOTAL MENSUAL</b>				<b>210.09</b>
<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>				<b>2,521.08</b>

Tabla 7.9

Fuente: Anexo 3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 7.5.2.1.2 Suministros de limpieza

Dentro de este grupo se encuentran todos los implementos de limpieza e higiene personal que como una pizzería debemos ofrecer a nuestros clientes para que puedan disfrutar de su comida en un sitio limpio y ordenado.

El gasto en que la pizzería debe incurrir por concepto de suministros de limpieza se detalla en la tabla 7.10.

**GASTO TOTAL MENSUAL Y ANUAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA**

CONCEPTO	NÚMERO DE UNIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escoba	1	Unidad	2.00	2.00
Trapeador	1	Unidad	2.80	2.80
Estropajo	2	Unidades	0.80	1.60
Esponja	4	Unidades	0.80	3.20
Limpiones	24	Unidades	1.25	30.00
Cepillo de Baño	1	Unidad	1.00	1.00
Detergente para Vajilla	12	Unidades	1.55	18.60
Detergente en Polvo	1	Unidad	2.90	2.90
Papel Higiénico	120	Unidades	0.38	45.60
Jabón de Baño	60	Unidades	0.90	54.00
Desinfectante	12	Unidades	1.85	22.20
<b>GASTO TOTAL MENSUAL</b>				<b>183.90</b>
<b>GASTO TOTAL ANUAL</b>				<b>2,206.80</b>

Tabla 7.10

Fuente: Anexo 3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

**7.5.2.1.3 Suministros de electricidad, agua, teléfono, gas y cable**

Casi todo negocio debe incurrir en estos costos, algunos en mayor cuantía y otros en menor. Además los restaurantes y bares deben tener en sus instalaciones una conexión de televisión por cable.

Otra acotación relevante al momento de poner una pizzería es que se deben utilizar para este tipo de negocio cilindros de gas con un contenido de 45 kilos, que son los permitidos por las autoridades competentes.

**COSTO TOTAL MENSUAL Y ANUAL DE SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, AGUA, TELÉFONO, GAS Y CABLE**

CONCEPTO	NÚMERO DE UNIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Electricidad	2175	Kwh	0.10	217.50
Agua	180	m3	0.50	90.00
Teléfono	4500	Minutos	0.03	135.00
Gas	6	Cilindros (45 Kilos)	22.00	132.00
Cable	1	Plan (Super Premium)	43.72	43.72
<b>COSTO TOTAL MENSUAL</b>				<b>618.22</b>
<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>				<b>7,418.58</b>

Tabla 7.11

Fuente: Anexo 3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 7.5.2.1.4 Suministros de oficina

Dentro de este rubro están los distintos materiales de oficina indispensables para el correcto funcionamiento de la pizzería.

La tabla 7.12 detalla todos los suministros de oficina así como el gasto que se debe realizar por este concepto.

#### GASTO TOTAL MENSUAL Y ANUAL DE SUMINISTROS DE OFICINA

CONCEPTO	NUMERO DE UNIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Bolígrafo BIC	24	Unidades	0.17	4.08
Borrador Pelikan	6	Unidades	0.12	0.72
Lápiz Mongol	6	Unidades	0.15	0.90
Clip Mariposa	1	Caja	0.49	0.49
Clip SDI	1	Caja	0.46	0.46
Tachuela	1	Caja	0.33	0.33
Grapa Ideal	1	Caja	0.53	0.53
Corrector Liquido BIC	2	Unidades	0.84	1.68
Almohadilla para sello	1	Unidad	2.10	2.10
Tinta para Almohadilla	1	Unidad	0.70	0.70
Rollo de Papel para FAX	1	Unidad	1.77	1.77
Archivador Ideal Oficio	4	Unidades	1.86	7.44
Archivador Ideal Telegrama	2	Unidades	1.76	3.52
Archivador JP Cheque Acordeón	1	Unidad	7.73	7.73
Fólder Ideal Oficio	50	Unidades	0.11	5.50
Bincha Metálica para Fólder	50	Unidades	0.02	1.00
Goma Liquida	1	Unidad	0.72	0.72
Rollo papel Bond para Caja Registradora	4	Rollos	0.31	1.24
Cinta Scotch	1	Rollos	0.55	0.55
Directorio Telefónico	1	Unidad	4.12	4.12
Cuaderno Espiral Universitario	1	Unidad	4.15	4.15
Regla	1	Unidad	0.19	0.19
Tijera	1	Unidad	1.02	1.02
Disco Compacto Regrabable 650	10	Unidades	1.31	13.10
Disquete 3.5"	10	Unidades	0.28	2.80
Block de Recibos	1	Block	1.38	1.38
Cinta para Impresora Epson LX - 300	1	Unidad	5.36	5.36
Nota Quita y Pon 3M	4	Blocks	1.11	4.44
Papel Bond A-4	1	Paquete	3.70	3.70
Papel Periódico A-4	1	Paquete	1.43	1.43
Block Nota de Venta	20	Blocks	0.33	6.60
Papel Prestige Kimberly A-4	1	Paquete	1.28	1.28
Sobre Oficio Kimberly	1	Paquete	0.89	0.89
Tarjetero Ejecutivo	1	Unidad	2.48	2.48
Sobre Bolsa Manilla F-3	50	Unidades	0.04	2.00
Sobre Bolsa Manilla F-4	50	Unidades	0.05	2.50
Papel Bond Manteles Impresos	1200	Unidades	0.04	48.00
<b>GASTO TOTAL MENSUAL</b>				<b>146.90</b>
<b>GASTO TOTAL ANUAL</b>				<b>1,762.80</b>

Tabla 7.12

Fuente: Anexo 3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 7.5.2.1.5 Bebidas y Helados

Este es uno de los costos más significativos de la pizzería porque si bien representan un desembolso de dinero mensual, también representan un ingreso ya que los clientes pagan por las bebidas y helados que consumen dejando una utilidad a la pizzería.

Los restaurantes por lo general mantienen un inventario de relación 2 a 1 entre las gaseosas versus las cervezas y agua en sus diferentes presentaciones.

Por otro lado el estudio de mercado reveló que un 11.60 % de los clientes que frecuentan una pizzería también piden postre en su orden. Por lo cual el inventario de helados se mantendrá a un nivel que cubra este porcentaje de consumo para las personas que visitan la pizzería en un mes de operación.

El costo mensual en el rubro de bebidas y helados se resume en la tabla 7.13.

<b>COSTO TOTAL MENSUAL Y ANUAL DE BEBIDAS Y HELADOS</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>NÚMERO DE UNIDADES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Gaseosas	18	Jabas (9 unidades de 2 litros)	5.34	96.12
Agua con Gas	55	Jabas (6 unidades de 450cc)	3.21	176.55
Agua sin Gas	55	Jabas (6 unidades de 450cc)	2.23	122.65
Cerveza	14	Jabas (24 unidades de 311cc)	6.72	94.08
Helado	38	Litros	3.10	117.80
<b>COSTO TOTAL MENSUAL</b>				<b>607.20</b>
<b>COSTO TOTAL ANUAL</b>				<b>7,286.40</b>

Tabla 7.13

Fuente: Anexo 3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 7.5.2.2 Mano de Obra Indirecta necesaria para la producción de pizzas

El costo de mano de obra indirecta necesaria para la producción de pizzas incluye los sueldos del personal administrativo como lo son el gerente general, la asistente de gerencia y el mensajero.

También el cajero, el capitán de saloneros y los saloneros forman parte de la mano de obra indirecta que se resume en la tabla 7.14.

El rubro de servicio que se cobra a los clientes en sus consumos en la pizzería se divide entre el capitán de saloneros, los saloneros, y el cajero, lo cual constituye un ingreso adicional mensual para estos empleados.

### COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA EN EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN DE CIAO PIZZA

CONCEPTO	ESTRUCTURA OCUPACIONAL					
	GERENTE GENERAL	ASISTENTE DE GERENCIA	CAPITÁN DE SALONEROS	MENSAJERO	CAJERO	SALONEROS
REMUNERACIÓN BÁSICA UNIFICADA*	-	151.31	129.32	128.01	128.66	129.32
COMPONENTE SALARIAL*	-	16.00	16.00	16.00	16.00	16.00
INGRESO MÍNIMO MENSUAL*	-	167.31	145.32	144.01	144.66	145.32
INGRESO MENSUAL	750.00	334.62	290.64	288.02	289.32	290.64
INGRESO ANUAL (12 MESES)	9,000.00	4,015.44	3,487.68	3,456.24	3,471.84	3,487.68
NÚMERO DE EMPLEADOS	1	1	1	1	1	4
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA EN EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN	9,000.00	4,015.44	3,487.68	3,456.24	3,471.84	13,950.72

Tabla 7.14 \*Fuente: Tablas de Remuneraciones Básicas Unificadas Mínimas Sectoriales  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

#### 7.5.2.3 Gastos de Publicidad y Venta

“La publicidad representa entre el 1% y 3% de las ventas netas de muchas empresas.”<sup>9</sup>

Dado que Ciao Pizza es un restaurante que recién está ingresando al mercado debe realizar un fuerte gasto de publicidad para darse a conocer a los futuros clientes. Por eso tomando en cuenta lo que sugieren los autores del libro Fundamentos de Marketing nuestro gasto de publicidad debe ser del 3% de las ventas netas de la pizzería.

<sup>9</sup> William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker, *Fundamentos de Marketing*; 2000, México DF, México, McGraw – Hill / Interamericana Editores S.A.; Pág. 531, 553

### 7.5.3 Resumen de Costos y Gastos en el Primer año de Operación

La Tabla 7.15 resume todos los costos y gastos del proyecto en el primer año de operación, tanto fijos como variables. Con ellos podremos calcular el punto de equilibrio.

#### COSTOS – GASTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE PRODUCCIÓN DE CIAO PIZZA

CONCEPTO	COSTOS Y GASTOS VARIABLES UNITARIOS	COSTOS Y GASTOS FIJOS ANUALES
Costo de producción pizza Napolitana	2.66	
Costo de producción pizza Jamón	3.08	
Costo de producción pizza Especial	3.27	
Costo de producción pizza Pepperoni	3.20	
Gasto en Publicidad	0.03	
Suministros de Producción		2,521.08
Suministros de Limpieza		2,206.80
Suministros de Oficina		1,762.80
Gasto en Bebidas y Helados		7,286.40
Suministros de Electricidad, Agua, Teléfono, Gas y Cable		7,418.58
Gasto en Sueldos a Trabajadores		46,567.84
<b>Total (Dólares)</b>	<b>3.08</b>	<b>67,763.50</b>

Tabla 7.15

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Cabe recalcar que a los costos y gastos hay que ponderarlos en función de las ventas esperadas para tener un costo variable unitario ponderado, que nos permita calcular el punto de equilibrio. Dicho cálculo se indica en la tabla 7.16.

#### COSTOS Y GASTOS VARIABLES PONDERADOS PARA EL PRIMER AÑO DE PRODUCCIÓN DE CIAO PIZZA

CONCEPTO	COSTOS Y GASTOS VARIABLES UNITARIOS	PONDERACIÓN	COSTOS Y GASTOS VARIABLES PONDERADOS
Costo de producción pizza Napolitana	2.66	20%	0.53
Costo de producción pizza Jamón	3.08	25%	0.77
Costo de producción pizza Especial	3.27	30%	0.98
Costo de producción pizza Pepperoni	3.20	25%	0.80
Gasto en Publicidad	0.03		0.03
<b>Total (Dólares)</b>	<b>3.08</b>		<b>3.11</b>

Tabla 7.16

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 7.6 Precio de Venta de las Pizzas

Tomando en cuenta que nuestra pizzería es nueva en el negocio de pizzas del sector y que además debemos conseguir un porcentaje de la demanda insatisfecha, nuestros precios de venta deben ser un 20% menos que los de nuestros competidores. Este porcentaje de reducción del precio frente a las demás pizzerías puede ser llevado a cabo siempre y cuando los precios de venta de nuestras pizzas logren cubrir nuestros costos. Los cálculos mencionados anteriormente se los puede observar en la tabla 7.17.

#### PRECIO DE PIZZAS FAMILIARES EN LAS DISTINTAS PIZZERIAS DEL SECTOR DE LA MARISCAL Y PRECIO DE PIZZAS FAMILIARES EN CIAO PIZZA

CONCEPTO	PRECIO DE VENTA PIZZA HUT	PRECIO DE VENTA CH FARINA	PRECIO DE VENTA EL HORNERO	PRECIO DE VENTA PROMEDIO	PORCENTAJE DE REDUCCIÓN	PRECIO DE VENTA CIAO PIZZA
Pizza Napolitana Familiar	7.24	7.24	6.59	7.02	20%	5.62
Pizza de Jamón Familiar	7.24	7.35	6.59	7.06	20%	5.65
Pizza Especial Familiar	8.31	8.52	7.64	8.16	20%	6.53
Pizza de Pepperoni Familiar	8.31	9.00	7.64	8.32	20%	6.66

Tabla 7.17

Fuente: Funcionarios de las pizzerías mencionadas  
Elaborado por: Antonio J. Chediak

De la misma manera que en los costos variables, los precios de venta de las pizzas deben ponderarse en función de las ventas para poder calcular el punto de equilibrio, ponderación que se explica en la tabla 7.18.

#### PRECIO PONDERADO DE LAS PIZZAS FAMILIARES EN CIAO PIZZA

CONCEPTO	PRECIO DE VENTA	PONDERACIÓN	PRECIO DE VENTA PONDERADO
Pizza Napolitana Familiar	5.62	20%	1.12
Pizza de Jamón Familiar	5.65	25%	1.41
Pizza Especial Familiar	6.53	30%	1.96
Pizza de Pepperoni Familiar	6.66	25%	1.66
<b>Total (Usd)</b>			<b>6.16</b>

Tabla 7.18

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 7.7 Punto de Equilibrio

“El procedimiento del punto de equilibrio consiste en predeterminar un volumen de producción y ventas en el cual la empresa no sufra pérdidas ni obtenga utilidades es decir, el nivel de actividad donde los ingresos son iguales al total de los costos y gastos.”<sup>10</sup>

La formula para calcular el punto de equilibrio en unidades se expresa a continuación:

$$PE(n) = \frac{CFT}{PV - CVu}$$

En donde:

**CFT** = Costo Fijo Total \$

**PV** = Precio de Venta Unitario \$

**CVu** = Costo de Variable Unitario \$

**PE(n)** = Punto de Equilibrio en Unidades

Como ya conocemos los costos fijos, los costos totales y el precio de venta, podemos calcular el punto de equilibrio en unidades el cual es el siguiente:

$$PE(n) = \frac{67,763.50}{6.16 - 3.11}$$

$$PE(n) = \frac{67,763.50}{3.04}$$

$$PE(n) = 22,257.47 \text{ unidades}$$

También podemos calcular el punto de equilibrio en dólares para la cual utilizaremos la siguiente formula:

$$PE(\$) = \frac{CFT}{1 - \frac{CVu}{Pv}}$$

<sup>10</sup> Econ. Rodrigo Sáenz Flores; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos; Junio del 2000; Pág. 245

En donde:

**CFT** = Costo Fijo Total \$

**PV** = Precio de Venta Unitario \$

**CVu** = Costo de Variable Unitario \$

**PE(\$)** = Punto de Equilibrio en Dólares

Con los datos que poseemos calculamos el punto de equilibrio en dólares de la siguiente manera:

$$PE(\$) = \frac{67,763.50}{1 - (3.11/6.16)}$$

$$PE(\$) = \frac{67,763.50}{0.49}$$

$$PE(\$) = 137,051.01 \text{ dólares}$$

La figura 7.2 explica de manera gráfica el punto de equilibrio tanto en unidades como en dólares.

### **7.8 Margen de Seguridad Contable**

“El margen de seguridad contable representa el porcentaje que la empresa podría reducir su nivel de actividad antes de que empiece a perder en términos contables.”<sup>11</sup>

La formula para calcular el margen de seguridad contable es la siguiente:

$$Mgs(\%) = \frac{\text{Ventas Presupuestadas} - \text{Ventas en Equilibrio}}{\text{Ventas Presupuestadas}}$$

Partiendo del concepto antes mencionado nuestro margen de seguridad contable sería de:

$$Mgs(\%) = \frac{319,477.48 - 137,051.01}{319,477.48}$$

---

<sup>11</sup> Econ. Rodrigo Sáenz Flores; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos; Junio del 2000; Pág. 250

$$\text{Mgs}(\%) = \frac{182,426.47}{319,477.48}$$

$$\text{Mgs}(\%) = 57.10\%$$

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES Y EN DÓLARES

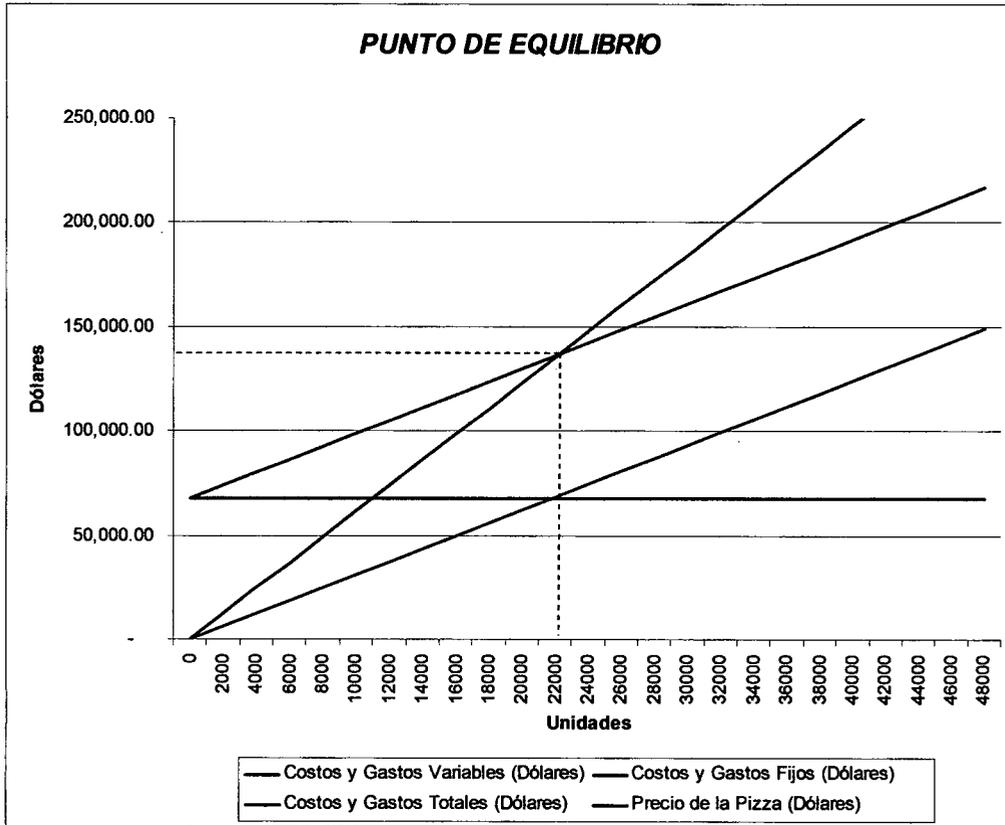


Figura 7.2

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 7.9 Financiamiento

Para poder llevar adelante este proyecto, considerando que el terreno y las obras físicas ya nos pertenecen, debemos encontrar una manera de financiar los muebles, equipos, enceres, decoración, gastos pre-operativos y los gastos de constitución.

Para esto una parte de la inversión va a ser financiada con deuda a largo plazo y otra porción será financiada con capital de los accionistas.

### **7.9.1 Deuda a Largo Plazo**

Como ya hemos mencionado una parte de la inversión inicial debe ser financiada con una deuda a largo plazo.

La suma a financiarse vía crédito es de 41,165.54 dólares; para lo cual hemos visto la posibilidad de conseguir un crédito en el Banco del Pichincha por el monto antes mencionado a una tasa de interés anual del 16.10% y a un plazo de cinco años.

A esta tasa de interés debemos agregarle el impuesto único a las operaciones financieras que representa un 1.5%. Además existe un porcentaje destinado a SOLCA del 1.6%. Sumando estos rubros, el costo nominal de la deuda (kd) será de 19.10% anual.

La garantía necesaria para que se nos otorgue el crédito será cubierta con una hipoteca sobre el mismo local en donde funcionaría la pizzería. Además de una garantía hipotecaria, es necesario presentar algunos documentos como son la cédula de identidad del representante legal, original y copia, el nombramiento del mismo, una copia del RUC, entre otros.

### **7.9.2 Recursos Propios o Patrimonio**

El terreno, las obras civiles y el fondo de maniobra inicial van a ser parte del aporte de los accionistas para la empresa.

El costo sobre los recursos propios será de 22.50%, cifra que se obtiene de la siguiente manera:

4.64 %	T Bill a 30 años
- 2.12 %	Inflación Anualizada de EEUU a Mayo del 2003
+ 7.60 %	Inflación Anualizada del Ecuador a Junio del 2003
+12.38 %	Riesgo País al 16 de Julio del 2003
<hr/>	
22.50 %	Costo de los Recursos Propios (Ke)

### 7.10 Estructura de Capital Inicial

La estructura de capital inicial del presente proyecto se detalla a continuación en la tabla 7.19.

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL INICIAL</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>	<b>Porcentaje</b>
Pasivo a Largo Plazo	41,165.54	19.75%
Recursos Propios	167,289.40	80.25%
<b>Total</b>	<b>208,454.94</b>	<b>100.00%</b>

Tabla 7.19

Elaborado por: Antonio J. Chediak

Esta estructura va cambiando a medida que se va amortizando la deuda durante los cinco años que se espera que dure el presente proyecto.

## CAPITULO 8

### EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

#### 8.1 Antecedentes

En este capítulo procederemos a la evaluación financiera del proyecto, para lo cual usaremos el método del Valor Actual Neto Ajustado (VANA).

Con este método podremos ver claramente los resultados logrados por correcta utilización de los activos.

En primer lugar se calculará el Valor Actual Neto Básico en el que se asume que el proyecto esta financiado solo con recursos propios.

Luego se procede a añadir el valor generado por el pasivo a largo plazo, de esta manera podremos observar el efecto de los escudos fiscales en el proyecto.

Se utilizará un modelo computacional que se basa en el caso práctico "Empresa de Metales"<sup>12</sup>, modificado para adaptarse al presente estudio.

A lo largo del presente estudio se ha justificado todos los datos necesarios para la presente evaluación financiera.

#### 8.2 Parámetros de Evaluación

CONCEPTO	VALOR
<b>Ventas y Precios de Venta</b>	
Ventas de Pizzas en el Primer Año (Unidades)	51,884
Ventas de Pizzas en el Segundo Año (Unidades)	54,615
Ventas de Pizzas en el Tercer Año (Unidades)	57,489
Ventas de Pizzas en el Cuarto Año (Unidades)	60,515
Ventas de Pizzas en el Quinto Año (Unidades)	63,700
Crecimiento Anual de las Ventas	5.00%
Porcentaje de Ventas Aplicable a la Pizza Napolitana	20.00%
Porcentaje de Ventas Aplicable a la Pizza Jamón	25.00%
Porcentaje de Ventas Aplicable a la Pizza Especial	30.00%
Porcentaje de Ventas Aplicable a la Pizza Pepperoni	25.00%
Ventas Anuales de Gaseosas (Unidades)	15,552
Ventas Anuales de Agua con Gas (Unidades)	3,960
Ventas Anuales de Agua sin Gas (Unidades)	3,960
Ventas Anuales de Cervezas (Unidades)	4,032
Ventas Anuales de Helados (Unidades)	2,280

<sup>12</sup> Econ. Rodrigo Sáenz Flores; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos; Junio del 2000; Pág. 466 - 472

CONCEPTO	VALOR
<b>Ventas y Precios de Venta</b>	
Porcentaje de las Ventas a Crédito	30.00%
Porcentaje de las Ventas en Efectivo	70.00%
Plazo medio de las Cuentas por Cobrar (Días)	30
Requerimiento de Saldo de Seguridad en Caja (Días)	7
Precio de Venta de la Pizza Napolitana	5.62
Precio de Venta de la Pizza de Jamón	5.65
Precio de Venta de la Pizza Especial	6.53
Precio de Venta de la Pizza de Pepperoni	6.66
Precio de Venta de las Gaseosas	0.86
Precio de Venta del Agua con Gas	1.00
Precio de Venta del Agua sin Gas	1.00
Precio de Venta de las Cervezas	0.90
Precio de Venta de los Helados	1.00
<b>Costos y Gastos de Producción</b>	
Costo de Producción Unitario de la Pizza Napolitana (Dólares)	2.66
Costo de Producción Unitario de la Pizza de Jamón (Dólares)	3.08
Costo de Producción Unitario de la Pizza Especial (Dólares)	3.27
Costo de Producción Unitario de la Pizza de Pepperoni (Dólares)	3.20
Gasto Mensual de Suministros de Producción (Dólares)	210.09
Gasto Mensual de Suministros de Limpieza (Dólares)	183.90
Gasto Mensual de Suministros de Oficina (Dólares)	146.90
Gasto Mensual de Suministros de Electricidad, Agua, Teléfono, Gas, Cable (Dólares)	618.22
Gasto Mensual en Bebidas y Helados (Dólares)	607.20
Gasto Mensual en Publicidad con respecto a las Ventas	3.00%
<b>Mano de Obra Directa</b>	
Cocinero y/o Salsero (Número)	1
Hornero de Pizzas (Número)	1
Auxiliar de Cocina (Número)	2
<b>Mano de Obra Indirecta</b>	
Gerente General (Número)	1
Asistente de Gerencia (Número)	1
Capitán de Saloneros (Número)	1
Cajero (Número)	1
Mensajero (Número)	1
Saloneros (Número)	4
<b>Sueldos de los Trabajadores</b>	
Sueldo Mensual del Cocinero (Dólares)	217.41
Sueldo Mensual del Hornero de Pizzas (Dólares)	188.06
Sueldo Mensual de los Auxiliares de Cocina (Dólares)	180.01
Sueldo Mensual del Gerente General (Dólares)	750.00
Sueldo Mensual de la Asistente de Gerencia (Dólares)	334.62
Sueldo Mensual del Capitán de Saloneros (Dólares)	290.64
Sueldo Mensual del Cajero (Dólares)	289.32
Sueldo Mensual del Mensajero (Dólares)	288.02
Sueldo Mensual de los Saloneros (Dólares)	290.64
<b>Inversión en Activos Fijos</b>	
Terreno (Dólares)	96,000.00
Obras Civiles (Dólares)	68,568.00
Maquinaria y Equipo (Dólares)	17,726.15
Muebles (Dólares)	4,244.00
Enceres (Dólares)	4,118.83

CONCEPTO	VALOR
<b>Vida Util Contable de los Activos Fijos</b>	
Obras Civiles (Años)	10
Maquinaria y Equipo (Años)	5
Muebles (Años)	5
Enceres (Años)	5
<b>Porcentaje de Salvamento de los Activos Fijos</b>	
Terreno	100.00%
Obras Civiles	25.00%
Maquinaria y Equipo	10.00%
Muebles	10.00%
Enceres	5.00%
<b>Inversión en Gastos Pre - Operativos y de Constitución</b>	
Gastos Pre - Operativos (Dólares)	5,876.56
Gastos de Constitución (Dólares)	1,000.00
<b>Inversión en Capital de Trabajo</b>	
Requerimiento de Capital de Trabajo (Dólares)	10,921.40
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	
Monto de la Deuda (Dólares)	41,165.54
Plazo del Prestamo (Años)	5
Tasa de Interes Anual	19.10%
<b>Otros Parametros de Evaluación</b>	
Porcentaje de Participación Laboral	15.00%
Porcentaje de Impuesto a la Renta	25.00%
Horizonte de Evaluación del Proyecto (Años)	5
Costo de los Recursos Propios	22.50%
Inflación Anual Esperada	7.60%

Tabla 8.1

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.3 Ventas Anuales y Mensuales en Unidades

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
<b>PIZZAS</b>					
Ventas Mensuales de Pizzas Napolitanas	865	910	958	1,009	1,062
<b>Ventas Anuales de Pizzas Napolitanas</b>	<b>10,377</b>	<b>10,923</b>	<b>11,498</b>	<b>12,103</b>	<b>12,740</b>
Ventas Mensuales de Pizzas Jamón	1,081	1,138	1,198	1,261	1,327
<b>Ventas Anuales de Pizzas Jamón</b>	<b>12,971</b>	<b>13,654</b>	<b>14,372</b>	<b>15,129</b>	<b>15,925</b>
Ventas Mensuales de Pizzas Especiales	1,297	1,365	1,437	1,513	1,593
<b>Ventas Anuales de Pizzas Especiales</b>	<b>15,565</b>	<b>16,384</b>	<b>17,247</b>	<b>18,155</b>	<b>19,110</b>
Ventas Mensuales de Pizzas Pepperoni	1,081	1,138	1,198	1,261	1,327
<b>Ventas Anuales de Pizzas Pepperoni</b>	<b>12,971</b>	<b>13,654</b>	<b>14,372</b>	<b>15,129</b>	<b>15,925</b>
<b>BEBIDAS Y HELADOS</b>					
Ventas Mensuales de Gaseosas	1,296	1,296	1,296	1,296	1,296
<b>Ventas Anuales de Gaseosas</b>	<b>15,552</b>	<b>15,552</b>	<b>15,552</b>	<b>15,552</b>	<b>15,552</b>
Ventas Mensuales de Agua con Gas	330	330	330	330	330
<b>Ventas Anuales de Agua con Gas</b>	<b>3,960</b>	<b>3,960</b>	<b>3,960</b>	<b>3,960</b>	<b>3,960</b>
Ventas Mensuales de Agua sin Gas	330	330	330	330	330
<b>Ventas Anuales de Agua sin Gas</b>	<b>3,960</b>	<b>3,960</b>	<b>3,960</b>	<b>3,960</b>	<b>3,960</b>
Ventas Mensuales de Cervezas	336	336	336	336	336
<b>Ventas Anuales de Cervezas</b>	<b>4,032</b>	<b>4,032</b>	<b>4,032</b>	<b>4,032</b>	<b>4,032</b>
Ventas Mensuales de Helados	190	190	190	190	190
<b>Ventas Anuales de Helados</b>	<b>2,280</b>	<b>2,280</b>	<b>2,280</b>	<b>2,280</b>	<b>2,280</b>

Tabla 8.2

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.4 Ventas Anuales y Mensuales en Dólares

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
<b>PIZZAS</b>					
Precio de Venta de la Pizza Napolitana	5.62	6.05	6.50	7.00	7.53
Ventas Mensuales de Pizzas Napolitanas	4,858.15	5,502.49	6,232.29	7,058.89	7,995.12
<b>Ventas Anuales de Pizzas Napolitanas</b>	<b>58,297.75</b>	<b>66,029.87</b>	<b>74,787.51</b>	<b>84,706.70</b>	<b>95,941.48</b>
Precio de Venta de la Pizza de Jamón	5.65	6.08	6.54	7.04	7.57
Ventas Mensuales de Pizzas de Jamón	6,104.16	6,913.76	7,830.75	8,869.35	10,045.71
<b>Ventas Anuales de Pizzas Jamón</b>	<b>73,249.90</b>	<b>82,965.15</b>	<b>93,968.95</b>	<b>106,432.20</b>	<b>120,548.47</b>
Precio de Venta de la Pizza Especial	6.53	7.02	7.56	8.13	8.75
Ventas Mensuales de Pizzas Especial	8,466.23	9,589.12	10,860.94	12,301.45	13,933.01
<b>Ventas Anuales de Pizzas Especial</b>	<b>101,594.78</b>	<b>115,069.45</b>	<b>130,331.30</b>	<b>147,617.34</b>	<b>167,196.06</b>
Precio de Venta de la Pizza de Pepperoni	6.66	7.16	7.71	8.29	8.92
Ventas Mensuales de Pizzas de Pepperoni	7,194.59	8,148.82	9,229.61	10,453.75	11,840.24
<b>Ventas Anuales de Pizzas Pepperoni</b>	<b>86,335.06</b>	<b>97,785.81</b>	<b>110,755.30</b>	<b>125,444.95</b>	<b>142,082.91</b>
<b>Ventas Totales Mensuales de Pizzas</b>	<b>26,623.12</b>	<b>30,154.19</b>	<b>34,153.59</b>	<b>38,683.43</b>	<b>43,814.08</b>
<b>Ventas Totales Anuales de Pizzas</b>	<b>319,477.48</b>	<b>361,850.28</b>	<b>409,843.06</b>	<b>464,201.19</b>	<b>525,768.92</b>
<b>BEBIDAS Y HELADOS</b>					
Precio de Venta de las Gaseosas	0.86	0.93	1.00	1.07	1.15
Ventas Mensuales de Gaseosas	1,114.56	1,199.27	1,290.41	1,388.48	1,494.01
<b>Ventas Anuales de Gaseosas</b>	<b>13,374.72</b>	<b>14,391.20</b>	<b>15,484.93</b>	<b>16,661.78</b>	<b>17,928.08</b>
Precio de Venta del Agua con Gas	1.00	1.08	1.16	1.25	1.34
Ventas Mensuales de Agua con Gas	330.00	355.08	382.07	411.10	442.35
<b>Ventas Anuales de Agua con Gas</b>	<b>3,960.00</b>	<b>4,260.96</b>	<b>4,584.79</b>	<b>4,933.24</b>	<b>5,308.16</b>
Precio de Venta del Agua sin Gas	1.00	1.08	1.16	1.25	1.34
Ventas Mensuales de Agua sin Gas	330.00	355.08	382.07	411.10	442.35
<b>Ventas Anuales de Agua sin Gas</b>	<b>3,960.00</b>	<b>4,260.96</b>	<b>4,584.79</b>	<b>4,933.24</b>	<b>5,308.16</b>
Precio de Venta de las Cervezas	0.90	0.97	1.04	1.12	1.21
Ventas Mensuales de Cervezas	302.40	325.38	350.11	376.72	405.35
<b>Ventas Anuales de Cervezas</b>	<b>3,628.80</b>	<b>3,904.59</b>	<b>4,201.34</b>	<b>4,520.64</b>	<b>4,864.21</b>
Precio de Venta de los Helados	1.00	1.08	1.16	1.25	1.34
Ventas Mensuales de Helados	190.00	204.44	219.98	236.70	254.68
<b>Ventas Anuales de Helados</b>	<b>2,280.00</b>	<b>2,453.28</b>	<b>2,639.73</b>	<b>2,840.35</b>	<b>3,056.22</b>
<b>Ventas Totales Mensuales de Bebidas y Helados</b>	<b>2,266.96</b>	<b>2,439.25</b>	<b>2,624.63</b>	<b>2,824.10</b>	<b>3,038.74</b>
<b>Ventas Totales Anuales de Bebidas y Helados</b>	<b>27,203.52</b>	<b>29,270.99</b>	<b>31,495.58</b>	<b>33,889.25</b>	<b>36,464.83</b>

Tabla 8.3

Elaborado por: Antonio J. Chediak

#### 8.4.1 Ventas Netas Anuales y Mensuales en Dólares

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas Mensuales	28,890.08	32,593.44	36,778.22	41,507.54	46,852.81
<b>Ventas Netas Anuales</b>	<b>346,681.00</b>	<b>391,121.27</b>	<b>441,338.64</b>	<b>498,080.43</b>	<b>562,233.76</b>

Tabla 8.4

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.5 Costos Variables de Producción Mensuales y Anuales en Dólares

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
<b>PIZZAS</b>					
Costo de Producción Unitario de la Pizza Napolitana	2.66	2.86	3.08	3.31	3.57
Costo de Producción Mensual de Pizzas Napolitanas	2,300.19	2,605.27	2,950.81	3,342.18	3,785.46
<b>Costo de Producción Anual de Pizzas Napolitanas</b>	<b>27,602.31</b>	<b>31,263.25</b>	<b>35,409.75</b>	<b>40,106.20</b>	<b>45,425.55</b>
Costo de Producción Unitario de la Pizza de Jamón	3.08	3.31	3.57	3.84	4.13
Costo de Producción Mensual de Pizzas de Jamón	3,329.23	3,770.79	4,270.91	4,837.37	5,478.96
<b>Costo de Producción Anual de Pizzas Jamón</b>	<b>39,950.72</b>	<b>46,249.44</b>	<b>51,250.95</b>	<b>58,048.44</b>	<b>65,747.50</b>
Costo de Producción Unitario de la Pizza Especiales	3.27	3.52	3.79	4.07	4.38
Costo de Producción Mensual de Pizzas Especiales	4,241.52	4,804.08	5,441.25	6,162.94	6,980.34
<b>Costo de Producción Anual de Pizzas Especiales</b>	<b>50,898.25</b>	<b>57,648.97</b>	<b>65,295.04</b>	<b>73,955.22</b>	<b>83,764.02</b>
Costo de Producción Unitario de la Pizza de Pepperoni	3.20	3.44	3.70	3.99	4.29
Costo de Producción Mensual de Pizzas de Pepperoni	3,458.94	3,917.70	4,437.31	5,025.84	5,692.42
<b>Costo de Producción Anual de Pizzas de Pepperoni</b>	<b>41,507.24</b>	<b>47,012.41</b>	<b>53,247.74</b>	<b>60,310.07</b>	<b>68,309.09</b>
Costo de Producción Total Mensual de Pizza	13,329.88	15,097.84	17,100.29	19,368.33	21,937.18
<b>Costo de Producción Total Anual de Pizza</b>	<b>159,958.52</b>	<b>181,174.07</b>	<b>205,203.47</b>	<b>232,419.94</b>	<b>263,246.16</b>
<b>Total Costos Variables</b>	<b>159,958.52</b>	<b>181,174.07</b>	<b>205,203.47</b>	<b>232,419.94</b>	<b>263,246.16</b>

Tabla 8.5

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.6 Costo de Mano de Obra Directa Mensual y Anual en Dólares

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Cocineros y/o Salseros (número)	1	1	1	1	1
Sueldo Mensual del Cocinero	217.41	233.93	251.71	270.84	291.43
Bonificaciones de Ley	102.08	103.45	104.94	106.53	108.25
<b>Sueldo Anual Total del Cocinero</b>	<b>2,711.00</b>	<b>2,910.65</b>	<b>3,125.48</b>	<b>3,356.64</b>	<b>3,605.36</b>
Homeros de Pizza (número)	1	1	1	1	1
Sueldo Mensual del Hornero de Pizza	188.06	202.35	217.73	234.28	252.08
Bonificaciones de Ley	99.63	100.82	102.10	103.48	104.97
<b>Sueldo Anual Total del Hornero de Pizzas</b>	<b>2,356.33</b>	<b>2,529.03</b>	<b>2,714.85</b>	<b>2,914.80</b>	<b>3,129.94</b>
Auxiliares de Cocina (número)	2	2	2	2	2
Sueldo Mensual de los Auxiliares de Cocina	180.01	193.69	208.41	224.25	241.30
Bonificaciones de Ley	98.96	100.10	101.33	102.65	104.07
<b>Sueldo Anual Total de los Auxiliares de Cocina</b>	<b>4,518.22</b>	<b>4,848.85</b>	<b>5,204.60</b>	<b>5,587.38</b>	<b>5,999.26</b>
<b>Costo Anual Total de Mano de Obra Directa</b>	<b>9,585.55</b>	<b>10,288.52</b>	<b>11,044.93</b>	<b>11,858.82</b>	<b>12,734.57</b>

Tabla 8.6

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.7 Costo de Mano de Obra Indirecta Mensual y Anual en Dólares

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Gerente General (número)	1	1	1	1	1
Sueldo Mensual del Gerente General	750.00	807.00	868.33	934.33	1,005.33
Bonificaciones de Ley	146.46	151.21	156.32	161.82	167.74
<b>Sueldo Anual Total del Gerente General</b>	<b>9,146.46</b>	<b>9,835.21</b>	<b>10,576.31</b>	<b>11,373.72</b>	<b>12,231.75</b>
Asistente de Gerencia (número)	1	1	1	1	1
Sueldo Mensual de la Asistente de Gerencia	334.62	360.05	387.42	416.86	448.54
Bonificaciones de Ley	111.85	113.96	116.24	118.70	121.34
<b>Sueldo Anual Total de la Asistente de Gerencia</b>	<b>4,127.29</b>	<b>4,434.58</b>	<b>4,765.22</b>	<b>5,121.00</b>	<b>5,503.82</b>
Capitán de Saloneros (número)	1	1	1	1	1
Sueldo Mensual del Capitán de Saloneros	290.64	312.73	336.50	362.07	389.59
Bonificaciones de Ley	108.18	110.02	112.00	114.13	116.43
<b>Sueldo Anual Total del Capitán de Saloneros</b>	<b>3,595.86</b>	<b>3,862.76</b>	<b>4,149.95</b>	<b>4,458.97</b>	<b>4,791.47</b>
Cajero (número)	1	1	1	1	1
Sueldo Mensual del Cajero	289.32	311.31	334.97	360.43	387.82
Bonificaciones de Ley	108.07	109.90	111.87	114.00	116.28
<b>Sueldo Anual Total del Cajero</b>	<b>3,579.91</b>	<b>3,845.60</b>	<b>4,131.49</b>	<b>4,439.10</b>	<b>4,770.09</b>
Mensajero (número)	1	1	1	1	1
Sueldo Mensual del Mensajero	288.02	309.91	333.46	358.81	386.08
Bonificaciones de Ley	107.96	109.79	111.75	113.86	116.13
<b>Sueldo Anual Total del Mensajero</b>	<b>3,564.20</b>	<b>3,828.70</b>	<b>4,113.30</b>	<b>4,419.53</b>	<b>4,749.03</b>
Saloneros (número)	4	4	4	4	4
Sueldo Mensual de los Saloneros	290.64	312.73	336.50	362.07	389.59
Bonificaciones de Ley	108.18	110.02	112.00	114.13	116.43
<b>Sueldo Anual Total de los Saloneros</b>	<b>14,383.44</b>	<b>15,451.06</b>	<b>16,599.81</b>	<b>17,835.88</b>	<b>19,165.88</b>
<b>Costo Total Anual de Mano de Obra Indirecta</b>	<b>38,397.16</b>	<b>41,257.91</b>	<b>44,336.08</b>	<b>47,648.29</b>	<b>51,212.03</b>

<b>Costo Total Anual de Mano de Obra</b>	<b>47,982.70</b>	<b>51,546.44</b>	<b>55,381.01</b>	<b>59,507.02</b>	<b>63,946.60</b>
--	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Tabla 8.7

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.8 Costos Fijos Indirectos de Producción Mensuales y Anuales en

Dólares

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costo Mensual en Suministros de Producción	210.09	226.06	243.24	261.72	281.61
<b>Costo Anual en Suministros de Producción</b>	<b>2,521.08</b>	<b>2,712.68</b>	<b>2,918.85</b>	<b>3,140.68</b>	<b>3,379.37</b>
Costo Mensual en Bebidas y Helados	607.20	653.35	703.00	756.43	813.92
<b>Costo Anual en Bebidas y Helados</b>	<b>7,286.40</b>	<b>7,840.17</b>	<b>8,436.02</b>	<b>9,077.16</b>	<b>9,767.02</b>
Costo Mensual en Suministros de Electricidad, Agua, Teléfono, Gas y Cable	618.22	665.20	715.75	770.15	828.68
<b>Costo Anual en Suministros de Electricidad, Agua, Teléfono, Gas y Cable</b>	<b>7,418.58</b>	<b>7,982.39</b>	<b>8,589.05</b>	<b>9,241.82</b>	<b>9,944.20</b>
<b>Total Costos Fijos Indirectos</b>	<b>17,226.06</b>	<b>18,535.24</b>	<b>19,943.92</b>	<b>21,489.66</b>	<b>23,090.59</b>

Tabla 8.8

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.9 Gastos Fijos de administración Mensuales y Anuales en Dólares

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Gasto Mensual en Suministros de Limpieza	183.90	197.88	212.92	229.10	246.51
<b>Gasto Anual en Suministros de Limpieza</b>	<b>2,206.80</b>	<b>2,374.52</b>	<b>2,554.98</b>	<b>2,749.16</b>	<b>2,958.09</b>
Gasto Mensual en Suministros de Oficina	146.90	158.06	170.08	183.00	196.91
<b>Gasto Anual en Suministros de Oficina</b>	<b>1,762.80</b>	<b>1,896.77</b>	<b>2,040.93</b>	<b>2,196.04</b>	<b>2,362.94</b>
<b>Total Gastos Fijos Indirectos</b>	<b>3,969.60</b>	<b>4,271.29</b>	<b>4,595.91</b>	<b>4,945.20</b>	<b>5,321.03</b>
<b>Total Costos y Gastos Fijos</b>	<b>31,598.09</b>	<b>34,540.17</b>	<b>37,779.99</b>	<b>41,347.57</b>	<b>45,278.63</b>

Tabla 8.9

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.10 Gastos de Publicidad Mensuales y Anuales en Dólares

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Gasto Mensual en Publicidad	866.70	977.80	1,103.35	1,245.23	1,405.58
<b>Gasto Anual en Publicidad</b>	<b>10,400.43</b>	<b>11,733.64</b>	<b>13,240.18</b>	<b>14,942.71</b>	<b>16,867.01</b>

Tabla 8.10

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.11 Depreciación de Activos Fijos

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Obras Civiles	68,568.00	68,568.00	68,568.00	68,568.00	68,568.00
Vida Útil Contable de las Obras Civiles	10	10	10	10	10
<b>Depreciación Anual de Obras Civiles</b>	<b>6,856.80</b>	<b>6,856.80</b>	<b>6,856.80</b>	<b>6,856.80</b>	<b>6,856.80</b>
Maquinaria y Equipo	17,726.15	17,726.15	17,726.15	17,726.15	17,726.15
Vida Útil Contable de la Maquinaria y Equipo	5	5	5	5	5
<b>Depreciación Anual de la Maquinaria y Equipo</b>	<b>3,545.23</b>	<b>3,545.23</b>	<b>3,545.23</b>	<b>3,545.23</b>	<b>3,545.23</b>
Muebles	4,244.00	4,244.00	4,244.00	4,244.00	4,244.00
Vida Útil Contable de los Muebles	5	5	5	5	5
<b>Depreciación Anual de los Muebles</b>	<b>848.80</b>	<b>848.80</b>	<b>848.80</b>	<b>848.80</b>	<b>848.80</b>
Enceres	4,118.83	4,118.83	4,118.83	4,118.83	4,118.83
Vida Útil Contable de los Enceres	5	5	5	5	5
<b>Depreciación Anual de los Enceres</b>	<b>823.77</b>	<b>823.77</b>	<b>823.77</b>	<b>823.77</b>	<b>823.77</b>
<b>Gastos Anuales de Depreciación</b>	<b>12,074.60</b>	<b>12,074.60</b>	<b>12,074.60</b>	<b>12,074.60</b>	<b>12,074.60</b>

Tabla 8.11

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.12 Amortización de Gastos Pre – Operativos y de Constitución

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Gastos Pre - Operativos	5,876.56	5,876.56	5,876.56	5,876.56	5,876.56
Periodo de Amortización de los Gastos Pre - Operativos	5	5	5	5	5
<b>Amortización Anual de los Gastos Pre - Operativos</b>	<b>1,175.31</b>	<b>1,175.31</b>	<b>1,175.31</b>	<b>1,175.31</b>	<b>1,175.31</b>
Gastos de Constitución	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Periodo de Amortización de los Gastos de Constitución	5	5	5	5	5
<b>Amortización Anual de los Gastos de Constitución</b>	<b>200.00</b>	<b>200.00</b>	<b>200.00</b>	<b>200.00</b>	<b>200.00</b>
<b>Gastos Anuales de Amortización</b>	<b>1,375.31</b>	<b>1,375.31</b>	<b>1,375.31</b>	<b>1,375.31</b>	<b>1,375.31</b>

Tabla 8.12

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.13 Amortización de la Deuda

CONCEPTO	ANO				
	1	2	3	4	5
Capital Inicial	41,165.54	32,932.43	24,699.32	16,466.22	8,233.11
Pago de Capital	8,233.11	8,233.11	8,233.11	8,233.11	8,233.11
Pago de Intereses	7,862.62	6,290.09	4,717.57	3,145.05	1,572.52
Dividendo	16,095.73	14,523.20	12,950.68	11,378.16	9,805.63
Capital Insoluto	32,932.43	24,699.32	16,466.22	8,233.11	0.00

Tabla 8.13

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.14 Valor de Salvamento de los Activos Fijos

CONCEPTO	Terreno	Obras Civiles	Maquinaria y Equipo	Muebles	Enceres
Valor de Salvamento	96,000.00	17,142.00	1,772.62	424.40	205.94
Valor en Libros	96,000.00	34,284.00	-	-	-
Utilidad (Perdida)	-	(17,142.00)	1,772.62	424.40	205.94
25% de Impuesto a la Renta	-	(4,285.50)	443.15	106.10	51.49
Valor Neto de Salvamento	96,000.00	21,427.50	1,329.46	318.30	154.46

Tabla 8.14

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.15 Calculo del Capital de Trabajo

#### 8.15.1 Necesidad de Efectivo

CONCEPTO	ANO				
	1	2	3	4	5
Total Costos y Gastos	247,399.93	273,550.77	303,082.04	336,419.57	374,043.92
Pagos de Capital	8,233.11	8,233.11	8,233.11	8,233.11	8,233.11
Gastos de Depreciación	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60
Gastos de Amortización	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31
Requerimiento Anual de Efectivo	242,183.13	268,333.97	297,865.24	331,202.77	368,827.12
Requerimiento de Saldo de Seguridad en Caja (Días)	7	7	7	7	7
Requerimiento de Efectivo	4,708.12	5,217.60	5,791.82	6,440.05	7,171.64

Tabla 8.15

Elaborado por: Antonio J. Chediak

#### 8.15.2 Inversión en Cuentas por Cobrar

CONCEPTO	ANO				
	1	2	3	4	5
Costo de Producción por Ventas a Crédito	56,031.04	62,999.35	70,857.70	79,721.52	89,721.39
Gastos de Depreciación	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60
Gastos de Amortización	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31
Gastos de Administración	42,366.76	45,529.20	48,931.99	52,593.39	56,533.06
Gastos de Publicidad	10,400.43	11,733.64	13,240.16	14,942.71	16,867.01
Total Anual Invertido en Cuentas por Cobrar	74,547.46	83,345.01	93,099.62	103,922.30	115,937.54
Plazo Medio de Cuentas por Cobrar	30	30	30	30	30
Total Invertido en el Plazo de Cuentas por Cobrar	6,212.29	6,945.42	7,758.30	8,660.19	9,661.46

Tabla 8.16

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.15.3 Requerimiento de Capital de Trabajo

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Necesidad de Efectivo	4,709.12	5,217.60	5,791.82	6,440.05	7,171.64
Inversión en Cuentas por Cobrar (30 días)	6,212.29	6,945.42	7,758.30	8,660.19	9,661.46
<b>Requerimiento Total de Capital de Trabajo</b>	<b>10,921.40</b>	<b>12,163.02</b>	<b>13,550.13</b>	<b>15,100.25</b>	<b>16,833.10</b>
Variación del Capital de Trabajo		508.49	574.22	648.23	731.58

Tabla 8.17

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.16 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado por el Método de Costeo

#### Directo

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	346,681.00	391,121.27	441,338.64	498,090.43	562,233.75
Costo Variable	159,958.52	181,174.07	205,203.47	232,419.94	263,246.16
<b>Margen de Contribución</b>	<b>186,722.48</b>	<b>209,947.20</b>	<b>236,135.16</b>	<b>265,670.50</b>	<b>298,987.59</b>
Gastos Fijos	79,578.79	86,086.60	93,161.00	100,854.58	109,225.23
Gasto Depreciaciones	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60
Gastos de Amortización	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>93,693.78</b>	<b>110,410.68</b>	<b>129,524.26</b>	<b>151,366.01</b>	<b>176,312.45</b>
Gastos Financieros (Intereses)	7,862.62	6,290.09	4,717.57	3,145.05	1,572.52
<b>Utilidad antes de Participación Laboral e Impuestos</b>	<b>85,831.16</b>	<b>104,120.59</b>	<b>124,806.69</b>	<b>148,220.96</b>	<b>174,739.93</b>
15% de Participación Laboral	12,874.67	15,618.09	18,721.00	22,233.14	26,210.99
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>72,956.49</b>	<b>88,502.50</b>	<b>106,085.68</b>	<b>125,987.82</b>	<b>148,528.94</b>
25% de Impuesto a la Renta	18,239.12	22,125.63	26,521.42	31,496.95	37,132.24
<b>Utilidad Neta</b>	<b>54,717.36</b>	<b>66,376.88</b>	<b>79,564.26</b>	<b>94,490.86</b>	<b>111,396.71</b>

Tabla 8.18

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.17 Costo de Ventas

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costo Total Anual de Producción de Pizzas	159,958.52	181,174.07	205,203.47	232,419.94	263,246.16
Mano de Obra Directa	9,585.55	10,288.52	11,044.93	11,858.82	12,734.57
Costo Total Anual de Materiales Indirectos de Producción	17,226.06	18,535.24	19,943.92	21,459.66	23,090.59
<b>Costo de Ventas</b>	<b>186,770.13</b>	<b>209,997.84</b>	<b>236,192.32</b>	<b>265,738.41</b>	<b>299,071.32</b>

Tabla 8.19

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.18 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	346,681.00	391,121.27	441,338.64	498,090.43	562,233.75
Costo de Ventas	186,770.13	209,997.84	236,192.32	265,738.41	299,071.32
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>159,910.87</b>	<b>181,123.43</b>	<b>205,146.32</b>	<b>232,352.02</b>	<b>263,162.44</b>
Gastos Administrativos	42,366.76	45,529.20	48,931.99	52,593.39	56,533.06
Gastos de Publicidad	10,400.43	11,733.64	13,240.16	14,942.71	16,867.01
Gastos de Depreciación	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60
Gastos de Amortización	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>93,693.78</b>	<b>110,410.68</b>	<b>129,524.26</b>	<b>151,366.01</b>	<b>176,312.45</b>
Gastos Financieros (Intereses)	7,862.62	6,290.09	4,717.57	3,145.05	1,572.52
<b>Utilidad antes de Participación Laboral e Impuestos</b>	<b>85,831.16</b>	<b>104,120.59</b>	<b>124,806.69</b>	<b>148,220.96</b>	<b>174,739.93</b>
15% de Participación Laboral	12,874.67	15,618.09	18,721.00	22,233.14	26,210.99
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>72,956.49</b>	<b>88,502.50</b>	<b>106,085.68</b>	<b>125,987.82</b>	<b>148,528.94</b>
25% de Impuesto a la Renta	18,239.12	22,125.63	26,521.42	31,496.95	37,132.24
<b>Utilidad Neta</b>	<b>54,717.36</b>	<b>66,376.88</b>	<b>79,564.26</b>	<b>94,490.86</b>	<b>111,396.71</b>

Tabla 8.20

Elaborado por: Antonio J. Chediak

### 8.19 Evaluación del Proyecto

CONCEPTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		54,717.36	66,376.88	79,564.26	94,490.86	111,396.71
Gasto Depreciaciones		12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60	12,074.60
Gasto Amortizaciones		1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31	1,375.31
Gastos Financieros (Intereses)		7,862.62	6,290.09	4,717.57	3,145.05	1,572.52
<b>Inversión Inicial</b>						
Terreno	(96,000.00)					
Obras Civiles	(68,568.00)					
Maquinaria y Equipo	(17,726.15)					
Muebles	(4,244.00)					
Enceres	(4,118.83)					
Gastos Pre - Operativos	(5,876.56)					
Gastos de Constitución	(1,000.00)					
Capital de Trabajo	(10,921.40)	(508.49)	(574.22)	(648.23)	(731.58)	
<b>Valor de Salvamento</b>						
Terreno						96,000.00
Obras Civiles						21,427.50
Maquinaria y Equipo						1,329.46
Muebles						318.30
Enceres						154.46
Capital Trabajo						13,383.93
<b>Flujos de Caja Nominales</b>		<b>75,521.40</b>	<b>85,542.66</b>	<b>97,083.51</b>	<b>110,354.23</b>	<b>259,032.78</b>
Tasa de Descuento Aplicable		22.50%	22.50%	22.50%	22.50%	22.50%
Factor de Descuento		0.81633	0.66639	0.54399	0.44407	0.36251
<b>Flujo de Caja Descontado</b>		<b>61,650.12</b>	<b>57,004.69</b>	<b>52,812.56</b>	<b>49,005.48</b>	<b>93,901.88</b>
<b>Flujo de Caja Acumulados</b>	<b>314,374.73</b>					
<b>Inversión Inicial</b>	<b>(208,454.94)</b>					

Valor Actual Neto Básico \$105,919.78  
Tasa Interna de Retorno 40.33%

#### VALOR ACTUAL DEL ESCUDO FISCAL

CONCEPTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Intereses de la Deuda		7,862.62	6,290.09	4,717.57	3,145.05	1,572.52
Participación Laboral e Impuesto a la Renta		36.25%	36.25%	36.25%	36.25%	36.25%
<b>Escudo Fiscal</b>		<b>2,850.20</b>	<b>2,280.16</b>	<b>1,710.12</b>	<b>1,140.08</b>	<b>570.04</b>
Tasa de Descuento Aplicable		19.10%	19.10%	19.10%	19.10%	19.10%
Factor de Descuento		0.83963	0.70498	0.59192	0.49700	0.41729
<b>Escudos Fiscales Descontados</b>		<b>2,393.11</b>	<b>1,607.47</b>	<b>1,012.26</b>	<b>566.62</b>	<b>237.87</b>
<b>Valor actual de los Escudos Fiscales</b>	<b>5,817.33</b>					

Valor Actual Neto Ajustado \$111,737.11  
Tasa Interna de Retorno Ajustada 41.05%

Periodo Real de Recuperación 3.36  
Relación Beneficio Costo 3.04

## **CAPITULO 9**

### **IMPACTO AMBIENTAL IMPUTABLE AL PROYECTO Y SU MITIGACIÓN**

#### **9.1 Antecedentes**

El Ministerio del Ambiente es el organismo encargado de supervisar a las empresas y proyectos del sector público así como privado, que pudieran causar algún tipo de daño a la biodiversidad y el medio ambiente de nuestro país.

Para este fin el Ministerio realiza su gestión mediante leyes y decretos aprobados por el Congreso Nacional.

En la actualidad las empresas y proyectos mas controlados por el Ministerio del Ambiente son las hidrocarburíferas, mineras, forestales y de obras públicas. Dichas empresas y proyectos son las que mayor impacto ambiental generan y es obligatorio para estas presentar estudios de impacto ambiental y mitigación del mismo.

El comercio por su parte es un área que no genera mayor impacto ambiental pero es importante conocer las leyes vigentes y tratar de controlar su operación para reducir cualquier daño al ambiente.

#### **9.2 Ley de Gestión Ambiental**

A continuación se presenta un extracto de la Ley del Gestión Ambiental<sup>13</sup>, el cual debe ser tomado en cuenta para la realización de proyectos de inversión.

---

<sup>13</sup> Ley No. 37. RO/245 del 30 de Julio de 1999.

**Art. 19.-** Las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

**Art. 20.-** Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

**Art. 21.-** Los Sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental, evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorias ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos.

El Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente.

**Art. 22.-** Los sistemas de manejo ambiental en los contratos que requieran estudios de impacto ambiental y en las actividades para las que se hubiere otorgado licencia ambiental, podrán ser evaluados en cualquier momento, a solicitud del Ministerio del ramo o de las personas afectadas.

La evaluación del cumplimiento de los planes de manejo ambiental aprobados se le realizará mediante la auditoria ambiental, practicada por consultores previamente calificados por el Ministerio del ramo, a fin de establecer los correctivos que deban hacerse.

**Art. 23.-** La evaluación del impacto ambiental comprenderá:

- a) La estimación de los efectos causados a la población humana, la biodiversidad, el suelo, el aire, el agua, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectada;
- b) Las condiciones de tranquilidad públicas, tales como: ruido, vibraciones, olores, emisiones luminosas, cambios térmicos y cualquier otro perjuicio ambiental derivado de su ejecución; y,
- c) La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico, escénico y cultural.

**Art. 24.-** En obras de inversión públicas o privadas, las obligaciones que se desprendan del sistema de manejo ambiental, constituirán elementos del correspondiente contrato. La evaluación del impacto ambiental, conforme al reglamento especial será formulada y aprobada, previamente a la expedición de la autorización administrativa emitida por el Ministerio del ramo

**Art. 25.-** La Contraloría General del Estado, podrá en cualquier momento, auditar los procedimientos de realización y aprobación de los estudios y evaluaciones de impacto ambiental, determinando la validez y eficacia de éstos, de acuerdo con la Ley y su Reglamento Especial. También lo hará respecto de la eficiencia, efectividad y economía de los planes de prevención, control y mitigación de impactos negativos de los proyectos, obras o actividades. Igualmente podrá contratar a personas naturales o jurídicas privadas para realizar los procesos de auditoría de estudios de impacto ambiental.

**Art. 26.-** En las contrataciones que, conforme a esta Ley deban contar con estudios de impacto ambiental los documentos precontractuales contendrán las especificaciones, parámetros, variables y características de esos estudios y establecerán la obligación de los contratistas de prevenir o mitigar los impactos ambientales. Cuando se trate de concesiones, el contrato incluirá la correspondiente evaluación ambiental que establezca las condiciones ambientales existentes, los mecanismos para, de ser el caso, remediarlas y las normas ambientales particulares a las que se sujetarán las actividades concesionadas.

### ***9.3 Identificación de los Impactos Ambientales imputables al Proyecto***

Es importante entender que por naturaleza el hombre es un destructor nato del medio ambiente. Casi todo proyecto va a causar algún tipo de impacto ambiental, que debe ser mitigado.

La existencia de restaurantes causa también algunos tipos de impactos ambientales, como por ejemplo la contaminación por olores, la contaminación de grasa en los alrededores del local, la generación de desechos sólidos y el peligro latente de la presencia de gas butano de uso doméstico, este último no solo que puede provocar un impacto ambiental, también puede cobrar vidas humanas y causar grandes daños materiales.

#### **9.4 Identificación de medidas para mitigar el Impacto Ambiental**

En lo que se refiere a grasa, olores y humo que provenga de nuestras cocinas, nosotros hemos buscado la solución que satisfaga los intereses del proyecto y de las personas que van a convivir alrededor nuestro.

En las cocinas se va a instalar un sistema de extracción de olores, con un tubo que se eleva quince metros paralelo a la estructura del edificio sobre pasándola por un metro. Dado que de manera colindante, no existen otros edificios tan altos como el que nosotros estamos ubicados, el humo y los olores saldrán libremente al exterior.

En lo que se refiere a grasa, y como parte del sistema de extracción de olores, se va a instalar un hongo extractor en el cual se encuentran unos filtros que atrapan la grasa de las cocinas y los hornos. Estos filtros deben ser cambiados constantemente para no vernos contaminados con la presencia de grasa en el local.

En el plano arquitectónico del local expuesto en el capítulo 4 del presente estudio se puede observar un área destinada a la colocación temporal de desechos sólidos generados por la producción de pizzas. Está área posee una buena ventilación y será aprovisionada de un recipiente para basura de gran capacidad de almacenamiento, fácil de limpiar y aislado del contacto con el área que lo rodea.

La basura podrá ser almacenada en dicho sitio hasta que el servicio de recolección de basura del Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito retire todos los desechos que provienen de las casas, oficinas y comercios del sector.

En lo que concierne a la presencia de cilindros de gas butano, podemos recalcar que las instalaciones para dichos recipientes se encuentran en una losa sobre el área de cocina. En dicha losa existe una pequeña caseta de hormigón debidamente ventilada, diseñada para soportar en primera instancia una explosión de un cilindro de gas de 45 kilos.

Cuando los Bomberos hagan la inspección nos indicarán si debe existir algún tipo de mejoras que precautelen la seguridad de nuestros clientes, trabajadores y vecinos.

Nosotros procederemos a la instalación de extintores de incendio en donde ellos estimen conveniente, así como mangueras y cualquier otra cosa que se nos exija para poder controlar un posible incendio.

No solo queremos producir pizzas de buena calidad y sabor, también queremos cuidar el medio ambiente mientras las hacemos.

## CAPITULO 10

### RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### **10.1 Resultados**

El presente proyecto en cada uno de sus capítulos ha expuesto resultados positivos para poner a funcionar una pizzería en el sector de La Mariscal.

En el estudio de mercado se llegó a la conclusión de que existe una demanda insatisfecha de pizzas. La existencia de esta demanda nos abre la puerta como oferentes para entrar con nuestro producto al mercado de pizzas en el sector.

La localización es inmejorable, dadas las características únicas de La Mariscal y sus futuras mejoras.

El tamaño del proyecto es lo suficientemente grande para empezar la operación, sin tener que recurrir a tecnología muy complicada para iniciar la producción de pizzas.

Las maquinarias cumplen con los requisitos para cubrir la producción esperada del proyecto y estas no necesitan de mucho mantenimiento.

El marco administrativo y legal de la empresa cumple con las necesidades para la instalación y puesta en marcha de la Pizzería. Los requisitos legales para la operación no son complicados ni tampoco muy costosos.

Como hemos podido ver en los resultados del análisis financiero del presente proyecto, la decisión correcta en este caso sería la de aceptar y ejecutar el proyecto.

En todos los casos la Tasa Interna de Retorno del proyecto esta por encima de el Costo Promedio Ponderado de Capital, lo que nos indica que el proyecto va a superar nuestras expectativas y opciones de invertir ese dinero en otros proyectos o dejar el dinero en el banco.

El Periodo Real de Recuperación del proyecto es de 3.36 años, demostrando así que a pesar de que el periodo de análisis y proyección del proyecto es mediano, no es necesario extenderlo mas y este habrá devengado la inversión en tres años, cinco meses.

El Valor Actual Neto no indica que el proyecto va a dejar una considerable ganancia al inversionista que decida ejecutar el Proyecto de instalar una Pizzería en el sector de La Mariscal.

Como ya se ha mencionado, sería bueno aceptar y ejecutar el presente proyecto en el corto o mediano plazo.

Por último ya se ha identificado el posible impacto ambiental y se ha diseñado mecanismos de contingencia, control y mitigación para dicho impacto.

## **10.2 Conclusiones**

En conclusión se considera que este proyecto, de ser llevado a la práctica, tendría el potencial necesario para cumplir con todas las expectativas y proyecciones que se han trazado sobre el papel.

Sabemos que mediante el análisis financiero del proyecto se ha obtenido datos que demuestran los beneficios económicos cuantificables de poner en marcha la pizzería.

También podemos constatar que la información del presente estudio es favorable, determinando así la existencia de una demanda insatisfecha y la posibilidad de captar un porcentaje de dicha demanda.

Podemos concluir que con la tecnología mencionada, la mano de obra necesaria y la compra de buena materia prima, podremos cumplir con la producción planificada a un buen costo que nos permita competir con las pizzerías existentes. Además el tener un precio de venta competitivo que sea accesible para la gente va a ser fundamental para la captación de clientes en el muy competitivo mundo de los restaurantes.

### **10.3 Recomendaciones**

De llegarse a ejecutar este proyecto, o, cualquier otro tipo de proyecto que tenga que ver con la satisfacción de una necesidad básica como lo es la de alimentarse, se debe entender que los locales de venta de comida, cualquiera que estos sean, exigen un gran sacrificio por parte de aquellos que los administren.

Talvez debería verse la posibilidad de aumentar la producción o abrir otros locales en la ciudad, una vez que nos hayamos dado a conocer y exista un grupo de clientes identificados con nuestro producto. De esta manera aprovecharemos todo aquel dinero destinado a publicidad la cual es muy importante para que nuestro producto ingrese al mercado.

No debemos menospreciar a la competencia pues ellos llevan mucho tiempo en el negocio de las pizzas, y en caso de Pizza Hut así como el de Domino`s Pizza están respaldadas por multinacionales que conocen muy bien el negocio y tiene muchas otras ventajas que podrían sacarnos del mercado.

Siempre existe la posibilidad de agregar otros servicios como lo son la entrega a domicilio y promociones temporales que aumentaran la clientela pero se reflejarán en los costos por lo que es necesario analizarlas a cada una en su momento dado.

Se espera que el proyecto genere un valor agregado para nuestros empleados, ya que estaremos generando empleo para la mano de obra, con un trabajo digno y bien remunerado. Se recomienda capacitar a los trabajadores, manteniéndolos motivados y comprometidos con el desarrollo de la empresa.

Por ultimo se recomienda siempre buscar maneras de brindar a nuestros clientes un servicio de calidad cada vez mejor.

### **Bibliografía**

- ❖ Econ. Rodrigo Sáenz Flores; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos; Junio del 2000
- ❖ Lawrence J. Gitman, Principios de Administración Financiera; 2000, México, Prentice Hall, Octava Edición
- ❖ William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker, Fundamentos de Marketing; 2000, México DF, México, McGraw – Hill / Interamericana Editores S.A., Onceava
- ❖ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; Preparación y Evaluación de Proyectos; McGraw – Hill, Tercera Edición
- ❖ Grupo Editorial Bibliograf, Diccionario Manual Ilustrado de la Lengua Española VOX ; Junio 1996, Barcelona, España; Ediciones Bibliograf S.A.
- ❖ Grupo Editorial Océano, Diccionario Enciclopédico Océano Uno; 1990, Barcelona España, Ediciones Océano S.A.
- ❖ Junta de Andalucía; Plan Maestro de Rehabilitación de la Mariscal.
- ❖ Ediciones Legales; Código Tributario, Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno; Software.
- ❖ Arthur Bloch, Ley de Murphy y otras razones porque las cosas salen mal; 1977, México, Editorial Diana S.A.
- ❖ Registro Oficial 245, Ley de Gestión Ambiental; 30 de Julio de 1999
- ❖ Registro Oficial 25, Tablas de Remuneraciones Básicas Unificadas Mínimas Sectoriales; 19 de Febrero del 2003
- ❖ Lcdo. Gilberto Sánchez Carrión, La Tablita Dolarizada 2003; No. 21

#### **Paginas de Internet:**

- <http://www.avernapoli.it/espstoria.htm>; La Historia de la Pizza
- <http://www.pizzahut.com/>; Pizza Hut
- <http://www.equagua.com/chfarina/> ; Ch Farina
- <http://www.supercias.gov.ec> ; Superintendencia de Compañías
- <http://www.ambiente.gov.ec> ; Ministerio del Ambiente del Ecuador
- <http://www.dominos.quikorder.com> ; Domino`s Pizza
- <http://www.industrialtaylor.com/tablmarc.htm> ; Maquinas para restaurantes
- <http://www.sri.gov.ec> ; Servicio de Rentas Internas del Ecuador

- <http://www.todo1.com> ; Servicios de Banca
- <http://www.bce.gov.ec> ; Banco Central del Ecuador
- <http://www.federalreserve.gov/releases/h15/current/> ; Reserva Federal de los Estados Unidos de Norteamérica
- <intranet.cefp.gov.mex/e-stadisticas/esta07.xls> ; Inflación Anualizada de los Estados unidos de Norteamérica

#### **Entrevistas, Consultas y Asistencias:**

- ✓ Mercedes Naranjo – Contador Público Autorizado, Contador General de Laboratorios Windsor.
- ✓ Arq. Diego Carrión Mena – Director Metropolitano de Territorio y Vivienda.
- ✓ Arq. María Eugenia Palacio Cueva – Dirigente de Equipo de Trabajo del Plan Maestro de Rehabilitación de la Mariscal
- ✓ Dra. Judith Gonzáles – Abogada de la Republica del Ecuador, Profesora de la Universidad Internacional SEK

# **Anexos**

## **Anexo 1**

**Facturas Pro forma y otra información  
relacionadas con la Inversión**

# CONCORD ASOCIADOS

Dirección: Atahualpa 0E 1 - 139. Telf: 248479 262025

## 01.- GENERALIDADES

Nombre del Propietario:	Chadiak	Telefono:	432 192
Fecha del Pedido:	12/01/2001		
Fecha de la Inspección:	12/01/2001		
Documentos proporcionados	Escrituras	Planos	Ninguno Otros

## 02.- DATOS DE INSPECCIÓN

Tipo de inmueble	Solar	Conj. Habitación.	Edificio	Con	Otros
	Salpón	Casa Unifamiliar	Dpto. Indep.	Parqueo	Otros
	Alcualcota		2do piso		

## 03.- UBICACIÓN

Provincia:	Michincha	Cantón:	Quito
Parroquia:	Floresta	Urban Lotiz:	
Manzana:		Solar:	
Calle:	Lizardo Garcia	Número:	235
Intersección:	Andrés Xaura		

## 04.- DESCRIPCIÓN

Se trata de un departamento ubicado en el segundo piso de un edificio de uso múltiple, construido en hormigón armado, con losas de entrepiso y cubierta, mampostería de bloques cerámicos. Los techos son chapados, los pisos son de tablón en áreas sociales y privadas. baldosa en cocina y vinyl en baños. Se accede al departamento por medio de gradas de hormigón armado recubiertas de parquet, con pasamanos de hierro y madera. La ventanería es de aluminio con vidrio bronceado. Las puertas interiores son de madera panelada, los muebles empotrados en cocina y baños son panelados. La puerta de ingreso es de madera panelada. Los sanitarios son Mancesa y las instalaciones eléctricas y sanitarias son empotradas. Cuenta con todos los servicios básicos de infraestructura urbana para zonas residenciales. El estado de conservación es bueno y no se observan fallas constructivas que afecten su estabilidad estructural.

Su distribución espacial es como sigue: Hall de ingreso, 1/2 baño social (Corona), 1 estudio independiente, la sala con chimenea y pared decorada con madera, comedor de fiesta, cocina con comedor del día, un cuarto para máquinas, 1 dormitorio para empleadas con baño completo. En el área privada se encuentran 1 dormitorio con baño completo independiente con cortina de baño de aluminio y mica, 2 dormitorios simples con closet, 1 baño independiente con tina, para los dos dormitorios antes citados.

La ubicación del edificio es muy buena ya que está cercano a varios hitos importantes ubicados en la avenida 12 de Octubre. A pesar de ser una zona originalmente residencial, al momento por el desarrollo de la ciudad, se está incorporando la tipología comercial, lo que revaloriza el costo del suelo urbano.

## 05.- VALORACION.

Inmueble	Area M2	Valor Unitario	Valor Total
Terrano parte Proporcional	85.00	300	25.500,00
Construcción Principal	212,91	196	41.730,36
Salones	22,8	100	2.280,00
Escaleras	12	120	1.440,00
<b>Total</b>			<b>70.950,36</b>

Setenta mil novecientos cincuenta dólares USA 36/100  
**SETENTA MIL DÓLARES USA.**

**pa-co**  
de todo ...y mucho más!

**QUIERES un clon?**  
Llévalo con **GARANTÍA**, partes originales y nuevas

**Super-clon**

**15"**

**WINDOWS XP HOME**  
(solo con equipo nuevo)  
**\$ 110.88**

**GRATIS**

Impresora Canon S-200X  
Mouse Pad  
Micrófono  
Cobertores

**PENTIUM IV 2.4 GHZ**  
Mother board Intel 845  
Disco Duro 80 GB  
Memoria Ram 256 MB  
CD-Writer / DVD Combo  
Fax Modem 56 k  
Monitor 15"

**\$ 873.60**

**\$ 173.60**

**\$ 72.80**

**\$ 309.12**

**\$ 287.62**

**\$ 84**

**\$ 76**

www.pa-co.com

NUESTROS PRECIOS INCLUYEN IVA

QUITO  
• Centro Shopping • CC Plaza Carondelet • CC El Rincón • Av. La Prensa 3123 y Nuebla  
• Colón 1480 y 9 de Octubre • San Felipe • Av. Capatzen Osorio 741 y Mariscal Sucre • Venezuela 1067

Nombre del Cliente: Antonio Chediak **COTIZACIÓN**  
 Almacén: Tumbaco Fecha: 10-06-03

ARTICULOS	CANT.	PRECIO CONTADO	DESCTO.	PRECIO OFERTA
Refrigeradora. whirlpool ETANK 21"				
Contado / 990			TELÉFONO PARASOMIC 1450	80 US\$
Hierroonda. Sanya EN101				
Contado / 119				
<b>TOTAL:</b>				
Cuota Inicial				
Plazo:				
Cuota Mensual				
Total Crédito				
Vendedor: <u>Teresa</u>	teléfono almacén:	<u>2 370 246</u>		

PRECIOS INCLUYEN I.V.A

Seguro **TOTAL GRATIS**

**COMANDATO**  
ECONOMIA Y MAS

Preios sujetos a cambios sin previo aviso. En los precios a crédito que constan en esta cotización, se encuentran incluidos los impuestos de ley y gastos de financiación.

Cotizado a: ANTONIO CHEDIAC  
TLF 2896-935

**Proforma:** LB5

Fecha: 3 Jun 2002

Pagina: 1

Codigo de Cliente:	Valido Hasta	Forma de Pago	Vendedor
CHEDIAC ANTONIO	3/7/2	Prepaid	

Cantidad	Item	Descripcion	P. Unitario	Total
2	EQU135	HORNO DE PAN 4 LATAS Modelo: EQ-HOR4LT	950,00	1.900,00
1	EQU232	CUARTO FRIO 1P Modelo:	6.800,00	6.800,00
1	CON101	MAQ. EXPRESSO CONTI BAR Modelo: SOLO	2.500,00	2.500,00

EQUIPOTEL garantiza los equipos contra defectos de fabrica por un año.

PRECIOS VALIDOS POR 15 DIAS, siempre y cuando no hayan modificaciones en el sistema monetario y/o arancelario del regimen actual.

INSTALACIONES correran por parte del comprador a menos que se especifique lo contrario. Las instalaciones eléctricas, gas, vapor, plomería u otros deberán estar de acorde con los requerimientos especificados en cada uno de los equipos aqui cotizados. Los requerimientos se basarán en el catálogo o descripción que emite el fabricante y no en si el vendedor.

<b>Subtotal</b>	11.200,00
12% I.V.A.	1.344,00
<b>Total</b>	12.544,00

May-02

# LISTA MAYORISTAS

CODIGO DESCRIPCION U/CAJA PRECIO OFERTA

## DECORADOS

D01	PLATO TENDIDO 25 CM	36	3.00	
D02	PLATO SOPA 21 CM	36	3.00	
D03	PLATO POSTRE 19 CM	36	2.00	
D04	TAZA/PLATO CAFÉ 22 CL	6	3.00	
D05	TAZA/PLATO TE 16 CL	6	2.00	
D06	TAZA/PLATO TINTO 9 CL	12	2.00	
D07	POSUELO MULTIUSO 17 CM	36	2.20	
D08	DULCERO 12 CM	36	2.00	
D09	CEVICHERO 12 CM	36	2.00	
D10	FUENTE OVALADA 33 CM	24	6.30	
D11	ENSALADERA 25 CM	8	7.60	
	JUEGO DE 20 PCS	3	51.00	30.00
	JUEGO DE 30 PCS	1	66.30	39.00
	JUEGO DE 42 PCS	1	85.00	50.00
	JUEGO DE 44 PCS	1	102.00	60.00
	JUEGO DE 56 PCS	1	114.00	67.00

## BLANCOS

B01	PLATO TENDIDO 25 CM	36	2.00	
B02	PLATO SOPA 21-CM	36	2.00	
B03	PLATO POSTRE 19 CM	36	1.30	
B04	TAZA/PLATO CAFÉ 22 CL	6	1.60	
B05	TAZA/PLATO TE 16 CL	6	1.70	
B06	TAZA/PLATO TINTO 9 CL	12	1.60	
B07	POSUELO MULTIUSO 17 CM	36	1.60	
B08	DULCERO APILABLE 12 CM	72	2.40	
B09	CEVICHERO 12 CM	36	1.40	
B10	FUENTE OVALADA 33 CM	24	4.80	
B11	ENSALADERA BLANCA 25 CM	8	5.10	
B15	PLATO BASE 30 CM	24	3.10	
B16	JARRA CREMERA	48	1.70	

EL PRECIO NO INCLUYEN EL IVA

# COMPOSICION

## JUEGO 20 PZS (4 PUESTOS)

- \* 4 PLATO TENDIDO
- \* 4 PLATO SOPA
- \* 4 PLATO POSTRE
- \* 4 TAZA CAFÉ
- \* 4 PLATO TAZA

## JUEGO 30 PZS (6 PUESTOS)

- \* 6 PLATO TENDIDO
- \* 6 PLATO SOPA
- \* 6 PLATO POSTRE
- \* 6 TAZA CAFÉ
- \* 6 PLATO TAZA

## JUEGO 42 PZS (6 PUESTOS)

- \* 6 PLATO TENDIDO
- \* 6 PLATO SOPA
- \* 6 PLATO POSTRE
- \* 6 TAZA CAFÉ
- \* 6 PLATO TAZA
- \* 6 CEBICHEROS
- \* 6 POZUELO MULTIUSO

## JUEGO 44 PZS (6 PUESTOS)

- \* 6 PLATO TENDIDO
- \* 6 PLATO SOPA
- \* 6 PLATO POSTRE
- \* 6 TAZA CAFÉ
- \* 6 PLATO TAZA
- \* 6 CEBICHEROS
- \* 6 POZUELO MULTIUSO
- \* 1 FUENTE OVALADA
- \* 1 ENSALADERA

## JUEGO 56 PZS (6 PUESTOS)

- \* 6 PLATO TENDIDO
- \* 6 PLATO SOPA
- \* 6 PLATO POSTRE
- \* 6 TAZA CAFÉ
- \* 6 PLATO TAZA
- \* 6 CEBICHEROS
- \* 6 POZUELO MULTIUSO
- \* 1 FUENTE OVALADA
- \* 1 ENSALADERA
- \* 6 TAZA TINTO
- \* 6 PLATO TINTO

Quito, Junio 01 del 2.002

OFERTA NO. 0-PIII

CLIENTE: *Antonio Chejiek*  
ATENCION :

DIRECCION:

CONDICIONES DE PAGO: CONTADO

CIUDAD: CUMBAYA  
PROVINCIA: PICHINCHA

TELF.:  
FAX:

REF.: SUMINISTRO DE PC-COMPATIBLE,  
categoria PIII

ITEM	UNIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD	V.UNITARIO	VALOR TOTAL
1	C/U	SUMINISTRO DE COMPUTADOR PC-COMPATIBLE, DE LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS: CASE ATX SUPER POWER Pentium III MAINBOARD ATX Pentium III; MICROPROCESADOR INTEL Pentium III/1.0GHz VENTILADOR PIII DISCO DURO 20GB MEMORIA DIMM 128MB FLOPPY 3.5" HD CD-ROM 52X VIDEO, SONIDO, RED, FAX MODEM 56kbps PUERTOS SALIDA: PS/2, PARALELO, USB, JOYSTICK SLOTS: PCI, AGP KEYBOARD ESPAÑOL PS/2 MOUSE ERGONOMICO PS/2 MONITOR 14" DIGITAL COLOR 0.28	1	685.10	685.10
2	C/U	IMPRESORA HP 656C DESKJET	1	74.10	74.10
SON:				<b>SUBTOTAL</b>	759.20
				<b>I.V.A. 12 %</b>	-
				<b>TOTAL</b>	759.20

USYSCOM  
*[Signature]*  
FIRMA AUTORIZADA

CLIENTE

FECHA

RECIBIDO

GARANTIA: UN ( 1 ) AÑO CALENDARIO POR DEFECTOS DE FABRICACION.  
OBSERVACIONES: SE ENTREGA EL EQUIPO CPU-COMPATIBLE FUNCIONANDO CORRECTAMENTE.

Chimborazo 650 y Av. Francisco de Orellana - Telefax: 2 892 870 - e-mail: usyscom@quik.com.ec - Cumbayá - Ecuador

Quito, Junio 01 del 2.002

OFERTA NO. O-cat-III

CLIENTE: *Antonio Córdova*  
ATENCION :

INCLUYE:

DIRECCION:

CONDICIONES DE PAGO: CONTADO

CIUDAD: CUMBAYA

TELF.:

PROVINCIA: PICHINCHA

FAX:

REF.: SUMINISTRO DE PC-COMPATIBLE,  
categoría III

ITEM	UNIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD	V.UNITARIO	VALOR TOTAL
1	C/U	SUMINISTRO DE COMPUTADOR PC-COMPATIBLE, DE LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS: CASE ATX SUPER POWER Pentium III MAINBOARD cat. III MICROPROCESADOR 1.0 MHz VENTILADOR PIII DISCO DURO 20GB MEMORIA DIMM 128MB FLOPPY 3.5" HD CD-ROM 52X VIDEO, SONIDO, RED, FAX MODEM 56kbps PUERTOS SALIDA: PS/2, PARALELO, USB, JOYSTICK SLOTS: PCI, AGP KEYBOARD ESPAÑOL PS/2 MOUSE ERGONOMICO PS/2 MONITOR 14" DIGITAL COLOR 0.28  <i>Supresión monitor LX-300-8DC</i>	1	568.10	568.10
SON:				SUBTOTAL	568.10
				I.V.A. 12 %	-
				TOTAL	568.10

*# 2582*

U S Y S C O M

USYSKOM

*[Signature]*

FIRMA AUTORIZADA

CLIENTE

FECHA

RECIBIDO

GARANTIA: UN (1) AÑO CALENDARIO POR DEFECTOS DE FABRICACION.

OBSERVACIONES: SE ENTREGA EL EQUIPO CPU-COMPATIBLE FUNCIONANDO CORRECTAMENTE.

Chimborazo 650 y Av. Francisco de Orellana - Telefax: 2 892 870 - e-mail: usyscom@quik.com.ec - Cumbayá - Ecuador

*Dr. Walter Cabezas Flor*

ABOGADO

Matricula 1202  
Casillero Judicial 1265

Clemente Ponce 229  
Of. 104 - Telf. 554-428  
Junto al Min. de Trabajo  
Domicilio: 434-687 - 434-508 - Quito

Quito, 26 de Mayo del 2003

Señorita  
María Cristina Zambrano  
Presente.-

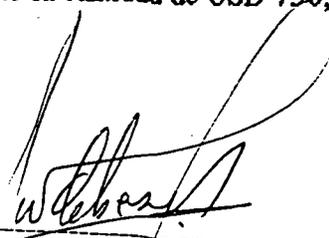
De mis consideraciones:

Dando atención a nuestra conversación telefónica, manifiesto a usted que los gastos de constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada; cancelando derechos de del Notario, Junta de Defensa Nacional, Municipio, Afiliación a la Cámara, Publicación del Extracto por la Prensa, Derechos de Registro Mercantil, y más gastos menores, tomando en cuenta que se constituirá con el mínimo de Capital permitido por la Ley, es de USD 350,00

Los Honorarios Profesionales, con el compromiso de entrega de la minuta Aprobada, Apertura de Libros de Juntas Generales, Libro de Socios y Accionistas, Nombramientos de Dignatarios y trámite en el Servicio de Rentas Internas, para la obtención del RUC, sería el de USD 400,00.

Por lo que además del depósito en la Cuenta de Integración de Capital, en el Banco que usted elija y a fin de agilizar los trámites, le rogaría de estar usted de acuerdo enviarme un cheque o dinero efectivo por la cantidad de USD 750,00.

Muy Atentamente,

  
-----  
*Dr. Walter Cabezas Flor*  
• B O G A D O  
MATRICULA 1202 • CASILLERO 1265  
T 554-428 - Quito



*Edmundo Pizarro V.*

ALEJO BRUIZ MZ. 3. CASA 2. URB. STA. ANITA  
TELEF. 627-355 - OFICINA URB. STA. ANITA,  
CALLE E. MZ. 16. PASAJE L - TELEF. 627-432

Quito, 23 de Mayo del 2003

Señorita  
María Cristina Zambrano  
Presente.-

Estimada Señorita:

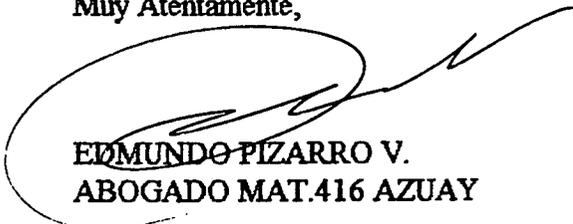
En atención al encargo por usted realizado a mi oficina, debo manifestarle que para la formación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, tomando en cuenta que se constituirá con el mínimo Capital permitido por la Ley, los gastos más o menos, son del orden de USD 400,00.

Mis honorarios profesionales en los que se incluye lo Libros Sociales, y la entrega del RUC, son USD 400,00 .

800

Para proceder a solicitar la Aprobación de la Razón Social, le rogaría se me envíe de ser favorable esta mi cotización la cantidad total de los rubros para el ágil trámite del mismo.

Muy Atentamente,



EDMUNDO PIZARRO V.  
ABOGADO MAT.416 AZUAY



# OFIEQUIPOS

12 años de experiencia que respaldan su inversión

Quito, 29 de Marzo del 2003

Sra.  
Cristina Zambrano  
Presente.-

De mi consideración:

A continuación le presentamos la cotización de la caja registradora que disponemos por el momento, con su respectiva forma de pago:

MODELO	OPTIMA CR 500
PRECIO	USD 589 + IVA
FORMA DE PAGO	CONTADO
	CREDITO 6 MESES
TARJETAS DE CREDITO	DINERS, VISA, AMERICAN EXPRESS

Para mayor información, favor acercarse a nuestras oficinas.

Carondelet 120 y Av. 10 de Agosto.  
Telf: 2254274 / 2254275 / 2455528  
Telefax: 2434906  
Quito - Ecuador

**WALTER RÍOS**  
 GERENTE

Via Victoria 1382 y Cordero  
 Quito - Ecuador  
 Tel: 2 525-952

Cel.: (09) 9 214 929  
 Beeper: 2 555 000  
 E-mail: walterrios@andinanet.net

VIA 1382 Y CORDERO  
 2525-952/09214-929

**CONCORDE**  
 Vajilla, Cristalería, Cubertería  
 Artículos en Acero Inoxidable  
 Y Equipamiento Industrial

FECHA: Quito, 27 de Marzo del 2003.  
 EMPRESA: S.L.  
 CLIENTE: Sta. Cristina Saubrano.  
 TELEFONO: 2 434141.

**PROFORMA**

CANTIDAD	ARTICULOS	V.UNITARIO	V.TOTAL
1	Plato postre.	2.40	-
1	Plato y taza café	3.90	-
1	Plato Tostado	2.80	-
1	Azucarera	6.00	x
1	Saleros	2.30	x
1	Jarras	12.00	x
1	Salcera gde	1.80	x
1	Salcera pequeña	2.10	-
1	Jgo de Pastelería 3 piezas tipo Industrial	180.00	-
1	molde redondo	14.00	14.00
	Vaso Cerveza	1.80	0.45
	Jarro Cerveza	1.80	x
	Vaso Whisky	0.45	-
	Copa vino	2.30	-
	plato y taza tinto	3.20	x
	Vaso tequila	0.35	-
	Jarra de 1.5 lts.	2.95	-
	Cuchara para helado	15.00	-
	Mangua pasteleria	14.00	-
*	de agua dulce	95.00	-
	Jgo de cubiertos 4 piezas	2.80	-
*	Batidora	195.00	-
	Vaso jugo	0.45	-
	Celador de malla	18.00	-
	Olla aluminio	20.00	-
	Servilletas	1.50	-
	Descorchador	16.00	-
	Chancel de servicio	22.00	-
	Cuchara de servicio	6.00	x

ATENTAMENTE

  
 WALTER RÍOS

COTIZACION # 00001768 - 001  
SR.(ES) : ZAMBRANO CRISTINA

Quito, 28 de MARZO de 2,003

TELEFONO : 2434141  
CIUDAD : QUITO  
ESTA OFERTA TIENE VALIDEZ DE 30 DIAS CONTADOS A PARTIR DE ESTA FECHA

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
001	1	<b>CAFETERA EXPRESS CON MOLINO</b> Marca CREM Mod. MCIE4CC092GR  Máquina semiautomática con motobomba volumétrica incorporada Dotada de doble válvula de retención y filtro de partículas sólida. Caldera de cobre con intercambiador térmico por grupo y válvula de purga. Un grifo de vapor modelo 2 grupos. Grifo vaciado de caldera y limpieza tubo desague. Grupo de rotación con cámara de preinfusión directa Incluye molino automático para café dosificador ajustable de 5 a 12 gr. Motor de 445 w. dotado de protección térmica. Fabricación española.	2.380.00	2.380.00
002	1	<b>CAFETERA EXPRESS</b> Marca CREM Mod. MCIN4SP112GR  Máquina semiautomática con motobomba volumétrica incorporada Dotada de doble válvula de retención y filtro de partículas sólida. Caldera de cobre con intercambiador térmico por grupo y válvula de purga. Un grifo de vapor y otro de agua modelo 2 grupos. Grifo vaciado de caldera y limpieza tubo desague. Grupo de rotación con cámara de preinfusión directa Fabricación española.	1.969.00	1.969.00
003	1	<b>MOSTRADOR REFRIGERANTE</b> Marca CODEHOTEL Mod. UR-4  Mostrador refrigerante horizontal corriente de 4 bandejas. terminado en lámina pintada al horno exterior e interior en aluminio estuco y vidrio curvo en el frente. Unidad compresora de 1/3 HP. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación nacional. Dimensiones: 1650 mm de largo 780 mm de ancho 1250 mm de alto	1.583.00	1.583.00
004	1	<b>MAQUINA PARA HOT DOGS</b> Marca GOLD MEDAL Mod. 8002  Máquina para hot dogs con capacidad para 36 salchichas. tipo regular. con domo iluminado y calentador de panes incluido. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación americana.	1.300.00	1.300.00
005	1	<b>FREIDORA DE PAPAS</b> Marca IMPERIAL Mod. IFS-40		

COTIZACION # 00001768 - 002

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
		<p>Freidor industrial de papas con una capacidad de 40 a 45 lbs de aceite y una producción de 72 lbs. de papas por hora. Construcción en acero inoxidable integramente. 3 quemadores que producen 105000 BTU/H. Con termostato que va de 200 a 400 grados F. Sistema de apagado 100% seguro. Cicurcuito de control de temperatura Millivolt. Incluye 2 canastillas extra reforzadas recubierta con vinyl. Conexión de gas posterior. válvula d 1 1/4" para drenaje de aceite. Funcionamiento a gas. Fabricación americana.</p>	1,510.00	1,510.00
006	1	<p><b>EXTRACTOR MANUAL DE CITRICOS</b>                      Marca HAMILTON BEACH Mod. 932</p> <p>Extractor manual de citricos. Con extractor facilmente movible para limpieza. Base fabricada en hierro. Con mango de accionamiento manual. Fabricación americana.</p>	296.00	296.00
007	1	<p><b>CORTADORA DE PAPAS</b>                      Marca HALCO Mod. K375</p>	140.00	140.00
008	1	<p><b>HORNO PARA PAN</b>                      Marca CODEHOTEL Mod. H8L</p> <p>Horno para pan de 8 gavetas. construcción en combinación de acero inoxidable el frente y lámina pintada al horno laterales. Funcionamiento a gas. Incluye 8 latas y termostato. Fabricación nacional.                      Dimensiones: 1360 mm de largo 960 mm de ancho 1620 mm de alto</p>	1,496.00	1,496.00
009	1	<p><b>LICUADORA</b>                      Marca HAMILTON BEACH Mod. 911</p> <p>Licuadora de 1/2 galón de capacidad. recipiente en acero inoxidable. Motor autolubricado de 2 velocidades. Cuchillas en acero inoxidable. Manija para una operación más segura. tapa con orificio llenador. Aprobado por la NSF, CSA y UL. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación americana.</p>	332.00	332.00
010	1	<p><b>BATIDOR DE MILK SHAKE</b>                      Marca HAMILTON BEACH Mod. 936</p> <p>Batidor de milk shake de 1 motor. 1 vaso en acero</p>		

COTIZACION # 00001768 - 003

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
		inoxidable. 3 velocidades alta, baja y media. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. El vaso activa automáticamente el comienzo y apagado del motor. Patas en caucho con tóxico y resistente a golpes para dar mayor estabilidad. Fabricación americana.	360.00	360.00
011	1	<b>BATIDORA</b> Marca KITCHEN AID Mod. K5SSWH		
		Asistente de cocina para 10 velocidades. Capacidad 5 litros. Recipiente en acero inoxidable. Accesorios: 1 batidor rancho, 1 batidor plano y 1 batidor globo. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación americana.	568.00	568.00
012	1	<b>SANDUCHERA INDUSTRIAL</b> Marca TIASMASTER Mod. A710		
		Sanduchera industrial construida en lámina de acero inoxidable, plancha de fundición de aluminio, luz piloto para indicar encendido. Control termostático. Capacidad total 1.65 kw. Capacidad 9 sánduches. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación americana.	1.100.00	1.100.00
013	1	<b>MESA DE TRABAJO 1</b> Marca CODEHOTEL Mod. MT		
		Mesa de trabajo, tope fabricado en acero inoxidable 304 tipo 18-8 de 1 mm. de espesor. Base abierta con estructura tubular galvanizada y regatones de altura regulable. Fabricación nacional. Dimensiones: 1000 mm de largo 760 mm de ancho 850 mm de alto	247.00	247.00
014	1	<b>FREGADERO INDUSTRIAL</b> Marca CODEHOTEL Mod. F1P		
		Fregadero industrial de 1 pozo de 60 x 60 x 27 cm., fabricado en acero inoxidable 304 tipo 18-8 calibre 16. Espaldar sanitario de 17 cm. de alto. Patas de estructura tubular galvanizada con regatones de altura regulable. Incluye grifería FV y desagüe. Fabricación nacional. Dimensiones: 740 mm de largo 760 mm de ancho 850 mm de alto	610.00	610.00
015	1	<b>ESTANTERIA</b>		

COTIZACION # 00001768 - 004

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
		<p>Marca CODEHOTEL Mod.</p> <p>Estantería en alambre con recubrimiento de pintura electros-tática. 5 entrepaños de altura regulable. Estructura tubular Fabricación nacional.</p> <p>Dimensiones: 1200 mm de largo 600 mm de ancho 1800 mm de alto</p>	285.00	285.00
016	1	<p><b>COCINA INDUSTRIAL</b></p> <p>Marca CODEHOTEL Mod. C4Q1H1P</p> <p>Cocina industrial de 4 quemadores. 1 plancha freidora en hierro fundido de 15 mm. de espesor. y 1 horno con termostato. Equipada con quemadores de procedencia americana. 2 quemadores de 20.000 BTU/H y 2 quemadores de 40.000 BTU/H. Terminada en combinación de acero inoxidable y lámina pintada al horno. Funcionamiento a gas. Fabricación nacional. Tipo pared.</p> <p>Dimensiones: 1400 mm de largo 930 mm de ancho 850 mm de alto</p>	1.882.00	1.882.00
017	1	<p><b>VITRINA REFRIGERANTE</b></p> <p>Marca CODEHOTEL Mod. VVR1PLAI</p> <p>Vitrina vertical refrigerante de 1 puerta de lámina. Terminada en acero inoxidable 304 tipo 18-8 exterior e interior en aluminio estuco. Unidad compresora de 1/3 HP. Funcionamiento eléctrico 115/60/1. Fabricación nacional. Capacidad 21 pies cúbicos.</p> <p>Dimensiones: 900 mm de largo 750 mm de ancho 2000 mm de alto</p>	1.895.00	1.895.00

FORMA DE PAGO : 70% al pedido y 30% contra entrega  
 TIEMPO DE ENTREGA : 6 A 8 SEMANAS  
 GARANTIA : Un año por defectos de fabricación

SubTotal US\$ : 17.953.00  
 +12% I.V.A. : 2.154.36  
 Total : 20.107.36

CODEHOTEL S.A.

VIVIANA CONDOR



# COTIZACION

Fecha 17 ABRIL 03

Telfs: \_\_\_\_\_

Nombre CASTINA CAMBRANO

C.I. \_\_\_\_\_

Dirección/Trabajo \_\_\_\_\_

**PRECIOS INCLUYEN IVA**

Modelo	Descripción	Contado	Oferta
191350-E	REFRIGERA -IND-10" N/F	✓	335. <sup>00</sup>
100MM08B	Yicooda. Electro '07. PERILLA	✓	93. <sup>44</sup>
103338	T.V. (PANASONIC) SAMSUNG	✓	480. <sup>00</sup>
Extract-olor. 72 80		<b>TOTAL</b>	Vigenda de la oferta 8 P.D.

Observaciones Más Recibo el T.C.

Crédito Directo 2

Tarjeta de Crédito

Cuota inicial

Saldo a financiar (1-2)

Almacén PAU-ZARDIN Vendedor SNEIDER MURCIA

Interés

En caso de atraso en los pagos, se cobrará un interés por mora equivalente a la tasa pactada, incrementada en un 10%. Además del 10% sobre el valor de la cuota, en reconocimiento al costo de la gestión de cobro.

12 Cuotitas mensuales 46.<sup>22</sup>

Total a pagar (2+3+4)

T/C. PINERS  
DEFERIDO



## Créditos Económicos

Precios sujetos a cambio sin previo aviso - Precios y cuotas incluyen IVA

# COTIZACION

Fecha 17/04/03 Telf: \_\_\_\_\_

Nombre Cristina Campuzano

Dirección/Trabajo \_\_\_\_\_

PRECIOS INCLUYEN IVA

Modelo	Descripción	Contado
99350-E	HEARTBEAT - IND - 10" N/F	335.00
400M08B	Yacoda. Electr. OT. PERILLA	93.44
CT3338	T.V. (PANASONIC) SAMSUNG	480.00
	Extructor color 72 80	
	<b>TOTAL</b>	<b>898.44</b>

Vigencia de la oferta

8 días

Observaciones

Mes Rentio o D/C

Crédito Directo

2

Tarjeta de Crédito

Cuota inicial

Saldo a financiar  
(1 - 2)

Interés

Almacén

PIU ZARDIN

Vendedor

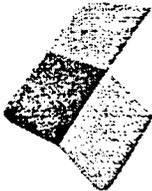
SNEIDER MUCIF

En caso de atraso en los pagos se cobrará un interés por mora equivalente a la tasa legal pactada, incrementada en un 10%. Además del 10% sobre el valor de la cuota, en reconocimiento al costo de la gestión de cobro

12 Cuotas mensuales 46.27

Total a pagar  
(2 + 3 + 4)

T/C DIVERS DEFEERDO



## Créditos Económicos

Precios sujetos a cambio sin previo aviso - Precios y cuotas incluyen IVA

# CEYESE Cia. Ltda.

CONCESIONARIO UNILEVER

Quito, 27 de marzo del 2003

Srta.  
Cristina Zambrano  
Presente.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo por parte del **Departamento de Ventas de CEYESE Cia. Ltda.** y a continuación le indicamos la **cotización de nuestro producto el cual** le es conveniente para su negocio:

- Tarror: 10 litros.
  - Pingüino: USD 16.81
  - Top: USD 25.73
  - Tentación: USD 25.73

Los precios presentados ya incluyen IVA.

Cualquier duda o comentario al respecto estaremos gustosos de atenderle.

Atentamente,

  
GERENCIA DE VENTAS

RETA MARE 395

CONTADO: 409

12 PAGOS DINERS

37,30

447,65

CONGELADOR EASA CH81

CONTADO - 611

12 PAGOS DINERS

55,73

668,76

RECONOCIDO  
SANTIAGO

SANTIAGO GUARDO

8953-101 099023144

Carpintec Wilson Paucar

Nº Factura Proforma  
FORMA VENUS DV-04G

2-896-137

AUTORIZACION S.R.L. No.

SR (ES) <b>Antonio Chediak</b>	RUC.C.I. <b>171216802-8</b>	Ciudad: <b>Quito</b>	FECHA: <b>3/06/02</b>
DIRECCION:	TELF.: <b>2896-935</b>	VENDEDOR:	
FAX:			

N. PED./O. COMPRA Nº	GUIA DE REMISION Nº	FORMA DE PAGO:
----------------------	---------------------	----------------

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	VALOR TOTAL	TARIFA IVA
86	Sillas Laurel Respaldo Recto	35	3010	
6	Mesas 0,75cm alto x 60 fondo x 1,40 largo	40	240	
5	Mesas 0,75cm alto x 0,60 fondo x 1,10 largo	40	200	
3	Mesas Redondas 1,00mt. diametro	70	210	
1	Mueble 2 cajones 3repisas	120	120	

VENTAS CON TARIFA 0%	VENTAS CON TARIFA %	(1)	SUBTOTAL	\$ 3780
DESCUENTOS (-)	DESCUENTOS (-)	(2)	TOTAL DESC.	(-)
BASE IMPONIBLE DEL I.V.A.	(1) MENOS (2) =	(X)	12 % IVA	(-) 453,60
SON			TOTAL	\$ 4233,60
OBSERVACIONES	FIRMA DEL CLIENTE			

Este Comprobante de Venta cumple con los requisitos del Reglamento de Facturación R.O. # 222 del 26-06-99 (Leer el instructivo al reverso) FORMA VENUS DV-04G FACTURA

Hugo Vaca Carpinero

Nº Factura Proforma  
FORMA VENUS DV-04G

AUTORIZACION S.R.I. No.

SR. (ES) <i>Antonio Chechiak</i>	RUC. C.I. <i>171216802-8</i>	CIUDAD: <i>Caucho</i>	FECHA: <i>3/06/02</i>
DIRECCION:	TELF. <i>2-896-935</i>	VENDEDOR:	
FAX:			

N. PED. O. COMPRA Nº:	GUIA DE REMISION Nº:	FORMA DE PAGO:
-----------------------	----------------------	----------------

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	VALOR TOTAL	TARIFA IVA
86	Sillas Laurel Simples	20	1720	
6	Mesas 0,75 x 0,60 x 1,40	50	300	
5	Mesas 0,75 x 0,60 x 1,10	40	200	
3	Mesas Redondas Pequeñas	60	180	
1	Mueble con 2 cajones y 3 repisas	120	120	

VENTAS CON TARIFA 0%	VENTAS CON TARIFA %	(1)	SUBTOTAL	\$ 2520
DESCUENTOS (-)	DESCUENTOS (-)	(2)	TOTAL DESC.	(-)
BASE IMPONIBLE DEL I.V.A.		(X)	12 % IVA	(-) 302,40
SCN			TOTAL	\$ 2822,40

OBSERVACIONES:

*Hugo Vaca*

FIRMA DEL CLIENTE

Este Comprobante de Venta ES VALIDO, SI CUMPLE con los requisitos del Reglamento de Facturación R.O. # 222 del 26-06-99 (Leer el instructivo al reverso) FORMA VENUS DV-04G FACTURA

Lo Nuevo y Lo Viejo

**NOTA DE VENTA**  
 N° **01615**  
 FORMA VENUS DV-01

PLC  
 DIRECCION: C.C. El Bosque C-21  
 TEL.: FAX:

CIUDAD: FECHA:

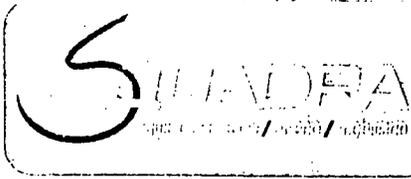
CLIENTE:		RUC/CL:
DIRECCION:		TELE: FAX:
N. PLD/O COMPRA N°	N. DE ENTREGA N°	FORMA DE PAGO:
TRANSPORTE:		VENDEDOR:

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Mesa Modelo Especial	210	210
1	Silla Modelo Especial	85	85

VENTAS CON TARIFA 0% S/.	VENTAS CON TARIFA 10% S/.	(1)	SUBTOTAL	S/.
DESCUENTOS (-)	DESCUENTOS (-)	(2)	TOTAL DESC.	(-)
BASE IMPONIBLE DEL IVA: (1) MENOS (2) = S/.		(X)	10% IVA	(+)
SON:			<b>TOTAL →</b>	S/. <b>295</b>

OBSERVACIONES:

\_\_\_\_\_ FIRMA DEL CLIENTE



CLIENTE: CRISTINA ZAMBRANO

TELÉFONO:

FECHA: 16/04/03

TIEMPO DE VALIDEZ: 15 DÍAS

PROFORMA No.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
1	SILLA MODERNA CAFETERIA, ASIENTO Y ESPALDAR EN MADERA POSTORNADA ESTRUCTURA METALICA	65	
1	MEJA CUBIK .75X.75 ESTRUCTURA METALICA SUP. VIDAS 8MM.	116	
1	MEJA CUBIK .75X1.40 ESTRUCTURA METALICA SUP. VIDAS 8MM	197	

CONDICIONES DE PAGO

TOTAL

Av. Coruña 1311 y San Ignacio C.C. Via Coruña  
Telf.: 593 (2) 2564 864 Cel: 09 973 1494  
Quito - Ecuador

POR SQUADRA

## **Anexo 2**

**Facturas Pro forma relacionadas con los Costos  
Directos de Producción**





**PROLOCEKI S.A.**  
**LISTA DE PRECIOS**

PRODUCTO	DETALLISTA		P.V.P
	SIN IVA	CON IVA	
<b>CREMAS</b>			
CREMA HIERBAS 0.25 KG	0.74	0.83	0.95
CREMA AGRIA 0.25 KG	0.74	0.83	0.95
CREMA NATURAL 0.25 KG	0.54	0.60	0.70
CREMA AGRIA 1 KG	1.95	2.18	2.62
CREMA NATURAL 1 KG	2.00	-	2.40
<b>MANTEQUILLAS</b>			
MANTEQUILLA SIN SAL GRANEL KG	2.71	-	3.30
MANTEQUILLA SIN SAL 1 KG	2.88	-	3.50
MANTEQUILLA CON SAL 250 GR	0.93	1.04	1.20
<b>QUESO FUNDIDO</b>			
Q FUNDIDO AMERICANO 50 LONJAS 1 KG	4.49	5.03	6.00
Q FUNDIDO SNACKY CHEESE EN POMO 210 GR	2.05	2.29	2.76
<b>QUESO MADURO BLOQUE EN LONJAS</b> <span style="float: right;">÷ 2 = 1,15</span>			
Q MADURO JAVIERINO RECTANGULAR 2.6 KG	5.19	5.81	7.00
Q MADURO HOLANDES RECTANGULAR 2.6 KG	5.19	5.81	7.00
Q MADURO SANDUCHE RECTANGULAR 2.6 KG	5.19	5.81	7.00



PROLOCEKI S.A.  
LISTA DE PRECIOS

PRODUCTO	DETALLISTA		P.V.P
	SIN IVA	CON IVA	
<b>QUESO FRESCO</b>			
Q CAMPIÑA 900 GR	3.11	3.48	4.00
Q CAMPIÑA 450 GR	1.67	1.87	2.15
Q RICOTTA BOLA 1.5 KG	2.49	2.78	3.20
Q RICOTTA BOLA 500 GR	1.55	1.74	2.00
Q REQUESON RECTANGULAR 500 GR	1.55	1.74	2.00
Q CRIOLLO RECTANGULAR 4 KG	3.38	3.78	4.35
<b>QUESO MOZARELLA</b>			
Q MOZARELLA 900 G	3.73	4.18	4.80
Q MOZARELLA 700 GR	2.87	3.22	3.70
Q MOZARELLA 500 GR	2.18	2.44	2.80
Q MOZARELLA 200 GR	1.01	1.13	1.30
Q MOZARELLA PERA OVALADO 100 GR	0.54	0.61	0.70
Q MOZARELLA EMBUTIDO 600 GR	2.64	2.96	3.40
Q MOZARELLA EMBUTIDO 400 GR	1.86	2.09	2.40



**PROLOCEKI S.A.**  
**LISTA DE PRECIOS**

PRODUCTO	DETALLISTA		P.V.P
	SIN IVA	CON IVA	
<b>YOGURT CON TROZOS</b>			
TROZOS VASO 200 GR	0.30	0.34	0.40
TROZOS VASO CEREAL 150 GR	0.37	0.42	0.50
TROZOS VASO BI-PACK 150 GR	0.48	0.54	0.65
TROZOS POMA 1KG	1.35	1.51	1.80
TROZOS POMA 2KG	2.66	2.98	3.55
<b>YOGURT NATURAL</b>			
NATURAL SIN SABOR POMA 1 LT	1.31	1.47	1.75
NATURAL SIN SABOR POMA 1/2 LT	0.75	0.84	1.00

PRODUCTOS		P. EX. P. CAJA	P. EX. P. + IVA CAJA	P. V. P.
<b>LECHE EN FUNDA</b>	10	4,15	4,15	0,48
2 Vita Leche Polietileno Pura Nata	x	x	x	x
1 Vita Económica o ayuda social	x	x	x	0,24
45 Vita Leche Polietileno 1/2 litro				
<b>PRODUCTOS U.H.T.</b>	12	8,32	8,32	0,85
19 Leche entera un litro	12	8,32	8,32	0,85
25 Leche semidescremada un litro	12	9,60	10,75	1,05
32 Leche chocolate un litro	24	7,29	7,29	0,42
44 Leche Vita Tetrafino UHT 500 ml.	24	4,80	4,96	0,35
23 Leche entera 200 ml.	24	5,47	6,13	0,35
Leche de sabores de 200 ml. (chocolate, vainilla, naranja y frutilla)				
20 22 24 21				
<b>MANTEQUILLA</b>	20	30,88	34,59	2,08
7 Vitamantequilla 500 grs. con sal	44	36,17	40,51	1,15
8 Vitamantequilla 250 grs. con sal	70	22,40	25,09	0,55
9 Vitamantequilla 125 grs. con sal	20	30,88	34,59	2,08
12 Vitamantequilla 500 grs. sin sal	44	36,16	40,50	1,15
13 Vitamantequilla 250 grs. sin sal	70	22,40	25,09	0,55
14 Vitamantequilla 125 grs. sin sal	x	x	x	x
16 Vitamantequilla al granel kilo				
<b>VITAYOGUR!</b>	x	x	x	0,30
31 Yogurt en vaso 200 ml.	x	x	x	1,20
4 Yogurt 1litro botella	x	x	x	3,20
36 Vita Manjar al granel	x	x	x	0,58
35 Vita Manjar	x	x	x	1,80
36 Queso Don Mateo 450 grs.	x	x	x	x
8 Crema de leche Litro. sin envase	x	x	x	0,40
47 Crema de leche funda 250grs.	x	x	x	3,60
41 Vita Licor				

Atención: Sra. Nelida Carrera de Zambrano  
Fax: 2434-141

LISTA DE PRECIOS

PRODUCTOS	POR KG AL GRANEL		200 GR AL VACIO		300 GR AL VACIO		500 GR AL VACIO	
	\$	P.V.P	\$	P.V.P	\$	P.V.P	\$	P.V.P
Salchichas								
Vienés	3.51	4.72			1.28	1.72	1.98	2.66
Peladas	3.51	4.72			1.28	1.72	1.98	2.66
Peladas Gigantes	3.51	4.72						
Botones	5.54	7.45			1.89	2.54	3.00	4.03
De Freir	5.54	7.45					3.00	4.03
Cervelats	4.34	5.83					2.40	3.23
Olmás	4.29	5.77					2.38	3.20
Cipolatas	4.40	5.91					2.43	3.27
Cocktail	4.22	5.67			1.49	2.00	2.34	3.14
Colombianas	3.75	5.04					2.11	2.84
Embutidos Especial	6.95	9.34						
Emmental	5.30	7.12					2.88	3.87
Frankfurter Nat.	4.05	5.44			1.44	1.94	2.25	3.02
Frankfurter Esp. Natural	5.61	7.54						
Frankfurter Plástico	3.85	5.17						
Longaniza Praga	5.40	7.26			1.85	2.49		
Longaniza Serrana	3.91	5.26						
Morcillas De Sangre	4.42	5.94			1.55	2.08	2.44	3.28
Schublig	6.41	8.62						
Vienés Popular	2.30	3.09	0.79	1.06	0.92	1.24	1.38	1.85
Vienés Popular	2.41	3.24	1 kg al vacio					
Gigante Popular	2.30	3.09						
Gigante Popular	2.41	3.24	1 kg al vacio					
Choricillo	6.35	8.53			2.13	2.66		
Chorizo Suizo	6.13	8.24						
Chorizo Argentino	6.17	8.29						
Masa De Chorizo	5.19	6.98						
Came Ahumada	11.82	15.89						
Chuleta Ahumada	7.44	10.00						
Tocino Ahumado	6.26	8.41						
Tocino Cortado	7.91	10.63	2.28	3.06				
Jamón Americano	7.01	9.42	1.70	2.28				
Jamón De Espalda	4.89	6.57	1.28	1.72			2.67	3.59
Jamón De Pierna	7.89	10.60	1.88	2.53				
Jamón Praga	10.09	13.56						
Pierna De Jamón	9.07	12.19						
Jamón Selva Negra	12.86	17.28						
Mortadela Boloña	3.67	4.93						
Mortadela Lyoner	4.40	5.91						
Mortadela Económica	2.78	3.74						
Mortadela Especial	3.33	4.48	0.97	1.30	1.23	1.65	1.62	2.18
Mortadela Taco 400g	1.64	2.20					1.89	2.54
Pastel De Jamón	4.89	6.57	1.28	1.72				
Pastel Mexicano	3.92	5.27	1.09	1.46				
Paté De Hígado 125 g	5.12	6.88	0.64	0.86				
Paté De Jamón 125 g	5.69	7.65	0.71	0.95				
Paté De Casa 125 g	5.61	7.54	0.70	0.94				
Queso De Carne	5.42	7.28						
Queso De Chancho	4.41	5.93			1.55	2.08		
Cazadores	8.93	12.00						
Chorizo Rioja	8.13	10.93						
Salami Ahumado	9.58	12.88						
Salami Spiez	9.84	13.22						
Salami Suizo de Ajo	6.10	8.20						

Los precios de fábrica no incluyen el IVA.

Mayo 6, 2002



EMPAQUADORA ECUATORIANO DANESA S.A.  
 GUAYAQUIL - ECUADOR  
 R.U.C. 0990292531001



GUAYAQUIL: Av. Pedro J. Menéndez G. s/n y La Ría  
 Apartado No. 09-01-6368 - Telfs.: 288771 - 284937  
 284698 - 288544 - PBX 285500 - Fax 280951  
 QUITO: Km. 14.5 Panamericana Norte s/n y Entrada a  
 San Camilo Telf.: 822820 - 822616  
 MANTA: Vía a Manta-Monte Cristi Km. 11.5  
 Teléfonos: 606353 - 606347

NOMBRE: ARISTY  
 DIRECCION: VASCO DE CONTRERAS Y HERNANDEZ  
 CIUDAD: QUITO  
 R.U.C./C.I. 0400087203001

FACTURA Nº: 002-001-0066684  
 Autorización Nº: 993555451

FORMA DE PAGO	PEDIDO NUMERO	CODIGO CLIENTE	VENDEDOR	FECHA	
Credito	58715	273348	EDWIN PLUMROSE	11/04/2002	0066684
CODIGO	PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	DEBE
30110	SALCH. ENMARCADA * 300GR	1.00	0.30	5.180	1.554
30125	S. FRANKFURT 300GR 50DE	1.00	0.30	5.140	1.542
30405	REB. JAMON PIERNA 200 GR	2.00	0.20	1.740	3.480
30415	REB. JAMON ESPALDA 4 GR	2.00	0.30	1.300	2.600
30815	REB. MORT. EXTRA 200 GR	2.00	0.20	1.300	2.600
50210	SALCH. POLLO * 300 GR	1.00	0.30	5.200	1.560
50405	REB. JAMON DE POLLO * 10	1.00	0.20	1.370	1.370
50410	REB. MORTADELA DE POLLO	1.00	0.20	0.920	0.920

J.E. 200g 1,50  
 J.E. 60g 0,45  
 J.E. 100g 0,75  
 JP 100g 0,69  
 promedio: 0,72

Industria Juris Cía. Ltda.  
 RUC 1790032442001  
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL

**CLIENTE**  
 CODIGO : 7188 CIUDAD: QUITO  
 NOMBRE : MINI ARISTY  
 DIRECCION : VASCO DE CONTRERAS N34-356 Y HERNANDEZ  
 R.U.C./C.I. : 0400087203001

**FACTURA**  
 No.: 001 001 0043666  
 FECHA: 11/04/2002  
 ZONA: ZONA OCCIDENTAL  
 CONTADO  CREDITO

CODIGO	SEC.	FAM.	PRODUCTO	PAQ./PZA.	PESO NETO KG.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
104		VACIOS EMB	S POLLO TIPO VIENESA 200g.	6.00	1.20	0.77	4.62
102		VACIOS EMB	S POLLO TIPO FRANKFURTER 300g.	4.00	1.20	1.17	4.68
98		VACIOS EMB	S POLLO TIPO COCKTAIL 300g.	4.00	1.20	1.25	5.00
84		VACIOS EMB	PASTEL MEXICANO 200g.	6.00	1.20	0.98	5.88
65		VACIOS EMB	MORTADELA BOLOGNA 200g.	2.00	0.40	0.97	1.94
50		VACIOS EMB	JAMONADA 200g.	10.00	2.00	1.20	12.00
34		VACIOS EMB	JAMON DE POLLO 200g.	10.00	2.00	1.49	14.90
28		VACIOS EMB	JAMON DE PIERNA 200g.	10.00	2.00	1.84	18.40
24		VACIOS EMB	JAMON DE ESPALDA 200g.	10.00	2.00	1.49	14.90
16		VACIOS EMB	JAMON AMERICANO 200g.	10.00	2.00	1.24	12.40

Valido para su emision hasta enero del 2003

PESO TOTAL Kg. 28.80  
 VALOR BRUTO: 183.88  
 0.00 % DESC.: 0.00

*[Signature]*  
 CLIENTE

COBRADOR

TOTAL GRAVADO I.V.A. 12.00 % 183.88  
 TOTAL GRAVADO I.V.A. 0.00 % 0.00  
 TOTAL FACTURADO 195.88  
 TOTAL FACTURADO USD. 183.87

ESTA FACTURA ES DOCUMENTO DE COBRO

USUARIO-COBranZA

# LA SUIZA

Carnes y Embutidos

FORMA: 00000000

CLIENTE : VAD001  
 NOMBRE : VARIOS CLIENTES  
 DIRECCION :

RUE. o C.I. No.: 0

FECHA Factura : 03/06/2002 Vencimiento : 03/06/2002

SAC006	SALAMI AHUMADO CORTADO	KG	1.00	6.95	6.95
JAD001	JAMON AMERICANO CORTADO	KG	1.00	4.00	4.00
SCP002	SALCH. CAZADORES PEPERONE	KG	1.00	6.44	6.44
ASB001	ACEITUNA SLIDE SNOB	KG	1.00	3.28	3.28
TAD003	TOCINO AHUMADO CORTADO	KG	1.00	6.20	6.20
CHR001	CHORIZO RIOJA	KG	1.00	5.80	5.80
PCR007	PUNTA DE CABERA DE RES	KG	1.00	5.28	5.28
MRE003	MOLIDA DE RES ESPECIAL	KG	1.00	3.22	3.22
CNS002	CHAMPIRON NATURAL SNOB SLICES LATA	UNID	1.00	1.60	1.60

GRABADO 12%	34.28
12% DE IVA:	4.05
GRABADO 04:	2.50
DESCUENTO :	0.00
FLETE :	0.00
TOTAL USD:	66.67

CONE: 00000000

LISTA UNICA DE PRECIOS  
NO. 02/2002

VIGENCIA: Lunes 10 de Abril del 2002

HFF. 03 2002 03:55PM P2

COD	PRODUCTO	CONTD.	UNID. EN EMBAL.	PRECIO UNITARIO	12% IVA	P. UNIT. TOTAL	P.V.P.
<b>Levaduras</b>							
L001	Levadura fresca	500 g	50	0,54	0,08	0,72	3,80
L002	Levadura seca	500 g	35	2,33	0,24	2,24	2,48
L003	Levadura seca	100 g	144	0,79	0,09	0,88	0,98
L005	Levadura seca (Dremer)	25 x 7 g	1.000	1,19	0,13	1,23	1,54
L410	Levadura Activa seca	12,5 Kg		45,50	5,46	50,96	56,57
<b>Polvo de Hornear</b>							
L009	Polvo de Hornear	25 Kg	1	42,42	5,09	47,51	52,73
L008	Polvo de Hornear	5 Kg	6	9,23	1,11	10,34	11,47
L020	Polvo de Hornear	1 Kg	15	1,97	0,24	2,21	2,45
L010	Polvo de Hornear	500 g	35	1,08	0,13	1,21	1,34
L031	Polvo de Hornear	125 g	48	0,63	0,08	0,71	0,78
L453	Polvo de Horn. (laminado)	500 x 20 g	500	23,38	2,81	26,19	29,23
L454	Polvo de Horn. (laminado)	700 x 10 g	700	17,40	2,09	19,49	23,10
L455	Polvo de Horn. (display)	25 x 20 g	12	3,30	0,40	3,70	4,20
<b>Azúcar Micropulverizada</b>							
L016	Azúcar micropulverizada	12,5 Kg	2	12,12	1,45	13,57	15,07
L013	Azúcar micropulverizada	5 Kg	5	5,39	0,65	6,04	6,70
L014	Azúcar micropulverizada	500 g	24	0,58	0,07	0,65	0,73
L035	Azúcar micropulverizada	250 g	40	0,28	0,03	0,31	0,34
<b>Extractos</b>							
L037	Extracto de vainilla	3.800 cm <sup>3</sup>	1	13,75	1,65	15,40	17,10
L038	Extracto de vainilla	500 cm <sup>3</sup>	24	1,97	0,24	2,21	2,45
L072	Extracto de vainilla	250 cm <sup>3</sup>	24	1,09	0,13	1,22	1,36
L039	Extracto de vainilla	100 cm <sup>3</sup>	96	0,50	0,06	0,56	0,62
<b>Esencias 250 cm<sup>3</sup></b>							
L073	Esencia de Anís	250 cm <sup>3</sup>	24	2,51	0,30	2,81	3,12
L077	Esencia de Coco	250 cm <sup>3</sup>	24	2,07	0,25	2,32	2,58
L076	Esencia de Fresa	250 cm <sup>3</sup>	24	2,19	0,26	2,45	2,47
L074	Esencia de Mantequilla	250 cm <sup>3</sup>	24	1,65	0,20	1,86	2,07
L075	Esencia de Naranja	250 cm <sup>3</sup>	24	0,97	0,12	1,09	1,21
<b>Esencias 500 cm<sup>3</sup></b>							
L059	Esencia de Anís	500 cm <sup>3</sup>	24	4,52	0,54	5,06	5,61
L060	Esencia de Barano	500 cm <sup>3</sup>	24	4,52	0,54	5,06	5,61
L070	Esencia de Canela	500 cm <sup>3</sup>	24	2,98	0,36	3,34	3,71
L069	Esencia de Coco	500 cm <sup>3</sup>	24	3,73	0,45	4,18	4,64
L068	Esencia de Fresa	500 cm <sup>3</sup>	24	3,95	0,47	4,42	4,91
L064	Esencia de Mantequilla	500 cm <sup>3</sup>	24	2,98	0,36	3,34	3,70
L065	Esencia de Naranja	500 cm <sup>3</sup>	24	1,74	0,21	1,95	2,16
L066	Esencia de Piña	500 cm <sup>3</sup>	24	3,48	0,42	3,90	4,32
L071	Esencia de Queso	500 cm <sup>3</sup>	24	2,97	0,36	3,33	3,70
L067	Esencia de Ron	500 cm <sup>3</sup>	24	4,38	0,53	4,91	5,45
<b>Esencias Galón</b>							
L047	Esencia de Anís	3.800 cm <sup>3</sup>	1	30,95	3,71	34,66	38,47
L048	Esencia de Coco	3.800 cm <sup>3</sup>	1	24,42	2,93	27,35	30,36
L050	Esencia de Mantequilla	3.800 cm <sup>3</sup>	1	20,02	2,40	22,42	24,89
L051	Esencia de Naranja	3.800 cm <sup>3</sup>	1	11,99	1,44	13,43	14,90
<b>Gelatinas y Flan</b>							
	Gelatina Gel'hada	5 Kg	1	8,98	1,08	10,06	12,10
	Gelatina Gel'hada	500 g	48	1,14	0,14	1,28	1,47
	Gelatina Gel'hada	250 g	48	0,53	0,06	0,59	0,69
	Gelatina Gel'hada	85 g	48	0,24	0,03	0,27	0,30
L247	Gelatina Insabora	5 Kg	1	37,50	4,50	42,00	49,20
L248	Gelatina insabora	50 g	48	0,54	0,06	0,60	0,70
L317	Flan con caramelo	150 g	48	0,34	0,04	0,38	0,43
L316	Flan Gel'hada	60 g	48	0,19	0,02	0,21	0,24
<b>Fresco Refresco</b>							
L280	Fresco Refresco 2 lts.	5 x 20 g	70	0,54	0,06	0,60	0,75
L300	Fresco Refresco 2 lts.	24 x 20 g	288	2,53	0,30	2,83	3,50
L306	Fresco Refresco (autocadnes.vo)	24 x 20 g	288	1,32	0,16	1,48	1,83

COD	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNID. EN EMBAL.	PRECIO UNITARIO	12% IVA	P. UNIT. TOTAL	P.V.P.
<b>Harinas</b>							
L382	Harina de trigo	1000 g	1	2,33		2,33	2,33
L383	Harina de trigo	1000 g	1	0,92		0,92	0,92
L384	Harina de trigo	1000 g	1	0,42		0,42	0,42
<b>Pasteleria</b>							
O062	Algodon	250 g	1	5,37	0,65	6,02	6,02
L389	Coco Rizado	500 g	1	0,43		0,43	0,43
L383	Coco Rizado	500 g	1	2,53	0,31	2,84	2,84
L020	Coco Rizado	250 g	1	27,50	0,24	27,74	27,74
L021	Crema de leche	500 g	1	0,74	0,09	0,83	0,83
O064	Fruta cristalizada	500 g	1	1,21	0,15	1,36	1,36
O070	Fruta cristalizada	5 Kg	1	2,01	1,17	3,18	3,18
	Mermelada de naranja	5,4 Kg	1	5,93	0,79	6,72	6,72
	Mermelada de guayaba	5 Kg	1	7,73	0,95	8,68	8,68
<b>Otros</b>							
L022	Algodon	500 g	1	1,83	0,22	2,05	2,05
L385	Algodon	45 Kg	1	90,00		90,00	90,00
L395	Algodon	500 g	1	1,21		1,21	1,21
L029	Algodon	500 g	1	2,83	0,34	3,17	3,17
O124	Colorina	100 g	1	2,48	0,30	2,78	2,78
O125	Colorina	250 g	1	3,69	0,44	4,13	4,13
L025	Yema de huevo	500 g	1	2,74	0,33	3,07	3,07
L026	Yema de huevo	500 g	1	3,16	0,37	3,53	3,53
O096	Grageas de colores	250 g	1	0,72	0,09	0,81	0,81
O097	Grageas de colores	12,5 Kg	1	30,00	3,60	33,60	33,60
<b>Division Institucional</b>							
O350	Vinagre Blanco	3.000 cm <sup>3</sup>	1	2,45	0,26	2,71	2,71
<b>Puratos</b>							
O200	Alpaca	2,5 Kg	10	10,57	1,32	11,89	11,89
O212	Bakefill Fresa	2,5 Kg	6	7,31	0,98	8,29	8,29
O213	Bakefill Fresa	2,5 Kg	6	7,31	0,88	8,19	8,19
O211	Bakefill Pera	2,5 Kg	6	7,31	0,88	8,19	8,19
O214	Bakefill Fresa	5 Kg	6	11,34	1,36	12,70	12,70
O501	Carat	2 Kg	1	7,39	0,85	8,24	8,24
O500	Carat	5 Kg	1	16,93	2,03	18,96	18,96
O227	Carat Desodorado	4 Kg	1	14,79	1,77	16,56	16,56
O125	Crema de leche	1 Kg	1	10,09	1,21	11,30	11,30
O221	Crema de leche	2,5 Kg	10	13,46	1,62	15,08	15,08
O144	Frappant	250 g	70	0,85	0,10	0,95	0,95
O149	Frappant	2,5 Kg	1	6,61	0,82	7,43	7,43
O139	Harmon-Brite	1 Kg	1	3,32	0,40	3,72	3,72
O142	Harmon-Brite	5 Kg	6	14,95	1,79	16,74	16,74
O216	Glasse Fresa	2,5 Kg	12	5,85	0,70	6,55	6,55
O215	Glasse Fresa	2,5 Kg	12	5,65	0,70	6,35	6,35
O207	Lady fruit Mirrot	5 Kg	1	16,71	2,01	18,72	18,72
O138	Mixocake	2,5 Kg	5	10,54	1,26	11,80	11,80
O223	Paloma Santitas neutro	250 g	12	2,48	0,30	2,78	2,78
O148	Paloma Santitas	1000 g	12	2,77	0,33	3,10	3,10
O150	Paloma Santitas	500 g	12	1,41	0,17	1,58	1,58
O151	Paloma Santitas	200 g	24	0,63	0,08	0,71	0,71
O140	S-500	1 Kg	25	4,77	0,57	5,34	5,34
O146	S-Kimo	25 Kg	1	32,91	9,95	42,86	42,86
O226	Satin C - Gave	1 Kg	1	16,02	1,93	17,95	17,95
O135	Toupar	1 Kg	25	5,37	0,55	5,92	5,92
O234	Tegral A Adro	5 Kg	5	8,11	1,00	9,11	9,11
O232	Tegral B Adro	5 Kg	5	12,14	1,58	13,72	13,72
O233	Tegral Nuticera	5 Kg	5	20,00	2,40	22,40	22,40
<b>Licenas y Coladas</b>							
L090	Maicena	250 g	1	0,35		0,35	0,35
L091	Maicena	250 g	1	0,60		0,60	0,60

0120

# SUPERMAXI

el placer de comprar

\*\* SUPERMAXI CUMBAYA \*\*

Via Interoceánica s/n  
Quito - Ecuador

SUPERMERCADOS LA FAVORITA C.A.

De las Uvas E12-70 y Av. Eloy Alfaro  
Quito - Ecuador

RUC: 1790016919001

\*\*\* ADQUIRIENTE \*\*\*  
\*\*\* CONSUMIDOR FINAL \*\*\*

D110 CHANTILLY ROYAL	.84 I
D441 HERBAL SHAMPOO NOR	1.83 I
D110 ACET RELL PIMI REI	2.50 I
D110 PEPINILLO AGRI SNO	2.19 I
D226 P JAMON YORK DELAN	4.48 I
D441 P LUBRIDERM EXTRA	2.68 I
D441 JOHNSON COTONETES	2.44 I
D221 QUESO MOZARELLA RE	2.13 I
D221 LECHE ENTERA ANDIN	.48
D221 LECHE ENTERA ANDIN	.48
D221 QUESO PURA CRÉMA G	3.56 I
D222 MINI MUCHIN DE YUC	2.07 I
D222 BOLITAS DE VERDE F	1.94 I
D110 PASTA ROSCA SUMESA	.30
D110 VINAGRE BLCO D.PET	1.05 I
D110 ALESOYA	1.29
D110 PASTA TOMATE FACUN	1.92 I
D110 BONELLA VITAL	1.01
D110 HUNT'S ORIGINAL SP	1.81 I
D330 O AJAX + AXION	.73 I
D110 ATUN REAL AGUA	1.16
D110 ATUN REAL AGUA	1.16
D110 PASAS GRANEL	.87
D110 / MERM FRUTILLA GU	.88 I
D111 T CLIGHT FRESA	.26 I
D330 PINOKLIN	1.86 I
D110 V SOPA MINISTRONE	.63 I
D110 V CREMA ESPARRAGOS	.41 I
D110 V CREMA ESPARRAGOS	.41 I
D110 CASCOS MASTICABLES	.84 I
D227 PAN PITA ELHADI	1.20
D110 V SOPA MINISTRONE	.63 I
D330 MULTIUSOS SPRAY E.	2.44 I
D330 DETERGENTE LIMON S	1.44 I
D441 PH CLASICO SPMX 3	5.19 I
D330 NIAGARA SPRAY HEAV	2.02 I
D110 PRO CAN	2.17
TOTAL PARCIAL USD :	107.59
	32
	4600005770
	000551
	896931
SUB-TOTAL :	107.59
TARIFA 0%	43.62
TARIFA 12%	57.12
12% I.V.A.	6.85
TOTAL USD :	107.59

AUTORI :	198987	
NOMBRE :	DONNA DE CHEDIAK	
CEDULA :	1704705100	
ILIMITADA:		
	1.245 KG @ .92 /KG	
AP D220 MANDARINA DE LA CO		1.15
D220 PAPA SUPER CHOLA E		1.43
D220 LECHUGA SEDA DANY		.76
D220 LECHUGA SEDA DANY		.76
D220 CULANTRO		.23
	0.795 KG @ .51 /KG	
AP D220 MARACUYA GRANEL		.41
	0.900 KG @ 1.85 /KG	
AP D220 KIWI IMPORTADO GRA		1.67
D220 ZANAHORIA AMARILLA		.25
D220 ZANAHORIA AMARILLA		.25
	0.885 KG @ 1.08 /KG	
AP D220 MANZANA ROJA IMPOR		.96
	0.870 KG @ .34 /KG	
AP D220 PEPINILLO GRANEL		.30
	0.580 KG @ 1.08 /KG	
AP D220 CEBOLLA PAITENA BL		.63
	0.515 KG @ 1.08 /KG	
AP D220 CEBOLLA PAITENA BL		.56
	1.080 KG @ .85 /KG	
AP D220 TOMATE RINON GRANE		.92
D224 PRONACA POLLO ENTE		3.75
D224 PRONACA POLLO ENTE		3.77
D224 SUPERMAXI PECHUGA		5.83
D110 FROOT LOOPS KELLOG		1.56 I
D112 / NUTRASWEET		8.74
D110 CORN FLAKES MC DOU		.57 I
D110 CORN FLAKES MC DOU		.57 I
D330 SERVILLETAS FAMILI		.58 I
D110 WAFER BANA/CRMLO P		.69 I
D110 WAFER BANA/CRMLO P		.69 I
D110 GLLTA OREO X 10		1.47 I
D227 GRILE TOSTADITAS I		.37
D227 GRILE TOSTADITAS I		.37
D110 MACHITOS ECUACOCCA		86 I
D110 TORTA RELLENA BIOS		1.20 I
D110 GLTNA FRESA LIGHT		.59 I
D110 GLTNA LIGHT FRAMBU		.59 I
D110 FLAN CRMLO ROYAL		.59 I
D110 FLAN CRMLO ROYAL		.59 I
D110 V NESCAFE SOBRE		.38 I
D110 V NESCAFE SOBRE		.38 I
D111 10@.26 T CLIGHT I		2.60 I
D111 T CLIGHT TORONJA		.26 I
D441 PROTEC. DIARIOS NOS		.62 I
D227 MOLIDO MARISCAL		.39

**SUPERMAXI**  
el placer de comprar

\*\*\* SUPERMAXI CUMBAYA \*\*\*

Via Interoceánica s/n  
Quito - Ecuador

SUPERMERCADOS LA FAVORITA C.A.

De las Uvas E12-70 y Av. Eloy Alfaro  
Quito - Ecuador

RUC:1790016919001

\*\*\* ADQUIRIENTE \*\*\*

\*\*\* CONSUMIDOR FINAL \*\*\*

AUTORI : 047663

NOMBRE : DONNA DE CHEDIAK

CEDULA : 1704705100

ILIMITADA:

D110 30.16	D DORITOS	.48 I
D110 30.21	D PAPA RUF	.63 I
D110 LADRINA	CARNE Y HU	6.61 I
D110 30.10	D K-CHITOS	.30 I
D330	SERVILLETAS FAMILI	.8 I
D110 V AMOR	GLACE NESTL	1.18 I
D227 50.37	GRILE-TOST	1.85
D227 201.18	SUPAN INTE	2.36
D110 V RICACAO		.45 I
D227 30.64	BIMBO MOLD	1.92
D441 PH CLASICO	SPMX 3E	1.76 I
1.270 KG @	.87 /KG	
AP D220 TOMATE	RINON GRANE	1.10
0.670 KG @	.38 /KG	
AP D220 BROCOLI		.25
0.655 KG @	1.08 /KG	
AP D220 CEBOLLA	PAITENA BL	.71
1.720 KG @	1.54 /KG	
AP LA VA ROSADA	IMPORTA	1.20
1.720 KG @	.42 /KG	
AP D... SEDA	GRANC	.74
1.720 KG @		
1.720 KG @	MUZARELLA QU	2.13 I
D227	LECHE ENTE	1.92

xx SUPERMAXI CUMBAYA  
Via Interoceánica s/n  
Quito Ecuador  
SUPERMERCADOS LA FAVORITA C.A.  
De las Uvas E12 70 y Av. Eloy Alfaro  
Quito Ecuador  
RUC:1790016919001

xxx ADQUIRIENTE xxx  
xxx CONSUMIDOR FINAL xxx

SUPERMAXI =>  
D222 LEVADURA FRESCA LE .78 I  
SUB TOTAL: .78  
TARIFA 0% : .00  
TARIFA 12% : .70  
12% I.V.A. : .08  
TOTAL USD : .78

Efectivo Bolares 5.00  
CAMBIO USD 4.22

NUM. TOTAL ART. VENDIDOS = 1  
2/06/2002 10:19 0117 04 0147 4440  
MODE:4093 202 S/N 41 40850  
No TRANS.: 027 004 0134871  
Aut GRI:923001556 cad:ENE 2003  
xx NOTA DE VENTA xx  
xxx GRACIAS POR SU COMPRA xxx

32  
520  
4600005770  
2896935

SUB-TOTAL SIN DESC: 26.77  
DESCUENTO LEG. 20%: .92  
SUB-TOTAL: 25.85

TARIFA 0% : 11.73  
TARIFA 12% : 12.61  
12% I.V.A. : 1.51

TOTAL USD 25.85

Cheque F2 25.85  
CAMBIO USD .00  
NUM. TOTAL ART. VENDIDOS = 34

\*\* SUPERMAXI JARDIN \*\*  
 Av. Republica s/n y Av. Amazonas  
 Quito - Ecuador

● SUPERMERCADOS LA FAVORITA C.A.  
 las Uvas E12-70 y Av. Eloy Alfaro  
 Quito - Ecuador  
 RUC:1790016919001

\*\*\* ADQUIRIENTE \*\*\*  
 \*\*\* CONSUMIDOR FINAL \*\*\*

AUTORI : 731250  
 NOMBRE : DONNA DE CHEDIAK  
 CEDULA : 1704705100  
 ILIMITADA:

** RECUERDE RENOVAR **	
** SU TARJETA **	
D227 SUPAN INTEGRAL	1.18
D227 SUPAN INTEGRAL	1.18
D227 SUPAN INTEGRAL	1.18
D227 BIMBO MOLDE	.64
D227 BIMBO MOLDE	.64
D227 BIMBO MOLDE	.64
D227 GRISSINIS PASTELO	.60
D227 MINI TOSTA.AJONJOL	.51
D227 GRILE TOSTADITAS N	.39
D227 GRILE TOSTADITAS N	.39
D227 GRILE TOSTADITAS I	.39
D227 GRILE MINI TOSTA.N	.51
D227 GRILE TOSTADITAS I	.39
1.465 KG @ 1.30 /KG	
AP D220 TOMATE RINON GRANE	1.90
0.975 KG @ 2.00 /KG	
AP D220 MANZANA BLANCA IMP	1.95
2.070 KG @ 1.23 /KG	
AP D220 PAPAYA IMPORTADA	2.55
1.045 KG @ .42 /KG	
AP D220 BROCOLI	.44
D220 CULANTRO	.31
1.095 KG @ .31 /KG	
AP D220 PEPINILLO GRANEL	.34
0.575 KG @ .39 /KG	
AP D220 CEBOLLA PAITENA BL	.22
1.030 KG @ 4.00 /KG	
AP D220 VAINITA BIOHUERTO	4.12
0.510 KG @ 1.46 /KG	
AP D220 AJO CON CASCARA EM	.74
D220 LECHUGA SAN ANDRES	.71
D220 201.28 HONGOS GUI	2.56
D220 LECHUGA LA HUERTA	.62
D220 LECHUGA LA HUERTA	.62
1.195 KG @ .54 /KG	
AP D220 SUDQUINI GRANEL	.65
1.670 KG @ .35 /KG	
AP D220 PLATANO SEDA GRANE	.58
1.665 KG @ .57 /KG	
AP D220 ESPINACA GRANEL	.95
D220 ZANAHORIA AMARILLA	.31
D222 ARVEJA LORD ICE MA	1.50 I
D222 MAIZ DULCE LORD IC	1.68 I
D220 PIMIENTO ROJO DELI	1.54
D224 AVES Y OTROS	3.56
D226 P.SALCHI MR POLLO	3.25 I
D226 SALCHICHA FRANKFUR	1.69 I
D226 SALCHICHA FRANKFUR	1.69 I

D224 AVES Y OTROS	3.56
D223 SALON RES	6.62
D223 CARNES	1.13
D223 MOLIDO CTE. RES.	1.18
D224 SUPERMAXI PECHUGA	7.05
D224 SUPERMAXI PECHUGA	6.75
D110 POLENTA GAUCHO	.78
D110 20.46 CREMA ESPA	.92 I
D110 20.41 CREMA ARVE	.82 I
D110 CALDO GALLINA JIRA	.40 I
D110 CALDO CARNE MAGGI	.41 I
D111 20.37 t NESQUIK	.74 I
D111 20.37 t NESQUIK	.74 I
D110 NESCAFE SOBRE	.41 I
D112 FREJOL NEGRO SUPER	.48
D111 30.26 CLIGHT NAR	.78 I
D111 30.26 CLIGHT MAN	.78 I
D111 30.26 CLIGHT MAN	.78 I
D111 30.26 CLIGHT FRE	.78 I
D225 201.15 HUEVOS JUM	2.30
D110 50.18 DORITOS RA	.90 I
D111 t VITA LECHE NARAN	.27 I
D110 30.11 K-CHITOS P	.33 I
D110 DORITOS RANCHERITO	.18 I
D110 CHIFLE CERVE PIC	.18 I
D110 30.19 GLLTA MINI	.57 I
D112 GLLTA CLUB SOCIAL	.66 I
D112 GLLTA KRAKER BRAN	1.24 I
D110 YUQUITAS BANCHIS	.19 I
D110 30.24 PAPA RUFLE	.72 I
D110 TANGO NEGRO NESTLE	.46 I
D110 CHOC GALAX NESTLE	.64 I
D110 CHOC CLASSIC NESTL	.90 I
D110 TORTA RELLENA BIOS	1.20 I
D110 40.20 GLLTA CHOC	.80 I
D110 40.22 GLLTA OREO	.88 I
D110 DORITOS CHEESIER	.24 I
D110 NESCAFE SOBRE	.41 I
D110 WAFER MIX VAIN/VAI	.43 I
D110 N TANGO DARK NESTL	1.05 I
DJ30 E SERV FAMILIA 2 E	.96 I
D110 RICACAO	1.28 I
D440 DESODORANTE ROLL O	2.53 I
D440 DESODORANTE ROLL O	2.53 I
D110 COMBOS PEPPERONI P	.71 I
D441 KLEENEX VIAJERO	.76 I
D441 E tNOSOTRAS BUENAS	1.48 I
D111 t TROPICAL DIETA	.50 I
D111 t MANZANA DIETA	.50 I
D111 t TROPICAL DIETA	.50 I
D111 t MANZANA DIETA	.50 I
DJ30 TOAL ULTRA DECO.FA	1.41 I
D110 COLORINA ALIMENTO	2.46 I
D110 201.17 ATUN EN AG	2.34
D111 t AGUA EVIAN NOMAD	1.84 I
D221 1-YOGURTH CALCIO F	2.06 I
D221 1-YOGURTH CALCIO D	2.06 I
D221 FINESSE DURAZNO AL	3.65 I
D221 FINESSE NATURAL AL	3.65 I
DJ30 A PINKLIN	1.53 I
D110 BONELLA VITAL	.96
D110 NERN FRUTILLA GUST	1.74 I
DJ30 AXION MANZANA	.78 I

D441 V05 COND.MOISTURIZ	1.86
D441 V05 SH.HERBAL PERA	2.24
D111 GATORADE BLACK ICE	.84
D441 CRISTALINO MANZANA	.57
DJ30 E FAB LIMON+AJAX C	2.33
D441 CRISTALINO MANZANA	.57
D441 A COLGATE MENTA +	1.34
DJ30 JABON IDEAL BLANCO	.24
D226 DELICATESSEN/ENBUT	2.12
D221 RICOTTA KIOSKO	1.80
D221 QUESO PURA CREMA G	3.17
D221 QUESO MOZARELLA RE	3.10
D221 40.48 LECHE ENTE	1.92
D551 TU INTERNACIONAL D	1.98
D221 40.47 LECHE SEMI	1.88
D111 t MANZANA DIETA	.68 I
D110 PURINA LADRINA CAR	3.35 I
D110 PRO CAN	2.17
D220 PAPA GRUESA EMPACA	1.44
D441 PH CLASICO SPHX 3	5.19

SUB-TOTAL: 168.30

TARIFA 0% : 79.31  
 TARIFA 12% : 79.46  
 12% I.V.A. : 9.53

TOTAL USD : 168.30

46000577

00023

89693

31

## **Anexo 3**

**Facturas Pro forma relacionadas con los Gastos  
Indirectos de Fabricación, Gatos de  
Administración y Gastos de Ventas**



# JUAN MARCET CIA. LTDA.

Señorías:

SR: ANTONIO CHEDIAK  
JARDINES DEL ESTE 2 LOTE 22  
Telefono : 2896935  
Atentamente : SR: ANTONIO CHEDIAK  
Ciudad . -

Referencia : 06-00322

De nuestras consideraciones:

Es muy placentero para JUAN MARCET CIA. LTDA. , poner a su consideración la siguiente oferta :

Código	Descripción del Artículo	Cant.	P.V.P.	Dcto %	Total
00000542	BOLIGRAFO BIC AZUL CRISTAL PTA.MEDIA	24.00 UNI	\$0.1684	0.00	\$4.0416
00000525	BORRADOR FELIKAN BR-40 P.TINTA Y LAPIZ CJA.	12.00 UNI	\$0.1105	0.00	\$1.3260
00006653	LAPIZ MINGOL #2	12.00 UNI	\$0.1416	0.00	\$1.6992
0005-040	SACAPUNTA CHRISTIAM METALICO UN SERVICIO CJ	4.00 UNI	\$0.3346	0.00	\$1.3384
00001248	SACAPUNTA BOSTON ELECTRICO 1800	1.00 UNI	\$25.0299	0.00	\$25.0299
00000958	CLIP MARIPOSA ALEX NH1 CJA.50UNI.	1.00 CJA	\$0.4848	0.00	\$0.4848
08C-0793	CLIP SDI V/COLORES CJA.100UNI.	1.00 CJA	\$0.4509	0.00	\$0.4509
00005984	PORTACLIPS SDI V/COLORES CILINDRO REF.1302	1.00 UNI	\$0.9989	0.00	\$0.9989
00002650	TACHUELA HAND PLATEADA REF.303 NIQUELADA CJA	1.00 CJA	\$0.3206	0.00	\$0.3206
00009689	GRAFA IDEAL 26-6 PLATEADA STANDARD CJA.5000UN	1.00 CJA	\$0.5299	0.00	\$0.5299
R8026081	ENGRAPADORA SKIPP RASPECO NEGRA 302784 GRAPA	1.00 UNI	\$3.9089	0.00	\$3.9089
PF827FR2	PERFORADORA RASPECO ROJA 827FR2 MEDIANA 0281	1.00 UNI	\$5.4011	0.00	\$5.4011
00512306	CORRECTOR T.BOTELLA BIC BLANCO 18ML MAXIMA C	4.00 UNI	\$0.8360	0.00	\$3.3440
00720425	FECHADOR COX C/PLACA "PAGADO" #4MM	1.00 UNI	\$2.5619	0.00	\$2.5619
00022209	ALMOHADILLA P.SELLO KORES DE METAL NEUTRO R	1.00 UNI	\$2.0988	0.00	\$2.0988
001233-A	TINTA P.ALMOHADILLA PELIKAN AZUL FCD.10NZA	1.00 UNI	\$0.6968	0.00	\$0.6968
00007621	ROLLO PAPEL P.FAX S/M 216MMX30MTS. BLANCO NAC	1.00 ROL	\$1.7615	0.00	\$1.7615
A7-2NAFA	ARCHIVADOR IDEAL OFICIO NARANJA 7 CMS. 2 ARGD	4.00 UNI	\$1.8527	0.00	\$7.4108
08C-8016	ARCHIVADOR IDEAL TELEGRAMA LILA	2.00 UNI	\$1.7572	0.00	\$3.5144
00A-CH31	ARCHIVADOR JP CHEQUE ADORDEDON 1-31	1.00 UNI	\$7.7265	0.00	\$7.7265
00009814	FOLDER IDEAL OFICIO NARANJA MANILA #1	1.00 UNI	\$0.1042	0.00	\$0.1042
00113086	GOMA LIQUIDA EGA 8 ONZAS BLANCA	1.00 UNI	\$0.7120	0.00	\$0.7120
00001563	ROLLO PAPEL BOND S/M 57MMX60 P.CALCULADORA	4.00 ROL	\$0.3043	0.00	\$1.2172
00008585	VINCHA ALEX METALICA P.CARPETAS	50.00 UNI	\$0.0189	0.00	\$0.9450
00007472	DISPENSER P.CINTA SCOTCH SDI V/COLORES REF.0	1.00 UNI	\$4.9378	0.00	\$4.9378
00700053	CINTA SCOTCH SHURTAPE 24MMX50MTS. TRANSPARENT	1.00 ROL	\$0.5500	0.00	\$0.5500
01209-A5	TABLERO APOYAMANDOS TG A5 D.C/PRESADO LISO C	1.00 UNI	\$1.1705	0.00	\$1.1705
000000TC	DIRECTORIO TELEFONICO A.P. CUERINA CON ESQU	1.00 UNI	\$4.1139	0.00	\$4.1139
00025606	CUADERNO ESPIRAL NORMA UNIVERSITARIO PLAY SP	2.00 UNI	\$4.1525	0.00	\$8.3050
00101030	REGLA DFH 30CMS. TRANSPARENTE ESPAROLA JUNIO	1.00 UNI	\$0.1823	0.00	\$0.1823

Continua.....

WEB: <http://www.jmarcet.com>

#### GUAYAQUIL:

• CENTRO: P. Carbo 1015 y Colón,  
PBX: 2322990 - 2324444. Fax: 2321552  
KENNEDY: Avda. Fco. de Orellana y Tercera,  
Telf.: 2292854. Fax: 2280319

• TORADA: Avda. R. Baquerizo Nazur y B. Carrión,  
Telf.: 2242032. Fax: 2242073

CEIBOS: C.C. Riocentro Los Ceibos, local 51,  
Telf.: 2852779. Fax: 2852783.

#### PICHINCHA:

QUITO: • 9 de Octubre y Veintimilla, esq.,  
Telf.: 2504710. Fax: 2565807

• Avda. Amazonas y El Inca, esq.,  
Telefax: 2263772, Telf.: 2433775

• C.C.I. Local 72 Planta baja,  
Telf.: 2252005, Fax: 2251991.

CUMBAYÁ: • Av. Interoceánica y Tera.  
Intersección, C.C. Vía Cumbayá, local 8  
Telf.: 2896230 Fax: 2896225

#### MANABÍ:

MANTA: • C.C. Paseo Shopping  
Center, local 58. Telf.: 922241.  
Fax: 922243.

PORTOVIEJO: • Av. Jorge  
Washington, C.C. Riocentro  
Shopping Portoviejo, local 68.  
Telfs.: 934571 - 934622.

#### CUENCA:

• Av. Huayna Cápac y  
Guacayán, esq., Telf.: 862665,  
Fax: 861998.

# JUAN MARCET CIA. LTDA.

Viene de la Cotización # 06-00032

12212381	DISCO COMPACTO IMATION CD-RW REGRABABLE 650	10.00	UNI	\$1.3050	0.00	\$13.0500
003853-F	DISKETTE 3.5" 1.44MB 2HD FORMATEADO CJA.1	10.00	UNI	\$0.2729	0.00	\$2.7290
CS6RY0B1	TIJERA RECORTO 16CMS. NEGRA SCICORS	1.00	BLK	\$1.0200	0.00	\$1.0200
000DC-00	BLOCK RECIBO VENUS BLK.100X1	1.00	BLK	\$1.3733	0.00	\$1.3733
00426527	MOUSE PAD MANHATTAN RECTANGULAR DECORADO TI	1.00	UNI	\$0.8329	0.00	\$0.8329
00001756	CINTA P.IMPRESORA EPSON FX-100 LX-800-	1.00	UNI	\$5.3570	0.00	\$5.3570
09903-CA	PAPELERA ESCRITORIO TECNIGAS CAFE DE METAL	1.00	UNI	\$17.9423	0.00	\$17.9423
00001114	NOTA GUITA Y FON 3M 73X73MM. 3X3 AMARILLO RE	12.00	BLK	\$1.1087	0.00	\$13.3044
0EC-0902	FUNZON METALICO SDI P.ARCHIVAR PAPELES	1.00	UNI	\$0.7713	0.00	\$0.7713
00009532	PAPEL BOND IDEAL INEN A-4 BLANCO 75GRS.PAQ.50	1.00	PAQ	\$3.6995	0.00	\$3.6995
00001142	PAPEL PERFORADO S/M INEN A-4 BLANCO 50GRS. PA	1.00	PAQ	\$1.4202	0.00	\$1.4202
00000834	BLOCK NOTA VENTA ALPHA PEQUEÑO BLK. 100 HJS	4.00	BLK	\$0.3294	0.00	\$1.3176
00CAJA/3	CAJA D.SEGURIDAD FAC #3 V/COLORES METALICA	1.00	UNI	\$24.8472	0.00	\$24.8472
00706651	PAPEL PRESTIGE KIMBERLY INEN A-4 BLANCO TERRA	1.00	FDA	\$1.2790	0.00	\$1.2790
00707740	SOBRE OFICIO KIMBERLY 24.2X11.5CMS. BLANCO GR	1.00	PAQ	\$0.8883	0.00	\$0.8883
0000TEBC	TARJETERO EJECUTIVO A.P. P.V.C.BUSINESS CAR	1.00	UNI	\$2.4786	0.00	\$2.4786
0001213A	SOBRE BOLA IDEAL F-3 23X32 CMS. AMARILLO LED	50.00	UNI	\$0.0400	0.00	\$2.0000
0001214A	SOBRE BOLA IDEAL F-4 25X34 CMS. AMARILLO LED	50.00	UNI	\$0.0438	0.00	\$2.1900

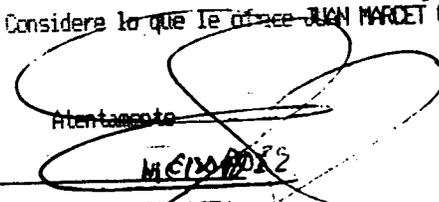
Neto : \$193.2 Descuento : \$0.00 I.V.A. : \$22.59 TOTAL → \$215.97

SON : DOSCIENTOS QUINCE 77/100 DOLLARES

## ASPECTOS COMERCIALES

Tiempo de Entrega : INMEDIATA  
 Forma de Pago : CONTADO  
 Oferta Valida solo : 0 DIAS HABILES

Considere lo que le ofrece JUAN MARCET CIA. LTDA., y encontrara mucho más de lo que usted esperaba.

*Atentamente*  
  
 JUAN MARCET CIA. LTDA.

CONTRIBUYENTE ESPECIAL RESOLUCION No. 6925, JULIO 4/95, FAVOR NO RETENER I.V.A.

\*\*\* Próximamente en LA LIBERTAD (Península de SANTA ELENA) \*\*\*

WEB: <http://www.jmarcet.com>

### GUAYAQUIL:

• CENTRO: P. Carbo 1015 y Colón  
 PBX 2322990 - 2324444. Fax: 2322990  
 KENNEDY: Avda. Fco. de Orellana y Kennedy  
 Telf.: 2292854, Fax: 2280319  
 • BARRERA: Avda. R. Baquerizo Nazari y Barrera  
 Telf.: 2242032, Fax: 2242073  
 CEIBOS: C.C. Riocentro Los Ceibos  
 Telf.: 2852779, Fax: 2852783

### PICHINCHA:

QUITO: • 9 de Octubre y Veintimilla, esq.  
 Telf.: 2504710, Fax: 2565807  
 • Avda. Amazonas y El Inca, esq.  
 Telefax: 2263772, Telf.: 2433775  
 • C.C.I. Local 72 Planta baja,  
 Telf.: 2252005, Fax: 2251991.  
 CUMBAYA: • Av. Interoceánica y 1era.  
 Intersección, C.C. Via Cumbayá, local 8  
 Telf.: 2896230 Fax: 2896225

### MANABÍ:

MANTA: • C.C. Paseo Shopping  
 Center, local 58, Telf.: 922241.  
 Fax: 922243.  
 PORTOVIEJO: • Av. Jorge  
 Washington, C.C. Riocentro  
 Shopping Portoviejo, local 68.  
 Telfs.: 934571 - 934622.

### CUENCA:

• Av. Huayna Cápac y  
 Guacayán, esq., Telf.: 862665.  
 Fax: 861998.



FACTURA Aut. SRI.923004796 hasta 01/2004 No.c: 001-003-1383762

10 de Agosto E1-24 y Av. Las Casas  
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL  
 RESOLUCION N° 5368-1195-06-02  
 R.U.C. 1790053881001

SUMINISTRO 62592-2	NOMBRE DEL CLIENTE CHEDIACK ANTONIO J	C.I. / RUC 999999999-9
GEOCODIGO: 23 30-14-038-5240	No. CONTROL 6259220-61	587

6259220-61  
10.12

<b>DIRECCION</b>	
LIZARDO GARCIA	
235 PB	
ANDRES XAURA	
SAN BLAS	
DISTRITO METROPOLITANO	
<b>TIPO DE REPARTO</b>	
DOMICILIO	

<b>INFORMACION DE CONSUMOS</b>			
No. DE MEDIDOR	1606B15 -CON-AB	FACTOR:	1.00
Lectura actual	(19/05/2003):		41648
Lectura anterior	(17/04/2003):		41537
Consumo ESTIMADO en 32 dias:			111 KWH
<b>CONSUMO</b>			7.26
<b>COMERCIALIZACION</b>			1.37
<b>SUBTOTAL SERVICIO ELECTRICO::</b>			<b>8.63</b>
TASA ALUMBRADO PUBLI			0.89
SEG. CONTRA INCENDIOS			0.01
TASA RECOLECCION BAS			0.97
IMPUESTO BOMBEROS			0.02
<b>SUBTOTAL VALORES DE TERCEROS:</b>			<b>1.89</b>
SUBSIDIO			-1.34
CARGO POR SUSPENSION			0.93
INTERES MORA			0.01
<b>SUBTOTAL OTROS CONCEPTOS:</b>			<b>-0.40</b>
<b>TARIFA</b>		<b>FECHA FACTURACION</b>	<b>PAGAR HASTA</b>
Residencial		20/05/2003	04/06/2003
		<b>A PAGAR</b> →	
		<b>10.12</b>	

IMPRESO POR OFFSETEC S.A., 2003 / 1347



10.12  
6259220-61



RECAUDACION

SIN EL SELLO DE CANCELADO, ESTA FACTURA NO TIENE VALOR



**FACTURA**  
 Autorización SRI No: 923003515  
 Válido hasta: octubre 2003

Veintimilla 1149 y Amazonas RUC.: 179139535200  
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL: Resol. No. 00155 del 3 de marzo de 1998.

<b>NOMBRE:</b> CHEDIAK MALUK JOSE ANTONIO			
<b>DIRECCIÓN:</b> GARCIA LIZARDO 235 Y CAJIA ANDRES			
<b>LECTURA ACTUAL</b>	<b>LECTURA ANTERIOR</b>	<b>CONSUMO MES</b>	<b>VALOR MINUTO LOCAL</b>
16530	16530	0	0.0000

<b>PERIODO DE CONSUMO:</b> ENERO 2003	
<b>C.I. / RUC</b> 1702807486	
<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>CICLO</b>
TELEFONIA	02
<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUBCATEGORÍA</b>
RESIDENCIAL	RESIDENCIAL

<b>COMPROBANTE N°:</b> 001-002- 9601155	
<b>MESES IMPAGO:</b> 0	<b>FECHA EMISIÓN:</b> 31/01/2003
<b>NUMERO:</b> 22507619	
<b>VALOR RECLAMO:</b> 0.00	
<b>VALOR TOTAL:</b> 24.00	

**DETALLE DE RUBROS**

Cupon generado (ATFMPN): 6660255

CONCEPTO	UNIDADES	VALOR	CONCEPTO	UNIDADES	VALOR
PENSION BASICA		6.20			
INTERES POR MORA		0.16			
I.C.B (15%)		0.93			
IMPUESTO VALOR AGREGADO (12%)		0.74			
TOTAL FACTURA		8.03			
VALOR IMPAGO		15.97			

ULTIMO PAGO: 13-02-2003

EXPEDIDO EN: A. MARISCAL SUCRE

CAJA:

CAJA 2 MARISCAL SUCRE DF

FECHA PAGO:

13-02-2003 13:34

\*\*\* CONSULTE SIN COSTO SUS INYESTOS Y TRAMITES AL 1-800 456 789 DEL MUNICIPIO DE QUITO \*\*\*  
 PAGUE SUS CUENTAS A TIEMPO Y EVITE SANCIONES



Veintimilla 1149 y Amazonas RUC: 1791395352001  
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL: Resol. No. 00155 del 6 de marzo de 1998.

# FACTURA

Autorización SRI No: 923003515  
 Válido hasta: octubre 2003

<b>NOMBRE:</b> CHEDIAK MALUK JOSE ANTONIO			
<b>DIRECCIÓN:</b> GARCIA LIZARDO 235 Y KAURA ANDRES			
<b>LECTURA ACTUAL</b>	<b>LECTURA ANTERIOR</b>	<b>CONSUMO MES</b>	<b>VALOR MINUTO LOCAL</b>
817	817	0	0.0000

<b>PERIODO DE CONSUMO:</b> ENERO 2003	
<b>C.I. / RUC</b> 1702807486	
<b>TIPO DE SERVICIO</b>	<b>CICLO</b>
TELEFONIA	01
<b>CATEGORIA</b>	<b>SUBCATEGORIA</b>
RESIDENCIAL	RESIDENCIAL

<b>COMPROBANTE Nr:</b> 001-002- 9718430	
<b>MESES IMPAGO:</b> 0	<b>FECHA EMISIÓN:</b> 31/01/2003
<b>NUMERO:</b> 22507620	
<b>VALOR RECLAMO:</b>	0.00
<b>VALOR TOTAL:</b>	24.09

Cupon generado (ATFMPH): 16660256

### DETALLE DE RUBROS

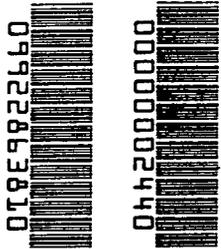
CONCEPTO	UNIDADES	VALOR	CONCEPTO	UNIDADES	VALOR
PENSION BASICA		6.20			
INTERES POR MORA		0.19			
I.C.E (15%)		0.93			
IMPUESTO VALOR AGREGADO (12%)		0.74			
<b>TOTAL FACTURA</b>		<b>8.06</b>			
<b>VALOR IMPAGO</b>		<b>16.03</b>			

ULTIMO PAGO: 13-02-2003

EXPEDIDO EN: A. MARISCAL SUCRE CAJA: CAJA 2 MARISCAL SUCRE DF FECHA PAGO: 13-02-2003 13:34

\*\*\* CONSULTE SIN COSTO SUS IMPUESTOS Y TRAMITES AL 1-800 456 789 DEL MUNICIPIO DE QUITO \*\*\*  
 PAGUE SUS CUENTAS A TIEMPO Y EVITE SANCIONES

9751 CUMBAYA



EMAAP - QUITO

IMPRESO POR OFFSETEC S.F. 2003 / 12311

NOMBRE Y DIRECCION  
 RODRIGUEZ RICE DONNA  
 URB JARDIN ESTE 2 CA A LT 22  
 CUMBAYA

**EMAAP - QUITO**

FONO 2501225  
 R.U.C. 1760009370001  
 ESTA FACTURA NO TENDRA VALIDEZ  
 SIN EL REGISTRO DE PAGO

CUENTA **9922863810**

MEDIDOR **97028638**

CICLO	SECTOR	RUTA	MZ	SECUENC	PISO	DEPTO.
19	405	3	1	90		1

Tarifa	Facturacion	Consumo	
Dom	Real	37	M <sup>3</sup>

Lectura Anterior		Lectura Actual	
3/21	2122	4/22	2159

PAGUE ESTA FACTURA HASTA  
 LA FECHA INDICADA Y EVITE  
 LAS MULTAS, EL CORTE DEL  
 SERVICIO Y EL PROCESO DE  
 JUICIO COACTIVO.

CTA DE DEBITO
FECHA EMISION 2003/04/28
PAGUE HASTA 2003/05/28

SALDO ATRASADO	
AGUA	10,04
ALCANTARILLADO	3,87
ADMIN.CLIENTES	1,77
INTERES MES	0,11
<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>24,40</b>

24,40

MESES DEUDA	2
-------------	---

TOTAL A PAGAR

CLIENTE



ESPINEL ARIAS CÉSAR EDMUNDO

R.U.C. N° 0500827423001

Dir.: Reina Victoria N° 520 y Foch

Tel.: 2236-093 / Quito - Ecuador

ORDEN DE PEDIDO

Fecha: \_\_\_\_\_

Cliente: \_\_\_\_\_ R.U.C. N° \_\_\_\_\_

Dir.: \_\_\_\_\_ Tel.: \_\_\_\_\_

CANT.	PRODUCTO	V. UNIT	V. TOTAL
	Pilsener 1/1 X 12 ✓	5.52	
	Pilsener 1/2 X 24	6.72	
	Pilsener Twist Off X 24	10.50	
	Pilsener Ligth X 24 ✓	6.72	
	Club Twist Off X 24	10.50	
	Dorada 1/1 X 12	4.60	
	Dorada 1/2 X 24	5.60	
	Club Premium 1/2 X 24 ✓	7.08	
	Club One Way X 24	11.28	
	Dorada Twist Off X 24	9.00	
	Dorada One Way X 24	9.00	
	Club Lata X 24	9.38	
	Pony 311 X 24	4.00	
	Pony 250 X 24	2.90	
	Pony One Way X 24	8.10	
	Pony Lata X 24	7.81	
	Ligth Twist Off X 24	10.50	
	Java 1/1	3.60	
	Java 1/2	3.60	
	Botella 1/1	0.25	
	Botella 1/2	0.20	
<small>EMERSON S.A. 2951-736 F. SANDOVAL</small>		TOTAL	

-----  
FIRMA AUTORIZADA

**ADDR BOTTLING COMPANY CORP.**  
**URSAL ECUADOR**  
 ac Albelliz 203 y El Morlan  
 efor : (02)412690 - (02)412115  
 illa : 47-01-3822 Fax: (02)407583  
 to R.U.C. 1791411099001

(EL INCA)  
 02-412690

QUITO NORTE

FACTURA No. : 001-001-1242962  
 AUTORIZACION SRI: 943254899  
 VALIDO HASTA ENERO DEL 2002  
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL DOLARES  
 Transacción: VENTA NORMAL  
 Forma de Pago: VENTA CONTADO  
 Control Interno : 50-01-L-1242962-2  
 Fec. Emisión : 31/01/2002 A  
 Fec. Vencimiento : 31/01/2002  
 1150A EDC R.U.C. 1791411099001

Digo : 5506 Ruo/C.I: 0400067203  
 ente : SUPERM. ARISTI  
 cción: V. CONTRERAS 490-GIRON  
 efono : 454009  
 vende : 8672 LARA G. LUIS A. -S0412  
 asportista : 1250 ANDRADE JORGE MAIJO

ART. *	DESCRIPCION	* CANTIDAD *	PREC. UNIT. *	DESCUENTO *	VALOR *
109 *	COCA-COLA 2L. RFPET ✓	4/00 *	5.34 *	19 0.603 *	21.36 *
1809 *	FIORA UVA 2L. RFPET ✓	1/00 *	5.34 *	19 0.600 *	5.34 *
2240 *	BD. CON GAS 450CC PET ✓	1/00 *	3.21 *	16 0.548 *	3.21 *
2340 *	BD. SIN GAS 450CC PET ✓	1/00 *	2.23 *	16 0.373 *	2.23 *
2341 *	BD. SIN GAS 1800CC PET ✓	1/00 *	2.59 *	16 *	2.59 *
310 *	SPRITE 2L. PET 6U ✓	1/00 *	3.40 *	12 602 *	3.40 *
8310 *	ENVASE SPRITE 2 LT. PET	1/00 *	1.65 *	*	1.65 *

Continuacion ...

**URSAL ECUADOR**  
 ac Albelliz 203 y El Morlan  
 efor : (02)412690 - (02)412115  
 illa : 47-01-3822 Fax: (02)407583  
 to R.U.C. 1791411099001

(EL INCA)  
 02-412690

QUITO NORTE

FACTURA No. : 001-001-1242962  
 AUTORIZACION SRI: 943254899  
 VALIDO HASTA ENERO DEL 2002  
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL DOLARES  
 Transacción: VENTA NORMAL  
 Forma de Pago: VENTA CONTADO  
 Control Interno : 50-01-L-1242962-2  
 Fec. Emisión : 31/01/2002 A  
 Fec. Vencimiento : 31/01/2002  
 1150A EDC R.U.C. 1791411099001

Continuacion

Digo : 5506 Ruo/C.I: 0400067203  
 ente : SUPERM. ARISTI  
 cción: V. CONTRERAS 490-GIRON  
 efono : 454009  
 vende : 8672 LARA G. LUIS A. -S0412  
 asportista : 1250 ANDRADE JORGE MAIJO

IT. *	DESCRIPCION	* CANTIDAD *	PREC. UNIT. *	DESCUENTO *	VALOR *
10 *	FIORA UVA 2L. PET 6	1/00 *	3.40 *	12 *	3.40 *
10 *	ENVASE FIORA 2LPET	1/00 *	1.65 *	*	1.65 *
29 *	CC-LIGHT 2L. PET 6U ✓	1/00 *	3.71 *	12 0.373 *	3.71 *
29 *	ER. CC-LIGHT 2LT. PET	1/00 *	1.80 *	*	1.80 *

TOTAL	DESCUENTO	VALOR NETO	I.C.E	SUBTOTAL	I.V.A. 12%	TOTAL A PAGAR
50.34 *	0.00 *	50.34 *	3.83 *	54.17 *	6.50 *	60.67 *



**THE TESALIA  
SPRINGS COMPANY S.A.**

Contribuyente Especial  
Resolución No. 5368  
AUTORIZACION S.R.I. No. 1038815510

MATRIZ: PUJILI 123 Y FEDORO GOMEZ DE LA TORRE  
TELEFONO: 2655 714 - 5 - 6 • FAX: 2655 717 • QUITO - ECUADOR

SUCURSAL: KM. 12 PANAMERICANA NORTE S/N  
LOS CEREZOS OE1-128 Y AV. 10 DE AGOSTO  
TELEFONO: 2826 377 • QUITO - ECUADOR

**FACTURA**

R.U.C. 1790005739001

No. 005-002 0846959

GUIA DE REMISION

CLIENTE: 195819 / OBANDO PIEDAD

SOCIAL: ARISTI

TIPO DE NEGOCIO: COMPARTIDO

R.U.C./C.I.: 4.000676+11

DIRECCION: VASCO DE CONTRERAS 490 Y H. GIRON

TELEFONO: NO DEFINIDO

TIPO DE VENTA: CONTADO EFECTIVO

FORMA DE PAGO:

FECHA DE PEDIDO: 04/01/2003

FECHA ENTREGA: 06/01/2003

FECHA DE EMISION: 04/01/2003

FECHA VENCIMIENTO:

PREVENDEDOR: SUAREZ QUILACHANIN MARCO VINIC

RUTA: 823 PLACAS: PHR 986

ENTREGADOR: MONTENEGRO MUESES LUIS

PEDIDO No.: 175201

CARGA No.: 12886

CODIGO	DESCRIPCION	T. VENTA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR VENTA
	QUITIS VID 1000x12	LIGIDO	5/0	2.95	14.73
	TESALIA PET 5000 X4	LIGIDO	2/0	2.68	5.36
<b>TOTAL VENTA</b>					
20.09					
<b>TOTAL DSCTO.</b>					
0.00					
<b>SUBTOTAL 1</b>					
20.09					
<b>I. C. E.</b>					
0.00					
<b>SUBTOTAL 2</b>					
20.09					
<b>I. V. A.</b>					
2.41					
<b>TOTAL A PAGAR</b>					
22.50					

Dabo y pagaré sin condición a la orden de Tesalia S.A., la suma indicada en el "Total a Pagar" de este documento por el valor recibido en los productos aquí detallados, entregados a mi entera satisfacción en esta fecha y/o el máximo interés legal por mora vigente a la fecha de cancelación contabilizado desde la fecha de vencimiento, según corresponda, más costos judiciales y extrajudiciales que ocasionare el cobro de este documento. Renunciando domicilio me someto a los jueces de la jurisdicción competente y a la vía ejecutiva o verbal sumaria a elección del demandante. Firmo como suscriptor autorizado en la fecha indicada predetermined a nombre propio y/o de la compradora. Sin protesto.

CLIENTE

VALIDO PARA SU EMISION HASTA NOV/2003

824,10 Hrs

734,25, 3, 6.7 Hrs

PAQUETES

#	CANALES	PAQUETES		GENERO	IDIOMA	OPCIONES DEL TV	PAQUETES OPCIONALES
		43 CANALES BASICO (2)	59 CANALES SUPER PREMIUM (4)				
1	3 CABLENOTICIAS	★	★	NOTICIAS	ESPAÑOL		
2	7 CABLEDEPORTES	★	★	DEPORTES	ESPAÑOL		
3	9 DISCOVERY CHANNEL	★	★	CIENCIA / CULTURA	ESPAÑOL	SAP	
4	13 TVCABLE	★	★	PUBLICIDAD	ESPAÑOL		
5	14 CINE CANAL (Este)	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR ST	
6	15 CINE CANAL (Oeste)	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR ST	
7	16 DISCOVERY KIDS	★	★	INFANTIL / CULTURAL	ESPAÑOL	SAP	
8	17 DISC. TRAVEL & ADVENTURE	★	★	CULTURA	ESPAÑOL		
9	18 THE FILM ZONE	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR ST	
10	19 COSMOPOLITAN	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL		
11	20 NICKELODEON	★	★	INFANTIL	ESPAÑOL	SAP	
12	21 MTV (Latino)	★	★	MUSICAL	INGLES	ST	
13	22 TVN (Chile)	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL	Cl Cap	
14	23 FOX KIDS	★	★	INFANTIL	ESPAÑOL	SAP	
15	24 MGM FAMILY	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL	SAP	
16	25 TVE (España)	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL		
17	26 HISTORY CHANNEL	★	★	CIENCIA / CULTURA	ESPAÑOL		
18	27 NATIONAL GEOGRAPHIC	★	★	CIENCIA / CULTURA	ESPAÑOL		
19	28 ANIMAL PLANET	★	★	CIENCIA / CULTURA	ESPAÑOL	SAP	
20	29 PEOPLE & ART.	★	★	CIENCIA / CULTURA	ESPAÑOL	SAP	
21	30 A X N	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL		
22	31 FOX	★	★	SERIES / PELICULAS	ESPAÑOL	SAP	
23	32 CARTOON NETWORK	★	★	INFANTIL	ESPAÑOL	SAP	
24	33 FILM AND ARTS	★	★	CULTURA	ESPAÑOL		
25	34 USA (network)	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL	SAP	
26	35 ESPN	★	★	DEPORTES	INGLES	SAP	
27	36 CNN (español)	★	★	NOTICIAS	ESPAÑOL		
28	37 FOX SPORT	★	★	DEPORTES	ESPAÑOL		
29	38 RED 1 (ABC)	★	★	FAMILIAR	INGLES	Cl Cap	
30	39 RED 2 (NBC)	★	★	FAMILIAR	INGLES	Cl Cap	
31	40 RED 3 (CBS)	★	★	FAMILIAR	INGLES	Cl Cap	
32	41 SONY ENTERTAINMENT	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL	SAP	
33	42 CNN (Internacional)	★	★	NOTICIAS	ESPAÑOL		
34	43 TNT	★	★	PELICULAS	ESPAÑOL		
35	44 E! ENTERTAINMENT	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL		
36	45 WARNER CHANNEL	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL		
37	46 FORMAR	★	★	CIENCIA / CULTURA	ESPAÑOL		
38	47 INFINITO	★	★	CIENCIA / CULTURA	ESPAÑOL		
39	48 BOOMERANG	★	★	INFANTIL	ESPAÑOL		
40	49 CASA CLUB	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL		
41	50 A & E MUNDO	★	★	CIENCIA / CULTURA	ESPAÑOL		
42	51 EL GOURMET	★	★	FAMILIAR	ESPAÑOL		
43	52 RIO DE LA PLATA	★	★	FAMILIAR	INGLES		
44	53 DISCOVERY HEALTH	★	★	CIENCIA / CULTURA	INGLES		
45	54 EWTN	★	★	RELIGION	INGLES		
46	55 WORLDNET	★	★	NOTICIAS	INGLES		
47	56 CINECANAL 2	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR	
48	57 MOVIE CITY (Este)	★	★	PELICULAS	ESPAÑOL	Sub TR ST	
49	58 MOVIE CITY (Oeste)	★	★	PELICULAS	ESPAÑOL	Sub TR ST	
50	59 CNBC	★	★	ECONOMIA	INGLES	Cl Cap	
51	60 DISNEY CHANNEL	★	★	INFANTIL	ESPAÑOL		
52	61 RETRO	★	★	SERIES ANTIGUAS	ESP / ING		
53	62 TV 5 (Internationale)	★	★	FAMILIAR	FRANCES		
54	63 Deutsche WaDe	★	★	FAMILIAR	ALEMAN		
55	64 CINEMAX (Este)	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR	
56	65 CINEMAX (Oeste)	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR	
57	66 HBO (Este)	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR ST	
58	67 HBO (Oeste)	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR	
59	68 HBO (Plus)	★	★	PELICULAS	INGLES	Sub TR	
60	69 GAMAVISION	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
61	70 TELEAMAZONAS	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
62	71 TELESISTEMA	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
63	72 TELERAMA	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
64	73 ECUAVISIA	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
65	74 TELECENTRO	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
66	75 AMERICA VISION (H TV)	○	○	MUSICAL	ESPAÑOL		
67	76 CANAL 1	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
68	77 TV HOY	○	○	MUSICAL	ESPAÑOL		
69	78 TV +	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
70	79 ANDMIVISON	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		
71	80 CANAL ECUADOR	○	○	FAMILIAR	ESPAÑOL		

46,15 2<sup>da</sup> 5<sup>ta</sup>

Básico 24 Mensual

3<sup>ra</sup> Cables - 1

20,50

TARIFAS

	BASICO	SUPER PREMIUM
Mensualidad TV Principal	\$ 21.50	\$ 41.20
Mensualidad TV Adicional	\$ 3.50	\$ 4.00
TV PRINCIPAL	INSCRIPCION	\$ 14.30
	DERECHO DE CONEXION	\$ 12.65
	Subtotal	\$ 26.95
	IVA 12%	\$ 3.23
TV ADICIONAL	Der. Conexión TV Adicional	\$ 11.50
	IVA 12%	\$ 1.36

TVCABLE no comercializa canales específicos, sino únicamente bloques de programación. Dicho contenido está sujeto a modificación a criterio exclusivo de TVCABLE sin previo aviso.

LA CONEXION del servicio incluye equipos y materiales para uso exclusivo del abonado y son propiedad de TVCABLE

LA FORMA DE PAGO es mensual y se realiza únicamente a través de débitos de cuentas de banco o tarjetas de crédito.

LA CORRESPONDENCIA factura y / o revista TVGUA lo entregamos en su domicilio

LOS PRECIOS No incluyen valores de revista TVGUA y factura

REVISTA TVGUA (opcional) \$1.50 Factura \$0.84

	Planes	Valor	Descripción
DIAL UP	FFP (Flat Fee Anual)	\$ 275	Ilimitado (pago anual de 11 meses y el 12do. gratis), instalación hasta con 2 cuentas
	FFM (Flat Fee Month)	\$ 25	Ilimitado (pago mensual), instalación hasta con 2 cuentas
	CFD (Consumo fijo Día)	\$ 15	30 horas mensuales (En cualquier hora del día) \$1 la hora extra
	CFD (Consumo fijo Día)	\$ 15	30 horas mensuales (En cualquier hora del día) \$1 la hora extra
	CFN (Consumo fijo Nocturno)	\$ 15	Ilimitado nocturno de 20:30h a 7:45h + Sábado y Domingo gratis \$1 la hora extra

	Planes	Valor	Descripción
C. MODEM	CM1 (Cable Modem 1)	\$ 75	Equipo \$100, Instalación \$100, ancho de banda 64 Down X 32 Up
	CM2 (Cable Modem 2)	\$ 125	Equipo \$100, Instalación \$100 ( hasta en 2 computadores), ancho de banda 128 Down X 64 Up

Entrega de factura	\$ 0.75
--------------------	---------

**\* LOS PRECIOS NO INCLUYEN EL 12% DEL IVA**



# GUIA DE PROGRAMACION

## DIRECTOTAL

US\$ 29

### DIRECTV™ VARIEDADES (100-149)

- 100 Avances de Programación
- 102 AXN
- 104 USA
- 106 SONY Entertainment Televisión (Este)
- 108 SONY Entertainment Televisión (Oeste)
- 110 WBTV The Warner Channel
- 114 Locomotion
- 118 E! Entertainment
- 120 Fashion TV
- 121 Retro
- 122 Casa Club
- 124 Gourmet
- 128 MTV Latino
- 130 HTV
- 132 Much Music
- 140 VVC Venevisión

### DIRECTV™ KIDS (150-169)

- 148 Boomerang
- 152 Cartoon Network
- 154 ZAZ
- 156 Nickelodeon
- 158 Discovery Kids
- 160 Clase
- 169 Fox Kids

### FILM & ARTS

- 170 FILM & ARTS
- 172 People + Arts
- 174 Discovery Channel
- 176 Animal Planet
- 178 A&E Mundo
- 182 Infinito
- 186 Discovery Health
- 188 Discovery Travel & Adventure Channel
- 190 History Channel
- 200 Avances de Programación

### DIRECTV™ RADIO (300-399)

- 300 Avances de Programación
- 304 ESPN International 1
- 306 ESPN 2
- 318 FOX Sports

### DIRECTV™ CINEMA (500-599)

- 500 Avances de Programación
- 502 Multipremier
- 506 The Film Zone
- 508 Hallmark
- 510 TNT
- 512 Cine Latino
- 514 MGM Metro Golwyn Mayer
- 516 Soundtrack

### CNN en Español

- 620 CNN en Español
- 624 BBC World
- 626 CNN Internacional
- 630 CNNfn
- 632 Bloomberg Information TV

### DIRECTV™ INTERNACIONAL (650-699)

- 650 TV Española
- 652 Antena 3 Internacional
- 654 Rai
- 656 Deutsche Welle
- 660 RPTI
- 668 Art

### DIRECTV™ AUDIO

- 702 Hottest Hits
- 704 Éxitos de Europa
- 706 Éxitos de los 80
- 708 El Álbum del Rock
- 710 Alternativa
- 712 Adulto Contemporánea
- 714 Canciones Románticas
- 716 Jazz Vocal Blends
- 718 New Age
- 720 Sinfónica
- 764 Baladas en Español
- 766 Clásicos Románticos
- 790 HTV Salsa
- 792 Alterlatina
- 794 Chicos
- 796 Crianzas
- 798 Combo Colombiano
- 800 ¡Manbo!
- 802 Mexicanísima
- 804 Espíritu del Brazil
- 806 Rodeo Blues
- 808 Soundcheck
- 810 El Mocambo
- 812 Suspiria
- 814 Latina
- 816 Éxitos del cine
- 818 Retrolatina
- 820 Rock en Vinilo
- 822 Argentina Contemporánea
- 824 Latin Jazz
- 826 Popular Brasileira
- 828 Romance Latino

### DIRECTV™ RADIO (840-899)

- 840 Best FM
- 842 Pamela Cerdeira
- 844 La Romántica 88.9
- 846 RQ 910
- 848 Unión Radio
- 850 Radio Caracol
- 852 Radio Francia Internacional

Estos precios no incluyen I.V.A.

### Paquete HBO US\$ 8

#### DIRECTV™ CINEMA (500-599)

- 520 HBO Oeste
- 522 HBO Este
- 524 HBO Plus
- 530 Cinemax Oeste
- 532 Cinemax Este

### Paquete Cinecanal US\$ 8

#### DIRECTV™ CINEMA (500-599)

- 540 Cinecanal Oeste
- 542 Cinecanal Este
- 544 Cinecanal 2
- 546 Movie City Oeste
- 548 Movie City Este

### DIRECTV™ ADULTO (590-599)

- 590 Playboy US\$ 9
- 592 Hot Network US\$ 10

## PAGO MENSUAL

COMBO 1  
DIRECTOTAL + Paquete Cinecanal US\$ 35

COMBO 2  
DIRECTOTAL + Paquete HBO US\$ 35

COMBO 3  
DIRECTOTAL + Paquete Cinecanal + Paquete HBO US\$ 41.5

## PAGO POR UNA SOLA VEZ

Instalación, Activación y Uso de Satélite US\$ 195

## ALQUILER MENSUAL

US\$ 7 Programación a escoger

### CAMBIATE YA !

9do TV 145  
3ro TV 145





LISTA DE PRECIOS MARCSEAL S.A.

No. 02-2003

COD.	DESCRIPCION	PRESENTACION	PRECIO UNITARIO	I.V.A. 12%	PRECIO TOTAL
1158	SALSA DE TOMATE SUPER ECONOMICA	GALON	2.06	0.25	2.30
1140	SALSA DE TOMATE ECONOMICA	GALON	2.31	0.28	2.59
1157	SALSA DE TOMATE PREMIUM	GALON	2.86	0.34	3.20
1150	SALSA DE TOMATE SACHET (1.500 UNID.)	CAJA	17.68	2.12	19.80
1187	SALSA DE TOMATE PREMIUM	Frasco 400 cc.	0.74	0.09	0.83
1188	SALSA DE TOMATE PREMIUM	Frasco 660 cc.	0.95	0.11	1.06
1239	SALSA DE TOMATE (SKUISS)	Frasco 544 cc.	0.85	0.10	0.95
1112	MAYONESA MARCSEAL	GALON	5.67	0.68	6.34
1211	MAYONESA MARCSEAL (1 KILO.)	KILO	1.57	0.19	1.76
1212	MAYONESA MARCSEAL (2 KILOS.)	KILO	2.82	0.34	3.15
1149	MAYONESA MARCSEAL SACHET (1.500 UNID.)	CAJA	26.33	3.16	29.49
1185	MAYONESA MARCSEAL	Frasco 220 cc.	0.79	0.10	0.89
1186	MAYONESA MARCSEAL	Frasco 440 cc.	1.13	0.14	1.27
1240	MAYONESA (SKUISS)	Frasco 463 cc.	1.10	0.13	1.23
1154	VINAGRE MARCSEAL	GALON	1.13	0.14	1.27
1199	VINAGRE MARCSEAL	Frasco 500 cc.	0.64	0.08	0.71
1130	MIEL SIN IMPRESION SACHET (1.500 UNID.)	CAJA	24.26	2.91	27.17
1201	MIEL DE MAPLE	Frasco 500 cc.	1.23	0.15	1.38
1176	AJI SIN IMPRESION SACHET (1.500 UNID.)	CAJA	18.02	2.16	20.18
1213	AJI MARCSEAL SACHET (1.500 UNID.)	CAJA	18.02	2.16	20.18
1197	AJI MARCSEAL	Frasco 100 cc.	0.53	0.06	0.59
1163	AZUCAR 7 GRMS. SACHET (2.000 UNID.)	CAJA	24.20	2.90	27.10
1174	SAL 2 GRMS. SACHET (2.000 UNID.)	CAJA	15.40	1.85	17.25
1216	MOSTAZA (1. KILOS.)	KILO	1.50	0.18	1.68
1217	MOSTAZA (2. KILOS.)	KILO	2.64	0.32	2.96
1192	MOSTAZA MARCSEAL (4. KILOS.)	GALON	5.38	0.65	6.02
1194	MOSTAZA MARCSEAL	Frasco 240 cc.	0.75	0.09	0.84
1193	MOSTAZA MARCSEAL	Frasco 480 cc.	1.03	0.12	1.16
1241	MOSTAZA (SKUISS)	Frasco 510 cc.	1.00	0.12	1.12
1210	PASTA DE TOMATE	GALON	4.73	0.57	5.30
1200	PASTA DE TOMATE	Frasco 250 cc.	0.72	0.09	0.80
1202	PASTA DE TOMATE	Frasco 500 cc.	1.01	0.12	1.13
1214	SALSA CHINA MARCSEAL (1.500 UNID.)	CAJA	29.70	3.56	33.26

Antonio Basantes Oe1-137 y Antonio Flor Km.71/2 Panamericana Norte  
 • Telfs.: 248 5291 / 248 2410 / 247 9455 • Cel.: (09) 972 8003  
 • Email: marcseal@andinanet.net • Quito - Ecuador



EEUU  
Caribe  
Europa

TAMAYO 1025 Y LIZARDO GARCIA, ED. CLASECUADOR 3TO PISO. TELÉFONO: 2342-740 / 687 / 687 / 904 / 2522-782 / 599 / 305 / 311  
 VENTAS QUITO: MANUEL AMBROSI S/N Y ELOY ALFARO TELÉFONO: 2479-964 / 887 / 2482-881 / 2482-883 FAX: 2470-145  
 GUAYAS: AV. CARLOS J. AROSDENA KM. 2 1/2 BOULGAS (MARCHÁN INTERNACIONAL) TELÉFONO: 2207-074 / 076 / 2206-871 FAX: 2204-442  
 PLANTA CAYAMBÉ: PARQUE AYOKA TELÉFONO: 2361-844 / 2360-393 / 2364-032 / 2792-194 / 2792-195  
 e-mail: mf.alimec@clasecuador.com

entrada Redactar Contactos Opciones Ayuda

criszambrano@hotmail.com

Boletines gratuitos | Ofertas especiales de MSN | Buscar mensaje

Guardar dirección Bloquear remitente

Anterior Siguiente | Cerrar

De: "Manuel Franco" <mf.alimec@clasecuador.com>  
 Responder a: "Manuel Franco" <mf.alimec@clasecuador.com>  
 Para: <criszambrano@hotmail.com>  
 Asunto: Cotización  
 Fecha: Fri, 28 Mar 2003 08:20:08 -0500

Responder Responder a todos Reenviar Eliminar Colocar en carpeta... Versión compatible con la impresora

Quito, de marzo del 2003.

Señorita  
 Cristina Zambrano  
 Ciudad.-

De mis consideraciones:

A continuación detallo el listado de precios y sabores del Helado Zanzibar:

PRESENTACION	CONTENIDO	PRECIO
		CON IVA
Galón	4 litros	9,08
Litro	litro	2,5
1/2 litro	1/2 litro	1,25

104 = 0,09c,,

Sabores:

GALONES
Algodón de azúcar
Café
Caramelo
Cherry Nuts
Chicle
Choco Bits
Chocolate
Corn
Cookie
Fruita
Guanábana
Manjar
Mora
Naranja

/getmsg?curmbox=F000000001&a=br2eda70773412bdf02e47393fd95d&msg=&start=&len=02/04/03

## **Anexo 4**

**Encuesta, Prueba Piloto, Solicitud de Inspección  
del Benemérito Cuerpo de Bomberos y Tablas de  
Remuneraciones Básicas Unificadas Mínimas  
Sectoriales**

**ENCUESTA PARA ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL DE PIZZAS EN EL  
BARRIO LA MARISCAL**

**1.- Ubicación:**

- 1.1 Parroquia **La Floresta**  
1.2 Barrio **La Mariscal**  
1.3 Calle.....  
1.4 Número.....  
1.5 Transversal.....

**2.- Desarrollo de la encuesta:**

2.1 Consume usted pizza? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2.2. Consume regularmente pizzas precocidas?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2.3 Con qué frecuencia consume usted pizza?

- 1 vez por semana \_\_\_\_\_  
3 veces por semana \_\_\_\_\_  
5 veces por semana \_\_\_\_\_  
1 vez cada 15 días \_\_\_\_\_  
1 vez al mes \_\_\_\_\_  
1 vez cada 2 meses \_\_\_\_\_  
Otra frecuencia \_\_\_\_\_

2.4Cuál es el número de personas con las que generalmente sale a comer pizza?

Solo \_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
6 \_\_\_\_\_ mas de 6 \_\_\_\_\_

2.5Cuál es el tamaño de la pizza que por lo general consume?

Individual \_\_\_\_\_ Pequeña \_\_\_\_\_ Mediana \_\_\_\_\_ Familiar \_\_\_\_\_  
Gigante \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

2.6 Qué característica es para usted la más importante al momento de escoger una pizzería?

Precio \_\_\_\_\_ Calidad \_\_\_\_\_ Servicio \_\_\_\_\_ Sabor \_\_\_\_\_  
Limpieza \_\_\_\_\_ Ambiente \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

2.7 Qué característica es para usted la más importante al momento de escoger un restaurant de comida rápida?

Precio \_\_\_\_\_ Calidad \_\_\_\_\_ Servicio \_\_\_\_\_ Sabor \_\_\_\_\_  
Limpieza \_\_\_\_\_ Ambiente \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

**2.8 Cuál es el tipo de pizza preferido por usted?**

Napolitana (queso, tomate, orégano) \_\_\_\_\_

Hawaiana (queso, jamón, frutas) \_\_\_\_\_

Pepperoni (queso, pepperoni) \_\_\_\_\_

Suprema( queso, jamón, chorizo, pimiento, cebolla, carne molida) \_\_\_\_\_

Pizza de jamón y champiñones ( queso, jamón, champiñones) \_\_\_\_\_

Pizza a su elección( usted elige los ingredientes) \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

**2.9 Usted por lo general prefiere consumir la pizza en:**

En el local \_\_\_\_\_ En su domicilio \_\_\_\_\_ Otro sitio \_\_\_\_\_

**2.10 Cuando usted consume pizza, también ordena:**

Lasaña \_\_\_\_\_ Ensalada \_\_\_\_\_ Pan de ajo \_\_\_\_\_ Postres \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

**2.11 Cuanto paga usted a la fecha por la pizza individual?**

\$ \_\_\_\_\_

No sabe \_\_\_\_\_

**2.12 Cuanto paga usted a la fecha por la pizza pequeña?**

\$ \_\_\_\_\_

No sabe \_\_\_\_\_

**2.13 Cuanto paga usted a la fecha por la pizza mediana?**

\$ \_\_\_\_\_

No sabe \_\_\_\_\_

**2.14 Cuanto paga usted al a fecha por la pizza familiar?**

\$ \_\_\_\_\_

No sabe \_\_\_\_\_

**2.15 Cuanto paga usted a la fecha por la pizza gigante?**

\$ \_\_\_\_\_

No sabe \_\_\_\_\_

**2.16 Cual es la pizzería que usted visita con mayor frecuencia?**

Pizza Hut \_\_\_\_\_

Dominos Pizza \_\_\_\_\_

ChFarina \_\_\_\_\_

El Hornero \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

PRUEBA PILOTO PARA DETERMINAR LAS PROPORCIONES DE  
"P" Y "Q" EN EL CONSUMO DE PIZZA

**SIENDO:**

**P = El número de muestras que poseen el atributo comer pizzas.**

**Q = El número de muestras que no poseen el atributo comer pizzas.**

**¿Consume Usted Pizza?**

**Si** \_\_\_\_\_

**No** \_\_\_\_\_



**CUERPO DE BOMBEROS DEL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**  
Departamento de Prevención de Incendios  
**SOLICITUD**

0005555

Quito, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 200 \_\_\_\_

Sr. Crnel.

**PRIMER JEFE DEL CUERPO DE BOMBEROS DE QUITO**

Presente.-

De mis consideraciones:

Yo, \_\_\_\_\_

por medio de la presente solicito a usted, se digne ordenar a quién corresponda, realice el siguiente trabajo:

**INSPECCION**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

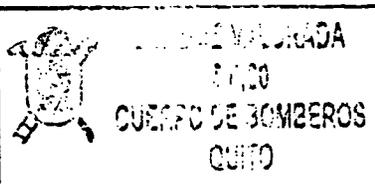
**VTO. BNO.  
EN PLANOS**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**OTROS**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Atentamente,**



C.I. \_\_\_\_\_

DIRECCION:

PARROQUIA .....

BARRIO / URB. .... LOTE N° .....

CALLE ..... N° ..... INTERSECCION .....

EDIFICIO ..... PISO ..... DEPARTAMENTO .....

5.- En todo centro de trabajo, donde por la naturaleza de las labores o actividades que en él se realizan, sea aplicable la tabla que consta en el presente Acuerdo, los empleadores deberán exhibirlo obligatoriamente y permanentemente, en un lugar visible para conocimiento de sus trabajadores.

6.- El presente Acuerdo entrará en vigencia en todo el país, a partir del 1 de febrero de 2003.

02 ENE 2003



Ab. Martín Insúa Chang  
Ministro de Trabajo y Recursos Humanos  
Acuerdo No. 000082

**MINISTRO DE TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS**  
**CONSIDERANDO:**

De acuerdo con el Acuerdo Ministerial No. 000001, del 1 de enero del 2003, con el objeto de que los trabajadores del sector privado del país conozcan las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos que tienen derecho a percibir según la rama o actividad económica en la cual laboran, se hace necesario la publicación y exhibición de la correspondiente tabla o escalafón sectorial.

De conformidad con la indicada disposición, previo al cálculo del ocho por ciento (8%) a las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales que constan en las 113 tablas sectoriales, se debe incorporar la fracción de los componentes salariales correspondientes al año 2003.

De acuerdo con lo establecido en la forma establecida en el presente Acuerdo, considerando precedente.

En uso de las atribuciones que le confiere la Ley:  
**ACUERDA:**

1.- A partir del 1 de Enero del 2003, las remuneraciones (sueldos o salarios) y los ingresos mínimos legales o sectoriales y los ingresos mínimos, a nivel

que deberán percibir los trabajadores protegidos por el Código del Trabajo que laboran en la rama o actividad económica de ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS: RESTAURANTES, CAFETERIAS, BARES, FUENTES DE SODA, DRIVE INN, HELADERIAS, CAFETERIAS, HAMBURGUESERIAS, PIZZERIAS, FRITADERIAS, ETC. INCLUYENDOSE LAS PERSONAS NATURALES Y JURIDICAS QUE UTILICEN PERSONAL EN ESTOS ESTABLECIMIENTOS PARA ACTIVIDADES SIMILARES

ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS: RESTAURANTES, CAFETERIAS, BARES, FUENTES DE SODA, DRIVE INN, HELADERIAS, CAFETERIAS, HAMBURGUESERIAS, PIZZERIAS, FRITADERIAS, ETC. INCLUYENDOSE LAS PERSONAS NATURALES Y JURIDICAS QUE UTILICEN PERSONAL EN ESTOS ESTABLECIMIENTOS PARA ACTIVIDADES SIMILARES

CATEGORIA DE LUJO	1 Ene. 2003	1 Ene. 2003	1 Ene. 2003
<b>GRUPO I</b>			
0604010101 POSILLERO	128,45	16,00	144,45
0604010102 AYUDANTE DE COCINA	128,45	16,00	144,45
0604010103 AYUDANTE DE SALONERO	128,45	16,00	144,45
0604010104 AYUDANTE DE PANADERIA Y/O PASTELERIA	128,45	16,00	144,45
0604010105 AYUDANTE DE BODEGA	128,45	16,00	144,45
0604010106 MENSAJERO	128,45	16,00	144,45
0604010107 PORTERO Y/O CONSERJE	128,45	16,00	144,45
<b>GRUPO II</b>			
0604010201 SALONERO	128,83	16,00	144,83
0604010202 BODEGUERO Y/O COMPRADOR	128,83	16,00	144,83
0604010203 CARNICERO Y/O PARRILLERO	128,83	16,00	144,83
0604010204 PLANCHERO	128,83	16,00	144,83
0604010205 HORNERO DE POLLOS	128,83	16,00	144,83
<b>GRUPO III</b>			
0604010301 HORNERO DE PIZZAS	128,99	16,00	144,99
0604010302 CAJERO	128,99	16,00	144,99
<b>GRUPO IV</b>			
0604010401 COCINERO Y/O SALSERVO (COCINA FRIA)	129,48	16,00	145,48
0604010402 PASTELERO Y/O PANALERO	129,48	16,00	145,48
<b>GRUPO V</b>			
0604010501 CAPITAN DE SALONERIAS	129,81	16,00	145,81
0604010502 SALONERO BILINGUE	129,81	16,00	145,81

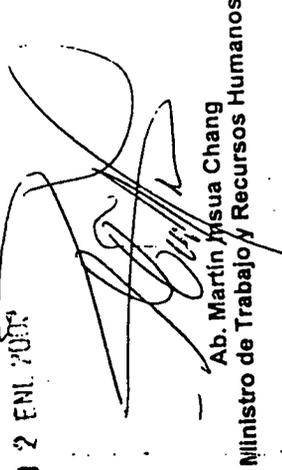
145,8

GRUPO VI			
0604010801	MAITRE	130,03	18,00
0604010802	BARMAN	130,03	18,00
0604010803	CHEF DE COCINA	130,03	18,00
CATEGORIA PRIMERA			
GRUPO I			
0604020101	POSILLERO	128,01	18,00
0604020102	AYUDANTE DE COCINA	128,01	18,00
0604020103	AYUDANTE DE SALONERO	128,01	18,00
0604020104	AYUDANTE DE PANADERIA Y/O PASTELERIA	128,01	18,00
0604020105	AYUDANTE DE BODEGA	128,01	18,00
0604020106	MENSAJERO	128,01	18,00
0604020107	PORTERO Y/O CONSERJE	128,01	18,00
GRUPO II			
0604020201	SALONERO	128,28	18,00
0604020202	BODEGUERO Y/O COMPRADOR	128,28	18,00
0604020203	CARNICERO Y/O PARRILLERO	128,28	18,00
0604020204	PLANCHERO	128,28	18,00
0604020205	HORNERO DE POLLOS	128,28	18,00
GRUPO III			
0604020301	HORNERO DE PIZZAS	128,86	18,00
0604020302	CAJERO	128,86	18,00
GRUPO IV			
0604020401	COCINERO Y/O SALERO (COCINA FRIA)	128,94	18,00
0604020402	PASTELERO Y/O PANADERO	128,94	18,00
GRUPO V			
0604020501	CAPITAN DE SALONEROS	129,32	18,88
0604020502	SALONERO BILINGUE	129,32	18,00
GRUPO VI			
0604020601	MAITRE	129,48	18,00
0604020602	BARMAN	129,48	18,00
0604020603	CHEF DE COCINA	129,48	18,00
CATEGORIA SEGUNDA			
GRUPO I			
0604030101	POSILLERO	127,63	16,00
0604030102	AYUDANTE DE COCINA	127,63	16,00
0604030103	AYUDANTE DE SALONERO	127,63	16,00

0604030104	AYUDANTE DE PANADERIA Y/O PASTELERIA	127,63	18,00
0604030105	AYUDANTE DE BODEGA	127,63	16,00
0604030106	MENSAJERO	127,63	16,00
0604030107	PORTERO Y/O CONSERJE	127,63	16,00
GRUPO II			
0604030201	SALONERO	127,85	16,00
0604030202	BODEGUERO Y/O COMPRADOR	127,85	16,00
0604030203	CARNICERO Y/O PARRILLERO	127,85	16,00
0604030204	PLANCHERO	127,85	16,00
0604030205	HORNERO DE POLLOS	127,85	16,00
GRUPO III			
0604030301	HORNERO DE PIZZAS	128,12	16,00
0604030302	CAJERO	128,12	16,00
GRUPO IV //			
0604030401	COCINERO Y/O SALERO (COCINA FRIA)	128,66	16,00
0604030402	PASTELERO Y/O PANADERO	128,66	16,00
GRUPO V			
0604030501	CAPITAN DE SALONEROS	128,83	15,00
0604030502	SALONERO BILINGUE	128,83	16,00
GRUPO VI //			
0604030601	MAITRE	129,26	16,00
0604030602	BARMAN	129,26	16,00
0604030603	CHEF DE COCINA	129,26	16,00
CATEGORIAS TERCERA Y CUARTA			
GRUPO I			
0604040101	POSILLERO	126,49	16,00
0604040102	AYUDANTE DE COCINA	126,49	16,00
0604040103	AYUDANTE DE SALONERO	126,49	16,00
0604040104	AYUDANTE DE PANADERIA Y/O PASTELERIA	126,49	16,00
0604040105	AYUDANTE DE BODEGA	126,49	16,00
0604040106	MENSAJERO	126,49	16,00
0604040107	PORTERO Y/O CONSERJE	126,49	16,00
GRUPO II			
0604040201	SALONERO	126,65	16,00
0604040202	BODEGUERO Y/O COMPRADOR	126,65	16,00
0604040203	CARNICERO Y/O PARRILLERO	126,65	16,00
0604040204	PLANCHERO	126,65	16,00
0604040205	HORNERO DE POLLOS	126,65	16,00

Art. 6.- El presente Acuerdo entrará en vigencia en todo el país, a partir del 1 de enero del 2003, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, a 02 ENL. 2003



Ab. Martín Insua Chang  
Ministro de Trabajo y Recursos Humanos

Acuerdo No. 000083

Ab. Martín Insua Chang  
**MINISTRO DE TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS**

**CONSIDERANDO:**

Que en el Acuerdo Ministerial No. 000001, del 1 de enero del 2003, con el objeto de que los trabajadores del sector privado del país conozcan las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos que tienen derecho a percibir según la rama o actividad económica en la cual laboran, se dispuso la publicación y exhibición de la correspondiente tabla o escalafón sectorial.

Que conforme a la indicada disposición, previo al cálculo del ocho por ciento (8%) a las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales que constan en las 113 tablas sectoriales, se debe incorporar la fracción de los componentes salariales correspondientes al año 2003.

Que habiéndose efectuado los cálculos pertinentes en la forma establecida en el considerando prececente.

En uso de las atribuciones que le confiere la Ley:

**ACUERDA:**

Art. 1.- A partir del 1 de Enero del 2003, las remuneraciones (sueldos o salarios) básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos, a nivel nacional, que deberán percibir los trabajadores protegidos por el Código del Trabajo y que laboran en la rama o actividad económica de **AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO**, serán los que constan en la estructura ocupacional o escalafón que se continúa se transcribe:

GRUPO III					
0604040301	HORNERO DE PIZZAS	127,03	16,00	143,03	
0604040302	CAJERO	127,03	16,00	143,03	
GRUPO IV					
0604040401	COCINERO Y/O SALADERO (COCINA FRIA)	127,36	16,00	143,36	
0604040402	PASTELERO Y/O PANADERO	127,36	16,00	143,36	
GRUPO V					
0604040501	CAPTAN DE SALONEROS	127,63	16,00	143,63	
0604040502	SALONERO BILINGUE	127,63	16,00	143,63	
GRUPO VI					
0604040601	MAITRE	128,01	16,00	144,01	
0604040602	BARMAN	128,01	16,00	144,01	
0604040603	CHEF DE COCINA	128,01	16,00	144,01	

Art. 2.- Para las ocupaciones o puestos de trabajo de este sector que no consten en la estructura ocupacional antes transcrita, en ningún caso las remuneraciones básicas unificadas mínimas podrán ser inferiores al menor valor mensual establecido en la misma.

Art. 3.- Las remuneraciones básicas unificadas superiores a las sectoriales que estén percibiendo los trabajadores, no podrán ser disminuidas por ningún concepto.

Art. 4.- Los trabajadores en general, de la pequeña industria y agrícolas, independientemente de las remuneraciones unificadas que se encuentren percibiendo (mínimas legales o sectoriales y superiores a estas), tendrán derecho a percibir por concepto de remanente de los componentes salariales en proceso de incorporación, la cantidad de U.S. \$ 16,00. Por su parte, los trabajadores de la maquila por el mismo concepto, recibirán la suma de U.S. \$11,20 mensuales.

La suma de la remuneración básica unificada mínima legal o sectorial más el edicado remanente no incorporado todavía a las remuneraciones, conforman el ingreso mínimo mensual, tal como consta en la tabla antes descrita.

Art. 5.- En todo centro de trabajo, donde por la naturaleza de las labores o actividades que en él se realizan, sea aplicable la tabla que consta en el presente acuerdo, los empleadores deberán exhibirlo obligatoria y permanentemente, en un lugar visible para conocimiento de sus trabajadores.

El incumplimiento e inobservancia de esta obligación patronal, será sancionada por los Directores Regionales de Trabajo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 25 y siguientes del Código del Trabajo.

0811 SECRETARIAS

CODIGO	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	REMUN. BASICA UNIF. SECTORIAL	REMUN. NO UNIF. SECTORIAL	REMUNERO MINIMO
		1° Ene. 2003	1° Ene. 2003	1° Ene. 2003
0811000001	SECRETARIA RECEPCIONISTA	134,38	16,00	150,38
0811000002	SECRETARIA TAQUIMECANOGRAFA	138,14	16,00	154,14
0811000003	SECRETARIA CONTABLE	140,37	16,00	156,37
0811000004	SECRETARIA BILINGÜE	147,99	16,00	163,99
0811000005	SECRETARIA EJECUTIVA	151,31	16,00	167,31

**Art. 2.-** Para las ocupaciones o puestos de trabajo de este sector que no consten en la estructura ocupacional antes transcrita, en ningún caso las remuneraciones básicas unificadas mínimas podrán ser inferiores al menor valor mensual establecido en la misma.

**Art. 3.-** Las remuneraciones básicas unificadas superiores a las sectoriales que estén percibiendo los trabajadores, no podrán ser disminuidas por ningún concepto.

**Art. 4.-** Los trabajadores en general, de la pequeña industria y agrícolas, independientemente de las remuneraciones unificadas que se encuentren percibiendo (mínimas legales o sectoriales y superiores a estas), tendrán derecho a percibir por concepto de remanente de los componentes salariales en proceso de incorporación, la cantidad de U.S. \$ 16.00. Por su parte, los trabajadores de la maquila por el mismo concepto, recibirán la suma de U.S. \$11.20 mensuales.

La suma de la remuneración básica unificada mínima legal o sectorial más el indicado remanente no incorporado todavía a las remuneraciones, conforman el ingreso mínimo mensual, tal como consta en la tabla antes descrita.

**Art. 5.-** En todo centro de trabajo, donde por la naturaleza de las labores o actividades que en él se realizan, sea aplicable la tabla que consta en el presente Acuerdo, los empleadores deberán exhibirlo obligatoria y permanentemente, en un lugar visible para conocimiento de sus trabajadores.

El incumplimiento e inobservancia de esta obligación patronal, será sancionada por los Directores Regionales de Trabajo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 625 y siguientes del Código del Trabajo.

Acuerdo, los empleadores deberán exhibirlo obligatoria y permanentemente, en un lugar visible para conocimiento de sus trabajadores.

El incumplimiento e inobservancia de esta obligación patronal, será sancionada por los Directores Regionales de Trabajo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 625 y siguientes del Código del Trabajo.

**Art. 6.-** El presente Acuerdo entrará en vigencia en todo el país, a partir del 1 de enero del 2003, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, a 02 FNE 2003



Ab. Martín Insúa Chang  
Ministro de Trabajo y Recursos Humanos

Acuerdo No. 000099

**Ab. Martín Insúa Chang**  
**MINISTRO DE TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS**  
**CONSIDERANDO:**

Que en el Acuerdo Ministerial No. 000001, del 1 de enero del 2003, con el objeto de que los trabajadores del sector privado del país conozcan las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos que tienen derecho a percibir según la rama o actividad económica en la cual laboran, se dispuso la publicación y exhibición de la correspondiente tabla o escalafón sectorial.

Que conforme la indicada disposición, previo al cálculo del ocho por ciento (8%) a las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales que constan en las 113 tablas sectoriales, se debe incorporar la fracción de los componentes salariales correspondientes al año 2003.

Que habiéndose efectuado los cálculos pertinentes en la forma establecida en el considerando precedente.

En uso de las atribuciones que le confiere la Ley.

**ACUERDA:**

**Art. 1.-** A partir del 1 de Enero del 2003, las remuneraciones (sueldos o salarios) básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos, a nivel nacional, que deberán percibir los trabajadores protegidos por el Código del Trabajo que laboran en la rama o actividad económica de **SECRETARIAS**, serán los que constan en la estructura ocupacional o escalafón que a continuación se transcribe:

El incumplimiento e inobservancia de esta obligación patronal, será sancionada por los Directores Regionales de Trabajo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 625 y siguientes del Código del Trabajo.

Art. 6.- El presente Acuerdo entrará en vigencia en todo el país, a partir del 1 de enero del 2003, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, a 19 de febrero del 2003.



Ab. Martín Insua Chang  
Ministro de Trabajo y Recursos Humanos

Acuerdo No. 000076

**Ab. Martín Insua Chang**  
**MINISTRO DE TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS**

**CONSIDERANDO:**

Que en el Acuerdo Ministerial No. 000001, del 1 de enero del 2003, con el objeto de que los trabajadores del sector privado del país conozcan las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos que tienen derecho a percibir según la rama o actividad económica en la cual laboran, se dispuso la publicación y exhibición de la correspondiente tabla o escalafón sectorial.

Que conforme la indicada disposición, previo al cálculo del ocho por ciento (8%) a las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales que constan en las 113 tablas sectoriales, se debe incorporar la fracción de los componentes salariales correspondientes al año 2003.

Que habiéndose efectuado los cálculos pertinentes en la forma establecida en el considerando precedente.

En uso de las atribuciones que le confiere la Ley:

**ACUERDA:**

Art. 1.- A partir del 1 de Enero del 2003, las remuneraciones (sueldos o salarios) básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos, a nivel nacional, que deberán percibir los trabajadores protegidos por el Código del Trabajo que laboran en la rama o actividad económica de **CONSTRUCCION Y SERVICIOS TECNICOS Y ARQUITECTONICOS**, serán los que constan en la estructura ocupacional o escalafón que a continuación se transcribe:

**05 CONSTRUCCION**  
**0501 CONSTRUCCION Y SERVICIOS TECNICOS Y ARQUITECTONICOS**

CODIGO	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	REMUNERACION	REMANENTE	INGRESO MINIMO
<b>PRIMERA CATEGORIA</b>				
0501000101	PEON	126.81	16.00	142.81
<b>SEGUNDA CATEGORIA</b>				
0501000201	GUARDIAN, AYUDANTE DE ALBANIL, OPERADOR DE EQUIPO, FERRERO, CARPINTERO ENCOFRADOR, O CARPINTERO DE RIBERA, PLOMERO, ELECTRICISTA O INSTALADOR DE REVESTIMIENTO EN GENERAL Y MACHETERO	128.77	16.00	144.77
<b>TERCERA CATEGORIA</b>				
0501000301	ALBANIL, OPERADOR DE EQUIPO LIVIANO, PINTOR, FERRERO, CARPINTERO, ENCOFRADOR O CARPINTERO DE RIBERA, PLOMERO, ELECTRICISTA O INSTALADOR DE REVESTIMIENTO EN GENERAL, AYUDANTE DE PERFORADOR, CADENERO, MAMPONTERO, ENLUCIDOR Y HOJALATERO	130.24	16.00	146.24
<b>CUARTA CATEGORIA</b>				
0501000401	MAESTRO SOLDADOR ESPECIALIZADO	133.18	16.00	149.18
0501000402	MAESTRO ELECTRICISTA ESPECIALIZADO	133.18	16.00	149.18
0501000403	MAESTRO DE OBRA	133.18	16.00	149.18
0501000404	MAESTRO PLOMERO	133.18	16.00	149.18
0501000405	PERFORADOR, PERFILERO	133.18	16.00	149.18
<b>QUINTA CATEGORIA</b>				
0501000501	MAESTRO ELECTRONICO ESPECIALIZADO	133.51	16.00	149.51
0501000502	INSPECTOR DE OBRA	134.00	16.00	150.00
0501000503	OPERADOR DE PLANTA DE HORMIGON	134.00	16.00	150.00
0501000504	MAESTRO DE ESTRUCTURA MAYOR CON CERTIFICADO O TITULO DEL SECAP	135.96	16.00	151.96
0501000505	TECNICO EN CONSTRUCCIONES CIVILES, EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD POPULAR	137.43	16.00	153.43
<b>LABORATORIO</b>				
0501010001	AYUDANTE DE LABORATORIO, CON CONOCIMIENTOS BASICOS Y DOS AÑOS DE EXPERIENCIA	130.57	16.00	146.57
0501010002	LABORATORISTA 1: EXPERIENCIA DE HASTA TRES AÑOS	132.15	16.00	148.15
0501010003	LABORATORISTA 2: EXPERIENCIA DE HASTA SIETE AÑOS	133.94	16.00	149.94
0501010004	LABORATORISTA 3: EXPERIENCIA MAYOR DE SIETE AÑOS	136.23	16.00	152.23
<b>TOPOGRAFIA</b>				
0501020001	PRACTICO EN LA RAMA DE TOPOGRAFIA	131.82	16.00	147.82

0501020002	TOPOGRAFO 1: CON EXPERIENCIA NO MENOR DE CINCO AÑOS	133,35	16,00	149,35
0501020003	TOPOGRAFO 2: CON EXPERIENCIA NO MENOR DE CINCO AÑOS Y EXAMEN DE CALIFICACION (ART. 2 DEL DECRETO SUPREMO 2512, PUBLICADO EN EL REGISTRO OFICIAL N° 594 DEL 26 DE MAYO DE 1978) O RECIBIENDO GRADUADO CON EXPERIENCIA DE HASTA TRES AÑOS	134,54	16,00	150,54
0501020004	TOPOGRAFO 3: CON TÍTULO Y EXPERIENCIA DE TRES A CINCO AÑOS	135,25	16,00	151,25
0501020005	TOPOGRAFO 4: CON TÍTULO Y EXPERIENCIA MAYOR DE CINCO AÑOS	136,23	16,00	152,23
<b>DIBUJANTES</b>				
0501030001	DIBUJANTE 1: CON EXPERIENCIA DE HASTA DOS AÑOS	132,04	16,00	148,04
0501030002	DIBUJANTE 2: CON EXPERIENCIA DE DOS A CUATRO AÑOS	133,51	16,00	149,51
0501030003	DIBUJANTE 3: CON EXPERIENCIA MAYOR DE CUATRO AÑOS	135,69	16,00	151,69
0501040001	CONSERJE O MENSAJERO	129,54	16,00	145,54

Art. 2.- Para las ocupaciones o puestos de trabajo de este sector que no consten en la estructura ocupacional antes transcrita, en ningún caso las remuneraciones básicas unificadas mínimas podrán ser inferiores al menor valor mensual establecido en la misma.

Art. 3.- Las remuneraciones básicas unificadas superiores a las sectoriales que estén percibiendo los trabajadores, no podrán ser disminuidas por ningún concepto.

Art. 4.- Los trabajadores en general, de la pequeña industria y agrícolas, independientemente de las remuneraciones unificadas que se encuentren percibiendo (mínimas legales o sectoriales y superiores a estas), tendrán derecho a percibir por concepto de remanente de los componentes salariales en proceso de incorporación, la cantidad de U.S. \$ 16,00. Por su parte, los trabajadores de la maquila por el mismo concepto, recibirán la suma de U.S. \$11,20 mensuales.

La suma de la remuneración básica unificada mínima legal o sectorial más el indicado remanente no incorporado todavía a las remuneraciones, conforman el ingreso mínimo mensual, tal como consta en la tabla antes descrita.

Art. 5.- En todo centro de trabajo, donde por la naturaleza de las labores o actividades que en él se realizan, sea aplicable la tabla que consta en el presente Acuerdo, los empleadores deberán exhibirlo obligatoria y permanentemente, en un lugar visible para conocimiento de sus trabajadores.

El incumplimiento e inobservancia de esta obligación patronal, será sancionada por los Directores Regionales de Trabajo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 625 y siguientes del Código del Trabajo.

Art. 6.- El presente Acuerdo entrará en vigencia en todo el país, a partir del 1 de enero del 2003, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, a 02 ENE 2003



Ab. Martín Insua Chang  
Ministro de Trabajo y Recursos Humanos

Acuerdo No. 000077

Ab. Martín Insua Chang  
**MINISTRO DE TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS**

**CONSIDERANDO:**

Que en el Acuerdo Ministerial No. 000001, del 1 de enero del 2003, con el objeto de que los trabajadores del sector privado del país conozcan las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos que tienen derecho a percibir según la rama o actividad económica en la cual laboran, se dispuso la publicación y exhibición de la correspondiente tabla o escalafón sectorial.

Que conforme la indicada disposición, previo al cálculo del ocho por ciento (8%) a las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales que constan en las 113 tablas sectoriales, se debe incorporar la fracción de los componentes salariales correspondientes al año 2003.

Que habiéndose efectuado los cálculos pertinentes en la forma establecida en el considerando precedente.

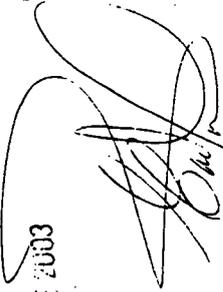
En uso de las atribuciones que le confiere la Ley:

**ACUERDA:**

Art. 1.- A partir del 1 de Enero del 2003, las remuneraciones (sueldos o salarios) básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos, a nivel nacional, que deberán percibir los trabajadores protegidos por el Código del Trabajo que laboran en la rama o actividad económica de **INGENIEROS CIVILES**, serán los que constan en la estructura ocupacional o escalafón que a continuación se transcribe:

Art. 6.- El presente Acuerdo entrará en vigencia en todo el país, a partir del 1 de enero del 2003, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, a 02 FEB 2003



Ab. Martín Insua Chang  
Ministro de Trabajo y Recursos Humanos

Acuerdo No. 000094

**Ab. Martín Insua Chang**  
**MINISTRO DE TRABAJO Y RECURSOS HUMANOS**

**CONSIDERANDO:**

Que en el Acuerdo Ministerial No. 000001, del 1 de enero del 2003, con el objeto de que los trabajadores del sector privado del país conozcan las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos que tienen derecho a percibir según la rama o actividad económica en la cual laboran, se dispuso la publicación y exhibición de la correspondiente tabla o escalafón sectorial.

Que conforme la indicada disposición, previo al cálculo del ocho por ciento (8%) a las remuneraciones básicas unificadas mínimas legales o sectoriales que constan en las 113 tablas sectoriales, se debe incorporar la fracción de los componentes salariales correspondientes al año 2003.

Que habiéndose efectuado los cálculos pertinentes en la forma establecida en el considerando precedente.

En uso de las atribuciones que le confiere la Ley;

**ACUERDA:**

Art. 1.- A partir del 1 de Enero del 2003, las remuneraciones (sueldos o salarios) básicas unificadas mínimas legales o sectoriales y los ingresos mínimos, a nivel nacional, que deberán percibir los trabajadores protegidos por el Código del Trabajo que laboran en la rama o actividad económica de **CONTADORES, ASISTENTES, AUXILIARES Y/O AYUDANTES DE CONTABILIDAD**, serán los que constan en la estructura ocupacional o escalafón que a continuación se transcribe:

**0806 CONTADORES, ASISTENTES, AUXILIARES Y/O AYUDANTES DE CONTABILIDAD**

CODIGO	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	REMUN. BASICA UNIF. SECTORIAL 1°Ene.2003	REMANENTE NO UNIF. 1°Ene.2003	INGRESO MINIMO 1°Ene.2003
0806000001	AUXILIAR O AYUDANTE DE CONTABILIDAD 12 (CON TITULO DE BACHILLER EN CONTABILIDAD)	138.95	16.00	154.95
0806000002	AUXILIAR O AYUDANTE DE CONTABILIDAD 2 (CON TITULO DE BACHILLER EN CONTABILIDAD Y 2 AÑOS DE EXPERIENCIA)	141.13	16.00	157.13
0806000003	ASISTENTE DE CONTABILIDAD (CON TITULO DE BACHILLER EN CONTABILIDAD Y 5 AÑOS DE EXPERIENCIA)	143.36	16.00	159.36
0806000004	CONTADOR (CON TITULO DE BACHILLER EN CONTABILIDAD Y 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN LABORES COMO ASISTENTE DE CONTABILIDAD)	150.66	16.00	166.66

Se excluye de esta tabla los sueldos del personal directivo y ejecutivo, tales como: Auditores, Contralores, Jefes de Contabilidad, Contadores Públicos autorizados, Comisarios y otros equivalentes dentro del sector privado, los mismos que se sujetarán a la libre contratación.

En los casos en los que no se labore la jornada ordinaria completa, se pagará la proporción correspondiente, de acuerdo al tiempo de trabajo.

Art. 2.- Para las ocupaciones o puestos de trabajo de este sector que no consten en la estructura ocupacional antes transcrita, en ningún caso las remuneraciones básicas unificadas mínimas podrán ser inferiores al menor valor mensual establecido en la misma.

Art. 3.- Las remuneraciones básicas unificadas superiores a las sectoriales que estén percibiendo los trabajadores, no podrán ser disminuidas por ningún concepto.

Art. 4.- Los trabajadores en general, de la pequeña industria y agrícolas, independientemente de las remuneraciones unificadas que se encuentren percibiendo (mínimas legales o sectoriales y superiores a estas), tendrán derecho a percibir por concepto de remanente de los componentes salariales en proceso de incorporación, la cantidad de U.S. \$ 16,00. Por su parte, los trabajadores de la maquila por el mismo concepto, recibirán la suma de U.S. \$11,20 mensuales.

La suma de la remuneración básica unificada mínima legal o sectorial más el indicado remanente no incorporado todavía a las remuneraciones, conforman el ingreso mínimo mensual, tal como consta en la tabla antes descrita.

Art. 5.- En todo centro de trabajo, donde por la naturaleza de las labores o actividades que en él se realizan, sea aplicable la tabla que consta en el presente Acuerdo, los empleadores deberán exhibirlo obligatoria y permanentemente, en un lugar visible para conocimiento de sus trabajadores.